

BAHAN AJAR

UNIT 1

Satuan Pendidikan : SMP
Mata Pelajaran : Bahasa Indonesia
Materi Pokok : Teks Iklan, Slogan, atau Poster
Waktu : 4 x 40 menit
Kelas/Semester : VIII/1

KOMPETENSI INTI

KI-3	KI-4
Memahami pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural) berdasarkan rasa ingin tahunya mengenai ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata.	Mencoba, mengolah, dan menyaji dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/teori.

KOMPETENSI DASAR	INDIKATOR
3.2 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan	3.2.1 Menjelaskan pengertian, fungsi, serta

teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang didengar atau dibaca.	<p>mengidentifikasi unsur-unsur teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber.</p> <p>3.2.2 Menyimpulkan informasi, pesan, dan ajakan dalam iklan.</p> <p>3.2.3 Menelaah hubungan unsur, pola penyajian, dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang dibaca atau didengar.</p>
4.2 Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan atau tulis.	4.2.1 Menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan atau tulis.

TUJUAN

Tujuan Yang Diharapkan Setelah Mempelajari Teks Iklan, Slogan, atau Poster
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta didik dapat menjelaskan pengertian, fungsi, serta mengidentifikasi unsur-unsur teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber. 2. Peserta didik dapat menyimpulkan informasi, pesan, ajakan di dalam iklan. 3. Peserta didik dapat menelaah hubungan unsur, pola penyajian, dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang dibaca atau didengar. 4. Peserta didik dapat menyajikan gagasan, pesan, dan ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan atau tulis.

BAB 2



UNIT 1

Setelah mempelajari materi ini, peserta didik diharapkan dapat menjelaskan pengertian, fungsi, serta mengidentifikasi unsur-unsur teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber.

Perhatikan iklan berikut.



A. Pengertian, Ciri, dan Fungsi Teks Iklan, Slogan, dan Poster

Setelah peserta didik mencermati teks tersebut, peserta didik tentu paham bahwa teks tersebut adalah sebuah iklan. Teks tersebut mengajak pelajar dan masyarakat umum untuk tidak dan berhenti merokok. Iklan ini juga memberi pesan bahwa dengan merokok akan dapat menimbulkan penyakit yang dapat membahayakan tubuh bahkan akibat yang paling fatal yaitu kematian. Berdasarkan karakteristik di atas dapat diambil sebuah pengertian bahwa secara umum iklan dapat diartikan sebagai teks yang mendorong atau membujuk khalayak barang atau jasa yang ditawarkan. Iklan juga dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai suatu barang dan jasa. Pada umumnya iklan disampaikan melalui media massa, seperti televisi,

radio, surat kabar, dan internet. Unsur yang ditampilkan adalah gambar, gerak, kata-kata atau suara.

Iklan tidak hanya bagian dari industri berskala besar. Iklan merupakan sarana yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan di bawah ini

- Bagi perusahaan bisnis komersial, untuk menjual barang dan jasa
- Bagi dunia perkantoran, untuk mendapatkan karyawan
- Bagi pemerintah, untuk menyebarkan informasi dan memberikan layanan kepada masyarakat
- Bagi orang perorangan, untuk membeli dan menjual barang-barang pribadi

