

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
(RPP)**

Sekolah : SMP Negeri 10 Kupang
Mata Pelajaran : Bahasa Indonesia
Kelas/Semester : VIII / Ganjil

Materi Pokok : Teks Iklan, Slogan dan Poster
Alokasi Waktu : 3 JP
KD : 3.3 dan 4.3

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah pembelajaran peserta didik diharapkan dapat:

1. Mendefinisikan pengertian iklan, slogan, atau poster.
2. Mengidentifikasi unsur-unsur teks iklan, slogan, atau poster.
3. Menentukan jenis teks iklan, slogan, dan poster sesuai teks yang dibaca/didengar.
4. Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster
5. Menceritakan kembali isi iklan, slogan, atau poster.

B. Langkah-Langkah Pembelajaran

Kegiatan Pendahuluan (15 Menit)

1. *Offline*: Pembukaan, persiapan dan memeriksa kehadiran peserta didik.
Online: Persiapan kelas melalui classroom dan absensi secara online melalui link google form.
2. *Offline*: Mengaitkan materi/tema/kegiatan pembelajaran yang akan dilakukan dengan pengalaman peserta didik dengan materi/tema/kegiatan sebelumnya melalui pertanyaan yang diberikan guru
Online: Mengingat dan menghubungkan dengan materi selanjutnya melalui video yang diberikan guru.
3. *Offline/online*: Memotivasi tentang apa yang dapat diperoleh (tujuan & manfaat) dengan mempelajari materi *ciri-ciri, perbedaan unsur-unsur teks iklan, slogan, poster serta menyimpulkan isi teks iklan, slogan, poster*
4. *Offline*: Menjelaskan hal-hal yang akan dipelajari, kompetensi yang akan dicapai melalui bagan yang disediakan guru
Online: Menyertakan panduan/penjelasan kegiatan siswa dan tujuannya pada tugas *classroom*.

Kegiatan Inti (90 Menit)

Kegiatan Literasi	<i>Offline</i> : Peserta didik diberi motivasi dan panduan untuk melihat, mengamati, membaca sebuah model teks iklan, poster dan slogan. <i>Online</i> : Peserta didik menyimak tayangan video melalui link: https://www.youtube.com/watch?v=aJ1WxfajQoon
Critical Thinking	<i>Offline</i> : guru memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin hal yang belum dipahami, dimulai dari pertanyaan faktual sampai ke pertanyaan yang bersifat hipotetik. Pertanyaan ini harus tetap berkaitan dengan materi <i>ciri-ciri dan perbedaan unsur-unsur teks iklan, slogan, poster</i> . <i>Online</i> : Pertanyaan bisa disampaikan melalui kolom komentar pada <i>classroom</i> .
Collaboration	1. <i>Offline</i> : Peserta didik dibentuk dalam beberapa kelompok untuk mendiskusikan tugas yang diberikan guru <i>Online</i> : Peserta didik mencermati lembar kerja melalui link yang diberikan pada <i>classroom</i> 2. <i>Offline/online</i> : Peserta didik mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk menyelesaikan tugas (LKS) yang diberikan 3. <i>Offline</i> : Peserta didik bersama kelompok mempresentasikan ulang dan saling bertukar informasi mengenai <i>ciri-ciri dan perbedaan unsur-unsur teks iklan, slogan, poster</i> . <i>Online</i> : Peserta didik diberi kesempatan untuk berpendapat melalui whatsapp atau <i>classroom</i> terkait hasil pekerjaan
Communication	<i>Offline</i> : Peserta didik menyampaikan hasil diskusi (secara klasikal) <i>Online</i> : Peserta didik menyerahkan Lembar Kerja Siswa secara online melalui <i>google form</i>
Creativity	<i>Offline/online</i> : Guru dan peserta didik membuat kesimpulan tentang hal-hal yang telah dipelajari terkait <i>ciri-ciri dan perbedaan unsur-unsur teks iklan, slogan, poster</i> . Peserta didik kemudian diberi kesempatan untuk menanyakan kembali hal-hal yang belum dipahami

Kegiatan Penutup (15 Menit)

Offline/Online: Peserta didik membuat rangkuman/simpulan pelajaran tentang point-point penting yang muncul dalam kegiatan pembelajaran yang baru dilakukan.

C. Penilaian Hasil Pembelajaran

Penilaian Sikap	Penilaian Pengetahuan	Penilaian Keterampilan
1. Bersyukur terhadap apa yang ada di lingkungan sekitar. 2. Disiplin terhadap waktu dan tenggat yang diberikan. 3. Tanggung jawab terhadap pekerjaan.	Pengetahuan (tuliskan/PG): Menentukan perbedaan teks iklan, slogan, dan poster.	Keterampilan (tuliskan dan praktik): Menemukan isi dan membacakan simpulan di depan kelas (video jika online)

Mengetahui,
Kepala Sekolah

Kupang.....2020
Guru Mata Pelajaran

Yuliana Henuk, S.Pd.
NIP. 196512211992032008

Irhamy Langoday, S.Pd.
NIP. 19901009 201903 1 010

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
(RPP)**

Sekolah : SMP Negeri 10 Kupang
Mata Pelajaran : Bahasa Indonesia
Kelas/Semester : VIII / Ganjil

Materi Pokok : Teks Iklan, Slogan dan Poster
Alokasi Waktu : 3 JP
KD : 3.4

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti proses pembelajaran, peserta didik diharapkan dapat:

