



LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK BAHASA INDONESIA

ANALISIS TEKS IKLAN



Nama :

Kelas :

KELAS
VIII SMP/
GANJIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) interaktif berbantuan *Liveworksheet* pada materi analisis teks iklan ini dapat disusun dengan baik.

LKPD ini disusun sebagai bahan ajar pendamping dalam pembelajaran Bahasa Indonesia kelas VIII yang bertujuan membantu peserta didik memahami dan menganalisis teks iklan secara lebih aktif dan terarah. LKPD ini dirancang untuk membantu peserta didik menginterpretasikan pesan dan menilai keefektifan iklan sesuai capaian pembelajaran.

Penulis menyadari bahwa LKPD ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan LKPD ini di masa mendatang.

Semoga LKPD ini dapat memberikan manfaat bagi guru dan peserta didik dalam pembelajaran Bahasa Indonesia.

Penulis

Fuza Anggriana

Petunjuk Pengerjaan LKPD

01

Isilah identitas diri pada kolom yang disediakan dengan lengkap dan benar.

02

Bacalah tujuan pembelajaran dengan saksama.

03

Perhatikan materi yang disajikan sebelum mengerjakan soal.

04

Kerjakan seluruh kegiatan secara berurutan sesuai dengan instruksi yang diberikan.

05

Kemudian klik 'finish' dan pilih 'email my answers to my teacher' agar jawabanmu tersimpan.

06

Isi data diri dan masukkan alamat email guru.



TUJUAN PEMBELAJARAN

TEKS IKLAN

Setelah mengikuti kegiatan pembelajaran melalui LKPD ini, peserta didik diharapkan mampu:

1

INTERPRETASI PESAN

Menginterpretasikan pesan yang terdapat dalam teks iklan komersial.



2

ANALISIS IKLAN

Menganalisis iklan efektif dan tidak efektif.





Teks Iklan

Pengertian

Menurut Gusfitri dan Delfia (2021: 41), iklan berfungsi sebagai media penyampaian pesan yang berisi informasi mengenai suatu produk, layanan, atau tindakan tertentu yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat luas.



Iklan Komersial

Widhayani (2020: 25) menjelaskan bahwa iklan komersial atau sering disebut iklan bisnis, bertujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, terutama melalui peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan sangat beragam, mencakup barang, jasa, ide, keanggotaan, dan lain sebagainya.



KAIDAH KEBAHASAAN TEKS IKLAN

Menurut Kosasih (2018: 87), kaidah kebahasaan dalam teks iklan disusun untuk mendukung fungsi utamanya, yakni membujuk atau memengaruhi khalayak.



Bahasa yang digunakan umumnya bersifat persuasif (membujuk), bahkan sering kali disertai dengan kalimat imperatif (ajakan/perintah).



Kalimat imperatif sifatnya meminta atau memerintah secara langsung. Biasanya ditandai dengan kata kerja yang mengandung ajakan, dorongan, atau larangan



Kalimat persuasif sifatnya membujuk atau memengaruhi secara halus agar pembaca tertarik. Fokusnya adalah memberikan janji, manfaat, atau solusi.



Bahasa iklan bersifat sederhana, singkat, mudah diingat, dan mudah dipahami agar pesan tersampaikan secara efektif.

Struktur dan Unsur Teks Iklan

Sebelum menganalisis teks iklan, penting untuk mengetahui bagian-bagian yang menyusunnya. Mari kita pelajari struktur dan unsur teks iklan berikut.



Struktur

Heriyanto (2021: 59-60) menjelaskan bahwa teks iklan dibangun oleh beberapa komponen utama sebagai berikut.

- **Judul atau Nama Produk:** Bagian yang berisi nama produk atau jasa yang diiklankan. Biasanya menjadi bagian yang paling menarik perhatian pembaca.
- **Penjelasan:** Berisi informasi tentang keunggulan, manfaat, atau tujuan produk/jasa yang ditawarkan.
- **Nama dan Alamat Pengiklan:** Berisi identitas pengiklan, seperti nama, alamat, atau nomor yang dapat dihubungi.

Unsur

ADS



- **Isi atau pesan iklan:** yaitu gagasan utama atau makna yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan kepada konsumen.
- **Bahasa dan teks iklan:** meliputi pilihan kata, kalimat, dan gaya bahasa yang digunakan untuk menarik dan memengaruhi pembaca.
- **Visual atau gambar:** yang berfungsi memperkuat pesan serta meningkatkan daya tarik iklan.
- **Kelengkapan informasi:** mencakup kejelasan nama produk, keunggulan produk, identitas pengiklan, dan sasaran konsumen.

