

WACANA IKLAN KESEHATAN DI TV INDOSIAR SEBAGAI ALTERNATIF MATERI PELAJARAN MENULIS IKLAN KELAS VIII SMP

MUHAMMAD RIZQON HILMI
Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris,
Universitas PGRI Semarang
rizqonhilmi@gmail.com

Dikirim: 27 November 2020

Diterima: 15 Januari 2021

Abstrak

Penelitian ini berlatarbelakang analisis buku teks bahasa Indonesia kelas VIII SMP, ditemukan contoh teks iklan yang tidak sesuai dengan kemampuan siswa SMP dan belum bervariasi sehingga membuat siswa sulit mengungkapkan idenya dalam bentuk tulisan yang berwujud teks iklan. Dari alasan tersebut, peneliti mengadakan penelitian wacana iklan kesehatan di TV Indosiar sebagai alternatif materi pelajaran menulis iklan kelas VIII SMP. Rumusan masalah penelitian adalah : 1). Bagaimanakah wujud wacana iklan kesehatan di TV Indosiar sebagai alternatif materi pelajaran menulis iklan kelas VIII SMP? 2). Dapatkah wacana iklan kesehatan di TV Indosiar dijadikan sebagai alternatif materi pelajaran menulis iklan kelas VIII SMP? Adapun tujuan penelitian ini adalah : 1). Mendeskripsikan wujud wacana iklan kesehatan di TV Indosiar sebagai alternatif materi pelajaran menulis iklan kelas VIII SMP. 2). Mendeskripsikan dapat atau tidaknya wacana iklan kesehatan di TV Indosiar dijadikan sebagai alternatif materi pelajaran menulis iklan kelas VIII SMP. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa iklan kesehatan di TV indosiar. Data penelitian berupa iklan obat-obatan di TV Indosiar seperti; Iklan Fungiderm, (Obat Gatal karena Jamur), Tolak Angin, (Obat batuk Herbal), Oskadon, (Obat Sakit Kepala), Bodrex, (Obat Flu dan Demam), serta Bintang Tujuh, (Obat sakit Panas Dalam), Teknik penyediaan data dilakukan dengan cara menyimak langsung tayangan iklan obat-obatan pada Teve Indosiar. Untuk memudahkan penyimakan dilakukan perekaman data. Teknik ini memungkinkan peneliti dapat melakukan pendataan secara focus, dan teliti, karena penyimakan dapat dilakukan berulang-ulang sesuai kebutuhan. Bersamaan dengan teknik penyimakan ini adalah teknik transkripsi data. Artinya ketika proses menyimak berlangsung, peneliti sekaligus melakukan transkripsi data. Pengolahan data diawali dengan kegiatan mengklasifikasikan data. Karena datanya berupa fenomena bahasa, klasifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua iklan menggunakan wacana persuasif, tetapi ada juga yang menggunakan wacana ekspositorik.

Kata Kunci: wacana, iklan, iklan kesehatan, menulis iklan, alternatif materi pelajaran

PENDAHULUAN

Manusia dalam kehidupan sehari-hari menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi. Bahasa digunakan untuk berinteraksi, bekerja sama, dan menyampaikan informasi baik secara tersirat maupun tersurat. Penggunaan bahasa dijumpai di berbagai tempat dan kesempatan. Bahasa juga dipelajari, diantaranya di dunia pendidikan, seperti bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa asing. Dalam kaitannya dengan penulisan skripsi ini yang akan dibahas adalah pembelajaran bahasa Indonesia.

Fokus pembahasan dalam tulisan ini adalah penggunaan bahasa Indonesia dalam wacana iklan kesehatan di TV sebagai alternatif materi pelajaran menulis. Salah satu kompetensi dasar dalam Kurikulum 2013, mata pelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII berbunyi: Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Berdasarkan analisis buku teks kelas VIII pada materi KD tersebut, ditemukan contoh teks iklan yang tidak sesuai dengan kemampuan siswa. Hal itu dapat dicermati melalui kurikulum 2013. Di samping itu materi iklan dalam buku teks kurang memadai.

