

LARAS BAHASA TEKS IKLAN PRODUK DAN JASA DI KOTA JAKARTA UTARA SEBAGAI BAHAN AJAR MATERI TEKS IKLAN DI KELAS VIII SEKOLAH MENENGAH PERTAMA TAHUN 2021

DHIYA ULHAQ¹, ODING SUPRIADI², DIAN HARTATI³

Universitas Singaperbangsa Karawang

Dulhaq37@gmail.com

Abstrak

Pentingnya analisis laras bahasa baik bagi masyarakat dan peserta didik, dengan terdapatnya analisis laras bahasa, masyarakat akan memperbaiki penulisan setiap teks iklan yang dibuat, karena akan mempengaruhi makna dan penyampaian pesan kepada pembaca teks iklan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis, pola, dan fungsi laras bahasa teks iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara sebagai bahan ajar berupa *handout* di kelas VIII SMP. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu teknik dokumentasi dengan subjek penelitian berupa spanduk dan poster yang terdapat di Kota Jakarta Utara yaitu tepatnya berada di Kecamatan Koja, Kecamatan Tanjung Priok, Kecamatan Kelapa Gading, Kecamatan Cilincing, Kecamatan Pademangan atau kecamatan yang terdapat di Wilayah Kota Jakarta Utara. Instrumen penelitian ini yaitu peneliti sendiri (*Human Instrument*) dengan dibantu oleh alat bantu berupa tabel instrumen pedoman analisis laras bahasa yang dibuat sendiri oleh peneliti. Teknik analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) yaitu dengan cara membagi terlebih dahulu satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian atau unsur untuk menentukan makna dari isi pesan yang terkandung pada teks iklan tersebut. Teknik analisis data pada penelitian ini juga dilakukan dengan 1) pengumpulan data, 2) penyajian data, 3) dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak teks iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara pada penulisannya terdapat laras bahasa yang tidak sesuai antara bahasa dan penggunaannya. Data penelitian ini berupa dokumentasi gambar iklan produk dan jasa, dengan berdasarkan teknik analisis data diperoleh hasil penelitian yaitu jenis laras bahasa yang ditemukan hanya 1 yaitu laras bahasa perniagaan, pola laras bahasa dengan memberi makna teks berdasarkan urutan kalimat dan struktur kalimat dan yang terakhir yaitu fungsi laras bahasa yang ditemukan yaitu fungsi ekspresif, fungsi informasional, fungsi direktif, fungsi puitik, dan fungsi interaksional.

Kata Kunci: laras bahasa, teks iklan produk dan jasa, Kota Jakarta Utara

ABSTRACT

The importance of language barrel analysis both for the community and students, with the existence of language barrel analysis, the community will improve the writing of each ad text made, because it will affect the meaning and delivery of the message to the readers of the ad text. This study aims to describe the type, pattern, and function of the language of the text of product and service advertisements in North Jakarta as teaching materials in the form of handouts in class VIII of junior high school. In this research, the method used is descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study are documentation techniques with research subjects in the form of banners and posters located in North Jakarta City, which is precisely located in Koja District, Tanjung Priok District, Kelapa Gading District, Cilincing District, Pademangan District or sub-districts located in the Jakarta City Region. North . The instrument of this research is the researcher himself (Human Instrument) assisted by a tool in the form of an instrument table of language barrel analysis guidelines made by the researcher himself. The data analysis technique in this study used the Direct Element Sharing (BUL) technique, namely by first dividing the lingual data unit into several parts or elements to determine the meaning of the message content contained in the advertisement text. Data analysis techniques in this study were also carried out by 1) collecting data, 2) presenting data, 3) and drawing conclusions. The results of this study indicate that there are still many texts of advertisements for products and services in the city of North Jakarta in which there is a language barrel that does not match the language and its use. The research data is in the form of product and service advertising image documentation, based on data analysis techniques, the results obtained are the type of language barrel found only 1, namely the commercial language barrel, the language barrel pattern by giving the meaning of the text based on the sentence sequence and sentence structure and the last one is the function. The language tunings found are expressive functions, informational functions, directive functions, poetic functions, and interactional functions .

Keywords: *language barrel, product and servive advertisement text, North Jakarta City.*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan budaya manusia yang sangat tinggi nilainya karena memudahkan berkomunikasi dan melakukan interaksi dengan masyarakat. Manusia akan selalu menggunakan bahasa karena sangat penting peranannya dalam kehidupan sosial. Dapat dikatakan manusia selalu menggunakannya mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali, bahkan saat bermimpipun akan menggunakan jika terdapat komunikasi dan interaksi. Menurut Kridalaksana (Chaer, 2012: 32), bahasa adalah sistem lambang bunyi bersifat arbitrer yang dapat digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan untuk mengidentifikasi diri.

