

Bab 2. Materi Iklan, Slogan, dan Poster

Pengertian Iklan, Slogan dan Poster

Iklan adalah teks yang bersifat mendorong dan membujuk khalayak (banyak orang) agar tertarik pada barang, layanan atau jasa yang ditawarkan. Isinya berupa pemberitahuan yang dikemas menarik. Penyampaian iklan dilakukan dalam berbagai media. Iklan sangat berhubungan dengan slogan dan poster. Mengingat keduanya juga merupakan jenis mutakhir dari iklan yang fungsinya juga membujuk orang untuk tertarik pada barang, layanan, atau jasa yang ditawarkan. **Slogan** adalah kalimat pendek yang menarik dan memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan tertentu agar orang tertarik dengan pesan yang ada di dalamnya. **Poster** adalah plakat berupa gabungan kata-kata dan gambar yang dipajang di tempat-tempat umum. Tujuan pembuatannya tidak jauh berbeda dengan iklan. Hanya saja, titik pembedanya ada pada kombinasi gambar dan kata-kata yang ada di dalamnya.

Unsur Iklan, Slogan dan Poster

1. Unsur Iklan

Iklan bersifat memadukan berbagai unsur yakni kata-kata, gambar, gerak, serta suara untuk memberikan efek persuasi.

2. Unsur Slogan

Slogan hanya mengedepankan unsur kekuatan dari kata-kata sebagai daya tarik persuasinya. Baik dituliskan maupun diungkapkan dalam bentuk suara.

3. Unsur Poster

Poster mengkolaborasikan antara kekuatan gambar dan kekuatan kata-kata untuk memberikan pengaruh menarik.

Fungsi Iklan

1. Fungsi Informasional

Yakni fungsi memberitahukan sesuatu tentang karakteristik atau manfaat dari suatu produk, jasa, atau layanan tertentu.

2. Fungsi Transformasional

Yakni fungsi untuk mengubah sikap atau nilai-nilai yang dimiliki khalayak terhadap merek, pola belanja, gaya hidup, dan berbagai hal lainnya.

Pola Penyajian Iklan

1. Iklan media cetak

Iklan baris

Iklan kolom

2. Iklan Elektronik

Iklan radio

Iklan televisi

Iklan film

3. Iklan Digital

Google ads
FB ads
Tiktok ads
IG ads
dsbg

Jenis Iklan

1. Iklan pemberitahuan
2. Iklan layanan masyarakat
- . Iklan penawaran (Komersial)

Struktur Teks Iklan

1. Pengenalan produk

Berisi judul teks yang fungsi memancing orang untuk membaca teks iklan.

2. Pernyataan persuasif

Yakni pernyataan yang membuat pembaca atau pendengar iklan dapat terpengaruh untuk berbuat sesuatu setelah menyaksikan iklan.

Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

Ada beberapa kaidah kebahasaan dalam teks iklan yang perlu diketahui. Antara lain:

1. Menggunakan bahasa persuasif

Yakni bahasa yang bersifat mempengaruhi orang lain sehingga tertarik untuk melakukan sesuatu. Misalnya membeli, menuruti, membenarkan, dan sebagainya.

2. Menggunakan bahasa yang ringkas

Bahasa dalam iklan tidak bertele-tele. *To the point* dan bahkan dibuat sesingkat mungkin meski tetap mengutamakan tersampaikannya pesan.

3. Menggunakan kata atau kalimat imperatif

Yakni kata atau kalimat yang memiliki makna perintah atau instruksi yang mendorong orang untuk bertindak. Misalnya *belilah, datanglah*, dan sebagainya.

4. Menggunakan bahasa yang membangun kesan positif

Bahasa yang disampaikan iklan juga dipertimbangkan untuk mendapatkan reaksi positif dari khalayak. Sehingga menghindari bahasa yang berpotensi memberi citra buruk.

5. Menggunakan rima

Rima dalam penggunaan bahasa adalah salah satu cara agar informasi atau pesan lebih mudah diingat. Iklan juga kerap menggunakan cara ini.

1. Perhatikan iklan berikut!

Hemat listrik perilaku bijak!(1)
Matikan lampu di siang hari!(2)
Nyalakan lampu seperlunya!(3)
Gunakan listrik dengan hemat!(4)

Maksud isi kalimat (3) dari iklan tersebut adalah ...

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> A Dianjurkan lampu hanya dihidupkan pada malam hari. | <input type="checkbox"/> B Dianjurkan menyalakan lampu yang diperlukan saja. |
| <input type="checkbox"/> C Diharapkan selalu berusaha menghemat pemakaian listrik. | <input type="checkbox"/> D Diajak menggunakan listrik dengan bijak. |

2. Bacalah ilustrasi iklan berikut!

Dijual cpt, spd mtr Revo '16, keadaan baru, mesin bgs, hrg 10 jt. Tanpa perantara. Hub. Rudi, Jl. A. Yani 19 Pwkrt.