1. Mengidentifikasi unsur teks iklan, slogan, dan poster.
2. Mengidentifikasi pola penyajian teks iklan, slogan, dan poster.
3. Mengidentifikasi unsur kebahasaan

B. Langkah-Langkah Pembelajaran

Kegiatan Pendahuluan (15 Menit)

1. Offline: Pembukaan, persiapan dan memeriksa kehadiran peserta didik.
Online: Persiapan kelas melalui classroom dan absensi secara online melalui link google form.
2. Offline: Mengaitkan materi/tema/kegiatan pembelajaran yang akan dilakukan dengan pengalaman peserta didik dengan materi/tema/kegiatan sebelumnya melalui pertanyaan yang diberikan guru
Online: Mengingat dan menghubungkan dengan materi selanjutnya melalui video yang diberikan guru.
3. Offline/online: Memotivasi tentang apa yang dapat diperoleh (tujuan & manfaat) dengan mempelajari materi *pola penyajian dan kaidah kebahasaan teks iklan, slogan dan poster*
4. Offline: Menjelaskan hal-hal yang akan dipelajari, kompetensi yang akan dicapai melalui bagan yang disediakan guru
Online: Menyertakan panduan/penjelasan kegiatan siswa dan tujuannya pada tugas *classroom*

Kegiatan Inti (90 Menit)

Kegiatan Literasi	<u>Offline/Online</u> : Mengamati ciri kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster berdasarkan beberapa contoh teks untuk membangun konteks
Critical Thinking	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Offline</u>: Guru memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin hal yang belum dipahami, dimulai dari pertanyaan faktual sampai ke pertanyaan yang berkaitan dengan pola penyajian dan kebahasaan dalam teks iklan, slogan dan poster. <u>Online</u>: Pertanyaan bisa disampaikan melalui kolom komentar pada classroom. 2. <u>Offline</u>: Peserta didik menerima lembar kerja siswa dan mendengar penjelasan terkait prosedur pengerjaan <u>Online</u>: Peserta didik mengerjakan tugas yang tersebar melalui link google form
Collaboration	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Offline</u>: Peserta didik secara berkelompok bertanya jawab/berdiskusi untuk mengerjakan tugas/soal pada lembar kerja yang diberikan <u>Online</u>: Peserta didik menggali informasi dari berbagai sumber untuk mengerjakan tugas pada google form atau tanya-jawab melalui whatsapp atau classroom 2. <u>Offline</u>: Peserta didik mempresentasikan ulang dan saling bertukar informasi mengenai penyajian dan kebahasaan dalam teks iklan, slogan dan poster <u>Online</u>: Peserta didik memberi tanggapan atas tugas yang diberikan melalui whatsapp dan konfirmasi hasil untuk disunting
Communication	<u>Offline</u> : Peserta didik menyampaikan hasil diskusi (secara klasikal) <u>Online</u> : Peserta didik menyerahkan Lembar Kerja Siswa secara online melalui google form atau whatsapp
Creativity	<u>Offline</u> : Guru dan peserta didik membuat kesimpulan tentang hal-hal yang telah dipelajari terkait penyajian dan kebahasaan dalam teks iklan, slogan dan poster. <u>Online</u> : Guru dan peserta didik membuat kesimpulan tentang hal-hal yang telah dipelajari terkait penyajian dan kebahasaan dalam teks iklan, slogan dan poster melalui kolom forum classroom <u>Offline/online</u> : Peserta didik diberi kesempatan untuk menanyakan kembali hal-hal yang belum dipahami

Kegiatan Penutup (15 Menit)

Offline/online: Peserta didik membuat rangkuman/simpulan pelajaran.tentang point-point penting yang muncul dalam kegiatan pembelajaran yang baru dilakukan.

C. Penilaian Hasil Pembelajaran

Penilaian Sikap	Penilaian Pengetahuan	Penilaian Keterampilan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersyukur terhadap apa yang ada di lingkungan sekitar. 2. Disiplin terhadap waktu dan tenggat yang diberikan 3. Tanggung jawab terhadap pekerjaan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan jenis/pola penyajian teks iklan, slogan, atau poster 2. Menentukan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster 	Melengkapi bagian teks yang belum lengkap sesuai pola dan kaidah kebahasaan

Mengetahui,
Kepala Sekolah

Kupang.....2020
Guru Mata Pelajaran

Yuliana Henuk, S.Pd.
NIP. 196512211992032008

Irhamy Langoday, S.Pd.
NIP. 19901009 201903 1 010

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
(RPP)**

Sekolah : SMP Negeri 10 Kupang Materi Pokok : Teks iklan, slogan, atau poster
Mata Pelajaran : Bahasa Indonesia Alokasi Waktu : 3 JP
Kelas/Semester : VIII / Ganjil KD : 4.4

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti pembelajaran, peserta didik diharapkan dapat

1. Merumuskan konteks iklan, slogan, atau poster sesuai dengan keperluan untuk bahan penulisan slogan dan/poster
2. Menulis iklan, slogan, atau poster berdasarkan konteks yang telah dirumuskan

B. Langkah-Langkah Pembelajaran

Kegiatan Pendahuluan (15 Menit)