Wresniati (1997) mengatakan laras bahasa merupakan variasi bahasa dibedakan berdasarkan: a) pokok pembicaraan, b) media yang digunakan, c) hubungan antara pembicara dengan khalayak. Setiap laras bahasa dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan dan dalam bentuk formal, nonformal atau semiformal. Oleh karena itu, dalam penulisan iklan produk dan jasa, harus menguasai laras bahasa agar dapat memilih laras yang tepat. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar khalayak umum mampu memahami maksud dan tujuan atau makna pesan. Teks iklan dipelajari untuk menentukan ciri iklan, menentukan ciri slogan dengan tepat, menentukan ciri poster, membedakan iklan, slogan dan poster dengan benar. Untuk kemudian peserta didik dapat membuat iklan, slogan dan poster dengan tepat.

Teks iklan adalah salah satu bentuk komunikasi antara publik dengan menggunakan bahasa yang sesuai

(Nursalim, 2020: 2). Bahasa digunakan pada

berbagai keperluan salah satunya dalam dunia usaha dalam bentuk iklan. Bahasa iklan harus mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat. Laras bahasa disebut juga dengan variasi bahasa digunakan sekelompok pengguna bahasa yang berdasarkan kesesuaian antara bahasa dan pemakaiannya.

Media yang digunakan pada penelitian ini merupakan media cetak luar ruang di Kota Jakarta Utara yang dimanfaatkan sebagai alat penyampaian pesan berupa informasi iklan, dan memiliki manfaat terkait kebutuhan masyarakat. Media cetak dapat berupa spanduk, baliho, papan reklame, dan poster. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena peneliti langsung mendatangi lokasi pengambilan data di Wilayah Kota Jakarta Utara kecamatan yaitu, Kecamatan Koja, Kecamatan Tanjung Priok, Kecamatan Kelapa Gading, Kecamatan Cilincing, Kecamatan Pademangan.

Kondisi pembelajaran mengenai materi teks iklan di Sekolah Menengah Pertama diperoleh dari wawancara guru Bahasa Indonesia. Guru menyatakan terdapat kelemahan siswa pada saat mempelajari materi teks iklan yaitu sulit membedakan kalimat fakta dan kalimat opini pada iklan yang dibaca atau didengar. Hasil penelitian ini akan menyusun bahan ajar berupa *handout* yang berisi dokumentasi gambar iklan di Wilayah Kota Jakarta Utara sebagai bahan ajar alternatif bagi siswa SMP. Dengan bahan ajar alternatif yang menampilkan poster, spanduk, slogan, memberikan kesempatan kepada peserta didik dengan

maksud dan tujuan sebagai pengalaman baru sehingga dapat menumbuhkan kreativitas dalam belajar.

Bahan ajar yang digunakan berbentuk *handout* yang akan berisi kompetensi dasar, kompetensi inti, tujuan pembelajaran, dan akan menampilkan beberapa gambar atau hasil dokumentasi berupa poster, slogan dan spanduk teks iklan serta pertanyaan berupa kegiatan yang akan dikerjakan oleh peserta didik.

METODE

Menurut Sugiyono (2017: 2) mengatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, data yang terdapat makna. Makna yaitu data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang terlihat. Untuk mendapatkan suatu data yang dibutuhkan, penulis melakukan pengamatan secara mendalam pada hal yang menjadi objek kajian.

Subjek dalam penelitian ini berupa poster, spanduk, banner iklan produk dan jasa yang terdapat di Kota Jakarta Utara pada umumnya terdapat banyak iklan produk dan jasa yang terdapat pada media luar ruang di wilayah Kota Jakarta Utara tepatnya di lima kecamatan yaitu, Kecamatan Koja, Kecamatan Tanjung Priok, Kecamatan Kelapa Gading, Kecamatan Cilincing, Kecamatan Pademangan. yang sudah memiliki izin pemasangannya.

Objek pada penelitian ini yaitu laras bahasa kesesuaian antara bahasa dan penggunaannya yang ditemukan pada iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara, tepatnya di lima kecamatan yaitu, Kecamatan Koja, Kecamatan Tanjung Priok, Kecamatan Kelapa Gading, Kecamatan Cilincing, Kecamatan Pademangan.

Instrumen penelitian menurut Arikunto (2007: 101) mengatakan bahwa instrumen penelitian merupakan alat bantu yang akan membantu yang telah dipilih dan dapat dipergunakan oleh peneliti dalam kegiatan penelitian mengumpulkan data agar penelitian diatur dengan cara yang baik dan dipermudah pelaksanaannya.

Sugiyono (2016: 102) mengatakan bahwa pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus membuat atau memiliki alat ukur yang baik. Alat ukur tersebut biasanya dinamakan sebagai instrument penelitian. Jadi, instrument penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam kejadian sosial yang diamati.

