



**WACANA IKLAN TERTULIS BERBAHASA INDONESIA  
PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DALAM MAJALAH**

**SKRIPSI**

Oleh

**Diah Rohmawati Notasiah  
NIM 090210402005**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2013**



**WACANA IKLAN TERTULIS BERBAHASA INDONESIA  
PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DALAM MAJALAH**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

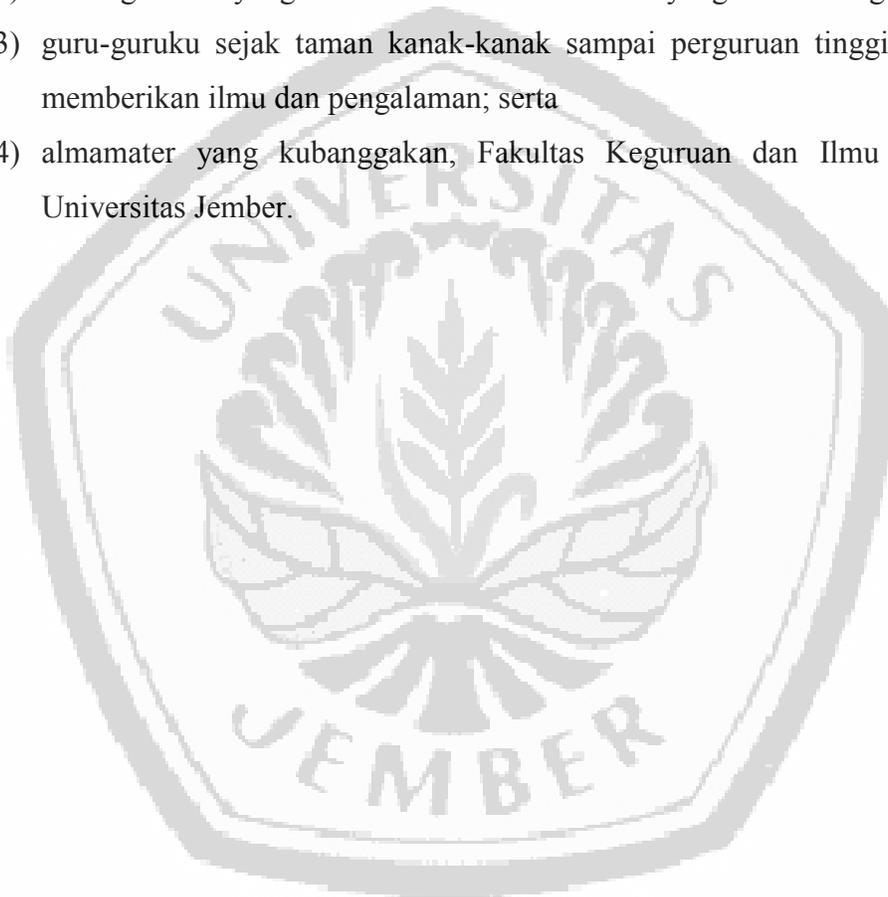
**Diah Rohmawati Notasiah  
NIM 090210402005**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) kedua orang tua, ibunda Sriatun dan ayahanda Sukidi yang selalu mencurahkan kasih sayang dan tak henti-hentinya mendoakan ananda;
- 2) keluarga besar yang selalu mencurahkan kasih sayang dan dukungan;
- 3) guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman; serta
- 4) almamater yang kubanggakan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.



## MOTO

Hidup ini tidak mudah, maka janganlah lebih mempersulitnya. \*)



---

\*) Mario Teguh dalam situs jejaring sosial MTFB [13 April 2013]

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Diah Rohmawati Notasiah

NIM : 090210402005

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Wacana Iklan Tertulis Berbahasa Indonesia pada Produk Makanan dan Minuman dalam Majalah” adalah benar-benar hasil karya sendiri. Kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 April 2013