1. Offline: Pembukaan, persiapan dan memeriksa kehadiran peserta didik.
Online: Persiapan kelas melalui classroom dan absensi secara online melalui link google form.
2. Offline: Mengaitkan materi/tema/kegiatan pembelajaran yang akan dilakukan dengan pengalaman peserta didik dengan materi/tema/kegiatan sebelumnya melalui pertanyaan yang diberikan guru
Online: Mengingat dan menghubungkan dengan materi selanjutnya melalui video yang diberikan guru.
3. Offline/online: Memotivasi tentang apa yang dapat diperoleh (tujuan & manfaat) melalui kegiatan menulis teks iklan, slogan dan poster
4. Offline: Menjelaskan hal-hal yang akan dipelajari, kompetensi yang akan dicapai melalui bagan yang disediakan guru
Online: Menyertakan panduan/penjelasan kegiatan siswa dan tujuannya pada tugas classroom

Kegiatan Inti (90 Menit)

Kegiatan Literasi	<u>Offline</u> : Mengamati gambar dan bagan ciri kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster melalui beberapa contoh teks yang dipajang di depan kelas <u>Online</u> : Mengamati gambar dan bagan ciri kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster melalui beberapa contoh gambar/teks yang diberikan melalui link file pada melalui classroom
Critical Thinking	1. <u>Offline</u> : Guru memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin hal yang belum dipahami, dimulai dari pertanyaan faktual sampai ke pertanyaan yang berkaitan dengan tahap menulis teks iklan, slogan dan poster. <u>Online</u> : Pertanyaan bisa disampaikan melalui kolom komentar pada classroom. 2. <u>Offline</u> : Peserta didik menerima lembar kerja siswa dan mendengar penjelasan terkait prosedur pengerjaan. <u>Online</u> : Peserta didik mengerjakan tugas yang tersebar melalui link google form.
Collaboration	1. <u>Offline</u> : Peserta didik dibentuk dalam beberapa kelompok untuk mendiskusikan temuan dalam menyelesaikan tugas membuat kerangka teks dan menyusun teks 2. <u>Offline</u> : Peserta didik saling bertukar informasi mengenai penyusunan teks iklan, slogan dan poster. <u>Online</u> : Peserta didik memberi tanggapan atas tugas yang diberikan melalui whatsapp dan konfirmasi hasil untuk disunting
Communication	<u>Offline</u> : Peserta didik menyampaikan hasil diskusi kelompok di depan kelas (secara klasikal) <u>Online</u> : Peserta didik menyerahkan pekerjaan secara online melalui google form atau whatsapp
Creativity	<u>Offline/online</u> : Guru dan peserta didik membuat kesimpulan tentang hal-hal yang telah dipelajari terkait menulis teks iklan, slogan dan poster. <u>Offline</u> : Peserta didik diberi kesempatan untuk menanyakan kembali hal-hal yang belum dipahami <u>Online</u> : Peserta didik diberi kesempatan untuk menanyakan kembali hal-hal yang belum dipahami melalui kolom forum pada classroom

Kegiatan Penutup (15 Menit)

Offline/online: Peserta didik membuat rangkuman/simpulan pelajaran tentang point-point penting yang muncul dalam kegiatan pembelajaran yang baru dilakukan.

C. Penilaian Hasil Belajar

Penilaian Sikap	Penilaian Pengetahuan	Penilaian Keterampilan
1. Bersyukur terhadap apa yang ada di lingkungan sekitar. 2. Disiplin terhadap waktu dan tenggat yang diberikan 3. Tanggung jawab terhadap pekerjaan.	Menemukan informasi pendukung menyusun teks sesuai konteks	1. Merumuskan topik dan pola teks yang akan dibuat 2. Menyusun teks sesuai topik 3. Menyunting dan menyajikan hasil menulis teks

Mengetahui,
Kepala Sekolah

Kupang.....2020
Guru Mata Pelajaran

Yuliana Henuk, S.Pd.
NIP. 196512211992032008

Irhamy Langoday, S.Pd.
NIP. 19901009 201903 1 010

BAHAN AJAR
Teks Iklan, Slogan dan Poster

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

1. Iklan

a. Pengertian

Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi/ lembaga, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak. Maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk membujuk/ mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk/ jasa yang ditawarkan. Iklan berisi pesan yang ditunjukkan kepada khalayak ramai untuk menawarkan produk/jasa yang ditawarkan sehingga mereka tertarik terhadap produk/jasa tersebut. Iklan biasa dipasang di tempat-tempat umum dan media massa (cetak maupun elektronik). Ciri-ciri iklan: kalimatnya singkat, padat, dan sugestif. Yang dimaksud sugestif adalah bersifat menyadarkan, memengaruhi.

Aspek	Keterangan
Ciri-ciri Iklan	1. Informatif 2. Bahasanya mudah dimengerti dan diingat masyarakat 3. Menarik perhatian dan bersifat mengajak penonton/pembaca untuk membeli/menggunakan barang atau jasa yang telah diiklankan
Syarat Iklan	1. Kata dan bahasanya tertata dan tidak memiliki tafsir ganda. 2. Bahasa yang dipakai menarik dan mudah diingat-ingat oleh masyarakat. 3. Tidak boleh merendahkan atau menghina produk sejenis dari perusahaan lain. 4. Tidak boleh berbohong, harus apa adanya. 5. Iklan harus dibuat dengan memperhatikan tata bahasa, etika, sopan santun, target pasar, dan lain-lain.
Manfaat Iklan	1. Produk menjadi lebih terkenal di mata masyarakat 2. Keuntungan yang diperoleh dalam bisnis dapat melonjak naik karena produk dipromosikan

b. Struktur Teks Iklan

Teks iklan memiliki struktur yang terdiri dari judul, nama produk, dan penjelasan tentang produk. Struktur teks iklan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Judul, terletak di bagian paling atas dari teks iklan, tetapi tidak semua iklan mencantumkan judul. Sebagian teks iklan meletakkan nama produk di bagian paling atas.
2. Nama produk, berisi nama produk yang diiklankan.
3. Penjelasan tentang produk, berisi deskripsi produk yang diiklankan, seperti spesifikasi, cara mendapatkan produk yang diiklankan, alamat, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Dengan iklan tersebut diharapkan khalayak akan terbujuk untuk membeli barang atau jasa yang diberitahukan itu.