Iklan dapat dijumpai di berbagai media cetak maupun elektronik. Penelitian ini hanya difokuskan pada iklan media elektronik. Agar analisisnya lebih mengerucut, lebih khusus lagi penelitian dilakukan terhadap iklan kesehatan. Seperti diketahui banyak cara produsen menawarkan obat, pemilihan bahasa (diksi, gaya bahasa, dll) bervariasi. Hal ini menarik untuk diteliti, untuk dijadikan alternatif materi pelajaran bahasa Indonesia.

Sementara itu dipilihnya TV Indosiar, didasarkan pada besarnya jumlah pemirsa. Menurut [Dkatadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/tingkat-kepemirsaaan) menginformasikan bahwa TV Indosiar menempati peringkat pertama dalam hal tingkat kepemir-

saan televisi (<https://databoks.katadata.co.id/tingkat-kepemirsaaan>).

Menurut hasil peneliti penelitian tentang iklan khususnya iklan kesehatan sebagai alternatif materi belum pernah ada. Atas dasar itulah penelitian skripsi ini diberi judul “Wacana Iklan Kesehatan di TV Indosiar Sebagai Alternatif Materi Pelajaran Menulis Iklan Kelas VIII SMP”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini didesain dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dasarnya karena data penelitian merupakan fenomena bahasa. Sifat bahasa yang lentur akan berpengaruh terhadap interpretasi peneliti berdasarkan pemahamannya terhadap makna yang dibentuk dari berbagai peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. Bogdan & Biklen (dalam Sutopo, 2006: 28-29), lebih menegaskan atas dasar itu penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pengertian atas subjeknya dari pandangan subjek itu sendiri. Oleh karena itu penelitian ini bersifat multiperspektif, dan karena itu pula penelitian kualitatif juga bersifat holistic. Terdapat tiga factor yang mengindikasikan sifat ini, yaitu latar belakang terjadinya sesuatu (factor genetic), kondisi actual sasaran yang dikaji (faktor objektif), dan dampak atau pengaruh yang dihasilkan (persepsi) (factor afektif).

Sumber Data dan Data

Sumber data penelitian ini adalah Iklan obat-obatan yang ditayangkan di Teve Indosiar. Adapun datanya adalah sepuluh iklan obat-obatan yang dipilih atas dasar cuplikan, yaitu 1. Iklan Fungiderm, (Obat Gatal karena Jamur), 2. Tolak Angin, (Obat batuk Herbal), 3. Oskadon, (Obat Sakit Kepala), 4. Bodrex, (Obat Flu dan Demam), serta Fresh Care, (Obat Penghilang Rasa Nyeri).

Teknik Penyediaan Data

Data dalam penelitian ini disediakan dengan cara menyimak langsung tayangan iklan obat-obatan pada Teve indosiar. Untuk memudahkan penyimak dilakukan perekaman data. Teknik ini memungkinkan peneliti dapat melakukan pendataan secara focus, dan teliti, karena penyimak dapat dilakukan berulang-ulang sesuai kebutuhan. Tujuannya tidak lain adalah agar peneliti dapat menangkap fenomena bahasa iklan secara sempurna, sebagaimana peristiwa kebahasaannya.

Bersamaan dengan teknik penyimak ini adalah teknik transkripsi data. Artinya ketika proses menyimak berlangsung, peneliti sekaligus melakukan transkripsi data. Yaitu pemindahan data dari data elektronik ke dalam data tulis.

Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data diawali dengan kegiatan mengklasifikasikan data. Karena datanya berupa fenomena bahasa, klasifikasi

Teknik Penyajian Hasil Pengolahan Data

Teknik penyajian hasil analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu mendeskripsikan hasil analisis objek penelitian yang diperoleh dari data dokumentasi, simak, catat. Kemudian hasil analisis data tersebut satu persatu diberikan pemaparan berupa kalimat bukan angka dengan memberikan penjelasan secukupnya berdasarkan kecukupan penjelasan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Klasifikasi Data

N1: “Bodrex!”(SU)

N2: “(L1) abli (P1) nya (S1) atasi sakit kepala (WE), dengan (K1) smart, formula cepat, redakan (Ko1) sakit kepala (R1).