Informasi yang sesuai dengan iklan tersebut adalah ...

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> A Alamat Rudi yang dapat dihubungi pembeli adalah di Jalan Ahmad Yani 19, Purwokerto. | <input type="checkbox"/> B Rudi memperbolehkan calon pembeli untuk menawar harga yang ditentukan olehnya. |
| <input type="checkbox"/> C Rudi menjual sepeda motornya yang masih baru dengan mesin yang sudah rusak. | <input type="checkbox"/> D Rudi menjual sepeda motornya dengan sistem siapa cepat dia dapat. |

3. Perhatikan iklan berikut!

Tetap Hemat Air Saat Mencuci Pakaian!

Berdasarkan iklan tersebut, simpulan yang dapat diambil adalah ...

Iklan tersebut termasuk iklan atau poster transformasional yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mengubah gaya hidup masyarakat tentang perlunya menghemat air.

Iklan tersebut adalah iklan penawaran yang bertujuan untuk menawarkan kepada masyarakat tentang penghematan air.

Iklan tersebut adalah iklan pemberitahuan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang penghematan air.

Iklan tersebut termasuk iklan atau poster informasional yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang penghematan air.

4. Bacalah ilustrasi berikut!

Karang taruna Kelurahan Kelapa Sawit akan menyelenggarakan lomba gerak jalan. Kegiatan itu diselenggarakan dalam rangka menyambut hari Sumpah Pemuda. Jarak tempuh jalan santai tersebut adalah 4 km. Perlombaan ini dapat diikuti oleh setiap anggota keluarga. Hadiah yang dijanjikan cukup menarik.

Deskripsi gambar yang sesuai untuk membuat poster sesuai ilustrasi di atas adalah ...

Sekelompok orang menggunakan pakaian seragam berwarna merah putih berjalan santai sambil mengobrol.

Seorang berpakaian warna merah putih dengan ikat kepala berlari sambil membawa bambu runcing.

Sekelompok orang menggunakan pakaian seragam berwarna merah putih berlari sambil membawa bambu runcing.

Sekelompok orang menggunakan pakaian seragam berwarna merah putih berjalan dengan gerakan yang sama.

5. perkataan atau kalimat yang pendek yang dipakai sebagai dasar tuntutan (pegangan hidup) disebut.....

A plakat

B slogan

C iklan

D poster

6. bentuk iklan yang tidak dapat ditampilkan dalam media cetak adalah....

A gambar

B kata-kata

C kalimat

D suara

7. ciri khas bahasa iklan adalah....

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A objektif | <input type="checkbox"/> B deskribtif |
| <input type="checkbox"/> C naratif | <input type="checkbox"/> D persuasif |

8. hal yang bisa ditampilkan dalam iklan radio adalah

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> A suara dan gambar | <input type="checkbox"/> B kata-kata dan gambar |
| <input type="checkbox"/> C suara lisan dan musik | <input type="checkbox"/> D gerak dan gambar |

9. berikut ini yang manakan iklan yang sesuai dengan syarat bahasa iklan ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> A hutan lindung berhasil mencegah bencana | <input type="checkbox"/> B awas bencana bila hutan lindung musnah |
| <input type="checkbox"/> C jagalah kelestarian hutan lindung kota ini | <input type="checkbox"/> D hutan lindung lestari, lingkungan aman |

10. ciri khas bahasa iklan adalah....

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A naratif | <input type="checkbox"/> B persuasif |
| <input type="checkbox"/> C deskribtif | <input type="checkbox"/> D objektif |

11. perkataan atau kalimat yang pendek yang dipakai sebagai dasar tuntutan (pegangan hidup) disebut.....

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A slogan | <input type="checkbox"/> B iklan |
| <input type="checkbox"/> C poster | <input type="checkbox"/> D plakat |

12. Iklan yang tayang di YouTube dan Facebook, berdasarkan medianya termasuk jenis iklan

....

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A media cetak | <input type="checkbox"/> B elektronik |
| <input type="checkbox"/> C baris | <input type="checkbox"/> D adventoral |

13. Tiada hari tanpa prestasi. Slogan tersebut tepat digunakan di bidang ...

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A pendidikan | <input type="checkbox"/> B agama |
| <input type="checkbox"/> C hukum | <input type="checkbox"/> D ekonomi |

14. Perhatikan kalimat di Bawah ini!

Ayok bayar pajak

Iklan tersebut termasuk ke dalam iklan?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> A Layanan Masyarakat | <input type="checkbox"/> B Pemberitahuan |
| <input type="checkbox"/> C Penawaran | <input type="checkbox"/> D Permintaan |

15. Slogan yang tidak cocok tentang kebersihan adalah ...

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> A Kebersihan diri cermin kebersihan hati | <input type="checkbox"/> B Hidup bersih, badan sehat |
| <input type="checkbox"/> C Hidup bersih, hati bahagia | <input type="checkbox"/> D Ayo, jaga kerapian seragam |