c. Ciri-Ciri Kebahasaan Iklan

1. Menggunakan slogan

Slogan diartikan juga sebagai semboyan yang di dalamnya mengandung perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu (mengajak tetapi secara tersirat). Misalnya slogan-slogan yang digunakan untuk stasiun-stasiun televisi yang tujuannya untuk mengajak masyarakat menyaksikan tayangan di stasiun televisi yang bersangkutan “RCTI Oke,” slogan pegadaian “mengatasi masalah tanpa masalah”, dan sebagainya.

2. Kalimat persuasif

Kalimat persuasif adalah kalimat yang bertujuan meyakinkan dan membujuk pembaca agar melaksanakan atau menerima gagasan penulis terhadap suatu hal. Terdapat beberapa kalimat persuasif yang terdapat pada iklan produk tersebut, salah satunya adalah “murah, cepet, dan handal”.

3. Menggunakan subjek orang pertama

Subjek yang digunakan pada teks iklan tersebut adalah subjek orang pertama jamak, yaitu kami.

Beberapa contoh teks iklan produk baik barang maupun jasa antara lain:

1. Iklan permintaan (lowongan pekerjaan)
Dcr pengasuh bayi. Gaji percobaan 1 Jt/bulan. Tinggal dalam, kebutuhan ditanggung. Hubungi Bpk. Andri HP/WA 081234567890
2. Iklan penjualan barang atau jasa

AKADEMI PARIWISATA CITRA INDONESIA AKREDITASI B OLEH (BAN) PT(1)
MENERIMA MAHASISWA BARU/PINDAHAN
TAHUN AKADEMIK 2014/2015(2)
PROGRAM D3 & D1 JURUSAN PERHOTELAN (3)
BIAYA KULIAH HANYA Rp 600.000/bulan
Biaya sudah termasuk: uang gedung, sks, praktikm ujian & seragam

3. Iklan layanan masyarakat

BERSAMA KITA PATUHI PROTAP KESEHATAN DENGAN MENERAPKAN 5M

Materi Iklan, Slogan, dan Poster Bahasa Indonesia Kelas 8 SMP Terbaru

2. Poster

Poster adalah suatu media publikasi yang di dalamnya terdapat teks, gambar, atau perpaduan keduanya di mana tujuannya untuk memberikan informasi atau pesan kepada khalayak. Poster menjadi salah satu media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai. Poster biasanya dipasang di tempat-tempat umum yang dinilai strategis seperti sekolah, kantor, pasar, mall dan tempat-tempat keramaiannya lainnya. Informasi yang ada pada pasat umumnya. Bersifat mengajak masyarakat.

a. Ciri-Ciri Sebuah Poster

- Desain grafis dari poster harus memuat komposisi yang terdiri atas huruf dan gambar di atas media kertas atau kain yang berukuran besar.
- Cara pengaplikasiannya dapat dengan cara ditempel pada dinding, tempat umum atau permukaan datar lain dengan sifat membidik perhatian mata semaksimal mungkin.
- Poster pada umumnya dibuat dengan perpaduan warna yang kuat dan kontras.
- Poster lazimnya mempergunakan bahasa yang singkat, jelas, tidak rancu agar mudah dipahami.
- Pesan yang ingin disampaikan sebaiknya disertai dengan gambar
- Poster dapat dibaca secara sambil lalu.

b. Syarat Sebuah Poster

- Poster wajib mempergunakan bahasa yang mudah dipahami.
- Susunan kalimat poster harus singkat, padat, jelas, tetapi berisi.
- Poster sebaiknya dikomunikasikan dengan bentuk gambar.
- Poster harus mampu menarik minat khalayak
- Media Poster harus menggunakan bahan yang tidak mudah rusak atau sobek.
- Ukuran Poster sebaiknya disesuaikan dengan tempat atau lahan pemasangan serta target pembaca.

Sementara itu, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat poster adalah:

- Gambar dibuat mencolok dan sesuai dengan ide yang akan dikomunikasikan
- Kata-kata yang digunakan dalam poster harus efektif, sugestif, serta mudah diingat.
- Jenis *font* sebaiknya adalah jenis yang mudah dibaca dan dengan *size* yang besar.

Secara umum tujuan dan maksud dibuatnya poster adalah sebagai media publikasi agar masyarakat bisa membacanya dan melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang ada dalam poster tersebut. tetapi secara khusus maksud dan tujuan dibuatnya poster tergantung dengan apa yang diinginkan pembuat, bisa untuk tujuan komersial, mencari simpati publik, mencari perhatian masyarakat, dan lain sebagainya.

c. Jenis Poster

Jenis poster berdasarkan isinya:

1. Poster Niaga	2. Poster Kegiatan
<p>Adalah poster yang dibuat untuk media komunikasi dalam urusan perniagaan untuk menawarkan <u>suatu barang</u> atau jasa.</p> 	<p>Adalah poster yang berisi suatu kegiatan, seperti kegiatan jalan sehat, senam, dll</p> 

3. Poster Pendidikan

Adalah poster yang bertujuan untuk mendidik



4. Poster Layanan Masyarakat

Adalah poster untuk pelayanan kesehatan yang berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat.