Yang menyatakan

Diah Rohmawati Notasiah  
NIM 090210402005

**SKRIPSI**

**WACANA IKLAN TERTULIS BERBAHASA INDONESIA  
PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DALAM MAJALAH**

Oleh

**Diah Rohmawati Notasiah**  
**NIM 090210402005**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Muji, M.Pd.

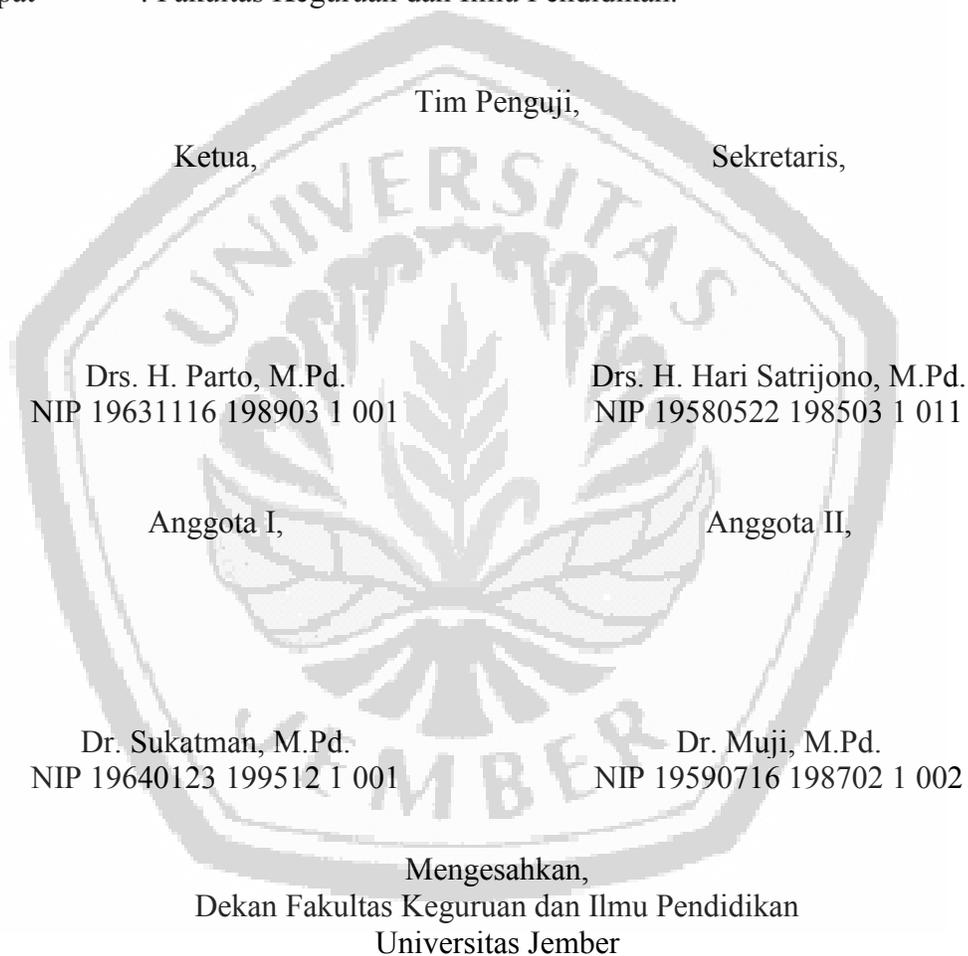
Dosen Pembimbing Anggota : Drs. H. Hari Satrijono, M.Pd.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Wacana Iklan Tertulis Berbahasa Indonesia pada Produk Makanan dan Minuman dalam Majalah” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 19 April 2013

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.



Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.  
NIP 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

**Wacana Iklan Tertulis Berbahasa Indonesia pada Produk Makanan dan Minuman dalam Majalah;** Diah Rohmawati Notasih; 2013:69 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Majalah memberikan informasi mengenai banyak hal termasuk produk yang dihasilkan oleh produsen. Informasi mengenai suatu produk lebih dikenal dengan istilah iklan. Melalui iklan produsen memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas selaku calon konsumen. Bahasa dalam iklan bertujuan untuk menarik calon konsumen agar menggunakan produk yang diiklankan. Untuk dapat memahami maksud dalam iklan perlu dikaji mengenai struktur, konteks serta fungsi bahasa dalam iklan.

Kajian pada penelitian ini terdiri atas tiga rumusan masalah, yaitu mengenai (1) struktur iklan makanan dan minuman pada majalah; (2) konteks iklan makanan dan minuman pada majalah, dan (3) fungsi bahasa iklan makanan dan minuman pada majalah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan (1) struktur iklan makanan dan minuman pada majalah; (2) konteks iklan makanan dan minuman pada majalah; dan (3) fungsi bahasa iklan makanan dan minuman pada majalah.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan rancangan kualitatif. Data dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik dokumentasi. Data berasal dari 3 majalah yang dipilih berdasarkan jenis majalah yaitu majalah wanita diwakili oleh Nova, majalah ibu dan anak diwakili oleh Nakita serta majalah berisi resep diwakili oleh Saji. Prosedur dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahap yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan penyelesaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur iklan makanan dan minuman pada majalah terdiri atas butir utama, butir penjas, dan butir penutup. Butir utama iklan terdiri atas 5 proporsi yaitu: (a) kalimat yang memberikan keuntungan bagi calon konsumen; (b) kalimat judul dan sub judul berupa merek produk dengan istilah