N1: “Bodrex! Terus menangkan harimu!”(SL)

N1: “*Bintang Tujub Panas Dalam*”(SU)

N2: “A...S...Li! *Alang-alang, Selasih (Ko2), dan (K2) Lidah Buaya.*

“Kalau panas dalam, ya (KW1) *Bintang Tujub Panas Dalam!*”(R2)

N3: “A...S...Li! (R3) *Panas dalam..., pergi!*”(SL)

N1: “*Nyeri otot punggung, badan (Ko3) pegal linu (Ko4)...*”

N2: “Minum Oskadon SP!”(WP)

N1: “Tolak Angin (SU) berhasil mengembangkan Tolak Angin (R4) bebas gula dan (K3) Tolak Angin (R5) Madu.”

N2: “Tolak Angin bebas gula (R6) untuk (K4) penderita masuk angin yang (K5) diabetes.”

N3: “Tolak Angin bebas gula (R7) dan Tolak Angin Madu (R8) rasa dan (K6) khasiatnya (koKo5) sama.

N4: “Orang pintar kalau masuk angin (R9), minum Tolak Angin (R10)!”.(KW5)

N1: “Aduuuh...gatal sekali...”

N2: “Oleskan Fungiderm (SU), gatal-gatal (R10) pasti hilang!” (WP)

N3: “Fungiderm (R11), salep obat pembasmi *Jamur dan (K6) Kutu Air.*”

N4: “Fungiderm (R12), sekali oles gatal-gatal pasti hilang!” (KW5)

Pengolahan Data

Jenis Tulisan

Jika dilihat dari wujud tulisannya, pada data iklan di atas ditemukan dua jenis tulisan, yaitu wacana persuasive, dan wacana ekspositorik.

Wacana Persuasif

Pada umumnya iklan memiliki kekha-

san bahasa, yaitu bersifat persuasive. Wacana persuasive pada iklan berfungsi menarik perhatian pemirsa atau pendengar agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Berikut ini adalah contoh-contoh data yang ditemukan.

N2: “Minum Oskadon SP! Pada data tersebut termasuk wacana persuasif karena bersifat mengajak pemirsa ataupun pendengar untuk mengonsumsi obat Oskadon SP, apabila kita sedang mengalami sakit kepala.

N2: “Oleskan Fungiderm , gatal-gatal pasti hilang!”

Pada data tersebut tergolong wacana persuasif karena bersifat membujuk pemirsa ataupun pendengar untuk membeli dan mengonsumsi obat salep tersebut. Sifat membujuk tersebut terlihat jelas pada kalimat oleskan yang seolah-olah menyuruh pemirsa ataupun pendengar untuk oleskan salep tersebut, jika mengalami gatal-gatal, dengan sifat membujuk tersebut bertujuan untuk membuat pemirsa membeli produk obat salep tersebut.

Wacana Ekspositorik

Ternyata pada sebuah iklan tidak hanya ditemukan wacana persuasif, tetapi ada juga yang memiliki wacana ekspositorik yang bersifat membujuk pendengar ataupun pemirsa. Wacana ekspositorik tersebut ditemukan pada iklan obat Bodrex. Berikut ini contoh data yang ditemukan tersebut

N2: “Bodrex ahli nya atasi sakit kepala”

Pada data tersebut termasuk termasuk wacana ekspositorik karena pada data tersebut berisi masalah sekaligus memberikan solusi terhadap suatu permasalahan. Solusi yang dimaksud pada data tersebut adalah solusi minum suatu produk obat jika mengalami sakit kepala.