5. Poster Kelas

Adalah poster yang berada di dalam kelas pelajar yang bertujuan untuk memotivasi pelajar, adapun juga poster tata tertib kelas.



6. Poster Komersial

Adalah poster yang hampir sama dengan Poster Niaga yaitu yang bertujuan untuk mempromosikan sesuatu.



3. Slogan

Slogan dapat diartikan sebagai serangkaian kata-kata atau kalimat yang relatif pendek yang umumnya sangat menarik dan mudah untuk diingat oleh orang banyak. Slogan digunakan untuk memberitahukan atau menyampaikan informasi. Kalimat dalam slogan merupakan kalimat yang menarik, mencolok dan mudah diingat untuk menjelaskan sesuatu ideologi dari sebuah organisasi, golongan, partai politik dan sebagainya. Slogan berbentuk kalimat yang pendek dan menarik agar bisa melekat pada setiap ingatan orang. Kalimat slogan harus singkat agar mudah diingat oleh orang-orang. Slogan biasa disajikan dalam bentuk frasa, kalusa atau kalimat.

Biasanya slogan dibuat untuk mengajak seseorang untuk melaksanakan sesuatu, baik itu untuk membeli suatu produk, atau menaati suatu aturan yang telah dibuat. Karena itu sudah sepantasnya penggunaan kata perlu diperhatikan dan kalimat yang digunakan jangan terlalu panjang.

Slogan memiliki ciri yang membedakan dengan iklan maupun poster. Beberapa ciri yang dapat dikenali dari slogan antara lain sebagai berikut.

1. Terdiri dari beberapa kata saja dan menarik karena tujuan utamanya adalah agar mudah diingat.
2. Menjelaskan tentang sesuatu, apakah itu suatu produk atau layanan masyarakat.
3. Slogan juga bisa berupa semboyan sebuah organisasi atau masyarakat. Misalnya:
Setetes darah Anda, nyawa bagi sesama (slogan Palang Merah Indonesia)
Orang bijak taat pajak (slogan perpajakan)

Beberapa contoh slogan antara lain sebagai berikut :

1. Berdiri sama tinggi, duduk sama rendah. (Slogan tentang perlunya mengutamakan kesetaraan antarsesama.)
2. Bersatu kita teguh, bercerai kita runtuh. (Slogan tentang perlunya persatuan dan kesatuan.)
3. Tiada hari tanpa prestasi. (Slogan tentang pentingnya mengukur prestasi setiap hari.)
4. Sehat Itu Mahal, Maka Kita Harus Bisa Menjaga Kesehatan (Slogan tentang pentingnya menjaga kesehatan)
5. Di dalam Tubuh yang Sehat Terdapat Jiwa yang Kuat (Slogan tentang pentingnya berolah raga)
6. Mari Bersama Menjaga Lingkungan Demi Kehidupan yang Lebih Baik (Slogan tentang menjaga kelestarian lingkungan)
7. Kebersihan Merupakan Sebagian Daripada Iman (Slogan tentang pentingnya menjaga kebersihan)
8. Hentikan Pemanasan Global Sekarang Juga (Slogan tentang pengurangan pemanasan global)

4. Unsur-unsur Iklan, Slogan dan Poster

Berikut perbedaan unsur iklan, slogan dan poster:

Iklan : teks persuasif yang memadukan unsur gambar dengan teks (kata-kata), unsur gerak, dan unsur suara (video)

Slogan : teks persuasif yang mengutamakan unsur teks (kata-kata)

Poster : teks persuasif yang mengutamakan unsur gambar dan teks (kata-kata) dan terpajang di tempat umum

Untuk lebih jelasnya, perhatikanlah tabel berikut!

BentukTeks	Unsur-unsur			
	Gambar	Kata-kata	Gerak	Suara
a. Iklan	√	√	√	√
b. Slogan	-	√	-	√
c. Poster	√	√	-	-

B. Menyimpulkan Pesan dan Informasi dalam Iklan

Kita dapat menemukan dan membaca iklan hampir di setiap tempat kita berada. Seakan-akan iklan mengikuti setiap langkah kita. Hal itu tidak mengherankan karena iklan memiliki fungsi informasi dan transformasional. Sehingga iklan dapat berpengaruh terhadap gaya hidup, selera, dan jati diri kita.

Tujuan iklan, slogan ataupun poster sama saja yaitu untuk membujuk khalayak berbuat sesuatu, entah membeli atau menurutinya. Iklan tidak hanya bertujuan untuk menawarkan produk. Iklan juga turut berpengaruh dalam membentuk gaya hidup, kebiasaan, selera, dan jati diri seseorang dan masyarakat. 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 periklananlainnya sebagai berikut.

1. Iklan strategis, digunakan untuk membangun merek ataupun citra positif suatu perusahaan.
2. Iklan taktis, dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan respons dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respons pada hari yang sama.

Iklan dapat kamu baca dan lihat di semua tempat. Seakan-akan iklan mengikuti ke mana saja kamu pergi sepanjang hari. Di rumah, di jalanan, di pasar, di sekolah, dan di tempat-tempat lainnya kamu selalu bertemu iklan. Iklan telah mengepungmu dari berbagai penjuru dan sepanjang waktu. Iklan memungkinkan untuk mampu menembus hampir semua celah kehidupan setiap orang.