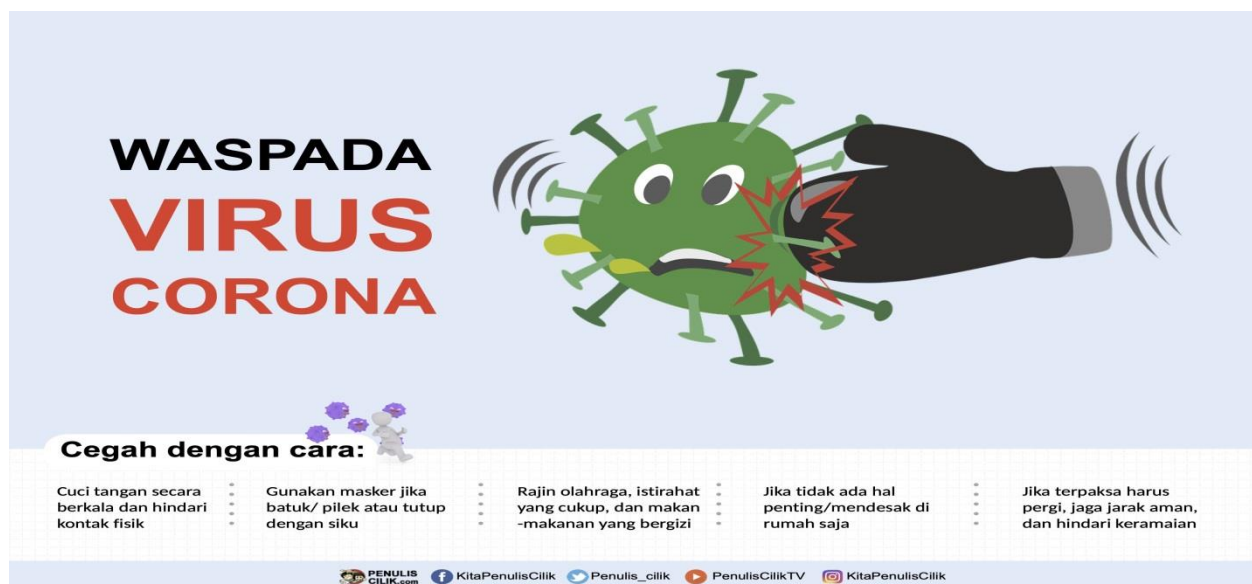
Keberagaman iklan muncul pada bentuk dan teknik penyajiannya. Oleh karena itu, terdapat istilah slogan dan poster.

- Slogan yaitu perkataan atau kalimat pendek yang dipakai sebagai dasar tuntunan (pegangan hidup), prinsip utama dari suatu usaha, organisasi, dan sebagainya. Slogan sering pula disebut dengan moto atau semboyan. Slogan lebih mengutamakan kepadatan makna dan kehematan kata-kata.

Contoh:

Bersatu kita teguh, bercerai kita runtuh (slogan mengenai perlunya persatuan dan kesatuan)

- Poster yaitu plakat (kata-kata dan gambar) yang dipajang di tempat-tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan, yakni pemberitahuan suatu ide, hal baru, atau hal penting kepada khalayak. Poster mengandalkan perpaduan gambar dan kata-kata. Poster lazimnya dipasang di tempat-tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan ataupun slogan dalam hal bahasanya. Poster menggunakan kata-kata singkat, jelas, menarik, dan lengkap.



Tampak pada contoh bahwa dalam hal bentuk, poster tidak jauh berbeda dengan iklan. Isinya mengandung pesan kepada khalayak. Namun poster lebih tertuju pada tempat pemasangannya di ruang-ruang terbuka, misalnya dinding-dinding aula, dll.

Berdasarkan contoh-contoh sebelumnya tampak perbedaan antara iklan, slogan, dan poster. Tujuan ketiganya sama yaitu untuk membujuk khalayak berbuat sesuatu. Berikut perbedaan antara iklan, slogan, dan poster.

- Iklan merupakan teks persuasif yang memadukan unsur gambar dengan kata-kata, unsur gerak, dan suara.
- Slogan merupakan teks persuasif yang mengutamakan unsur kata-kata.
- Poster merupakan teks persuasif yang mengutamakan kekuatan gambar dan kata-kata, dipajang di tempat-tempat umum.

Bentuk Teks	Unsur-Unsur			
	Gambar	Kata-Kata	Gerak	Suara
Iklan	Ya	Ya	Ya	Ya
Slogan	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Poster	Ya	Ya	Tidak	Tidak

Perhatikan kembali iklan berikut!



Iklan tersebut tergolong ke dalam iklan yang menarik. Mengapa? Ya, iklan tersebut menarik karena memiliki bahasa yang singkat dan mudah diingat. Pemilihan kalimat “ikan bergizi tinggi murah dan enak” menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki banyak kelebihan.

Gambar iklan tersebut juga sangat menarik karena selain gambar yang sesuai dengan isi iklan, warnanya pun cerah sehingga dapat membuat siapapun yang melihat tertarik. Berdasarkan hal tersebut, iklan memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

- Informatif
- Komunikatif
- Bahasanya singkat dan padat

Fungsi iklan semakin hari semakin banyak, bertambah hari bertambah luas jaringannya. Hal itu seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan keperluan hidup warga masyarakat itu sendiri. Namun, dari sekian fungsinya itu, iklan memiliki kesamaan umum, yakni sebagai kebutuhan untuk mengomunikasikan pesan, baik yang bersifat komersial, sosial, maupun pribadi. Tujuan iklan adalah sebagai berikut.