Teknik penumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara dokumentasi, simak, dan catat. Dokumentasi yang dilakukan dengan media foto dengan menggunakan kamera digital atau yang terdapat pada gawai.

Sugiyono (2013: 240) mengatakan bahwa dokumen merupakan suatu catatan peristiwa yang telah berlalu, dokumen bisa dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya sejarah dari seseorang. Dokumentasi pada penelitian ini adalah iklan produk dan jasa yang terdapat di Kota Jakarta Utara, untuk kemudian dari masing-masing iklan produk dan jasa

tersebut akan diamati dan dicari kesalahan berbahasa khususnya pada penggunaan bahasanya. Kemudian data dari hasil dokumentasi yang sudah terkumpul sebagai sampel penelitian.

Pada penelitian laras bahasa teks iklan ini, untuk menentukan makna dari teks iklan setiap kalimatnya data dianalisis dengan metode agih atau bisa disebut juga sebagai teknik bagi unsur langsung (BUL). Menurut Sudaryanto (2015: 37) mengatakan bahwa teknik bagi unsur langsung merupakan cara yang digunakan pada saat awal langkah kerja analisis yaitu dengan membagi satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian atau unsur dengan bagian tersebut dapat dipandang sebagai unsur yang langsung membentuk sebuah konstruksi yang dimaksud.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Laras Bahasa Teks Iklan Produk Dan Jasa Di Kota Jakarta Utara

Penelitian ini menggunakan dokumentasi teks iklan dalam bentuk spanduk, slogan, dan poster yang diambil dari media luar ruang di Kota Jakarta Utara. Kemudian berdasarkan penelitian langsung kelapangan dapat disimpulkan bahwa Kota Jakarta Utara, maka dapat dinyatakan untuk Wilayah Kota Administrasi Jakarta Utara telah menjadi 6 kecamatan antara lain: 1)Kecamatan Penjaringan, 2)Kecamatan Pademangan, 3)Kecamatan Tanjung Priok, 4)Kecamatan Kelapa Gading, 5)Kecamatan Koja, 6)Kecamatan Cilincing. Kecamatan tersebut akan dijadikan tempat untuk peneliti mengambil data di sekitar lingkungan tersebut.

Berikut akan dibahas analisis laras bahasa berupa jenis, pola, dan fungsi laras bahasa yang ditemukan di teks iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara. Dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung:

1) Terima service raket dan pasang senar digital (D1/01/Mei/21)



Kalimat di atas dapat dibagi menjadi tiga unsur, yaitu: (a) terima. (b) service raket, dan (c) pasang sinar digital. Kalimat tersebut tidak bisa apabila dibagi menjadi (a) terima service, (b) raket pasang, (c) sinar digital.

Iklan tersebut merupakan Iklan jasa/ laras bahasa teks iklan pada laras bahasa perniagaan. Pada data tersebut Menunjukkan adanya suatu urutan kata pada kalimat teks iklan. data tersebut terdapat frasa “terima servis raket”. Frasa “terima servis raket” memiliki makna yang berbeda dengan frasa “raket terima servis” atau “servis terima raket”. Menyatakan bahwa barang yang diterima untuk servis yaitu raket. Perbedaan makna disebabkan pada urutan kata. Makna urutan kata pada frasa tersebut mengacu pada urutan proses penerimaan barang. Struktur kalimat pada teks iklan tersebut mencakup susunan fungsi ilmu sintaksis yang

terdapat dalam kalimat. Kalimat pada data tersebut terdiri atas dua bagian, yaitu terima servis raket, dan pasang senar digital. Kata terima menduduki fungsi S, servis menduduki fungsi P, raket menduduki fungsi O. pasang senar digital, kata pasang memasuki fungsi P, kata senar memasuki fungsi O, dan kata digital memasuki fungsi P.

Hasil dari penggunaan teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) kalimat pada poster dibagi menjadi empat unsur karena harus disesuaikan dengan makna dalam teks iklan jasa pada poster tersebut. Unsur pertama “terima” bermakna bahwa iklan tersebut memberikan sebuah layanan atau terima pelayanan, unsur yang kedua yaitu service raket yang bermakna pelayanan atau melayani suatu perbaikan dan membetulkan sesuatu barang yang rusak dan barang tersebut yaitu raket atau jasa yang diiklankan hanya menerima pelayanan untuk memperbaiki raket yang rusak, tidak bermakna seluruh barang atau benda yang akan diservis, unsur yang ketiga yaitu pasang sinar digital, yang bermakna bahwa pelayanan pada jasa tersebut bisa juga untuk memasang sebuah sinar digital, tidak bermakna bahwa bisa memasang semua barang atau benda yang harus dipasang.