Iklan tidak hanya bertujuan untuk menawarkan produk. Iklan juga turut berpengaruh dalam membentuk gaya hidup, kebiasaan, selera, dan jati diri seseorang dan masyarakat. Berikut tujuan atau fungsi iklan lainnya.

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

C. Menelaah Struktur, Pola dan Kaidah Kebahasaan Iklan

1. Struktur Iklan

Iklan dapat kita temukan di setiap tempat dan waktu yang berbeda. Iklan dapat kita temukan di TV, surat kabar, majalah, bahkan di tepi jalan raya. Bentuk iklan sesuai dengan karakteristik dalam pola penyajiannya. Iklan yang disajikan di radio akan berbeda dengan yang disajikan di TV, koran ataupun majalah. Di samping medianya, keragaman iklan juga dapat dilihat dari berdasarkan isinya. Menurut isinya iklan dapat dibedakan menjadi iklan pemberitahuan, layanan masyarakat, dan iklan penawaran. Iklan, poster dan slogan terdiri dari beberapa unsur yang membangun ketiganya.

Adapun maksud iklan itu sendiri dapat dipahami secara lebih lengkap berdasarkan struktur pembangun, yang meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik, dan konteks.

1. Sumber adalah pemasang iklan, yang berinisiatif, dan penyandang dana dari pemasangan suatu iklan.
2. Pesan adalah informasi yang disampaikan. Wujudnya bisa berupa pesan verbal dan pesan nonverbal.
3. Media adalah sarana yang digunakan, misalnya media cetak, elektronik, dan sarana-saran lainnya.
4. Penerima adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran atau objek iklan.
5. Efek adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima, baik itu dalam aspek sikap, pola pikir, perilaku, kebiasaan, dan pola hidup.
6. Umpan balik adalah tanggapan, reaksi, atau respons yang dikehendaki dari penerima pesan, misalnya dengan membeli produk yang ditawarkan dan menolak pemakaian narkoba.

2. Pola Penyajian Iklan

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 keluasan ruang atau *space*-nya.

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

banyak yang mengalami penyingkatan. Iklan baris pada umumnya dimanfaatkan oleh perorangan dan perusahaan-perusahaan kecil. Perhatikan contoh berikut.

- a) Jual rmh sederhana, Lasiana, ls 174m, 3 kt, air pdam, cck utk peristirahatan hub. Marsel 082123456789(tp/wa)
 - b) Dijual tanah luas 150,lok. Wisata Pt Lasiana. Hub. Mue 08123456789
- 2) 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.

Selain itu, dikenal istilah iklan *display*, yakni iklan memiliki ukuran lebih luas dibanding iklan kolom. Iklan *display* merupakan iklan yang berisi hanya kata-kata dan gambar, foto, ataupun media-media grafis lainnya. Ada pula istilah iklan *advertorial*, yakni iklan sejenis iklan *display*. Hanya saja teknik penyampaiannya mirip berita. Contoh iklan *advertorial* yaitu iklan berkaitan dengan pelayanan jasa kesehatan, pengobatan alternatif, pengenalan perusahaan ataupun produk baru dengan informasi yang lebih kompleks.

b. Iklan Elektronik

Iklan elektronik merupakan iklan berbasis perangkat elektronik, yang mencakup beberapa unsur sebagai berikut.

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

Di samping karena medianya, keberagaman iklan juga dapat dilihat berdasarkan isinya. Menurut isinya, iklan diklasifikasikan dalam tiga jenis, yakni sebagai berikut.

a. Iklan pemberitahuan

Iklan ini lebih terfokus pada kepentingan untuk memberitahu khalayak mengenai suatu hal, baik itu yang berupa peristiwa, keadaan, atau hal lainnya. Iklan jenis ini umumnya dipasang oleh perorangan atau suatu keluarga. Namun, ada pula yang dipasang oleh perusahaan-perusahaan, misalnya yang berupa pemberitahuan pembubaran perusahaan, rapat pemegang saham.

b. Iklan layanan masyarakat

Iklan ini bertujuan memberikan penerangan atau penjelasan kepada masyarakat. Contohnya, iklan keluarga berencana dan iklan bahaya narkoba. Pengguna iklan ini umumnya Pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM).

c. Iklan penawaran

Iklan ini bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa. Iklan penawaran jasa, disebut juga dengan iklan niaga dan iklan lowongan kerja.

3. Kaidah Kebahasaan Iklan

Teks iklan bertujuan menawarkan produk, baik berupa barang maupun jasa. Oleh karena itu, kata-kata yang muncul umumnya bersifat persuasif, bujukan, atau dorongan tentang suatu kebiasaan ataupun gaya hidup.

Pernyataan-pernyataan dalam teks iklan umumnya bersifat *imperatif*, yakni permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan. Adapun kalimat imperatif itu sendiri ditandai oleh kata-kata seperti: temukan, ikutilah, hadirilah, wujudkan, nyatakan, nikmati, sebaiknya, marilah, ayo, dan janganlah dan kata-kata yang bersifat permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan lainnya. Bahasa iklan sering kali menggunakan bahasa sederhana, mudah diingat, dan mudah pula dipahami.

