



# Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame

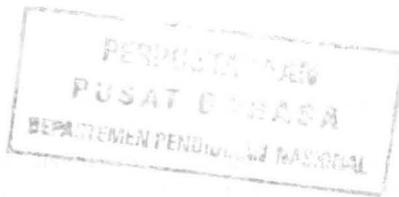


18



# Pemakaian Bahasa Dalam Iklan Berita Dan Papan Reklame

E. Zaenal Arifin  
Zulkarnain  
Jumariam



Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa  
Departemen Pendidikan dan Kebudayaan  
Jakarta  
1992

PERPUSTAKAAN PUSAT BAHASA	
PB	No. Induk : 567
Klasifikasi	Tgl. : 25/9/2007
499.21 D	Ttd. : _____
ARI	
P	

ISBN 979 459 203 X

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Sebagian atau seluruh isi buku ini dilarang diperbanyak dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali dalam hal pengutipan untuk keperluan penulisan artikel atau karangan ilmiah.

Staf Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah Jakarta: Dr. Hans Lapoliwa, M.Phil (Pemimpin Proyek), Drs. K. Biskoyo (Sekretaris), A. Rachman Idris (Bendaharawan), Drs. M. Syafei Zein, Nasim, dan Hartatik (Staf).

*Pewajah kulit: K. Biskoyo*

## KATA PENGANTAR

Masalah bahasa dan sastra di Indonesia mencakup tiga masalah pokok, yaitu masalah bahasa nasional, bahasa daerah, dan bahasa asing. Ketiga masalah pokok itu perlu digarap dengan sungguh-sungguh dan berencana dalam rangka pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia. Pembinaan bahasa ditujukan kepada peningkatan mutu pemakaian bahasa Indonesia dengan baik dan pengembangan bahasa itu ditujukan pada pelengkapan bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi nasional dan sebagai wahana pengungkap berbagai aspek kehidupan sesuai dengan perkembangan zaman. Upaya pencapaian tujuan itu dilakukan melalui penelitian bahasa dan sastra dalam berbagai aspeknya baik bahasa Indonesia, bahasa daerah maupun bahasa asing; dan peningkatan mutu pemakaian bahasa Indonesia dilakukan melalui penyuluhan tentang penggunaan bahasa Indonesia dengan baik dan benar dalam masyarakat serta penyebarluasan berbagai buku pedoman dan hasil penelitian.

Sejak tahun 1974 penelitian bahasa dan sastra, baik Indonesia, daerah maupun asing ditangani oleh Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, yang berkedudukan di Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Pada tahun 1976 penangan penelitian bahasa dan sastra telah diperluas ke sepuluh Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra yang berkedudukan di (1) Daerah Istimewa Aceh, (2) Sumatra Barat, (3) Sumatra Selatan, (4) Jawa Barat, (5) Daerah Istimewa Yogyakarta, (6) Jawa Timur, (7) Kalimantan Selatan, (8) Sulawesi Utara, (9) Sulawesi Selatan, dan (10) Bali. Pada tahun 1979 penangan penelitian bahasa dan sastra diperluas lagi dengan 2 Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra yang berkedudukan di (11) Sumatra Utara, (12) Kalimantan Barat, dan tahun 1980 diperluas ke tiga propinsi, yaitu (13) Riau, (14) Sulawesi Tengah, dan

(15) Maluku. Tiga tahun kemudian (1983), penanganan penelitian bahasa dan sastra diperluas lagi ke lima Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra yang berkedudukan di (16) Lampung, (17) Jawa Tengah, (18) Kalimantan Tengah, (19) Nusa Tenggara Timur, dan (20) Irian Jaya. Dengan demikian, ada 21 Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra, termasuk proyek penelitian yang berkedudukan di DKI Jakarta. Tahun 1990/1991 pengelolaan proyek ini hanya terdapat di (1) DKI Jakarta, (2) Sumatra Barat, (3) Daerah Istimewa Yogyakarta, (4) Bali, (5) Sulawesi Selatan, dan (6) Kalimantan Selatan.

Sejak tahun 1987 Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra tidak hanya menangani penelitian bahasa dan sastra, tetapi juga menangani upaya peningkatan mutu penggunaan bahasa Indonesia dengan baik dan benar melalui penataran penyuluhan bahasa Indonesia yang ditujukan kepada para pegawai, baik di lingkungan Kantor Wilayah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan maupun Kantor Wilayah Departemen lain dan Pemerintah Daerah serta instansi lain yang berkaitan.

Selain kegiatan penelitian dan penyuluhan, Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra juga mencetak dan menyebarluaskan hasil penelitian bahasa dan sastra serta hasil penyusunan buku acuan yang dapat digunakan sebagai sarana kerja dan acuan bagi mahasiswa, dosen, guru, peneliti, pakar berbagai bidang ilmu, dan masyarakat umum.

Buku *Pemakaian Bahasa Dalam Iklan Berita dan Papan Reklame* ini merupakan salah satu hasil Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah Jakarta tahun 1989 yang pelaksanaannya dipercayakan kepada tim peneliti dari Jakarta. Untuk itu, kami ingin menyatakan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Pemimpin Proyek Penelitian Bahasa dan

Penghargaan dan ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Dr. Hans Lapoliwa, M.Phil., Pemimpin Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah Jakarta tahun 1991/1992; Drs. K. Biskoyo, Sekretaris; A. Rachman Idris, Bendaharawan; Drs. M. Syafei Zein, Nasim serta Hartatik (Staf) yang telah mengelola penerbitan buku ini. Pernyataan terima kasih juga kami sampaikan kepada Lukman Hakim penyunting naskah buku ini.

Jakarta, Desember 1991

Kepala Pusat Pembinaan dan  
Pengembangan Bahasa

Lukman Ali

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian "Pemakaian Bahasa dalam Iklan, Berita, dan Papan Reklame" merupakan salah satu kegiatan Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Data penelitian ini sangat terbatas. Oleh karena itu, pasti masih banyak iklan yang tersebar dalam surat kabar, majalah, atau papan reklame yang luput dari pengamatan tim peneliti. Walaupun begitu, deskripsi bahasa iklan yang dapat dijelaskan dalam laporan ini memberikan gambaran umum tentang pemakaian bahasa dalam iklan, baik segi bentuk bahasanya, segi cara penyampaian atau retorikanya, maupun segi kesalahan bahasanya.

Penelitian ini dapat terlaksana berkat adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada Drs. Dendy Sugono, Pemimpin Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indoensia dan Daerah DKI Jakarta, beserta staf Proyek, Drs. Hasan Alwi (Konsultan), Direktur PT Matari, para anggota tim peneliti, Sdr. Rieza Utami Meithawati (Pembantu Pengumpul Data) dan Sdr. Warno (Pembantu Pengetikan Naskah).

Mudah-mudahan laporan penelitian ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 7 Maret 1989

Tim Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR. . . . .	v
UCAPAN TERIMA KASIH. . . . .	vii
DAFTAR ISI . . . . .	viii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG. . . . .	xi
BAB I PENDAHULUAN . . . . .	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah. . . . .	1
1.2 Tujuan . . . . .	2
1.3 Ruang Lingkup . . . . .	2
1.4 Teori. . . . .	2
1.5 Metode dan Teknik . . . . .	3
1.6 Sumber Data . . . . .	3
BAB II LANDASAN TEORI . . . . .	5
2.1 Pendahuluan. . . . .	5
2.2 Batasan dan Fungsi Iklan . . . . .	5
2.3 Tujuan Iklan. . . . .	7
2.4 Aspek Kebahasaan dalam Iklan . . . . .	8
2.4.1 Bentuk Bahasa . . . . .	8
2.4.2 Cara Penyampaian . . . . .	11
2.4.3 Kesalahan Bahasa . . . . .	14
BAB III JENIS IKLAN. . . . .	15
3.1 Iklan menurut Media Sarana . . . . .	15
3.2 Iklan menurut Ukuran . . . . .	16
3.3 Iklan menurut Barang/Jasa yang Ditawarkan. . . . .	19

<b>BAB IV BAHASA IKLAN. . . . .</b>	<b>28</b>
4.1 Pendahuluan. . . . .	28
4.2 Bentuk Bahasa Iklan . . . . .	28
4.2.1 Iklan dalam Bentuk Frasa . . . . .	28
4.2.2 Iklan dalam Bentuk Kalimat . . . . .	31
4.2.2.1 Iklan dalam Bentuk Kalimat Tunggal. . . . .	31
4.2.2.2 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Setara . . . . .	34
4.2.2.3 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Bertingkat . . . . .	38
4.2.2.4 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Campuran . . . . .	42
4.2.3 Iklan dalam Bentuk Wacana. . . . .	43
4.3 Cara Penyampaian/Retorik Iklan . . . . .	44
4.3.1 Iklan yang Menggunakan Pernyataan. . . . .	45
4.3.1.1 Iklan yang Menggunakan Pernyataan Netral . . . . .	45
4.3.1.2 Iklan yang Menggunakan Pernyataan disertai Penilaian . . . . .	45
4.3.1.2.1 Penilaian dari Segi Ruang . . . . .	46
4.3.1.2.2 Penilaian dari Segi Waktu . . . . .	46
4.3.1.2.3 Penilaian dari Segi Sifat Barang . . . . .	47
4.3.1.2.4 Penilaian dari Segi Upaya Barang . . . . .	48
4.3.1.2.5 Penilaian dari Segi Ketidnggалан . . . . .	49
4.3.1.2.6 Penilaian dari Segi Konsep Perintisan. . . . .	50
4.3.1.2.7 Penilaian dari Segi Mekanisme Barang . . . . .	51
4.3.1.2.8 Penilaian dari Segi Kejadian . . . . .	52
4.3.2 Iklan yang Menggunakan Perkaitan Konsep . . . . .	52
4.3.3 Iklan yang Menggunakan Kaidah Kealatan . . . . .	53
4.3.4 Iklan yang Menggunakan Kaidah Pemesraan . . . . .	53
4.3.5 Iklan yang Menggunakan Kaidah Peyakinan . . . . .	54
4.3.6 Iklan yang Menggunakan Kaidah Kenal Pasti. . . . .	54
4.3.7 Iklan yang Menggunakan Kaidah Perbandingan . . . . .	55
4.3.8 Iklan yang Menggunakan Kaidah Pertanyaan. . . . .	57
4.3.9 Iklan yang Menggunakan Kaidah Peringatan . . . . .	57
4.3.10 Iklan yang Menggunakan Kaidah Suruhan . . . . .	57
4.3.11 Iklan yang Menggunakan Kaidah Larangan. . . . .	58
4.3.12 Iklan yang Menggunakan Kaidah Ajakan . . . . .	58
4.3.13 Iklan yang Menggunakan Kaidah Nasihat . . . . .	59
4.3.14 Iklan yang Menggunakan Kaidah Lain . . . . .	59
<b>BAB V KESALAHAN BAHASA DALAM IKLAN . . . . .</b>	<b>63</b>
5.1 Kesalahan Ejaan . . . . .	64
5.1.1 Penulisan Kata . . . . .	64
5.1.2 Kata Asing/Serapan . . . . .	72

5.1.3 Tanda Baca . . . . .	75
5.2 Kesalahan Struktur . . . . .	77
5.3 Pilihan Kata . . . . .	78
BAB VI SIMPULAN. . . . .	80
DAFTAR PUSTAKA. . . . .	82
LAMPIRAN. . . . .	84

## DAFTAR SINGKATAN LAMBANG

### *Singkatan*

ak	: akademi	mdh	: mudah
bag	: bagian	mnt	: menit
bgs	: bagus	min	: minimum
bhs	: bahasa	mendaft	: mendaftar
bks	: bekas	Mon	: <i>Monitor</i>
bl	: bulan	org	: orang
dg/dng	: dengan	Parek	: <i>Papan Reklame</i>
dpt	: dapat	pend	: pendidikan
fas	: fasilitas	peng	: pengalaman
fem	: femina	pers	: perusahaan
hrg	: harga	Petuntel	: <i>Petunjuk Telepon</i>
hub	: hubungan	PK	: <i>Pos Kota</i>
jmn	: jaminan	PL	: <i>Pelita</i>
K/KP	: <i>Kompas</i>	prwt	: perawatan
Kar	: <i>Kartini</i>	prod	: produk
Kby	: Kebayoran	Sar	: <i>Sarinah</i>
lamr	: lamaran	sgr	: segera
lap	: lapangan	SK	: <i>Suara Karya</i>
lbr	: lembar	SP	: <i>Suara Pembaruan</i>
lkp	: lengkap	SPg	: <i>Sinar Pagi</i>
lngk	: lengkap	sgr	: segera
lls	: lulusan	srt	: surat
lul	: lulusan	stlh	: setelah
mbl	: mobil	syr	: syarat

trans : transpor  
u/mkn : uang makan

utk : untuk  
wnt : wanita

### *Lambang*

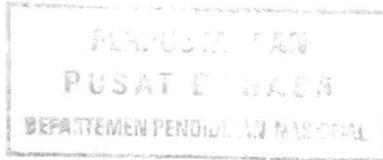
Di sini hanya dicantumkan dua contoh lambang yang digunakan, yakni lambang sumber data dari majalah dan lambang data dari surat kabar.