2) Cuci Premium Satu Mesin Satu Customer Rapih Bersih Wangi (D2/02/Mei/21)



Kalimat di atas dapat dibagi menjadi tiga unsur, yaitu menjadi: (a) cuci premium, (b) satu mesin satu customer, (c) rapih, bersih, wangi. Pada kalimat tersebut tidak bisa dibagi menjadi (a) cuci, (b) premium satu mesin, (c) satu customer rapih, (d) bersih, wangi.

Iklan tersebut merupakan Iklan jasa/ laras bahasa teks iklan pada laras bahasa perniagaan, dapat melakukan sebuah tindakan. Pada data tersebut terdapat campur kode dengan kata asing yaitu “customer” menjadi “pelanggan”. Terdapat klausa “satu mesin satu pelanggan” pada data tersebut memiliki makna yang sama dengan klausa “mesin satu pelanggan satu”. Struktur kalimat pada teks iklan tersebut mencakup susunan fungsi ilmu sintaksis yang terdapat dalam kalimat. Kalimat pada data tersebut terdapat dua bagian yaitu satu mesin, satu customer. Satu mesin memasuki fungsi O, dan satu customer memasuki fungsi S.

Dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung pada kalimat data tersebut dibagi menjadi tiga bagian yaitu: (a) cuci premium, yang berarti cuci pakaian dengan kualitas tinggi dan membuat puas pelanggannya, (b) satu mesin satu customer, yang bermakna bahwa laundry atau pelayanan jasa tersebut menggunakan satu mesin untuk satu pelanggan, sehingga tidak tercampur dengan pakaian milik pelanggan lainnya, (c) rapih, bersih, wangi, yang bermakna bahwa pakaian yang dicuci dengan kualitas tinggi dengan menggunakan mesin yang baik akan menghasilkan pakaian-pakaian yang rapih, bersih, dan wangi.

3) Cdr Bantu Jaga Tulang Sehat (D3/03/Mei/21)



Kalimat dari data di atas dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (a) CDR, (b) bantu jaga, (c) tulang sehat, (d) sekarang saatnya kita saling menguatkan, dan, (e) berbagi dengan orang-orang terdekat, (f) karena kapan lagi?

Iklan tersebut merupakan Iklan produk/ laras bahasa khusus yaitu pada laras bahasa teks iklan, termasuk ke dalam laras bahasa perniagaan. Urutan kata pada data tersebut terdapat klausa “CDR bantu jaga tulang sehat” klausa tersebut memiliki makna yang berbeda dengan klausa “bantu jaga tulang sehat CDR” atau “jaga tulang sehat CDR bantu”. Walaupun masih ada kesamaan di tiga kata awal namun memiliki makna yang berbeda. Klausa “CDR bantu jaga tulang sehat” yang bermakna CDR yang membantu dan menjaga agar tulang tetap sehat. Data tersebut terdiri dari klausa “CDR bantu jaga tulang sehat”, yang terdiri dari S, ialah CDR, P, ialah bantu jaga, dan S, tulang sehat.

Pembagian unsur dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung pada spanduk dengan melihat teks iklannya dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (a) CDR bermakna bahwa menyebutkan nama produk yang akan dijelaskan pada teks iklan spanduk tersebut, (b) bantu jaga, bermakna bahwa yang dapat membantu dan menjaga yaitu produk CDR tersebut, (c) tulang sehat, bermakna bahwa tulang akan tetap sehat jika menggunakan produk CDR, (d) sekarang saatnya kita saling menguatkan, bermakna bahwa menjadi teks iklan tersebut terdapat fungsi direktif yaitu menjadi pengingat untuk sama-sama saling menguatkan, (e) berbagi dengan orang-orang terdekat, yang bermakna bahwa dengan berbagi kesehatan dengan orang-orang terdekat suatu hal yang membahagiakan diri sendiri untuk tetap sehat, dan yang terakhir yaitu (f) karena kapan lagi?, bermakna bahwa memasuki fungsi interaksional, yaitu teks iklan seakan berbicara langsung dengan pembaca.

4) Butik Haza Collections (D4/05/Mei/21)



Kalimat pada data di atas dapat dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (a) sprei bahan katun lokal, (b) mukena dewasa dan anak, (c) berbahan katun lokal dan rayon, (d) aneka bantal isi silikon, (e) beserta aneka bantal berbahan katun lokal.

Iklan tersebut merupakan Iklan produk/ laras bahasa khusus yaitu laras bahasa teks iklan , termasuk ke dalam laras bahasa perniagaan yang dapat mempengaruhi pengguna untuk bergerak sesuatu. Urutan kata pada data tersebut terdapat frasa “bahan katun lokal” memiliki makna yang berbeda dengan frasa “katun lokal bahan” atau “lokal bahan katun”. Pada frasa “bahan katun lokal” yang bermakna bahannya berjenis katun lokal. Cermat dalam memilih kata-kata untuk mencapai maksud dan tujuan. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “butik haza menjual sprej bahan katun lokal” yang terdiri dari kata butik haza menduduki fungsi S, menjual menduduki fungsi P, dan sprej menduduki fungsi O, dan bahan katun lokal menduduki fungsi Ket.