Wacana

Jika dilihat dari karakteristik utama wacana, pada data iklan di atas ditemukan tiga karakteristik utama, yaitu bersifat kohesi gramatikal, kohesi leksikal, dan memiliki keutuhan wacana. Berikut ini adalah contoh-contoh data yang ditemukan

Kohesi gramatikal

Pada umumnya kohesi dalam wacana berfungsi untuk membentuk ikatan sintaktikal yang memiliki makna. Pada jenis kohesi gramatikal ditemukan berbagai jenis kata yang memiliki fungsi tertentu. Kata-kata tersebut seperti memiliki fungsi sebagai subjek utama, elipsis, pengacuan, konjungsi. Berikut ini akan dijelaskan masing-masing jenis kata tersebut.

Pertama, Kata yang pada umumnya digunakan sebagai subjek utama adalah nama produk atau jenis produk yang ditawarkan dalam iklan, seperti produk Bintang tujuh panas dalam, Bodrex, Tolak angin dll.

Berikut ini adalah contoh data-data yang ditemukan.

N1: “*Bintang Tujuh Panas Dalam*”

Pada data tersebut termasuk subjek utama dalam iklan, karena dalam iklan tersebut mempromosikan nama produk obat yang sedang ditawarkan. Produk obat tersebut tentu saja berupa kata benda yaitu obat panas dalam.

N1: “*Bodrex!*”

Pada data tersebut termasuk subjek utama dalam iklan, karena dalam iklan tersebut mempromosikan dengan kencang dengan cara menyebut nama produk obat tersebut dengan intonasi kencang. Hal tersebut terlihat pada tanda baca yang digunakan.

N1: “Tolak Angin berhasil mengembangkan Tolak Angin bebas gula dan Tolak Angin Madu.”

Pada data tersebut termasuk subjek utama dalam iklan, karena fokus utama

pada iklan tersebut adalah membicarakan tentang keunggulan produk obat tersebut yang disertai dengan nama produk obat tersebut.

N2: “Oleskan Fungiderm , gatal-gatal pasti hilang!”

Pada data tersebut termasuk subjek utama dalam iklan yang berupa anjuran untuk memanfaatkan khasiat produk obat. Anjuran tersebut disertai dengan nama produk obat tersebut.

Kedua, kata elipsis yang terdapat pada data iklan di atas hanya ada pada iklan produk obat sakit kepala bodrex. Kata elipsis ditunjukkan di belakang kata ahlinya, karena sebenarnya sebelum kata ahlinya tersebut terdapat kata **Bodrex**, yang merupakan nama produk obat tersebut. Berikut ini adalah contoh data yang ditemukan.

N2: “..... *abli nya atasi sakit kepala , dengan smart, formula cepat*, redakan sakit kepala”.

Pada data tersebut termasuk elipsis, karena sebenarnya sebelum kata ahlinya ada sebuah kata yang sengaja dilesapkan. Hal tersebut bertujuan agar tidak membuat bosan pemirsa televisi.

Ketiga, kata pengacuannya yang ada pada data iklan di atas hanya ada pada iklan obat Bodrex. Kata pengacuan tersebut ditunjukkan oleh kata “nya” yang bersifat mewakili. Kata nya yang dimaksud di situ adalah nama obat tersebut yaitu obat Bodrex. Berikut ini adalah contoh data yang ditemukan.

N2: “ *abli nya atasi sakit kepala , dengan smart, formula cepat*, redakan sakit kepala .

Keempat, kata substitusi yang ada pada data iklan di atas hanya terdapat pada iklan obat Bodrex. Kata substitusi tersebut diwakili oleh kata atasi yang berfungsi menunjukkan salah satu khasiat obat Bodrex tersebut. Berikut ini adalah contoh data yang ditemukan.

N2: “ *abli nya atasi sakit kepala , dengan smart, formula cepat*, redakan sakit kepala .