Misalnya :

K/11/5/88/10 : *Kompas*, 11 Mei 1988, halaman 10

Tem 10/18/5/88 : *Tempo* No. 10, 18 Mei 1988

-----> : menjadi



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 *Latar Belakang dan Masalah***

Dalam Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat No. II/MPR/1988 tentang Garis-Garis Besar Haluan Negara, Sektor Kebudayaan, butir f (GBHN, 1988 : 42) dinyatakan bahwa pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia perlu terus ditingkatkan, serta penggunaan secara baik, benar, dan penuh kebanggaan perlu makin dimasyarakatkan sehingga bahasa Indonesia menjadi wahana komunikasi sosial dan ilmu pengetahuan yang mampu memperkuh persatuan dan kesatuan serta mendukung pembangunan bangsa. Pembinaan yang dimaksudkan GBHN itu mencakupi pembinaan bahasa lisan dan bahasa tulis. Pembinaan dalam penggunaan bahasa lisan bertujuan agar pembicaraan dalam suatu pertemuan, seperti dalam diskusi dan seminar, dapat mengungkapkan bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah-kaidah bahasa. Selanjutnya, pembinaan dalam penggunaan bahasa tulis bertujuan agar bahasa yang digunakan dalam media tulis tidak menyimpang dari norma-norma bahasa yang berlaku. Sejalan dengan itu, bahasa yang dipakai dalam surat kabar, majalah, dan media cetak yang lain sedapat-dapatnya menghindari kesalahan pemakaian kaidah bahasa, baik dalam berita-beritanya, dalam ulasan dan komentarnya, maupun dalam iklan-iklannya.

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi. Dalam penyampaiannya, ada iklan yang diucapkan secara lisan, seperti melalui radio dan media elektronik yang lain, dan ada juga yang muncul dalam tulisan, seperti dalam surat kabar, majalah, dan papan reklame. Iklan berisi suatu pemberitahuan yang disiarkan kepada masyarakat agar masyarakat pembacanya tertarik pada

isi pemberitahuan tersebut. Pada umumnya, iklan berisi sesuatu yang disuguhkan, yang ditawarkan, atau yang akan dijual (Asmah binti Haji Omar, 1984 : 2). Agar tawaran tersebut menarik perhatian pembacanya, pengungkapan dalam iklan tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga pembaca terbujuk ingin membeli barang dan jasa yang ditawarkan.

Iklan tertulis sangat melimpah di sekitar kita, baik yang dimuat dalam surat kabar, majalah, dan buku maupun yang ditulis dalam papan reklame. Namun, pemakaian bahasa Indonesia dalam iklan tertulis itu belum banyak diteliti sehingga belum diketahui dengan jelas bagaimana wujud bahasa Indonesia yang digunakan dalam iklan itu. Memang pernah ada penelitian tentang bahasa iklan, yakni yang dilakukan oleh Farid Hadi (1972), tetapi hasilnya belum menggambarkan penggunaan bahasa iklan dan bahasa papan reklame dengan tuntas. Variasi-variasi pengungkapannya pun belum diketahui secara lengkap. Itulah sebabnya penelitian ini perlu dilaksanakan agar pemakaian bahasa dalam iklan dan dalam papan reklame dapat diungkapkan. Dan, hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam rangka peningkatan dan pemasyarakatan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam iklan, oleh biro-biro iklan yang akan membuat iklan yang benar-benar bermutu.

## 1.2 Tujuan

Penelitian ini bertujuan memperoleh deskripsi tentang penggunaan bahasa dalam iklan perniagaan, yang menawarkan barang dagangan dan jasa dan dalam papan reklame, yang meliputi bentuk bahasa iklan perniagaan, penyampaian/pesan bahasa iklan perniagaan, dan kesalahan-kesalahan bahasa iklan perniagaan.

## 1.3 Ruang Lingkup

Dengan berbagai keterbatasan tim peneliti, ruang lingkup penelitian ini hanyalah mencakupi pemakaian bahasa dalam iklan tertulis, yang dimuat dalam surat kabar, majalah, dan papan reklame. Dengan demikian, penelitian pemakaian bahasa dalam berita, seperti tercantum dalam judul tidak tercakup dalam penelitian ini. Selanjutnya, iklan yang tersebar dalam media tulis itu, berdasarkan segi komersialnya atau berdasarkan pesan yang bersifat menguntungkan, dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yaitu (1) iklan pemberitahuan tentang lowongan pekerjaan, penerimaan siswa baru, tender; dan (2) iklan perniagaan, yang menawarkan barang dagangan dan jasa. Dalam penelitian ini hanya akan dibicarakan jenis iklan kelompok terakhir, yaitu iklan perniagaan, yang menawarkan barang dan jasa.

## 1.4 Teori

Untuk menganalisis data, penelitian ini tidak menggunakan teori tertentu

tu, tetapi menggunakan berbagai pendapat yang relevan dengan analisis yang dikerjakan. Jadi, teori yang digunakan lebih bersifat eklektik, yakni memilih berbagai teori yang terbaik yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dihadapi. Misalnya, untuk menganalisis bentuk dan kesalahan bahasa iklan digunakan teori struktural, terutama berdasarkan (1) buku Samsuri (1985), *Tata Kalimat Bahasa Indonesia*, (2) Ramlan (1987), *Ilmu Bahasa Indonesia: Sintaksis*, (3) Kridalaksana (1985), *Tata Bahasa Deskriptif Bahasa Indonesia: Sintaksis*, (4) Moeliono (1988), *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*, (5) Hidayat dan Supriyadi (1986), *Analisis Kesalahan Berbahasa*, serta (6) *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*. Selanjutnya, untuk menganalisis cara penyampaian makna, dan pesan iklan digunakan (1) Shurter (1971), *Written Communication in Business*, (2) Asmah binti Haji Omar (1984), *Bahasa Iklan Perniagaan*, (3) Lewis (1988), *Iklan yang Efektif*, (4) Hadi (1972) *Iklan dan Bahasa yang Dipergunakan*, dan (5) Caples (1980), *Tested Advertising Methods*.

Teori yang dikemukakan pada tulisan-tulisan itu, terutama yang diterapkan dalam analisis, diuraikan secara ringkas dalam Bab II.

### 1.5 Metode dan Teknik

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yakni memerikan bahasa iklan mengenai bentuk dan pilihan kata, struktur frasa dan kalimat, ejaan, dan pesannya.

Teknik penelitian yang ditempuh dapat digambarkan sebagai berikut. Iklan dan papan reklame yang terdapat dalam sumber data dikartukan. Kemudian, kartu data itu diklasifikasi berdasarkan kesamaan ciri-cirinya. Selanjutnya, data yang sudah diklasifikasi itu dianalisis segi bahasanya, seperti frasanya, kalimatnya, dan ejaannya; serta segi kesamaan pesannya, seperti larangan, suruhan, ajakan, dan nasihat.

### 1.6 Sumber Data

Data dikumpulkan dari sumber-sumber berikut.

- Surat kabar: *Kompas*, *Suara Pembaruan*, *Pelita*, dan *Pos Kota* yang terbit bulan Januari—Mei 1988.
- Majalah: *Femina*, *Tempo*, *Editor*, *Kartini*, dan *Monitor* yang terbit bulan Januari—Mei 1988.
- Lembar kuning (buku telepon)
- Papan reklame di Jakarta.

Sumber data tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa justru dalam tulisan tersebut data iklan termuat lebih banyak sehingga data yang dapat di-

kumpulkan juga lebih banyak dan data tersebut diperkirakan dapat mewakili iklan keseluruhannya.

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 *Pendahuluan*

Salah satu cara yang dilakukan orang dalam berkomunikasi dengan sesama adalah dengan memakai sarana bahasa, baik bahasa lisan maupun bahasa tulis. Dari sarana bahasa ini pun masih dapat dibedakan adanya berbagai bentuk dan jenis komunikasi, dengan melihat bentuk bahasa yang digunakan atau pesan yang disampaikan seorang pemakai bahasa kepada pemakai bahasa yang lain. Sebagai contoh dapat diketengahkan bahwa komunikasi lisan yang dilakukan oleh seorang juru penerang akan berbeda dengan cara penyampaian seorang guru besar di ruang kuliah meskipun materi yang diketengahkan mungkin sama. Begitu juga, cara seorang pembawa berita akan berbeda dengan cara seorang pewawancara dalam siaran radio atau dalam siaran televisi. Perbedaan cara ini terjadi karena adanya perbedaan situasi dan sarana komunikasi yang digunakan. Perbedaan situasi itu menyebabkan juga terjadinya perbedaan bentuk bahasa yang mendasari pembicaraan seorang pemakai bahasa.

Dalam berkomunikasi seseorang dapat menyampaikan pesan sebaik-baiknya dengan menggunakan bahasa yang menurut hematnya mudah dipahami orang lain. Atau, mengungkapkan pesan itu dalam bahasa yang benar menurut kaidah kebahasaan yang berlaku. Demikian juga yang harus dilakukan dalam iklan karena iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi.

### 2.2 *Batasan dan Fungsi Iklan*

Salah satu definisi dan konsep iklan tercantum dalam *Ensiklopedi Indonesia*, Jilid 3 (1982 : 1376) sebagai berikut.

*Iklan adalah pesan-pesan yang disampaikan oleh perseorangan, kelompok perusahaan, atau badan-badan pemerintah dalam suatu harian, penerbitan berkala atau barang cetakan yang diedarkan secara luas (seperti buku telepon, buku-buku pameran dan sebagainya) atas dasar kontrak pembayaran.*

Berdasarkan definisi itu, dapat dikemukakan bahwa iklan adalah sarana promosi bagi perseorangan, pengusaha, organisasi, ataupun lembaga pemerintah untuk menyampaikan pesan-pesan yang bersifat menguntungkan. Keuntungan di sini tidak selalu dikaitkan dengan materi seperti uang, tetapi juga dikaitkan dengan keuntungan moral, misalnya promosi yang menyangkut kebudayaan, pendidikan, dan keagamaan. Namun, secara umum iklan lebih sering dikaitkan dengan segi-segi komersialnya saja.

Dalam *The New Encyclopedia Britannica* Vol 1 (1986 : 113) diuraikan pula bahwa pengiklanan (*advertising*) tidak hanya menawarkan hasil produksi, layanan, ataupun pendapat, tetapi juga berusaha memberikan kepada masyarakat rasa aman dalam memakai suatu hasil produksi tertentu.

*Advertising is the techniques used to bring products, services, opinions, or causes to public notice for the purpose of persuading the public to respond in a certain way toward promoting a good that is for sale, but similar methods are used to encourage people to drive safety, to support various charities, or to vote for political candidates, among many other examples.*

Selain sebagai sarana komunikasi, iklan juga merupakan sarana untuk mengembangkan suatu badan usaha atau organisasi. Jadi, iklan merupakan bentuk pemakaian bahasa yang digunakan sedemikian rupa sehingga pesan yang dikandungnya dapat diterima atau dicerna oleh kelompok masyarakat sasaran yang pada gilirannya kelompok masyarakat sasaran itu dapat memberikan umpan balik yang berupa keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Untuk meraih kepercayaan masyarakat melalui iklannya, suatu perusahaan melakukan kajian sosial untuk mengetahui minat masyarakat dan media yang tepat untuk menjangkau kelompok masyarakat yang dituju. Cara ini dikombinasikan dengan kreativitas dalam berbahasa dan menghasilkan iklan yang menarik.

Menurut Shurter (1971 : 239), iklan sebenarnya merupakan perwujudan dari surat-surat niaga (*sales letters*). Berdasarkan cara penyampaiannya, surat-surat niaga terdiri dari berbagai jenis. Ada yang berbentuk surat biasa yang isinya berupa penawaran barang dagangan. Surat ini dikirimkan langsung kepada anggota masyarakat yang namanya telah terdaftar pada perusahaan pengirim surat. Di samping itu, ada juga surat niaga yang pengirimannya tidak

terbatas pada daftar nama tertentu, tetapi ditujukan kepada khalayak pada umumnya. Surat ini diproduksi sebanyak-banyaknya dan dikirimkan sebagaimana sebuah surat. Jenis ini seringkali dikirimkan kepada khalayak melalui media cetak sehingga menjadilah dia sebuah iklan seperti yang dimaksud dalam penelitian ini. Selanjutnya Shurter (1971 : 239) mengemukakan dua pertanyaan yang menyangkut surat-surat niaga—dalam hal ini dikaitkan dengan iklan niaga; 1) Mengapa iklan digunakan secara luas? 2) Mengapa iklan dianggap paling efektif?

Jawaban atas pertanyaan itu dapat dilihat dari fakta bahwa iklan dapat menjangkau hampir semua anggota masyarakat dari segala usia, kelas sosial, wilayah, dan profesi yang mungkin berminat kepada apa yang ditawarkan. Keberhasilan sebuah iklan sangat bergantung pada kemahiran seseorang dalam menggunakan bahasa setelah penelitian atau pertanyaan berikut (Shurter, 1971 : 10) diperhatikan.