asing atau terkesan unik; (c) kalimat tanya yang ditujukan kepada konsumen sesuai dengan khalayak sasaran; (d) perintah kepada calon konsumen untuk melakukan sesuatu; (e) ungkapan yang ditujukan kepada sasaran konsumen tertentu.. Butir penjabar iklan terdiri atas 3 proporsi yaitu: (a) alasan subjektif; (b) alasan objektif; serta (c) campuran alasan subjektif dan objektif. Butir penutup iklan dikembangkan dengan 5 teknik yaitu: (a) teknik keras berupa tuntutan kepada calon konsumen untuk bertindak dengan cepat; (b) teknik lunak yang bertujuan mengingatkan nama maupun keunggulan produk; (c) campuran teknik keras dan lunak; (d) campuran teknik lunak dan butir pasif yang berisi informasi lebih mengenai produk; (e) serta campuran teknik keras dan butir pasif.

Koteks iklan produk makanan dan minuman pada majalah terdiri atas konteks sosial dan ekonomi. Konteks ekonomi meliputi topik pemberian hadiah dan pemberian potongan harga. Konteks sosial budaya meliputi topik menyajikan makanan istimewa, pola hidup instan, kebersamaan keluarga, mendukung pertumbuhan anak, dan menjaga kesehatan ibu hamil. Fungsi bahasa yang ditemukan meliputi: (a) fungsi informasi berupa rasa, bahan, keunggulan, kandungan, manfaat, dan memberitahukan produk baru; (b) fungsi persuasi berupa ajakan untuk melakukan sesuatu; (c) fungsi mempercepat keputusan berupa perintah untuk segera membuat keputusan tanpa menunda; (d) fungsi meneguhkan keputusan dengan meyakinkan konsumen untuk tetap menggunakan produk tertentu; dan (e) Fungsi membangun citra untuk membentuk citra positif produk pada calon konsumen.

Saran yang diberikan sebagai berikut: a) dosen pembina mata kuliah Analisis Wacana dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan diskusi khususnya pada materi analisis wacana tekstual; b) dosen pembina mata kuliah Metodologi penelitian dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai contoh penelitian kualitatif; c) peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan kajian lain mengenai iklan persuasif; d) guru bahasa Indonesia SMP dan SMA diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai materi bahan ajar dalam pembelajaran menulis iklan dan analisis wacana.

## PRAKATA

Syukur alhamdulillah kehadirat Allah Swt., atas segala rahmat dan karuniaNya. Seingga skripsi berjudul “Wacana Iklan Tertulis Berbahasa Indonesia pada Produk Makanan dan Minuman dalam Majalah” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih diucapkan kepada:

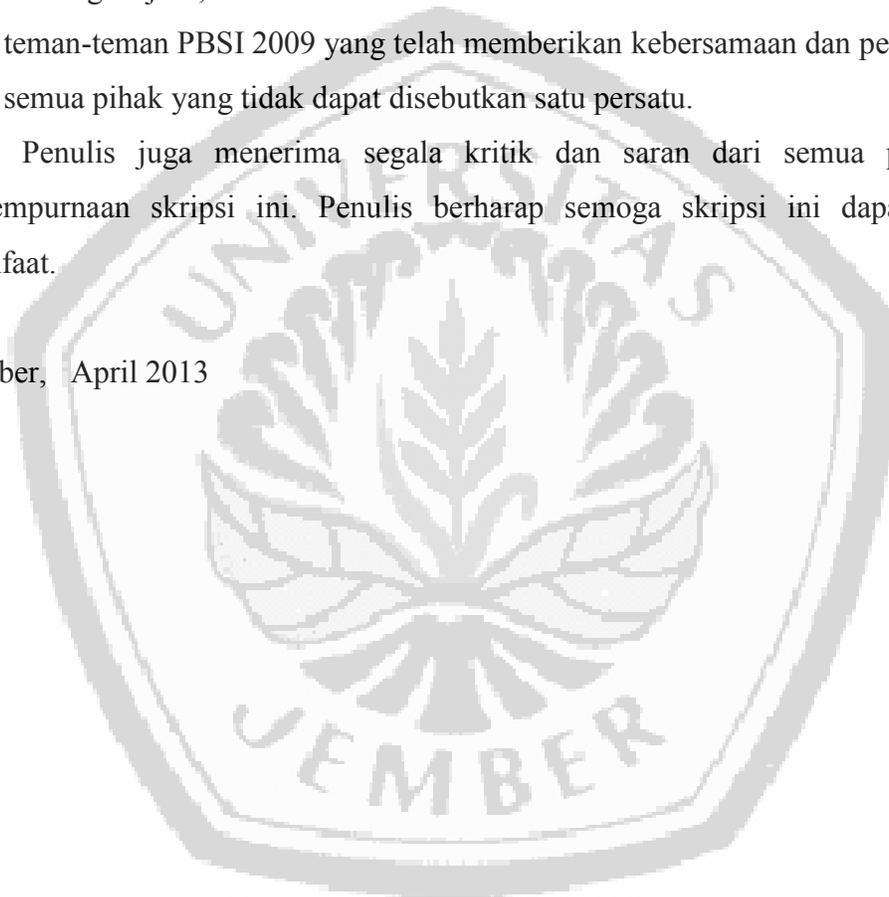
- 1) Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan FKIP;
- 2) Dr. Sukatman, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Seni sekaligus dosen pembahas skripsi;
- 3) Rusdhianti Wuryaningrum, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia;
- 4) Drs. Arief Rijadi, M.Si., M.Pd., dan Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing penulis selama menjadi mahasiswa;
- 5) Dr. Muji, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Hari Satrijono, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
- 6) Drs. Parto, M.Pd. selaku ketua penguji skripsi;
- 7) seluruh dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan pengalaman;
- 8) kedua orangtuaku, ibunda Sriatun dan ayahanda Sukidi yang selalu memberi dukungan, semangat dan doa;
- 9) Fery Indra Yosafat, sahabat istimewa dalam setiap doa dan langkah;
- 10) Okky Dwi Permana Saputra, adikku yang selalu memberikan semangat dan doa;