Terakhir, ada kata konjungsi yang terdapat pada data iklan di atas ada pada Iklan obat Bodrex, obat Bintang Tujuh panas dalam, obat Tolak angin, dan obat Fungiderm. Kata konjungsi tersebut berupa kata seperti dengan, dan, untuk, yang. Berikut ini adalah contoh data-data yang ditemukan.

N2: “Dengan smart, formula *cepat*,

Pada data tersebut termasuk jenis kata konjungsi yang dalam hal ini berfungsi sebagai penghubung dengan kata lain. Penghubung yang dimaksud di sini bermakna sebagai cara dengan minum produk obat tersebut.

N2: *„Selasih* , dan Lidah Buaya. Pada data tersebut termasuk jenis kata konjungsi yang berfungsi sebagai penghubung kata benda (Selasih) dengan kata benda lain (Lidah Buaya), sehingga memiliki makna yaitu jumlah.

N1: *„Tolak Angin* bebas gula dan Tolak Angin Madu.”

Pada data tersebut termasuk jenis kata konjungsi yang berfungsi sebagai penghubung antara kalimat dengan kata benda. Penghubung yang dimaksud di sini berfungsi untuk menambah informasi tentang perkembangan obat Tolak angin kepada pemirsa.

N2: “Tolak Angin bebas gula **untuk** penderita masuk angin yang diabetis”.

Pada data tersebut tergolong jenis kata konjungsi yang berfungsi sebagai penghubung antara kalimat dengan kalimat. Dengan adanya konjungsi tersebut makna kalimat dapat dipahami yaitu memiliki makna tentang fungsi obat tolak angin

N2: “Tolak Angin bebas gula **untuk** penderita masuk angin **yang** diabetis”.

Pada data tersebut termasuk jenis kata konjungsi yang berfungsi sebagai penghu-

bung antara kalimat yang satu dengan kalimat yang lain. Dengan adanya konjungsi tersebut makna kalimat dapat dipahami yaitu memiliki makna khusus seseorang yang memiliki sakit tertentu

N2:” salep obat pembasmi *Jamur dan Kutu Air*.”

Pada data tersebut tergolong jenis kata konjungsi yang berfungsi sebagai penghubung antara kalimat dengan kata. Penghubung tersebut dalam iklan tersebut memiliki makna lebih dari satu khasiat obat Fungiderm tersebut.

Kohesi Leksikal

Secara umum kohesi leksikal pada wacana berupa kata atau frasa bebas yang mampu mempertahankan hubungan kohesif dengan kalimat sehingga membentuk makna yang utuh yang dapat dipahami oleh pendengar ataupun pemirsa. Pada jenis kohesi leksikal ditemukan berbagai jenis kata yang memiliki sifat tertentu. Kata kata tersebut seperti misalnya, repetisi dan kolokasi. Kata-kata repetisi ada pada semua data iklan di atas kecuali data iklan obat Oskadon. Kata-kata kolokasi juga terdapat pada semua data iklan di atas kecuali data iklan obat Fungiderm. Berikut ini adalah contoh data-data yang ditemukan.

N2:”*abli nya atasi sakit kepala, dengan K1 smart, formula cepat, redakan sakit kepala*”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berfungsi menegaskan fungsi dari obat Oskadon tersebut.

N1: “*Bintang Tujub Panas Dalam*”

N2: “A...S...Li! *Alang-alang, Selasih, dan Lidah Buaya. “ Kalau panas dalam, ya Bintang Tujub Panas Dalam!*”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berfungsi menyampaikan solusi jika seseorang mengalami sakit kepala. Solusi tersebut disampaikan melalui saran memilih nama produk obat sakit kepala.

N2: “A...S...Li! *Alang-alang, Selasih, dan Lidah Buaya. “ Kalau panas dalam, Bintang Tujub Panas Dalam!*”

N3: “A...S...Li! *Panas dalam..., pergi!*”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berfungsi untuk menegaskan bahan alami yang digunakan untuk memproduksi produk obat tersebut.

N1: “Tolak Angin berhasil mengembangkan Tolak Angin bebas gula dan Tolak Angin Madu.”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berupa penegasan terhadap nama produk obat dan salah satu keunggulan yang ada pada produk obat tersebut.