1. Siapa calon pembaca? Seorang? Sekelompok? Karyawan biasa atau manajer?
2. Apa yang diinginkan dari pembaca?
3. Cara apa yang dipakai untuk meyakinkan pembaca melakukan sesuatu yang diinginkan?
4. Apa yang diinginkan pembaca?
5. Apa pengaruh keterangan yang diberikan?

Menulis dengan baik dan benar untuk keperluan iklan adalah pekerjaan yang tidak mudah. Apabila pertanyaan di atas tidak diperhatikan, isi sebuah iklan akan menjadi sangat buruk, baik bahasanya maupun keutuhan pesannya. Artinya, pesan yang ingin disampaikan mungkin saja tidak mencapai sasarannya. Oleh karena itu, dalam menyusun sebuah iklan pembuat iklan pun harus memperhatikan unsur-unsur kebahasaan sebagai titik tolak penulisan sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima pembacanya tanpa menimbulkan keraguan. Beberapa unsur yang perlu diperhatikan adalah 'kejelasan dan keutuhan' (*clarity and coherence*), yang antara lain menyangkut organisasi sebuah kalimat (tekanan, paralelisme), organisasi paragraf (urutan kesatuan dan logikanya, transisi) (Shurter, 1971 : 24—28).

### 2.3 Tujuan Iklan

Shurter (1971 : 239) menyinggung sedikit tentang iklan sebagai salah satu bentuk surat niaga yang bertujuan

1. melakukan penjualan langsung;
2. menerima permintaan akan layanan hasil produksi;
3. memberikan dan menguji reaksi terhadap hasil produksi;
4. menjangkau prospek perusahaan;

5. mempertahankan dan menumbuhkan keagenan;
6. mempunyai itikad baik.

Struktur suatu iklan pada dasarnya bertopang pada empat unsur yakni minat, hasrat, keyakinan, dan tindakan. Struktur itu dirancang untuk menimbulkan reaksi pembaca. Struktur itu, menurut Shurter (1971 :243), disusun untuk

1. merangsang minat pembaca;
2. menimbulkan hasrat akan hasil produksi;
3. meyakinkan pembaca bahwa hasil produksi atau pelayanan itu adalah yang terbaik;
4. mendorong pembaca untuk bertindak.

Agar tujuan iklan itu tercapai, salah satu ketentuan yang harus diperhatikan adalah pembuatan tajuk iklan. Caples (1980) menyatakan bahwa yang paling berperan di antara bagian-bagian dalam iklan adalah tajuk (*headline*). Tajuk yang sangat tepat akan memotivasi daya tarik pembaca iklan. Tajuk yang panjang, tetapi memesan "sesuatu" lebih efektif daripada tajuk singkat yang tidak memberi pesan apa pun. Tajuk iklan biasanya dicetak dengan ukuran huruf yang besar agar mudah dibaca khalayak, yang biasanya tidak menaruh perhatian lagi pada bagian lainnya. Keberhasilan mempromosikan produk melalui iklan bergantung pada apa yang dikatakan dalam tajuk itu sendiri.

#### 2.4 Aspek Kebahasaan dalam Iklan

Sekurang-kurangnya ada dua hal yang dapat dikemukakan sehubungan dengan aspek kebahasaan dalam iklan, yaitu bentuk bahasa dan cara penyampaiannya. Bentuk bahasa menyangkut struktur frasa atau kalimat, sedangkan cara penyampaian berkaitan dengan persoalan retorik. Dari bentuk bahasa yang digunakan dapat juga diketahui kesalahan pemakaian bahasa yang dapat mempengaruhi keefektifan penyampaian pesan melalui iklan yang bersangkutan.

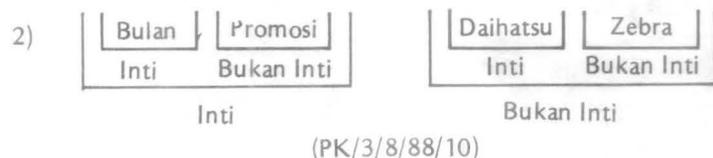
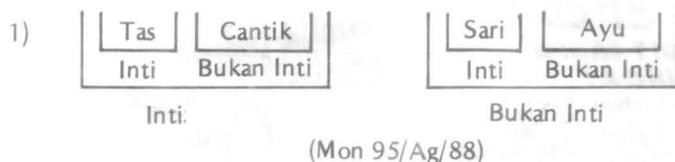
##### 2.4.1 Bentuk Bahasa

Berdasarkan bentuk bahasanya, iklan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu iklan dalam bentuk frasa, iklan dalam bentuk kalimat, dan iklan dalam bentuk wacana.

Frasa adalah satuan gramatikal yang berupa gabungan kata dengan kata yang bersifat nonpredikatif (Kridalaksana, 1985 : 15). Berdasarkan hubungan antara kata yang bergabung dalam konstruksi frasa itu, ada frasa eksosentris dan frasa endosentris. Frasa eksosentris terdiri atas frasa eksosentris direktif

dan frasa eksosentris nondirektif, dan frasa endosentris terdiri atas frasa nominal, frasa verbal, frasa adjektival, frasa pronominal, frasa numeralia (Kridalaksana, 1985 : 115; Samsuri, 1985 : 95—133).

Misalnya :



Iklan 1) merupakan frasa endosentris karena distribusi salah satu unsurnya, yakni *tas cantik*, sama dengan distribusi keseluruhannya, yakni *tas cantik sari ayu*. Iklan itu termasuk frasa nominal yang dibentuk oleh inti *tas cantik* (kategori FN) dan bukan inti *sari ayu* (kategori FN). Selanjutnya, setiap unsurnya terdiri pula atas inti dan bukan inti. Unsur *tas cantik* terdiri atas *tas* (kategori N) sebagai inti dan *cantik* (kategori A) sebagai bukan inti. Unsur *sari ayu* terdiri atas *sari* (kategori N) sebagai inti dan *ayu* (kategori A) sebagai bukan inti. Iklan-1) berstruktur FN + FN.

Iklan 2) juga merupakan frasa endosentris karena distribusi salah satu unsurnya, yakni *bulan promosi* sama dengan distribusi keseluruhannya, yakni *bulan promosi daihatsu zebra*. Iklan ini termasuk frasa nominal, yang dibentuk oleh inti *bulan promosi* (kategori FN) dan bukan inti *daihatsu zebra* (kategori FN). Selanjutnya, setiap unsurnya terdiri pula atas inti dan bukan inti. Unsur *bulan promosi* terdiri atas *bulan* (kategori N) sebagai inti dan *promosi* (kategori N) sebagai bukan inti. Unsur *daihatsu zebra* terdiri atas *daihatsu* (kategori N) sebagai inti dan *zebra* (kategori N) sebagai bukan inti. Iklan 2) juga berstruktur FN + FN.

Jenis iklan dalam bentuk frasa hampir selalu dilengkapi dengan gambar produk yang diiklankan.

Jika dipajang pada papan reklame, iklan jenis ini dilengkapi atau tidak dilengkapi dengan alamat. Akan tetapi, jika dipajang dalam media cetak, iklan jenis ini selalu dilengkapi dengan alamat penjualnya.

**KIJANG BARU**

1500cc **CITRA** 5 SPEED  
BERHADIAH LANGSUNG!

**BONUS:**  
AC Nippon  
Denso  
Radio/Tape

**CASH & CREDIT**

**KREDIT TANPA BUNGA!**  
Selama 1 tahun

**MINGGU BUKA**  
09.00 - 15.00

**UANG MUKA**  
20%



**KEPUASAN ANDA ADALAH TUJUAN UTAMA KAMI** ●●

**PT. PRO UNION INDO JAYA**  
JL. S. WIRYOPRANOTO 2A JAKARTA  
(d/h Krekot Raya)  
Tel. 355721 - 358647 - 375162 ; Fax. 375172

**TOYOTA**  
**KIJANG MAS** Wagon

Interior dilengkapi :  
Arm Rest / Head Rest  
Ternyaman di kelasnya



AUTHORIZED SUB DEALER :

- PT. SURYAMATRA HARMONI  
Jl. H. Samanhudi No. 55, Jakpus  
Telp. : 3803864, 3803892, 3845574
- PT. SINARPRAWIRA PERDANA  
Jl. Krekot Raya No. 1-B, Jakbar  
Telp. : 6292806, 6394106, 6397358
- SINAR MENTENG MOTOR  
Jl. RS. Fatmawati No. 27, Jaksel  
Telp. : 7504068

**AREMA**  
KAROSERIE INDUSTRI  
MUTU TERJAMIN

Iklan 3) merupakan contoh iklan yang dilengkapi gambar dan alamat penjualnya.

Konstruksi sintaksis yang disebut kalimat merupakan bagian terkecil dari suatu teks atau wacana yang mengungkapkan pikiran yang utuh secara ketatabahasaan (Moeliono, 1988 : 254). Jika dilihat dari segi bentuknya, kalimat dapat berupa kalimat tunggal dan kalimat majemuk. Kalimat tunggal adalah kalimat yang preposisinya satu dan karena itu, predikatnya pun satu. Kalimat majemuk adalah kalimat yang mempunyai preposisi lebih dari satu, yang terbagi lagi atas kalimat majemuk setara dan kalimat majemuk bertingkat (Moeliono, 1988 : 32—33; Samsuri, 1985 : 148—205).

Misalnya :

- 1) *Agung Advertising* membantu Anda dalam pemasangan iklan melalui mass media.  
(Petuntel 1987)
- 2) Banyak komputer sistem 386 ditawarkan, tetapi yang satu ini istimewa...  
*Djengger 386 True Multi User System.*
- 3) Pada saat kritis, ketika demam menyerang anak saya, saya hanya mempercayai Panadol.

(Kartini 358/Ag/88)

Iklan 1) termasuk iklan yang berbentuk kalimat tunggal karena kalimat ini hanya memiliki satu proposisi dan karena itu predikatnya pun hanya satu, yakni *membantu* dan struktur kalimat ini adalah S + P + O + K, *agung advertising* (S) *membantu* (P), *Anda* (O), *dalam pemasangan iklan melalui mass media* (K).

- Iklan 2) termasuk iklan yang berbentuk kalimat majemuk setara perlawanan, yang terdiri atas dua kalimat tunggal, yakni *banyak komputer 386 ditawarkan, tetapi yang satu ini istimewa... Djengger 386 True Multi Unser System*, dan kata penghubung *tetapi*.

Iklan 3) termasuk iklan yang berbentuk kalimat majemuk beringkat. Iklan itu terdiri atas anak kalimat, yakni *pada saat kritis, ketika demam menyerang anak saya* dan induk kalimat, yakni *saya hanya mempercayai Panadol*. Penanda yang digunakan dalam kalimat itu adalah *ketika*.

Wacana adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan sehingga terbentuklah makna di antara kalimat itu. Wacana yang baik harus memiliki dua syarat, yaitu adanya kohesi atau perpautan bentuk dan adanya koherensi atau perpautan makna (Moeliono, 1988 : 34; Tarigan, 1987 : 27).

Misalnya :

#### 1) Stamina Prima, Stamina AQUA.

AQUA air minum sehat, dari mata air pegunungan yang bermutu tinggi dan bebas polusi. Komposisi mineralnya berimbang. Di saat kegiatan Anda menguras tenaga, minum AQUA! Memelihara stamina dan kesegaran tubuh Anda.

(SP/8/7/88/VII)

Iklan di atas berbentuk wacana. Iklan itu memenuhi syarat wacana yang baik, yakni adanya kohesi (perpautan bentuk) dan koherensi (perpautan makna). Iklan tersebut terdiri atas empat identifikasi kalimat, yang seluruhnya berbicara tentang AQUA, yaitu 1) AQUA air minum sehat, dari mata air pegunungan yang bermutu tinggi dan bebas polusi, (2) komposisi mineralnya berimbang, 3) di saat kegiatan Anda menguras tenaga, minum AQUA, dan 4) memelihara stamina dan kesegaran tubuh Anda.

#### 2.4.2 Cara Penyampaian

Dari segi cara penyampaiannya, iklan akan dikelompokkan berdasarkan kaidah retorik yang digunakan oleh iklan yang bersangkutan. Retorik iklan mencakupi beberapa kategori, yaitu kategori 1) pernyataan, baik pernyataan netral maupun pernyataan yang disertai penilaian, 2) perkaitan konsep 3) perisytiharan, 4) umpan, 5) kealatan, 6) pemesanan, 7) kaidah kenal pasti, 8) keyakinan, 9) perbandingan, 10) doa, 11) ulasan, 12) pertanyaan, 13) peri-

ngatan, 14) suruhan, 15) silaan, 16) gesaan, 17) larangan, 18) ajakan, 19) nasiat, dan 20) kategori latar (Asmah, 1984:4—43). Di samping itu, teori tentang retorika kalimat yang dikemukakan oleh Moeliono (1988:33) dan Ramlian (1987 : 9—25) juga dimanfaatkan dalam analisis ini, terutama yang menyangkut pembagian kalimat menurut maknanya serta ciri-cirinya, yakni ciri kalimat berita, kalimat tanya, kalimat perintah, kalimat seruan, kalimat persilaan, kalimat ajakan, dan kalimat larangan.

