



**TINDAK PERSUASIF DALAM WACANA IKLAN KOMERSIAL
PRODUK KECANTIKAN BERBAHASA INDONESIA
PADA SITUS INTERNET**

SKRIPSI

Oleh

Siti Sholeha

NIM 090210402114

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



**TINDAK PERSUASIF DALAM WACANA IKLAN KOMERSIAL
PRODUK KECANTIKAN BERBAHASA INDONESIA
PADA SITUS INTERNET**

SKRIPSI

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

Oleh

Siti Sholeha

NIM 090210402114

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

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Swt atas limpahan rahmat dan kemudahan yang meringankan segala urusan ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- 1) almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- 2) ibunda Rohima dan ayahanda Arip tercinta; dan
- 3) guru-guruku sejak sekolah dasar sampai perguruan tinggi.

MOTO

Iklan sering mampu mengimpresi sejumlah besar konsumen dengan sangat mengesankan, bahkan dari produk yang jelek sekalipun.¹

¹ Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Siti Sholeha

NIM : 090210402114

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya yang berjudul “Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 Mei 2013
Yang menyatakan,

Siti Sholeha
NIM 090210402114

HALAMAN PENGAJUAN

TINDAK PERSUASIF DALAM WACANA IKLAN KOMERSIAL PRODUK KECANTIKAN BERBAHASA INDONESIA PADA SITUS INTERNET

SKRIPSI

Diajukan untuk dipertahankan di depan Tim Penguji guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Siti Sholeha
Angkatan Tahun : 2009
Daerah Asal : Probolinggo
Tempat/Tanggal Lahir : Probolinggo, 08 Februari 1992
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Program : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sukatman, M. Pd.
NIP 196401231995121001

Drs. Hari Satrijono, M.Pd.
NIP 195805221985031001

SKRIPSI

**TINDAK PERSUASIF DALAM WACANA IKLAN KOMERSIAL
PRODUK KECANTIKAN BERBAHASA INDONESIA
PADA SITUS INTERNET**

Oleh
Siti Sholeha
NIM 090210402114

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sukatman, M. Pd
Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Hari Satrijono, M.Pd.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 29 Mei 2013

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.
NIP 195707131983031004

Drs. Hari Satrijono, M.Pd.
NIP 195805221985031001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Parto, M.Pd.
NIP 196311161989031001

Dr. Sukatman, M.Pd.
NIP 196401231995121001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP 195405011983031005

RINGKASAN

Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet; Siti Sholeha; 090210402114; 2013; 147 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Wacana iklan komersial yang bertujuan mendukung kampanye pemasaran produk atau jasa memiliki daya persuasif yang kuat untuk menarik perhatian khalayak. Tindak persuasif dalam wacana iklan komersial terdapat modus dan teknik persuasi di dalamnya. Selain modus dan teknik, wacana iklan juga terdapat suatu kebohongan. Iklan komersial ini dapat ditemui di berbagai media, salah satunya adalah situs internet yang saat ini sarat digunakan oleh berbagai kalangan. Iklan komersial yang dominan pada media situs internet adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan atau IKPK (Iklan Komersial Produk Kecantikan). Berdasarkan latar belakang tersebut masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimanakah: (1) modus tindak persuasif, (2) teknik persuasi, dan (3) kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

Penelitian deskriptif ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Data penelitian berupa tindak persuasif dalam wacana IKPK pada situs internet yang terdapat teknik, modus, dan kebohongan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui beberapa prosedur: (1) reduksi data (seleksi data dan pengodean data), (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan modus, teknik, dan kebohongan persuasi dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet. Pertama, modus tindak persuasif dapat diketahui dari bentuk kalimatnya, yakni dalam wujud kalimat: (1) deklaratif, (2) imperatif, dan (3) interogatif. Kedua, teknik persuasi dapat diketahui dari isi wacananya, yakni: (1) nebensächlich terkenal, (2) mengalihkan pesan, (3)

membangun citra positif, (4) empati, (5) memberi hadiah, (6) mengunggulkan produk, (7) menunjukkan logika dan bukti ilmiah, (8) memberikan janji, dan (9) memperkecil jumlah produk. Ketiga, kebohongan iklan dilakukan untuk membujuk dengan berbohong/menipu, yakni dengan cara: (1) melebih-lebihkan produk, (2) permainan diskon, (3) tipuan hadiah, (4) permainan logika dan bukti ilmiah, (5) memberikan janji palsu, dan (6) menunjukkan saksi palsu.

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian ini adalah: 1) bagi pengiklan, dapat dijadikan acuan dalam menulis iklan, 2) bagi konsumen, agar tidak mudah tertipu atas kebohongan iklan, 3) bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan acuan untuk dikembangkan lebih lanjut khususnya penelitian tentang bahasa iklan. 4) bagi guru Bahasa dan Sastra Indonesia, dapat dijadikan sebagai referensi pembelajaran keterampilan menulis untuk siswa SMP kelas VIII.

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Drs. Mohammad Hasan, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Jember;
- 2) Prof. Dr. Sunardi. M.Pd., selaku Dekan FKIP Universitas Jember;
- 3) Dr. Sukatman, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni FKIP Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan motivasi, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan, saran yang berharga, serta pengarahan selama penyusunan skripsi ini;
- 4) Rusdhianti Wuryaningrum, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember;
- 5) Drs. Hari Satrijono, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang penuh kesabaran membimbing dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiannya dalam memberikan pengarahan, serta saran yang berharga selama penyusunan skripsi ini;
- 6) bapak dan ibu dosen Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember dan guru-guruku dari SD hingga MA yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menuntut ilmu;
- 7) ayahanda Arip dan ibunda Rohima tercinta, terima kasih yang teramat dalam atas cinta, kasih sayang, motivasi, dorongan semangat, doa yang selalu dicurahkan, dan pengorbanan yang tidak ternilai harganya;

- 8) kakak dan adikku tersayang Abdul Rosid dan Muhammad Rohim, terimakasih atas doa, senyuman, dan semangatnya kepadaku;
- 9) keluarga besar SMP Al-Furqan 02 Jember, terimakasih atas doa dan dukungan semangatnya;
- 10) sahabatku Widya Wulandari, terimakasih telah menjadi sahabat terbaik yang selalu menemaniku dalam suka dan duka;
- 11) teman-teman satu kost-an MW Home Stay (Eka Kurniawati, Cicik Wahyu K, Ninda Novita S, Ana Wijayanti, Fatmawati, Lailatul Izza, Trisna Yani W, dan Eni Megawati), terimakasih atas semua bantuan dan semangatnya;
- 12) teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2009, terimakasih telah menemaniku selama menempuh kuliah kurang lebih 4 tahun dan memberikan motivasi serta ide-ide cemerlang selama perkuliahan, dan
- 13) semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih untuk semuanya.

Skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi penyempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 29 Mei 2013

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PERNYATAAN	v
PENGAJUAN	vi
PEMBIMBINGAN	vii
PENGESAHAN	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Definisi Opersional	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Persuasi	7
2.2 Tindak Tutur	8
2.2.1 Pengertian Tindak Tutur	9
2.2.2 Klasifikasi Tindak Tutur.....	9
2.2.3 Modua Tindak Tutur	12

2.2.4 Konteks Tuturan.....	15
2.3 Wacana	17
2.3.1 Pengertian Wacana.....	17
2.3.2 Ragam Wacana	17
2.4 Iklan	21
2.4.1 Pengertian Iklan	22
2.4.2 Ciri-ciri Iklan	22
2.4.3 Tujuan Iklan.....	23
2.4.4 Jenis-jenis Iklan.....	24
2.4.5 Media Iklan	26
2.5 Wacana Iklan	27
2.5.1 Pengertian Wacana Iklan.....	27
2.5.2 Karakteristik Wacana Iklan	28
2.5.3 Fungsi Wacana Iklan dalam Masyarakat.....	29
2.5.4 Teknik Persuasi Wacana Iklan.....	30
2.5.5 Aspek Moral dalam Produksi Wacana Iklan	33
2.5.6 Kebohongan Wacana Iklan.....	33
2.6 Periklanan Internet	35
2.7 Pembelajaran Menulis Iklan di Sekolah	35
2.8 Penelitian yang Relevan	37
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	38
3.2 Data dan Sumber Data	38
3.3 Metode Penarikan Sampel	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data	40
3.5 Instrumen Penelitian	42
3.6 Prosedur Penelitian	42

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Modus Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK pada Situs	
Internet	43
4.1.1 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Deklaratif	43
4.1.2 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Interogatif.....	45
4.1.3 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Imperatif.....	49
4.2 Teknik Persuasi dalam Wacana IKPK pada Situs Internet	53
4.2.1 Teknik Nebeng Terkenal	54
4.2.2 Teknik Mengalihkan Pesan.....	56
4.2.3 Teknik Membangun Citra Positif.....	58
4.2.4 Teknik Empati.....	63
4.2.5 Teknik Memberi Hadiah.....	64
4.2.6 Teknik Mengunggulkan Produk.....	66
4.2.7 Teknik Menunjukkan Logika dan Bukti Ilmiah.....	76
4.2.8 Teknik Memberikan Janji	78
4.2.9 Teknik Memperkecil Jumlah Produk	78
4.3 Kebohongan Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK pada	
Situs Internet	79
4.3.1 Melebih-lebihkan Produk	79
4.3.2 Permainan Diskon	83
4.3.3 Tipuan Hadiah.....	84
4.3.4 Permainan Logika dan Bukti Ilmiah	85
4.3.5 Memberikan Janji Palsu	86
4.3.6 Menunjukkan Saksi Palsu	86
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Modus kalimat dan kaitannya dengan tindak tutur	13
Tabel 2.2 Karakteristik wacana iklan.....	28
Tabel 3.1 Kode modus tindak persuasif wacana iklan.....	41
Tabel 3.2 Kode teknik persuasi wacana iklan	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian.....	93
B. Tabel Pemandu Pengumpulan Data	94
C. Tabel Instrumen Pemandu Analisis Modus Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK pada Situs Internet.....	125
D. Tabel Instrumen Pemandu Analisis Teknik Persuasi dalam Wacana IKPK pada Situs Internet.....	129
E. Tabel Instrumen Pemandu Analisis Kebohongan Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK pada Situs Internet	143
F. Autobiografi	147

DAFTAR SINGKATAN

- IKPK : Iklan Komersial Produk Kecantikan
- K : Kebohongan
- M : Modus
- MDek : Modus Deklaratif
- MInt : Modus Interogatif
- MImp : Modus Imperatif
- T : Teknik
- TE : Teknik Empati
- TLBI : Teknik Menunjukkan Logika dan Bukti Ilmiah
- TMCP : Teknik Membangun Citra Positif
- TMH : Teknik Memberi Hadiah
- TMP : Teknik Mengunggulkan Produk
- TMPes : Teknik Mengalihkan Pesan
- TNT : Teknik Nebeng Terkenal
- TMJ : Teknik Memberikan Janji
- TMJP : Teknik Memperkecil Jumlah Produk

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini diuraikan beberapa hal, yaitu: (1) latar belakang, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian, (4) manfaat penelitian, dan (5) definisi operasional.

1.1 Latar Belakang

Bahasa dalam kehidupan sehari-hari mempunyai peranan yang sangat penting yaitu sebagai alat komunikasi dan alat interaksi antarmanusia. Bahasa yang digunakan berupa bahasa lisan dan tulisan. Bahasa lisan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari pembicara kepada pendengar, sedangkan bahasa tulisan untuk menyampaikan informasi dari penulis kepada pembaca. Bahasa selain berfungsi untuk menyampaikan informasi juga berfungsi sebagai media promosi.

Iklan adalah wujud bahasa sebagai media promosi bagi perseorangan, pengusaha, organisasi, ataupun lembaga pemerintahan untuk menyampaikan pesan yang bersifat menguntungkan. Keuntungan iklan tidak hanya dikaitkan dengan materi seperti uang (komersial), melainkan juga dikaitkan dengan keuntungan moral, misalnya promosi yang menyangkut kebudayaan, pendidikan, keagamaan, dan politik. Tetapi, secara umum menurut Arifin *et al.* (1992:6) iklan lebih sering dikaitkan dengan segi-segi komersialnya saja.

Iklan komersial adalah iklan yang berhubungan dengan niaga (perdagangan). Iklan komersial pada dasarnya bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial mampu memperkenalkan kepada khalayak tentang produk atau jasa yang dijual dari hasil industri. Ia menempati posisi yang sangat strategis yang mampu ikut menggerakkan dan menjalankan dunia industri. Sesuai dengan pendapat Widyatama (2011: 43) yang mengatakan bahwa iklan seolah-olah menjadi minyak pelumas yang menjalankan roda industri agar tetap berputar,

karena tanpa iklan roda industri akan berputar perlahan, macet, bahkan tidak bergerak sama sekali.

Iklan komersial mempunyai ciri tertentu untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Ciri utamanya adalah tampilan dan isi dari wacana iklan sangat membujuk/persuasif (dipenuhi kata-kata hiperbolis, manis, dan kreatif). Persuasif wacana iklan terdapat modus dan teknik tertentu untuk menarik perhatian khalayak sasaran agar membeli produk atau jasa yang diiklankan. Ia akan selalu menampilkan sisi positif dan melebih-lebihkan produk atau jasa yang diiklankan. Produk atau jasa yang diiklankan seolah-olah sangat menguntungkan dan tidak ada cela di dalamnya. Hal itu menyebabkan wacana iklan komersial pada suatu media tertentu cenderung tidak sesuai dengan realita dan terdapat tipuan-tipuan di dalamnya.

Iklan komersial dapat ditemui di berbagai media (elektronik dan cetak). Salah satu media elektronik yang digunakan pengiklan adalah situs internet. Seiring dengan perkembangan teknologi, media yang sarat digunakan oleh sebagian banyak orang adalah internet. Pada situs internet dapat diperoleh informasi, pengetahuan, wawasan, bahkan dapat digunakan sebagai media bisnis. Oleh karena itu, banyak orang juga mengambil kesempatan untuk mempromosikan produk atau jasanya melalui media internet.

Wacana iklan pada situs internet berupa tulisan. Wacana iklan pada situs internet yang berupa tulisan pada dasarnya merupakan wacana lisan (tuturan), yaitu tuturan pengiklan yang ditujukan kepada calon pembeli untuk merubah tingkah lakunya agar membeli produk yang diiklankan. Ciri-ciri bahasa tuturan sangat terlihat dalam wacana Iklan pada situs internet, seperti: (1) terdapat kalimat-kalimat yang wujudnya tidak ideal, tetapi yang penting tujuan komunikasi tercapai, (2) terdapat kalimat yang tidak memenuhi karakteristik kalimat tulisan (diawali dengan huruf kapital dan diakhiri dengan kesenyapan akhir), dan (3) tidak memerhatikan tata cara penulisan (EYD). Sehingga, persuasi wacana iklan yang berupa tulisan juga disebut tindak persuasif.

Pada situs internet terdapat bermacam-macam iklan komersial. Salah satu iklan komersial yang sangat membujuk dan dominan pada media internet adalah iklan kecantikan. Wacana iklan komersial produk kecantikan (selanjutnya iklan komersial produk kecantikan disingkat IKPK) pada situs internet memiliki daya persuasif yang kuat untuk menarik perhatian calon konsumen karena bukan hanya bersaing dengan produk merk sejenis, melainkan juga dengan produk merk lain.

Berikut ini contoh IKPK berbahasa Indonesia yang menawarkan obat pelangsing pada situs internet <http://begotsantoso.com> (20/3/2013).

Obat pelangsing Simpelet

Malu dengan perut buncit?

100 % Aman dan Alami

Pesan sekarang!

www.ampuhsehat.com

Tindak persuasif yang meliputi modus dan teknik wacana iklan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

1) Modus interogatif, ditunjukkan oleh kalimat *Malu dengan perut buncit?*

Modus imperatif, ditunjukkan oleh kalimat *Pesan sekarang!*

2) Teknik yang digunakan adalah menunjukkan keunggulan produk dari segi sifat barang, ditunjukkan oleh kalimat *100 % Aman dan Alami*.

Modus dan teknik persuasi wacana iklan komersial merupakan dua hal yang sangat penting untuk menarik perhatian calon pembeli. Persuasi wacana iklan melalui modus dan teknik bahasanya seolah-olah juga menggambarkan produk tersebut memiliki keuntungan nyata sesuai dengan yang dituturkan, meski pada kenyataannya tidak demikian. Hal itu karena iklan merangkum aspek-aspek realitas sosial, tetapi ia tidak merepresentasikan aspek tersebut secara jujur.

Iklan memang bukan cerminan realitas yang jujur. Iklan cenderung mendistorsi dan melebih-lebihkan. Sejalan dengan Marchand yang berpendapat, "...iklan itu adalah sebuah cermin masyarakat, *A mirror on the wall*, yang lebih menampilkan tipuan-tipuan yang halus daripada menampilkan refleksi realitas sosial" dan Schudson yang mengatakan, "iklan tidak merepresentasikan realitas tetapi tidak

pula membangun dunia yang betul-betul fiktif. Iklan berada pada ruang realitasnya sendiri, yang disebut sebagai *capitalist realism*” (Hereyah, 2012:5-6). Seperti contoh wacana iklan di atas “100 % aman dan alami”, bagi seseorang yang memiliki penyakit tertentu obat tersebut tidak 100% aman dan bahan yang digunakan memang terbuat dari bahan alami, tetapi tidak 100% alami. Jadi, pada dasarnya tindak persuasif wacana iklan terdapat suatu kebohongan.

Berdasarkan paparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa wacana IKPK pada situs internet adalah wacana yang sangat membujuk, persuasi wacana iklan terdapat modus, teknik, dan kebohongan, dan iklan sangat memberikan kontribusi penting bagi dunia kerja. Kontribusi tersebut untuk rumah produksi periklanan atau pengelola media dan pengiklan. Selain itu, iklan juga memberikan kontribusi sebagai materi ajar SMP kelas VIII, utamanya pada KD: menulis slogan/poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi, serta persuasif. Pada materi ajar menulis poster di SMP, khususnya poster yang berbentuk iklan penawaran barang/produk belum ada paparan materi yang lengkap mengenai modus dan teknik persuasifnya. Sehingga, judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “*Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah modus tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet?
- 2) Bagaimanakah teknik persuasi dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet?
- 3) Bagaimanakah kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Modus tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet
- 2) Teknik persuasi dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.
- 3) Kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagi pengelola rumah produksi iklan dan pengiklan, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menulis iklan agar bahasa yang digunakan dalam iklan yang dihasilkan mampu membujuk khalayak sasaran.
- 2) Bagi konsumen, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan agar tidak mudah tertipu dengan kebohongan-kebohongan yang terdapat pada wacana iklan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk dikembangkan lebih lanjut khususnya penelitian tentang bahasa iklan.
- 4) Bagi guru bahasa dan sastra Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam pengembangan materi pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk menegaskan pengertian terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini.

- 1) Tindak persuasif adalah tuturan yang bersifat membujuk dalam wacana IKPK pada situs internet. Tuturan tersebut terdapat modus dan teknik tertentu untuk

membujuk dan mengajak orang lain agar melakukan sesuatu sesuai anjuran persuator dengan kesadaran sendiri kini maupun akan datang.

- 2) Wacana iklan adalah wacana yang persuasif-provokatif, yaitu wacana yang bertujuan mempengaruhi dan menyerang pikiran calon konsumen agar membeli suatu produk yang diiklankan. Wacana iklan terdiri dari tiga struktur (butir utama, badan iklan, dan penutup).
- 3) Iklan komersial adalah iklan yang berhubungan dengan niaga atau perdagangan yang menawarkan suatu produk hasil industri.
- 4) Iklan komersial produk kecantikan (IKPK) adalah iklan yang menawarkan segala produk kecantikan pada situs internet, baik kecantikan wajah, badan, rambut, gigi, dan kulit. Iklan tersebut dapat berupa kosmetik, perawatan tubuh, perawatan kulit, perawatan wajah, dan sebagainya.
- 5) Situs internet adalah sejumlah halaman yang memiliki topik saling terkait, disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya yang diakses melalui jaringan internet.
- 6) Modus tindak persuasif adalah wujud kalimat tuturan yang bersifat membujuk dalam wacana IKPK pada situs internet.
- 7) Teknik persuasi adalah cara tertentu yang digunakan penutur/pengiklan untuk memengaruhi atau membujuk calon konsumen agar membeli produk yang diiklankan.
- 8) Kebohongan tindak persuasif adalah ketidaksesuaian tuturan dalam wacana IKPK pada situs internet dengan realita atau tipuan yang dilakukan oleh pengiklan melalui wacana iklan untuk membujuk calon konsumen.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini dipaparkan teori-teori yang dijadikan dasar serta acuan dalam penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) persuasi, (2) tindak tutur, (3) wacana (4) iklan, (5) wacana iklan, (6) periklanan internet, (7) iklan dalam pembelajaran, dan (8) penelitian yang relevan.

2.1 Persuasi

Persuasi diambil dari istilah bahasa Inggris *persuasion*, yang berarti ‘bujukan atau rayuan’. Ada beberapa pendapat mengenai definisi persuasi. Menurut Sunarjo (1983:30), “persuasi merupakan suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis dari komunikasi yang hendak dipengaruhi”. Salah satu bentuk persuasi adalah penggunaan pengetahuan bahwa manusia dalam berhadapan dengan setiap usul atau ide baru selalu akan memperhitungkan terlebih dahulu apakah untung ruginya.

Bentuk-bentuk persuasi yang dikenal oleh masyarakat adalah iklan, kampanye, propaganda dan sebagainya. Bentuk-bentuk persuasi itu biasanya menggunakan pendekatan emotif, yaitu berusaha membangkitkan dan merangsang perasaan khalayak.

Persuasi bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain dan berusaha agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang pembicara atau penulis inginkan. Untuk mencapai tujuan itu perlu diciptakan suatu dasar yaitu dasar kepercayaan. Dengan kepercayaan, orang yang menerima persuasi akan ikut puas dan gembira. Persuasi adalah suatu usaha untuk menciptakan kesesuaian atau kesepakatan melalui kepercayaan. Menurut Malik (1994:151), terdapat lima prinsip persuasi, yaitu sebagai berikut. Membujuk demi konsistensi, khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan sejalan dengan kepercayaan, sikap, dan nilai mereka.

- a. Membujuk demi perubahan-perubahan kecil, khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan merupakan perubahan kecil, bukan perubahan besar perilaku mereka. Pembujuk yang sukses dan terlatih dengan tajam melihat perubahan-perubahan kecil, yang konsisten dengan tujuan persuasif, akan mengundang simpati dari khalayak.
- b. Membujuk demi keuntungan, khalayak lebih memungkinkan mengubah perilakunya apabila perubahan yang disarankan akan menguntungkan mereka lebih dari biaya yang akan mereka keluarkan.
- c. Membujuk demi pemenuhan kebutuhan, khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang disarankan berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka. Misalnya kebutuhan fisiologis seperti air, makanan, kebutuhan rasa aman, dan sebagainya.
- d. Membujuk berdasarkan pendekatan-pendekatan gradual, menganjurkan pendekatan gradual yang lebih memungkinkan untuk bekerja dibandingkan pendekatan yang meminta khalayak untuk segera berubah perilakunya.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa persuasi adalah bujukan yang dilakukan oleh persuator terhadap orang lain agar bersedia mengubah sikap dan perilakunya sesuai yang diinginkannya.

2.2 Tindak Tutur

Konsep mengenai tuturan adalah sebuah tindakan, pertama kali dicetuskan oleh filsuf Inggris yang bernama Austin dalam bukunya yang berjudul "*How to Do Things with Words*" (Cahyono, 1995:223). Sebuah tuturan mempunyai kekuatan tersendiri. Maksudnya ketika penutur mengucapkan sebuah tuturan, sebenarnya dia juga melakukan tindakan, yaitu menyampaikan sebuah maksud tuturannya dan diikuti tindakan yang sesuai dengan kehendak penutur. Tuturan dapat berupa tuturan lisan dan tulisan. Pada bagian ini dijelaskan tentang pengertian tindak tutur, klasifikasi tindak tutur, modus tindak tutur, konteks tuturan.

2.2.1 Pengertian Tindak Tutur

Tindak tutur adalah aktivitas bertutur yang dilakukan oleh seseorang dalam situasi tertentu. Tindak tutur menurut Rani *et al.* (2006:166), “produk dari suatu kalimat dalam komunikasi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi bahasa yang menentukan makna kalimat”. Tindak tutur atau tindak ujar (*speech act*) adalah fungsi bahasa sebagai sarana penindak. Semua kalimat atau ujaran yang diucapkan oleh penutur sebenarnya mengandung fungsi komunikasi tertentu. Tuturan dari seseorang (penutur) tidak semata-mata hanya asal bicara, tetapi mengandung maksud tertentu. Misalnya, seorang ibu mengatakan kepada seorang anaknya:

(01) Tina, adik belum makan!

Tuturan (01) bukan sekedar pemberitahuan ibu kepada Tina bahwa salah seorang anaknya, yaitu adik Tina belum makan, tetapi juga menindakkan sesuatu, yaitu ibu itu memerintahkan (secara halus) agar Tina memberi makan (menyuapi) adiknya (Mulyana, 2005:80).

2.2.2 Klasifikasi Tindak Tutur

Ada beberapa klasifikasi tindak tutur yang disampaikan Austin, Searle, dan Leech, seperti yang diuraikan di bawah ini (Rosidi, 2010).

a. Klasifikasi Tindak Tutur Austin

Menurut Austin mengucapkan sesuatu adalah melakukan sesuatu, dan bahasa atau tutur dapat dipakai untuk membuat kejadian karena pada umumnya ujaran yang merupakan tindak tutur mempunyai kekuatan-kekuatan. Berdasarkan hal tersebut, Austin membedakan atau mengklasifikasi tindak tutur menjadi tiga aspek (kekuatan). Ketiga aspek tindak tutur tersebut adalah sebagai berikut. (1) Kekuatan lokusi adalah makna dasar dan makna referensi (makna yang diacu) oleh ujaran itu, (2) Kekuatan ilokusi adalah kekuatan yang ditimbulkan oleh penggunaan ujaran itu sebagai perintah, ujian, ejekan, keluhan, janji, dan sebagainya, (3) Kekuatan perlokusi adalah

hasil atau efek dari ujaran itu terhadap pendengar (mitra tutur), baik yang nyata maupun yang diharapkan.

Ketiga kekuatan di atas dapat dicontohkan dalam sebuah tuturan berikut. Seorang tuan rumah menyampaikan tuturan kepada tamunya ketika jam sudah menunjukkan pukul 9 malam, “*Sudah pukul 9 mas.*” Lokusi kalimat itu menginformasikan bahwa saat itu sudah pukul 9 malam. Akan tetapi, sebagai sebuah ilokusi, tuturan itu memiliki tujuan memerintah agar sang tamu segera pulang karena sudah malam, dapat dikatakan tuturan itu sebagai perintah. Perlokusinya dapat membuat sang tamu segera berpamitan dan diwujudkan dengan tuturan tanggapan seperti “*Ya, saya pulang*”, “*Ya, sebentar lagi.*”, dan sebagainya.

b. Klasifikasi Tindak Tutur Searle

Teori tindak tutur yang yang dikembangkan Searle dipandang lebih konkret oleh beberapa ahli. Searle menggunakan ide-ide Austin sebagai dasar mengembangkan teori tindak tuturnya. Bagi Searle, semua komunikasi bahasa melibatkan tindak. Produksi kalimat yang berada pada kondisi-kondisi tertentu merupakan tindak tutur, dan tuturan merupakan unit-unit minimal komunikasi bahasa.

Searle (dalam Rosidi, 2010) mengembangkan teori tindak tutur berdasarkan pada tujuan dari tindak, dari pandangan penutur. Secara garis besar pembagian Searle adalah sebagai berikut.

- 1) Asertif (*Assertives*): pada ilokusi ini penutur terikat pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya, menyatakan, mengusulkan, membuat, mengeluh, mengemukakan pendapat, dan melaporkan.
- 2) Direktif (*Directives*): ilokusi ini bertujuan menghasilkan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh penutur, misalnya: memesan, memerintah, memohon, menuntut, dan memberi nasihat.
- 3) Komisif (*Commissives*): pada ilokusi ini penutur sedikit banyak terikat pada suatu tindakan di masa depan, misalnya: menjanjikan, menawarkan. Jenis ilokusi ini

cenderung berfungsi menyenangkan dan kurang bersifat kompetitif karena tidak mengacu pada kepentingan penutur, tetapi pada kepentingan petutur (mitra tutur).

- 4) Ekspresif (*Expressive*): fungsi ilokusi ini ialah mengungkap atau mengutarakan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi, misalnya: mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat, memberi maaf, mengecam, memuji, mengucapkan belasungkawa, dan sebagainya.
- 5) Deklarasi (*Declaration*): berhasilnya pelaksanaan ilokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi proposisi dengan realitas, misalnya: mengundurkan diri, membaptis, memecat, memberi nama, menjatuhkan hukuman, mengucilkan/membuang, mengangkat, dan sebagainya.

c. Klasifikasi Tindak Tutur Leech

Klasifikasi fungsi ilokusi Leech adalah sebagai berikut.

- 1) Kompetitif (*Competitif*), tujuan ilokusi bersaing dengan tujuan sosial, misalnya: memerintah, meminta, menuntut, mengemis.
- 2) Menyenangkan (*convivial*), tujuan ilokusi sejalan dengan tujuan sosial, misalnya: menawarkan/mengajak/mengundang, menyapa, mengucapkan terima kasih, mengucapkan selamat.
- 3) Bekerja sama (*collaborative*), tujuan ilokusi tidak menghiraukan tujuan sosial, misalnya: menyatakan, melapor, mengumumkan, dan mengajarkan.
- 4) Bertentangan (*conflictive*), tujuan ilokusi bertentangan dengan tujuan sosial, misalnya: mengancam, menuduh, menyumpahi, dan memarahi.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa klasifikasi Searle lebih sesuai dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, suatu tindak tutur yang bertujuan untuk membujuk seseorang juga dapat disebut dengan tindak persuasif, yaitu tuturan yang bertujuan untuk membujuk seseorang agar bertindak sesuai keinginan persuator. Tindak persuasif berdasarkan kategori Searle dapat dikategorikan dalam tindak direktif (bertujuan menghasilkan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh penutur).

2.2.3 Modus Tindak Tutur

Wijana (2011: 28) berpendapat bahwa secara formal berdasarkan modulusnya, kalimat dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif). Secara konvensional kalimat berita digunakan untuk memberikan sesuatu, dan kalimat perintah untuk menyatakan perintah, ajakan, permintaan, atau permohonan. Bila kalimat berita difungsikan secara konvensional untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh, maka tindak tutur yang terbentuk adalah tindak tutur langsung (*direct speech act*), seperti contoh (01) s.d. (03) berikut.

- (01) Sidin memiliki 5 ekor kucing.
- (02) Di manakah letak pulau Bali?
- (03) Ambilkan baju saya!

Di samping itu untuk berbicara secara sopan, perintah dapat diutarakan dengan kalimat berita atau kalimat tanya agar orang yang diperintah tidak merasa dirinya diperintah. Bila hal ini yang terjadi, terbentuklah tindak tutur tidak langsung (*indirect speech act*) hal ini dapat dilihat kalimat (04) dan (05) berikut.

- (04) Ada makanan di almari.
- (05) Di mana sapunya?

Kalimat (04), bila diucapkan kepada seorang teman yang membutuhkan makanan, dimaksudkan untuk memerintah lawan tuturnya mengambil makanan yang ada di almari yang dimaksud, bukan sekedar untuk menginformasikan bahwa di almari ada makanan. Demikian pula tuturan (05) bila diutarakan oleh seorang ibu kepada anak, tidak semata-mata berfungsi untuk menyatakan di mana letak sapu itu tetapi juga secara tidak langsung memerintah sang anak untuk mengambil sapu itu. Untuk ini perhatikan wacana (06) dan (07) sebagai perluasan konteks (06) dan (07).

- (06) + Din, perutku kok lapar, ya.
- Ada makanan di almari.
+ Baik, kuambil semua, ya?
- (07) Ibu : Di mana sapunya , ya?
Anak : Sebentar bu, akan saya ambilkan.

Keserta-mertaan tindakan (-) dalam (06) dan *anak* dalam (07) karena ia mengetahui bahwa tuturan yang diutarakan oleh lawan tuturnya bukanlah sekedar menginformasikan sesuatu, tetapi menyuruh orang yang diajak berbicara.

Tuturan yang diutarakan secara tidak langsung biasanya tidak dapat dijawab secara langsung, tetapi harus segera dilaksanakan maksud yang terimplikasi di dalamnya. Seperti yang terdapat pada tuturan berikut ini.

- (08) Saya kemarin tidak dapat hadir.
 (09) Jam berapa sekarang?
 (10) + Saya kemarin tidak dapat hadir.
 - Sudah tahu. Kemarin kamu tidak kelihatan.
 (11) + Jam berapa sekarang?
 - Jam 12 malam, Bu.
 (12) - Saya kemarin tidak dapat hadir.
 + Ya, tidak apa-apa.
 (13) + Jam berapa sekarang?
 - Ya Bu, sekarang saya pamit.

Tuturan (08) dan (09) yang secara tidak langsung dipergunakan untuk memohon maaf, dan menyuruh seorang tamu tempat pondokan mahasiswa putri, tidak dapat dijawab secara langsung, tetapi harus dengan pemberian maklum atau maaf, dan tindakan untuk segera meninggalkan pondokan. Oleh karena itu, (10) dan (11) terasa janggal, sedangkan (12) dan (13) terasa lazim untuk mereaksi tuturan (08) dan (09).

Dari uraian di atas skema penggunaan modus kalimat dalam kaitannya dengan kelangsungan tindak tutur dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel 2.1 Modus kalimat dan kaitannya dengan tindak tutur

Modus	Tindak Tutur	
	Langsung	Tidak Langsung
Berita	Memberitakan	Menyuruh
Tanya	Bertanya	Menyuruh
Perintah	Memerintah	-

Sumber: Wijana (2011)

Tabel di atas juga menunjukkan bahwa kalimat perintah tidak dapat digunakan untuk mengutarakan tuturan secara tidak langsung.

Rani *et al.*, (2011:158-158) juga mengatakan bahwa tindak tutur adalah produk atau hasil dari suatu kalimat dalam kondisi tertentu dan merupakan kesatuan terkecil dari komunikasi bahasa. Sebagaimana komunikasi bahasa yang dapat berwujud pernyataan, pertanyaan, dan perintah, tindak tutur dapat pula berwujud pernyataan, pertanyaan, dan perintah.

a. Modus Tindak Tutur dalam Wujud Kalimat Deklaratif

Kalimat deklaratif dalam bahasa Indonesia mengandung maksud memberitakan sesuatu kepada mitra tutur (Leech dalam Rahardi, 2008: 74-75). Seperti contoh berikut.

“Kalung emas berlian dari shampo Sari Ayu”

Tuturan tersebut membujuk dengan memberikan informasi atau memberitakan bahwa shampoo Sari Ayu memberikan hadiah kalung emas berlian. Dengan demikian, jelas bahwa kalimat itu merupakan kalimat deklaratif.

b. Modus Tindak Tutur dalam Wujud Kalimat Interogatif

Leech (dalam Rahardi, 2008:74-75) mengatakan bahwa kalimat interogatif adalah kalimat yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada si mitra tutur. Menurut Arifin *et al.* (1992:55), iklan dapat mempromosikan barang atau membujuk dengan bertanya kepada masyarakat sasaran. Pertanyaan itu tidak perlu dijawab karena jawabannya sudah ada dalam wacana iklan itu sendiri.

Dalam bahasa Indonesia ada lima macam cara mewujudkan tuturan interogatif yaitu (1) membalik urutan kalimat, (2) menggunakan kata *apa* atau *apakah*, (3) dengan menggunakan kata *bukan* atau *tidak*, (4) dengan mengubah intonasi kalimat menjadi intonasi tanya, dan (5) dengan menggunakan kata tanya tertentu. Seperti contoh berikut ini.

“Sakit kepala? *Paramex* obatnya.”