Kalimat yang panjang, dan berbelit-belit, selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan di samping memberikan kesan positif tentang produk yang ditawarkan. Pilihan kata yang berima dan memiliki banyak persamaan bunyi juga merupakan pilihan penting di dalam bahasa iklan. Di samping itu, bahasa iklan harus singkat sehingga mudah diingat oleh khalayak.

a. Kebersuasifan	Bahasa dan pilihan kata yang digunakan harus bersifat membujuk. Hal ini bermaksud agar pembaca terpengaruh dan mau mengikuti apa yang disampaikan. Pilihan kata yang halus/sopan menjadi penting.
b. Keimperatifan	Beberapa jenis iklan lain juga sering bersifat mengharuskan. Tujuannya agar pembaca secara khusus harus mematuhi apa yang diperintahkan atau yang diminta oleh pengiklan
c. Keberiramaan	Kesesuaian setiap unsur; baik kata maupun gambar, gerak atau suara
d. Keberkesan	Kebahasaan iklan meninggalkan kesan yang baik. pembaca merasa puas dan tidak bosan dengan iklan yang dibaca
e. Keringkasan	Kalimat yang digunakan tidak panjang, singkat dibaca dalam sekali lihat dan mudah diingat. Inti saja yang dimuat dalam sebuah iklan.

Selain kaidah di atas, iklan baris dituntut untuk lebih efisien di dalam penggunaan kata-kata dan huruf-hurufnya. Di dalam iklan baris sering dijumpai penyingkatan kata. Berikut beberapa singkatan yang sering digunakan dalam iklan baris beserta kepanjangannya.

Singkatan	Kepanjangan	Singkatan	Kepanjangan
BPK	bapak	PROF	profesional
BT	bata	PEND	pendidikan
CCK	cocok	PLG	paling
CCL	cicil	PO	post office
CPT	cepat	RMH	rumah
CV	<i>curriculum vitae</i>	RP	rupiah
JL	jual	SE	sarjana ekonomi
JT	juta	SDRJ	sederajat
HUB	hubungi	STL	setelah
KRM	kirim	TH	tahun
LAM	lamaran	TLP	telepon
LKP	lengkap	TNG	tenaga
		TP	tanpa perantara
LS	luas	U/	untuk
LMBT	lambat	UTK	untuk
MG	minggu	WST	wisata

3. Menulis Teks Iklan, Slogan dan Poster

- a) Menentukan langkah membuat iklan berdasar topik/gambar yang diterima
 Penentuan langkah-langkah membuat sebuah teks iklan, slogan atau poster disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan. Berdasar ciri-ciri yang sudah diberikan pada pertemuan sebelumnya, kamu dapat menyusun teks sesuai jenisnya (iklan, slogan atau poster) dengan melihat kebutuhan berikut:

BentukTeks	Unsur-unsur			
	Gambar	Kata-kata	Gerak	Suara
a. Iklan	√	√	√	√
b. Slogan	-	√	-	√
c. Poster	√	√	-	-

Pada tabel di atas dapat kita ketahui bersama, bahwa jika menyusun iklan yang akan kita lakukan maka unsur-unsur berupa Gambar, Kata-Kata, Gerak dan Suara perlu dimasukkan dalam iklan tersebut. Jika slogan yang diinginkan maka unsur gambar dan gerak boleh ditiadakan. Sementara pada penulisan poster; unsur yang lebih dominan adalah gambar dan kata-kata yang nantinya akan ditempel/dipajang di tempat-tempat umum. Langkah ini perlu dipersiapkan terlebih dahulu sebelum menulis teks secara utuh.

- b) Menyusun kerangka teks iklan, slogan dan poster
 Kerangka teks dapat berupa panduan singkat yang menjawab kebutuhan struktur dalam sebuah iklan atau slogan atau poster yang kita buat. Pertanyaan/panduan berasal dari topik atau ilustrasi yang diberikan guru. Rumusan kerangka panduan yang dibuat berupa:

1. Iklan

Jenis iklan	diisi sesuai jenis iklan dan fungsi berdasar tugas
Barang/jasa yang diiklankan	berikan keterangan berupa nama barang/jasa
Sasaran	orang-orang yang menjadi fokus iklan sesuai bidang
Kalimat (kata-kata)	Pilihan kata dan kalimat harus menarik
Desain iklan (gambar/suara/gerak/menarik)	Pemberian keterangan gambar/suara/gerak yang menarik
Konteks	Kesesuaian konteks antara setiap unsurnya

2. Slogan

Tema slogan	Berikan tema sesuai ilustrasi/konteks yang ditugaskan
Kalimat persuasif	Susunlah kata/kalimat yang bersifat mengajak sesuai tema
Konteks slogan	Kesesuaian penulisan dan penggunaan slogan

3. Poster

Tema Poster	Berikan tema yang sesuai
Barang/jasa/Imbauan/Ajakan	Nama Barang/jasa/Imbauan/Ajakan
Sasaran	orang-orang yang menjadi target poster sesuai bidang
Kalimat (kata-kata)	Kesesuaian pilihan kata untuk poster
Desain iklan (gambar dan keindahan/menarik)	Buatkan desain gambar yang menarik minta orang

- c) Menulis teks berdasar kerangka yang dibuat
 Setelah menyimak kerangka di atas, berlatihlah membuat sebuah iklan, slogan, atau poster sesuai yang diinginkan. Isian pada tabel sebelah kanan akan menjadi acuan kalian dalam menulis iklan, slogan, atau poster yang benar dan menarik minat.
- a. Mulailah iklan dengan pernyataan yang menarik perhatian khalayak, yakni berfokus pada kepentingan atau masalah yang mereka hadapi.

Misalnya, jika kamu bermaksud menjual obat (jerawat), gunakanlah pernyataan seperti berikut, "Wajah Anda berjerawat?" Jika akan menjual produk pelangsing, pernyataan pendahuluannya bisa seperti berikut, "Anda ingin menurunkan berat badan?"