Dalam analisis nanti kategori yang dikemukakan Asmah ini diterapkan, ditambah dengan kaidah lain. Hal itu semua bergantung pada data yang ada dalam penelitiannya ini.

Di bawah ini disajikan tujuh buah contoh penggunaan kategori retorik dalam iklan.

- 1) Bengkel resmi Honda 'Jaya Niaga Raya' (PL/3/6/88/11)
- 2) AXI Triguna pembersih lantai Anda yang sempurna. (Mon 96/8/88)
- 3) Clear Shampo tentu lebih indah, tentu yakin lebih dari sekadar shampo kecantikan. (Fem 33/8/88)
- 4) Telah dibuka! Pertama di Indonesia. Makanan disajikan serba panas di atas daun.

Restoran Sari Daun Khas Indonesiab  
(SP/19/7/88/11)

- 5) *Lux* sabun kecantikan bintang-bintang internasional. (Fem 21/2/6/88)
- 6) Jangan lupa kumud Listerine untuk menjamin kesegaran napasmu. (KP/3/6/88/2)
- 7) OMO Biru melenyapkan kotoran dan bau. (K 17/4/88/7)

Iklan 1) merupakan iklan yang menggunakan kaidah pernyataan netral. Iklan ini hanya berupa pemberitahuan yang tidak disertai penilaian oleh pemasangnya. Yang dikemukakan hanyalah nama bengkel resmi Honda, yakni 'Jaya Niaga Raya'.

Iklan 2) merupakan iklan yang menggunakan kaidah pernyataan dengan penilaian. Penilaian dalam iklan ini adalah penilaian keadaan sifat. Penanda yang jelas dalam iklan dengan kaidah ini adalah penggunaan kata "kepalangan", yakni *sempurna*.

Iklan 3) merupakan iklan yang menggunakan retorik perbandingan yang bertujuan menunjukkan kelebihan suatu barang dengan menggunakan kata *lebih* yang menyatakan *lebih* dari sekadar shampo kecantikan.

Iklan 4) merupakan iklan yang menggunakan pernyataan yang disertai penilaian yang menggunakan konsep perintisan. Konsep perintisan dalam iklan ini ditandai dengan menggunakan kata *pertama*.

Iklan 5) merupakan iklan yang menggunakan kaidah perkaitan konsep. Kaidah perkaitan konsep dalam iklan ini ditandai dengan pengaitan konsep barang yang diiklankan (*Lux*) dengan konsep yang jauh sekali dari sifat atau manfaat barang, yakni *bintang-bintang internasional*.

Iklan 6) merupakan iklan yang menggunakan kaidah suruhan karena menggunakan kata larangan *jangan*.

Iklan 7) merupakan iklan yang menggunakan kaidah penilaian berdasarkan manfaat barang, yakni menjelaskan fungsi dan kaidah barang yang diiklankan. Iklan ini menjelaskan bahwa barang tersebut dapat melenyapkan kotoran dan bau.

Dalam kenyataannya, kategori retorik ini sering tidak berdiri sendiri. Banyak contoh iklan yang menggunakan dua kategori sekaligus, seperti iklan berikut yang menggunakan kategori pertanyaan dan ajakan dan pernyataan.

pagi sore pagi :sore pagi

pagi sore pagi :sore pagi

## INGIN MAKAN NIKMAT, PUAS DAN MURAH?

Datang dan Bawalah Keluarga Anda ke Rumah Makan :

# "PAGISORE"

Jl. Krekot Bundar no. 29, Psr. Baru, Jak. Pusat.  
(Belakang Pasar SWALAYAN "METRO")

Menyajikan hidangan khas lain dari yang lain:

- \* AYAM PERAWAN GORENG
- \* GULAI KEPALA IKAN KAKAP PUTIH
- \* KEPALA IKAN KAKAP PUTIH TAUCO
- ◆ KEPALA IKAN KAKAP PUTIH ASAM PEDAS, MANIS

BUKA JAM : 10.00 - 21.00  
HARI LIBUR : 10.00 - 16.00

pagi sore pagi :sore pagi

Iklan ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

- Kategori pertanyaan : Ingin makan nikmat, puas, dan murah?  
 Kategori ajakan : Datang dan ajaklah keluarga Anda ke Rumah Makan "Pagi Sore".  
 Kategori pernyataan : Rumah Makan "Pagi Sore" menyajikan hidangan khas lain dari yang lain: ayam perawan goreng; gulai kepala ikan kakap putih; kepala ikan kakap putih tauco; kepala ikan kakap putih asam pedas, manis.

#### 2.4.3 *Kesalahan Bahasa*

Analisis kesalahan iklan akan mencakupi kesalahan dalam 1) penggunaan ejaan, 2) struktur, wacana, dan 3) pilihan kata.

Kesalahan ejaan meliputi kesalahan pemakaian huruf, penulisan kata, dan pemakaian tanda baca. Kesalahan pembentukan kata meliputi kesalahan pengimbuhan, pengulangan, dan pemajemukan. Kesalahan wacana meliputi kesalahan kohesi dan kesalahan koherensi. Pembicaraan kesalahan bahasa iklan ini terdapat dalam Bab IV.

### BAB III JENIS IKLAN

Pembagian jenis iklan dalam penelitian ini didasarkan pada media yang menjadi sarannya, ukuran iklan, dan jenis barang/jasa yang ditawarkan.

#### 3.1 *Iklan Menurut Media Sarannya*

Menurut media yang menjadi sarannya, beberapa jenis iklan dapat dikenali sebagai berikut.

##### 1) *Iklan Surat Kabar*

Iklan ini merupakan sarana komunikasi dagang yang dianggap paling efektif karena sirkulasi peredarannya dapat menjangkau khalayak perkotaan dan pedesaan sekaligus. Berbagai ukuran iklan dapat ditampung media cetak ini sesuai dengan kemampuan keuangan pemasang iklan.

##### 2) *Iklan Majalah*

Dengan iklan majalah, pemasang iklan berharap dapat menjangkau khalayak yang luas. Luas persebaran majalah biasanya mencapai seluruh wilayah dalam suatu negara.

##### 3) *Iklan Radio dan Televisi*

Iklan radio dan televisi, yang disiarkan pada program khusus, menjangkau khalayak pendengar di mana-mana (terutama iklan radio)

##### 4) *Iklan Berupa Surat Langsung*

Pemasang iklan mengirimkan pesan langsung yang ditujukan ke alamat-alamat tertentu. Pesan itu dapat berbentuk surat, *folder*, brosur, *booklet*,

kartu pos, katalog, atau selebaran. Dengan sarana iklan seperti ini, pemasang iklan berharap dapat memberikan kesan yang lebih akrab secara pribadi kepada calon pelanggan, di samping dapat menguraikan lebih rinci produk yang ditawarkannya.

#### 5) *Iklan Poster dan Papan Reklame*

Iklan ini biasanya disajikan dalam bentuk tulisan dan gambar yang menarik, dalam berbagai ukuran, dan dipasang di tempat-tempat yang cukup strategis sehingga dapat dipandang dari segala arah. Pesan yang disampaikan dalam poster atau papan reklame biasanya berbentuk singkat supaya dapat dilihat dan dibaca dalam sekilas pandang.

#### 6) *Iklan Transit*

Termasuk ke dalam jenis iklan ini adalah iklan yang dipasang pada mobil dan poter di stasiun atau terminal pemberangkatan kendaraan umum. Iklan transit, seperti iklan poster, memberikan penawaran kepada pengendara mobil dan orang yang lewat dengan pesan singkat yang dapat dilihat dan dibaca dalam sekilas pandang.

#### 7) *Iklan dalam Bentuk Pameran*

Iklan ini tidak berwujud kata-kata atau gambar, tetapi dalam bentuk pameran, peragaan, dan upaya promosi lainnya, yang semuanya bertujuan sama, yakni memikat khalayak untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkannya. Iklan jenis ini kerap kali disajikan dalam bentuk kalender menarik yang mencantumkan nama produk dan perusahaannya.

### 3.2 *Iklan menurut Ukuran*

Menurut bentuknya, iklan terbagi atas dua jenis seperti berikut.

#### 1) *Iklan Kecil atau Iklan Mini*

Sebutan iklan ini diberikan karena bentuknya yang benar-benar mini. Seringkali disebut juga sebagai *iklan barus*. Bentuk iklan ini menampung berbagai pesan yang pada dasarnya dapat dibedakan antara penawaran dan permintaan. Penyajiannya hampir selalu seragam dan ringkas, kadang-kadang banyak menggunakan singkatan. Singkatan ini hanya dikenal oleh kalangan terbatas, yakni oleh pemasang iklan dan kelompok masyarakat yang berkepentingan dengan iklan itu. Berikut ini adalah beberapa contoh iklan kecil.

##### a) *Yang Berupa Penawaran*

Iklan jenis ini menawarkan barang dan jasa.

Misalnya :

**Dijual:**

Mercy 200 '80 akhir hitam, AC/T,  
V. Rac. AMC E.Rac. urat kayu, P.  
Window, C.lock 95% ors. Jl. Kar-  
tini 8/4A. 16497

**Disewakan:**

Mercy Tiger terbaru khusus utk.  
Penganjen Orrysa Florist 3808338,  
3808337 dgn Ibu Wawa. 16498

b) *Yang Berupa Permintaan*

Iklan jenis ini meminta pembaca untuk menjual barangnya kepada pe-  
pemasang iklan. Misalnya :

**Dicari:**

Berani Beli Mobil2 bekas dgn harga  
tinggi Sedan-Minibus-Pic Up-Jeep-  
Komando-Station dll Samudera  
Motor Jl. H. Samanhudi No. 67  
(Krekot Raya) Ph. 3808886,  
3808887, Jl. Sawah Besar 57B  
Ph. 6294667-6396997.

2) *Iklan Reklame*

Berbeda dengan iklan kecil, iklan ini hanya menampung berbagai *pe-  
nawaran*. Dalam bentuk ini unsur ekonomis dan psikologis sangat berperan.  
Pada iklan ini hanya pihak penawar yang aktif. Pihak penerima (reseptif)  
semata. Iklan ini ditujukan kepada masyarakat pembeli yang potensial, para  
pemakai jasa, dan penganut ide atau gagasan yang diutarakan dalam iklan.  
Pihak penawar beranggapan bahwa berbagai keperluan, yang mungkin sudah  
dimiliki konsumen, masih perlu ditawarkan lagi melalui reklame atau propa-  
ganda; dalam hal ini melalui sarana iklan. Berikut adalah contoh iklan reklame  
tersebut.



## WAJAH BARU, PERFORMA BARU

Daihatsu GTL Family Wagon, kendaraan keluarga anda, tampil dengan wajah dan performa baru. Lampu depan halogen dengan desain yang canggih. Dilengkapi galle guard model mutakhir yang mantap dan kokoh. Kemampuan mesinnya ditingkatkan. Suaranya halus namun tenaganya tak diragukan. Suspensinya dan sistem pengeremannya lebih disempurnakan, sehingga melalui medan yang berat sekalipun, gerakannya tetap mulus dan lembut.

Kini, dengan Daihatsu GTL Family Wagon Baru anda sekeluarga dapat meluncur semakin anggun, mantap dan aman.

### 3.3 Iklan menurut Barang/Jasa yang Ditawarkan

Berdasarkan jenis barang/jasa yang ditawarkannya iklan dapat dibagi menjadi beberapa jenis seperti berikut.

#### 1) 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.

Misalnya :

#### (1) BRYLCREAM

Hair Darkener Cream

Mengembalikan warna alami rambut bertahap namun pasti.

(K/14/5/88/II)

#### (2) Dengan teknologi Italy harga ekonomi bermutu tinggi.

*Mario Minardi*

Sepatu teknologi Italy

(T 17, 18/25/6/88)

#### (3) OMO Biru Melenyapkan kotoran dan bau!

(K/17/4/88/VII)

#### (4) Kini di Indonesia

*Exclusive Quality Beauty Shampoo*

Belum pernah ada shampoo semewah ini.

(Mon 95/8/88)

#### (5) "Untuk kecantikan kulitku, kupilih Lux".

Anda juga, bukan?

Sabun kecantikan bintang-bintang internasional.

(Mon 87/2/7/88)

#### (6) Bagaimana wanita sibuk masih dapat menghadirkan Soto Ayam lezat di celah kegiatannya. . . .

"Rahasianya" . . .

*Bumbu Instant Indofood*

*Bumbu Instant Indofood*

Cara praktis menghadirkan masakan Indonesia

(Sar 148/5/88)

#### (7) Di saat bekerja, di kala senggang.

Kopi Murni Indonesia bagaikan . . . sahabat.

Minumlah Kopi Murni Indonesia.