Tuturan tersebut membujuk dengan bertanya kepada mitra tutur. Pertanyaan itu tidak perlu dijawab karena jawabannya sudah ada dalam wacana tersebut.

c. Modus Tindak Tutur dalam Wujud Kalimat Imperatif

Leech (dalam Rahardi, 2008: 79) menyatakan bahwa bentuk imperatif merupakan bagian dari bentuk tuturan direktif, imperatif mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana diinginkan penutur. Dalam wacana iklan terdapat tuturan yang membujuk dengan kalimat perintah. Seperti contoh berikut ini.

“Saksikanlah... pameran peralatan medis dan perlengkapan rumah sakit terancang! *Hospital Expo*.”

Piranti yang digunakan untuk menandai konsep suruhan atau perintah adalah akhiran *kan* dan *lah*.

2.2.4 Konteks Tuturan

Suatu peristiwa percakapan (tutur) itu selalu terdapat faktor-faktor yang mengambil peranan dalam peristiwa itu seperti penutur, lawan bicara, pokok pembicaraan, tempat bicara, dan lain-lain. Si pembicara akan memperhitungkan dengan siapa ia berbicara, tentang apa yang dibicarakan, dimana pembicaraan berlangsung, kapan peristiwa terjadi, serta bagaimana peristiwa pembicaraan, dan lain-lain yang akan memberi warna terhadap pembicaraan itu. Keseluruhan peristiwa itu disebut *speech event* atau peristiwa tutur.

Peristiwa semacam itu jelas terlihat pada suatu diskusi, misalnya disitu jelas akan terlihat (1) tempat diskusi, (2) peserta diskusi, (3) suasana diskusi, (4) tujuan diskusi, (5) aturan diskusi, (6) ragam diskusi, dan faktor lain yang terdapat dalam diskusi.

Hymes (dalam Lubis, 1993) mengemukakan adanya faktor-faktor lain yang menandai terjadinya peristiwa itu dengan singkatan SPEAKING, yang masing-masing fonem merupakan faktor yang dimaksudkan.

S

Setting atau scence, yaitu tempat bicara atau suasana bicara (ruang diskusi atau suasana diskusi)

P

Participant, yaitu pembicara, lawan bicara dan pendengar. Dalam diskusi adalah seluruh peserta diskusi.

E

End atau tujuan, yaitu tujuan akhir diskusi.

A

Act, yaitu suatu peristiwa dimana seorang pembicara sedang menggunakan kesempatan bicarannya.

K

Key, yaitu nada dan ragam bahasa yang digunakan dalam penyampaian pendapatnya .

I

Instrument, yaitu alat untuk menyampaikan pendapat. Misalnya, lisan, tertulis, lewat telpon dan sebagainya.

N

Norm, atau norma, yaitu aturan permainan yang harus ditaati oleh tiap-tiap pembicara dan pendengar

G

Genre, yaitu jenis kegiatan diskusi yang memiliki sifat-sifat lain dari jenis kegiatan tutur yang lain.

Dalam bukunya yang lain Hymes (dalam Lubis; 1993), mencatat tentang ciri-ciri konteks yang relevan itu adalah: (1) *addressor* (pembicara), (2) *address* (pendengar), (3) topik pembicaraan, (4) *setting* (waktu atau tempat), (5) *code* (dialek dan gaya penuturan), (6) *message form* atau bentuk pesannya (debad, diskusi, seremoni agama), (7) *event* (kejadian).

Dalam penelitian wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet yang berupa tulisan, konteks tuturannya berbeda dengan tuturan pada umumnya. Dalam wacana iklan konteks tutur dapat ditandai dengan nama dan gambar produk yang diiklankan.

2.3 Wacana

Tindak tutur erat kaitannya dengan analisis wacana. Berikut dijelaskan teori tentang pengertian wacana dan ragam wacana.

2.3.1 Pengertian Wacana

Wacana (*discourse*) adalah satuan bahasa terlengkap dan dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana dapat direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh (novel, buku, seri ensiklopedia, dan sebagainya) atau dapat pula disajikan dalam bentuk karangan yang bersifat membujuk (persuasi) contohnya iklan. Tarigan (2009:22) mengatakan istilah wacana dipergunakan untuk mencakup bukan hanya percakapan atau obrolan, tetapi juga pembicaraan dimuka umum, tulisan serta upaya-upaya formal seperti laporan ilmiah dan sandiwara atau lakon.

Menurut Stubbs (dalam Tarigan, 2009:24) wacana adalah organisasi bahasa di atas kalimat atau di atas klausa. Dengan perkataan lain, unit-unit linguistik yang lebih besar daripada kalimat/kalusa seperti pertukaran-pertukaran percakapan atau teks-teks tertulis disebut wacana. Secara singkat apa yang disebut teks bagi wacana adalah kalimat bagi ujaran (*utterance*). Deese (dalam Tarigan, 2009:24) berpendapat wacana adalah seperangkat proposisi yang saling berhubungan untuk menghasilkan rasa kepaduan atau rasa kohesi bagi penyimak atau pembaca.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian wacana adalah suatu pernyataan atau rangkaian pernyataan yang dinyatakan secara lisan ataupun tulisan yang memiliki makna dan konteks di dalamnya.

2.3.2 Ragam Wacana

Berdasarkan cara produksinya, wacana dapat dipolarisasi menjadi wacana lisan dan wacana tulis. Tiap kategori tersebut mempunyai karakteristik yang relatif berbeda. Walaupun wacana lisan dan tulis ini mempunyai ciri yang berbeda, tetapi

keduanya tetap mempunyai posisi yang sama, yaitu sebagai wahana dalam proses komunikasi yang mempunyai konteks, tujuan, dan tema. Dalam kajian analisis wacana, keduanya menjadi objek kajian yang potensial. Brown dan Yule (1985) menekankan bahwa dalam mengkaji wacana sebaiknya memandang wacana sebagai proses, dan bukan sekedar teks sebagai produk.

Brown dan Yule (1985:15-18) menyimpulkan bahwa wacana lisan mempunyai ciri sebagai berikut.

- a. Kalimat-kalimatnya kurang terstruktur, jika dibandingkan dengan bahasa tulis. Dengan ciri-ciri: (a) Banyak kalimat yang tidak lengkap, dan sering berupa rangkaian frasa; (b) Kalimat-kalimatnya tidak banyak subordinasi; dan (c) dalam percakapan tertentu, terdapat bentuk-bentuk deklaratif.
- b. Tidak banyak menggunakan penanda metalingual, misalnya: *selain itu, lebih dari itu, akan tetapi*, dan sebagainya. Dalam wacana lisan, kalimat-kalimat lebih banyak menggunakan parataktis seperti: *dan, tetapi, kemudian, dan jika* jarang dipakai. Pembicaraan banyak yang kurang eksplisit jika dibandingkan dengan wacana tulis. Penanda metalingual dalam bahasa tulis, seperti: *pertama, kedua, simpulannya*, dan sejenisnya jarang dipakai.
- c. Banyak kalimat yang berstruktur: topik-sebutan, misalnya: *Kucing ini, apa kamu membiarkannya masuk?* Dalam wacana tulis, kalimat-kalimatnya lazim berstruktur subjek-predikat.
- d. Pemakaian konstruksi pasif, dengan tidak menonjolkan pelaku jarang dipakai, sedangkan dalam bahas tulis justru sering dipakai. Konstruksi aktif dengan tidak menonjolkan pelaku banyak dipakai dalam wacana lisan.
- e. Dalam pembicaraan lingkungan, penutur sering menggunakan arah pandang untuk menentukan referen.
- f. Untuk menghaluskan ungkapan, penutur sering mengungkapkan pernyataan yang berbeda dengan referen yang sama. Misalnya: *Dosen kita itu, Bapak itu, dan Beliau*.

- g. Banyak menggunakan kata-kata yang berisi generalisasi, misalnya: *banyak...*, *umumnya...*, dan sebagainya.
- h. Penutur banyak mengulangi bentuk-bentuk sintaksis yang sama.
- i. Penutur banyak menggunakan frasa “pengisi” waktu: *saya kira...*, *anda tahu...*, *bila kamu tahu maksud saya...*, *tolong dipahami...*, dan sebagainya.

Wacana lisan cenderung diiringi oleh berbagai faktor termasuk faktor-faktor nonbahasa, sehingga wacana lisan cenderung pendek-pendek dan kurang lengkap, serta kurang gramatikal. Sebaliknya, wacana tulisan biasanya lebih lengkap dan lebih gramatikal, penuh informasi penjelas agar tidak disalahtafsirkan oleh pembaca. Busri (2010) juga memaparkan beberapa karakteristik wacana lisan yang dapat dibedakan dengan wacana tulisan. Karakteristik tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Kalimat wacana lisan cenderung kurang terstruktur (gramatikal) bila dibandingkan dengan wacana tulisan; Wacana lisan berupa kalimat yang tidak lengkap, bahkan sering hanya berupa frasa; Wacana lisan berisi penataan sub-ordinatif lebih sedikit, bila dibandingkan dengan wacana tulisan; Dalam percakapan, kalimat-kalimat yang digunakan kebanyakan berbentuk deklaratif aktif dan sedikit sekali yang berbentuk pasif.
- b. Wacana lisan jarang menggunakan tanda hubung (piranti kohesi) karena didukung oleh adanya konteks atau situasi penuturan.
- c. Wacana lisan cenderung menggunakan frasa benda yang panjang, sedangkan wacana tulisan tidak demikian.
- d. Kalimat-kalimat dalam wacana lisan menggunakan topik-komen, sedangkan wacana tulisan cenderung berstruktur subjek-predikat.
- e. Dalam wacana lisan, pembicara dapat mengubah struktur atau memperluas ekspresi yang kurang dianggap kurang tepat.
- f. Dalam wacana lisan, pembicara cenderung menggunakan kosakata yang bersifat umum.
- g. Dalam wacana lisan, pembicara sering mengulang bentuk sintaksis yang sama.

- h. Dalam wacana lisan, pembicara dapat menggunakan sejumlah "filler" misalnya, *saya pikir, Anda ketahui, jika Anda mengetahui apa yang saya maksud*, dan sebagainya.
- i. Dalam ujaran informal jarang terjadi kontruksi pasif.

Aga lebih jelas tentang perbedaan bahasa tulisan dan bahasa tulisan, perhatikan contoh wacana berikut ini (Busri, 2010).

1) Lisan

Nenek bikin setumpuk peraturan yang harus gua jalani. Habis sekolah kagak boleh kemana-mana. Siang harus istirahat. Sore mandi, terus belajar. Jajan es atau kado-gadopun tidak boleh. Apalagi nonton pilem. "jangan biasa jajan es", kata nenek, di rumah kan banyak jajan. Dan selalu dikatakan, "kau harus menabung" sebal rasanya, dengan petuah yang setiap hari mendengung di telinga ini. Anehnya, ayah juga ibu, juga kakak sama saja; mereka selalu membela nenek. Pokoknya gua kesal deh gara-gara nenek datang ke rumah.

2) Tulisan

Dalam suatu penelitian lapangan tidak mungkin seorang peneliti dapat mengamati (observasi) seluruh jumlah subjek yang diteliti. Seorang peneliti yang harus mengamati seluruh kehidupan kaum gelandangan di kota tidak mungkin mempunyai waktu dan biaya yang cukup untuk mendatangi semua gelandangan yang ada di kota itu. Ia hanya dapat meneliti beberapa ratus orang di beberapa tempat saja. Bahkan, seorang peneliti yang harus meneliti suatu desa yang terdiri dari, misalnya 3000 penduduk, kalau ia hendak melaksanakan penelitiannya tersebut secara mendalam, tidak mungkin dapat mengamati, mewawancarai dan mengetes ketiga ribu orang itu.

Walaupun demikian terdapat pula wacana tulisan yang bentuknya sangat mirip dengan bahasa lisan. Wacana lisan tersebut banyak dijumpai di dalam advertensi, label berbagai hasil obat-obatan dan makanan, pengumuman, serta peringatan yang dipasang di tempat tertentu. seperti beberapa contoh berikut ini

(01)Kocok dulu sebelum diminum.

(02)Hati-hati banyak anak.

(03)Tenang ada ujian.

(04)Ngamen gratis.

Ujaran (01) terdapat di dalam label suatu obat batuk. Ujaran tersebut merupakan intruksi kepada pemakai obat agar mengocok botol yang berisi obat batuk tersebut sebelum obat batuk itu diminum. Dalam ujaran (01) obat batuk ini tidak ditulis. Ujaran (02) merupakan peringatan kepada pengendara kendaraan bermotor supaya berhati-hati, tidak ngebut, sebab di kawasan tersebut banyak anak kecil yang sedang bermain-main atau berlalu lalang di jalan. Ujaran (03) juga diterima sebagai peringatan supaya orang-orang yang berada di dekat tempat itu tidak gaduh dan bukannya suatu informasi, bahwa di tempat itu tenang bahwa ada ujian. Dan ujaran (04) dipahami oleh para pengamen untuk tidak "ngamen" di tempat tersebut, sebab tidak akan mendapatkan imbalan apa pun.

Berdasarkan contoh di atas, dapat disimpulkan wacana IKPK pada situs internet dapat dikategorikan dalam wacana lisan. Selain itu, alasan yang mendasari adalah status pada jejaring sosial, tulisan dalam SMS (*Short Message Service*), dialog dalam naskah drama dikategorikan dalam tindak tutur karena pada dasarnya tulisan dalam ketiga media tersebut merupakan tuturan. Sehingga, berdasarkan hal tersebut wacana IKPK pada situs internet juga dapat dikategorikan dalam wacana lisan.

2.4 Iklan

Iklan adalah salah satu media promosi yang terdapat dalam kehidupan masyarakat sosial. Pada bagian ini dipaparkan beberapa hal tentang iklan, yaitu pengertian iklan, ciri-ciri iklan, tujuan iklan, jenis-jenis iklan, dan media iklan.

2.4.1 Pengertian Iklan

Pengertian iklan menurut Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1991:369) adalah (1) berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; (2) pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa (pada surat kabar dan majalah) atau di tempat umum. Tidak hanya itu, untuk lebih menarik perhatian khalayak iklan pun dimuat dalam berbagai media elektronik seperti televisi, radio, dan internet.

Durianto (dalam Sumarlam, 2003:1) menjelaskan pengertian iklan secara komprehensif adalah semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu. lebih lanjut Durianto menjelaskan bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk dan menggiring seseorang untuk mengambil tindakan, baik yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan, maupun yang menghasilkan keuntungan bagi produksi, dan keuntungan dari kesuksesan periklanan yang memberikan efek bagi konsumen memakai produk yang diiklankan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan definisi iklan secara sederhana yakni pesan yang menawarkan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media. Iklan berbeda dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk atau mempersuasif khalayak agar membeli produk atau jasa yang diiklankan. Iklan merupakan suatu kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat yang disampaikan secara lisan atau tulis tentang suatu produk dan jasa atau ide.

2.4.2 Ciri-ciri Iklan

Iklan sebagai media promosi memiliki beberapa ciri-ciri. Swastha dan Irawan (1999:98) menyatakan beberapa ciri-ciri iklan sebagai berikut.

a. Komunikasi Nonpersonal

Bahasa iklan merupakan bentuk komunikasi nonindividu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan, lembaga nonindividu, serta individu-individu.

b. Identifikasi

Iklan pada dasarnya mengomunikasikan efektivitas atau keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga membangun citra positif pada perusahaan pemroduksi iklan.

c. Bersifat Persuasif

Iklan pada dasarnya suatu bentuk komunikasi persuasif terhadap komoditi atau produk dan jasa yang erat kaitannya dengan pemasaran. Tujuannya adalah mencakup pemberian tentang suatu produk atau layanan dengan cara persuasif agar berita dapat dipahami, diterima, disimpan, dan diingat serta melakukan tindakan tertentu (membeli) sesuai dengan keinginan komunikator.

2.4.3 Tujuan Iklan

Vestergaard dan Schroder (dalam Widyatama 2011:29) mengemukakan bahwa iklan memiliki lima tujuan yaitu: menarik perhatian, membangkitkan minat, merangsang hasrat, menciptakan keyakinan, dan melahirkan tindakan (membeli barang/jasa). Tidak semua iklan dapat mencapai kelima tujuan tersebut. Ini berarti, hanya iklan yang baik yang biasanya dapat mencapai kelima tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan iklan tersebut, diperlukan cara tersendiri, mulai merancang struktur iklan hingga menggunakan struktur tertentu.

Bentuk komunikasi iklan pada dasarnya sama, yakni komunikasi persuasi terhadap komoditi atau produk dan jasa yang erat kaitannya dengan masalah pemasaran (Suwasana dalam Widyatama, 2011:30). Iklan merupakan media pemilik produk yang diciptakan oleh biro iklan, untuk disebarluaskan pada khalayak dengan

berbagai tujuan, diantaranya sebagai informasi produk mendorong penjualan (Bungin dalam Widyatama, 2011:30)

Menurut Anastasi (dalam Widyatama 2011:30) tujuan dasar iklan adalah pemberian informasi tentang suatu produk atau layanan jasa dengan cara dan strategi persuasif, agar berita atau pesan dapat dipahami, diterima, disimpan dan diingat, serta adanya tindakan tertentu (membeli) yang ditingkatkan dengan cara menarik perhatian konsumen serta menimbulkan asosiasi-asosiasi yang dapat menggugah selera, agar bertindak sesuai keinginan komunikator.

2.4.4 Jenis-jenis Iklan

Pembagian jenis iklan pada penelitian ini sesuai dengan kategori iklan komersial, yaitu didasarkan pada jenis barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Arifin *et al.* (1992: 19-27) berdasarkan jenis barang atau jasa yang ditawarkannya, iklan dapat dibagi menjadi beberapa jenis seperti berikut.

a. Iklan Kebutuhan Pokok

Iklan ini menampilkan barang kebutuhan sehari-hari yang diperlukan dalam kehidupan khalayak, seperti pangan, sandang, alat rumah tangga, perumahan, dan sarana kesehatan termasuk kosmetika, sarana olahraga, dan kebugaran, seperti contoh berikut.

Terungkap sudah....
Rahasia awet muda, cantik dan menarik secara alamiah...
Berkat minum jamu pil istimewa *Simona*.
Sinoma
Terbukti dari pengalaman.

b. Iklan Kebutuhan Sekunder

Iklan ini menawarkan produk-produk yang merupakan kebutuhan pelengkap dalam kehidupan khalayak, seperti kendaraan bermotor dengan segala yang berkaitan dengannya, aksesoris pakaian dan rumah, dan barang-barang elektronika, baik yang termasuk kategori murah maupun tidak, seperti contoh berikut.

Daihatsu Zebra

Membawa anda menikmati keidupan masa kini

c. Iklan Kebutuhan Perkantoran

Iklan ini menawarkan barang-barang yang diperlukan dalam kegiatan perkantoran, seperti alat tulis, faksimil, fotocopy, dan alat percetakan, seperti contoh berikut.

KIS

Bonafitas perusahaan Anda ditentukan oleh hasil percetakan alat tulis kantor Anda.

KIS PRINTERS

d. Iklan Promosi Hiburan

Jenis ini merupakan kelompok iklan yang menawarkan berbagai fasilitas hiburan dan pariwisata yang tersedia bagi khalayak. Termasuk dalam kelompok ini adalah iklan yang menawarkan sarana berupa kamera, buku, majalah, hotel, kesenian, dan angkutan, seperti contoh berikut.

Koran nasional dari timur.

Jawa Pos

Padat, hangat, dan akurat.

e. Iklan Promosi Pendidikan

Iklan ini menawarkan berbagai fasilitas pendidikan, baik formal maupun nonformal. Di samping itu, kelompok iklan ini pun menawarkan barang-barang elektronika yang berhubungan dengan pendidikan, seperti komputer, seperti contoh berikut.

Kini dibuat di Indonesia

Kami telah mewujudkan ali teknologi di bidang informatika dengan diresmikannya produksi dalam negeri printer EPSON*)

Pada tanggal 27 Juli 1988.

Inilah bukti nyata sumbangsih kami bagi negeri Indonesia tercinta.

f. Iklan Perekonomian

Kelompok iklan ini menawarkan fasilitas perbankan, pertokoan, dan perindustrian, seperti contoh berikut.

Bagaimana pribadi yang diakui

Bank Duta

Kartu Visa Bang Duta. Diakui di seluruh dunia.

g. Iklan Jasa

Termasuk kelompok ini adalah iklan yang memberikan informasi tentang tersedianya jasa tertentu, lowongan kerja, dan keamanan, seperti contoh berikut.

Agung Advertising

Membantu Anda dalam pemasangan iklan melalui semua mass media.

2.4.5 Media Iklan

Media iklan adalah perantara yang digunakan oleh iklan untuk mempromosikan barang atau jasa. Seperti yang dikemukakan oleh Swastha dan Irawan bahwa iklan merupakan komunikasi nonpersonal, sehingga iklan pasti disampaikan melalui media perantara. Menurut di mana pesan itu disampaikan, media iklan dibagi dalam dua kategori besar, yaitu media *above the line* (lini atas) dan media *below the line* (lini bawah). Media yang termasuk dalam *above the line*, yaitu surat kabar, majalah, radio, film, televisi, ditambah dengan internet. Media-media tersebut disebut juga dengan media massa.

Kategori media periklanan kedua, yaitu *below the line*. *Below the line* adalah kategori media yang digunakan bagi penyampaian pesan, namun media tersebut tidak bersifat massa, serta dalam pemasangan pesan tersebut tidak memberikan komisi kepada perusahaan periklanan. Umumnya kegiatan periklanan lini bawah ini bersifat penjualan promosi, yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan di tempat penjualan (Nuradi, *et al.* dalam Widyatama, 2011: 34). Media yang termasuk dalam jenis *below the line* yaitu semua media di luar media massa, misalnya: *balliho*, spanduk, poster, *pamflet*, folder, *leaflet*, *hanging display*, *bus panel*, *bus stop*, *shop sign*, *standing banner*, stiker, booklet, kemasan luar, kemasan dalam, *floor ad*, *wall ad*, *merchandise*, dan sebagainya.

2.5 Wacana Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk wacana transaksional, sebab iklan merupakan bentuk penggunaan bahasa yang ada dalam masyarakat untuk menyalurkan pesan dari seorang pengusaha (atau lainnya) kepada calon konsumen (Samsuri dalam Rani *et al.*, 2006: 7). Penggunaan bahasa dalam iklan ini membuat iklan dapat digolongkan sebagai wacana. Pada bagian ini dipaparkan beberapa hal tentang wacana iklan, yaitu pengertian wacana iklan, karakteristik wacana iklan, fungsi wacana iklan, teknik persuasi wacana iklan, aspek moral dalam produksi wacana iklan, dan kebohongan wacana iklan.

2.5.1 Pengertian Wacana Iklan

Wacana iklan sering disebut sebagai wacana yang persuasif-provokatif karena bertujuan memengaruhi dan menyerang pikiran calon konsumen agar menggunakan suatu layanan jasa atau produk yang diiklankan. Wacana iklan mempunyai sifat khas yang menjadi karakteristik tersendiri yakni singkat, padat, lancar, sederhana, lugas, dan menarik.

Rani *et al.* (2006:43) mengemukakan bahwa dalam wacana persuasi khususnya iklan, pengusaha atau pembuat pesan dalam iklan hendak mengajak berkomunikasi para konsumen (sebagai penerima pesan) dengan semenarik mungkin sehingga mampu memikat perhatian khalayak atau penerima pesan. Wacana iklan bertujuan pula untuk mengubah perasaan, sikap, dan citra pikiran konsumen atau calon konsumen dalam jangka waktu yang panjang terhadap barang atau jasa yang diiklankan. (Rani *et al.*, 2006:43) memberikan contoh sebagai berikut.

Lelaki: “gratis! Bu, ada yang gratis lagi! Rinso satu kilo sekarang berhadiah, hadiahnya itu”

Wanita: “O, apasih?” (dengan rasa ingin tahu)

Lelaki: “he, betul kan... nggak sabar kan! Hadiahnya itu satu lifebuoy seratus gram seharga tiga ratus rupiah”

Bentuk bahasa persuasif yang digunakan dalam wacana iklan di atas, antara lain berupa ungkapan “*cepat sebelum habis!, persediaan terbatas, dan dapatkan segera!*”.

2.5.2 Karakteristik Wacana Iklan

Wacana iklan yang merupakan wacana untuk membujuk dan mempengaruhi khalayak memiliki karakteristik atau struktur tersendiri. Bolen (dalam Rani *et al.*, 2006: 67) menyebutkan bahwa iklan mempunyai tiga bentuk struktur wacana, yaitu (1) butir utama (*headline*), (2) badan (*body*), dan (3) penutup (*close*). Karakteristik wacana iklan tersebut dapat digambarkan seperti pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2.2 Karakteristik wacana iklan

Wacana Iklan	Struktur		
	Butir Utama	Badan Iklan	Penutup
Tujuan	Menarik perhatian	Berkomunikasi	Mengubah perilaku
Isi	Perhatian	Minat kesadaran	Tindakan

Sumber: Rani *et al.* (2006)

a. Butir Utama Iklan

Tujuan pertama dalam wacana iklan adalah menarik perhatian. Untuk itu, diperlukan pesan-pesan yang menarik dan penting sehingga mampu menarik perhatian konsumen. Bagian yang menyajikan itu disebut butir utama. Butir utama dapat menyajikan proposisi-proposisi sebagai berikut.

- 1) Proposisi yang menekankan keuntungan calon konsumen.
- 2) Proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu pada calon konsumen.
- 3) Proposisi yang berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih.
- 4) Proposisi yang memberi komando atau perintah kepada calon konsumen.
- 5) Proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus.

b. Badan Iklan

Tujuan iklan selain menarik perhatian, adalah menarik minat dan kesadaran konsumen. Tujuan tahap ini diwadahi dalam bagian badan atau disebut juga inti wacana iklan. Dengan berdasar pada motif emosional dan motif rasional, maka

bagian wacana iklan hendaknya mengandung alasan objektif (rasional) dan alasan subjektif (emosional).

c. Penutup Iklan

Bagian penutup iklan dapat juga berisi informasi-informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diiklankan. Informasi tersebut dapat berupa nomor telepon, cap dagang, dan tempat pelayanan.

2.5.3 Fungsi Wacana Iklan dalam Masyarakat

Fungsi Wacana iklan yang paling utama dalam masyarakat adalah fungsi komunikasi. Fungsi komunikasi artinya, bahwa iklan mampu menjadi sarana penyampai pesan dari produsen. Widyatama (2011:43) membagi fungsi komunikasi menjadi tujuh:

a. Fungsi Informasi (*Information*)

Fungsi informasi wacana iklan yaitu untuk memberikan sesuatu informasi kepada konsumen. Artinya, fungsi informasi lebih ditekankan untuk menambah pengetahuan (kognisi) seseorang, dari keadaan tidak tahu menjadi tahu, dari sedikit tahu menjadi banyak tahu.

b. Fungsi Persuasi (*Persuasion*)

Wacana iklan berfungsi membujuk, merayu, atau menggerakkan konsumen untuk bersikap, maupun berperilaku tertentu sesuai yang dikehendaki oleh produsen.

c. Fungsi Mengingat (*Reminder*)

Wacana iklan berfungsi untuk mengingatkan masyarakat tentang nama (produk, merek, citra, dan sebagainya). Tujuannya agar nama tersebut melekat dibenak masyarakat.

d. Fungsi Mempercepat (*Precipitation*)

Wacana iklan mampu membuat masyarakat mengubah keputusan untuk membeli barang/jasa dari keinginan menunda menjadi keputusan untuk segera

membeli. Beberapa contoh bentuk percepatan yang dilakukan dalam wacana iklan misalnya dengan cara:

- 1) menyampaikan kepada konsumen bahwa produk yang diiklankan terbatas;
- 2) menyampaikan pembatasan waktu;
- 3) menyampaikan potongan harga yang besar apabila membeli dalam waktu yang cepat;
- 4) menambahkan hadiah setiap pembelian produk tertentu.

e. Fungsi Membangun Citra (*Image Building*)

Wacana iklan dapat berfungsi menciptakan, memperbaiki, membangun, dan membentuk citra atas produk dalam citra tertentu di tengah khalayak.

f. Fungsi Peneguhan (*Reinforcemen*)

Wacana iklan berfungsi memberikan peneguhan, artinya memantapkan konsumen untuk tetap yakin dengan produk yang diiklankan dan tidak berpaling pada produk kompetitor lain

2.5.4 Teknik Persuasi Wacana Iklan

Teknik persuasi wacana iklan merupakan cara tertentu untuk memengaruhi orang lain, sehingga pendengar atau pembaca percaya dengan pesan yang disampaikan. Informasi-informasi yang berhubungan dengan teknik tindak persuasif dalam wacana iklan dapat ditemukan dengan melihat pesan atau isi pada wacana iklan. Martutik (1992:60) menjelaskan delapan teknik persuasi pada wacana iklan berdasarkan isi yang dipentingkan sebagai berikut.

- a. Menekankan identitas produk, yaitu berisi informasi tentang jenis barang dan cap dagang dari produk.
- b. Menekankan efektivitas produk, yaitu berisi informasi yang berhubungan dengan manfaat atau khasiat produk.
- c. Menekankan kemasan produk, yaitu berisi informasi tentang cara pengemasan produk.

- d. Menekankan penelitian, yaitu berisi informasi yang bertujuan untuk memberikan bukti kepada khalayak tentang produk yang diiklankan.
- e. Menekankan penampilan produk, yaitu berisi informasi tentang ciri fisik dari produk.
- f. Menekankan informasi kompetitif, yaitu menyajikan informasi yang memberikan keuntungan pada konsumen jika ia membeli produk yang telah diiklankan.
- g. Menjelaskan manufaktur atau pembuatan produk, yaitu orang yang terlibat dalam pembuatan, tahap pembuatan, serta pabrik yang memproduksi produk.
- h. Menekankan cara mendapatkan produk, yaitu berisi informasi tempat mendapatkan produk.

Sunarjo (1983:86) mengemukakan beberapa teknik tuturan persuasi yang dapat digunakan pada wacana iklan sebagai berikut.

a. Teknik Ketidakesesuaian Perilaku (*Cognitive Dissonance*)

Teknik ini mengambil teori yang dikemukakan oleh Leon Festinger yang menggunakan gejala-gejala hidup dari manusia. Teknik mengungkapkan bahwa manusia sering perilakunya tidak sama dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukannya sering bertentangan dengan keyakinannya atau hati nuraninya sendiri. Contoh dalam kehidupan sehari-hari, seseorang yang sudah mengetahui merokok dapat mengganggu kesehatan, tetapi karena dia seorang pecandu rokok ia akan tetap saja merokok.

b. Teknik Menempel (*Asosiasi*)

Teknik asosiasi adalah teknik menyampaikan suatu gagasan dengan jalan menempelkan atau menggabungkan sesuatu dengan objek yang sedang aktual dan menarik. Teknik asosiasi ini lebih tepatnya disebut dengan teknik “nebeng terkenal”. Contoh dalam kehidupan remaja, film yang banyak digemari adalah film korea, selain ceritanya yang bagus, artis korea juga cantik-cantik. Sehingga, muncul iklan yang mempromosikan bedak kecantikan dengan objek aktual tersebut.

c. Teknik Mengelak (*Red Hearing*)

Teknik ini diperkenalkan oleh William Albig yang dipakai sebagai teknik mengelakkan argumentasi dari bagian-bagian yang lemah kemudian dialihkan sedikit demi sedikit kepada bagian-bagian yang dikuasai oleh komunikator. Dapat pula dikatakan sebagai upaya untuk mengalihkan pesan komunikasi kepada suatu topik yang dikehendaki oleh komunikator. Jadi, teknik mengelak dapat juga disebut dengan teknik “mengalihkan pesan”.

d. Teknik Membungkus (*Packing*)

Teknik membungkus juga disebut dengan *Icing Technique*. Icing berarti sesuatu komunikasi yang dalam menyajikannya dibuat sedemikian rupa sehingga menarik. Demikian juga istilah *packing* yang arti harfiahnya berarti membungkus. Dalam persuasi juga dilakukan teknik membungkus pesan sedemikian rupa sehingga komunikasi akan lebih menarik. Teknik tersebut disebut juga dengan teknik “membangun citra positif”.

e. Teknik Perhatian (*Emphaty*)

Teknik ini sering diartikan sebagai pembentukan pribadi khayal oleh seorang komunikator seandainya ia menjadi komunikan. Istilah empati ialah kemampuan seseorang untuk menempatkan diri pada situasi orang lain.

f. Teknik dengan Hadiah (*Pay of Idea*) dan Tanpa Hadiah (*Fear Arousing*)

1) *Pay of idea* adalah usaha persuasi terhadap seseorang atau orang banyak dengan memberi hadiah atau harapan yang lebih baik.

2) *Fear arousing* kebalikan dari *pay of idea*, yaitu usaha persuasi terhadap seseorang atau orang banyak tanpa memberi hadiah, melainkan menunjukkan keunggulan produk tersebut. teknik persuasi dengan menunjukkan keunggulan produk dapat dilakukan dengan cara memberikan penilaian yang positif terhadap produk.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas yang diterapkan dalam penelitian ini adalah teori teknik persuasi yang dikemukakan oleh Sunarjo karena lebih sesuai

dengan wacana iklan pada situs internet. Pendapat Martutik digunakan sebagai referensi tambahan.

2.5.5 Aspek Moral dalam Produksi Wacana Iklan

Dalam produksi wacana iklan ada beberapa aspek moral atau etika tertentu karena iklan diumumkan untuk khalayak. Isi atau pernyataan wacana iklan tidak boleh merugikan, baik merugikan khalayak, pengiklan, dan produksi periklanan. Jefkin (1997:335) menyebutkan pernyataan yang merugikan biasanya memiliki karakteristik sebagai berikut.

- a. Umpatan, yaitu pernyataan tidak sesuai dengan etika kesantunan berbahasa.
- b. Berbohong, yaitu wacana iklan tidak sesuai dengan produk yang diiklankan.
- c. Memejokkan pihak lain, yaitu menjelek-jelekkkan atau menghina pihak lain.

2.5.6 Kebohongan Wacana Iklan

Dalam fenomena iklan dan cerita yang ditawarkan di dalamnya, selalu ada celah yang membatasi antara penampilan sesuatu dan makna sesungguhnya (Piliang, 2012:332). Piliang menjelaskan lebih lanjut bahwa ada sebuah jurang yang memisahkan antara citra sebuah produk dan yang sesungguhnya. Di dalam terminologi ilmu ekonomi-politik ada sebuah konsep yang digunakan untuk menjelaskan jurang atau celah tersebut, yang pertama kali diperkenalkan oleh Karl Marx di dalam *The Capital*, yaitu konsep fetisisme komoditi.

Fetisisme adalah kondisi yang di dalamnya sebuah objek mempunyai makna yang tidak sesuai dengan realitas objek itu yang sesungguhnya. Istilah *fetis* berasal dari dari bahasa Portugal *feitico* yang berarti pesona, daya pikat atau sihir. Orang apabila sudah terkena pesona atau sihir termasuk juga pesona wacana iklan, maka untuk memperolehnya orang mau membeli dengan harga yang mahal. Fetisisme memuat sesuatu dengan kekuatan atau daya pesona, yang sesungguhnya tidak

dimilikinya atau tidak sesuai dengan kenyataan. Piliang (2012: 333) menyebutkan delapan contoh jenis fetisisme (kepalsuan) komoditi.

- a. Personifikasi produk: analogi produk dengan kualitas manusia (iklan rokok dengan ilustrasi gambar lelaki yang gagah perkasa).
- b. Tugas dilakukan dengan efisien, cepat, tanpa tenaga, rasional, ilmiah (*vacuum cleaner* yang membersihkan secepat kilat).
- c. Melukiskan keadaan akhir, hasil, ciri-ciri akhir (berkilau, bersih, halus, bersinar).
- d. Control yang diupayakan oleh sebuah kekuatan produk atas unsur kekuatan alam (membawa kesejukan alam pegunungan, meninggalkan aroma lemon).
- e. Control yang diupayakan oleh kekuatan sebuah produk atas orang lain: daya pikat, pengaruh, kesukaan, kedudukan sosial, dan penilaian sosial.
- f. Transformasi diri: produk mempunyai kekuatan untuk mengubah diri, mengurangi kecemasan, mengubah efektivitas pribadi menjadi seperti orang lain yang ideal.
- g. Uraian mengenai kepuasan emosional atau hubungan personal dengan produk secara langsung (teman yang baik dalam memasak).
- h. Uraian mengenai reaksi atau kepuasan emosional atas produk berdasarkan penggunaannya (tidak pernah mengeluh, selalu puas).