- 11) Sholihatun Nazilah, Dwi Susanti, Nurina Anggun, Fify Dyna, sahabat lama yang tak tergantikan;
- 12) teman-teman kos Kalimantan IV/ 73: Riris, Mb. Indah, Mb. Mifta, Mb. Prian, Mb. Lily, Galuh, Mb. Eva, Hida, Any, Indri atas segala dukungan dan semangat;
- 13) semua perlengkapan (ASUS, Samsung, Smart Fren, Compaq, Kingstone, Canon) atas segala jasa;
- 14) teman-teman PBSI 2009 yang telah memberikan kebersamaan dan persahabatan;
- 15) semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat.

Jember, April 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>MOTO</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat penelitian</b> .....	5
<b>1.5 Definisi Operasional</b> .....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Pengertian Wacana</b> .....	7
<b>2.2 Jenis Wacana Berdasarkan Tujuan Komunikasi</b> .....	8
<b>2.3 Analisis Wacana</b> .....	9
<b>2.4 Iklan Sebagai Wacana</b> .....	10
<b>2.5 Jenis-jenis Iklan</b> .....	11
<b>2.6 Bagian-bagian Iklan</b> .....	12
2.6.1 Bagian Awal ( <i>Opening</i> ).....	13

2.6.2 Badan Iklan .....	14
2.6.3 Butir Penutup .....	15
2.6.4 Ilustrasi.....	15
<b>2.7 Struktur Wacana Iklan.....</b>	<b>16</b>
2.7.1 Butir Utama Iklan.....	16
2.7.2 Badan Iklan.....	19
2.7.3 Penutup Iklan.....	21
<b>2.8 Konteks Linguistik dan Nonlinguistik.....</b>	<b>23</b>
<b>2.9 Fungsi Bahasa dalam Iklan.....</b>	<b>26</b>
<b>2.10 Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian .....	31
3.2 Data dan Sumber Data .....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4 Instrumen Penelitian .....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	33
3.6 Prosedur Penelitian .....	34
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Struktur Wacana Iklan Produk Makanan dan Minuman .....	36
4.1.1 Butir Utama Iklan .....	36
4.1.2 Butir Penjelas Iklan.....	42
4.1.3 Butir Penutup Iklan .....	45
4.2 Konteks Wacana Iklan Produk Makanan dan Minuman .....	50
4.2.1 Konteks Ekonomi.....	50
4.2.2 Konteks Sosial Budaya .....	53
4.3 Fungsi Bahasa Iklan Makanan dan Minuman pada Majalah .....	59

4.3.1 Fungsi Informasi .....	59
4.3.2 Fungsi Persuasi .....	61
4.3.3 Fungsi Mempercepat Keputusan.....	62
4.3.4 Fungsi Meneguhkan Keputusan.....	63
4.3.5 Fungsi Membangun Citra .....	64
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