- (10) Terungkap sudah . . .  
Rahasia awet muda, cantik dan menarik secara alamiah . . .  
Berkat minum Jamu Pil Istimewa *Simona*.  
*Simona*  
Terbukti dari pengalaman.  
(Mon 89/2/7/88)
- (8) *Royco*  
Pencipta hidangan istimewa.  
(Fem/23/6/88)
- (9) Selamat dan sukses atas peresmian METRO tennis terminal.  
(SP/4/6/88/III)

## 2) *Iklan Kebutuhan Sekunder*

Iklan ini menawarkan produk-produk yang merupakan kebutuhan pelengkap dalam kehidupan khalayak. Pada kelompok iklan ini ditawarkan, misalnya, kendaraan bermotor dengan segala yang berkaitan dengannya, aksesoris pakaian dan rumah, dan barang-barang elektronika, baik yang termasuk dalam kategori mewah maupun tidak, Misalnya :

- (1) *VILLA DELIMA*  
Pemukiman Nyaman & Seger di Jakarta Selatan Design bangunan artistik dengan mutu prima suasana tentram, segar dan hijau, terhindar dari kebisingan kota.  
(SP/17/6/88/III)
- (2) *Kelapa Gading Permai*  
Semakin lengkap semakin elite.  
Pilihan Terbaik di Lingkungan Terbaik.  
(Tem 18/2/7/88)
- (3) Waktu = uang  
*Maruzen*  
Elektronik time recorder  
(Tem 23/18/8/88)
- (4) *Daihatsu Zebra*  
Membawa Anda menikmati kehidupan masa kini.  
(Tem 16, 18/6/88)
- (5) *Astra Motor Sales* memberi Anda fasilitas kredit paling menguntungkan  
Kami memberi bukti . . . bukan janji!  
(Tem 25, 18/20/8/88)

- (6) Performannya getarkan jantung kaula muda  
Dunia belajar bermobil dari *Ford*  
(Tem 30, 18/24/8/88)
- (7) HINO JAGOAN CARI DUIT, TERNYATA JUGA JAGOAN CARI  
DEVISA  
Hino Indonesia  
Menembus  
Pasaran Ekspor  
(PK/29/7/88/IX)
- (8) *Honda*  
Standar menuju kesempurnaan.  
*Prestige*  
ACCORD  
(Fem 22, 16/9/6/88)
- (9) HONDA  
ACCORD  
PRERSTGE  
2000 cc  
SALOON  
Melayani segala bentuk penjualan dengan HARGA PANTAS !
- (10) *Jeep CJ-Z*  
Andalan kerja mobilitas tinggi  
(Petuntel 1987)
- 3) *Iklan Kebutuhan Perkantoran*  
Iklan ini menawarkan barang-barang yang diperlukan dalam kegiatan perkantoran, seperti alat tulis, faksimil, fotokopi, dan alat percetakan.
- (1) Untuk menggungkapkan kerinduan yang dalam, perasaan yang tulus, hanya *Parker* yang tepat untuknya.  
(Tem 10, 18/5/88)
- (2) KOTAK KARTON BERLAPIS KAYU  
PERTAMA DI INDONESIA  
KUAT & LEBIH TAHAN AIR DIBANDING KARTON BIASA  
RINGAN & LEBIH EKONOMIS DIBANDING KOTAK KAYU  
(SP/17/16/88/14)
- (3) *Lem Fox*  
Lem untuk bahan-bahan kulit, karet, busa, kayu, triplex, formika, vinyl, karpet, dll.  
(Petuntel 1987)

- (4) Bukan hanya sekedar solusi masalah arsip lebih dari itu penghematan biaya.  
Sistem royalty, hemat tempat, mudah dilihat, hemat waktu.  
*Datascrip*  
(Tem 30, 18/24/9/88)
- (5) Membuat operasi perusahaan Anda berjalan lebih lancar, efisien dan produktif.  
*Datascrip*  
Sytem for Business PT  
(Petuntel 1987)
- (6) Kepercayaan Anda dalam dunia percetakan  
*Krisantium offset printing*  
(Petuntel 1987)
- (7) *KIS*  
Bonafitas perusahaan Anda ditentukan oleh hasil percetakan alat tulis kantor Anda.  
*KIS PRINTERS*  
(Petuntel 1987)
- (8) Buku Tulis  
Locomotif  
Asyiiik. . . . . ditulisnya
- (9) SATU-SATUNYA YANG DIPROSES DENGAN *XDI SYSTEM*  
EXO Stamp  
PERTAMA DI INDONESIA YANG SANGGUP SUPPLY BAHAN BAKU  
MESIN DAN KNOW-HOW UNTUK PRODUKSI STEMPEL WARNA  
TANPA BANTALAN?  
KP/11/7/88/X)
- (10) Perforator  
KON  
DIE BLOK SYSTEM  
mencegah pemalsuan tlekumen anda

#### 4) *Iklan Promosi Hiburan*

Jenis ini merupakan kelompok iklan yang menawarkan berbagai fasilitas hiburan dan pariwisata yang tersedia bagi khalayak. termasuk ke dalam kelompok ini adalah iklan yang menawarkan sarana berupa kamera, buku, majalah, hotel, kesenian, dan angkutan. Misalnya :

- (1) Jual – beli  
tukar tambah  
kamera bekas  
nixon  
Beli dengan harga pantas, jual bergaransi!  
Hub. BURSA KAMERA  
(KP/4/7/88/XII)
- (2) Polaroid  
PAS FOTO  
Hanya 1 menit  
(KP/29/6/88/VI)
- (3) "Gerak ke masa depan tanpa batas"  
*Fuji film*  
(Fem 23, 16/16/6/88)
- (4) Koran nasional dari timur.  
*Jawa Pos*  
Padat, hangat dan akurat.  
(Tem 16, 18/18//88)
- (5) MAJALAH BERITA BERGAMBAR  
JAKARTA—JAKARTA  
PANAS GAMBARNYA HANGAT BERITANYA  
(K/11/5/88/VII)
- (6) *Kartini* No. 356 terbit 11 Juli 1988  
Harga Rp 2.500,00  
(Tem 9, 18/9/7/88)
- (7) EKSEKUTIF Majalah bulanan menyoroti dunia kesekutif.  
Edisi khusus  
Dibaca oleh  
Dibaca ribuan pemegang keputusan, karena menyajikan hanya yang  
terbaik.  
(Tem 19, 18/9/7/88)
- (8) Ledakan kelima *Humor Sufi*  
Tersedia di Toko Buku  
(Tem 25, 18/20/8/88)
- (9) KE SLO – JOGYA  
P.O. DWIJAYA  
BIS MALAM CEPAT & WISATA  
(SP/30/4/88/X)

(10) "Liburan ke Belanda lagi?"

"Tentu . . .! Saya juga ambil tour *KLM* ke tiga negara lain!"

The Reliable Airline *KLM*.

(Fem 22, 16/9/6/88)

5) *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. Misalnya:

(1) MCS

Personal

Computer

KREDIT

12 x Rp. 139.500

Syarat Ringan

Tanpa jaminan

(SP/23/5/88/XIV)

(2) Printer Epson

Kini dibuat di Indonesia

Kami telah mewujudkan alih 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.

(KP/27/7/88/X)

(3) Banyak komputer sistem 386 ditawarkan, tetapi yang satu ini

istimewa . . . . .!

*Djanger 386 True Multi User System*

(Tem 25, 18/20/8/88)

(4) Bila mereka menyatakan siap mendukung setiap produk, tanyakan berapa banyak produk mereka yang masih siap berfungsi.

*IBM*

(Tem 25, 18/27/8/88)

(5) Untuk masa depan lebih cemerlang.

*IBM*

(Tem 25, 18, 20/8/88)

(6) Semua menjanjikan dukungan.

Kami mendukung janji itu.

Kami berusaha di bidang solusi dan hasil guna.

*IBM*

(Tem 27, 18/3/9/88)

(7) Di masa depan.

Anda perlu mempersiapkan satu hal.

Masa depan itu sendiri.

Kami berusaha di bidang solusi dan hasil guna *IBM*

(Tem 28, 18/10/9/88)

#### 6) *Iklan Perekonomian*

Kelompok iklan ini menawarkan fasilitas perbankan, pertokoan, dan perindustrian. Misalnya :

(1) *Djarum Super*

Tampil dalam kemasan dua belas dan enam belas batang.

Mutu dan rasa tetap *Super*.

*Djarum Super* Topnya kretek filter.

(Tem 19, 18/9/7/88)

(2) *Gudang Garam International*

Nikmatnya Kretek Filter

(Tem 20, 18/16/7/88)

(3) Dengan dukungan teknologi modern serta pengalaman 76 tahun, *Semen Padang* terpilih dan terpercaya di mana-mana

(4) "Dari Italia lewat Sanjaja langsung ke kamar mandi Anda"

*Sandjaja* tetap paling unggul dan eksklusif

*Sandjaja*

Rumah idaman Anda

(Kar 359/8/88)

(5) Info saldo rekening 24 jam

*Bank Danamon*

(Tem 26, 18/27/6/88)

(6) Bagaimana menjadi pribadi yang diakui

*Bank Duta*

Kartu visa Bank Duta. Diakui di seluruh dunia.

(Fem 20, 16/26/5/88)

(7) "Profesionalisme pelayanan pribadi dan kepercayaan masyarakat . . . mulai berbuah nyata di *Bank Perkembangan Asia*"

(Fem 32, 16/8/88)

- (8) "Tak berjuang berlama-lama untuk membangun sebuah rumah"  
KPR Bank Perkembangan Asia memudahkannya untuk Anda.  
(Tem 20, 18/16/7/88)
- (9) GRATIS  
Rekening koran dari deposito *Citibank*  
Berlaku sampai dengan 30 September 1988  
*Citibank*  
Consumer Services Group  
(Tem 19, 18/9/7/88)
- (10) *Doraji House*  
Mini market & garden restaurant  
Satu-satunya pusat makanan Korea di Jakarta  
(Tem 17, 18/25/6/88)
- 7) *Iklan Jasa*  
Termasuk kelompok ini adalah iklan yang memberikan informasi tentang tersedianya jasa tertentu, lowongan kerja, dan keamanan.  
Misalnya :
- (1) LABA<sup>2</sup>  
REPARASI  
Cikini 85  
KYAI CARINGIN 28  
Panglima Polim 44  
Samanhudi (Krekot) 65  
(SP/27/6/88/XIV)
- (2) Terbaik dari kami mutu dan ketepatan waktu  
*PT Intermasa*  
(Tetuntel 1987)
- (3) Saling percaya dan kerja sama adalah kunci keberhasilan kami, dan spesialisasi usaha adalah jaminan mutu kerja kami.  
*Total Bangun Persada*  
Construction & Development Corporation  
Mengisi pembangunan dengan hasil nyata  
(Tem 22, 18/30/7/88)
- (4) BENGKEL RESMI HONDA  
JAYA NIAGA RAYA  
Work Sho & part

- (5) *Agung Advertising*  
membantu Anda dalam pemasangan iklan melalui semua mass media  
(Petuntel 1987)
- (6) BENGKEL MODEREN UNTUK SERVICE & REPARASI MOBIL  
HANGTUAH
- (7) Kami,  
Melangkah maju sejalan dengan citra usaha Anda.  
Tenaga muda terampil penuh dedikasi menjadi andalan kepuasan kami.  
*Tunas Jaya Lestari*  
Teman setia dalam pelayanan cetak mencetak antara lain: Stationeri,  
sticker, brochures, bar coaster, kalender, majalah serta graphic design.  
(Petuntel 1987)
- (8) YAMATO  
Sekali semprot padam  
APPRON  
(SP/27/6/88/XIV)
- (9) Mencegah kebakaran?  
CHUBB!  
Chub Fire System Paling Tangguh! (SP/29/4/88/XIV)
- (10) Pilihan dunia  
Pilihan kita!  
*The Univenus CO. LTD*  
(Petuntel 1987)

## BAB IV BAHASA IKLAN

### 4.1 *Pendahuluan*

Seperti sudah dikemukakan dalam landasan teori, analisis bahasa iklan meliputi tiga hal, yakni bentuk bahasa, cara penyampaian, dan kesalahan bahasa. Pada bagian-bagian selanjutnya, aspek kebahasaan dalam iklan itu akan dibahas satu per satu.

### 4.2 *Bentuk Bahasa Iklan*

Dari data yang ada, iklan disajikan dalam bentuk frasa, kalimat, dan wacana.