Kedelapam kualitas tersebut di atas tidak semuanya mampu diberikan oleh sebuah produk. Akan tetapi, iklan mengondisikan bahwa produk dapat memberikan semua kualitas tersebut, lewat citra-citra yang ditanamkan, untuk melukiskan kualitas, kapasitas, dan kapabilitas (palsu) sebuah produk, seperti contoh berikut.

“super taste for super people”.

Teks iklan tersebut dalam bahasa Indonesia adalah “Super rasa untuk orang-orang super”. Dalam realitas yang terjadi adalah sebaliknya, yaitu bahwa rokok berdasarkan penelitian-penelitian kedokteran justru menjadi sumber utama dari berbagai penyakit mematikan, seperti: paru-paru, serangan jantung, kanker, dan gangguan kehamilan. Semua jenis penyakit itu justru membuat orang lemah.

2.6 Periklanan Internet

Internet merupakan suatu ruang maya yang supercepat. Akses berbagai informasi sangat mudah dan cepat dilakukan melalui internet. Internet merupakan jaringan global dari komputer-komputer yang saling terhubungkan di mana satu individu yang terhubung dengan sebuah jaringan internet dapat bercakap-cakap dengan komputer mana pun di seluruh dunia yang juga terhubung dengan jaringan internet.

Menurut Lee dan Jhonson (2004:381), Pada tahun 1996, *America Online* membuka sebuah jendela nonkomersial terakhir di ruang maya (*cyberspace*) dengan menjadikan ruang *chat* publiknya terbuka bagi para pengiklan. Setelah itu, periklanan internet bagi konsumen mencapai pendapatan total \$554,8 juta melalui iklan *banner*, iklan antara, dan pensponsoran pada tahun 1997, sebuah peningkatan 147,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Jadi, iklan internet sejak tahun itu banyak digunakan oleh pengiklan. Lee dan Jhonson juga menjelaskan “dalam sebuah survey Ernst & Young, hampir setengah jumlah pengecer yang menjadi responden berkata bahwa mereka memperkirakan internet meningkatkan penjualan hingga 10 % pada tahun 2000”.

Perkiraan tersebut benar karena pada saat ini (tahun 2013) banyak sekali para pengiklan yang berlomba menawarkan berbagai produk dan jasanya melalui internet. Segala jenis iklan dapat ditemui pada situs internet. Iklan tersebut terdapat pada *blogger*, *google*, situs jejaring sosial, dan lain sebagainya.

2.7 Pembelajaran Menulis Iklan di Sekolah

Menulis iklan merupakan salah satu pembelajaran bahasa yang ditetapkan dalam kurikulum sekolah khususnya tingkat SMP. Menulis iklan dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII, yaitu dalam pembelajaran menulis poster, dengan kompetensi dasar (KD): menulis slogan/poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi, serta persuasif. Pembelajaran menulis iklan

tersebut memiliki tujuan: siswa mampu menulis slogan/poster dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi serta persuasif.

Agar tujuan pembelajaran tercapai, khususnya dalam menulis poster yang berupa iklan dengan kalimat persuasif maka diperlukan materi untuk memahami cara menulis poster dengan menggunakan kalimat persuasif. Pada buku ajar SMP biasanya hanya berisi sedikit paparan tentang poster. Berikut ini adalah salah satu contoh materi ajar bahasa Indonesia SMP kelas VIII tentang menulis poster yang ditulis oleh Suharna *et al.* (2006:165-167).

Poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum. Biasanya berupa ajakan, pengumuman, atau iklan. Poster juga diartikan gambar atau tulisan di atas kertas atau kain yang dipasang di tempat umum dan berisi pemberitahuan.

Fungsi poster di antaranya sebagai media pendidikan masyarakat, alat propaganda, iklan, atau murni sebagai suatu hasil karya seni tanpa maksud-maksud tersembunyi. Poster dapat berisi pernyataan-pernyataan berupa slogan. Sebagaimana slogan, tujuan poster umumnya menyampaikan suatu informasi dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap informasi tersebut.

Misalnya, berisi imbauan kepada masyarakat tentang suatu kegiatan, larangan menghindari perbuatan tertentu, ajakan untuk membeli barang tertentu, ajakan untuk menghadiri acara tertentu, dan alat propaganda politik atau berkampanye.

Selain bahasanya singkat, menarik, mudah dipahami, dan bersifat persuasif; poster juga dilengkapi gambar atau ilustrasi yang mendukung, kata-kata yang digunakan juga bersifat efektif, sugestif, dan mudah diingat.

Berikut adalah hal-hal yang harus diperhatikan dalam menulis poster: 1) menentukan konsep pokok yang akan dipublikasikan kepada khalayak umum; 2) menentukan pernyataan pokok yang akan dituliskan dalam poster; 3) menentukan ukuran poster; 4) menyiapkan bahan dan peralatan yang diperlukan dalam membuat poster; 5) menyiapkan gambar atau ilustrasi yang mendukung isi poster bila diperlukan; 6) menggunakan bahasa yang singkat, jelas, mudah diingat, menarik, dan membujuk; 7) tidak menggunakan kata-kata pujian yang berlebihan terhadap barang atau kegiatan yang diinformasikan.

2.8 Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang persuasi wacana iklan telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan kajian ini diantaranya sebagai berikut.

- 1) Arifin *et al.* (1992), dengan judul penelitian “Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame”. Arifin *et al.* meneliti bahasa yang terdapat dalam iklan berita dan papan reklame meliputi wujud bahasa iklan, cara penyampaian persuasi iklan yang disebut juga dengan retorik iklan, dan kesalahan penulisan bahasa iklan.
- 2) Februarini (2009), dengan judul penelitian “Penggunaan Diksi dan Teknik Persuasi dalam Iklan Penawaran di Radio”. Februarini meneliti diksi persuasi dalam iklan penawaran di Radio mencakup dua hal, yaitu penggunaan jenis konotasi dan penggunaan kata umum dan kata khusus. Selain diksi persuasi, juga diteliti teknik persuasi yang digunakan dalam iklan penawaran di radio, yaitu campuran teknik keras dan lunak, teknik lunak saja, campuran teknik lunak dan butir pasif, dan campuran teknik keras butir pasif.
- 3) Rohidzafi (2010), dengan judul penelitian “Wacana Iklan Obat-obatan di Radio ‘Sritanjung FM’ Banyuwangi”. Rohidzafi meneliti struktur wacana iklan, strategi pencapaian koherensi wacana iklan, dan teknik persuasi dalam wacana iklan obat-obatan di radio Sritanjung FM Banyuwangi. Teori teknik persuasi yang digunakan adalah teknik persuasi menurut Martutik (1992) yang telah disebutkan pada bagian sub bahasan teknik persuasi wacana iklan.

Dari beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa penelitian tentang persuasi wacana iklan memang menarik, sehingga banyak yang meneliti. Tetapi, penelitian tindak persuasif dalam wacana iklan pada situs internet yang mencakup modus, teknik persuasi, dan kebohongan yang terdapat di dalamnya belum ada yang meneliti.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam penelitian, meliputi: (1) rancangan dan jenis penelitian, (2) data dan sumber data, (3) metode penentuan sampel, (4) metode pengumpulan data, (5) metode analisis data, (6) instrumen penelitian, dan (7) prosedur penelitian.

3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Moleong (1994:6) mengemukakan bahwa data dalam penelitian deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Jenis penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat, sehingga hasil dari penelitian ini berupa pemaparan sebagaimana adanya. Data dapat berasal dari naskah, wawancara, dokumen pribadi, memo atau catatan, dokumen resmi, media massa, dan media elektronik. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari situs internet berupa tindak persuasif wacana IKPK berbahasa Indonesia. Penelitian ini mendeskripsikan tindak persuasif yang terdapat dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet meliputi modus, teknik, dan kebohongannya.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 1994:3) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Rancangan kualitatif ini menggunakan data tertulis berupa tindak persuasif dalam wacana iklan pada situs internet dengan perspektif wacana berbahasa Indonesia.

3.2 Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah data tertulis berupa tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet (Maret-April 2013). Data yang

diambil adalah tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia yang terdapat modus (wujud kalimat tuturan), teknik (cara membujuk melalui isi iklan), dan kebohongan (tipuan yang dilakukan pengiklan).

Sumber data dalam penelitian ini adalah wacana IKPK pada situs internet. Situs internet saat ini banyak digunakan oleh khalayak ramai. Segala macam informasi dapat ditemui pada situs internet.

3.3 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel teoritis. Sampel teoritis adalah pengambilan sampel berdasarkan konsep-konsep yang terbukti secara teoritis dengan teori yang sedang disusun (Strauss dan Corbin, 2007:196). Tujuan penyampelan ini adalah mengambil sampel yang menunjukkan kategori-kategori yang dimuat dalam rumusan masalah yang akan diteliti.

Sampel data dalam penelitian ini adalah wacana iklan berbahasa Indonesia, khususnya jenis IKPK dengan kategori modus, teknik, dan kebohongan tindak persuasifnya. Cara yang dilakukan dalam teknik penyampelan teoritis pada penelitian ini, yaitu awalnya data yang didapat dikumpulkan semua secara sistematis dalam tabel pengumpul data berdasarkan permasalahan penelitian. Jika ditemukan data dengan permasalahan yang sama, maka data tersebut dicermati kembali dan dipilih satu data yang paling mewakili permasalahan, sedangkan data-data yang tidak terpilih tidak dijadikan data.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian harus dilakukan dengan maksimal, sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan, pada penelitian ini diperlukan suatu metode pengumpulan data.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah dokumentasi. metode ini

digunakan untuk penelitian yang bersumber pada tulisan. Menurut Arikunto (2002:206), metode dokumentasi merupakan pencarian data terhadap hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. Dalam penelitian ini dokumentasi yang dipakai adalah wacana iklan pada situs internet. Tahapan-tahapan metode pengumpulan data pada penelitian *Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia Pada Situs Internet*, meliputi: (1) mencari wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet yang terdapat modus, teknik, dan kebohongan persuasi; (2) membaca/mencermati data dalam wacana yang ditemukan untuk mengambil data yang terpilih; (3) mengumpulkan data yang terpilih dalam tabel pemandu pengumpulan.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Analisis data terdiri atas tiga alur kegiatan, yaitu tahap reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi data (Miles dan Huberman, 1992:16). Berikut uraian mengenai langkah-langkah analisis data tersebut.

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih dan menyederhanakan data. Proses reduksi dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Seleksi data atau proses pemilihan data, yaitu berupa wacana iklan berbahasa Indonesia dari situs internet. Proses seleksi data dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut. Wacana iklan berbahasa Indonesia yang dipilih adalah IKPK, data yang diinginkan yaitu data yang terdapat modus, teknik, dan kebohongan tindak persuasif. Jika ditemukan permasalahan yang sama, maka tidak semua dipakai sebagai data (hanya dipilih satu yang paling mewakili permasalahan, yang lain diabaikan dan tidak diambil sebagai data).
- b. Pengodean data, yaitu pemberian kode pada masing-masing data yang sudah

terkumpul dan terseleksi dengan tujuan menyederhanakan data sehingga memudahkan untuk dianalisis. Kode yang digunakan terdiri dari: (1) kode persuasi (modus (M), teknik (T), kebohongan (K)); (2) kode masing-masing modus dan teknik tindak persuasif; 3) nomor urut data (1,2,3...). Masing-masing kode modus dan teknik dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Kode modus tindak persuasif wacana iklan

Modus	Kode
Deklaratif	Dek
Interogatif	Int
Imperatif	Imp

Tabel 3.2 Kode teknik persuasi wacana iklan

Teknik	Kode
Ketidaksesuaian Perilaku	KP
Nebeng Terkenal	NT
Mengalihkan Pesan	MPes
Membangun Citra Positif	MCP
Empati	E
Memberi Hadiah	MH
Mengunggulkan Produk	MPro

Contoh pemberian kode:

MDek02 → Nomor urut data ke-02
 ↳ Deklaratif
 ↳ Modus

2) Penyajian Data

Data yang telah diseleksi berdasarkan tindak persuasif dalam wacana IKPK dimasukkan dalam tabel pengumpul data. Data yang sudah terkumpul dikode berdasarkan modus, teknik, dan kebohongan tindak persuasif wacana iklan dalam tabel analisis data. Data tersebut kemudian dianalisis dan diinterpretasikan sesuai rumusan masalah yang akan diteliti. Penyajian data ini digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Data yang sudah terisi dan dianalisis dalam tabel analisis data

selanjutnya dapat ditarik kesimpulan awal berdasarkan hasil yang ditemukan. Setelah itu perlu dilakukan pemeriksaan ulang (verifikasi data) pada keseluruhan proses analisis data hingga penarikan kesimpulan. Verifikasi data dilakukan dengan cara menguji kebenaran hasil temuan, apakah sudah lengkap dan valid, ataukah masih perlu melakukan analisis data kembali untuk melengkapi kekurangan-kekurangan yang muncul. Apabila dirasa sudah lengkap dan valid, maka dapat ditarik kesimpulan akhir.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2002:160), instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Alat bantu penelitian ini menggunakan tabel pengumpul data dan tabel pemandu analisis data. Tabel pengumpul data digunakan untuk mengumpulkan data persuasi wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet yang terdapat modus, teknik, dan kebohongan. Tabel pemandu analisis data digunakan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul dalam tabel pengumpul data.

3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga tahap, yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap penyelesaian penelitian. Ketiga tahapan tersebut dijabarkan sebagai berikut.

- 1) Tahap persiapan meliputi: pemilihan dan penetapan judul, pengadaan pustaka, penyusunan metode penelitian, dan membuat tabel instrumen.
- 2) Tahap pelaksanaan meliputi: pengumpulan data, analisis data, dan penyimpulan hasil penelitian.
- 3) Tahap penyelesaian meliputi: penyusunan laporan penelitian, revisi, dan pengandaan laporan penelitian sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan hasil dan pembahasan penelitian mengenai tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet. Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian ini, pembahasan mencakup tiga hal, yaitu: (1) modus tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet; (2) teknik persuasi dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet; dan (3) kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

4.1 Modus Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK Berbahasa Indonesia pada Situs Internet

Modus tindak persuasif dalam penelitian ini yaitu wujud kalimat tuturan yang membujuk. Dari data yang diperoleh diketahui bahwa dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet terdapat: (1) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat deklaratif; (2) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat interogatif; dan (3) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat imperatif.

4.1.1 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Deklaratif

Modus tindak persuasif berupa kalimat deklaratif adalah tuturan dalam wacana iklan yang bersifat membujuk calon konsumen dengan wujud kalimat berita. Kalimat berita tuturan persuasif hanya memberitakan atau menginformasikan produk yang diiklankan, seperti upaya yang dihasilkan produk, sifat produk, hadiah yang diberikan produk, dan kelebihan produk. Kalimat berita suatu tuturan persuasif dalam wacana iklan berupa kalimat tidak langsung. Data yang ditemukan dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet diantaranya sebagai berikut.

- (01) Cream Pemutih Wajah JRG / Cream Bandung, kulit putih bersih halus bebas jerawat
.... (Mdek02)

- (02) WinStrap™ NOSE STRAP membuat hidung kamu lebih mancung dan cantik, lebih percaya diri! dalam 1-2 minggu!
.... (Mdek05)
- (03) Cream Wajah dan Pil Aura Kecantikan
Inovatif & formulatif....untuk anda yang ingin mempesona dan punya daya pikat yang luarbiasa
.... (MDek14)
- (04) EmiLay Whitening SoftgeL from USA



" Rahasia kulit halus, cerah, kenyal & sehat..."

.... (Mdek11)

- (05) Cream Ayu Ting Ting adalah paket cream wajah herbal
Bukti nyata wajah bersih no jerawat, no flek & solusi semua masalah kulit wajah, aman !!!
.... (MDek18)

(06)



Bedak yang keunggulannya bukan hanya untuk make-up tapi juga merawat kulit kamu!

.... (MDek23)

Tuturan (01) – (06) membujuk calon pembeli dengan wujud kalimat berita. Tidak ada unsur kalimat tanya ataupun kalimat perintah yang terdapat di dalamnya. Tuturan tersebut hanya memberikan informasi tentang manfaat dan keunggulan produk yang bertujuan untuk membujuk calon konsumen agar tertarik dengan produk kecantikan yang diiklankan.

Tuturan (01) membujuk calon pembeli dengan memberitakan manfaat produk yang diiklankan. Tuturan (01) menginformasikan bahwa krim pemutih wajah JRG

atau disebut juga krim Bandung (Bandung merupakan kota asal produk) dapat membuat kulit putih, bersih, halus, dan bebas jerawat.

Tuturan (02) membujuk calon pembeli dengan memberitakan manfaat produk yang diiklankan dan lama waktu untuk mendapatkan manfaat tersebut. Tuturan (02) menginformasikan bahwa alat pemancung hidung *Nose Strap* dapat membuat hidung calon pembeli lebih mancung dan cantik, sehingga lebih percaya diri dan hanya butuh waktu 1-2 minggu untuk mendapatkan hasil tersebut.

Tuturan (03) membujuk calon pembeli dengan memberitakan kelebihan produk yang diiklankan dan untuk siapa produk tersebut. Tuturan (03) menginformasikan bahwa krim wajah dan pil aura kecantikan adalah produk yang inovatif dan formulatif, serta hadir untuk seseorang yang ingin tampil memesona dan memiliki daya pikat yang luar biasa.

Tuturan (04) membujuk calon pembeli dengan memberitakan produk yang diiklankan merupakan suatu rahasia. Tuturan (04) menginformasikan bahwa produk yang diiklan merupakan suatu rahasia kulit halus, cerah, kenyal, dan sehat.

Tuturan (05) membujuk calon pembeli dengan memberitakan bahan, manfaat, dan sifat produk yang diiklankan. Tuturan (05) menginformasikan bahwa krim Ayu Ting Ting adalah paket krim wajah dari bahan herbal dan terbukti nyata wajah bersih tanpa jerawat, tanpa flek, dan merupakan solusi semua masalah kulit wajah yang aman.

Tuturan (06) membujuk calon pembeli dengan memberitakan kelebihan produk yang diiklankan. Tuturan (06) menginformasikan bahwa bedak boneka bukan hanya bedak biasa tetapi juga dapat merawat wajah calon pembeli.

4.1.2 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Interogatif

Modus tindak persuasif berupa kalimat interogatif adalah tuturan iklan yang membujuk calon konsumen melalui pertanyaan. Pertanyaan itu tidak perlu dijawab karena sudah ada jawabannya. Menurut Leech ada lima macam cara mewujudkan

tuturan interogatif, yaitu (1) membalik urutan kalimat, (2) menggunakan kata *apa* atau *apakah*, (3) menggunakan kata *bukan* atau *tidak*, (4) mengubah intonasi kalimat menjadi tanya, (5) menggunakan kata tanya tertentu. Data yang ditemukan dalam wacana IKPK pada berbahasa Indonesia situs internet diantaranya sebagai berikut.

(01)....

Apakah ini yang sedang anda alami?

- Tidak pede karena bentuk tubuh dan berat badan berlebih (*Overweight*)?
- Pakaian terasa sempit karena lemak yang menggelayut dimana-mana atau perut buncit?
- Ingin badan bisa kembali ideal setelah melahirkan?
- Sudah menghabiskan jutaan rupiah serta berbagai cara dan obat namun tetap tidak kurus?
- Sulit untuk diet ketat dan tidak punya waktu untuk berolahraga berat?
- Ingin pelangsing alami yang efektif dan aman digunakan?

Bila ya..

Simpelet 3 jawabannya

.... (MInt03)

(02)



LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum

Apakah sis sekarang ini.....

- Merasa kurang Pede dengan kulit yang sis punya?
- Sudah lelah dengan berbagai produk kecantikan kulit yang sangat mahal tapi selalu gagal?
- Ragu dan bingung memilih produk pemutih yang ampuh, aman & murah?
- Menggunakan berbagai macam krim pemutih kulit tanpa ada hasil meskipun sedikit?
- Mencoba berbagai macam cara dari yang murah sampai sangat mahal untuk memutihkan kulit tapi tetap merasa sulit?
- Selalu menggunakan sun block dan payung tapi kulit tetap gelap?
- Gak pede untuk difoto karena anda tidak nyaman dengan kulit anda?
- Menggunakan produk yang menjadikan kulit ber tambah kering, tambah gelap, kusam dan kasar?

“Ternyata anda tidak sendiri! ”

.... (Mint 24)

(03) Ebook Putih Alami

....

Apakah salah satu masalah kulit dibawah ini sedang menimpa pada kulit anda?

- ✓Apakah saat ini anda sedang berusaha untuk menghilangkan jerawat dan bekas jerawat?
- ✓Apakah saat ini pori-pori di wajah anda terlihat besar-besar dan anda ingin mengecilkan pori-pori wajah anda?
- ✓Apakah saat ini wajah anda terlihat kusam dan anda menginginkan wajah anda kembali cerah lagi?
- ✓Apakah saat ini anda mengalami masalah selulit pada kulit anda ?
- ✓Apakah saat ini anda sedang memiliki masalah kerutan halus di wajah ?
- ✓Apakah saat ini anda memiliki masalah dengan kantung mata yang besar yang sangat mengganggu penampilan ?
- ✓Apakah saat ini anda memiliki masalah flek hitam di wajah ?
- ✓Apakah saat ini anda memiliki bekas luka yang sudah lama tidak bisa hilang?

Jika salah satu masalah diatas sedang menimpa kulit anda berarti anda tepat mengunjungi website saya saat ini.

Apapun masalah kulit anda saya memiliki solusinya yang sudah teruji dan terbukti ampuh dalam mengatasi semua masalah kulit.

.... (Mint26)

(04) Mau menurunkan Berat Badan dengan cepat? Tapi sekaligus sehat? Tanpa rasa pusing lemas atau gemeteran? Fibre Slim jawabnya.

.... (Mint4.2)

(05)

Apa akibat jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?

Tidak ada efek samping negatif atau jelek jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ ini. Namun manfaat dari LUMINESCE™ itu tidak akan berlanjut jika tidak lagi menggunakan LUMINESCE™ ini. Tanda-tanda penuaan akan kembali muncul.

.... (Mint24)

Tuturan (01) – (05) membujuk calon pembeli dengan kalimat tanya. Penanda kalimat tanya tuturan (01) – (03) adalah kata *apakah* dan menggunakan tanda tanya. Penanda kalimat tanya pada tuturan (04) adalah menggunakan tanda tanya. Penanda kalimat tanya tuturan (05) menggunakan kata *apa* dan tanda tanya.

Tuturan (01) bertanya tentang keluhan calon pembeli yang memiliki berat badan berlebih atau gemuk dan menginginkan tubuh ideal. Orang gemuk terkadang tidak percaya diri dengan bentuk badannya, pakaian terasa sempit karena lemak dalam tubuhnya, sudah menghabiskan uang sampai jutaan rupiah untuk menguruskan badan, tidak mempunyai waktu untuk berolahraga berat, dan pasti menginginkan pelangsing yang aman serta efektif. Pengiklan mengetahui hal yang dirasakan dan diinginkan oleh calon pembeli yang mempunyai berat badan berlebih, sehingga pengiklan menanyakan tentang beberapa hal tersebut untuk membujuk calon konsumen. Pengiklan juga mengatakan bahwa produk yang diiklankan (simpelet3) adalah jawabannya.

Tuturan (02) bertanya tentang hal yang dirasakan oleh calon pembeli tentang masalah kulit yang dimiliki. Wanita menginginkan selalu tampil cantik, salah satunya dengan kulit yang tidak bermasalah. Wanita yang memiliki masalah pada kulit cenderung kurang Percaya diri dengan kulit yang ia punya, menggunakan berbagai produk kecantikan kulit yang murah sampai sangat mahal tapi tidak ada hasil atau selalu gagal, ragu dan bingung memilih produk pemutih yang ampuh, aman & murah. Pengiklan menanyakan tentang beberapa hal tersebut untuk membujuk calon konsumen yang memiliki masalah pada kulit pada wacana iklan produk yang ditawarkan.

Tuturan (03) bertanya tentang keadaan calon pembeli yang mempunyai masalah pada wajah. Seorang wanita tidak ingin wajahnya bermasalah dan akan berusaha membuat wajahnya tidak bermasalah. Masalah yang banyak dihadapi wanita berkaitan dengan wajah, diantaranya berjerawat, bekas jerawat, pori-pori besar, wajah terlihat kusam, selulit, kerutan halus, kantung mata besar, flek hitam, dan bekas luka. Pengiklan menanyakan beberapa hal tersebut dan mengatakan bahwa ia memiliki produk yang sudah teruji dan terbukti ampuh mengatasi masalah-masalah tersebut.

Tuturan (04) bertanya tentang keinginan calon konsumen yang ingin menurunkan berat badan tanpa efek samping. Produk penurun berat badan terkadang

memiliki efek badan menjadi lemas dan kepala pusing, selain itu cara kerja produk juga lama. Calon konsumen jelas tidak menginginkan hal itu terjadi, sehingga pengiklan bertanya tentang calon konsumen yang ingin berat badan turun cepat, sehat tanpa rasa pusing dan lemas. Pengiklan memberikan jawaban bahwa Fibre Slim dapat memberikan keinginan tersebut.

Tuturan (05) tidak menanyakan hal yang berkaitan dengan konsumen seperti pada tuturan (01) - (04), tetapi berkaitan dengan produk yang diiklankan. tuturan tersebut menanyakan produk berkaitan dengan efek samping yang diakibatkan produk (LUMINESCE™) jika berhenti mengonsumsinya, lalu diberikan deskripsi bahwa produk tersebut tidak memiliki efek samping negatif.

4.1.3 Modus Tindak Persuasif dalam Wujud Kalimat Imperatif

Modus tindak persuasif berupa kalimat imperatif adalah tuturan iklan yang membujuk calon pembeli melalui perintah. Pengiklan menyuruh calon pembeli untuk berbuat sesuatu. Kalimat perintah dapat diketahui melalui (1) menggunakan akhiran *kan* dan *lah* setelah kata dasar, (2) menggunakan kata larangan *jangan*, (3) menggunakan kata yang bersifat waspada seperti *awas* dan *hati-hati*, (4) menggunakan kata ajakan *ayo* dan *mari*, (5) menggunakan kata perintah tertentu. Modus tindak persuasif berupa kalimat imperatif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet dapat dibedakan menjadi imperatif biasa, peringatan, nasihat, larangan, dan ajakan. Data yang ditemukan diantaranya sebagai berikut.

- a. Imperatif biasa, yaitu kalimat suruhan terhadap calon pembeli yang tidak mengandung kata peringatan, nasihat, larangan dan ajakan.

(01)



Bakar lemak sekarang juga, tubuh ideal bukan mimpi lagi!
.... (MImp4.7)



....
Mulai hilangkan jerawat Anda hari ini!
Dan kembalikan kepercayaan diri Anda
.... (MImp06)

Tuturan (01) dan (02) merupakan kalimat perintah atau suruhan biasa. Penanda kalimat perintah tuturan (01) dan (02) menggunakan akhiran *kan* setelah kata dasar *bukti*, *hilang*, dan *kembali*. Tuturan wacana iklan (01) menyuruh calon pembeli untuk segera membakar lemak dan mendapatkan tubuh ideal melalui produk yang diiklankan. Tuturan wacana iklan (02) menyuruh untuk mulai menghilangkan jerawat hari ini serta mengembalikan kepercayaan diri melalui produk yang diiklankan.

b. Imperatif peringatan, yaitu menyuruh dengan kata-kata yang bersifat mengingatkan calon pembeli.

(03) Alat pemancing hidung Nosestrap



....
Awas barang tiruan tidak memiliki tekanan yang pas dan konsisten untuk membentuk tulang lunak pastikan anda dapatkan nosestrap asli hanya di WWW.Nosestrap.Com (MImp05)



....

Hati hati dengan harga murah, kami jamin produk yang kami jual asli dan aman

.... (MIP07)

Tuturan (03) dan (04) merupakan kalimat perintah dengan cara mengingatkan. Tuturan tersebut tidak mengingatkan calon pembeli untuk suatu peristiwa yang memerlukan pemakaian barang yang diiklankan, tetapi mengingatkan agar calon pembeli waspada terhadap produk lain yang tidak aman dan tidak asli atau barang tiruan. Penanda kalimat perintah tuturan (03) dan (04) menggunakan kata peringatan *hati-hati* dan *awas*. Tuturan tersebut membujuk calon pembeli agar waspada terhadap produk yang sama yang dijual oleh pengecer lain dan membeli hanya kepada distributor yang menuturkan peringatan tersebut.

c. Imperatif nasihat, yaitu menyuruh calon konsumen dengan kata-kata nasihat.

(05)

Untuk memancungkan hidung tidaklah harus dengan mengeluarkan uang banyak untuk operasi, suntik silikon, operasi plastik ke dokter, atau lain sebagainya yang macam-macam, cukup dengan menggunakan alat *nose up clipper*.

.... (MImp09)

(06) Gak perlu minder dengan pantat/bokong yang polos, kendur, kecil dan gak *sexy*. Kini telah hadir *Hip Up Cream* untuk solusi Anda

.... (MImp13)

Tuturan (05) dan (06) merupakan kalimat perintah dengan cara menasihati. Penanda perintah kalimat tersebut adalah *tidaklah harus* dan *gak perlu*. Tuturan (05) menasihati calon pembeli agar tidak mengeluarkan biaya yang banyak seperti operasi, silikon, dan lain-lain untuk memancungkan hidung. Calon pembeli cukup menggunakan produk tersebut agar mendapatkan hidung yang indah dan harga yang terjangkau. Tuturan (06) menasihati calon pembeli agar tidak kecewa dengan pantat yang kurang *sexy*, karena telah hadir krim yang dapat membuat pantat *sexy*. Tuturan ini berbeda dengan tuturan yang berbentuk kalimat perintah dengan melarang. Tuturan ini lebih halus dan terdapat nasihat di dalamnya.

d. Imperatif larangan, yaitu menyuruh calon konsumen dengan kata-kata larangan.

(07)

Jangan tunda lagi, pesan sekarang juga!
 Segera dapatkan Jamu Pelangsing Alami Simpelet 3
 (MImp03)

Tuturan (07) merupakan kalimat perintah dengan cara melarang, penanda perintah yang bersifat larangan pada tuturan (07) menggunakan kata *jangnan*. Penutur iklan melarang agar calon pembeli tidak menunda lagi untuk membeli produk yang diiklankan.

e. Imperatif ajakan, yaitu menyuruh calon konsumen dengan kata atau kalimat ajakan.

(08)

Ayuk tunggu apalagi semakin cepat memutuskan untuk mengkonsumsi Fibre Slim, semakin cepat pula tubuh Anda langsing dengan cara sehat.
 (MImp4.1)

(09) Yuks Sista-sista yang pengen langsing

Order segera paket hemat FibreSlim
 Beli 1 box FibreSlim & 1 box FibreCaps BONUS celana pelangsing.
 Harga murah cukup 280rb
 (MImp14.3)

Tuturan (08) dan (09) memerintah dengan mengajak. Penanda perintah yang bersifat ajakan dengan kata *ayuk* dan *yuks*. Tuturan tersebut mengajak calon pembeli untuk segera mengambil keputusan membeli produk yang diiklankan agar cepat mendapatkan hal yang diinginkan. Tuturan ini lebih halus nilai rasanya daripada kalimat perintah biasa.

Tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet juga terdapat modus dengan wujud gabungan dari beberapa wujud kalimat seperti contoh berikut.

(01) Saran saya berhati-hatilah dalam memilih A-dha cream/a-dha beauty care paket ekonomis. Jangan tergiur dengan harga yang murah, Karena bisa mengakibatkan hal yang FATAL bila salah memilih. Jika anda mendapati salah satu ciri-ciri diatas, sebaiknya anda tidak usah gunakan produk tersebut,

daripada anda menyesal di kemudian hari.

Kami menyediakan A-dha beauty cream paket ekonomis dan paket exclusive original/asli. Garansi uang kembali jika palsu...!

.... (MG10.1)

(02) Kenapa harus ke dukun untuk pasang susuk ...? Cukup pakai sajian produk unggulan cream wajah dan pil aura kecantikan dari kami.....buktikan pancaran ke anggunan dan daya pikatnya ...!

.... (MG14)

(03) LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum



Anda hanya perlu 1 cara untuk memiliki wajah sekinclong Artis Korea Begitu halus, lembut, cerah, bersih & awet muda dijamin praktis, 100% Halal & 100% Aman

Ingin bukti ?

... (MG24)

Tuturan (01) – (03) menggunakan modus dengan wujud gabungan dari beberapa kalimat. Tuturan (01) menggunakan modus dengan wujud kalimat imperatif nasihat, imperatif larangan, dan deklaratif. Tuturan (02) menggunakan modus dengan wujud kalimat interogatif, deklaratif, dan perintah. Tuturan (03) menggunakan modus dengan wujud kalimat deklaratif dan interogatif. Tuturan persuasif tersebut hanya memiliki satu tujuan agar calon pembeli membeli produk yang diiklankan.

4.2 Teknik Persuasi dalam Wacana IKPK Berbahasa Indonesia pada Situs Internet

Teknik persuasi adalah cara membujuk yang digunakan oleh pengiklan agar calon konsumen tertarik dan membeli produk yang diiklankan. Dari data yang diperoleh diketahui bahwa teknik persuasi dalam wacana IKPK berbahasa indonesia

pada situs internet terdapat lima teknik persuasi menurut teori yang dikemukakan Sunarjo, yaitu menempel (nebeng terkenal), mengelak (mengalihkan pesan), membungkus (membangun citra positif), perhatian (empati), dan dengan hadiah dan tanpa hadiah (menggungulkan produk). Selain itu, juga ditemukan beberapa teknik persuasi yang lain, yaitu menunjukkan hasil produk, memberikan janji, dan memperkecil jumlah produk.

4.2.1 Teknik Nebeng Terkenal

Teknik nebeng terkenal adalah menyampaikan suatu gagasan dengan menempelkan objek yang sedang aktual. Berikut data wacana IKPK yang menggunakan teknik persuasi nebeng terkenal.



Pemutih Tubuh Syahrini

Kecantikan total tidak cukup hanya dengan mengandalkan perawatan wajah. Perawatan tubuh juga sangat penting karena tubuh yang putih bersih merupakan idaman bagi setiap wanita. Oleh sebab itu setelah sukses booming mengeluarkan Cream Syahrini kini hadir PAKET BODY SYAHRINI untuk perawatan tubuh anda.

.... (TNT07)



Cream Ayu Ting Ting adalah paket cream wajah herbal
Bukti nyata wajah bersih no jerawat, no flek & solusi semua masalah kulit
wajah, aman!!! (TNT18)

(03) Fitri Carlina, Artis yang mempopulerkan lagu "ABG Tua" minum FibreSlim Diet sehat hasil cepat, tubuh langsing bukan mimpi lagi . (TNT4.4)



FITRI CARLINA
FIBRE SLIM
www.DietSehatFibreSlim.com

Garcinia Cambogia
Cholella (Klorofil)
Psyllium Husk (Serat Alami)
Green Tea (Teh Hijau)

FibreSlim telah terbukti memberikan manfaat positif seperti mengurangi lemak tubuh, memperlancar buang air besar, membantu mencukupi serat tubuh, memenuhi nutrisi penting tubuh, membantu menjaga kesehatan pencernaan, menghindari terkena kanker kolon, mengatasi sembelit, menurunkan kadar kolesterol, dan membantu mempercepat metabolisme tubuh. FibreSlim merupakan produk yang aman karena terbuat dari 100% halal dengan bahan baku herbal pilihan. FibreSlim juga terjamin kualitas dan mutunya serta aman dikonsumsi oleh masyarakat karena telah terdaftar pada DINKES No. 613317531224.