Pembagian unsur dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung pada spanduk yang berisi teks iklan dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (a) sprej bahan katun lokal, bermakna bahwa sprej yang dijual berbahan katun lokal yang tidak panas pada saat digunakan, karena menjadi pembeli harus tahu terlebih dahulu kelebihan dari bahan katun lokal, (b) mukena dewasa dan anak, bermakna bahwa butik Haza tidak hanya menjual mukena dewasa, akan tetapi menjual mukena untuk anak-anak dan lebih baik lagi untuk membeli mukena ibu dan anak yang biasanya mendapatkan harga lebih murah, (c) berbahan katun lokal dan rayon, bermakna bahwa mukena dewasa dan anak tersebut menggunakan bahan katun lokal dan rayon, (d) aneka bantal isi silikon, bermakna bahwa butik Haza tidak hanya menjual berbagai macam mukena akan tetapi menjual aneka bantal yang berisi silikon yang biasanya bantal jika digunakan akan terasa lebih lembut, (e) beserta aneka bantal berbahan katun lokal, bermakna bahwa bantal yang dijual juga berbahan katun lokal, dan menjelaskan bahwa butik Haza menjual aneka bantal yang cukup lengkap.

5) Dulux Promise (D5/07/Mei/21)



Kalimat pada data teks iklan di atas dapat dibagi menjadi dua unsur, yakni: (a) di bengkel ini, ganti oli dengan Castrol, (b) dapatkan perlindungan lebih baik. Kalimat tersebut tidak bisa dibagi menjadi: (a) di bengkel ini, ganti oli, (b) dengan Castrol dapatkan perlindungan lebih baik.

Iklan tersebut merupakan Iklan tersebut termasuk iklan jasa yang menawarkan pelayanan service motor dengan menggunakan oli terbaik/ teks iklan tersebut termasuk ke dalam laras bahasa khusus yaitu dengan jenis laras bahasa perniagaan, laras bahasa yang mempengaruhi pengguna untuk melakukan sebuah tindakan setelah membaca. Urutan kata pada data tersebut terdapat klausa “dapatkan perlindungan lebih baik”. Klausa

“dapatkan perlindungan lebih baik” akan memiliki makna yang lumayan sama dengan klausa “lebih baik dapatkan perlindungan”. Keduanya sama menyarankan untuk mendapatkan perlindungan agar lebih baik perawatannya. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “ganti oli dengan Castrol, dapatkan perlindungan lebih baik”. Kata ganti memasuki fungsi P, kata Oli memasuki fungsi O, kata dengan memasuki fungsi Pel, dan Castrol memasuki fungsi S. dan kata dapatkan memasuki fungsi P, kata perlindungan memasuki fungsi S, dan lebih baik memasuki fungsi O.

Pembagian kalimat data teks iklan tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu: (a) di bengkel ini, ganti oli dengan Castrol, bermakna bahwa di bengkel tersebut pelanggan bisa meminta untuk olinya diganti dengan oli Castrol atau bengkel tersebut dapat melayani pelanggan yang ingin mengganti oli dengan oli Castrol, (b) dapatkan perlindungan lebih baik, berarti dengan mengganti dengan oli Castrol akan mendapatkan perlindungan yang lebih baik daripada menggunakan merek oli lainnya. Jadi, pembagian unsur langsung tersebut bermaksud untuk memberikan informasi kepada pembaca bahwa bengkel tersebut dapat melayani pergantian oli dengan menggunakan olis Castrol dengan manfaat mendapatkan perlindungan lebih baik.

6) Apotek Tasya (D6/10/Mei/21)



Kalimat pada di atas dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: (a) superba krill oil, (b) dari laut antartika, (c) membantu mengurangi lemak darah.

Iklan tersebut merupakan Iklan produk/ yang termasuk ke dalam laras bahasa khusus yaitu laras bahasa teks iklan dengan jenis laras bahasa perniagaan yang digunakan dalam iklan. Urutan kata pada data tersebut terdapat klausa “dari laut antartika membantu mengurangi lemak darah” dapat memiliki makna yang sama dengan klausa “membantu mengurangi lemak darah dari laut antartika”. Maksud dan tujuan dari urutan kata tersebut yaitu, minyak atau oli yang berasal dari laut antartika dapat membantu mengurangi lemak darah. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “dari laut antartika membantu mengurangi lemak darah”. Laut antartika memasuki fungsi S, membantu mengurangi memasuki fungsi P, dan lemak darah memasuki fungsi O.