#### 4.2.1 *Iklan dalam Bentuk Frasa*

Dalam penelitian ini hanya ditemukan data iklan yang berbentuk frasa endosentris. Itu pun jumlahnya sangat terbatas. Iklan yang berbentuk frasa endosentris terdiri atas bagian inti dan bagian bukan inti, yang kadang-kadang, masing-masing terdiri pula atas bagian inti dan bagian bukan inti. Biasanya, iklan yang berbentuk frasa ini dilengkapi dengan gambar barang yang diiklankan dan dapat ditemukan pada papan reklame di pinggir-pinggir jalan. Misalnya :

- (1) 

Kursus	malam
Inti	Bukan Inti

 | bahasa Jepang, Perancis, Inggris, dan menjahit
- Inti Bukan Inti

(SP/3/10/88/14)



(KP/4/7/88/3)



(PL/3/6/88/11)



(Parek)



(Parek)



(Parek)

Data (1) merupakan frasa endosentris dengan *Kursus malam* sebagai inti dan *bahasa Jepang, Perancis, Inggris, dan menjahit* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bagian bukan inti yang berupa frasa nomina. Jadi, struktur data (1) adalah

$$FN = FN + FN$$

Data (2) merupakan frasa endosentris dengan *Kerja sama* sebagai inti dan *dengan PT Asuransi Jiwa Ikrar Abadi* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bagian bukan inti yang berupa frasa preposisional. Jadi, struktur data (2) adalah

$$FN = FN + FPrep$$

Data (3) merupakan frasa endosentris dengan *Bengkel Resmi Honda* sebagai inti dan *Jaya Niaga Raya* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bukan inti yang berupa frasa nomina. Jadi, struktur data (3) adalah

$$FN = FN + FN$$

Data (4) merupakan frasa endosentris dengan *PD Genteng Maher* sebagai inti dan *Jatiwangi* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bagian bukan inti yang berupa nomina. Jadi, struktur data (4) adalah

$$FN = FN + N$$

Data (5) merupakan frasa endosentris dengan *Kaos Kaki* sebagai inti dan *Mundo* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bagian bukan inti yang berupa nomina. Jadi, struktur data (5) adalah

$$FN = FN + N$$

Data (6) merupakan frasa endosentris dengan *Becks Bier* sebagai inti dan *Cap Kunci* sebagai bukan inti. Frasa ini terdiri atas bagian inti yang berupa frasa nomina dan bukan inti yang berupa frasa nomina. Jadi struktur data (6) adalah

$$FN = FN + FN$$

Berdasarkan kenyataan, jumlah iklan yang disajikan dalam bentuk frasa sangat sedikit jika dibandingkan dengan yang disajikan dalam bentuk kalimat atau wacana. Jenis iklan yang ditemukan hanya berupa frasa endosentris; tidak satu pun ditemukan iklan berupa frasa eksosentris. Bagian inti iklan yang endosentris semuanya nomina, sedangkan bagian bukan intinya dapat nomina, frasa nomina, frasa preposisional, atau adjektiva. Selain itu, iklan

yang berbentuk frasa endosentris ini banyak menggunakan kata-kata asing, seperti data berikut.

- (1) *Pixy Moisture Lipstick*  
(Parek)
- (2) *Indonesian Carpets Corporation*  
(Parek)
- (3) *Kentucky Fried Chicken*  
(Parek)
- (4) *Super Quintrix Alpha*  
(Parek)

Data-data ini tidak dianalisis karena disajikan bukan dalam bahasa Indonesia.

#### 4.2.2 *Iklan dalam Bentuk Kalimat*

Iklan yang disajikan dalam bentuk kalimat terbagi menjadi beberapa kelompok, yaitu iklan dalam bentuk kalimat tunggal, kalimat majemuk setara, kalimat majemuk bertingkat, dan kalimat majemuk campuran.

##### 4.2.2.1 *Iklan dalam Bentuk Kalimat Tunggal*

Kalimat tunggal yang digunakan dalam iklan sangat bervariasi, sebagai berikut.

- (1) Seleraku . . . Indomie. (SP/s/6/88/5)
- (2) Airband Spring Bed pilihan Anda yang paling ideal. (Petuntel 1987)
- (3) Rhonal obat paten untuk rasa sakit. (Tem 18/9/7/88)
- (4) Anda dapat memiliki rumah di kawasan kota satelit baru Bintaro Jaya dengan harga Rp 16.500.000,00 (SP/10/6/88/7)
- (5) Hidup dimulai pada umur 40 tahun. (Tem/20/8/88)
- (6) Bagi kami, perjuangan tak mengenal waktu. (Tem 23/7/88)
- (7) Gunung Agung mempersembahkan dimensi baru sarana dunia pendidikan Indonesia. (SP/1/6/88/5)
- (8) Gaya Frederick Forsyth . . . unik. (Tem 2/7/88)
- (9) Moniar profil genteng rumah masa kini (Petuntel 1987)
- (10) Telah dibuka Prince Burger di Jalan Pintu Air No. 16 Jak Pus.  
(PK/10/7/88/12)
- (11) Sakit kepala lenyap dalam sekejap dengan Oskadon. (Tem 14/4/6/88)
- (12) Bumi Bintaro Permai lingkungan hijau yang eksklusif di Jakarta Selatan.  
(Petuntel 1987)

Iklan (1) terdiri atas subjek yang berupa nomina (*selera*) dan predikat yang berupa nomina (*indomie*). Jadi, struktur bahasa iklan (1) adalah

S : N + P : N

Iklan (2) terdiri atas subjek yang berupa frasa nomina (*airband spring bed*) dan predikat yang berupa frasa nomina (*pilihan Anda paling ideal*). Jadi, struktur iklan (2) adalah

S : FN + P : FN

Contoh yang lain

- (a) Minyak angin 1001 pelindung kesehatan keluarga Anda. (SP/21/6/88/11)
- (b) Bedak dengan calamine bedak antai biang keringat dan anti gatal. (PK/19/8/88/10)
- (c) Vetco hasil perpaduan minyak kelapa tradisional dan kecanggihan teknologi mutakhir. (Kar 361/9/88)
- (d) Melanox Cream pemutih yang aman. (Sar 148/6/7/88)
- (e) Shampo Sariayu khasiat alam, tradisi kami. (Fem 17/28/4/88)
- (f) Starlic capsule pembina kesehatan prima. (Tem 18/9/7/77)
- (g) Sakatonik Liver penambah darah dan tenaga baru. (Tem 18/30/7/88)
- (h) Obat batuk & pilek yang dianjurkan para ahli batuk NELLCO SPECIAL OBH. (Fem 16/9/6/88)

Iklan (3) terdiri atas subjek yang berupa nomina (*Rhonal*), predikat yang berupa frasa nomina (*obat patent*), dan keterangan yang berupa frasa preposisional (*untuk rasa sakit*). Jadi, struktur iklan (3) adalah

S : N + P : FN + K : FPrep

Contoh yang lain

- (a) PBN alamat Anda yang paling tepat untuk semua keperluan alkohol yang bermutu yang diproduksi oleh pabrik tertua dan terbesar di Indonesia. (Perumtel 1987)
- (b) Rhonal obat paten untuk sakit kepala, nyeri, dan semua rasa sakit. (Tem 18/19/7/88)

Iklan (4) terdiri atas subjek yang berupa nomina (*Anda*), predikat yang berupa frasa verba (*dapat memiliki*), objek yang berupa nomina (*rumah*), dan keterangan yang berupa frasa preposisional (*di kawasan kota satelit baru Bintaro Jaya dengan harga Rp 16.500.000,00*), Jadi, struktur iklan (4) adalah

S : FN + P : FV + O : FN + K : FPrep

Contoh yang lain

- (a) Ovaltine membakar semangat atlit sejak Olimpiade 1932.
- (b) Modess memberikan perlindungan maksimal di hari-hari yang paling Rawan. (Mon 83/2/6/88)

Iklan (5) terdiri atas subjek yang berupa verba (*hidup*), predikat yang berupa verba (*dimulai*), dan keterangan yang berupa frasa preposisional (*pada umur 40 tahun*). Jadi, struktur iklan (5) adalah

S : V + P : V + K : FPrep

Iklan (6) terdiri atas keterangan yang berupa frasa preposisional (*bagi kami*), subjek yang berupa nomina (*perjuangan*), predikat yang berupa frasa verba (*tak mengenal*), dan objek yang berupa nomina (*waktu*). Jadi, struktur iklan (6) adalah

K : Fprep + S : N + P : FV + Pel : N

Iklan (7) terdiri atas subjek yang berupa frasa nomina (*Gunung Agung*), predikat yang berupa verba (*mempersalahkan*), dan objek yang berupa frasa nomina (*dimensi baru sarana dunia pendidikan Indonesia*). Jadi, struktur iklan (7) adalah

S : FN + P : FV + O : FN

Contoh yang lain

- (a) Keris Gallery memenuhi selera eksklusif Anda. (Sar 146/4/88)
- (b) Neril menghentikan dan mencegah kerontokan sekaligus merangsang pertumbuhan rambut Anda. (Kar 361/9/88)
- (c) Singer mempermudah pekerjaan rumah tangga. (Mon 94/8/88)
- (d) Pasta gigi Darkie memberi Anda napas lebih lama. (Fem 17/28/4/88)
- (e) Varemoid mengandung zat pemutih pembuluh darah yang dapat menghilangkan gejala-gejala wasir secara aman. (KP/20/7/88/5)

Iklan (8) terdiri atas subjek yang berupa frasa nomina (*Gaya Frederick Forsyth*) dan predikat yang berupa adjektiva (*unik*). Jadi, struktur Iklan (8) adalah

S : FN + P : Adj/FAAdj

Contoh yang lain

- (a) Lipstick Viva merah bara, merah cinta. (Mon 87/2/7/88)
- (b) Lebaran dengan Danisa lezat lahir batin. (Fem 19/12/5/88)
- (c) Yeos lezat bermanfaat. (Kar 356/7/88)
- (d) Vim bersih cemerlang dalam sekejap. (Sar 153/8/88)
- (e) Busa super aktif bersih harum dan cemerlang. (Sar 151/7/88)

Iklan (9) terdiri atas subjek yang berupa nomina (*Monier*), predikat yang berupa frasa nomina (*profil genteng rumah*), dan keterangan yang berupa frasa nomina (*masa kini*). Jadi, struktur iklan (9) adalah

S : N/FN + P : N/FN + K : FN

Contoh yang lain

(a) Aku Juara Olympiade tahun 2000.

Iklan (UD) terdiri atas predikat yang berupa frasa kerja (*telah dibuka*), subjek yang berupa frasa nomina (*Prince Burger*), dan keterangan yang berupa frasa preposisional (*di Jalan Pintu Air No. 16 Jak Pus*). Jadi, struktur iklan (10) adalah

P : FV + S : FN + K : FPrep

Contoh yang lain

(a) Tiba saatnya rekreasi dan berekreasi di Citra Garden. (KP/8/7/88/9)

(b) Tersedia ratusan produk pisau untuk keperluan: dapur, hotel, restaurant, perkebunan, camping, promosi, hadiah, dsb. (Fem 25/30/6/88)

(c) Telah dibuka trayek bus PPD No. 909 dari Grogol langsung ke lokasi terminal bus Bumi Sarana Rejeki. (PK/29/6/88/12)

Iklan (11) terdiri atas subjek yang berupa frasa nomina (*sakit kepala*), predikat yang berupa verba (*lenyap*), keterangan (waktu) yang berupa frasa preposisional (*dalam sekejap*), dan keterangan (alat) yang berupa frasa preposisional (*dengan Oskadon*). Jadi, struktur iklan (11) adalah

S : FN + P : Adj + Kw : Prep + Ka : FPrep

Iklan (12) terdiri atas subjek yang berupa frasa nomina (*Bumi Bintaro Permai*), predikat yang berupa frasa nomina (*lingkungan hijau yang eksklusif*), dan keterangan yang berupa frasa preposisional (*di Jakarta Selatan*). Jadi, struktur iklan (12) adalah

S : FN + P : FN + K : FPrep

#### 4.2.2.2 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Setara

Kalimat majemuk setara yang dipakai sebagai pengungkap iklan, pada dasarnya, ada tiga jenis, yaitu kalimat majemuk setara penjumlahan, kalimat majemuk setara perlawanan, dan kalimat majemuk setara pemilihan, seperti contoh berikut.

##### a. Kalimat Majemuk Setara Penjumlahan

Dalam penelitian ditemukan tiga variasi kalimat majemuk setara penjumlahan, seperti contoh di bawah ini.

- (1) Basuki Abdullah mengabadikan keindahan alam dan kami melestarikan kenikmatan rasa kretek asli.

Wisnilak—Sampurna  
(Tem 29/17/9/88)

- (2) Saveriano Ballesteros, kemauan kuat adalah rahasianya, jam tangan kuat adalah pilihannya.

(Tem 23/6/8/88)

- (3) Jamu pil Cristanol menghindarkan penimbunan, menurunkan berat badan tanpa menimbulkan efek sampingan, merampingkan pinggang, perut, dan paha Anda.

(Fem 16/21/4/88)

Iklan (1) adalah kalimat majemuk setara penjumlahan yang dibentuk oleh dua buah kalimat tunggal, yakni kalimat pertama *Basuki Abdullah mengabadikan keindahan alam* yang berpola S : FN + P : V + O : FN, dan kalimat kedua, *kami melestarikan kenikmatan rasa kretek asli* yang berpola S : N + P : V + O : FN. Kedua kalimat tunggal itu dihubungkan oleh konjungsi koordinatif hubungan penambahan *dan* (Moeliono, 1988 : 236). Jadi, struktur iklan (1) adalah:

S : FN + P : V + O : FN dan S : N + P : V + O : FN

Iklan (2) adalah kalimat majemuk setara penjumlahan yang dibentuk oleh dua buah kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Saveriano Ballesteros, kemauan kuat adalah rahasianya* yang berpola topik + S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, *jam tangan kuat adalah pilihannya* yang berpola S : FN + P : FV. Kedua kalimat tunggal itu dibatasi tanda koma ( , ). Jadi, struktur iklan (2) adalah

S : FN + P : FN, S : FN + P : FV

Contoh kalimat majemuk setara penjumlahan yang lain yang hanya dibatasi tanda koma adalah sebagai berikut.