UNTUK PEMESANAN SILAHKAN SMS 0899 277 6789 **Bukti Nyata!**

FibreSlim adalah sebuah terobosan minuman serat alami asli buatan Indonesia yang membantu wanita melangsingkan tubuh secara efektif, sekaligus memelihara dan meningkatkan kesehatan.

www.DietSehatFibreSlim.com
twitter.com/FibreSlimDiet
fb.com/DietSehatFibreSlim

100% ALAMI

supported by FibreSlimIndonesia.com

(04)



BEDAK PALGANTONG BIKIN MUKA MULUS SEPERTI ARTIS KOREA @ 70 RIBU

....Selama lebih dari 10 tahun, bedak tabur ini digunakan oleh aktris maupun aktor di film, program TV dan drama Korea. (TNT16)

klan (01) dan (02) menjadikan nama artis Syahrini dan Ayu Ting Ting sebagai objek yang aktual. Produk nebeng terkenal dengan menggunakan nama kedua artis tersebut sebagai merk. Syahrini di Indonesia dikenal sebagai seorang artis yang cantik dan memiliki tubuh mulus. Ayu Ting Ting adalah seorang artis penyanyi dangdut yang populer di Indonesia. Wanita pada dasarnya ingin memiliki wajah cantik dan tubuh mulus. Sehingga, untuk menarik calon pembeli pengiklan menempelkan objek Syahrini dan Ayu Ting Ting pada wacana iklan.

Iklan (03) dan (04) nebang terkenal dengan menempelkan objek aktual sebagai pengguna produk. Iklan (03) menjadikan artis korea sebagai objek yang aktual. Saat ini film yang banyak digemari para remaja Indonesia adalah film Korea. Film tersebut terkenal dengan ceritanya yang bagus dan artisnya yang cantik-cantik dan berkulit putih. Banyak perempuan ingin tampil putih seperti artis korea. Wajah dan kulit cantik memang dambaan semua wanita. Iklan (04) menjadikan artis Fitri Carlina yang memiliki tubuh langsing sebagai objek yang aktual.

4.2.2 Teknik Mengalihkan Pesan

Teknik tuturan persuasif dengan mengalihkan pesan adalah usaha membujuk dengan mengalihkan pesan komunikasi kepada suatu topik yang dikehendaki oleh komunikator. Berikut data tuturan persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia yang menggunakan teknik mengalihkan pesan.

(01) TEH HIJAU - MEMBUANG LEMAK PADA TUBUH

Teh hijau sudah populer sebagai teh yang dapat menurunkan berat badan. Kemampuan ini diperoleh karena adanya kandungan katekin pada teh tersebut. Katekin merupakan senyawa turunan dari flavonoid, yaitu zat alami yang biasa terkandung dalam buah dan sayur yang baik untuk tubuh. Katekin berkontribusi pada rasa khas teh yaitu sepet. Kandungan katekin pada teh hijau terbilang tinggi. Dalam 200 ml teh hijau atau sekitar satu gelas terkandung sekitar 90 mg katekin. Proses pengolahan teh hijau dengan oksidasi minimal, secara alami mempertahankan kandungan katekin tetap tinggi.

Dari penelitian Kataoka *et al.* (2004) diperoleh bahwa kombinasi dari konsumsi katekin (570mg/hari atau sekitar 6-7 gelas teh hijau) digabungkan dengan olahraga yang teratur setiap hari efektif menurunkan lemak tubuh. Sebagai orang Indonesia seharusnya manfaat ini lebih efektif sesuai hasil penelitian Hursel *et al.* (2009) yang menyebutkan bahwa penurunan berat badan akibat konsumsi teh hijau lebih efektif pada orang Asia dibandingkan orang Barat.

Katekin bekerja dengan menurunkan penyerapan lemak dalam usus, meningkatkan oksidasi lemak dalam jaringan tubuh dan meningkatkan pengeluaran energi tubuh (Westerterp-Plantenga 2012).

FIBRESLIM mengandung TEH HIJAU didalamnya yg diolah tanpa melalui proses fermentasi, sehingga memiliki kandungan polifenol tertinggi bila dibandingkan dengan jenis teh lainnya. Kandungan polifenol yang paling

utama dalam Green Tea sebagai senyawa antioksidan, yaitu epigallocatechin gallate (EGCG).

FibreSlim tersedia dalam 2 kemasan:

» Fibre Slim Kemasan Sachet

1 Box isinya 30 sachet

Harga: Rp. 140.000,- / box

» Fibre Slim Kemasan Kapsul

1 Box isinya 60 Kapsul

Harga: Rp. 150.000,- / box

*Produk Halal, telah terdaftar DINKES No.613317531224.

.... (TMPes4.1)



(02) FAKTA MENARIK

16. Kita bernafas kira-kira 23.000 kali setiap hari

17. Kata ZIP (kode pos) adalah kepanjangan dari ‘Zoning Improvement Plan’.

18. Coca-Cola mengandung Coca (yang merupakan zat aktif pada kokain) dari tahun 1885 sampai 1903.

19. Rata-rata kita bicara 5000 kata tiap hari (walaupun 80% nya kita bicara pada diri sendiri)

20. Seandainya kuota air dalam tubuh kita berkurang 1%, kita langsung merasa haus

Bahan kimia ga bsa berikan hasil maksimal bagi wajah? Gunakan bahan yang pure alami untuk kembalikan cantik sehat kulit wajahmu dengan

HERBALCREAM Pls visit www.cantikalamiku.blogspot.com - ADD PIN

2317E294 atau 238B74B7 atau sms ke 085257309935 atau whatsapp

085334066969 - YM therabithia_star@yahoo.co.id Untuk Info Lengkap

Produk HERBAL Novica Prematura.

(TMPes17)

Iklan (01) menggunakan teknik mengalihkan pesan dengan menuturkan argumen manfaat teh hijau yang dapat membuang lemak pada tubuh dan bukti ilmiahnya, kemudian menuturkan pelangsing Fibre Slim yang mengandung teh hijau. Selain itu, juga dipaparkan kelebihan kandungan teh hijau dalam produk Fibre Slim dan ditawarkan suatu produk pelangsing tubuh Fibre Slim.

Iklan (02) menggunakan teknik mengalihkan pesan dengan argumen yang tidak ada hubungan dengan produk yang diiklankan. Awalnya pengiklan mendeskripsikan fakta-fakta menarik. Setelah beberapa fakta dipaparkan, pengiklan

juga memaparkan produk yang diiklankan. Pengiklan mengajak calon pembeli untuk menggunakan produk yang diiklankan jika memiliki masalah pada wajah.

4.2.3 Teknik Membangun Citra Positif

Teknik membangun citra positif adalah suatu tuturan yang dalam menyampaikannya dibuat sedemikian rupa sehingga menarik dan tidak timbul pikiran negatif dari calon konsumen. Guna membangun citra positif iklan agar pesan di dalamnya menarik dan calon konsumen tertarik untuk membeli produk yang diiklankan. Berikut data teknik persuasi dengan membangun citra positif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

(01)

100% Alami

Tidak menimbulkan ketergantungan

Aman digunakan tanpa efek samping

Tidak mengandung zat kimia

Tidak mengandung zat pengawet

Tidak mengandung zat pewarna



Masih ragu? Lihat dan baca sendiri apa kata yang sudah menggunakan:

Testimoni Asli Simpelet 3



*Herbal pelangsing Simpelet 3 dapat digunakan oleh Pria/Wanita (TMCP03)

(02)



LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum

Semua Foto Dibawah Ini Tidak Ada Rekayasa



.... (TMCP24)

(03) Cream JRG



....

awalnya produk ini saya pake sendiri.. tapi karena banyak teman-teman yang lihat muka saya jadi mulus dan kinclong dan banyak yang minat pula akhirnya produk ini saya pasarkan, gak ada salahnya nyebarin rahasia kecantikan buat sista2, kan dapat pahalanya juga ya.

.... (TMCP02)

(04) TANYA & JAWAB FIBRESLIM :

T: Boleh dikonsumsi ibu menyusui?

J: FibreSlim boleh dikonsumsi ibu menyusui setelah masa ASI eksklusif.

Dikonsumsi pada waktu malam 1 X sehari.

T: Boleh dikonsumsi penderita Maag?

J: FibreSlim aman dikonsumsi penderita Maag, dikonsumsi setelah makan.

T: Apakah aman dikonsumsi oleh penderita Diabetes dan Hipertensi?

J: FibeSlim aman sekali untuk penderita Diabetes dan Hipertensi, karena bisa menetralkan gula darah dan menurunkan kadar kolesterol jahat tubuh.

T: Berapa lama hasilnya dan turun berapa kilo setelah saya konsumsi FibreSlim?

J: Hasilnya relatif dan berbeda pada tiap orang, tergantung pola hidup selama menjalani program diet. Tetapi umumnya konsumen FibreSlim selama ini mendapatkan penurunan berat badan 3-5 kg dalam waktu 10-20 hari pemakaian. (TMCP4.7)

(05)

Tanya Jawab Luminesce Serum Yang Perlu Diketahui

✓ **Apa keuntungan teknologi adult stem cell pada LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Stem cell yang terdapat LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum berisi sitokin identik manusia yang memiliki atribut yang sama dengan sitokin dalam tubuh manusia. Hal ini memungkinkan interaksi yang sempurna antara LUMINESCE™ dengan proses tubuh alami.

✓ **Bagaimana cara yang spesifik LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum memberikan hasil?**

Faktor – faktor pertumbuhan dan sitokin yang disediakan oleh teknologi stem cell menembus pori – pori kulit dan bekerja dengan proses tubuh secara alami untuk meeangsang produksi protein matriks seperti kolagen dan elastin. Cara inilah yang membantu mengurangi garis halus dan kerutan

✓ **Apa hubungan antara faktor – faktor pertumbuhan dan teknologi stem cell?**

Teknologi yang sudah dipatenkan di LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum menyediakan untuk pengiriman hal – hal penting dari faktor pertumbuhan yang ditemukan di kulit yang alami. Seiring bertambahnya usia, produksi faktor – faktor pertumbuhan dalam kulit berkurang dan menyebabkan munculnya kerutan – kerutan dan penipisan kulit. Dengan memperkenalkan kembali fakto – faltor itu tadi melalui penggunaan secara rutin LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum, sel kulit yang rusak dapat diperbaiki dan jaringan – jaringan baru kulit akan dihasilkan.

✓ **Apa saja manfaat yang paling berarti atau terlihat dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Hasil nyata dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara rutin diantaranya memungkinkan mengurangi munculnya garis halus dan kerutan, meningkatkan kecerahan kulit, dan mengembalikan kulit yang halus dan muda.

✓ **Berapa lama yang diperlukan untuk melihat hasil nyata penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Hasil penggunaan LUMINESCE™ yang bekerja bersamaan dengan proses pembaharuan kulit yang alami akan bervariasi antara orang yang satu dengan yang lainnya karena kondisi tekstur kulit yang berbeda – beda. Jika memang digunakan secara rutin pembaharuan kulit rata – rata terjadi dalam waktu empat minggu tetapi perbaikan yang optimal pada kulit biasanya tidak mencapai lebih dari tiga bulan.

✓ **Apa akibat jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Tidak ada efek samping negatif atau jelek jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ ini. Namun manfaat dari LUMINESCE™ itu tidak akan berlanjut jika tidak lagi menggunakan LUMINESCE™ ini. Tanda – tanda penuaan akan kembali muncul.

✓ **Apakah ada efek samping negatif jika menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara terus menerus?**

Sama sekali tidak ada! Yang ada malah Anda akan mendapatkan manfaat yang sangat berarti dan Anda akan mendapatkan manfaat itu bertahan lebih lama pada diri (kulit) Anda.

.... (TMCP24)

(06)

ROYALE DIAMOND LOTION memiliki tekstur gel transparan efektif menjaga kelembutan dan kelembaban alami kulit, tanpa membuat kulit jadi kering. Manjakan tubuh anda dengan kemewahan berlian, dimana berlian adalah sahabat terbaik dari seorang wanita. Dilengkapi dengan aroma khas yang sangat menyegarkan, rasakan sensasi dari sebuah berlian.

.... (TMCP12)

(07)....

Aku mau membandingkan produk ini dengan Lioele Triple Solution BB Cream yang populer dan banyak dicari.

Karena menurutku hasil efek pemakaian dari BB Cream Atomy ini sama seperti penggunaan Lioele Triple Solution BB Cream yang oil control dan coveragenya bagus, hanya saja Lioele Triple Solution BB Cream agak cakey, retak-retak di wajah, dan matte saat diaplikasikan ke wajah, baru setelah 30 menit kemudian Lioele Triple Solution BB Cream mulai nge-blend di wajah dan baru terlihat bagus.

Atomy BB Cream langsung nempel di kulitku dan membuat kulit cerah, menutupi segala jenis noda jerawat, meratakan warna kulit yang nggak rata. Cara kerja BB Cream ini seperti memberikan satu lapisan/ layer di atas semua masalah kulitku itu sehingga bikin kulit jadi terlihat sempurna.

.... (TMCP20)

(08)

Kami menyediakan A-DHA beauty cream paket ekonomis dan paket exclusive original/asli. Garansi uang kembali jika palsu...!

- Kemasan A-DHA beauty cream yang palsu lebih pudar warnanya
- Kemasan yang palsu warnanya lebih gelap tidak kinclong

- Kemasan A-DHA beauty cream bagian bawah hanya di tempel kertas saja, tidak ada plastik dan kurang rapih
- Kemasan yang asli pada krim siang ada tulisan formula with nano tech
- Krim siang pada yang palsu berwarna kuning
- Kemasan yang asli lebih terang dan tidak pudar warnanya

.... (TMCP10.1)

- (09) EGYPTIAN MAGIC CREAM banyak digunakan oleh banyak sekali artis dan model-model terkenal luar negeri, seperti Madonna, Kate Hudson, Tao Okamoto, Rachel Zoe, Jessica Biel, Cameron Diaz, dan masih banyak lagi. (jika tidak percaya, silahkan lihat testimonialnya langsung di website utamanya di <http://www.egyptianmagic.com/testimonials.htm>)

....

Egyptian Magic Cream asli dengan isi 118 ml (=112gr) seharga Rp.275.000. Tersedia juga kemasan sample 15gr seharga Rp.95.000. Krim ini memang mahal karna memang bukan krim ece-ece, yang pakai pun bukan orang sembarangan. Jadi, jadilah bagian dari mereka yang sudah lebih dulu membuktikan keren-nya cream ini.

Egyptian Magic Cream ini sudah tidak diragukan lagi manfaatnya, karna artis-artis hollywood pun memakainya. (TMCP28)

Iklan (01) - (09) menggunakan teknik membangun citra positif. Iklan (01) menjelaskan barang yang aman tanpa efek samping dengan label barang agar tidak menimbulkan kesan atau citra negatif atas produk. Iklan tersebut juga menunjukkan hasil hasil/testimoni produk yang diiklankan. Hasil testimoni dapat berupa gambar dan pernyataan seseorang yang sudah menggunakannya. Hasil testimoni yang ditunjukkan dalam iklan tersebut adalah pernyataan seseorang yang sudah menggunakannya. Iklan (02) juga menuturkan hasil suatu produk disertai gambar-gambar hasil pemakaian produk. Iklan (03) menjelaskan bahwa pengiklan adalah orang yang membuktikan sendiri produk tersebut dan hasilnya memang nyata. Iklan (04) dan (05) membangun citra produk dengan modus tuturan pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan itu berkaitan dengan kelebihan produk yang diiklankan beserta jawabannya. Iklan (06) membangun citra positif dengan efek barang yang memberikan sentuhan lembut terhadap kulit. Iklan (07) membangun citra positif dengan cara membandingkan produk dengan produk sejenis yang dinilai bagus oleh masyarakat. Iklan (08) membangun citra positif dengan cara membandingkan produk

tersebut dengan produk yang sama tetapi palsu. Iklan (09) membangun citra positif dengan cara memaparkan bahwa produk tersebut digunakan oleh artis-artis terkenal dan bukan produk sembarangan.

Iklan (01) - (09) menggunakan teknik membangun citra positif agar konsumen berpikir positif dan menghilangkan prasangka negatif terhadap produk yang diiklankan.

4.2.4 Teknik Empati

Teknik persuasi dengan empati/perhatian adalah usaha membujuk seseorang melalui tuturan yang seolah-olah penutur menjadi komunikan atau berada pada situasi yang dialami komunikan. Berikut data tuturan dalam wacana IKPK pada situs internet yang menggunakan teknik empati.

(01) Ebook Putih Alami

....

Apakah sis sekarang ini.....

- Merasa kurang pede dengan kulit yang sis punya?
- Sudah lelah dengan berbagai produk kecantikan kulit yang sangat MAHAL tapi selalu GAGAL?
- RAGU dan BINGUNG memilih produk pemutih yang AMPU, AMAN & MURAH?
- Menggunakan berbagai macam krim pemutih kulit tanpa ada hasil meskipun sedikit?
- Mencoba berbagai macam cara dari yang murah sampai sangat MAHAL untuk memutihkan kulit tapi tetap merasa SULIT?
- Selalu menggunakan sun block dan payung tapi kulit tetap gelap?
- Gak pede untuk difoto karena anda tidak nyaman dengan kulit anda?
- Menggunakan produk yang menjadikan kulit bertambah kering, tambah gelap, kusam dan kasar?

“Ternyata anda TIDAK SENDIRI! ”

.... (TE26)

(02)

Apakah ini yang sedang anda alami?

- Tidak PeDe karena bentuk tubuh dan berat badan berlebih (*Overweight*)?

- Pakaian terasa sempit karena lemak yang menggelayut dimana-mana atau perut buncit?
- Ingin badan bisa kembali ideal setelah melahirkan?
- Sudah menghabiskan jutaan rupiah serta berbagai cara dan obat namun tetap tidak kurus?
- Sulit untuk diet ketat dan tidak punya waktu untuk berolahraga berat?
- Ingin pelangsing alami yang efektif dan aman digunakan?

Bila ya..

Simpelet 3 jawabannya

.... (TE03)

(03) Dulu Anda mungkin termasuk orang yang membeli beragam produk kecantikan dengan manfaat yang berbeda-beda. Sekarang tidak perlu lagi karena kini telah hadir HDI B.SKIN BB CREAM.

.... (TE25)

Iklan (01) – (03) menggunakan teknik empati terhadap calon pembeli. Tuturan dalam wacana iklan seolah-olah penutur merasakan perasaan calon konsumen atas masalah yang dialaminya dengan modus bertanya/melontarkan beberapa pertanyaan terhadap penutur pada tuturan iklan (01) dan (02). Tuturan iklan (03) mengungkapkan rasa empati dengan pernyataan. Melalui rasa empati itu penutur memberikan solusi atas apa yang dirasakan calon konsumen.

4.2.5 Teknik Memberi Hadiah

Teknik memberi hadiah adalah teknik iklan untuk membujuk calon pembaca dengan memberikan suatu hadiah. Hadiah tersebut dapat berupa barang, potongan harga, dan lain sebagainya.

(01) Ebook Putih Alami

....

Bagaimana kalau rahasia ini saya bagikan untuk anda seharga

~~Rp.500.000,-~~

Tapi karena sedang promosi, maka harganya:

~~Rp.200.000,-~~

Untuk anda di minggu spesial ini,
HANYA Rp. 95.000,-
 (Harga ini dapat kami naikan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu)
 (TMH26)

- (02) Diskon produk bulan September 2012.
 A-dha Beauty Cream Ekonomis 120.000. Beli 10 paket harga 100 ribu/paket
 Serum wajah Vitamin C 30.000. Beli 10 PCS harga 25 Ribu/PCS
 A-dha Beauty Cream Exclusive 150.000. Beli 10 PCS harga 135 ribu/paket
 (A-dha Beauty Cream Ekonomis+serum wajah Vitamin C dan E harga 150
 ribu) tanpa serum cuma 120 ribu).
 (A-dha Beauty Cream Ekklusif +serum wajah Vitamin C dan E harga 180
 ribu)-tanpa serum cuma 150 ribu).
 (TMH10.1)

- (03) Alat pemancung hidung Nosestrap



....

Pesan Sekarang Juga!
 Special untuk kamu-kamu yang pesan di bulan ini
 Hanya Rp. 52.000 + biaya kirim Gratis! (Ke seluruh Indonesia)
 (TMH05)

- (04)



....

Gratis ongkos kirim Khusus Pulau Jawa :
 Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Serang.
 (4.7)

- (05)



GRATIS! Natural Bamboo Slimming Suit" seharga Rp150.000, untuk pembelian 2 FibreSlim (kapsul atau serbuk). Buruan ladies, stok terbatas! (TMH4.5)

- (06) Promo Gratis Baju Pelangsing (Natural Bamboo) berakhir hari ini ya ladies...

*Batas pembayaran ditunggu hari ini 30 April 2013 s/d pukul 23.59 WIB nanti.

So... buruan ladies!!!

Untuk pemesanan SMS ke 0899-277-6789 (TMH4.6)



Iklan (01) - (06) menggunakan teknik memberikan hadiah. Iklan (01) memberikan hadiah potongan harga dengan dua kali potongan harga untuk pembelian di Minggu spesial. Iklan (02) memberikan hadiah potongan harga apabila membeli produk dengan jumlah yang banyak. Iklan (03) dan (04) memberikan gratis biaya kirim. Iklan (05) memberikan hadiah salah satu produk kecantikan *Natural Bamboo Slimming Suit* untuk pembelian dua Fibre Slim. Iklan (06) memberi hadiah berupa barang dan disertakan masa selesai promo.

4.2.6 Teknik Mengunggulkan Produk

Teknik mengunggulkan produk adalah usaha membujuk orang lain dengan menunjukkan keunggulan produk yang diiklankan. Keunggulan produk tersebut dapat dilihat dari segi ruang, waktu, sifat, upaya, ketunggalan, perintisan, mekanisme, dan kejatian produk. Berikut data tuturan yang membujuk dengan teknik tanpa hadiah/menunjukkan keunggulan produk.

- a. Mengunggulkan produk dari segi ruang, yaitu ruang lingkup beredarnya produk.

- (01)

Emilay Whitening juga menembus pasar Asia, Afrika dan Amerika. *Best Seller* di 26 Negara. (TMP11)

(02) Bedak tabur yang sangat populer di Korea dan Jepang sehingga mendapat sebutan Star Powder adalah *Palgantong Theatrical Powder*. (TMP16)

Tuturan (01) dan (02) mengunggulkan produk dari segi ruang produk. Tuturan (01) menyampaikan bahwa produk yang diiklankan terbaik di 26 Negara. Tuturan (02) menyampaikan bahwa produk yang diiklankan populer di Korea dan Jepang.

b. Mengunggulkan produk dari segi waktu, yaitu dikaitkan dengan segi waktu tentang barang yang diiklankan.

(03) Bedak Saripohatji, bedak dingin dengan resep tradisional yang sudah dibuat sejak tahun 1927 yang terbukti ampuh mengatasi jerawat secara alami. (TMP21)

(04)

Bedak Wallet Original sangat populer di kalangan bintang film Indonesia. Pertama kali hanya diperkenalkan kepada profesional make-up artis, Hal ini sangat terkenal untuk produk entertainers. Sejak tahun 1999, produk terbaik ini telah dijual ke non-entertainers. Produk ini tercatat sudah terjual 600 juta penjualan produk-produk dari 2002 ke 2006 di Jepang. Sehingga terpilih sebagai Top Hit dari produk kosmetik. Dan diakui secara internasional looh..

.... (TMP22)

(05) Palgantong Theatrical Powder



.... Selama lebih dari 10 tahun, bedak tabur ini digunakan oleh aktris maupun aktor di film, program TV dan drama Korea.

.... (TMP16)

(06) WinStrap™ NOSE STRAP Membuat Hidung Kamu Lebih Mancung dan Cantik, Lebih Percaya Diri! dalam 1-2 minggu!

Ketika kamu memakai Nosestrap. Dengan perlahan lahan Nosestrap™ akan membentuk tulang lunak di hidung untuk menjadi lebih mancung. Dalam

waktu 1-2 minggu kamu sudah bisa merasakan bedanya dan hidung menjadi lebih mancung dan tidak lebar.

.... (TMP05)

(07) Hanya dengan pemakaian 10 menit saja setiap hari dan 2 minggu – 1 bulan sudah putih bersih permanen. White light Pemutih Gigi ini dibuat dengan standard Internasional..... (TMP08)

Iklan (03) - (07) mengunggulkan produk dari segi waktu produk yang diiklankan. Iklan (03) menyampaikan awal tahun pembuatan produk (1927). Iklan (04) menyampaikan awal dikenalkannya produk ke non-entertainers (1999) dan waktu/tahun penjualan terlaris (2002-2006) di Jepang. Iklan (05) menyampaikan lama waktu produk digunakan oleh kalangan artist korea (10 tahun). Tutaran (06) dan (07) menyampaikan lama waktu mekanisme atau kerja produk untuk mendapatkan hasil produk. Iklan (06) membutuhkan waktu 1-2 minggu untuk mendapatkan hidung mancung melalui produk yang diiklankan. Iklan (07) membutuhkan waktu 10 menit saja setiap hari selama 2 minggu – 1 untuk mendapatkan gigi putih bersih permanen melalui produk yang diiklankan.

c. Mengunggulkan produk dari segi sifat, yaitu ciri-ciri atau sifat produk yang diiklankan.

(08) Palgantong Theatrical Powder



.... Makeupnya ringan, tidak berat dan juga nyaman di muka. (TMP16)

(09)



....
100% ALAMI (TMP03)

Tuturan (08)-(09) mengunggulkan produk dari segi sifat produk. Tuturan (08) menyampaikan ciri-ciri produk yang ringan dan nyaman di muka ketika dipakai. Tuturan (09) menyampaikan bahan yang digunakan adalah bahan alami.

d. Mengunggulkan produk dari segi efektivitas, yaitu upaya atau manfaat dari produk.

(10) Cream JRG



Cream perawatan wajah & Pemutih Racikan apoteker ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya:

- memutihkan kulit,
 - mencerahkan kulit yang kusam,
 - meratakan warna kulit yang tidak rata,
 - menghilangkan flek-flek karena bekas jerawat,
 - menghilangkan flek hitam di wajah akibat penuaan
 - mengatasi jerawat,
 - mengecilkan pori-pori yang kasar
 - meremajakan dan mengencangkan kulit.
 - memutihkan warna kulit yang menghitam akibat setelah sinar UV
 - menghaluskan dan memutihkan warna kulit hanya dalam waktu 1 bulan.
- (TMP02)

(11)....

MANFAAT FIBRESLIM :

- ♥ Menurunkan berat badan dan membersihkan tubuh dengan efektif (manfaat kandungan serat alami Psyllium Husk)
 - ♥ Memperkuat sistem kekebalan tubuh, suplemen energi, mendukung fungsi pencernaan, fungsi hati, dan mengurangi kolestrol.
 - ♥ Memutihkan kulit dan meningkatkan kesehatan, dan untuk anti oksidan (manfaat kandungan Green Tea)
 - ♥ Membersihkan usus dari racun, membersihkan lemak, dan mengembalikan keseimbangan tubuh (manfaat kandungan Ganggang Hijau / Chlorella)
- (TMP4.7)

(12)

Praventac™ Menyembuhkan dan Mengurangi

- Jerawat / Acne
- Komedo hitam
- Komedo putih
- Kemerahan karena Peradangan
- Noda
- Minyak berlebih
- Luka Bekas acne
- Bakteri

Efek bermanfaat lainnya

- Membantu memperbaiki sel yang rusak oleh noda
 - Mendorong kesehatan di dalam & kecantikan di luar
 - Membersihkan acne dalam 4-8 minggu
- (TMP06)

(13) Hip Up Cream menjadikan pantat/ pinggul terlihat naik, montok/ menonjol, kencang, halus dan sexy.

.... (TMP13)

(14)



.... Merupakan produk perawatan kulit yang berguna memperlambat proses penuaan dini dan menyamarkan keriput (atau kerutan) kuwlit wajah.

Sebagai Antioksidan kuat yang melindungi kulit terhadap pengaruh negatif faktor luar seperti (polusi, matahari, iklim, AC, asap rokok, dsb).

Merangsang pembentukan dan peningkatan produksi kolagen kulit, menjaga kekenyalan, kelenturan, serta kehalusan kulit (anti aging & anti wrinkle).

Mencerahkan kulit lebih cepat dgn brightening effect (Glowing & Berkilat).

.... (TMP15)

(15) Cream Ayu Ting Ting



Cream perawatan wajah & pemutih racikan ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya :

Cream Malam :

- * Mengangkat kulit yang turun
- * menghilangkan keriputan
- * menghaluskan tekstur kulit
- * mengencangkan kulit yang kendur

Cream Siang :

- * Mencerahkan corak kulit yang memudar
- * Merevitalisasi kulit yang tampak lelah
- * Memutihkan kulit
- * Mencerahkan kulit yang kusam
- * Meratakan warna kulit yang tidak merata
- * Perlindungan khusus dari sinar matahari

... (TMP18)

(16)Paket Apotik Ratu



....

1. Sabun RATU whitening

Efektif mengangkat lemak,kotoran,debu yg menempel dikulit

2.Toner RATU

Mengangkat sisa2 kotoran/debu yg tidak hilang hanya dengan sabun + whitening kulit permanen

3. Lotion Collagen RATU

Melembabkan, mengenyalkan, serta membantu regenerasi sel kulit baru

.... (TMP19)

(17)....

Cara kerja Bedak wallet ori :

Slimming Efek: Membuat wajah terlihat slimmer(kurus/tirus) dengan efek tiga dimensi yang disebabkan oleh pantulan cahaya.

Daya Tahan Lama: Dengan daya tahan yang lebih lama akibat pengaruh keringat/air

Blooming Efek: Membuat kulit cerah dan mewah.

Super hidrat Efek: Menjaga kelembaban kulit sepanjang hari dan juga melembutkan kulit.

.... (TMP22)

Iklan (10) - (17) mengunggulkan produk dari segi efektivitas produk produk, yaitu menyebutkan manfaat atau upaya suatu produk yang diiklankan. hal itu untuk membujuk calon konsumen yang menginginkan manfaat suatu produk seperti yang terdapat dalam wacana iklan.

e. Mengunggulkan produk dari segi ketunggalan, yaitu menjelaskan bahwa produk yang diiklankan adalah satu-satunya dan tidak ada yang lain.

(18)

Tidak Ada Yang Menyembuhkan Acne Lebih Baik Dibandingkan Praventac Yang 100% Aman & Alami!

.... (TMP06)

(19) Serum Beauty Diamond dr. Adi Wira Perdhana



....

Tinggalkan Serum Lama anda...

Karena Dr. Adiwira Perdhana & Ibu Bq.Nurul Hisan, S.Farm, Apt saat ini telah memformulasikan Serum Ajaib yang SANGAT berbeda dengan Serum-serum terbaik di Pasaran.

.... (TMP15)

(20)

LUMINESCE cellular rejuvenation serum adalah satu-satunya Serum Anti Aging yang Mengandung 248 Key Human Growth Factor dapat merubah penampilan kulit dengan lembut mengisi tingkat alami protein seperti kolagen dan elastin.

.... (TMP24)

(21)

Cream-adha-asli BPOM. Inilah satu-satunya produk pemutih wajah ber-BPOM namun tetap mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat. (TMP10.2)

Iklan (18) dan (21) mengunggulkan produk dari segi ketunggalan produk. Iklan (18) menyampaikan bahwa tidak ada produk lain yang mampu menyembuhkan jerawat seperti produk tersebut. Iklan (19) menyampaikan bahwa produk tersebut

berbeda dengan produk terbaik yang sejenis di pasaran. Iklan (20) menyampaikan bahwa produk tersebut adalah satu-satunya produk yang mengandung bahan terbaik. Iklan (21) menyampaikan bahwa produk tersebut adalah satu-satunya produk ber-PBOM.

f. Mengunggulkan produk dari segi kejatian, yaitu barang yang diiklankan adalah asli, murni, dan orisinal.

(22) A-Dha Beauty Cream asli bukan yang palsu

.... (TMP10.1)

(23) Cream Adha Asli | pemutih wajah yang lagi booming dan paling cepat hasilnya|pemutih wajah BPOM.

.... (TMP10.2)

(24) Produk Asli Indonesia. (TMP4.7)

Iklan (22) dan (23) mengunggulkan barang dari segi kejatian. Produk yang diiklankan adalah produk asli bukan yang palsu. Iklan (24) mengunggulkan produk bahwa produk yang dijual asli dari Indonesia.

g. Mengunggulkan produk dari segi pembuatan, yaitu hal yang berhubungan dengan pembuatan produk seperti bahan digunakan, prosedur pembuatan, dan yang membuat produk.



....

shampo pemanjang mengandung ekstrak tumbuh-tumbuhan yang alami dan *Virgin Olive Oil*, yang bermanfaat sebagai moisturizer alami bagi kulit kepala dan rambut anda, membantu menghilangkan ketombe, menambah volume rambut, mengurangi rambut rontok dan bercabang, membantu pertumbuhan rambut, serta menambah kemilau rambut dan membuatnya terlihat lebih halus dan lembut.

.... (TMP01)

(26)

Satu Produk kecantikan nan sempurna, teramu dari bahan herbal naturalis, di proses melalui 3 in 1 tahapan, ALAMIAH -ILMIAH/FARMAKOLOGI dan

ILAHIYAH, Sehingga Aman TANPA mengandung bahan merkuri dan 100% Bebas efek samping.

Hebatnya proses ilahiyahnya mengandung daya pikat yang sungguh luar biasa mampu menandingi susuk kencana apapun . Jadi krim wajah dan pil aura kecantikan ini bukan sekedar bedak biasa ataupun pil suplemen biasa. Pil aura ini terbuat dari sari madu dan coklat serta telah mengandung hikmah/tuah supra pengasih yang luar biasa, sekali minum, indikatif untuk membuka cakr-cakra yang tertutup gumpalan hitam / toksin tubuh - wajah...biomelekuler, sehingga wajah kelihatan fit-ceria / tidak kusut & wajah kelihatan periang / tidak kripit - memancarkan kemilauan daya pikat yang dahsyat.
.... (TMP14)

(27) FibreSlim merupakan terobosan pelangsing berbahan herbal dan serat alami dengan kandungan Pysllium Husk, Garcinia Cambogia, Chlorella, dan Green Tea yang berkhasiat membantu melangsingkan tubuh serta menjaga kesehatan pencernaan. (TMP4.7)

Iklan (25) - (27) mengunggulkan produk dari segi bahan yang digunakan dalam pembuatan produk. Bahan yang digunakan adalah bahan-bahan terbaik dan juga memberikan manfaat terbaik.

h. Mengunggulkan produk dari segi kemasan, yaitu cara mengemas produk.

(28)

FibreSlim Serbuk (Sachet)

Isi setiap sachet 3 gr. Isi dikemas dalam sachet steril, sehingga kadar kandungannya tetap terjaga, higienis, dan bersih.

Praktis di bawa kemana-mana, dan bisa dinikmati dengan air es. Rasanya enak dan tidak pahit. Selain melangsingkan, FibreSlim juga bisa mengeluarkan racun-racun dari tubuh kita.

.... (TMP4.7)

Iklan (28) mengunggulkan produk dari segi pengemasan barang. Barang dikemas dengan hati-hati agar produk di dalamnya tetap memberikan manfaat yang aman.

i. Mengunggulkan produk dari segi uji klinis, yaitu uji klinis yang telah dilakukan terhadap produk.

(29) Obat Pelangsing Badan Simpelet 3 telah teruji secara klinis. Terjamin 100% aman untuk dikonsumsi, dan tidak akan menimbulkan penyakit atau efek samping apapun bagi tubuh. (03)

Iklan (29) mengunggulkan produk dari segi uji klinis. Barang yang dijual telah diuji secara klinis sehingga aman untuk dikonsumsi.

j. Mengunggulkan produk dari segi harga, yaitu harga produk yang terjangkau.

(30)

Pemutih Gigi white light sangat mudah penggunaannya, hanya dengan beberapa puluh ribu Anda sudah bisa merasakan kemampuan White light Pemutih Gigi dalam memutihkan gigi dengan cepat. (TMP08)

(31) Jual Alat Pemancung Hidung Murah Tanpa Operasi - Buat yang kurang puas dengan dirinya sendiri, sekarang ada alat untuk memancungkan hidung secara alami.