N2: “Tolak Angin bebas gula untuk penderita masuk angin yang diabetis.”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berupa penegasan terhadap salah satu kelebihan produk obat.

N2 : “Tolak Angin bebas gula dan Tolak Angin Madu”

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berfungsi mengulang menegaskan salah satu keunggulan produk obat yang bertujuan untuk menakutkan pemirsa.

N4: Orang pintar kalau masuk angin , minum Tolak Angin

Pada data tersebut terdapat jenis kata repetisi yang berfungsi memberikan solusi jika sedang sakit kepala maka perlu minum produk obat tersebut.

N2: “Oleskan Fungiderm , gatal-gatal pasti hilang!”

N3: “Fungiderm , salep obat pembasmi *Jamur dan Kutu Air*.”

N4: “Fungiderm, sekali oles gatal-gatal pasti hilang!

Pada data tersebut termasuk jenis kata repetisi yang berfungsi menegaskan nama produk obat dan menyampaikan salah satu fungsi produk obat tersebut.

N2: “ *abli nya atasi sakit kepala dengan*

smart, formula *cepat*, redakan sakit kepala”

Pada data tersebut tergolong jenis kata kolokasi yang diwakili oleh kelompok kata tentang kecepatan kepandaian seseorang. Kata-kata tersebut yaitu, *smart*, formula *cepat*.

N2: “A...S...Li! *Alang-alang, Selasih* dan Lidah Buaya”.

Pada data tersebut terdapat jenis kata yang termasuk kata kolokasi yang diwakili oleh kelompok kata tentang jenis bahan herbal dari suatu produk obat. Kata-kata tersebut yaitu, “A.... S...Li”! “Alang-alang, Selasih”.

N1: “*Nyeri otot punggung, badan pegal linu*”

Pada data tersebut terdapat jenis kata yang termasuk kata kolokasi yang diwakili oleh kelompok kata tentang jenis rasa capek yang terdapat pada badan seseorang yaitu, ada kata “nyeri”, “otot punggung”, dan ada kata “badan”, “pegal linu.”

Keutuhan Wacana

Pada umumnya keutuhan wacana berfungsi untuk membentuk satu kepaduan antar kalimat yang memiliki makna yang dapat dipahami.

Pada keutuhan wacana di atas ditemukan beberapa keutuhan wacana yang memiliki fungsi tertentu. Berikut ini adalah contoh-contoh data yang ditemukan.

N2: “ Kalau panas dalam, *ya Bintang Tujub Panas Dalam!*”

Pada data tersebut termasuk sarana kepaduan wacana penanda hubungan sebab-akibat. Hal tersebut dapat dilihat dari seseorang yang menyampaikan masukan terhadap pemirsa, apabila merasakan sakit panas dalam, disarankan untuk minum produk obat tersebut.

N4: “Orang pintar kalau masuk angin (R9), minum Tolak Angin!”. Pada data tersebut termasuk sarana kepaduan wacana penanda hubungan latar-kesimpulan. Hal

tersebut dapat dilihat dari kalimat yang menunjukkan keterangan kondisi atau keadaan otak seseorang yang dibarengi dengan kesimpulan berupa kegiatan minum produk obat tersebut.

N4: “Fungiderm, sekali oles gatal-gatal pasti hilang!”

Pada data tersebut termasuk sarana kepaduan wacana penanda hubungan latar-kesimpulan. Hal tersebut dapat dilihat dari kata sebuah produk obat yang disertai kesembuhan jika seseorang menggunakannya.

Iklan

Pada umumnya iklan adalah suatu kegiatan mempromosikan suatu barang atau jasa oleh pihak tertentu kepada para pemirsa ataupun pendengar yang dapat menguntungkan produk ataupun dapat juga membangun citra image positif yang dibangun oleh perusahaan produk tersebut. Selain itu iklan juga biasanya sering disertai dengan fakta-fakta yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, seperti misalnya tentang solusi penyakit, mayoritas masyarakat menggunakan obat tertentu sesuai dengan penyakit yang sedang dideritanya.

Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah penelitian yang meneliti iklan yang bersifat Corporate. Hal tersebut karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa iklan obat-obatan yang biasa digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Bahasa

Kaidah Kebahasaan

Bahasa yang digunakan dalam iklan lazimnya menggunakan bahasa yang bersifat mengajak, membujuk, menyakinkan pemirsa terhadap barang ataupun jasa yang sedang ditawarkan oleh perusahaan tertentu. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kebahasaan yang terdapat dalam

data penelitian ini menggunakan kalimat persuasif dan menggunakan subjek orang pertama.

Kalimat persuasif tersebut berupa kalimat ajakan, perintah, penegasan dll yang dapat mempengaruhi pemirsa ataupun pendengar untuk membeli dan mengonsumsi produk obat yang ditawarkan, sedangkan subjek orang pertama yang digunakan berupa nama produk tertentu yang sedang ditawarkan oleh perusahaan tertentu.

Media

Lazimnya Perusahaan obat tertentu perlu menggunakan sarana tertentu dalam menyampaikan iklan kepada pemirsa ataupun pendengar di masyarakat. Sarana tersebut sering kita sebut sebagai media perantara dalam menyampaikan hal tersebut.

Di zaman sekarang ini sudah terkenal dengan zaman yang modern, sehingga segala sesuatu hal yang diinginkan seseorang yang dalam hal ini perusahaan obat tertentu dapat tercapai secara cepat, termasuk dalam menyampaikan sebuah produk obat tertentu.

Perusahaan dapat menggunakan media elektronik berupa televisi untuk mempromosikan produk obat dari perusahaan tersebut. Dengan menggunakan media televisi tersebut dapat didengar, dilihat, dan dipahami isi iklan tersebut. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam iklan televisi merupakan salah satu iklan elektronik yang bermanfaat bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Pembahasan

Pada pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai penggunaan bahasa iklan kesehatan yang ditayangkan di TV Indosiar serta pemanfaatannya dalam pembelajaran siswa jenjang SMP. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data iklan obat-

obatan yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah peneliti analisis tentang penggunaan bahasanya. Iklan kesehatan yang ditayangkan di TV Indosiar pada umumnya menggunakan kalimat persuasif. Dapat dikatakan kalimat persuasif karena pada iklan kesehatan tersebut pada umumnya bersifat membujuk, mengajak, dan meyakinkan pemirsa ataupun pendengar terhadap produk obat yang sedang ditawarkan.

Selain menggunakan kalimat persuasif pada iklan kesehatan yang ditayangkan di TV Indosiar juga menggunakan subjek utama berupa nama produk obat seperti obat Bodrex, Tolak angin, Bintang tujuh, dll. Kalimat persuasif dalam iklan tersebut dapat diwujudkan melalui bantuan kedua jenis kohesi dalam wacana yaitu kohesi gramatikal dan kohesi leksikal.

Kohesi gramatikal dalam wacana iklan biasa berupa konjungsi, substitusi, pengacuan, dan elipsis. Pada umumnya kohesi gramatikal yang terdapat dalam wacana berupa konjungsi yang diwakili oleh kata **“dan”, “dengan”, “yang”, “untuk”**. Selain penggunaan konjungsi dalam iklan juga terdapat beberapa iklan yang menggunakan substitusi, pengacuan, dan elipsis. Substitusi dalam iklan mewakili nama produk, keunggulan produk, ataupun khasiat produk yang sedang ditawarkan. Pengacuan pada iklan umumnya mengacu kepada produk yang sedang ditawarkan. Elipsis pada iklan juga umumnya menuju kepada nama produk yang ditawarkan. Elipsis di sini berguna untuk menghilangkan kebosanan pemirsa ataupun pendengar dalam menyimak, melihat, dan mencermati isi iklan yang sedang ditawarkan.