Pembagian menggunakan teknik bagi unsur langsung pada kalimat tersebut dibagi menjadi tiga bagian beserta dengan maknanya, yaitu: (a) superba krill oil, bermakna bahwa penulis teks iklan menyebutkan nama produk dari iklan tersebut. (b) dari laut antartika, bermakna bahwa oil tersebut didatangkan langsung dari laut antartika, atau darimana oil

tersebut berasal, (c) membantu mengurangi lemak darah, bermakna bahwa menjelaskan manfaat dari oil tersebut yaitu dapat membantu mengurangi lemak darah pada manusia.

7) Luxen the future of lighting (D7/15/Mei/21)



Kalimat dari data di atas dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: (a) mata anda, (b) akan berterima kasih, (c) cahaya yang nyaman di mata. Kalimat tersebut tidak bisa dibagi menjadi (a) mata anda, (b) akan berterima kasih cahaya, (c) yang nyaman di mata.

Iklan tersebut merupakan Iklan produk/ termasuk ke dalam laras bahasa khusus yaitu laras bahasa teks iklan dengan jenis laras bahasa perniagaan yaitu laras yang dapat mempengaruhi pembaca untuk melakukan sebuah tindakan. Urutan kata pada data tersebut terdapat klausa “mata anda akan berterima kasih” yang bermakna bahwa mata akan berterima kasih jika pembaca menggunakan produk sinar sakti. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “mata anda akan berterima kasih”. Kata Mata anda memasuki fungsi S, dan akan memasuki fungsi P, dan berterima kasih memasuki fungsi O.

Dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung pada kalimat data tersebut dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: (a) mata anda, yang bermakna bahwa yang akan merasakan cahaya tersebut yaitu mata pembaca karena pembaca yang menentukan akan menggunakan produk tersebut atau tidak, (b) akan berterima kasih, bermakna bahwa mata yang merasakan cahaya tersebut merasakan kenyamanan sehingga akan berterima kasih kepada produk tersebut karena sudah menciptakan produk yang sangat bagus kualitasnya, (c) yang nyaman di mata, bermakna bahwa mata akan merasakan kenyamanan pada saat menggunakan produk tersebut.

8) Pusat Gadai Indonesia (D8/16/Mei/21)



Kalimat pada data di atas dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu: (a) gadaikan dengan rasa aman, (b) aman diasuransikan, (c) pinjaman tinggi tanpa potongan bunga.

Iklan tersebut merupakan Termasuk ke dalam iklan produk/ teks iklan tersebut termasuk laras bahasa khusus yaitu laras bahasa teks iklan dengan jenis laras bahasa perniagaan, yaitu

laras bahasa yang digunakan untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan sebuah tindakan. Urutan kata pada data tersebut terdapat frasa “potongan bunga”. Frasa “potongan bunga” akan memiliki makna yang berbeda dengan frasa “bunga potongan”. Frasa “potongan bunga” yang berarti mendapatkan potongan bunga dari harga jika menggadaikan. Namun frasa “bunga potongan” akan bermakna bahwa bunga yang sedang dipotong. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “gadaikan dengan rasa aman”. Kata gadaikan dengan memasuki fungsi P, kata rasa aman memasuki fungsi S.

Pembagian kalimat dengan menggunakan teknik bagi unsur langsung pada kalimat tersebut dibagi menjadi empat bagian berikut dengan maknanya, yaitu: (a) gadaikan dengan rasa aman, bermakna bahwa pada saat menggadaikan sebuah barang hati dan pikiran pelanggan akan merasa aman, (b) aman diasuransikan, bermakna bahwa apabila diasuransikan di pegadaian tersebut akan merasa aman, aman apabila akan mengansuransikan untuk masa depan, (c) pinjaman tinggi tanpa potongan bunga, bermakna bahwa pegadaian tersebut akan memberikan pinjaman yang tinggi atau lebih banyak tanpa potongan bunga

9) HIT expert piramida (D9/17/Mei/21)



Kalimat pada data di atas dapat dibagi dua menjadi bagian, yaitu: (a) sedikit asap cepat bunuh nyamuk, (b) tidur nyenyak semalaman. Kalimat tersebut tidak bisa dibagi menjadi (a) sedikit asap cepat bunuh nyamuk tidur, (b) nyenyak semalaman.

Iklan tersebut merupakan Iklan tersebut termasuk ke dalam iklan produk obat nyamuk/ teks iklan termasuk ke dalam laras bahasa khusus dengan jenis laras bahasa perniagaan, yaitu laras bahasa yang dapat mempengaruhi pengguna untuk melakukan sebuah tindakan. Urutan kata pada data tersebut terdapat klausa “tidur nyenyak semalaman”. Klausa “tidur nyenyak semalaman” memiliki makna yang sama dengan klausa “semalaman tidur nyenyak” atau “nyenyak tidur semalaman”. Maksud dan tujuannya yaitu dapat membuat tidur menjadi lebih nyenyak sepanjang malam. Kalimat dari data tersebut terdapat klausa “sedikit asap cepat bunuh nyamuk”. Kata sedikit memasuki fungsi KET, asap memasuki fungsi O, dan kata cepat bunuh memasuki fungsi P, dan nyamuk memasuki fungsi S.