Untuk memancungkan hidung tidaklah harus dengan mengeluarkan uang banyak untuk operasi, suntik silikon, operasi plastik ke dokter, atau lain sebagainya yang macam-macam, cukup dengan menggunakan alat nose up clipper.

....

Nose Up Clipper adalah solusi cara memancungkan hidung secara alami dengan mudah, nyaman, aman, dan murah tanpa adanya efek samping, gangguan sirkulasi pernafasan, dan luka iritasi pada kulit. (TMP09)

(32)

Beli 1 box fibreslim & 1 box fibrecaps BONUS Celana Pelangsing...

Harga murah cukup 280rb....

Harga Terjangkau, Tubuh Langsing Memukau.... (TMP4.3)

Iklan (30) – (32) mengunggulkan produk dengan harga yang ditawarkan.

Harga yang ditawarkan sangat terjangkau atau murah.

k. Mengunggulkan produk dari segi label, yaitu label atau setifikat produk

(33)

Meizitang Stronger Version ini sudah memiliki Standarisasi GMP (Good Manufacturing Practices)

GMP merupakan bagian dari sistem mutu yang meliputi pembuatan dan pengujian bahan aktif farmasi, diagnostik, makanan, produk farmasi, dan alat kesehatan.

.... (TMP27)

(34)



....
 Produk Herbal dan Terdaftar di DepKes
 (TMP03)



....
 Produk Halal, terdaftar DINKES No.613317531224. (TMP4.7)

(36) **Cream Adha Asli**



.... pemutih wajah BPOM.
 (TMP10.2)

Iklan (33) – (35) adalah iklan yang menggunakan teknik mengunggulkan produk dari segi label atau sertifikat produk. Iklan (33) memiliki standarisasi GMP(Good Manufacturing Practices) yang merupakan bagian dari sistem mutu yang meliputi pembuatan dan pengujian bahan aktif farmasi, diagnostik, makanan, produk farmasi, dan alat kesehatan. Iklan (34) telah terdaftar di departemen kesehatan. Iklan (35) produk halal dan telah terdaftar di dinas kesehatan. iklan 36 merupakan wajah yang berada dalam pengawasan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Label tersebut sebagai bukti bahwa produk yang diiklankan aman digunakan.

4.2.7 Teknik Menunjukkan Logika dan Bukti Ilmiah

Teknik menunjukkan bukti ilmiah adalah memaparkan bukti ilmiah berkaitan dengan produk yang diiklankan. Seperti data berikut ini.

(01)

Tulang lunak hidung anda adalah jaringan sel yang unik terdiri dari satu jenis sel - yaitu sel Chondrocyte, sel-sel ini menghasilkan zat yang kaya dan elastis terdiri dari protein yang dikenal sebagai **kolagen**.

Tulang lunak hidung terdiri dari kolagen II, jenis kolagen II ini dikenal sangat mudah untuk dibentuk jika diberi tekanan yg tepat!

Kolagen II adalah sekitar 70% air, sehingga sangat mudah untuk dibentuk. (karena Lunak).

Winstrap Nosestrap™ ketika dipasang dihidung secara konsisten memberikan tekanan 0,5 psi untuk membentuk jaringan kolagen II ini. Tekanan ini adalah tekanan yang optimum diperlukan untuk membentuk kembali tulang lunak anda sesuai dgn bentuk yang anda inginkan.

....

Untuk hasil permanen dipakai secara rutin selama 1bulan-3bulan (perhari 5-15 menit)

Bukti membentuk kembali tulang rawan dan tulang terlihat di seluruh sejarah. Suku yang berbeda di Afrika telah membentuk kembali hidung, telinga, kulit dan leher dengan menggunakan berbagai alat primitif ditemukan ribuan tahun yang lalu. Jika Anda mengenakan kacamata, Anda dapat melihat bahwa ada penyok jembatan permanen di hidung bagian atas karena tekanan yang diberikan oleh kaca itu sendiri Nosestrap™. adalah Alat untuk membentuk hidung yang praktis dan aman! digabungkan dengan prinsip-prinsip dasar penelitian ilmu pengetahuan, teknologi dan medis.

.... (TLBI05)

Wacana iklan tersebut memberikan logika ilmiah tulang hidung terdiri dari kolagen II yang dikenal sangat mudah untuk dibentuk jika diberi tekanan yg tepat dan bukti ilmiah bahwa tulang hidung dapat dibentuk kembali. Bukti tersebut adalah telah ditemukan ribuan tahun yang lalu bahwa suku berbeda di Afrika telah membentuk kembali hidung, telinga, kulit dan leher dengan menggunakan berbagai alat primitif. Selain itu, jika seseorang mengenakan kacamata, dapat dilihat bahwa ada penyok jembatan permanen di hidung bagian atas karena tekanan yang diberikan oleh kaca itu sendiri. Sehingga, wacana tersebut meyakinkan kalau alat itu benar-benar dapat merubah bentuk tulang hidung.

4.2.8 Teknik Memberikan Janji

Teknik memberikan janji adalah teknik persuasi tertentu yang memberikan janji tertentu agar pengiklan percaya terhadap produk yang diiklankan karena IKPK pada situs internet pembeliannya dengan cara pemesanan. Janji yang diberikan, diantaranya uang akan kembali jika barang palsu, uang akan kembali jika produk tidak sampai, dan uang akan kembali jika tidak membuahkan hasil. Seperti data berikut ini.

(01)....

Produk yang dikirimkan oleh AmpuhSehat.com dijamin keaslian dan kualitasnya karena semua produk diambil langsung dari pabrik yang memproduksi, sehingga terjamin mutu dan harganya. Apabila terbukti tidak asli, uang anda akan kami kembalikan 100% tanpa kompromi.

.... (TMJ03)

(02)

Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap Dijamin 100%, Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya!. Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali! (TMJ05)

Wacana iklan (01) dan (02) memberikan janji uang kembali 100% apabila produk yang diiklankan tidak asli dan produk yang diiklankan tidak membuahkan hasil seperti yang dijanjikan oleh produk.

4.2.9 Teknik Memperkecil Jumlah Produk

Teknik memperkecil jumlah produk adalah teknik persuasi yang menyampaikan bahwa produk yang dijual terbatas jumlahnya.

(01).... Buruan ladies, stok terbatas! (TMJP4.5)

(02)....

Beli cream ini sekarang sebelum stok habis dan harga naik. (TMJP28)

Wacana iklan (01) dan (02) menggunakan teknik memperkecil jumlah produk dengan mengatakan *stok terbatas* dan *sebelum stok habis*. Hal tersebut menandakan bahwa produk yang diiklankan terbatas jumlahnya.

4.3 Kebohongan Tindak Persuasif dalam Wacana IKPK Berbahasa Indonesia pada Situs Internet

Iklan melalui bahasanya selalu melebih-lebihkan atau mengunggulkan produk yang diiklankan. Ciri tersebut membuat wacana iklan terkadang tidak sesuai dengan kenyataannya atau disebut juga dengan kebohongan iklan. Selain berbohong dengan melebih-lebihkan produk, dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet juga berbohong dengan hadiah dan diskon yang diberikan, logika ilmiah, hasil akhir, dan janji palsu. Berikut data kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

4.3.1 Melebih-lebihkan Produk

Melebih-lebihkan produk yaitu menunjukkan bahwa produk yang diiklankan sempurna dan tidak terdapat dampak negatif.

(01)

Manfaat Bedak Boneka :

- bedak non timbal / tanpa KIMIA dari dokter kulit
- SPF 15 untuk menangkal sinar UV, whitening, anti aging dan mica powder.
- butirannya halus mampu menutupi segala kekurangan kulit dan tidak menyumbat pori2...
- cocok utk all skin types dan kulit sensitif
- tahan seharian

< oily free

- menempel tanpa kesan topeng
- bikin muka putih alami, cerah, haLus, muLus dan PERFECT kaya boneka...
- warna natural
- menyerap minyak dengan lembut

.... (K23)

(02) ...

Praventac™ Menyembuhkan dan Mengurangi

- Jerawat / Acne
- Komedo hitam
- Komedo putih
- Kemerahan karena Peradangan
- Noda
- Minyak berlebih
- Luka Bekas acne
- Bakteri

Efek bermanfaat lainnya

- Membantu memperbaiki sel yang rusak oleh noda
- Mendorong kesehatan di dalam & kecantikan di luar
- Membersihkan acne dalam 4-8 minggu

.... (K06)

(03)

Aman dikonsumsi anak umur diatas 13 tahun atau ibu menyusui sekalipun. Karena Fibre Slim terbuat dari herbal alami yg akan menurunkan berat badan secara cepat namun tetap sehat dan aman. (K4.2)

(04)

Sista-sista kini telah hadir alat pemancung hidung tanpa efek samping negatif bekerja secara natural memancarkan hidung, kamu sudah bisa mulai melihat perubahan 0,5cm-1cm dengan pemakaian rutin 5menit-15menit perhari dalam waktu 2 minggu. (K05)

(05)



.... BEST SELLER di EROPA Hanya dengan pemakaian 10 menit saja setiap hari dan 2 minggu – 1 bulan sudah putih bersih permanen. (K08)

(06) Cream-adha-asli BPOM. Inilah satu-satunya produk pemutih wajah ber-BPOM namun tetap mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat. (K10.2)

(07)

Tidak Ada Yang Menyembuhkan Acne Lebih Baik Dibandingkan Praventac Yang 100% Aman & Alami! (K06)

(08) Untuk mencapai serat elastin, Krim Saja ternyata tidak cukup. Diperlukan suatu konsentrat tertentu, agar proses pencerahan,awet muda&brightening

look effect tercapai..

Tinggalkan Serum Lama anda...

Karena Dr. Adiwira Perdana & Ibu Bq.Nurul Hisan,S.Farm,Apt saat ini telah memformulasikan Serum Ajaib yang SANGAT berbeda dengan Serum-serum terbaik di Pasaran.

Serum Miracle Diamond Dr.Adiwira P adalah cairan konsentrat dgn kandungan Resep vitamin lengkap untuk kulit Vit C, E, B3, B5, B6, antiinflamasi, dan whitening agent Factor terbaik yang Berfungsi melembutkan,menghaluskan dan mencerahkan kulit secara empiris : 4x lebih cepat dari Serum biasa. (K15)

(09) ...

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum bekerja seperti sihir, mampu mengembalikan kembali penampilan muda orang karena membuat orang terlihat muda, sehat, dan bercahaya. (K24)

Tuturan wacana iklan (01)-(09) di atas melebih-lebihkan produk dan menyembunyikan dampak negatif dari produk yang diiklankan. Hal itu merupakan suatu kebohongan iklan. suatu produk pasti ada dampak negatifnya tetapi dalam wacana tersebut tidak disebutkan dampak negatifnya, sehingga terkesan produk itu benar-benar sempurna.

Tuturan (01) menjelaskan bahwa produk tersebut seolah-olah sempurna, cocok untuk semua jenis kulit, dan berbahan alami dan dapat mengatasi segala kekurangan kulit. Pada realitanya suatu produk tidak dapat mewujudkan semua itu. Kulit dalam menerima perawatan tidak sama. Ada yang tidak sensitif dan sangat sensitif, terutama wajah berminyak tidak dapat memakai sembarang produk kecantikan.

Tuturan (02) menunjukkan seolah-olah dapat mengatasi segala kekurangan kulit. Pada realitanya tidak demikian. Apabila tubuh tidak dapat menerima obat tersebut yang terjadi malah sebaliknya, yaitu alergi pada kulit.

Tuturan (03) menyampaikan bahwa produk kecantikan (pelangsing tubuh) yang diiklankan aman untuk usia di atas 13 tahun dan ibu menyusui. Menurut ahli medis, seorang ibu yang menyusui tidak diperbolehkan mengonsumsi sembarang obat. Ibu menyusui yang sembarang mengonsumsi obat akan berdampak pada si bayi.

Tuturan (04) melebih-lebihkan barang dari segi sifat dan lama waktu cara kerja produk. Memancungkan dalam waktu 2 minggu jelas wacana iklan yang tidak sesuai dengan realita. Pada realita atau kenyataannya tulang hidung tidak dapat berubah. Tulang hidung secara medis tidak dapat berubah kecuali dengan operasi. Hanya dengan alat itu hidung tidak akan lebih mancung 0,5cm-1cm mungkin dalam waktu yang cepat (2 minggu).

Tuturan (05) melebih-lebihkan barang dari segi hasil dan lama waktu cara kerja produk. Untuk mendapatkan gigi putih dan bersih permanen pada kenyataannya tidak dapat dilakukan secepat itu. Gigi manusia apabila tidak dirawat akan berubah.

Tuturan (06) melebih-lebihkan sifat produk. Produk yang diiklankan merupakan produk satu-satunya ber-BPOM yang mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat. Pada umumnya semua iklan produk kecantikan akan mengatakan demikian juga. Realitanya banyak produk berBPOM yang beredar dan dikatakan mampu memutihkan wajah dalam waktu cepat.

Tuturan (07) terdapat suatu kebohongan dengan melebih-lebihkan sifat produk. Tuturan tersebut mengatakan bahwa produk yang diiklankan itu terbaik. Tidak ada yang menandingi kebaikannya. Bahan yang digunakan juga alami. Di pasaran seperti supermarket, indomaret, dan sebagainya banyak beredar produk kecantikan anti acne yang memang sudah resmi terbuat dari bahan alami dan mampu menyembuhkan acne. Seseorang yang mempunyai masalah kulit dapat sembuh dari masalahnya bukan karena baik atau tidaknya produk yang diiklankan, tetapi karena cocok atau tidaknya tubuh/kulit dengan produk yang diiklankan.

Tuturan (08) terdapat suatu kebohongan melebih-lebihkan barang dari segi hasil. Serum kecantikan yang diiklankan dapat membuat wajah lebih halus, bersih, dan sebagainya 4x lebih cepat dari produk kecantikan yang lain. Untuk membuat wajah bersih, mulus, dan sehat butuh proses atau waktu yang lumayan lama. Iklan tersebut juga membujuk untuk meninggalkan serum lama. Apabila ganti produk kulit dituntut untuk beradaptasi kembali dengan produk yang baru dipakai. Kulit wajah

yang sering ganti-ganti produk akan berakibat fatal (terutama rawan terhadap jerawat).

Tuturan (09) terdapat suatu kebohongan melebih-lebihkan mekanisme produk. Produk yang bekerja seperti sihir mampu mengembalikan penampilan muda. Penampilan yang terlihat lebih muda bukan karena faktor produk kecantikan yang dipakai tetapi karena faktor psikologi yang melatarbelakangi.

Banyak para konsumen yang tertipu dengan wacana iklan yang selalu melebih-lebihkan produknya. Produk yang menjanjikan mendapatkan kulit putih bersih dan bebas jerawat tidak sesuai dengan hasil setelah memakai produk. Pada salah satu situs internet di *fan page* (forum komunitas) yang bernama [Misteri krim Syahrini dan lainnya](#) membuktikan bahwa banyak para konsumen yang mengaku kulitnya rusak setelah memakai produk yang diiklankan. contohnya wajah berjerawat, kulit mengelupas, muncul flek hitam, dan wajah kusam setelah memakai produk kecantikan yang ditawarkan pada situs internet.

Selain forum komunitas [Misteri krim Syahrini dan lainnya](#) juga terdapat group/forum *Komunitas Selamatkan Masyarakat Dari Kosmetik Berbahaya*. Pada group tersebut dijelaskan wacana iklan dan bukti-bukti kebohongannya, seperti wacana iklan yang menjanjikan kulit putih, ijin BPOM, dan produk berkualitas. Tetapi, produk yang diiklankan tidak jelas siapa agennya dan nama produknya. Setelah diuji produk yang diiklankan juga mengandung bahan berbahaya yang dilarang penggunaannya. Hal tersebut juga dibuktikan oleh pengawas BPOM yang menemukan banyak produk kecantikan berbahaya beredar bebas di pasaran.

Kebohongan iklan yang melebih-lebihkan produk ini dapat merugikan konsumen. Efek yang ditimbulkan dapat berakibat fatal.

4.3.2 Permainan Diskon

Permainan diskon yaitu menyembunyikan harga sesungguhnya dengan diskon harga yang diberikan.

(01) Ebook Putih Alami

.....
 Bagaimana kalau rahasia ini saya bagikan untuk anda seharga

~~Rp.500.000,-~~

Tapi karena sedang promosi, maka harganya:

~~Rp.200.000,-~~

Untuk anda di minggu spesial ini,

HANYA Rp. 95.000,-

(Harga ini dapat kami naikan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu)

.... (K26)

(02) Alat pemancung hidung Nosestrap



.....

Pesan Sekarang Juga!

Special Untuk kamu2 yang pesan di bulan ini

Hanya Rp. 52.000 + biaya kirim Gratis! (Ke seluruh Indonesia)

.... (K05)

Tuturan iklan (01) dan (02) menipu dengan potongan harga. Pada iklan (01) harga produk sebenarnya adalah harga akhir setelah mendapat diskon. Pada iklan (02) menipu dengan bebas ongkos kirim, harga produk yang sebenarnya adalah harga akhir dikurangi biaya ongkos kirim. Potongan harga dan bebas ongkos kirim itu hanya merupakan tipuan agar calon konsumen terbujuk.

4.3.3 Tipuan Hadiah

Tipuan hadiah adalah menyembunyikan harga sesungguhnya dengan hadiah yang diberikan.



GRATIS! Natural Bamboo Slimming Suit" seharga Rp150.000, untuk pembelian 2 FibreSlim (kapsul atau serbuk). Buruan ladies, stok terbatas! (K4.4)

Iklan di atas memberikan hadiah baju pelangsing dengan harga Rp 150.000. Harga Fibre Slim yang sebenarnya disembunyikan melalui produk tersebut, sehingga terkesan sangat menguntungkan bagi calon konsumen apabila membeli produk Fibre Slim yang seharga Rp. 280.000. Harga tersebut sebenarnya sudah ditambahkan dengan harga hadiahnya.

4.3.4 Permainan Logika dan Bukti Ilmiah

Permainan logika ilmiah adalah cara yang dilakukan untuk menutupi suatu kebohongan iklan dengan menunjukkan logika dan bukti ilmiah.

(01)...

Tulang lunak hidung anda adalah jaringan sel yang unik terdiri dari satu jenis sel, yaitu sel Chondrocyte, sel-sel ini menghasilkan zat yang kaya dan elastis terdiri dari protein yang dikenal sebagai **kolagen**.

Tulang lunak hidung terdiri dari kolagen II, jenis kolagen II ini dikenal sangat mudah untuk dibentuk jika diberi tekanan yg tepat!

Kolagen II adalah sekitar 70% air, sehingga sangat mudah untuk dibentuk. (karena Lunak).

Winstrap Nosestrap™ ketika dipasang dihidung secara konsisten memberikan tekanan 0,5 psi untuk membentuk jaringan kolagen II ini. Tekanan ini adalah tekanan yang optimum diperlukan untuk membentuk kembali tulang lunak anda sesuai dgn bentuk yang anda inginkan.

APAKAH NOSESTRAP™ AMAN DAN BAGAIMANA CARA MENGGUNAKANNYA?

Nosestrap telah diuji oleh ahli medis amerika serikat dan **100% aman dan efektif**. bekerja dengan aman, efisien dan tanpa efek samping negatif.

Untuk hasil permanen dipakai secara rutin selama 1bulan-3bulan (perhari 5-15 menit)

Bukti membentuk kembali tulang rawan dan tulang terlihat di seluruh sejarah. Suku yang berbeda di Afrika telah membentuk kembali hidung, telinga, kulit dan leher dengan menggunakan berbagai alat primitif ditemukan ribuan tahun yang lalu. Jika Anda mengenakan kacamata, Anda dapat melihat bahwa ada penyok jembatan permanen di hidung bagian atas karena tekanan yang diberikan oleh kaca itu sendiri Nosestrap™. adalah Alat untuk membentuk hidung yang praktis dan aman! digabungkan dengan prinsip-prinsip dasar penelitian ilmu pengetahuan, teknologi dan medis. (K05)

Tuturan iklan di atas menunjukkan logika ilmiah untuk menutupi kebohongan iklan. Logika ilmiah tersebut dapat direkayasa oleh pengiklan. Iklan tersebut menggunakan logika ilmiah unsur tulang hidung, dan bukti ilmiah perubahan tulang hidung dengan alat primitif dan kacamata. Tulang hidung menurut ahli medis tidak dapat berubah bentuk kecuali dengan operasi. Bekas kacamata pada hidung tidak bersifat permanen, bekas itu akan hilang secara lambat laun seiring dengan kacamata itu dilepas.

4.3.5 Memberikan Janji Palsu

Memberikan janji palsu adalah seorang pengiklan memberikan janji terhadap calon konsumen, seperti 100% uang akan kembali. Janji tersebut hanya untuk menarik perhatian atau membujuk calon konsumen.

(01) Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap Dijamin 100%, Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya! Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali! (K05)

Tuturan tersebut terdapat suatu kebohongan pada jaminan suatu produk. Produk yang diiklankan dijamin memberikan hasil yang bagus, maka garansi uang akan kembali apabila produk yang diiklankan terbukti tidak memberikan hasil. Meskipun hasilnya tidak ada, uang tersebut tidak mungkin kembali karena pengiklan sudah memiliki alasan tersendiri apabila produk yang diiklankan tidak memberikan hasil.

4.3.6 Menunjukkan Kesaksian Palsu

Menunjukkan hasil produk adalah memberikan bukti suatu hasil produk yang diiklankan, seperti menghadirkan gambar testimoni dan pernyataan pelanggan.

(01) Kumpulan testimoni Fibre Slim (K4.7)



(02) Adha Cream



Testimoni salah satu pengguna sebelum memakai A-Dha Beauty Cream dan setelah memakai A-Dha Beauty Cream

.... (K10.1)

Kedua wacana iklan di atas menyembunyikan kebohongan/berbohong dengan hasil akhir produk. Hasil akhir produk dibuktikan dengan pernyataan seseorang yang sudah menggunakan produk. Pada kenyataannya keberhasilan seseorang menggunakan produk tergantung pada tubuh dan diri seseorang itu sendiri. Banyak para konsumen tertipu dengan kesaksian palsu ini. Pengiklan hanya menunjukkan hasil yang positif saja tanpa menghadirkan keluhan-keluhan konsumen atau efek negatif iklan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran penelitian tindak persuasif wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil analisis data pada bab 4 dapat disimpulkan bahwa dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet terdapat modus tindak persuasif, teknik persuasi, dan kebohongan tindak persuasif. Ketiga hal tersebut sesuai dengan rumusan masalah penelitian dan dijabarkan sebagai berikut.

Modus tindak persuasif wacana iklan terdiri dari (1) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat deklaratif, (2) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat interogatif, dan (3) modus tindak persuasif dalam wujud kalimat imperatif yang terdiri dari lima jenis (interogatif suruhan, ajakan, peringatan, larangan, dan nasihat). Modus tindak persuasif dengan ketiga bentuk kalimat tersebut sebenarnya mempunyai tujuan yang sama yaitu membujuk atau menyuruh calon konsumen untuk membeli produk yang diiklankan.

Teknik persuasi yang digunakan dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet diantaranya (1) teknik nebensache terkenal, (2) teknik mengalihkan pesan, (3) teknik membangun citra positif, (4) teknik empati, (5) teknik memberi hadiah, (6) teknik mengunggulkan produk, (7) teknik menunjukkan logika dan bukti ilmiah, (8) teknik memberikan janji, dan (9) teknik memperkecil jumlah produk. Kesepuluh teknik tersebut merupakan teknik yang digunakan dalam wacana iklan agar iklan tepat sasaran/berhasil membujuk calon konsumen.

Kebohongan tindak persuasif dalam wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet diantaranya (1) melebih-lebihkan produk, (2) permainan diskon, (3) tipuan hadiah, (4) permainan logika dan bukti ilmiah, (5) memberikan janji palsu, dan (6) menunjukkan saksi palsu.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bagi rumah produksi iklan/pengiklan, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menulis iklan agar bahasa yang dihasilkan dalam wacana iklan tepat sasaran atau mampu membujuk khalayak sasaran.
- 2) Bagi pembaca/konsumen, hasil penelitian dapat dijadikan acuan agar tidak mudah tertipu atas kebohongan-kebohongan yang terdapat dalam wacana iklan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada penelitian modus, teknik dan kebohongan wacana iklan pada iklan komersial produk kecantikan, diharapkan pada penelitian lebih lanjut dapat lebih mengembangkan lagi fokus penelitian pada jenis iklan komersial.
- 4) Bagi guru Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam pengembangan materi pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia terutama pada keterampilan menulis siswa SMP kelas VIII, pada SK: mengungkapkan informasi dalam bentuk rangkuman, teks berita, slogan/poster dan KD: menulis slogan/poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi, serta persuasif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arifin, E. Z., Zulkarnain, dan Jumariam. 1992. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*, Jakarta: Departemen Pendidikan dan kebudayaan.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Lyberty.
- Brown, Gillian dan George Yule. 1985. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cahyono, Bambang Yudi. 1995. *Kristal-Kristal Ilmu Bahasa*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Hereyah, Yoyoh. 2012. *Modul Riset & Seminar Marcomm*. Jakarta: Universitas Mercubuana
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle dan Jhonson, Carla. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: PRENADA Media
- Lubis, A. Hamid Hasan. 1993. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Malik, Dedy Djamaludin dan Iriantara, Yosol. 1994. *Komunikasi Persuasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. London: SAGE Publikasi.
- Moleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari.

- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Edisi kedua) Cetakan 1. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Rahardi, R. Kunjana. 2008. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rani, A., Arifin, B., dan Martutik. 2006. *Analisis Wacana (Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian)*. Malang: Bayumedia.
- Strauss, Anselm dan Corbin, Joliet. 2007. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharma, Khoiriyah, Nugroho, Khotijah, dan Pathoni. 2006. *Bahasa dan Sastra Indonesia SMP*. Bogor: Yudhistira.
- Sumarlam. 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra
- Sunarjo, Djoenaesih S. 1983. *Seri Ilmu Komunikasi 3: Komunikasi, Persuasi, dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa
- Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2011. *Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisis)*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Skripsi

- Februarini, Linda. 2009. “Penggunaan Diksi dan Teknik Persuasi dalam Iklan Penawaran di Radio”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
- Rohidzafi, Vaega. 2010. “Wacana Iklan Obat-Obatan di Radio ‘Sritanjung FM’ Banyuwangi”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Artikel

- Martutik. 1992. “Analisa Wacana Interaktif”. Tidak Diterbitkan. Artikel. Malang: Program Pasca Sarjana IKIP Malang.

Internet

Busri, Hasan. 2010. *Kajian Wacana*. <http://hasanbusri.blogspot.com/>. (Diakses, 1 Juni 2013)

Rosidi, Imron, 2010. Klasifikasi Tindak Tutur. <http://wawan-junaidi.blogspot.com/2010/02/klasifikasi-tindak-tutur.html> (Diakses, 16 Oktober 2012)

Lampiran A

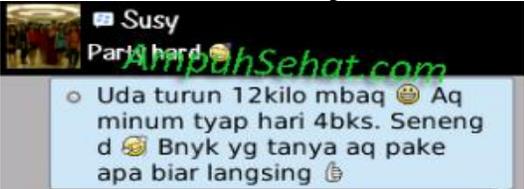
MATRIK PENELITIAN

Judul Penelitian	Rumusan Masalah Penelitian	Metodologi Penelitian						
		Jenis dan Rancangan Penelitian	Data dan Sumber Data	Penarikan Sampel	Pengumpulan Data	Instrumen Penelitian	Analisis Data	Prosedur Penelitian
Tindak Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia pada Situs Internet	<p>1. Bagaimanakah modus tindak persuasif dalam wacana iklan komersial produk kecantikan berbahasa indonesia pada situs internet?</p> <p>2. Bagaimanakah teknik persuasi dalam wacana iklan komersial produk kecantikan berbahasa indonesia pada situs internet?</p> <p>3. Bagaimanakah kebohongan tindak persuasif dalam wacana iklan komersial produk kecantikan berbahasa indonesia pada situs internet?</p>	<p>Jenis penelitian: deskriptif</p> <p>Rancangan penelitian: kualitatif</p>	<p>Data adalah tindak persuasif (modus, teknik, dan kebohongan) dalam wacana iklan berbahasa indonesia.</p> <p>Sumber data adalah situs internet.</p>	Sampel teoritis	<p>Metode dokumentasi</p> <p>Tahapan-tahapan pengumpulan data:</p> <ol style="list-style-type: none"> mencari wacana IKPK berbahasa Indonesia pada situs internet; membaca wacana yang ditemukan; mengunduh wacana yang ditemukan; menulis data yang sudah diunduh pada tabel pemandu pengumpulan data berdasarkan klasifikasi tindak persuasifnya (modus, teknik, dan kebohongan). 	<ol style="list-style-type: none"> Tabel pemandu pengumpulan data Tabel pemandu analisis data 	<p>Kualitatif:</p> <ol style="list-style-type: none"> Reduksi data <ol style="list-style-type: none"> Seleksi data Pengodean data Penyajian data Penarikan kesimpulan/ verifikasi data 	<ol style="list-style-type: none"> Tahap persiapan Tahap pelaksanaan Tahap penyelesaian

Lampiran B

Tabel Instrumen Pemandu Pengumpulan Data

Nomor Data	01
Nama Produk	Shampo Olive
Gambar Produk	
Data	<p>....</p> <p>Shampo pemanjang mengandung ekstrak tumbuh-tumbuhan yang alami dan Virgin Olive Oil, yang bermanfaat sebagai moisturizer alami bagi kulit kepala dan rambut anda. Manfaat lainnya, dapat menutrisi lapisan kutikula rambut, melancarkan sirkulasi darah pada kepala anda, membantu menghilangkan ketombe, menambah volume rambut, mengurangi rambut rontok dan bercabang, membantu pertumbuhan rambut, serta menambah kemilau rambut dan membuatnya terlihat lebih halus dan lembut.</p> <p>....</p>
Sumber Data	http://tokoone.com/shampo-olive-shampo-pemanjang/
Tanggal Akses	30/03/2013
Nomor Data	02
Nama Produk	Cream Bandung / Cream JRG
Gambar Produk	
Data	<p>Cream Pemutih Wajah JRG / Cream bandung, kulit putih bersih halus bebas jerawat</p> <p>awalnya produk ini saya pake sendiri..tp karena banyak teman2 yg liat muka saya jd mulus n kinclong dan banyak yg minat pula akhirnya produk ini saya pasarkan, gak ada salahnya nyebarin rahasia kecantikan bwt sista2, kan dpt pahalaya jg ya.</p> <p>....</p> <p>Cream perawatan wajah & Pemutih Racikan apoteker ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - memutihkan kulit, - mencerahkan kulit yang kusam, - meratakan warna kulit yang tidak rata, - menghilangkan flek-flek karena bekas jerawat, - menghilangkan flek hitam di wajah akibat penuaan - mengatasi jerawat, - mengecilkan pori-pori yang kasar - meremajakan dan mengencangkan kulit.

	<p>- memutihkan warna kulit yang menghitam akibat setelah sinar UV</p> <p>- menghaluskan dan memutihkan warna kulit hanya dalam waktu 1 bulan.</p> <p>....</p>
Sumber Data	http://www.tokopedia.com/grosirjaya/cream-bandung-cream-jrg
Tanggal Akses	30/03/2013
Nomor Data	03
Nama Produk	Pelangsing Simpelet 3
Gambar Produk	
Data	<p style="text-align: center;">PERUT KEMPES DALAM 3 HARI!</p> <p>Apakah ini yang sedang anda alami?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak PeDe karena bentuk tubuh dan berat badan berlebih (<i>Overweight</i>)? ▪ Pakaian terasa sempit karena lemak yang menggelayut dimana-mana atau perut buncit? ▪ Ingin badan bisa kembali ideal setelah melahirkan? ▪ Sudah menghabiskan jutaan rupiah serta berbagai cara dan obat namun tetap tidak kurus? ▪ Sulit untuk diet ketat dan tidak punya waktu untuk berolahraga berat? ▪ Ingin pelangsing alami yang efektif dan aman digunakan? <p style="text-align: center;">Bila YA..</p> <p>Simpelet 3 jawabannya</p> <p>Herbal pelangsing alami Simpelet 3 sangat ampuh dalam menurunkan berat badan sertamengecilkan perut, paha, tangan, pantat, pinggang, serta bagian-bagian tubuh lain yang banyak menggelayut lemak. Berkhasiat untuk meningkatkan metabolisme tubuh, serta mengeluarkan racun yang mengendap di dalam</p> <p style="text-align: center;">(<i>Detoxifikasi</i>)</p> <p style="text-align: center;">100% ALAMI</p> <p style="text-align: center;">Produk Herbal dan Terdaftar di DepKes</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: right;"> <p>100% Alami</p> <p>Tidak menimbulkan ketergantungan</p> <p>Aman digunakan tanpa efek samping</p> <p>Tidak mengandung zat kimia</p> <p>Tidak mengandung zat pengawet</p> <p>Tidak mengandung zat pewarna</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Masih ragu? Lihat dan baca sendiri apa kata yang sudah menggunakan:</p> <p style="text-align: center;">Testimoni Asli Simpelet 3</p> <div style="text-align: center;">  </div>



*Herbal pelangsing Simpelet 3 dapat digunakan oleh Pria/Wanita

***Tampil Menarik dan Percaya Diri
Pesan Sekarang!***

....

Obat Pelangsing Badan Simpelet 3 telah teruji secara klinis. **Terjamin 100% aman** untuk dikonsumsi, dan tidak akan menimbulkan penyakit atau efek samping apapun bagi tubuh.

Surat Izin DepKes RI Simpelet 3



Produk yang dikirimkan oleh AmpuhSehat.com dijamin keaslian dan kualitasnya karena semua produk diambil langsung dari pabrik yang memproduksi, sehingga terjamin mutu dan harganya. Apabila terbukti tidak asli, uang anda akan kami kembalikan 100% tanpa kompromi.

....

Jangan tunda lagi, PESAN SEKARANG juga!
Segera dapatkan Jamu Pelangsing Alami Simpelet 3

....

Sumber Data <http://jamu.ampuhsehat.com>
Tanggal Akses 20/03/2013

Nomor Data 04 (4.1 - 4.7)
Nama Produk Fibre Slim
Gambar Produk



Data 4.1 **TEH HIJAU - MEMBUANG LEMAK PADA TUBUH**
Teh hijau sudah populer sebagai teh yang dapat menurunkan berat badan.