Selain penggunaan kohesi gramatikal, dalam iklan juga terdapat penggunaan kohesi leksikal. Kohesi leksikal tersebut berupa repetisi dan kolokasi. Pada umumnya

iklan kesehatan menggunakan fungsi dari repetisi yang diaplikasikan dengan pengulangan nama produk obat yang sedang ditawarkan kepada pemirsa. Hal tersebut bertujuan agar pemirsa selalu ingat terhadap nama produk obat yang sedang ditawarkan pada saat pemirsa menonton televisi. Selain penggunaan repetisi ada juga iklan kesehatan yang menggunakan kolokasi yang berupa kata-kata yang memiliki hubungan erat. Penggunaan kolokasi tersebut berfungsi menghibur pemirsa dan lebih mempromosikan produk obat yang ditawarkan. Misalnya kelompok kata **“nyeri” “otot” “pungung” “smart” “formula” “cepat”**.

Ternyata setelah peneliti analisis pada penggunaan bahasanya, tidak semua iklan obat-obatan di televisi termasuk jenis wacana persuasif. Akan tetapi ternyata ada satu iklan yang termasuk wacana ekspositorik yaitu iklan Bodrex (obat sakit kepala).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti pada penggunaan bahasa yang terdapat dalam iklan obat-obatan di TV Indosiar dapat disimpulkan bahwa:

Ternyata untuk menampilkan iklan untuk menawarkan produk yang menarik terhadap pemirsa samapun pendengar dari wujud mereka tidak harus menggunakan wacana yang bersifat persuasif, tetapi bisa juga menggunakan wacana ekspositorik.

Siswa memang harus memiliki kemampuan untuk menulis iklan.

Pengetahuan tentang menulis iklan dibutuhkan oleh siswa, agar dalam kehidupan sehari-hari mereka bisa memanfaatkan informasi iklan untuk kepentingan pribadi, seperti apabila sakit kepala minum obat sakit kepala.

Wacana iklan tidak selalu bersifat persuasif, tetapi dapat juga bersifat ekspositorik

Berdasarkan penelitian yang telah di-

lakukan perlu diberikan saran sebagai berikut.

Kepada Siswa

Siswa hendaknya memanfaatkan fasilitas di rumah yang dalam hal ini TV untuk menonton iklan dan memperhatikan dan mencermati penggunaan bahasa yang digunakan oleh pemeran iklan dan narator iklan dalam iklan tersebut.

Kepada Guru

Guru hendaknya dalam materi pembelajaran menulis iklan, mencoba untuk menggunakan contoh iklan yang terdapat di TV Indosiar sebagai bahan belajar siswa di sekolah.

Kepada Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat lebih termotivasi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2002). *Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Rosda
- Arikunto. S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dalman. (2015). *Penulisan Populer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alwi, H. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, H. (2001). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianti, A. (2004). *Analisis Wacana*. Bandung: Pakar Raya.
- Rahardi, K. (2005). *Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyana. (2005). *Teori, Metode dan Aplikasi*

- Prinsip-prinsip analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nurdin. (2008). *Bahasa Indonesia 3*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Majadikara, A. S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurmajal, D., Sumirat, W., & Darwis, R. (2011). *Terampil Berbahasa Menyusun Karya Tulis Akademik, Memandu Acara (MC-Moderator) dan Menulis Surat*. Bandung: Alfabeta.
- Rustono. (1996). *Kajian Tindak Tutur*. Jakarta: Grafindo.
- Rohmadi, M., & Wijana, P. (2009). *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian dan Analisis*. Surakarta: Yuna Pustaka.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta..
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarlam. (2009). *Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Sumarlam. (2003). *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka.
- Suyono. (1990). *Pragmatik*. Malang: Yayasan Asih Asuh.
- Tarigan, H. G. (2008). *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Undang –Undang No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 19 Tahun 2005.
- Yunus, S. (2015). *Kompetensi Menulis Kreatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.