- (a) Japos Graha Lestari rumah asri, harga serasi. (SP/29/4/88/12)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Japos Graha Lestari rumah asri* yang berpola S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, *harga serasi* yang berpola S : N + P : Adj. Kedua kalimat dibatasi tanda koma. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FN, S : N + P : Adj

- (b) Uang Anda sewaktu-waktu dapat diambil, laba 4%/bulan, bonus 5%/tahun. PT Suti Kelala (SP/30/5/88/14)

Iklan ini dibentuk oleh tiga kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Uang Anda sewaktu-waktu dapat diambil* yang berpola S : FN + K : N + P : FV, kalimat kedua, *laba 4%/bulan* yang berpola S : N + P : FNu, dan kalimat ketiga, *bonus 5%/tahun* yang berpola S : N + P : FNu. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + K : N + P : FV, S : N + P : FNu, S : N + P : FNu

- (c) Fasilitas baru dari American Express The Customer Service Center, fasilitas terpadu untuk efisiensi segala urusan Anda. (SP/10/6/88/15)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *fasilitas baru dari American Express The Customer Service Center* yang berpola S : FN + P : FPrep dan kalimat kedua, *fasilitas terpadu untuk efisiensi segala urusan Anda* yang berpola S : FN + P : FPrep. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FPrep, S : FN + P : FPrep

- (d) Commodore Special tampak keren, rasa paten. (Mon 88/2/7/88)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Commodore Special tampak keren* yang berpola S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, *Commodore Special rasa paten* yang berpola (S : N) + P : FN. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FN, (S : N) + P : FN

- (e) Gigi semakin sehat, gusi semakin putih cemerlang.  
Pepsodent (KP/11/7/88/7)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Gigi semakin sehat* yang berpola S : N + P : FAdj, dan kalimat kedua, *gusi semakin putih cemerlang* yang berpola S : N + P : FAdj. Jadi struktur iklan ini adalah

S : N + P : FAdj, S : N + P : FAdj.

- (f) Perumahan Harapan Baru memberikan nilai tambah dalam menyediakan fasilitas, Anda boleh berbangga berada di lingkungan Real Estate. (PK/26/8/88/12)

Iklan ini dibentuk oleh tiga kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Perumahan Harapan Baru memberikan nilai tambah dalam menyediakan fasilitas* yang berpola S : FN + P : V + O : FN + K : FPrep, dan kalimat kedua, *Anda boleh berbangga*, yang berpola S : N + P : V, dan kalimat ketiga, *(Anda) berada di lingkungan Real Estate* yang berpola (S : N) + P : V + K : FPrep. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : V + O : FN + K : FPrep, S : N + P : FV + (S : N) + P : V + K : FPrep

Iklan (3) adalah kalimat majemuk setara penjumlahan yang dibentuk tiga kalimat tunggal (karena memiliki tiga predikat), tetapi subjeknya sama. Ketiga kalimat ini dibatasi tanda koma. Kalimat pertama, *jamu pil Cridtanol*

*menghindarkan penimbunan* yang berpola S : FN + P : V + O : N; kalimat kedua, (S) *menurunkan berat badan tanpa menimbulkan efek sampingan* berpola (S : FN) + P : V + O : FN; kalimat ketiga, (*jamu pil Cristanol*) (S) *merampingkan pinggang, perut, dan paha Anda* berpola (S : FN) + P : V + O : FN. Jadi, struktur iklan (3) adalah

S : FN + P : V + O : N, P : V + O : FN, P : V + O : FN

Iklan lain yang predikatnya lebih dari satu, tetapi subjeknya sama adalah sebagai berikut.

- (a) *Oil of Ulan* merawat kecantikan wajah, menghadirkan senyum menawan. (Fem 20/26/5/88)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Oil of Ulan* merawat kecantikan wajah yang berpola S : FN + P : V + O : FN, dan kalimat kedua, (*Oil of Ulan*) (S : FN) menghasilkan senyum menawan yang berpola (S : FN) + P : V + O : FN. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : V + O : FN, P : V + O : FN

- (b) Hitam berkulau, tampil memukau *Suave*. (Mon 89/2/7/88)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Hitam berkulau (Suave)* yang berpola P : Adj + (S : N) dan kalimat kedua, *tampil memukau Suave* yang berpola P : Adj + S : N. Jadi, struktur iklan ini adalah

P : Adj, P : Adj + S : N

- (c) *Tropicana Slim* kecap manis diet, bebas gula, dan rendah garam. (Sar 150/6/7/88)

Iklan ini dibentuk oleh tiga kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Tropicana Slim kecap manis diet* yang berpola S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, (*Tropicana Slim*) (S) *bebas gula* yang berpola S : FN + P : FAdj, dan kalimat ketiga, (*Tropicana Slim*) (S) *rendah garam* yang berpola (S) + P : FAdj. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FN + P : Adj + P : Adj

- (d) *Clear Shampoo* sentuhan indah, sentuhan yakin. (Fem 33/16/8/88)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Clear Shampoo sentuhan indah* yang berpola S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, (*Clear Shampoo*) (S) *sentuhan yakin* yang berpola (S : FN) + P : FN. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FN + P : FN

b. *Kalimat Majemuk Setara Perlawanan*

Dalam penelitian ini hanya ditemukan satu bentuk kalimat mejemuk setara perlawanan, sebagai berikut.

Soft & Easy bukan sekedar pembalut wanita, tapi juga alat kecantikan. (Kar. 353/5/6/88)

Iklan ini dibentuk oleh dua kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *Soft & Easy bukan sekedar pembalut wanita* yang berpola S : FN + P : FN, dan kalimat kedua, *(Soft & Easy) (S) juga alat kecantikan* yang berpola (S : FN) + P : FN. Kedua kalimat tunggal itu dihubungkan oleh konjungsi koordinatif hubungan perlawanan *tapi*. Jadi, struktur iklan ini adalah

S : FN + P : FN, tapi P : FN

c. *Kalimat Majemuk Setara Pemilihan*

Dalam penelitian ini hanya ditemukan satu bentuk kalimat majemuk setara pemilihan, sebagai berikut.

Dioles, dicampur, atau diminum langsung pasti lebih nikmat, lebih berkhasiat. Madurasa campuran pelengkap minum jamu. (Fem 17/28/4/88)

Iklan ini dibentuk oleh tiga kalimat tunggal, yakni kalimat pertama, *(Madurasa) dioles* yang berpola (S : N) + P : V, kalimat kedua, *(Madurasa) dicampur* yang berpola (S : N) + P : V, dan kalimat ketiga, *(Madurasa) diminum langsung* yang berpola (S : N) + P : FV, dan keterangan, *pasti lebih nikmat*, lebih berkhasiat yang berupa K : FAdj. Ketiga kalimat itu dihubungkan oleh konjungsi koordinatif hubungan pemilihan *atau*. Subjek kalimat itu adalah *madurasa campuran pelengkap minum jamu* yang merupakan kalimat tersendiri. Jadi, struktur iklan itu adalah

(S : N) + P : V, (S : N) + P : V, atau (S : N) P : FV + K : FAdj,  
S : FN + P : FN

4.2.2.3 *Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Bertingkat*

Ada dua jenis kalimat majemuk bertingkat yang digunakan dalam iklan, yaitu kalimat majemuk yang berpola

- a) induk kalimat yang diikuti anak kalimat, dan
- b) anak kalimat yang diikuti induk kalimat.

a. *Anak Kalimat + Induk Kalimat*

Iklan yang disajikan dengan pola anak kalimat yang diikuti induk kalimat terlihat pada contoh berikut.

- (1) Bila Anda harus menghadiri rapat perusahaan yang penting di akhir pekerjaan Anda, terbanglah dengan Cathay Pacific.  
(Fem 16/21/4/88)
- (2) Bila gejala batuk menyerang keluarga Anda, ambillah *Benadryl Expectorant*, obat batuk terpercaya yang kini tersedia tanpa resep.  
(PK/17/9/88/5)
- (3) Bila kadar gula darah meningkat. Minumlah jamu Pil Sutrine untuk mempercepat penurunannya.  
(PK/17/9/88/5)
- (4) Bila Anda memiliki Toyota dengan kondisi baik untuk dijual, teleponlah Mobil 88 sekarang juga.  
(PK/9/7/88/12)
- (5) Bila hanya ada sedikit tambahan yang memenuhi keinginan kami. Hanya sedikit kretek yang kami buat.  
(Tem 9/9/7/88)
- (6) Seandainya Anda duduk di kursi ini, Anda bisa bicara lebih banyak tentang sesuatu, dan kenyamanan Pantai Mutiara.  
(K/20/5/88/5)
- (7) Kalau kau besar nanti sayang, kau pasti jadi dokter yang ternama. Susu saya susu Bendera.  
(Mon 92/2/8/88)
- (8) Pada saat kritis, ketika demam menyerang anak saya, saya hanya mempercayai Fanadol Eloksir.  
(Kar 358/8/88)
- (9) Saat janji dan harapan menjadi kenyataan indah, itulah saatnya Anda memerlukan *Fresh Spirit* 'Skinsation' . . . sejuta rasanya.  
(Fem 34/16/9/88)
- (10) Saat santai, serasa belum lengkap tanpa *Wut Silver Queen* Milk Chocolate  
(Mon 95/8/88)
- (11) Karena anak Anda menjadi prioritas pertama, Anchor Milk pantas menjadi pilihan utama Anda.  
(Fem 25/30/6/88)
- (12) Meskipun ada beberapa pemukiman prestige di Jakarta. Hanya ada satu Green Garden.  
(SP/10/6/88)

- (13) Sekalipun tanpa melihat, Anda dapat membedakan rasanya khas, lebih nikmat. *Kentucky Fried Chicken*

(Sar 146/4/5/88)

Iklan (1), (2), (3), (4), (5), dan (7) dibentuk oleh anak kalimat dan induk kalimat. Anak kalimat data (1), (2), (3), (4), (5), (6), dan (7) termasuk anak kalimat hubungan syarat, dengan subordinator yang dipakai *bila*, *kalau*, dan *seandainya*, sedangkan induk kalimatnya ada yang berupa kalimat perintah imperatif (1), (2), (3), dan (4) serta kalimat berita/deklaratif (5), (6), dan (7).

Iklan (8), (9), dan (10) dibentuk oleh anak kalimat hubungan waktu, dengan subordinator yang digunakan *saat* dan *ketika* dan induk kalimat yang berupa kalimat berita.

Iklan (11) dibentuk oleh anak kalimat hubungan penyebab, dengan subordinator yang digunakan *karena* dan induk kalimat yang berupa kalimat berita.

Iklan (12) dan (13) dibentuk oleh anak kalimat hubungan konsesif, dengan subordinator yang digunakan *sekalipun* dan *meskipun* dan induk kalimat yang berupa kalimat berita.

Versi lain dari pola ini adalah anak kalimat, yang tidak menggunakan kata penghubung penanda anak kalimat (subordinator) secara eksplisit, dan diikuti induk kalimat, seperti tampak dalam contoh berikut.

- (1) Menyambut Lebaran, hadiah langsung 2 tabung gas elpiji Kompor Gas Standar Ariston bagi semua Generasi. (SP/2/5/88/11)
- (2) Bicara mengenai keterpaduan sebuah Bandara Swiss, yang Anda dengar hanyalah suara-suara merdu dari segala arah. (Temp 29/18/17/9/88)

Iklan (1) dan (2) termasuk kalimat majemuk bertingkat dengan pola anak kalimat yang diikuti induk kalimat. Anak kalimat *menyambut Lebaran* pada (1) dan *bicara mengenai keterpaduan sebuah Bandara Swiss* pada (2) tidak menggunakan subordinator yang eksplisit. Berdasarkan konteksnya, subordinator yang dapat digunakan pada (1) adalah *untuk*, sedangkan subordinator yang dapat digunakan pada (2) adalah *jika* atau *apabila*.

Induk kalimat pada data (1) dan (2) termasuk kalimat pernyataan (deklaratif).

#### b. *Induk Kalimat + Anak Kalimat*

Iklan yang disajikan dengan pola induk kalimat yang diikuti anak kalimat terlihat pada contoh berikut.