	<p>Kemampuan ini diperoleh karena adanya kandungan katekin pada teh tersebut. Katekin merupakan senyawa turunan dari flavonoid, yaitu zat alami yang biasa terkandung dalam buah dan sayur yang baik untuk tubuh. Katekin berkontribusi pada rasa khas teh yaitu sepet. Kandungan katekin pada teh hijau terbilang tinggi. Dalam 200 ml teh hijau atau sekitar satu gelas terkandung sekitar 90 mg katekin. Proses pengolahan teh hijau dengan oksidasi minimal, secara alami mempertahankan kandungan katekin tetap tinggi.</p> <p>Dari penelitian Kataoka et al. (2004) diperoleh bahwa kombinasi dari konsumsi katekin (570mg/hari atau sekitar 6-7 gelas teh hijau) digabungkan dengan olahraga yang teratur setiap hari efektif menurunkan lemak tubuh. Sebagai orang Indonesia seharusnya manfaat ini lebih efektif sesuai hasil penelitian Hursel et al. (2009) yang menyebutkan bahwa penurunan berat badan akibat konsumsi teh hijau lebih efektif pada orang Asia dibandingkan orang Barat.</p> <p>Katekin bekerja dengan menurunkan penyerapan lemak dalam usus, meningkatkan oksidasi lemak dalam jaringan tubuh dan meningkatkan pengeluaran energi tubuh (Westerterp-Plantenga 2012).</p> <p>FIBRESLIM mengandung TEH HIJAU didalamnya yg diolah tanpa melalui proses fermentasi, sehingga memiliki kandungan polifenol tertinggi bila dibandingkan dengan jenis teh lainnya. Kandungan polifenol yang paling utama dalam Green Tea sebagai senyawa antioksidan, yaitu epigallocatechin gallate (EGCG).</p> <p>FibreSlim tersedia dalam 2 kemasan:</p> <p>» Fibre Slim Kemasan Sachet 1 Box isinya 30 sachet Harga: Rp. 140.000,- / box</p> <p>» Fibre Slim Kemasan Kapsul 1 Box isinya 60 Kapsul Harga: Rp. 150.000,- / box</p> <p>*Produk Halal, telah terdaftar DINKES No.613317531224. Produk Asli Indonesia</p> <p>....</p> <p>Ayuk tunggu apalagi semakin cepat memutuskan untuk mengkonsumsi FIBRE SLIM, semakin cepat pula tubuh Anda langsing dengan cara sehat.</p>
Sumber Data	https://www.facebook.com/CaraDietSehatdanCepat
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.2	<p>Mau menurunkan Berat Badan dengan cepat? Tapi sekaligus sehat? Tanpa rasa pusing lemas atau gemeteran? FIBRE SLIM jawabnya.</p> <p>....</p> <p>Aman dikonsumsi anak umur diatas 13 tahun atau ibu menyusui sekalipun. Karena Fibre Slim terbuat dari herbal alami yg akan menurunkan berat badan secara cepat namun tetap sehat dan aman.</p> <p>....</p>
Sumber Data	https://www.facebook.com/CaraDietSehatdanCepat
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.3	<p>Yuks Sista-sista Yg pgen langsing Order Segera Paket Hemat FIBRESLIM.... Beli 1 box fibreslim & 1 box fibrecaps BONUS Celana Pelangsing... Harga murah cukup 280rb.... Harga Terjangkau,Tubuh Langsing Memukau....</p>

	
Sumber Data	https://www.facebook.com/tokopelangsing.fibreslimii?fref=ts
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.4	<p>Fitri Carlina, Artis Yang Mempopulerkan Lagu "ABG Tua" Minum FibreSlim Diet Sehat Hasil Cepat, Tubuh Langsing Bukan Mimpi Lagi</p>  <p>UNTUK PEMESANAN SILAHKAN SMS 0899 277 6789 <i>Bukti Nyata!</i></p> <p>FibreSlim adalah sebuah terobosan minuman serat alami asli buatan Indonesia yang membantu wanita melangsingkan tubuh secara efektif, sekaligus memelihara dan meningkatkan kesehatan.</p> <p>www.DietSehatFibreSlim.com twitter.com/FibreSlimDiet fb.com/DietSehatFibreSlim</p>
Sumber Data	https://www.facebook.com/DietSehatFibreSlim
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.5	<p>"GRATIS! Natural Bamboo Slimming Suit" seharga Rp150.000, untuk pembelian 2 FibreSlim (kapsul atau serbuk). Buruan ladies, stok terbatas! Untuk pemesanan SMS ke 0899-277-6789.</p> 
Sumber Data	https://www.facebook.com/DietSehatFibreSlim
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.6	<p>PROMO GRATIS Baju Pelangsing (Natural Bamboo) berakhir hari ini ya ladies... *Batas pembayaran ditunggu hari ini 30 April 2013 s/d pukul 23.59 WIB nanti. So... buruan ladies!!!</p>

	<p>Untuk pemesanan SMS ke 0899-277-6789</p> 
Sumber Data	https://www.facebook.com/DietSehatFibreSlim
Tanggal Akses	15/04/2013
Data 4.7	<p>Kumpulan testimoni bukti nyata hasil pemakaian pelangsing herbal serat alami FibreSlim</p> <p>Bakar Lemak Sekarang Juga, Tubuh Ideal Bukan Mimpi Lagi! FibreSlim merupakan terobosan pelangsing berbahan herbal dan serat alami dengan kandungan Psyllium Husk, Garcinia Cambogia, Chlorella, dan Green Tea yang berkhasiat membantu melangsingkan tubuh serta menjaga kesehatan pencernaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FibreSlim Serbuk (Sachet) <p>Isi setiap sachet 3 gr. Isi dikemas dalam sachet steril, sehingga kadar kandungannya tetap terjaga, higienis, dan bersih. Praktis di bawa kemana-mana, dan bisa dinikmati dengan air es. Rasanya enak dan tidak pahit. Selain melangsingkan, FibreSlim juga bisa mengeluarkan racun-racun dari tubuh kita.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FibreSlim Caps <p>Jika tidak ingin direpotkan untuk penyajian FibreSlim yang berbentuk serbuk (kemasan sachet) kini kamu bisa mendapatkan manfaat yang sama dengan FibreSlim Caps. FibreSlim Caps adalah kapsul herbal dengan kandungan Psyllium Husk, Garcinia Combogia, Chlorella, Morus Alba, Folium Extract dan Green Tea. Lebih praktis untuk dikonsumsi kapanpun dan dimanapun.</p> <p>MANFAAT FIBRESLIM :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♥ Menurunkan berat badan dan membersihkan tubuh dengan efektif (manfaat kandungan serat alami Psyllium Husk) ♥ Memperkuat sistem kekebalan tubuh, suplemen energi, mendukung fungsi pencernaan, fungsi hati, dan mengurangi kolesterol. ♥ Memutihkan kulit dan meningkatkan kesehatan, dan untuk anti oksidan (manfaat kandungan Green Tea) ♥ Membersihkan usus dari racun, membersihkan lemak, dan mengembalikan keseimbangan tubuh (manfaat kandungan Ganggang Hijau / Chlorella) <p>TANYA & JAWAB FIBRESLIM : T : Boleh dikonsumsi ibu menyusui?</p>

J : FibreSlim boleh dikonsumsi ibu menyusui setelah masa ASI eksklusif. Dikonsumsi pada waktu malam 1 X sehari.

T : Boleh dikonsumsi penderita Maag?

J : FibreSlim aman dikonsumsi penderita Maag, dikonsumsi setelah makan.

T : Apakah aman dikonsumsi oleh penderita Diabetes dan Hipertensi?

J : FibreSlim aman sekali untuk penderita Diabetes dan Hipertensi, karena bisa menetralkan gula darah dan menurunkan kadar kolesterol jahat tubuh.

T : Berapa lama hasilnya dan turun berapa kilo setelah saya konsumsi FibreSlim?

J : Hasilnya relatif dan berbeda pada tiap orang, tergantung pola hidup selama menjalani program diet. Tetapi umumnya konsumen FibreSlim selama ini mendapatkan penurunan berat badan 3-5 kg dalam waktu 10-20 hari pemakaian.

FibreSlim, solusi diet dan menguruskan badan dengan cepat, sehat, aman.

Bahan herbal pilihan. Produk Halal, terdaftar DINKES No.613317531224. Produk Asli Indonesia.

GRATIS ONGKOS KIRIM Khusus Pulau Jawa :

Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Serang.

PESAN SEKARANG JUGA!

UNTUK PEMESANAN SEGERA SMS ► 082361648899

The collage consists of three main parts:

- Top Left:** A testimonial photo showing a man's weight loss. The text reads: "TURUN 10 Kilo dalam 1 bulan tanpa olah raga. MAU?". Below the photo are the words "Sesudah" and "Sebelum" with arrows pointing to the respective images of the man.
- Top Right:** A screenshot of a Facebook post titled "Diet Sehat & Cepat". The post content includes: "Turun 10 Kilo dalam 1 Bulan Tanpa Olah Raga. Mau?", "Hubungi segera 0823-6164-8899", and "2 orang menyukai ini." Below the post are several comments from users like Pipipio Rodnroll, Dhita Kesuma, and others.
- Bottom:** A screenshot of a WhatsApp chat conversation. The sender says "Ok" and lists two points: "Jeng makasih yah fiberslimnya, kemarin q minum sekarang dah turun 1 kg..." and "Jeng fiberslimnya masih promo gak". The receiver replies: "Masih jeng luluk...siiip...diterusin yach...khan baru 4 hari konsumsi....sukses buat dietnya ya.... Mau nambah pesanan dfibreslimnya jeng?". Another message from "Madam syifa" says: "Received 3 minutes ago" and "Sis....ak pake fibre slim ...gak deg-degan, gak gemeter juga, selama 4 hari ak turun 4 kg...ak sertai diet yg benar, ak makan sayur, gak minum es,gak makan nasi...rasanya dibadan enteng, makasih fiberslim....tadinya ak susah".

Sumber Data <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.377827895663971.1073741828.377135525733208&type=1>

Tanggal Akses 15/04/2013

<p>Nomor Data Nama Produk Gambar Produk</p>	<p>05 Alat pemancing hidung WinStrap™/NoseStrap</p> 
<p>Data</p>	<p>WinStrap™ NOSE STRAP Membuat Hidung Kamu Lebih Mancung dan Cantik, Lebih Percaya Diri! dalam 1-2 minggu!</p>  <p>Ketika kamu memakai Nosestrap. Dengan perlahan lahan Nosestrap™ akan membentuk tulang lunak di hidung untuk menjadi lebih mancung. Dalam waktu 1-2 minggu kamu sudah bisa merasakan bedanya dan hidung menjadi lebih mancung dan tidak lebar.</p>  <p>Bagaimana Cara Kerja Nosestrap™?</p> <p>Tulang lunak hidung anda adalah jaringan sel yang unik terdiri dari satu jenis sel - yaitu sel Chondrocyte, sel-sel ini menghasilkan zat yang kaya dan elastis terdiri</p>

dari protein yang dikenal sebagai **kolagen**.

Tulang lunak hidung terdiri dari kolagen II, jenis kolagen II ini dikenal sangat mudah untuk dibentuk jika diberi tekanan yg tepat!

. Kolagen II adalah sekitar 70% air, sehingga sangat mudah untuk dibentuk. (karena Lunak).

Winstrap Nosestrap™ ketika dipasang dihidung secara konsisten memberikan tekanan 0,5 psi untuk membentuk jaringan kolagen II ini. Tekanan ini adalah tekanan yang optimum diperlukan untuk membentuk kembali tulang lunak anda sesuai dgn bentuk yang anda inginkan.



APAKAH NOSESTRAP™ AMAN DAN BAGAIMANA CARA MENGGUNAKANNYA?

Nosestrap telah diuji oleh ahli medis amerika serikat dan **100% aman dan efektif**. bekerja dengan aman, efisien dan tanpa efek samping negatif.

(AWAS BARANG TIRUAN TIDAK MEMILIKI TEKANAN YANG PAS DAN KONSISTEN UNTUK MEMBENTUK TULANG LUNAK PASTIKAN ANDA DAPATKAN NOSESTRAP ASLI HANYA DI WWW.NOSESTRAP.COM)

Pemakaian Nosestrap dalam sehari hanya diperlukan 5-15 menit sehari tidak perlu lama2.

Jika anda memakai secara rutin setiap hari 5 -15 menit dalam 1 minggu-2 minggu anda sudah dapat mulai melihat hasilnya.

Untuk hasil permanen dipakai secara rutin selama 1bulan-3bulan (perhari 5-15 menit)

Bukti membentuk kembali tulang rawan dan tulang terlihat di seluruh sejarah. Suku yang berbeda di Afrika telah membentuk kembali hidung, telinga, kulit dan

	<p><i>leher dengan menggunakan berbagai alat primitif ditemukan ribuan tahun yang lalu. Jika Anda mengenakan kacamata, Anda dapat melihat bahwa ada penyok jembatan permanen di hidung bagian atas karena tekanan yang diberikan oleh kaca itu sendiri Nosestrap™. adalah Alat untuk membentuk hidung yang praktis dan aman! digabungkan dengan prinsip-prinsip dasar penelitian ilmu pengetahuan, teknologi dan medis.</i></p> <p>Nosestrap™ dapat digunakan Untuk hidung datar, hidung bulat besar, hidung pesek, hidung tidak rata, dll</p> <p>....</p> <p>Pesan Sekarang Juga!</p> <p>Special Untuk kamu2 yang pesan di bulan ini</p> <p>Hanya Rp. 52.000 + biaya kirim Gratis! (Ke seluruh Indonesia)</p> <div style="background-color: yellow; padding: 10px;"> <p><u>Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap Dijamin 100%-</u> Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. <u>Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya!</u> Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali!</p> <p style="text-align: right;">Edwin STan (087-886-018-206) SMS</p> </div>
<p>Sumber Data Tanggal Akses</p>	<p>http://www.nosestrap.com/ 18/03/2013</p>
<p>Nomor Data Nama Produk Gambar Produk</p>	<p>06 Praventac™</p> 
<p>Data</p>	<p>Solusi terobosan untuk kulit rawan acne</p> <p>....</p> <p>Praventac™ Menyembuhkan dan Mengurangi</p> <ul style="list-style-type: none"> •Jerawat / Acne •Komedo hitam •Komedo putih

	<ul style="list-style-type: none"> •Kemerahan karena Peradangan •Noda •Minyak berlebih •Luka Bekas acne •Bakteri <p>Efek bermanfaat lainnya</p> <ul style="list-style-type: none"> •Membantu memperbaiki sel yang rusak oleh noda •Mendorong kesehatan di dalam & kecantikan di luar  <p>Membersihkan acne dalam 4-8 minggu </p> <p>....</p> <p>Tidak Ada Yang Menyembuhkan Acne Lebih Baik Dibandingkan Praventac Yang 100% Aman & Alami! Mulai hilangkan jerawat Anda hari ini! Dan kembalikan kepercayaan diri Anda</p> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	http://www.praventac.com 18/03/2013
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	07 PAKET BODY SYAHRINI 
Data	Pemutih Tubuh Syahrini Kecantikan total tidak cukup hanya dengan mengandalkan perawatan wajah. Perawatan tubuh juga sangat penting karena tubuh yang putih bersih merupakan idaman bagi setiap wanita. Oleh sebab itu setelah sukses booming mengeluarkan Cream Syahrini kini hadir PAKET BODY SYAHRINI untuk perawatan tubuh anda. Hati hati dengan harga murah, Kami jamin produk yang kami jual Asli dan Aman Beli Banyak Dapat Potongan Harga
Sumber Data Tanggal Akses	http://ayoe-shop.blogspot.com/2012/05/paket-body-syahrin.html 15/04/2013

Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	08 Pemutih gigi White light 
Data	<p>Pemutih Gigi White Light adalah sebuah produk Pemutih Gigi revolusioner yang dapat menghasilkan Gigi putih cemerlang secara cepat dan aman. Disarankan oleh dokter gigi diseluruh dunia. BEST SELLER di EROPA Hanya dengan pemakaian 10 menit saja setiap hari dan 2 minggu – 1 bulan sudah putih bersih permanen. White light Pemutih Gigi ini dibuat dengan standard Internasional.</p> <p>....</p> <p>Pemutih Gigi white light sangat mudah penggunaanya, hanya dengan beberapa puluh ribu Anda sudah bisa merasakan keampuhan White light Pemutih Gigi dalam memutihkan gigi dengan cepat.</p> <p>....</p> <p>Nah, luar biasa bukan .. hanya perlu merogoh beberapa puluh ribu untuk mendapatkan gigi putih -ALAT INI MAHAL? kata siapa .. sehat itu mahal Gan Sista tapi alat ini terjangkau harganya</p>
Sumber Data Tanggal Akses	http://tokoone.com/gel-pemutih-gigi-white-light/ 15/04/2013
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	09 Nose Up Clipper 
Data	<p>Jual Alat Pemancing Hidung Murah Tanpa Operasi - Buat yang kurang puas dengan dirinya sendiri, sekarang ada alat untuk memancing hidung secara alami.</p> <p>Untuk memancing hidung tidaklah harus dengan mengeluarkan uang banyak untuk operasi, suntik silikon, operasi plastik ke dokter, atau lain sebagainya yang macam-macam, cukup dengan menggunakan alat nose up clipper.</p> <p>Apa itu Nose Up Clipper? Nose Up Clipper adalah alat pemancing hidung alami dari Jepang yang berukuran kecil dan ringan yang berfungsi untuk menaikkan cuping dan memperkecil kedua lubang hidung agar terlihat tampak lebih mancung dan cantik.</p> <p>Nose Up Clipper adalah solusi cara memancing hidung secara alami dengan mudah, nyaman, aman, dan murah tanpa adanya efek samping, gangguan sirkulasi pernafasan, dan luka iritasi pada kulit.</p>

	<p>Keunggulan Nose Up Clipper ini :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mudah digunakan dan tidak sakit - Desain japan - Mudah dipakai untuk mempertajam dan meninggikan hidung anda - Menjadikan hidung anda tambah cantik - Anti bakteri dan lapisan lembutnya sehingga tidak menyakiti kulit anda - Mudah dibersihkan dengan kain bersih atau dengan air sabun lalu dibilas hingga bersih untuk menghilangkan minyak dari hidung kita yang menempel di nose up clipper
Sumber Data	http://www.ayoeshop.com/2012/05/nose-up-clipper_5615.html
Tanggal Akses	15/04/2013
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>10 (10.1 – 10.2) A-DHA BEAUTY CREAM</p> 
Data 10.1	<p>A-DHA BEAUTY CREAM ASLI BUKAN YANG PALSU DISKON PRODUK BULAN SEPTEMBER 2012. a-dha beauty cream EKONOMIS 120.000.BELI 10 PAKET HARGA 100 RIBU/PAKET SERUM WAJAH VITAMIN C 30.000.BELI 10 PCS HARGA 25 RIBU/PCS a-dha beauty cream EXCLUSIVE 150.000.BELI 10 PCS HARGA 135 RIBU/PAKET (a-dha beauty cream EKONOMIS+SERUM WAJAH VITAMIN C DAN E harga 150 ribu) tanpa serum cuma 120 ribu (a-dha beauty cream EKSLUSIF +SERUM WAJAH VITAMIN C DAN E harga 180 ribu)-tanpa serum cuma 150 ribu.</p>  <p>TESTIMONI SALAH SATU PENGGUNA SEBELUM MEMAKAI A-DHA BEAUTY CREAM dan SETELAH MEMAKAI A-DHA BEAUTY CREAM INI DIA CIRI-CIRI a-dha beauty cream paket ekonomis PALSU BESERTA GAMBARNYA:</p>



KEMASAN a-dha beauty cream YANG PALSU LEBIH PUDAR WARNANYA



KEMASAN YANG PALSU WARNANYA LEBIH GELAP TIDAK KINCLONG



KEMASAN a-dha beauty cream BAGIAN BAWAH HANYA DI TEMPEL KERTAS SAJA, TIDAK ADA PLASTIK DAN KURANG RAPIH



KEMASAN YANG ASLI PADA KRIM SIANG ADA TULISAN FORMULA WITH NANO TECH



KRIM SIANG PADA YANG PALSU BERWARNA KUNING



KEMASAN YANG ASLI LEBIH TERANG DAN TIDAK PUDAR WARNANYA

SELAIN CIRI-CIRI DI GAMBAR DIATAS, BAU SABUN PADA a-dha beauty cream paket ekonomis YANG PALSU SANGAT MENYENGAT SEKALI, BEGITU JUGA CREAMNYA, BAU NYA BERBEDA DENGAN YANG ORIGINAL. SARAN SAYA BERHATI-HATILAH DALAM MEMILIH a-dha cream/a-dha beauty care paket ekonomis. Jangan tergiur dengan harga yang murah, Karena bisa mengakibatkan hal yang FATAL bila salah memilih. Jika anda mendapati salah satu ciri-ciri diatas, sebaiknya anda tidak usah gunakan produk tersebut, daripada anda menyesal di kemudian hari.

	<p>....</p> <p>KAMI MENYEDIAKANa-dha beauty cream paket ekonomis dan PAKET EXCLUSIVE ORIGINAL/ASLI. GARANSI UANG KEMBALI JIKA PALSU...!</p> <p>HARGA a-dha beauty cream PAKET EKONOMIS ASLI 120 RIBU</p> <p>HARGA a-dha beauty cream PAKET EXCLUSIVE 150 RIBU</p> <p>WASPADALAH TERHADAP a-dha beauty cream paket ekonomis YANG PALSU.</p>
<p>Sumber Data</p> <p>Tanggal akses Data 10.2</p>	<p>http://tongkatajimatmadura.com/produk-terlaris/dha-beauty-creama-dha-beauty-care-paket-ekonomissungguh-luar-biasa</p> <p>15/04/2013</p> <p>Cream Adha Asli</p>  <p>Cream Adha Asli PEMUTIH WAJAH YANG LAGI BOOMING DAN PALING CEPAT HASILNYA Pemutih wajah BPOM Untuk pemesanan hubungi: IBU RIKA 087875254162 (XL) 085717641640(IM3) Pin BB: 2A0EC3B9</p> <p>Cream Adha Asli BPOM Inilah satu-satunya produk pemutih wajah ber-BPOM namun tetap mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat.Customer biasanya senang dan surprise sudah merasakan hasil yang memuaskan sejak minggu kedua setelah pemakaian.Buktikan saja..!!</p> <p>Kenapa hampir semua produk kecantikan Ber BPOM tidak digemari? Karena kebanyakan produk itu akan menampakan hasil setelah berlangsung lama sekali.Ada yang tahunan lo... Dan hal ini tidak ditemukan di pemutih wajah adha white series. Dengan pemakaian rutin wajah cepat putih tetapi aman. Bukti lain yang menunjukkan level keamanan adalah adha white series aman dipakai semua umur.</p>
<p>Sumber Data</p> <p>Tanggal akses</p>	<p>....</p> <p>http://sewusekar.com/blog/cream-adha-asli</p> <p>15/04/2013</p>
<p>Nomor Data</p> <p>Nama Produk</p> <p>Gambar Produk</p>	<p>11</p> <p>EmiLay Whitening SoftgeL from USA</p> 
<p>Data</p>	<p>" Rahasia kulit halus, cerah, kenyal & sehat..."</p> <p>Kulit cantik , putih , mulus , halus , mulus , bersinar adalah idaman semua perempuan . tetapi karena begitu mahalnya perawatan kecantikan hanya kalangan tertentu saja yang bisa mendapatkan perawatan kecantikan kualitas atas.</p> <p>KABAR BAIK UNTUK ANDA WANITA ASIA,</p> <p>Kami menghadirkan EMILAY untuk Anda semua yang ingin kulit cantik , putih ,</p>

	<p>mulus , halus , mulus , bersinar dan kenyal, tentunya tidak menguras kocek sampai jutaan.</p> <p>EMILAY WHITENING JUGA MENEMBUS PASAR ASIA, AFRIKA DAN AMERIKA.</p> <p>BEST SELLER DI 26 NEGARA .</p> <p>Salah 1 musuh perempuan adalah kulit wajah yg tidak merata, timbulnya noda2 hitam, bintik - bintik hitam / fLek. Hal ini akan terjadi seiring dengan perubahan / kondisi warna kulit wajah. Karena warna kulit wajah sangat tergantung pada pigmen di bawah kulit yg disebut melanin</p> <p>Dengan rutinitas harian yg intensif menggunakan rangkain perawatan yg sesuai dengan kondisi kulit wajah, kalian kini tak hanya akan memiliki penampilan kulit wajah y memukau tp jg memprovokasi rasa PD kalian. Terhitung 25-35 hari, kalian akan merasakan sendiri perubahan yg terjadi pada kulit wajah juga seluruh tubuh.</p> <p>....</p>
Sumber Data	http://ayoe-shop.blogspot.com/2012/05/emilay-whitening-clearspots-from-usa.html
Tanggal Akses	20/04/2013

Nomor Data	12
Nama Produk	Body Lotion Royale Diamond Perawatan Kulit
Gambar Produk	
Data	<p>Sekarang Saatnya kamu mendapatkan Perawatan Kulit yang Lembut dan aman. Hasil Perawatan Kulit dari Royal Diamond Body Lotion bagus loh. Sudah beberapa Customer Warung Kosmetik yang menyatakan rasa puasnya menggunakan Produk ini. So, Kenapa gak coba?? biarkan Kulit halus dan Bersinar jadi Milik sista ^_^</p> <p>ROYALE Diamond Lotion memiliki tekstur gel transparant efektif menjaga kelembutan dan kelembaban alami kulit, tanpa membuat kulit jadi kering. Manjakan tubuh anda dengan kemewahan berlian, dimana berlian adalah sahabat terbaik dari seorang wanita. Dilengkapi dengan aroma khas yg sangat menyegarkan, rasakan sensasi dari sebuah berlian.</p>
Sumber Data	http://warungkosmetik.wordpress.com/2012/07/30/body-lotion-royale-diamond-perawatan-kulit/
Tanggal Akses	15/04/2013

Nomor Data	13
Nama Produk	Hip Up Cream
Gambar Produk	

Data	<p>HIP UP CREAM</p> <p>Gak perlu minder dgn pantat/ bokong yg polos, kendur, kecil dan ga sexy. Kini telah hadir Hip Up Cream untuk solusi anda ^^</p> <p>Hip Up Cream adalah krim ekstrak obat alami tanaman yg efektif untuk membantu mengencangkan pantat ke atas, menaikkan pinggul yg turun, mengurangi garis-garis hitam dan menjaga keseimbangan kulit alami, melembabkan dan menghaluskan kulit.</p> <p>Hip Up Cream menjadikan pantat/ pinggul terlihat naik, montok/ menonjol, kencang, halus dan sexy.</p> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	<p>http://www.ayoeshop.com/2012/06/hip-up-cream_2851.html</p> <p>15/04/2013</p>

Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>14</p> <p>CREAM WAJAH dan PIL AURA KECANTIKAN</p> <p>Tanpa gambar</p>
Data	<p>INOVATIF & FORMULATIF...UNTUK ANDA YANG INGIN MEMPESONA DAN PUNYA DAYA PIKAT YANG LUARBIASA</p> <p>Satu Produk kecantikan nan sempurna, teramu dari bahan herbal naturalis, di proses melalui 3 in 1 tahapan, ALAMIAH -ILMIAH / FARMAKOLOGI dan ILAHIYAH, Sehingga Aman TANPA mengandung bahan merkuri dan 100% Bebas efek samping.</p> <p>Hebatnya proses ilahiyahnya mengandung daya pikat yang sungguh luar biasa mampu menandingi susuk kencana apapun . Jadi krim wajah dan pil aura kecantikan ini bukan sekedar bedak biasa ataupun pil suplemen biasa. Pil aura ini terbuat dari sari madu dan coklat serta telah mengadung hikmah/tuah supra pengasihan yang luar biasa, sekali minum, indikatif untuk membuka cakra-cakra yang tertutup gumpalan hitam / toksin tubuh - wajah...biomelekuler , sehingga wajah kelihatan fit-ceria / tidak kusut & wajah kelihatan periang / tidak kriptut - memancarkan kemilauan daya pikat yang dahsyat.</p> <p>Kenapa harus ke dukun untuk pasang susuk ...? Cukup pakai sajian produk unggulan cream wajah dan pil aura kecantikan dari kami.....buktikan pancaran ke anggunan dan daya pikatnya ...!</p> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	<p>http://forum.tribunnews.com/archive/index.php/t-1651231.html</p> <p>15/04/2013</p>

Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>15</p> <p>Serum Beauty Diamond dr. Adi Wira Perdhana</p>
	 <p>Serum Beauty</p>

Data	<p>Lapisan dermis adlh lapisan yg bertanggung jawab thdp sifat elastisitas & kehalusan kulit. Berfungsi mensuplai makanan untuk lapisan epidermis, & sbg fondasi bagi kolagen serta serat elastin. Vitamin-c merangsang & meningkatkan produksi kolagen kulit dgn cara meningkatkan kemampuan perkembangbiakan sel fibroblast. Fibroblast adalah sel penghubung jaringan yang memproduksi kolagen dan serat elastin terdapat dibagian dermis.</p> <p>Untuk mencapai serat elastin, Krim Saja ternyata tidak cukup. Diperlukan suatu konsentrat tertentu, agar proses pencerahan,awet muda&brightening look effect tercapai..</p> <p>Tinggalkan Serum Lama anda...</p> <p>Karena Dr. Adiwira Perdhana & Ibu Bq.Nurul Hisan,S.Farm,Apt saat ini telah memformulasikan Serum Ajaib yang SANGAT berbeda dengan Serum-serum terbaik di Pasaran.</p> <p>Serum Miracle Diamond Dr.Adiwira P adalah cairan konsentrat dgn kandungan Resep vitamin lengkap untuk kulit Vit C,E,B3,B5,B6,antiinflamasi,dan whitening agent Factor terbaik yang Berfungsi melembutkan,menghaluskan dan mencerahkan kulit secara empiris : 4x lebih cepat dari Serum biasa.</p> <p>Merupakan produk perawatan kulit yang berguna memperlambat proses penuaan dini dan menyamarkan keriput (atau kerutan) kuwlit wajah.</p> <p>Sebagai Antioksidan kuat yang melindungi kulit terhadap pengaruh negativ faktor luar seperti (polusi, matahari, iklim, AC, asap rokok, dsb).</p> <p>Merangsang pembentukan dan peningkatan produksi kolagen kulit, menjaga kekenyalan, kelenturan, serta kehalusan kulit (anti aging & anti wrinkle).</p> <p>Mencerahkan kulit lebih cepat dgn brightening effect (Glowing & Berkilat).</p> <p>Pemakaian jangka panjang hingga 3 bulan keatas menunjukkan kulit wajah terlihat lebih muda 4-6 tahun dari usia sebenarnya. Menipisnya Flek dgn Significant. Merapatnya Pori & Pencerahan ² tingkat dari Warna kulit asalnya..</p>
Sumber Data Tanggal Akses	<p>http://www.cantikalamiku.blogspot.com 01/04/2013</p>
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>16 Palgantong Theatrical Powder</p> 
Data	<p>Palgantong Theatrical Powder adalah Bedak tabur Palgantong yang berasal dari Korea. Terbuat dari bahan Ceramin yang diimport dari UK. Ukuran partikelnya hanya 1/2 dari ukuran partikel bedak tabur lainnya. Bedak tabur Palgantong Theatrical Powder ini membuat kulit wajah kelihatan lebih cerah dan bersinar tapi tetap natural. Makeup nya ringan, tidak berat dan juga nyaman di muka. Bedak tabur yang sangat populer di Korea dan Jepang sehingga mendapat sebutan Star</p>

	Powder adalah Palgantong Theatrical Powder.Selama lebih dari 10 tahun, bedak tabur ini digunakan oleh aktris maupun aktor di film, program TV dan drama Korea. Terjual lebih dari 5.000.000 pcs di Jepang.
Sumber Data	https://www.facebook.com/media/set/?set=a.279234465464072.68233.279218915465627&type=3
Tanggal Akses	20/04/2013
Nomor Data	17
Nama Produk	Herbal Cream
Gambar Produk	Tanpa gambar
Data	<p>FAKTA MENARIK</p> <p>16. Kita bernafas kira-kira 23.000 kali setiap hari</p> <p>17. Kata ZIP (kode pos) adalah kepanjangan dari 'Zoning Improvement Plan'.</p> <p>18. Coca-Cola mengandung Coca (yang merupakan zat aktif pada kokain) dari tahun 1885 sampai 1903.</p> <p>19. Rata-rata kita bicara 5000 kata tiap hari (walaupun 80% nya kita bicara pada diri sendiri)</p> <p>20. Seandainya kuota air dalam tubuh kita berkurang 1%, kita langsung merasa haus</p> <p>Bahan kimia ga bsa berikan hasil maksimal bagi wajah? Gunakan bahan yang pure alami untuk kembalikan cantik sehat kulit wajahmu dengan HERBALCREAM Pls visit www.cantikalamiku.blogspot.com - ADD PIN 2317E294 atau 238B74B7 atau sms ke 085257309935 atau whatsapp 085334066969 - YM therabithia_star@yahoo.co.id Untuk Info Lengkap Produk HERBAL Novica Prematura</p>
Sumber Data	https://www.facebook.com/arwin.qard?fref=ts
Tanggal Akses	20/04/2013
Nomor Data	18
Nama Produk	Cream Ayu Ting-Ting
Gambar Produk	
Data	<p>Cream Ayu Ting Ting adalah Paket cream wajah herbal</p> <p>Bukti nyata wajah bersih no jerawat, no flek & solusi semua masalah kulit wajah, aman !!!</p> <p>Cream perawatan wajah & pemutih racikan ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya :</p> <p>Cream Malam :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mengangkat kulit yang turun * menghilangkan keriputan * menghaluskan tekstur kulit * mengencangkan kulit yang kendur

	<p>Cream Siang :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mencerahkan corak kulit yang memudar * Merevitalisasi kulit yang tampak lelah * Memutihkan kulit * Mencerahkan kulit yang kusam * Meratakan warna kulit yang tidak merata * Perlindungan khusus dari sinar matahari <p>Terbukti mengangkat, mengencangkan kulit dengan nyata !!!</p> <p>....</p> <p>ini racikan alhi khusus di bidang kecantikan.....aman..... TANPA PENGELUPASAN DAN BISA UNTUK PEMAKAIAN JANGKA PANJANG</p> <p>Cocok untuk umur 15 tahun (remaja) ke atas^ ^</p> <p>Tidak mengandung Mercury dan Zat sejenisnya...dan yang pasti diracik oleh ahlinya!!!</p> <p>Selamat Mencoba dan jadilah yang pertama tercengang ...!!!</p>
<p>Sumber Data Tanggal Akses</p>	<p>http://indonetwork.co.id/bintang_store/3501601 21/04/2013</p>
<p>Nomor Data Nama Produk Gambar Produk</p>	<p>19 Paket Apotik Ratu</p> 
<p>Data</p>	<p>Paket Perawatan Badan APOTIK RATU – Setelah booming dengan toner ratu, skg hadir paket komplet Sabun,lotion,toner RATU</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sabun RATU whitening Efektif mengangkat lemak,kotoran,debu yg menempel dikulit 2.Toner RATU Mengangkat sisa2 kotoran/debu yg tidak hilang hanya dengan sabun + whitening kulit permanen 3. Lotion Collagen RATU Melembabkan, mengenyalkan, serta membantu regenerasi sel kulit baru Buktikan dalam 3hari pemakaian saja. Kulit lebih putih, bersih merata. Efektif : -mengurangi warna belang di kulit -menghilangkan bekas luka/noda2 hitam dkulit PERMANEN <p>....</p>
<p>Sumber Data Tanggal Akses</p>	<p>http://www.beautycosmeshop.co.id/paket-perawatan-badan-apotik-ratu/ 20/04/2013</p>

Nomor Data	20
Nama Produk	<i>ATOMY BB CREAM</i>
Gambar Produk	
Data	<p>....</p> <p>Aku mau membandingkan produk ini dengan Lioele Triple Solution BB Cream yang populer dan banyak dicari.</p> <p>Karena menurutku hasil efek pemakaian dari BB Cream Atomy ini sama seperti penggunaan Lioele Triple Solution BB Cream yang oil control dan coveragennya bagus, hanya saja Lioele Triple Solution BB Cream agak cakey, retak-retak di wajah, dan matte saat diaplikasikan ke wajah, baru setelah 30 menit kemudian Lioele Triple Solution BB Cream mulai nge-blend di wajah dan baru terlihat bagus.</p> <p>Atomy BB Cream langsung nempel di kulitku dan membuat kulit cerah, menutupi segala jenis noda jerawat, meratakan warna kulit yang nggak rata. Cara kerja BB Cream ini seperti memberikan satu lapisan/ layer di atas semua masalah kulitku itu sehingga bikin kulit jadi terlihat sempurna.</p> <p>....</p>
Sumber Data	http://my-lovely-sister.blogspot.com/2012/08/review-atomy-whitening-bb-cream.html
Tanggal Akses	21/04/2013
Nomor Data	21
Nama Produk	<u>Bedak</u> Saripohatji
Gambar Produk	
Data	<p><u>Bedak</u> Saripohatji, bedak dingin dengan resep tradisional yang sudah dibuat sejak tahun 1927 yang terbukti ampuh mengatasi jerawat secara alami</p> <p>....</p>
Sumber Data	http://tokoone.com/bedak-saripohatji-bedak-saripohatji-tradisional/
Tanggal Akses	21/04/2013

<p>Nomor Data Nama Produk Gambar Produk</p>	<p>22 Bedak Wallet Original</p> 
<p>Data</p>	<p>Walet Loose Powder (Bedak Tabur Walet)</p> <p>Bedak Wallet Original Sangat populer di kalangan Bintang film Indonesia .</p> <p>Pertama kali hanya diperkenalkan kepada Profesional make-up artis,, Hal ini sangat terkenal untuk produk entertainers. Sejak tahun 1999, produk terbaik ini telah dijual ke non-entertainers.</p> <p>Produk ini tercatat sudah terjual 600 juta penjualan produk-produk dari 2002 ke 2006 di Jepang. Sehingga terpilih sebagai Top Hit dari produk kosmetik. Dan diakui secara internasional looh..</p> <p>Cara kerja Bedak wallet ori :</p> <p>Slimming Efek: Membuat wajah terlihat slimmer(kurus/tirus) dengan efek tiga dimensi yang disebabkan oleh pantulan cahaya.</p> <p>Daya Tahan Lama: Dengan daya tahan yang lebih lama akibat pengaruh keringat/air</p> <p>Blooming Efek: Membuat kulit cerah dan mewah.</p> <p>Super hidrat Efek: Menjaga kelembaban kulit sepanjang hari dan juga melembutkan kulit.</p> <p>Oleh karena nya cobain deh Wallet Original POWDER. Efektif juga untuk menutupi pori-pori wajah loh,namun ringan dan halus menutupi permukaan kulit</p> <p>Wallet Original Powder</p> <p>Berfungsi juga untuk mencerahkan kulit wajah dan cocok untuk semua jenis kulit. Bedak tabur WALET BIO GOLD terbaik sebagai pengganti bedak padat dan cocok</p> <p>dipadukan dengan walet cream bio touch gold</p>
<p>Sumber Data</p>	<p>http://ayoe-shop.blogspot.com/2012/06/walet-loose-powder-bedak-tabur-walet.html</p>
<p>Tanggal Akses</p>	<p>21/04/2013</p>

Nomor Data	23
Nama Produk	Bedak Boneka
Gambar Produk	
Data	<p>BEDAK YANG KEUNGGULANNYA BUKAN HANYA UNTUK MAKE-UP TAPI JUGA MERAWAT KULIT KAMU!</p> <p>~ BEDAK BONEKA INI DI PAKAI OLEH MAKE UP2 ARTIST DI SINGAPORE Lhow!!</p> <p>Manfaat Bedak Boneka :</p> <ul style="list-style-type: none"> - bedak non timbal / tanpa KIMIA - dari dokter kulit - SPF 15 untuk menangkal sinar UV, whitening, anti aging dan mica powder. - butirannya halus mampu menutupi segala kekurangan kulit dan tidak menyumbat pori2... - cocok utk all skin types dan kulit sensitif - tahan seharian < oily free - menempel tanpa kesan topeng - bikin muka putih alami, cerah, haLus, muLuss dan PERFECT kaya boneka... - warna natural - menyerap minyak dengan lembut
Sumber Data	http://www.tokopedia.com/tokopopuler/bedak-boneka-bpom
Tanggal Akses	01/04/2013
Nomor Data	24
Nama Produk	LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation
Gambar Produk	
Data	<p><u>Luminesce Serum No 1 Untuk Awet Muda</u> <u>Anda Hanya Perlu 1 Cara Untuk Memiliki Wajah Sekinclong Artis Korea</u></p>

**Begitu Halus, Lembut, Cerah, Bersih & Awet Muda
Dijamin Praktis, 100% Halal & 100% Aman
Ingin Bukti ?**

Mari Luangkan Waktu Sebentar Untuk Melihat Video Berikut Ini Yang Akan Membawa Perubahan Pada Wajah Anda

Apakah salah satu masalah kulit dibawah ini sedang menimpa pada kulit anda?

