

Iklan merupakan salah satu bagian dari industri perdagangan. Dalam hal ini perusahaan perusahaan ataupun perorangan menawarkan barang atau jasa yang dimilikinya melalui iklan.

Secara umum iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan yang bertujuan mendorong atau membujuk khalayak. Dengan iklan tersebut kamu sebagai anggota masyarakat terbujuk untuk membeli barang atau jasa yang diberitahukan itu.

A. Menentukan Unsur-Unsur Iklan, Slogan, dan Poster

1. Pengertian dan Fungsi Iklan, Slogan, dan Poster.

Iklan juga dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai suatu barang dan jasa. Pada umumnya iklan disampaikan melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Unsur yang ditampilkan adalah gambar, gerak, kata kata atau suara.

Fungsi Iklan:

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

Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang dipakai sebagai dasar tuntunan (pegangan hidup). Slogan sering pula disebut moto atau semboyan. Slogan lebih mengutamakan kepadatan makna dan kehematan kata kata. Contohnya adalah Berdiri sama tinggi, duduk sama rendah.

Poster adalah plakat (kata kata dan gambar) yang dipajang di tempat tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan, yakni pemberitahuan suatu ide, hal baru, atau hal penting kepada khalayak.

Poster mengandalkan perpaduan gambar dan kata kata. Poster menggunakan kata kata singkat, jelas, menarik, dan lengkap. Poster lebih tertuju pada tempat pemasangannya di ruang ruang terbuka.

2. Unsur Unsur Iklan, Slogan, dan Poster

Kesamaan dari iklan, slogan, dan poster ialah sama sama membujuk khalayak umum untuk berbuat sesuatu. Namun ada beberapa perbedaan antara ketiganya, berikut ini adalah penjelasannya.

Perbedaan antara iklan, slogan, dan poster :

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

B. Menyimpulkan Informasi dan Pesan dalam Iklan

1. Unsur Unsur Pembentuk Iklan

Unsur unsur pembentuk iklan :

- Sumber adalah pemasang iklan, yang berinisiatif, dan penyandang dana dari pemasangan suatu iklan.
- Pesan adalah informasi yang disampaikan. Entah itu berupa pesan verbal ataupun pesan non verbal.
- Media adalah sarana yang digunakan. Semisal media elektronik, media cetak, dan lain sebagainya.
- Penerima adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran atau objek iklan.
- Efek adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima. Entah itu dalam perilaku, kebiasaan, pola pikir, pola hidup, dan lain sebagainya.
- Umpan balik adalah tanggapan, reaksi, atau respons yang dikehendaki dari penerima pesan. Seperti membeli produk, melakukan sesuatu, dan lain sebagainya.

2. Penyimpulan Maksud Suatu Iklan

Pola penyajian dan isi iklan sangatlah beragam. Berdasarkan isinya, seperti yang telah kamu pelajari pada bahasan terdahulu, ada iklan pemberitahuan, iklan layanan masyarakat,

dan iklan penawaran.

Klasifikasi periklanan lainnya sebagai berikut :

- Iklan strategis, digunakan untuk membangun merek ataupun citra positif suatu perusahaan.
- Iklan taktis, dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan respons dengan merek tertentu.

Berikut tujuan atau fungsi iklan lainnya :

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

3. Menceritakan Kembali Teks Iklan

Iklan merupakan teks yang ringkas. Semakin luas ruang yang diperlukan untuk penayangannya, semakin besar biayanya. Oleh karena itu, kata kata dalam iklan harus diperhitungkan keefektifannya. Materi iklan yang berlebihan justru akan mengganggu keefektifan pesan itu sendiri. Khalayak cenderung tidak menyukai sajian seperti itu karena terkesan menggurui.

C. Menelaah Pola, Struktur, dan Kaidah Kebahasaan Iklan

1. Pola pola Penyajian Iklan

Dalam penyajian secara lisan, iklan dapat kamu simak melalui radio dan televisi. Khususnya iklan di televisi maupun dalam laman laman internet, iklan merupakan gabungan teks lisan, tertulis, dan gerak. Bentuk bentuk iklan tersebut tentu saja memiliki karakteristik masing masing dalam pola penyajiannya.

a. Iklan Media Cetak

Karakter utama dari iklan adalah penggunaan bahasa tertulis di dalam penyampaian pesan

pesannya. Di samping mengutamakan kejelasan dalam kata katanya, iklan di media cetak mengandalkan desain grafis, seperti warna dan bentuk huruf, tata letak, serta gambar gambar. Iklan di media cetak memiliki beberapa macam berdasarkan keluasaan ruang atau space nya.

- Iklan baris adalah iklan yang pemasangannya berupa baris baris. Teks yang disajikannya sangat terbatas. Tidak ada gambar ataupun ilustrasi dalam iklan ini.

Contoh :

JUAL RMH SEMI VILLA LS 174 BT 4 BH KOLAM, AIR BAGUS, CCK UTK PERISTIRAHATAN HUB. 3283799 (TP)

- Iklan kolom adalah iklan yang pemasangannya dalam media berupa kolom kolom. Oleh karena itu, bentuknya besar. Di samping menggunakan teks, iklan ini sering pula menyertakan gambar dan berbagai ilustrasi menarik lainnya.
- Iklan display merupakan iklan yang berisi hanya kata kata dan gambar, foto, ataupun media media grafis lainnya.

2. Iklan Elektronik

- Iklan radio, iklan ini mengandalkan efek suara, baik itu berupa tuturan, musik, maupun bunyi bunyi.
- Iklan televisi, iklan ini mengandung unsur suara, gambar, dan gerak.
- Iklan film, tersaji dalam judul film (produk sinema). Iklan film biasanya muncul sebelum film utama diputar.

Menurut isinya, iklan diklasifikasikan dalam tiga jenis, yakni sebagai berikut :

1. Iklan pemberitahuan, lebih terfokus pada kepentingan untuk memberitahu khalayak mengenai suatu hal, baik itu yang berupa peristiwa, keadaan, atau hal lainnya. Sebagai contoh pembubaran perusahaan, rapat umum pemegang saham, dan masih banyak lagi yang lainnya.
2. Iklan layanan masyarakat, bertujuan memberikan penerangan atau penjelasan kepada masyarakat. Sebagai contoh seperti iklan keluarga berencana dan iklan bahaya narkoba.
3. Iklan Penawaran, bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa. Seperti iklan niaga dan iklan lowongan kerja.

4. Struktur Teks Iklan

Bagian bagian Iklan :

- Pengenalan produk. Bagian ini dapat pula disebut sebagai judul teks.
- Pernyataan persuasif, berisi pernyataan yang mendorong pembaca atau pendengar berbuat sesuatu.
- Slogan, gambar produk, nama, dan logo perusahaan

3. Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

- Persuasif, bersifat membujuk atau dorongan
- Imperatif, bersifat permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan.
- Bahasa yang sederhana, mudah diingat, dan mudah dipahami.
- Berima, puitis
- Berkesan positif

D. Menulis Iklan

1. Langkah langkah Penulisan

- Mulai dengan kata yang menarik.
- Menawarkan solusi
- Menunjukkan bukti
- Mengajukan harga

2. Penyuntingan Iklan

Memperhatikan kembali iklan yang telah disusun, baik itu berkaitan dengan isi, struktur, maupun penggunaan bahasanya. Adakah bagian bagian yang harus disempurnakan atau tidak.

Penyuntingan perlu dilakukan untuk mendapatkan karya tulis yang lebih baik. Penyuntingan hampir sama dengan kegiatan dalam mengevaluasi.

[Download File](#)