Kegiatan I: Menginterpretasikan Pesan Iklan

Cermatilah iklan berikut ini, lalu jawablah pertanyaan di bawahnya!



1 Iklan tersebut menawarkan jasa dalam bidang ...

- a. Penjualan buku pelajaran
- b. Pelatihan atau kursus pendidikan
- c. Penyewaan ruang belajar
- d. Penjualan alat tulis sekolah

2 Target utama yang ingin disasar oleh iklan tersebut adalah ...

- a. Orang tua yang peduli pada pendidikan anak
- b. Siswa yang ingin meningkatkan prestasi belajar
- c. Guru yang mencari metode pembelajaran
- d. Masyarakat yang tertarik pada pendidikan



3 Pilih tiga keunggulan program yang ditawarkan dalam iklan!

- ☐ Belajar jadi lebih menyenangkan.
- ☐ Kursus didampingi oleh guru ahli.
- ☐ Biaya kursus paling murah dibandingkan lembaga lain.
- ☐ Kelompok belajar minimalis.
- ☐ Materi sesuai dengan kurikulum yang diberikan oleh pemerintah.

4 Tuliskan pesan utama yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut!

5 Kalimat “Diajari hingga bisa” menunjukkan bahwa lembaga tersebut ingin menekankan ...

- a. Proses belajar yang cepat tanpa latihan
- b. Jaminan keberhasilan belajar melalui pendampingan
- c. Biaya pendidikan yang murah
- d. Suasana belajar yang santai

6 Tujuan utama iklan tersebut adalah ...

- a. Menjelaskan sistem pembelajaran yang digunakan
- b. Menunjukkan keunggulan kurikulum yang digunakan
- c. Memengaruhi pembaca agar mengikuti program yang ditawarkan
- d. Memberikan informasi tentang program belajar yang tersedia



Kegiatan II: Menganalisis Teks Iklan

Tontonlah **dua video iklan** berikut dengan saksama.

Analisislah masing-masing iklan berdasarkan aspek **bahasa, visual, dan kelengkapan informasi**.

Beri tanda centang (✓) pada pilihan yang sesuai dengan hasil analisismu, serta tuliskan bukti atau alasan singkat pada bagian yang telah disediakan.



Iklan 1



Iklan 2

Bahasa/Teks Iklan

Bahasa Iklan 1:

- ☐ Menggunakan fakta/data (informatif)
- ☐ Menggunakan ajakan (persuasif)
- ☐ Kurang jelas/membingungkan

Bukti kalimat/cuplikan:

Bahasa Iklan 2:

- ☐ Menggunakan fakta/data (informatif)
- ☐ Menggunakan ajakan (persuasif)
- ☐ Kurang jelas/membingungkan

Bukti kalimat/cuplikan:



Visual & Audio

Visual & Audio Iklan 1:

- ☐ Sangat mendukung pesan
- ☐ Cukup mendukung
- ☐ Kurang mendukung

Alasan singkat:

Visual & Audio Iklan 2:

- ☐ Sangat mendukung pesan
- ☐ Cukup mendukung
- ☐ Kurang mendukung

Alasan singkat:

Kelengkapan Informasi

Centang informasi yang ditemukan dan tuliskan bukti singkat berupa kata kunci yang muncul dalam iklan!

Iklan 1:

- ☐ Nama produk: _____
- ☐ Keunggulan: _____
- ☐ Sasaran konsumen: _____
- ☐ Identitas pembuat: _____



Iklan 2:

- ☐ Nama produk: _____
- ☐ Keunggulan: _____
- ☐ Sasaran konsumen: _____
- ☐ Identitas pembuat: _____

Kegiatan III: Menentukan Keefektifan Iklan

Berdasarkan hasil analisismu pada kegiatan sebelumnya, tentukan iklan yang memiliki peluang lebih besar untuk menarik konsumen melakukan tindakan (membeli/mendaftar).

- ☐ Iklan 1
- ☐ Iklan 2

Jelaskan alasanmu dengan menghubungkan minimal dua aspek analisis (bahasa, visual, atau kelengkapan informasi).