- ✓ Apakah saat ini anda sedang berusaha untuk menghilangkan jerawat dan bekas jerawat ?
- ✓ Apakah saat ini pori2 di wajah anda terlihat besar-besar dan anda ingin mengecilkan pori-pori wajah anda?
- ✓ Apakah saat ini wajah anda terlihat kusam dan anda menginginkan wajah anda kembali cerah lagi?
- ✓ Apakah saat ini anda mengalami masalah selulit pada kulit anda ?
- ✓ Apakah saat ini anda sedang memiliki masalah kerutan halus di wajah ?
- ✓ Apakah saat ini anda memiliki masalah dengan kantung mata yang besar yang sangat mengganggu penampilan ?
- ✓ Apakah saat ini anda memiliki masalah flek hitam di wajah ?
- ✓ Apakah saat ini anda memiliki bekas luka yang sudah lama tidak bisa hilang?

Jika salah satu masalah diatas sedang menimpa kulit anda berarti anda tepat mengunjungi website saya saat ini.

Apapun masalah kulit anda saya memiliki solusinya yang sudah teruji dan terbukti ampuh dalam mengatasi semua masalah kulit.

Mau Tahu Apa Itu Solusinya ?

Sebelumnya coba lihat gambar dibawah ini awalnya mereka semua memiliki masalah pada kulit mereka namun sekarang mereka sudah terbebas dari semua masalah kulit.

Semua Foto Dibawah Ini Tidak Ada Rekayasa



➡ Selain Di Area Kulit Wajah Luminesce Serum Bisa Juga Digunakan Pada Bagian Kulit Lainnya Seperti Contoh Dibawah ini:



Memperkenalkan Terobosan Terdahsyat Dari



LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum merupakan sebuah terobosan terbaru di bidang kecantikan untuk anti – penuaan dengan menggunakan teknologi Adult Stem Cell yang merangsang kemampuan alami tubuh untuk melengkapi, memperkuat, dan menyembuhkan kulit.

Serum anti – penuaan yang sangat kuat ini akan bekerja sepanjang waktu untuk memberikan kembali kehidupan sehat pada kulit dan membuat standar industri / teknologi baru.

Manfaat Memakai LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum Antara Lain :

- ✓ **Ya Luminesce Serum** , diformulasikan secara khusus dengan teknologi paten untuk mengembalikan kembali kekencangan kulit, kilau kulit, dan kehalusan kulit
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** , meminimalkan munculnya garis – garis halus , kerutan pada wajah , kantong mata sehingga kulit wajah tampak lebih cerah , kencang dan tampak lebih muda
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** telah berhasil menghilangkan keloid, stretch mark, radang karena jerawat, menghilangkan jerawat, menghilangkan bekas jerawat, menghilangkan flek hitam, memulihkan kulit yang terkena luka bakar, operasi, gigitan nyamuk, bekas cacar, bisul, dllnya.
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** , menunda munculnya proses penuaan seperti kerutan di wajah, garis-garis halus di wajah, keriput, dllnya
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** , mampu menembus ke dalam untuk mengembalikan kadar protein alami dan kolagen kulit
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** , semuanya alami dan bebas hypoallergenic – paraben
 - ✓ **Ya Luminesce Serum** , mengisi ulang persediaan alami kulit oleh growth factors dan protein yang bisa habis karena usia yang semakin bertambah
- LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum mengandung 248 Key Human Growth Factor (kunci faktor pertumbuhan manusia) yang mampu merubah tekstur kulit menjadi lembut dan berinteraksi dengan proses-proses alami tubuh untuk menopang peningkatan produksi protein – protein penting seperti Kolagen dan Elastin.

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum bekerja seperti sihir, mampu mengembalikan kembali penampilan muda orang karena membuat orang terlihat

muda, sehat, dan bercahaya.

248 Key Human Growth Factor tadi tidak mengandung seperti DNA dan jaringan hidup manusia melainkan sitokin dan interleukin yang dengan mudah berinteraksi dengan proses alami tubuh manusia yang bekerja pada tingkatan sel – sel kulit. Teknologi adult stem cell yang diterapkan akan menghantar 248 Key Human Growth Factor meresap ke dalam sembilan lapisan kulit sehingga ketika krim ini yang hanya dioleskan pada permukaan kulit dapat bekerja sepanjang hari untuk meregenerasi sel – sel kulit agar menghasilkan Kolagen dan Elastin yang dapat mempercantik kulit bahkan dapat membantu menyembuhkan kulit akibat luka. Penerapan hariannya akan menghasilkan perbaikan pada sel kulit yang rusak dan meregenerasi jaringan kulit baru sekaligus membuat kulit bercahaya, halus dan kencang.



Luminesce Serum bukan perawatan Namun dapat meregenerasi sel dan praktis dipakainya

Dengan menggunakan alat Dermascope, Anda akan melihat perbedaan yang signifikan dalam jumlah kolagen dalam kulit dengan penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum. Penggunaannya akan memproduksi jumlah kolagen 3x lebih banyak dalam kulit wajah.

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum dapat digunakan mulai dari anak berusia 14 tahun. Juga dapat digunakan setelah facial, pengelupasan kulit, stretch mark, keloid, peradangan yang berhubungan dengan jerawat, memulihkan jaringan kulit yang rusak dan juga dapat menyembuhkan luka.



PENUAAN MERUPAKAN HAL YANG TIDAK BISA DIHINDARI NAMUN BISA DITUNDA

Hasil studi setelah penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum membuktikan:

- 88% – peningkatan keseluruhan penampilan kulit.
- 75% – peningkatan dalam tekstur kulit dan halus.
- 70% – peningkatan kekencangan dan elastisitas kulit.
- 70% – penurunan dalam penampilan garis – garis halus dan kerutan.

....

Tanya Jawab Luminesce Serum Yang Perlu Diketahui



Apa keuntungan teknologi adult stem cell pada LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?

Stem cell yang terdapat LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum berisi sitokin identik manusia yang memiliki atribut yang sama dengan sitokin dalam tubuh manusia. Hal ini memungkinkan interaksi yang sempurna antara LUMINESCE™ dengan proses tubuh alami.



Bagaimana cara yang spesifik LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum memberikan hasil?

Faktor – faktor pertumbuhan dan sitokin yang disediakan oleh teknologi stem cell menembus pori – pori kulit dan bekerja dengan proses tubuh secara alami untuk meeangsang produksi protein matriks seperti kolagen dan elastin. Cara inilah yang membantu mengurangi garis halus dan kerutan



Apa hubungan antara faktor – faktor pertumbuhan dan teknologi stem cell?

Teknologi yang sudah dipatenkan di LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum

menyediakan untuk pengiriman hal – hal penting dari faktor pertumbuhan yang ditemukan di kulit yang alami. Seiring bertambahnya usia, produksi faktor – faktor pertumbuhan dalam kulit berkurang dan menyebabkan munculnya kerutan – kerutan dan penipisan kulit. Dengan memperkenalkan kembali fakto – faktor itu tadi melalui penggunaan secara rutin LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum, sel kulit yang rusak dapat diperbaiki dan jaringan – jaringan baru kulit akan dihasilkan.

✓ **Apa saja manfaat yang paling berarti atau terlihat dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Hasil nyata dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara rutin diantaranya memungkinkan mengurangi munculnya garis halus dan kerutan, meningkatkan kecerahan kulit, dan mengembalikan kulit yang halus dan muda.

✓ **Berapa lama yang diperlukan untuk melihat hasil nyata penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Hasil penggunaan LUMINESCE™ yang bekerja bersamaan dengan proses pembaharuan kulit yang alami akan bervariasi antara orang yang satu dengan yang lainnya karena kondisi tekstur kulit yang berbeda – beda. Jika memang digunakan secara rutin pembaharuan kulit rata – rata terjadi dalam waktu empat minggu tetapi perbaikan yang optimal pada kulit biasanya tidak mencapai lebih dari tiga bulan.

✓ **Apa akibat jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Tidak ada efek samping negatif atau jelek jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ ini. Namun manfaat dari LUMINESCE™ itu tidak akan berlanjut jika tidak lagi menggunakan LUMINESCE™ ini. Tanda – tanda penuaan akan kembali muncul.

✓ **Apakah ada efek samping negatif jika menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara terus menerus?**

Sama sekali tidak ada! Yang ada malah Anda akan mendapatkan manfaat yang sangat berarti dan Anda akan mendapatkan manfaat itu bertahan lebih lama pada diri (kulit) Anda.

✓ **Bagaimana cara terbaik menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Desain botol berbentuk pompa mini, satu atau dua kali pompa dioleskan pada wajah dan leher, dilakukan sehari 2 kali sesuai dosis secukupnya. Sehari 2 kali (pagi hari dan malam hari setelah mandi) merupakan waktu yang ideal penggunaan LUMINESCE™. Hal ini memungkinkan antara penerapan dermal fibroblast untuk memproses faktor pertumbuhan dan sitokin agar dapat melakukan perbaikan jaringan kulit yang diperlukan.

✓ **Bagaimana sebaiknya cara menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum jika dikombinasikan dengan produk skin care lainnya?**

Pertama cucilah muka Anda menggunakan air lalu Anda bisa menggunakan toner / pembersih. Namun jangan gunakan krim atau serum lain sebelum LUMINESCE™ karena hal ini mengakibatkan LUMINESCE™ terhambat terserap ke dalam kulit. Artinya gunakan dulu LUMINESCE™ dalam keadaan kulit muka bersih lalu beberapa menit kemudian baru mulai menggunakan produk skin care lainnya.

✓ **Apakah pada LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum mengandung stem cell yang hidup?**

Tidak ada stem cell di dalam serum ini. Sebaliknya, bentuk cairannya yang alami telah dikondisikan oleh adult stem cell yang merupakan bahan aktif dalam

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum. Media yang terkondisi ini berisi interkulin sitokin dan faktor pertumbuhan yang berinteraksi sempurna dengan proses alami tubuh untuk memperbaiki sel – sel kulit yang rusak dan menumbuhkan jaringan kulit baru.

✓ **LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum berisi lebih dari 200 faktor pertumbuhan, berapa banyak faktor pertumbuhan yang terdapat pada produk kelas atas lainnya?**

Sampai saat ini tidak ada produk saingan LUMINESCE™ yang bisa memiliki faktor pertumbuhan, sitokin dan interkulin seperti yang dimiliki LUMINESCE™. Meskipun banyak produk lainnya yang mengandung faktor pertumbuhan dari tanaman dan buah – buahan seperti apel, mereka (produk lain) tidak seefektif LUMINESCE™ karena mereka (produk lain) tidak dapat berkomunikasi dengan sel – sel manusia yang diturunkan oleh yang dilakukan faktor pertumbuhan.

✓ **Jenis komunikasi yang bagaimanakah yang disebutkan di atas?**

Faktor – faktor pertumbuhan pada LUMINESCE™ adalah sebuah bahasa metafora dari sel – sel dan digunakan untuk mengkomunikasikan instruksi – instruksi khusus pada sel tertentu agar melakukan kegiatan – kegiatannya, seperti menurunkan peradangan, membuat pembuluh darah baru dan memproduksi kolagen. Faktor – faktor pertumbuhan, sitokin, dan interkulin membantu melaksanakan instruksi – instruksi itu tadi. Sebuah penelitian sedang terus berlangsung mengajarkan lebih dan lebih tentang proses komunikasi sel yang penting ini.

✓ **Apa pengaruh yang dimiliki oleh LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum terhadap jerawat dan stretch marks?**

Serum ini bekerja untuk mengurangi peradangan yang terkait dengan kedua kondisi tersebut dan menyembuhkan jaringan – jaringan. Untuk masalah stretch mark, merupakan langkah yang terbaik menggunakan serum ini ketika luka itu baru saja terjadi namun serum ini juga dapat bekerja dari waktu ke waktu untuk stretch mark yang sudah lama.

✓ **Dapatkah wanita hamil menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Tidak ada komposisi produk yang akan membahayakan wanita hamil maupun bayinya. Namun dianjurkan untuk berkonsultasi dengan dokter terlebih dahulu.

✓ **Berapa jarak waktu yang dianjurkan sebelum dan sesudah menggunakan hair removal??**

LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum dapat dilakukan tepat setelah penggunaan hair removal. Bahkan penggunaan LUMINESCE™ akan membantu sel kulit pulih lebih cepat. Perlu diketahui bahwa LUMINESCE™ Serum ini pada awalnya dikembangkan sebagai produk penyembuhan luka. LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum dapat diterapkan setelah facial, pengelupasan kulit akibat bahan kimia, lecet dan waxing.

✓ **Apakah ada bahaya replikasi atau peningkatan pertumbuhan sel – sel kanker bila menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum?**

Faktor-faktor pertumbuhan, sitokin, dan interleukin yang digunakan dalam menghancurkan sel – sel buruk dan menggantikannya dengan sel – sel sehat, sehingga tidak ada resiko mereplikasi peningkatan pertumbuhan sel kanker. Namun, produk ini bukan digunakan untuk sebagai pengobatan kanker.

✓ **Apakah ada efek LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum terhadap kulit yang rentan bekas luka keloid?**

	<p>Hasil pengujian menunjukkan bahwa LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum digunakan segala macam luka yang baru saja terjadi, termasuk bekas luka keloid, dan memberikan hasil penyembuhan yang bagus.</p> <p>✓ Setelah penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum, apakah diserap ke dalam lapisan – lapisan kulit? Tentu saja. Keistimewaan formula dari LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum menegaskan bahwa serum ini mampu melakukan penetrasi hingga tingkat sel kulit yang dalam. Hal ini merupakan salah satu alasan bahwa serum ini sangat efektif.</p> <p>✓ Apakah LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum cocok dengan proses alami tubuh? Serum ini 100% cocok. LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum merangsang sel – sek tubuh untuk memperbaikinya dan meperbaharui dirinya sendiri denagn berkomunikasi pada sel untuk menciptakan kembali struktur mereka pada tingkat molekuler.</p> <p>✓ Apakah ada akibat buruk jika menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum bersama dengan produk perawatan kulit lainnya? Tidak ada.</p> <p>✓ Dapatkah menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara berlebihan? Tidak ada konsekuensi buruk jika menggunakan LUMINESCE™ lebih dari dosis yang dianjurkan.</p> <p>....</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>Harga 1 botol Luminesce Serum Rp.1.410.000 isi 15 ml</p> <p>Luminesce Berikan Hasil Nyata Dengan Harga Murah</p> </div> </div> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	<p>http://www.luminesceku.com/ 21/04/2013</p>
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>25 HDI B.SKIN BB CREAM</p> 
Data	<p>Dulu Anda mungkin termasuk orang yang membeli beragam produk kecantikan dengan manfaat yang berbeda-beda. Sekarang tidak perlu lagi karena kini telah hadir HDI B.SKIN BB CREAM</p> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	<p>http://bskinbbcream.blogspot.com/ 21/04/2013</p>

Nomor Data	26
Nama Produk	Ebook Putih Alami
Gambar Produk	Tanpa Gambar
Data	<p>Apakah sis sekarang ini.....</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Merasa kurang Pede dengan kulit yang sis punya? ▪ Sudah lelah dengan berbagai produk kecantikan kulit yang sangat MAHAL tapi selalu GAGAL? ▪ RAGU dan BINGUNG memilih produk pemutih yang AMPU, AMAN & MURAH? ▪ Menggunakan berbagai macam krim pemutih kulit tanpa ada hasil meskipun sedikit? ▪ Mencoba berbagai macam cara dari yang murah sampai sangat MAHAL untuk memutihkan kulit tapi tetap merasa SULIT? ▪ Selalu menggunakan sun block dan payung tapi kulit tetap gelap? ▪ Gak pede untuk difoto karena anda tidak nyaman dengan kulit anda? ▪ Menggunakan produk yang menjadikan kulit bertambah kering, tambah gelap, kusam dan kasar? <p style="text-align: center;">“Ternyata anda TIDAK SENDIRI! ”</p> <p>.....</p> <p>Bagaimana kalau rahasia ini saya bagikan untuk anda seharga Rp.500.000,- Tapi karena sedang promosi, maka harganya: Rp.200.000,- Untuk anda di minggu spesial ini, HANYA Rp. 95.000,- (Harga ini dapat kami naikan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu)</p> <p>.....</p>
Sumber Data	http://www.putih.co/
Tanggal Akses	21/04/2013
Nomor Data	27
Nama Produk	Obat pelangsing Botanical Slimming (Meizitang Stronger Version)
Gambar Produk	
Data	<p>Kini Meizitang telah mengembangkan mutu dan kualitasnya Produknya Menjadi Meizitang Stronger Version,</p> <p>Meizitang Stronger Version ini sudah memiliki Standarisasi GMP (Good Manufacturing Practices)</p> <p>GMP merupakan bagian dari sistem mutu yang meliputi pembuatan dan</p>

	<p>pengujian bahan aktif farmasi, diagnostik, makanan, produk farmasi, dan alat kesehatan.</p> <p>GMP menunjukkan bahwa semua langkah yang diperlukan oleh prosedur kuantitas dan kualitas obat itu seperti yang diharapkan (berkualitas baik). Jadi sangat terjamin MUTU dan Kualitasnya</p> <p>Inilah Satu-satunya pengembangan dari meizitangyang sudah teruji dari pembuatan sampai bahan-bahan dasarnya.</p> <p>Produk ini diuat dari tumbuh”an alami terpilih yang telah diakui oleh Dai minoritas Yunnan yang memiliki efek mempercantik dan melangsingkan tubuh. Sehingga mempunyai efek penurunan berat badan yang aman, sehat dan cepat.</p> <p>....</p>
Sumber Data Tanggal Akses	http://www.ragamkosmetik.net/2013/01/obat-pelamngsing-meizitang-stronger.html 20/04/2013
Nomor Data Nama Produk Gambar Produk	<p>27</p> <p>Obat pelangsing Botanical Slimming (Meizitang Stronger Version)</p> 
Data	<p>EGYPTIAN MAGIC CREAM banyak digunakan oleh banyak sekali artis dan model-model terkenal luar negeri, seperti Madonna, Kate Hudson, Tao Okamoto, Rachel Zoe, Jessica Biel, Cameron Diaz, dan masih banyak lagi. (jika tidak percaya, silahkan lihat testimonialnya langsung di website utamanya di http://www.egyptianmagic.com/testimonials.htm)</p> <p>....</p> <p>egyptian magic cream asli dengan isi 118 ml (=112gr) seharga Rp.275.000. Tersedia juga kemasan sample 15gr seharga Rp.95.000. Krim ini memang mahal karna memang bukan krim ece-ece, yang pakai pun bukan orang sembarangan. Jadi, jadilah bagian dari mereka yang sudah lebih dulu membuktikan keren-nya cream ini.</p> <p>Egyptian Magic Cream ini sudah tidak diragukan lagi manfaatnya, karna artis-artis hollywood pun memakainya. Beli cream ini sekarang sebelum stok habis dan harga naik.</p>
Sumber Data Tanggal Akses	http://www.ayoeshop.com/2013/04/egyptian-magic-cream.html 20/04/2013

Lampiran C

Tabel Instrumen Pemandu Analisis Data 1 (Modus)

No.	Data	Kode	Keterangan
1	Cream Pemutih Wajah JRG / Cream bandung, kulit putih bersih halus bebas jerawat	MDek02	Modus dalam wujud kalimat deklaratif
2 Apakah ini yang sedang anda alami? Tidak pede karena bentuk tubuh dan berat badan berlebih(<i>Overweight</i>)? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pakaian terasa sempit karena lemak yang menggelayut dimana-mana atau perut buncit? ▪ Ingin badan bisa kembali ideal setelah melahirkan? ▪ Sudah menghabiskan jutaan rupiah serta berbagai cara dan obat namun tetap tidak kurus? ▪ Sulit untuk diet ketat dan tidak punya waktu untuk berolahraga berat? ▪ Ingin pelangsing alami yang efektif dan aman digunakan? <i>Bila YA..</i> <i>Simpelet 3 jawabannya</i>	MInt03	Modus dalam wujud kalimat interogatif
3 Jangan tunda lagi, PESAN SEKARANG juga! Segera dapatkan Jamu Pelangsing Alami Simpelet 3	MImp03	Modus dalam wujud kalimat imperatif larangan
4 Ayuk tunggu apalagi semakin cepat memutuskan untuk mengkonsumsi FIBRE SLIM, semakin cepat pula tubuh Anda langsing dengan cara sehat.	MImp4.1	Modus dalam wujud kalimat imperatif ajakan
5	Mau menurunkan Berat Badan dengan cepat? Tapi sekaligus sehat? Tanpa rasa pusing lemas atau gemeteran? FIBRE SLIM jawabnya.	MInt4.2	Modus dalam wujud kalimat iterogatif
6	Yuks Sista-sista Yg pgen langsing Order Segera Paket Hemat FIBRESLIM Beli 1 box fibreslim & 1 box fibrecaps BONUS Celana Pelangsing Harga murah cukup 280rb	MImp4.3	Modus dalam wujud kalimat imperatif ajakan
7	Bakar Lemak Sekarang Juga, Tubuh Ideal Bukan Mimpi Lagi!	MImp4.7	Modus dalam wujud kalimat imperatif biasa
8 WinStrap™ NOSE STRAP Membuat Hidung Kamu Lebih Mancung dan Cantik, Lebih Percaya Diri! dalam 1-2 minggu!	MDek05	Modus dalam wujud kalimat deklaratif
9 Awas barang tiruan tidak memiliki tekanan yang pas	MImp05	Modus dalam wujud kalimat imperatif

	dan konsisten untuk membentuk tulang lunak pastikan anda		peringatan
No.	Data	Kode	Keterangan
	dapatkan nosestrap asli hanya di WWW.Nosestrap.Com		
10 Mulai hilangkan jerawat Anda hari ini! Dan kembalikan kepercayaan diri Anda	MImp06	Modus dalam wujud kalimat imperatif biasa
11 Hati hati dengan harga murah, Kami jamin produk yang kami jual Asli dan Aman	MImp07	Modus dalam wujud kalimat imperatif peringatan
12 Untuk memancungkan hidung tidaklah harus dengan mengeluarkan uang banyak untuk operasi, suntik silikon, operasi plastik ke dokter, atau lain sebagainya yang macam-macam, cukup dengan menggunakan alat nose up clipper	MImp09	Modus dalam wujud kalimat imperatif nasihat
13 Saran saya berhati-hatilah dalam memilih A-dha cream/a-dha beauty care paket ekonomis . Jangan tergiur dengan harga yang murah, Karena bisa mengakibatkan hal yang FATAL bila salah memilih. Jika anda mendapati salah satu ciri-ciri diatas, sebaiknya anda tidak usah gunakan produk tersebut, daripada anda menyesal di kemudian hari. Kami menyediakan A-dha beauty cream paket ekonomis dan paket exclusive original/asli. Garansi uang kembali jika palsu...!	MG10.1	Modus dalam wujud kalimat imperatif peringatan dan nasihat, dan kalimat deklaratif
14	EmiLay Whitening SoftgeL from USA "Rahasia kulit halus, cerah, kenyal & sehat..."	MDek11	Modus dalam wujud kalimat deklaratif
15	Gak perlu minder dgn pantat/bokong yg polos, kendur, kecil dan ga sexy. Kini telah hadir Hip Up Cream untuk solusi anda	MImp13	Modus dalam wujud kalimat imperatif nasihat
16	CREAM WAJAH dan PIL AURA KECANTIKAN INOVATIF & FORMULATIF...UNTUK ANDA YANG INGIN MEMPESONA DAN PUNYA DAYA PIKAT YANG LUARBIASA	MDek14	Modus dalam wujud kalimat deklaratif
17	Kenapa harus ke dukun untuk pasang susuk ...? Cukup pakai sajian produk unggulan cream wajah dan pil aura kecantikan dari kami.....buktikan pancaran ke anggunan dan daya pikatnya ...!	MG14	Modus dalam wujud kalimat interogatif, deklaratif, dan kalimat imperatif
18	Cream Ayu Ting Ting adalah Paket cream wajah herbal Bukti nyata wajah bersih no jerawat, no flek & solusi semua masalah kulit wajah, aman !!!	MDek18	Modus dalam wujud kalimat deklaratif
19	BEDAK YANG KEUNGGULANNYA BUKAN	MDek23	Modus dalam wujud

	HANYA UNTUK MAKE-UP TAPI JUGA MERAWAT KULIT KAMU!		kalimat deklaratif
No.	Data	Kode	Keterangan
20	Anda Hanya Perlu 1 Cara Untuk Memiliki Wajah Sekinclong Artis Korea Begitu Halus, Lembut, Cerah, Bersih & Awet Muda Dijamin Praktis, 100% Halal & 100% Aman Ingin Bukti ? ...	MG24	Modus dalam wujud kalimat deklaratif dan kalimat interogatif
21	Apakah sis sekarang ini..... <ul style="list-style-type: none"> ▪ Merasa kurang Pedes dengan kulit yang sis punya? ▪ Sudah lelah dengan berbagai produk kecantikan kulit yang sangat MAHAL tapi selalu GAGAL? ▪ RAGU dan BINGUNG memilih produk pemutih yang AMPUH, AMAN & MURAH? ▪ Menggunakan berbagai macam krim pemutih kulit tanpa ada hasil meskipun sedikit? ▪ Mencoba berbagai macam cara dari yang murah sampai sangat MAHAL untuk memutihkan kulit tapi tetap merasa SULIT? ▪ Selalu menggunakan sun block dan payung tapi kulit tetap gelap? ▪ Gak pede untuk difoto karena anda tidak nyaman dengan kulit anda? ▪ Menggunakan produk yang menjadikan kulit bertambah kering, tambah gelap, kusam dan kasar? “Ternyata anda TIDAK SENDIRI!” 	Mint 24	Modus dalam wujud kalimat interogatif
22	<i>Ebook Putih Alami</i> Apakah salah satu masalah kulit dibawah ini sedang menimpa pada kulit anda? <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apakah saat ini anda sedang berusaha untuk menghilangkan jerawat dan bekas jerawat? ✓ Apakah saat ini pori2 di wajah anda terlihat besar-besar dan anda ingin mengecilkan pori-pori wajah anda? ✓ Apakah saat ini wajah anda terlihat kusam dan anda menginginkan wajah anda kembali cerah lagi? ✓ Apakah saat ini anda mengalami masalah selulit pada kulit anda ? ✓ Apakah saat ini anda sedang memiliki masalah kerutan halus di wajah ? ✓ Apakah saat ini anda memiliki masalah dengan kantung mata yang besar yang sangat mengganggu penampilan ? ✓ Apakah saat ini anda memiliki masalah flek hitam di wajah ? 	Mint26	Modus dalam wujud kalimat interogatif

	✓ Apakah saat ini anda memiliki bekas luka yang sudah lama tidak bisa hilang?		
No.	Data	Kode	Keterangan
	Jika salah satu masalah diatas sedang menimpa kulit anda berarti anda tepat mengunjungi website saya saat ini. Apapun masalah kulit anda saya memiliki solusinya yang sudah teruji dan terbukti ampuh dalam mengatasi semua masalah kulit.....		
23 Apa akibat jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum? Tidak ada efek samping negatif atau jelek jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ ini. Namun manfaat dari LUMINESCE™ itu tidak akan berlanjut jika tidak lagi menggunakan LUMINESCE™ ini. Tanda – tanda penuaan akan kembali muncul.	MInt24	Modus dalam wujud kalimat interogatif
24	Beli cream ini sekarang sebelum stok habis dan harga naik.	MImp28	Modus dalam wujud kalimat imperatif biasa

Lampiran D

Tabel Instrumen Pemandu Analisis Data 2 (Teknik)

No.	Data	Kode	Keterangan
1 Shampo pemanjangan mengandung ekstrak tumbuh-tumbuhan yang alami dan Virgin Olive Oil, yang bermanfaat sebagai moisturizer alami bagi kulit kepala dan rambut anda, membantu menghilangkan ketombe, menambah volume rambut, mengurangi rambut rontok dan bercabang, membantu pertumbuhan rambut, serta menambah kemilau rambut dan membuatnya terlihat lebih halus dan lembut.	TMP01	Teknik mengunggulkan produk dari segi sifat
2 awalnya produk ini saya pake sendiri..tp karena banyak teman2 yg liat muka saya jd mulus n kinclong dan banyak yg minat pula akhirnya produk ini saya pasarkan, gak ada salahnya nyebarin rahasia kecantikan bwt sista2, kan dpt pahalaya jg ya.	TMCP02	Teknik membangun citra positif
3	Cream perawatan wajah & Pemutih Racikan apoteker ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya: - memutihkan kulit, - mencerahkan kulit yang kusam, - meratakan warna kulit yang tidak rata, - menghilangkan flek-flek karena bekas jerawat, - menghilangkan flek hitam di wajah akibat penuaan - mengatasi jerawat, - mengecilkan pori-pori yang kasar - meremajakan dan mengencangkan kulit. - memutihkan warna kulit yang menghitam akibat setelah sinar UV - menghaluskan dan memutihkan warna kulit hanya dalam waktu 1 bulan.	TMP02	Teknik mengunggulkan produk dari segi upaya
4 Apakah ini yang sedang anda alami? ○ Tidak PeDe karena bentuk tubuh dan berat badan berlebih(<i>Overweight</i>)? ▪ Pakaian terasa sempit karena lemak yang menggelayut dimana-mana atau perut buncit? ▪ Ingin badan bisa kembali ideal setelah melahirkan? ▪ Sudah menghabiskan jutaan rupiah serta berbagai cara dan obat namun tetap tidak kurus? ▪ Sulit untuk diet ketat dan tidak punya waktu untuk berolahraga berat? ▪ Ingin pelangsing alami yang efektif dan aman digunakan? <i>Bila YA..</i> <i>Simpelet 3 jawabannya</i>	TE03	Teknik perhatian/empati

No.	Data	Kode	Keterangan
5 100% ALAMI	TMP03	Teknik mengunggulkan produk dari segi sifat
6 Produk Herbal dan Terdaftar di DepKes	TMP03	Teknik mengunggulkan produk dari segi label
7 100% Alami Tidak menimbulkan ketergantungan Aman digunakan tanpa efek samping Tidak mengandung zat kimia Tidak mengandung zat pengawet Tidak mengandung zat pewarna Masih ragu? Lihat dan baca sendiri apa kata yang sudah menggunakan: Testimoni Asli Simpelet 3  <p>*Herbal pelangsing Simpelet 3 dapat digunakan oleh Pria/Wanita</p> <p>....</p>	TMCP03	Teknik membangun citra positif
8 Obat Pelangsing Badan Simpelet 3 telah teruji secara klinis. Terjamin 100% aman untuk dikonsumsi, dan tidak akan menimbulkan penyakit atau efek samping apapun bagi tubuh.	TMP03	Teknik mengunggulkan produk dari segi sifat
9	Produk yang dikirimkan oleh AmpuhSehat.com dijamin keaslian dan kualitasnya karena semua produk diambil langsung dari pabrik yang memproduksi, sehingga terjamin mutu dan harganya. Apabila terbukti tidak asli, uang anda akan kami kembalikan 100% tanpa kompromi. ...	TMJ03	Teknik memberi janji
10	TEH HIJAU - MEMBUANG LEMAK PADA TUBUH Teh hijau sudah populer sebagai teh yang dapat menurunkan berat badan. Kemampuan ini diperoleh	TMPes4.1	Teknik mengalihkan pesan

No.	Data	Kode	Keterangan
	<p>karena adanya kandungan katekin pada teh tersebut. Katekin merupakan senyawa turunan dari flavonoid, yaitu zat alami yang biasa terkandung dalam buah dan sayur yang baik untuk tubuh. Katekin berkontribusi pada rasa khas teh yaitu sepet. Kandungan katekin pada teh hijau terbilang tinggi. Dalam 200 ml teh hijau atau sekitar satu gelas terkandung sekitar 90 mg katekin. Proses pengolahan teh hijau dengan oksidasi minimal, secara alami mempertahankan kandungan katekin tetap tinggi.</p> <p>Dari penelitian Kataoka et al. (2004) diperoleh bahwa kombinasi dari konsumsi katekin (570mg/hari atau sekitar 6-7 gelas teh hijau) digabungkan dengan olahraga yang teratur setiap hari efektif menurunkan lemak tubuh. Sebagai orang Indonesia seharusnya manfaat ini lebih efektif sesuai hasil penelitian Hursel et al. (2009) yang menyebutkan bahwa penurunan berat badan akibat konsumsi teh hijau lebih efektif pada orang Asia dibandingkan orang Barat.</p> <p>Katekin bekerja dengan menurunkan penyerapan lemak dalam usus, meningkatkan oksidasi lemak dalam jaringan tubuh dan meningkatkan pengeluaran energi tubuh (Westerterp-Plantenga 2012).</p> <p>FIBRESLIM mengandung TEH HIJAU didalamnya yg diolah tanpa melalui proses fermentasi, sehingga memiliki kandungan polifenol tertinggi bila dibandingkan dengan jenis teh lainnya. Kandungan polifenol yang paling utama dalam Green Tea sebagai senyawa antioksidan, yaitu epigallocatechin gallate (EGCG).</p> <p>FibreSlim tersedia dalam 2 kemasan: » Fibre Slim Kemasan Sachet 1 Box isinya 30 sachet Harga: Rp. 140.000,- / box » Fibre Slim Kemasan Kapsul 1 Box isinya 60 Kapsul Harga: Rp. 150.000,- / box *Produk Halal, telah terdaftar DINKES No.613317531224.</p>		
11	<p>.... Beli 1 box fibreslim & 1 box fibrecaps BONUS Celana Pelangsing... Harga murah cukup 280rb.... Harga Terjangkau,Tubuh Langsing Memukau....</p>	TMH4.2	Teknik memberi hadiah
12	<p>Fitri Carlina, Artis Yang Mempopulerkan Lagu "ABG Tua" Minum FibreSlim Diet Sehat Hasil Cepat, Tubuh Langsing Bukan Mimpi Lagi</p>	TNT4.4	Teknik terkenal nebeng
13	<p>GRATIS! Natural Bamboo Slimming Suit" seharga Rp150.000, untuk pembelian 2 FibreSlim (kapsul atau serbuk). Buruan ladies, stok terbatas! </p>	TMH4.5	Teknik memberi hadiah berupa barang