Bagi unsur langsung pada kalimat tersebut dibagi menjadi dua bagian berikut dengan maknanya, yaitu: (a) sedikit asap cepat bunuh nyamuk, bermakna bahwa produk hit magic tersebut memiliki asap yang sedikit namun dapat membunuh nyamuk dengan cepat, (b) nyenyak semalaman, bermakna bahwa dengan menggunakan obat nyamuk tersebut dapat membuat pembaca yang membeli produk tersebut merasakan tidur nyenyak semalaman tanpa terganggu dengan kehadiran nyamuk. Pembagian unsur langsung pada teks iklan tersebut bermaksud memberikan pemahaman umum kepada pembaca bahwa dengan menggunakan produk hit magic dapat dipastikan tidur tidak akan terganggu oleh nyamuk

dan akan tidur nyenyak semalaman. Kalimat pada data teks iklan di atas menunjukkan bahwa jenis laras bahasa perniagaan dan merupakan jenis teks iklan produk.

10) Was Expres Laundry Coin (D10/18/Mei/21)



Kalimat dari data spanduk di atas dapat dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (a) ada yang lebih murah dan berkualitas, ngapain pilih yang mahal, (b) satu mesin, satu pelanggan, (b) menggunakan setrika uap, (c) cuci dan setrika satu hari selesai, (d) cuci kering lipat dua jam selesai, (e) detergen ramah lingkungan dan higienis.

Iklan tersebut merupakan Iklan tersebut termasuk iklan jasa yang menawarkan pelayanan cuci dan setrika baju/ teks iklan tersebut termasuk ke dalam laras bahasa khusus yaitu dengan jenis laras bahasa perniagaan, laras bahasa yang mempengaruhi pengguna untuk melakukan sebuah tindakan setelah membaca. Urutan kata pada data tersebut terdapat frasa “cuci kering lipat”. Frasa “cuci kering lipat” memiliki makna yang berbeda dengan frasa “lipat kering cuci” atau “kering cuci lipat”. Frasa “cuci kering lipat” pada data tersebut memiliki makna setelah dicuci, dikeringkan, kemudian dilipat. Berbeda dengan frasa “lipat kering cuci” yang bermakna dilipat, dikeringkan kemudian dicuci. Pada frasa “kering cuci lipat” bermakna dikeringkan, dicuci, kemudian baru dilipat. Perbedaan makna tersebut disebabkan oleh urutan kata. Kalimat dari data tersebut terdapat frasa “cuci kering lipat” yang berarti non-predikat. Memasuki fungsi yang sama-sama objek dan sama-sama subjek.

Pembagian kalimat berdasar teknik bagi unsur langsung dibagi menjadi lima bagian berikut beserta maknanya, yaitu: (a) ada yang lebih murah dan berkualitas, ngapain pilih yang mahal, bermakna bahwa untuk memikat pembaca agar menggunakan jasa laundry ditempat tersebut dengan harga yang terjangkau, pelayanan jasa tersebut menawarkan dengan harga yang lebih murah dari pelayanan jasa lainnya, (b) satu mesin, satu pelanggan, yang bermakna bahwa laundry atau pelayanan jasa tersebut menggunakan satu mesin untuk satu pelanggan, sehingga tidak tercampur dengan pakaian milik pelanggan lainnya, (c) cuci dan setrika satu hari selesai, bermakna bahwa estimasi waktu untuk cuci dan setrika pada pelayanan jasa laundry di tempat tersebut yaitu satu hari selesai, jika tidak maka akan mengecewakan pelanggan yang sering berlangganan ditempat tersebut, (d) cuci kering lipat dua jam selesai, bermakna bahwa lamanya waktu cuci kering lipat menghabiskan waktu yaitu dua jam saja selesai, (e) detergen ramah lingkungan dan higienis, bermakna bahwa detergen yang digunakan oleh pelayanan jasa laundry tersebut menggunakan detergen yang ramah lingkungan sehingga tidak membahayakan sekitar dan higienis yang berarti pakaian akan bersih.

2. Pemanfaatan Hasil Analisis Laras Bahasa Teks Iklan Di Kota Jakarta Utara Sebagai Bahan Ajar Materi Teks Iklan

Hasil analisis laras bahasa teks iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara yang telah dianalisis, dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar pada pembelajaran materi teks iklan di kelas VIII Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dalam pembelajaran teks iklan, laras bahasa umumnya digunakan untuk memperindah kata dan struktur kalimat dan juga makna dari teks iklan tersebut, selain itu dapat menggunakan fungsi ekspresif untuk menyampaikan ekspresi atau perasaan, fungsi direktif untuk memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen, fungsi informasional digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu kepada masyarakat, fungsi interaksional digunakan untuk menumbuhkan keakraban antara penulis dan pembaca, terakhir yaitu fungsi puitik merupakan keindahan kata dalam bahasa teks iklan untuk memikat hati konsumen. Pada akhirnya, teks iklan untuk mempengaruhi para pembaca untuk bergerak atau bertindak untuk melakukan sesuatu. Tujuan dalam penyusunan bahan ajar berupa *handout* tersebut untuk mempermudah dalam proses pembelajaran secara sistematis.