- a. Memberikan informasi terhadap suatu produk (barang dan jasa)
- b. Upaya untuk menimbulkan citra rasa suka dari pembaca iklan terhadap produk yang diiklankan.
- c. Meyakinkan masyarakat (penerima iklan) tentang kebenaran suatu produk.
- d. Membuat atau mempermudah konsumen mengetahui spesifikasi suatu produk, baik itu harga, fungsi, manfaat dll.

B. Menyimpulkan Informasi dan Pesan dalam Iklan

Setelah mempelajari materi ini, peserta didik diharapkan dapat:

- **Menjelaskan kembali unsur-unsur pembentuk iklan;**
- **Menyimpulkan informasi, pesan, ajakan di dalam iklan.**

1. Unsur-Unsur Pembentuk Iklan

Setiap teks pasti memiliki unsur pembentuk, begitu pula dengan teks iklan, juga memiliki unsur pembentuk, yang meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek, dan umpan balik.

- a. Sumber adalah pemasang iklan, yang berinisiatif, dan penyanggah dana dari pemasangan suatu iklan.
- b. Pesan adalah informasi yang disampaikan. Wujudnya bisa berupa pesan verbal dan pesan nonverbal.
- c. Media adalah sarana yang digunakan, misalnya media cetak, elektronik, dan sarana-sarana lainnya.
- d. Penerima adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran atau objek iklan.

- e. Efek adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima, baik itu dalam aspek sikap, pola pikir, perilaku, kebiasaan, dan pola hidup.
- f. Umpan balik adalah tanggapan, reaksi, atau respons yang dikehendaki dari penerima pesan, misalnya penerima pesan akan membeli produk yang ditawarkan.



Teks iklan “Jangan Biarkan Air Terbuang Percuma Hemat Air Selamatkan Masa Depan bangsa” dapat kita lihat berdasarkan unsur pembentuknya seperti berikut.

Unsur Iklan	Keterangan
Sumber	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Cipta Karya Satker PSPAM Provinsi Jawa Barat
Pesan	Agar masyarakat lebih menghemat penggunaan air
Media	Media cetak (brosur), internet
Penerima	Masyarakat pengguna air
Efek	Terjadi perubahan perilaku dari masyarakat, dari yang biasanya memakai air tanpa berpikir terlebih dahulu, menjadi masyarakat yang lebih berpikir dahulu ketika ingin menggunakan air.
Umpan Balik	Masyarakat lebih hemat dalam penggunaan air.

2. Penyimpulan Maksud Suatu Iklan

Isi iklan sangatlah beragam. Terdapat beberapa iklan yang menggunakan kalimat yang sedikit panjang untuk menjelaskan atau mendeskripsikan produknya sehingga kita harus menyimpulkan isi iklan tersebut. Adapun beberapa iklan dapat diklarifikasikan sebagai berikut.

- Iklan strategis, digunakan untuk membangun merek ataupun citra positif suatu perusahaan.
- Iklan taktis, dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan respons dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respons pada hari yang sama.

Iklan tidak hanya bertujuan untuk menawarkan produk. Iklan juga turut berpengaruh dalam membentuk gaya hidup, kebiasaan, selera, dan jati diri seseorang dan masyarakat. Berikut tujuan atau fungsi iklan lainnya.

- Fungsi informasional, iklan memberitahukan kepada konsumen tentang karakteristik suatu produk juga berbagai manfaat yang mereka peroleh.
- Fungsi transformasional, iklan berusaha untuk mengubah sikap-sikap yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek, pola-pola belanja, gaya hidup, teknik-teknik mencapai sukses.

Perhatikan contoh berikut!



Contoh di atas sudah memenuhi kriteria sebagai sebuah iklan atau poster. Hal ini tampak dari fungsinya yaitu untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Dari bahasanya pun terlihat, yakni kata-katanya sederhana, mudah diingat, dan cenderung persuasif. Hanya saja teks tersebut tidak seperti halnya iklan pada umumnya yang bersifat komersial dan mendorong khalayak untuk membeli suatu produk. Teks tersebut termasuk masuk ke dalam kategori iklan atau poster informasional. Teks tersebut bertujuan memberi tahu khalayak bahwa harus bijak dalam memilih makanan untuk membantu mendapatkan asupan gizi terbaik. Respons yang diharapkan berupa tindakan masyarakat untuk bijak dalam memilih makanan dengan komposisi gula, garam, dan lemak yang seimbang.