No.	Data	Kode	Keterangan
14	<p>PROMO GRATIS Baju Pelangsing (Natural Bamboo) berakhir hari ini ya ladies...</p> <p>*Batas pembayaran ditunggu hari ini 30 April 2013 s/d pukul 23.59 WIB nanti.</p> <p>So... buruan ladies!!!</p> <p>Untuk pemesanan SMS ke 0899-277-6789</p>	TMH4.6	Teknik memberi hadiah berupa barang disertakan masa selesai promo
15	<p>FibreSlim merupakan terobosan pelangsing berbahan herbal dan serat alami dengan kandungan Psyllium Husk, Garcinia Cambogia, Chlorella, dan Green Tea yang berkhasiat membantu melangsingkan tubuh serta menjaga kesehatan pencernaan.</p>	TMP4.7	Teknik mengunggulkan produk dari bahan produk
16	<p>....</p> <p>FibreSlim Serbuk (Sachet)</p> <p>Isi setiap sachet 3 gr. Isi dikemas dalam sachet steril, sehingga kadar kandungannya tetap terjaga, higienis, dan bersih.</p> <p>Praktis di bawa kemana-mana, dan bisa dinikmati dengan air es. Rasanya enak dan tidak pahit. Selain melangsingkan, FibreSlim juga bisa mengeluarkan racun-racun dari tubuh kita.</p> <p>FibreSlim Caps</p> <p>Jika tidak ingin direpotkan untuk penyajian FibreSlim yang berbentuk serbuk (kemasan sachet) kini kamu bisa mendapatkan manfaat yang sama dengan FibreSlim Caps. FibreSlim Caps adalah kapsul herbal dengan kandungan Psyllium Husk, Garcinia Combogia, Chlorella, Morus Alba, Folium Extract dan Green Tea.</p> <p>Lebih praktis untuk dikonsumsi kapanpun dan dimanapun.</p> <p>....</p>	TMP4.7	Teknik mengunggulkan produk dari segi sifat
17	<p>....</p> <p>MANFAAT FIBRESLIM :</p> <ul style="list-style-type: none"> ♥ Menurunkan berat badan dan membersihkan tubuh dengan efektif (manfaat kandungan serat alami Psyllium Husk) ♥ Memperkuat sistem kekebalan tubuh, suplemen energi, mendukung fungsi pencernaan, fungsi hati, dan mengurangi kolestrol. ♥ Memutihkan kulit dan meningkatkan kesehatan, dan untuk anti oksidan (manfaat kandungan Green Tea) ♥ Membersihkan usus dari racun, membersihkan lemak, dan mengembalikan keseimbangan tubuh (manfaat kandungan Ganggang Hijau / Chlorella) <p>....</p>	TMP4.7	Teknik mengunggulkan produk dari segi upaya
18	<p>TANYA & JAWAB FIBRESLIM :</p> <p>T : Boleh dikonsumsi ibu menyusui?</p> <p>J : FibreSlim boleh dikonsumsi ibu menyusui setelah masa ASI eksklusif. Dikonsumsi pada waktu malam 1 X sehari.</p> <p>T : Boleh dikonsumsi penderita Maag?</p> <p>J : FibreSlim aman dikonsumsi penderita Maag,</p>	TMCP4.7	Teknik membangun citra positif

No.	Data	Kode	Keterangan
	<p>dikonsumsi setelah makan. T : Apakah aman dikonsumsi oleh penderita Diabetes dan Hipertensi? J : FibeSlim aman sekali untuk penderita Diabetes dan Hipertensi, karena bisa menetralkan gula darah dan menurunkan kadar kolesterol jahat tubuh. T : Berapa lama hasilnya dan turun berapa kilo setelah saya konsumsi FibeSlim? J : Hasilnya relatif dan berbeda pada tiap orang, tergantung pola hidup selama menjalani program diet. Tetapi umumnya konsumen FibeSlim selama ini mendapatkan penurunan berat badan 3-5 kg dalam waktu 10-20 hari pemakaian.</p>		
19	Produk Halal, terdaftar DINKES No.613317531224.	TMP4.7	Mengunggulkan label produk
20	Produk Asli Indonesia	TMP4.7	Mengunggulkan kejatian produk
21	GRATIS ONGKOS KIRIM Khusus Pulau Jawa : Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Serang.	TMP4.7	Teknik pemberian hadiah dengan bebas ongkos kirim
22	<p>WinStrap™ NOSE STRAP Membuat Hidung Kamu Lebih Mancung dan Cantik, Lebih Percaya Diri! dalam 1-2 minggu!</p> <p>Ketika kamu memakai Nosestrap. Dengan perlahan lahan Nosestrap™ akan membentuk tulang lunak di hidung untuk menjadi lebih mancung. Dalam waktu 1-2 minggu kamu sudah bisa merasakan bedanya dan hidung menjadi lebih mancung dan tidak lebar.</p> <p>....</p>	TMP05	Teknik mengunggulkan produk dari segi waktu
23	<p>....</p> <p>Bagaimana Cara Kerja Nosestrap™?</p> <p>Tulang lunak hidung anda adalah jaringan sel yang unik terdiri dari satu jenis sel - yaitu sel Chondrocyte, sel-sel ini menghasilkan zat yang kaya dan elastis terdiri dari protein yang dikenal sebagai kolagen.</p> <p>Tulang lunak hidung terdiri dari kolagen II, jenis kolagen II ini dikenal sangat mudah untuk dibentuk jika diberi tekanan yg tepat!</p> <p>. Kolagen II adalah sekitar 70% air, sehingga sangat mudah untuk dibentuk. (karena Lunak).</p> <p>Winstrap Nosestrap™ ketika dipasang dihidung secara konsisten memberikan tekanan 0,5 psi untuk membentuk jaringan kolagen II ini. Tekanan ini adalah tekanan yang optimum diperlukan untuk membentuk kembali tulang lunak anda sesuai dgn bentuk yang anda inginkan.</p> <p>Untuk hasil permanen dipakai secara rutin selama 1bulan-3bulan (perhari 5-15 menit)</p> <p><i>Bukti membentuk kembali tulang rawan dan tulang terlihat di seluruh sejarah. Suku yang berbeda di Afrika telah</i></p>	TLBI05	Teknik menunjukkan logika dan bukti ilmiah

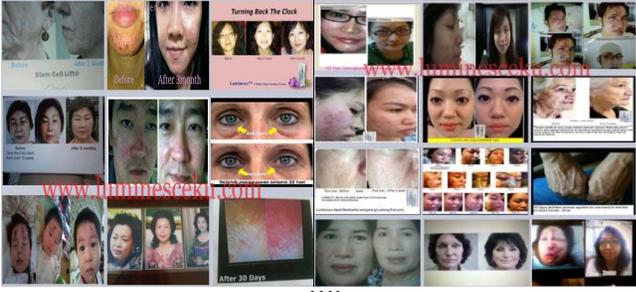
No.	Data	Kode	Keterangan
	<p><i>membentuk kembali hidung, telinga, kulit dan leher dengan menggunakan berbagai alat primitif ditemukan ribuan tahun yang lalu. Jika Anda mengenakan kacamata, Anda dapat melihat bahwa ada penyok jembatan permanen di hidung bagian atas karena tekanan yang diberikan oleh kaca itu sendiri Nosestrap™. adalah Alat untuk membentuk hidung yang praktis dan aman! digabungkan dengan prinsip-prinsip dasar penelitian ilmu pengetahuan, teknologi dan medis.</i></p> <p>....</p>		
24	<p>....</p> <p>Pesan Sekarang Juga! Special Untuk kamu2 yang pesan di bulan ini Hanya Rp. 52.000 + biaya kirim Gratis! (Ke seluruh Indonesia)</p> <p>....</p>	TMH05	Teknik memberi hadiah gratis ongkos kirim
25	<p>....</p> <p>Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap <u>Dijamin 100%</u>- Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. <u>Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya!</u> Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali!</p>	TMJ05	Teknik memberikan janji
26	<p>....</p> <p>Praventac™ Menyembuhkan dan Mengurangi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jerawat / Acne • Komedo hitam • Komedo putih • Kemerahan karena Peradangan • Noda • Minyak berlebih • Luka Bekas acne • Bakteri <p>Efek bermanfaat lainnya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membantu memperbaiki sel yang rusak oleh noda • Mendorong kesehatan di dalam & kecantikan di luar • Membersihkan acne dalam 4-8 minggu <p>....</p>	TMP06	Teknik mengunggulkan produk dari segi upaya
27	<p>....</p> <p>Tidak Ada Yang Menyembuhkan Acne Lebih Baik Dibandingkan Praventac Yang 100% Aman & Alami!</p>	TMP06	Teknik mengunggulkan produk dari segi kejatian

No.	Data	Kode	Keterangan
28	Pemutih Tubuh Syahrini Kecantikan total tidak cukup hanya dengan mengandalkan perawatan wajah. Perawatan tubuh juga sangat penting karena tubuh yang putih bersih merupakan idaman bagi setiap wanita. Oleh sebab itu setelah sukses booming mengeluarkan Cream Syahrini kini hadir <u>PAKET BODY SYAHRINI</u> untuk perawatan tubuh anda.	TNT07	Teknik nebeng terkenal
29 Hanya dengan pemakaian 10 menit saja setiap hari dan 2 minggu – 1 bulan sudah putih bersih permanen. White light Pemutih Gigi ini dibuat dengan standard Internasional.....	TMP08	Teknik mengunggulkan produk dari segi waktu
30 Pemutih Gigi white light sangat mudah penggunaanya, hanya dengan beberapa puluh ribu Anda sudah bisa merasakan kemampuan White light Pemutih Gigi dalam memutihkan gigi dengan cepat.	TMP08	Teknik mengunggulkan produk dari segi harga
31	Jual Alat Pemancung Hidung Murah Tanpa Operasi - Buat yang kurang puas dengan dirinya sendiri, sekarang ada alat untuk memancungkan hidung secara alami. Untuk memancungkan hidung tidaklah harus dengan mengeluarkan uang banyak untuk operasi, suntik silikon, operasi plastik ke dokter, atau lain sebagainya yang macam-macam, cukup dengan menggunakan alat nose up clipper. Nose Up Clipper adalah solusi cara memancungkan hidung secara alami dengan mudah, nyaman, aman, dan murah tanpa adanya efek samping, gangguan sirkulasi pernafasan, dan luka iritasi pada kulit.	TMP09	Teknik mengunggulkan produk dari segi harga
32	DISKON PRODUK BULAN SEPTEMBER 2012. a-dha beauty cream EKONOMIS 120.000.BELI 10 PAKET HARGA 100 RIBU/PAKET SERUM WAJAH VITAMIN C 30.000.BELI 10 PCS HARGA 25 RIBU/PCS a-dha beauty cream EXCLUSIVE 150.000.BELI 10 PCS HARGA 135 RIBU/PAKET (a-dha beauty cream EKONOMIS+SERUM WAJAH VITAMIN C DAN E harga 150 ribu) tanpa serum cuma 120 ribu (a-dha beauty cream EKSLUSIF +SERUM WAJAH VITAMIN C DAN E harga 180 ribu)-tanpa serum cuma 150 ribu.	TMH10.1	Teknik memberi hadiah dengan diskon
33 Kami menyediakan A-DHA beauty cream paket ekonomis dan paket exclusive original/asli. Garansi uang kembali jika palsu...! <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemasan A-DHA beauty cream yang palsu lebih pudar warnanya ▪ Kemasan yang palsu warnanya lebih gelap tidak kinclong ▪ Kemasan A-DHA beauty cream bagian bawah hanya 	TMCP10.1	Teknik membangun citra positif

No.	Data	Kode	Keterangan
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ di tempel kertas saja,tidak ada plastik dan kurang rapih ▪ Kemasan yang asli pada krim siang ada tulisan formula with nano tech ▪ Krim siang pada yang palsu berwarna kuning ▪ Kemasan yang asli lebih terang dan tidak pudar warnanya 		
34	A-Dha Beauty Cream asli bukan yang palsu	TMP10.1	Mengunggulkan kejatian produk
35 Cream-adha-asli BPOM. Inilah satu-satunya produk pemutih wajah ber-BPOM namun tetap mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat.	TMP10.2	Teknik mengunggulkan produk dari segi ketunggalan
36	Cream Adha Asli pemutih wajah yang lagi booming dan paling cepat hasilnya pemutih wajah BPOM.	TMP10.2	Teknik mengunggulkan produk dari segi kejatian
37 EMILAY WHITENING JUGA MENEMBUS PASAR ASIA, AFRIKA DAN AMERIKA. BEST SELLER DI 26 NEGARA.	TMP11	Teknik mengunggulkan produk dari segi ruang
38 ROYALE DIAMOND LOTION memiliki tekstur gel transparant efektif menjaga kelembutan dan kelembaban alami kulit, tanpa membuat kulit jadi kering. Manjakan tubuh anda dengan kemewahan berlian, dimana berlian adalah sahabat terbaik dari seorang wanita. Dilengkapi dengan aroma khas yg sangat menyegarkan, rasakan sensasi dari sebuah berlian.	TMCP12	Teknik membangun citra positif
39	Hip Up Cream menjadikan pantat/ pinggul terlihat naik, montok/ menonjol, kencang, halus dan sexy.	TMP13	Mengunggulkan efektivitas produk
40 Satu Produk kecantikan nan sempurna, teramu dari bahan herbal naturalis, di proses melalui 3 in 1 tahapan, ALAMIAH -ILMIAH / FARMAKOLOGI dan ILAHIYAH, Sehingga Aman TANPA mengandung bahan merkuri dan 100% Bebas efek samping. Hebatnya proses ilahiyahnya mengandung daya pikat yang sungguh luar biasa mampu menandingi susuk kencana apapun . Jadi krim wajah dan pil aura kecantikan ini bukan sekedar bedak biasa ataupun pil suplemen biasa. Pil aura ini terbuat dari sari madu dan coklat serta telah mengadung hikmah/tuah supra pengasih yang luar biasa, sekali minum, indikatif untuk membuka cakra-cakra yang tertutup gumpalan hitam / toksin tubuh - wajah...biomelekuler, sehingga wajah kelihatan fit-ceria / tidak kusut & wajah kelihatan periang / tidak kriptut - memancarkan kemilauan daya pikat yang dahsyat.	TMP14	Teknik mengunggulkan produk dari segi pembuatan

No.	Data	Kode	Keterangan
41	<p>.... Tinggalkan Serum Lama anda... Karena Dr. Adiwira Perdhana & Ibu Bq.Nurul Hisan,S.Farm,Apt saat ini telah memformulasikan Serum Ajaib yang SANGAT berbeda dengan Serum-serum terbaik di Pasaran. </p>	TMP15	Teknik mengunggulkan produk dari segi kejatian
42	<p>.... Merupakan produk perawatan kulit yang berguna memperlambat proses penuaan dini dan menyamarkan keriput (atau kerutan) kuwilit wajah. Sebagai Antioksidan kuat yang melindungi kulit terhadap pengaruh negatif faktor luar seperti (polusi, matahari, iklim, AC, asap rokok, dsb). Merangsang pembentukan dan peningkatan produksi kolagen kulit, menjaga kekenyalan, kelenturan, serta kehalusan kulit (anti aging & anti wrinkle). Mencerahkan kulit lebih cepat dgn brightening effect (Glowing & Berkilat). </p>	TMP15	Teknik mengunggulkan produk dari segi fektivitas
43	<p>BEDAK PALGANTONG-BIKIN MUKA MULUS SEPERTI ARTIS KOREA @ 70 RIBU Selama lebih dari 10 tahun, bedak tabur ini digunakan oleh aktris maupun aktor di film, program TV dan drama Korea.</p>	TNT16	Teknik nebeng terkenal
44	<p>Selama lebih dari 10 tahun, bedak tabur ini digunakan oleh aktris maupun aktor di film, program TV dan drama Korea.</p>	TMP16	Mengunggulkan produk dari segi waktu
45	<p>.... Makeup nya ringan, tidak berat dan juga nyaman di muka.</p>	TMP16	Mengunggulkan sifat produk
46	<p>.... Bedak tabur yang sangat populer di Korea dan Jepang sehingga mendapat sebutan Star Powder adalah Palgantong Theatrical Powder.....</p>	TMP16	Mengunggulkan produk dari segi ruang
47	<p>FAKTA MENARIK 16. Kita bernafas kira-kira 23.000 kali setiap hari 17. Kata ZIP (kode pos) adalah kepanjangan dari ‘Zoning Improvement Plan’. 18. Coca-Cola mengandung Coca (yang merupakan zat aktif pada kokain) dari tahun 1885 sampai 1903. 19. Rata-rata kita bicara 5000 kata tiap hari (walaupun 80% nya kita bicara pada diri sendiri) 20. Seandainya kuota air dalam tubuh kita berkurang 1%, kita langsung merasa haus Bahan kimia ga bsa berikan hasil maksimal bagi wajah? Gunakan bahan yang pure alami untuk kembalikan cantik sehat kulit wajahmu dengan HERBALCREAM Pls visit www.cantikalamiku.blogspot.com - ADD PIN 2317E294 atau 238B74B7 atau sms ke 085257309935 atau whatsapp 085334066969 - YM therabithia_star@yahoo.co.id Untuk Info Lengkap Produk HERBAL Novica Prematura.</p>	TMPes17	Teknik mengalihkan pesan

No.	Data	Kode	Keterangan
48	<p>Cream Ayu Ting Ting adalah Paket cream wajah herbal Bukti nyata wajah bersih no jerawat, no flek & solusi semua masalah kulit wajah, aman!!!</p>	TNT18	Teknik nebeng terkenal
49	<p>Cream perawatan wajah & pemutih racikan ini sangat ampuh, dapat mengatasi berbagai problem kulit, diantaranya : Cream Malam : * Mengangkat kulit yang turun * menghilangkan keriputan * menghaluskan tekstur kulit * mengencangkan kulit yang kendur Cream Siang : * Mencerahkan corak kulit yang memudar * Merevitalisasi kulit yang tampak lelah * Memutihkan kulit * Mencerahkan kulit yang kusam * Meratakan warna kulit yang tidak merata * Perlindungan khusus dari sinar matahari ...</p>	TMP18	Teknik mengunggulkan produk dari segi upaya
50	<p>Paket Apotik Ratu efektif mengangkat lemak, kotoran yang menempel di kulit dan menghilangkan bekas-bekas luka atau noda hitam. Ia bekerja dengan meningkatkan daya tahan alami tubuh untuk menghilangkan bakteri; mengurangi sebum dan peradangan; dan memperbaiki sel kulit yang rusak akibat acne.</p>	TMP19	Teknik mengunggulkan produk dari segi mekanisme
51	<p>.... Aku mau membandingkan produk ini dengan Lioele Triple Solution BB Cream yang populer dan banyak dicari. Karena menurutku hasil efek pemakaian dari BB Cream Atomy ini sama seperti penggunaan Lioele Triple Solution BB Cream yang oil control dan coveragenya bagus, hanya saja Lioele Triple Solution BB Cream agak cakey, retak-retak di wajah, dan matte saat diaplikasikan ke wajah, baru setelah 30 menit kemudian Lioele Triple Solution BB Cream mulai nge-blend di wajah dan baru terlihat bagus. Atomy BB Cream langsung nempel di kulitku dan membuat kulit cerah, menutupi segala jenis noda jerawat, meratakan warna kulit yang nggak rata. Cara kerja BB Cream ini seperti memberikan satu lapisan/ layer di atas semua masalah kulitku itu sehingga bikin kulit jadi terlihat sempurna.</p>	TMCP20	Teknik membangun citra positif
52	<p>Bedak Saripohatji, bedak dingin dengan resep tradisional yang sudah dibuat sejak tahun 1927 yang terbukti ampuh mengatasi jerawat secara alami.</p>	TMP21	Mengunggulkan produk dari segi perintisan
53	<p>.... Bedak Wallet Original Sangat populer di kalangan Bintang</p>	TMP22	Mengunggulkan produk dari segi perintisan

No.	Data	Kode	Keterangan
	<p>film Indonesia. Pertama kali hanya diperkenalkan kepada Profesional make-up artis, Hal ini sangat terkenal untuk produk entertainers. Sejak tahun 1999, produk terbaik ini telah dijual ke non-entertainers. Produk ini tercatat sudah terjual 600 juta penjualan produk-produk dari 2002 ke 2006 di Jepang. Sehingga terpilih sebagai Top Hit dari produk kosmetik. Dan diakui secara internasional looh..</p>		
54	<p>.... Cara kerja Bedak wallet ori : Slimming Efek: Membuat wajah terlihat slimmer(kurus/tirus) dengan efek tiga dimensi yang disebabkan oleh pantulan cahaya. Daya Tahan Lama: Dengan daya tahan yang lebih lama akibat pengaruh keringat/air Blooming Efek: Membuat kulit cerah dan mewah. Super hidrat Efek: Menjaga kelembaban kulit sepanjang hari dan juga melembutkan kulit.</p>	TMP22	Teknik mengunggulkan produk dari segi upaya
55	<p>Semua Foto Dibawah Ini Tidak Ada Rekayasa</p>  <p>....</p>	TMCP2 4	Teknik membangun citra positif
56	<p>.... Tanya Jawab Luminesce Serum Yang Perlu Diketahui <input checked="" type="checkbox"/> Apa keuntungan teknologi adult stem cell pada LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum? Stem cell yang terdapat LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum berisi sitokin identik manusia yang memiliki atribut yang sama dengan sitokin dalam tubuh manusia. Hal ini memungkinkan interaksi yang sempurna antara LUMINESCE™ dengan proses tubuh alami. <input checked="" type="checkbox"/> Bagaimana cara yang spesifik LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum memberikan hasil? Faktor – faktor pertumbuhan dan sitokin yang disediakan oleh teknologi stem cell menembus pori – pori kulit dan bekerja dengan proses tubuh secara alami untuk meangsang produksi protein matriks seperti kolagen dan elastin. Cara inilah yang membantu mengurangi garis halus dan kerutan</p>	TMCP24	Teknik membangun citra positif

No.	Data	Kode	Keterangan
	<p>✓ Apa hubungan antara faktor – faktor pertumbuhan dan teknologi stem cell? Teknologi yang sudah dipatenkan di LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum menyediakan untuk pengiriman hal – hal penting dari faktor pertumbuhan yang ditemukan di kulit yang alami. Seiring bertambahnya usia, produksi faktor – faktor pertumbuhan dalam kulit berkurang dan menyebabkan munculnya kerutan – kerutan dan penipisan kulit\</p> <p>✓ Apa saja manfaat yang paling berarti atau terlihat dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum? Hasil nyata dari penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara rutin diantaranya memungkinkan mengurangi munculnya garis halus dan kerutan, meningkatkan kecerahan kulit, dan mengembalikan kulit yang halus dan muda.</p> <p>✓ Berapa lama yang diperlukan untuk melihat hasil nyata penggunaan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum? Hasil penggunaan LUMINESCE™ yang bekerja bersamaan dengan proses pembaharuan kulit yang alami akan bervariasi antara orang yang satu dengan yang lainnya karena kondisi tekstur kulit yang berbeda – beda. Jika memang digunakan secara rutin pembaharuan kulit rata – rata terjadi dalam waktu empat minggu tetapi perbaikan yang optimal pada kulit biasanya tidak mencapai lebih dari tiga bulan.</p> <p>✓ Apa akibat jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum? Tidak ada efek samping negatif atau jelek jika berhenti menggunakan LUMINESCE™ ini. Namun manfaat dari LUMINESCE™ itu tidak akan berlanjut jika tidak lagi menggunakan LUMINESCE™ ini. Tanda – tanda penuaan akan kembali muncul.</p> <p>✓ Apakah ada efek samping negatif jika menggunakan LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum secara terus menerus? Sama sekali tidak ada! Yang ada malah Anda akan mendapatkan manfaat yang sangat berarti dan Anda akan mendapatkan manfaat itu bertahan lebih lama pada diri (kulit) Anda.</p>		
57	LUMINESCE cellular rejuvenation serum adalah satu-satunya Serum Anti Aging yang Mengandung 248 Key Human Growth Factor dapat merubah penampilan kulit dengan lembut mengisi tingkat alami protein seperti kolagen dan elastin.	TMP24	Teknik mengunggulkan produk dari segi ketunggalan

No.	Data	Kode	Keterangan
58	<p>Dulu Anda mungkin termasuk orang yang membeli beragam produk kecantikan dengan manfaat yang berbeda-beda. Sekarang tidak perlu lagi karena kini telah hadir HDI B.SKIN BB CREAM</p>	TE25	Teknik perhatian
59	<p>Ebook Putih Alami</p> <p>Apakah sis sekarang ini.....</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Merasa kurang Pedes dengan kulit yang sis punya? ▪ Sudah lelah dengan berbagai produk kecantikan kulit yang sangat MAHAL tapi selalu GAGAL? ▪ RAGU dan BINGUNG memilih produk pemutih yang AMPUH, AMAN & MURAH? ▪ Menggunakan berbagai macam krim pemutih kulit tanpa ada hasil meskipun sedikit? ▪ Mencoba berbagai macam cara dari yang murah sampai sangat MAHAL untuk memutihkan kulit tapi tetap merasa SULIT? ▪ Selalu menggunakan sun block dan payung tapi kulit tetap gelap? ▪ Gak pede untuk difoto karena anda tidak nyaman dengan kulit anda? ▪ Menggunakan produk yang menjadikan kulit bertambah kering, tambah gelap, kusam dan kasar? <p>“Ternyata anda TIDAK SENDIRI!”</p>	TE26	Teknik perhatian
40	<p>....</p> <p>Bagaimana kalau rahasia ini saya bagikan untuk anda seharga Rp.500.000,-</p> <p>Tapi karena sedang promosi, maka harganya: Rp.200.000,-</p> <p>Untuk anda di minggu spesial ini, HANYA Rp. 95.000,-</p> <p>(Harga ini dapat kami naikan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu)</p> <p>....</p>	TMH26	Teknik memberi hadiah potongan harga
41	<p>....</p> <p>Meizitang Stronger Version ini sudah memiliki Standarisasi GMP (Good Manufacturing Practices) GMP merupakan bagian dari sistem mutu yang meliputi pembuatan dan pengujian bahan aktif farmasi, diagnostik, makanan, produk farmasi, dan alat kesehatan.</p>	TMP27	Teknik mengunggulkan produk dari segi label
42	<p>EGYPTIAN MAGIC CREAM banyak digunakan oleh banyak sekali artis dan model-model terkenal luar negeri, seperti Madonna, Kate Hudson, Tao Okamoto, Rachel Zoe, Jessica Biel, Cameron Diaz, dan masih banyak lagi. (jika tidak percaya, silahkan lihat testimonialnya langsung di website utamanya di http://www.egyptianmagic.com/testimonials.htm</p>	TMCP28	Teknik membangun citra positif

No.	Data	Kode	Keterangan
	<p>....</p> <p>egyptian magic cream asli dengan isi 118 ml (=112gr) seharga Rp.275.000. Tersedia juga kemasan sample 15gr seharga Rp.95.000. Krim ini memang mahal karna memang bukan krim ece-ece, yang pakai pun bukan orang sembarangan. Jadi, jadilah bagian dari mereka yang sudah lebih dulu membuktikan keren-nya cream ini.</p> <p>Egyptian Magic Cream ini sudah tidak diragukan lagi manfaatnya, karna artis-artis hollywood pun memakainya.</p> <p>....</p>		
43	<p>....</p> <p>Buruan ladies, stok terbatas!</p>	TMJP4.5	Teknik memperkecil jumla produk
44	<p>....</p> <p>Beli cream ini sekarang sebelum stok habis dan harga naik.</p>	TMJP28	Teknik memperkecil jumla produk

Lampiran E

Tabel Instrumen Pemandu Analisis Data 3 (Kebohongan)

No.	Data	Kode	Keterangan
1	Obat Pelangsing Badan Simpelet 3 telah teruji secara klinis. Terjamin 100% aman untuk dikonsumsi, dan tidak akan menimbulkan penyakit atau efek samping apapun bagi tubuh.	K03	Menunjukkan logika ilmiah
2 Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap <u>Dijamin 100%</u> - Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. <u>Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya!</u> Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali! Edwin STan (087-886-018-206) SMS	K04	Memberikan janji palsu
3 Aman dikonsumsi anak umur diatas 13 tahun atau ibu menyusui sekalipun. Karena Fibre Slim terbuat dari herbal alami yg akan menurunkan berat badan secara cepat namun tetap sehat dan aman.	K4.2	Melebih-lebihkan barang
4	GRATIS! Natural Bamboo Slimming Suit" seharga Rp150.000, untuk pembelian 2 FibreSlim (kapsul atau serbuk). Buruan ladies, stok terbatas!	K4.4	Tipuan hadiah
5	Kumpulan testimoni bukti nyata hasil pemakaian pelangsing herbal serat alami FibreSlim	K4.7	Menunjukkan hasil akhir
			
6 APAKAH NOSESTRAP™ AMAN DAN BAGAIMANA CARA MENGGUNAKANNYA? Nosestrap telah diuji oleh ahli medis amerika serikat dan 100% aman dan efektif . bekerja dengan aman, efisien dan tanpa efek samping negatif.	K05	Permainan logika dan bukti ilmiah

No.	Data	Kode	Keterangan
7 Sista-sista kini telah hadir alat pemancung hidung tanpa efek samping negatif bekerja secara natural memancungkan hidung, kamu sudah bisa mulai melihat perubahan 0,5cm-1cm dengan pemakaian rutin 5menit-15menit perhari dalam waktu 2 minggu.	K05	Melebih-lebihkan barang
8 Pesan Sekarang Juga! Special Untuk kamu2 yang pesan di bulan ini Hanya Rp. 52.000 + biaya kirim Gratis! (Ke seluruh Indonesia)	K05	Memberikan potongan harga
9 Kepuasan Kamu Menggunakan Winstrap <u>Dijamin 100%</u> - Jika Setelah Kamu menggunakan Winstrap tidak mendapatkan Hasil yang dijanjikan, Silahkan email saya untuk dikirim kembali dan saya akan mengembalikan uang kamu. <u>Sudah Banyak Yang menggunakan Winstrap dan menikmati Hasilnya dan Puas dengan Hasilnya!</u> Winstrap Dapat membuat kamu lebih cantik dan percaya diri. Winstrap sangat terjangkau dengan harga kurang dari 1x makan siang. Cobalah Winstrap dan aku yang mengambil resikonya. Garansi 100% Uang Kembali! (K05)	K05	Memberikan janji palsu
10	... Praventac™ Menyembuhkan dan Mengurangi <ul style="list-style-type: none"> • Jerawat / Acne • Komedo hitam • Komedo putih • Kemerahan karena Peradangan • Noda • Minyak berlebih • Luka Bekas acne • Bakteri Efek bermanfaat lainnya <ul style="list-style-type: none"> • Membantu memperbaiki sel yang rusak oleh noda • Mendorong kesehatan di dalam & kecantikan di luar • Membersihkan acne dalam 4-8 minggu 	K06	Melebih-lebihkan barang
11 Tidak Ada Yang Menyembuhkan Acne Lebih Baik Dibandingkan Praventac Yang 100% Aman & Alami!	K06	Melebih-lebihkan barang
12 BEST SELLER di EROPA Hanya dengan pemakaian 10 menit saja setiap hari dan 2 minggu – 1 bulan sudah putih bersih permanen.	K08	Melebih-lebihkan barang

No.	Data	Kode	Keterangan
13	<p>Adha Cream</p>  <p>TESTIMONI SALAH SATU PENGGUNA SEBELUM MEMAKAI A-DHA BEAUTY CREAM dan SETELAH MEMAKAI A-DHA BEAUTY CREAM</p>	K10.1	Menunjukkan hasil akhir
14	Cream-adha-asli BPOM. Inilah satu-satunya produk pemutih wajah ber-BPOM namun tetap mampu memutihkan wajah dalam waktu yang cepat.	K10.2	Melebih-lebihkan barang
15	<p>Untuk mencapai serat elastin, Krim Saja ternyata tidak cukup. Diperlukan suatu konsentrasi tertentu, agar proses pencerahan,awet muda&brightening look effect tercapai.. Tinggalkan Serum Lama anda... Karena Dr. Adiwira Perdana & Ibu Bq.Nurul Hisan,S.Farm,Apt saat ini telah memformulasikan Serum Ajaib yang SANGAT berbeda dengan Serum-serum terbaik di Pasaran. Serum Miracle Diamond Dr.Adiwira P adalah cairan konsentrasi dgn kandungan Resep vitamin lengkap untuk kulit Vit C, E, B3, B5, B6, antiinflamasi, dan whitening agent Factor terbaik yang Berfungsi melembutkan,menghaluskan dan mencerahkan kulit secara empiris : 4x lebih cepat dari Serum biasa.</p>	K15	Melebih-lebihkan barang
16	<p>.... Manfaat Bedak Boneka :</p> <ul style="list-style-type: none"> - bedak non timbal / tanpa KIMIA dari dokter kulit - SPF 15 untuk menangkal sinar UV, whitening, anti aging dan mica powder. - butirannya halus mampu menutupi segala kekurangan kulit dan tidak menyumbat pori2... - cocok utk all skin types dan kulit sensitif - tahan seharian < oily free - menempel tanpa kesan topeng - bikin muka putih alami, cerah, haLus, muLuss dan PERFECT kaya boneka... - warna natural - menyerap minyak dengan lembut 	K23	Melebih-lebihkan barang
17	... LUMINESCE™ Cellular Rejuvenation Serum bekerja seperti sihir, mampu mengembalikan kembali penampilan muda orang karena membuat orang terlihat muda, sehat, dan bercahaya.	K24	Melebih-lebihkan barang

No.	Data	Kode	Keterangan
18	<p>....</p> <p>Bagaimana kalau rahasia ini saya bagikan untuk anda seharga</p> <p>Rp.500.000,-</p> <p>Tapi karena sedang promosi, maka harganya:</p> <p>Rp.200.000,-</p> <p>Untuk anda di minggu spesial ini,</p> <p>HANYA Rp. 95.000,-</p> <p>(Harga ini dapat kami naikan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu)</p> <p>....</p>	K26	Memberikan potongan harga

AUTOBIOGRAFI



Siti Sholeha

Lahir di Probolinggo, 08 Februari 1992 dari pasangan Bapak Arip dan Ibu Rohima. Menyelesaikan pendidikan SD, MTs, dan MA di kota kelahirannya. Tahun 2003 lalu lulus dari Sekolah Dasar Negeri Wonorejo 1, kemudian melanjutkan ke MTs Zainul Hasan 01 Genggong dan MA Zainul Hasan 01 Genggong, masing-masing lulus pada tahun 2006 dan 2009.

Keinginan dari kecil menjadi seseorang yang bermanfaat bagi orang lain. Setelah lulus dari MA melanjutkan kuliah di Universitas Jember, fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, program studi Bahasa dan Sastra Indonesia pada tahun 2009.

Selama kuliah mengikuti kegiatan intra kampus yaitu UKM Teater Tiang yang bergerak dalam bidang seni pertunjukan. Kegiatan yang diadakan HMP Bahasa dan Sastra Indonesia juga diikuti, antara lain kepanitiaan Kaderisasi IMABINA, peserta *workshop* pembuatan film sederhana, dan lain-lain.