Bahan ajar yang dibuat dibuat oleh peneliti yaitu mengenai teks iklan. sebelum peneliti menyusun bahan ajar berupa materi ajar teks iklan, peneliti terlebih dahulu menyesuaikan dengan kompetensi dasar (KD) yang ada di dalam RPP Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII. *Handout* yang dibuat dilandasi atau berdasarkan kompetensi dasar yang digunakan adalah 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. Indikator pencapaian kompetensi (IPK) yang hendak dicapai, yaitu 3.4.1 Menentukan ciri iklan dengan tepat, 3.4.2 menentukan ciri slogan dengan tepat, 3.4.3 menentukan ciri poster dengan benar, dan 3.4.4 membedakan iklan, slogan, dan poster dengan benar yang bersumber dari teks iklan di Kota Jakarta Utara.

Peneliti melaksanakan diskusi secara virtual atau *online* dengan peserta didik yang berjumlah 5 orang dengan didampingi oleh guru mata pembelajaran Bahasa Indonesia. Peneliti mengarahkan kepada peserta didik untuk dapat menentukan definisi teks iklan, slogan, dan poster untuk dapat menjelaskan bahwa teks tersebut merupakan teks iklan, slogan, atau poster. Setelah itu, peserta didik dapat menentukan kaidah kebahasaan teks iklan dengan tujuan untuk menentukan kaidah kebahasaan pada teks iklan. kemudian, peserta didik menentukan jenis teks iklan tersebut dengan tujuan untuk memahami langkah-langkah penulisan teks iklan, terakhir yaitu peserta didik mengidentifikasi unsur-unsur teks iklan dengan tujuan untuk dapat mengenal bentuk-bentuk teks iklan melalui dokumentasi iklan luar ruang di Kota Jakarta Utara sebagai bahan ajar. Untuk dapat bisa mengungkapkan fungsi laras bahasa dalam teks iklan yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca, atau peserta didik, maka peneliti menyebutkan bahwa ada beberapa kata fungsi laras bahasa yang bisa digunakan yaitu kata “rapih”, “wangi”, “bersih” sebagai fungsi informatif, kata “saatnya kita”, “karena kapan lagi”, sebagai fungsi direktif, kalimat “bukan sekedar janji, tapi ketenangan hati” sebagai fungsi puitik, kata “melindungi” sebagai fungsi interaksional.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa penggunaan laras bahasa pada teks iklan produk dan jasa di Kota Jakarta Utara masih saling berkaitan dengan komunikasi sehari-hari yang dilakukan manusia, bahwa bahasa harus sesuai dengan penggunaannya, jika tidak sesuai maka akan memiliki makna yang berbeda. Pola laras bahasa yaitu urutan kata dan struktur kalimat dapat memperbaiki setiap penulisan teks iklan yang dibuat oleh penulis iklan. Fungsi laras bahasa untuk memberikan keindahan dari teks iklan dengan menggunakan laras bahasa yang sesuai dengan penggunaannya.

Dari hasil penelitian bahwa data didapatkan dari 5 kecamatan yaitu Kecamatan Penjaringan, Kecamatan Pademangan, Kecamatan Tanjung Priok, Kecamatan Koja, Kecamatan Kelapa Gading. Dari kelima kecamatan tersebut diperoleh 22 data keseluruhan berupa dokumentasi spanduk, poster teks iklan produk dan jasa. Dan di dalamnya terdapat urutan kata pada 1 data ditemukan yaitu 1 frasa dan dianalisis makna dari kata tersebut yang berjumlah 10 data untuk artikel, terdapat frasa dan klausa pada setiap datanya. Struktur kalimat yaitu terdapatnya ilmu sintaksis terkandung di dalamnya SPOK, subjek, predikat, objek dan keterangan tempat. Kemudian, fungsi laras bahasa yang ditemukan pada data yaitu 1 fungsi ekspresif, 5 fungsi direktif, 8 fungsi informatif, 2 fungsi interaksional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kridalaksana. (1994). *Kelas Kata Dalam Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nursalim. (2014). *Iklan dan Implikasinya dalam Pendidikan*. Khutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 17(02), 255-264.
- Sudaryanto, 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wresniati, S. (1997). *Sekilas Tentang Laras Bahasa Media Massa Cetak*. Media Litbangkes, VII (03), 33-36