Contoh lainnya: Anda sering stres. Ingin mendapatkan ketenangan dalam waktu kurang dari 30 menit?

b. Menawarkan solusi.

Misalnya, untuk masalah jerawat, kamu dapat mengajukan kalimat tawaran seperti berikut: "Ramuan 'Jamu Cantik' mengurangi dan melenyapkan jerawat dalam waktu tiga puluh hari dan Anda kembali tampil cantik."

Untuk masalah berat badan, kamu dapat memberikan solusi seperti berikut, "Penyembuhan nondiet cara baru ini bergantung pada pikiran Anda, bukan oleh makanan yang Anda makan. Pikiran dapat menurunkan bobot Anda dengan cepat."

c. Menunjukkan bukti

Yang diperlukan khalayak sesungguhnya adalah bukti. Dalam membuat iklan, kamu tidak boleh sekadar menyampaikan janji-janji. Agar mereka lebih yakin, tunjukkanlah bukti bahwa solusi kamu berikan benar dan sesuai dengan harapan mereka.

Berikut contoh-contohnya.

- a) Jerawat Anda akan sembuh dalam 30 hari atau uang kembali. Ada 11.500 orang yang wajahnya kembali putih berseri setelah menggunakan produk kami ini.
- b) Riset memperlihatkan bahwa berat badan orang-orang turun sekitar 13 kg setelah menggunakan metode baru ini.
- c) Anda akan merasa relaks karena metode pemijatan kami sampai-sampai Anda akan tertidur di meja pijat saya.
- d) Mengajukan harga

Bagian terakhir adalah mengajukan harga yang kamu inginkan. Berikut contohnya.

1. "Jika Anda ingin merawat wajahnya Anda sekarang, pesanlah segera ramuan istimewa kami dengan harga...."

2. Hanya dengan, Anda sudah bisa memainkan gitar di akhir pekan ini.

LEMBAR KERJA SISWA
TEKS IKLAN, SLOGAN DAN POSTER

KD: 3.4

Penilaian Pengetahuan	Penilaian Keterampilan
1. Menentukan struktur dan pola penyajian teks iklan, slogan, atau poster 2. Menentukan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster	Melengkapi bagian teks yang belum lengkap sesuai pola dan kaidah kebahasaan

Kerjakan soal di bawah ini dengan tepat!

1. Salah satu kaidah kebahasaan iklan adalah kepersuasifan. Jelaskan maksud kata yang digaris bawah!
2. Buatlah sebuah kalimat iklan yang berisi ajakan menjaga lingkungan!

LEMBAR KERJA SISWA
TEKS IKLAN, SLOGAN DAN POSTER

KD: 4.4

Penilaian Pengetahuan	Penilaian Keterampilan
Menemukan informasi pendukung menyusun teks sesuai konteks	1. Merumuskan topik dan pola teks yang akan dibuat 2. Menyusun teks sesuai topik 3. Menyunting dan menyajikan hasil menulis teks

Perhatikan gambar berikut untuk menjawab pertanyaan yang diberikan!

Om Peu adalah seorang peternak ayam potong. Lokasi usaha ini tidak jauh dari rumahnya di Jalan Bhakti Karang, Nomor 34, Oebobo-Kupang. Usaha beternak ayam potong ini sudah ia mulai sejak dua tahun silam. Akibat persaingan yang ketat, Om Peu membutuhkan bantuan media masa untuk bisa mengiklankan usahanya ini agar mudah diketahui banyak orang, khususnya para pembeli. Ia pun mematok harga Rp. 60.000 untuk satu ekornya.

1. Jawablah pertanyaan berikut sesuai ilustrasi di atas!
 - a. Jika diiklankan, produk apakah yang ditawarkan pada teks tersebut?
 - b. Permasalahan apakah yang dirasakan pengiklan?
 - c. Solusi apakah yang diberikan oleh iklan tersebut?
 - d. Adakah bukti-bukti yang meyakinkan khalayak di dalamnya?
 - e. Bagaimana cara iklan tersebut menarik hari khalayak berkaitan dengan harga yang ditawarkannya?
2. Buatlah sebuah iklan dengan dengan melihat kesesuaian jawaban pada nomor 1 dan ilustrasi yang ditawarkan pada teks di atas!

**LEMBAR KERJA SISWA PERTEMUAN
MENULIS TEKS IKLAN, SLOGAN DAN POSTER**

Kegiatan siswa:

1. Buatlah sebuah poster tentang Pencegahan Covid-19. Poster ini akan dipajang di tempat umum dengan maksud setiap orang yang membacanya akan tertarik untuk melakukan pencegahan dan mewaspadaai wabah Covid-19.
2. Lengkapi tabel kerangka yang tersedia pada formulir di bawah ini.
3. Setelah melengkapi tabel ini, mulailah menyusun teks poster dengan menempatkan setiap bagiannya agar menarik bagi semua orang. Teks utuh dapat dibuat melalui berbagai aplikasi pendukung dan gambar yang menarik.
4. Kumpulkan tugas berupa:
 - 1) **kerangka** dalam tabel di bawah ini
 - 2) **gambar** poster yang sudah utuh ke Whatsapp 081353094479

Unsur Poster	Isi
Tema Poster	<i>Patuhi Protokol Kesehatan Covid-19</i>
Barang/Ajakan
Sasaran
Kalimat (kata-kata)	1..... 2.....
Desain iklan (gambar dan keindahan/menarik)	1..... 2..... 3.....