- (1) Sebuah karya akan menjadi sempurna bila disentuh tangan-tangan profesional PT Pembangunan Jaya. (Temp 23/18/9/88)
- (2) Anda tak pernah akan terlambat bila pengantar pesanan disertai sebuah peta. Toshiba Facsimile telah terbukti paling banyak dipakai. (KP/26/7/88/6)
- (3) Bimoli minyak goreng 24 karat karena terjamin mutunya bagai emas 24 karat warna keemasan melezatkan, kelezatan menyehatkan. (Mon 94/8/88)
- (4) Pembeli kami puas karena prasarana terus berkembang. Perjalanan ke Taman Kebon Jeruk kini semakin nyaman lewat Jalan Tembus Sisi Jalan Tol Jakarta—Merah. (SP/29/4/88/11)
- (5) Seindah tarikan pena, lpe dalam sketsa aslinya, sejelas itu pula hasil copy Xerox di sebelahnya, Karena Anda pasti sulit membedakannya Xerox 3950 (Tamp 18/18/2/7/88)
- (6) Niteflu paling cepat menyembuhkan pilek dan flu sambil membantu Anda tidur nyenyak. (Fem 16/16/21/4/88)

Iklan (1) dan (2) memiliki induk kalimat yang berupa kalimat pernyataan (deklaratif) dan anak kalimat hubungan syarat dengan subordinator *bila*. Anak kalimat data (1) mempunyai subjek yang sama dengan subjek induk kalimat, *sebuah karya*, sedangkan anak kalimat data (2) mempunyai subjek yang berbeda dengan subjek induk kalimat.

Iklan (3) dan (4) memiliki induk kalimat yang berupa kalimat pernyataan dan anak kalimat hubungan sebab dengan subordinator *karena*. Anak kalimat data (3) mempunyai subjek yang sama dengan subjek induk kalimat, *Bimoli*, sedangkan anak kalimat data (4) mempunyai subjek yang berbeda dengan subjek induk kalimat.

Iklan (5) memiliki induk kalimat yang berupa kalimat pernyataan dan anak kalimat hubungan waktu dengan subordinator *sambil*. Anak kalimatnya mempunyai subjek yang sama dengan subjek induk kalimat, *Niteflu*.

Iklan (6) memiliki induk kalimat yang berupa kalimat pernyataan yang menggunakan gaya repetisi. Anak kalimatnya ditulis berdiri.

Versi lain dari pola ini adalah induk kalimat diikuti anak kalimat yang tidak menggunakan kata penghubung penanda anak kalimat (subordinator) secara eksplisit, seperti tampak dalam contoh berikut.

- (1) Toko Buku Gramedia mempersembahkan hadiah besar menyambut Tahun Ajaran '88—'89 1 Juni—31 Agustus '89. (Mon 90/2/7/88)

- (2) Terbit selera sang bayi Indonesia, melihat 3 hidangan baru penuh selera. SNM bubur susu instant (Mon 97/9/88)

Iklan (1) dan (2) termasuk kalimat majemuk bertingkat dengan pola induk kalimat yang diikuti anak kalimat. Induk kalimat pada data (1) dan (2) termasuk kalimat pernyataan (deklaratif). Anak kalimatnya adalah *menyambut Tahun Ajaran '88—'89, 1 Juni—31 Agustus 1989* pada (1) dan *melihat 3 hidangan baru penuh selera* pada (2). Kedua anak kalimat itu tidak menggunakan subordinator secara eksplisit. Berdasarkan konteksnya, subordinator yang dapat digunakan pada (1) adalah *untuk*, sedangkan subordinator pada (2) adalah *ketika* atau *saat*.

#### 4.3.2.4 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Campuran

Dalam penelitian ditemukan iklan yang disajikan dalam kalimat majemuk campuran, baik yang berpola kalimat majemuk bertingkat yang diikuti kalimat majemuk setara, maupun yang berpola kalimat majemuk setara yang diikuti kalimat majemuk bertingkat, sebagai berikut.

- (1) Minum Sakatonik Liver sesudah makan sahur dan buka puasa, badan terasa sehat dan kuat sepanjang hari. (SP/30/4/88/3)
- (2) Dengan teknologi tinggi serta dukungan para ahli berpengalaman, Film Fuji dan Kertas Foto Fuji semakin dipercaya di dunia untuk mengindah-kan setiap kenangan indah yang tak terlupakan. (KP/15/7/88/8)

Iklan (1) termasuk kalimat majemuk campuran dengan pola kalimat majemuk yang diikuti kalimat majemuk setara.

Kebertingkatannya diwujudkan oleh anak kalimat yang diikuti induk kalimat, yakni *minum Sakatonik Liver sesudah makan sahur dan buka puasa* (anak kalimat). Dalam induk kalimat terdapat unsur kesetaraan, yakni *badan terasa sehat* dan *(badan) kuat sepanjang hari*.

Iklan (2) termasuk kalimat majemuk campuran dengan pola kalimat majemuk bertingkat yang diikuti kalimat majemuk setara dan diikuti lagi kalimat majemuk bertingkat. Unsur kebertingkatannya terdapat pada anak kalimat *dengan teknologi tinggi serta dukungan para ahli berpengalaman* yang diikuti induk kalimat *Fuji Film semakin dipercaya di dunia* dan *kertas foto Fuji semakin dipercaya di dunia*. Urutan anak kalimat ditambah induk kalimat itu diikuti lagi anak kalimat, yakni *untuk mengendalikan setiap kenangan indah yang tak terlupakan* yang menggunakan subordinator hubungan tujuan, *untuk*.

### 4.2.3 Iklan dalam Bentuk Wacana

Banyak sekali iklan yang disajikan dalam bentuk wacana, seperti tampak dalam contoh ini.

- (1) Sekalipun tanpa melihat, Anda dapat membedakan . . . RASANYA KHAS, LEBIH NIKMAT Kelezatan Kentucky Fried Chicken telah menjadi buah bibir dunia, Rasanya khas dan lebih nikmat, Berkat *resep rahasia Kolonel Sandres*, ayam digoreng dengan temperatur tekanan tinggi sehingga rasa alami meresap ke dalam daging. Ditambah dengan kombinasi 11 macam ramuan dan bumbu, menghasilkan ayam goreng terbaik yang pernah Anda coba. Kentucky Fried Chicken terbuat dari ayam segar pilihan. Nilai gizinya tinggi, memang pantas untuk keluarga Anda. Kini restoran Kentucky Fried Chicken di Hayam Wuruk, Harco-Pasar Baru, Slipi, Glodok Plaza, Tebet dan Medan telah menggunakan. (KP/7/7/88/3)
- (2) Telepon mobil cellular Dancal memberikan lebih banyak kemudahan dan efisiensi. Dancal inilah telepon mobil yang paling tepat untuk para eksekutif seperti Anda. Dancal dilengkapi berbagai fasilitas canggih yang menjamin Anda dapat berkomunikasi dengan begitu mudah dan efisien sepanjang perjalanan mobil Anda. (KP/14/7/88/5)
- (3) Selamat Hari Raya, Selamat ber-Blue Band, Tamu-tamu besar dan kecil mengalir datang. Pesta hari raya semakin semarak . . . Hidangan serba lezat disajikan . . . Hidangan Blue Band. Pujian mewarnai kebanggan ibu. Tentu saja! Hari Raya harus selalu istimewa, itulah mengapa ibu bijaksana hanya menyajikan hidangan lezat Blue Band. Masakan atau kue. Selamat Hari Raya . . . Lezat penuh vitamin pembina keluarga sehat (KP/8/6/88/16)
- (4) Batuk adalah gangguan yang biasa kita alami. Benar-benar menjengkelkan, karena dapat menyerang setiap waktu. Semakin anda batuk, akibatnya semakin membuat selaput tenggorokan anda memerah dan meradang. Konidin melenyapkan batuk dengan melegakan tenggorokan anda. (KP/1/8/88/4)
- (5) The future link, Kami membuka jalan baru, SEL merupakan sebuah perusahaan Jerman yang utama dan sebagai pemimpin anggota dari *Alcatel*, grup telekomunikasi yang terluas di dunia. Kami mempunyai sebuah sistem digital sentral telepon yang berputar diseluruh dunia. SYSTEM 12, Dan kami bawakan untuk Anda. Sebuah jaman baru dari telekomunikasi . . . **ALCATEL SEL** (SP 3/10/88/10)

Iklan bentuk wacana (1) berbicara tentang ayam goreng di Kentucky Fried Chiken. Wacana ini memiliki kekohesifan, yakni akhira *nya* pada rasanya (kalimat 2), *nilai gizinya* (kalimat 5) dan pengulangan *ayam goreng* (kalimat 2 dan 3). Kekohersian wacana ini cukup terpelihara karena semua pembicaraannya tidak keluar dari topik, yakni *ayam goreng* di Kentucky Fried Chiken. Wacana ini disajikan secara deduktif.

Iklan bentuk wacana (2) berbicara tentang telepon mobil *Cellular Danca!*. Wacana ini sangat apik. Kekeohesifannya diwujudkan dengan pengulangan kata *Danca!* (kalimat 2 dan 3). Kekohersian pun cukup baik; tidak ada satu kalimat pun yang menyeleweng dari topik. Wacana ini disajikan secara induktif.

Iklan bentuk wacana (3) berbicara tentang *Blue Band*. *Kekohesifannya diwujudkan dengan pengulangan kata Blue Band*

Iklan bentuk wacana (3) berbicara tentang *Blue Band*. Kekohesifannya diwujudkan dengan pengulangan kata *Blue Band* (kalimat 2 dan 3). Kekohersian memang kurang apik, tetapi dari seluruh konteks dapat dikatakan bahwa wacana ini tidak berbicara soal lain. Wacana ini disajikan secara deduktif-induktif.

Iklan bentuk wacana (4) berbicara tentang *Konidin*. Segi kekohesifan dan kekohersian cukup terjaga. Wacana ini disajikan secara induktif.

Iklan bentuk wacana (5) berbicara tentang *Alcatel Sel*. Bentuk wacana ini padu karena diikat dengan peranti kekohesifan, yakni pengulangan *Alcatel Sel*. Keterpautan antarkalimat terasa agak longgar. Walaupun begitu, semua kalimat tidak menyimpang dari *Alcatel Sel*.

#### 4.3 Cara Penyampaian/Retorik Iklan

Tujuan produsen mengiklankan hasil produksinya dalam media massa cetak dan papan reklame adalah agar barang yang diproduksi dapat diketahui oleh khalayak yang tinggal di berbagai kota dan desa sehingga barangnya laris. Dengan demikian, barang tersebut dapat mendatangkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya bagi si penjual. Untuk mencapai tujuan itu, si penjual berusaha menggunakan bahasa yang khas dan menarik, yang dapat memikat calon pembelinya, yang akhirnya si calon pembeli, ingin membeli barang tersebut.

Karena tujuan iklan ingin menarik dan memikat calon pembelinya, sangatlah tepat jika Omar (1984 : 3) mengatakan bahwa bahasa iklan adalah bahasa pengaruh. Kekhasan yang terdapat dalam bahasa pengaruh ini tampak dalam cara penyampaiannya yang berkesan.

Berikut ini dideskripsikan berbagai cara penyampaian iklan dengan bahasa yang berkesan (retorik).

#### 4.3.1 *Iklan yang Menggunakan Pernyataan*

Ada beberapa jenis pernyataan dalam iklan, seperti pernyataan yang hanya memberi tahu dan pernyataan memberi tahu dengan disertai penilaian dari segi ruang, waktu, asal-usul, keandalan, dan sebagainya.

##### 4.3.1.1 *Iklan yang Menggunakan Pernyataan Netral*

Iklan jenis ini semata-mata hanya memberi tahu keberadaan barang yang diproduksi tanpa diwarnai oleh penilaian atau sikap produsen. Berikut dicantumkan beberapa contoh.

- (1) Telah beredar Kaset serial sandiwara radio Saur Sepuh. Procold (Sar150/6/7/88)
- (2) Telah dibuka Prince Burger di Jalan Pintu Air No. 16 Jak Pus (PK/10/7/88)
- (3) Bengkel Resmi Honda "Jaya Niaga Raya" (PL/3/6/88/11)
- (4) Kalung Emas Berlian dari Shampo Sariayu (SP/17/6/88/10)
- (5) PD Genteng Mekar Jatiwangi (Parek)
- (6) Kaos Kaki Mundo (Parek)
- (7) Becks Bier Cap Kunci (Parek)
- (8) Rokok Kretek Gudang Garam (Parek)
- (9) Limas Yulia Motor, Jual beli, tukar tambah mobil baru & bekas. (Petuntel 1987)
- (10) Bank BNI Swadharma Bhakti Negara (Tem 21/18/7/88)

Iklan (1)—(2) di atas hanyalah berupa pemberitahuan semata-mata, tanpa dibarengi sikap atau penilaian pemasang iklan. Hal itu tampak jelas pada penggunaan kata-kata *telah beredar* dan *telah dibuka* yang tidak disertai tujuan lain. Apalagi data (3)—(10) hanyalah merupakan informasi tentang keberadaan barang atau bahkan hanya nama barang. Karena tidak disertai keinginan tertentu dari si penjual. Iklan jenis ini memiliki kesan yang kadarnya rendah bagi pembaca tertentu. Akan tetapi, bagi pembaca yang sudah bosan dengan iklan yang penuh rayuan, justru iklan data seperti inilah yang menarik perhatiannya.

##### 4.3.1.2 *Iklan yang Menggunakan Pernyataan Disertai Penilaian*

Pihak pengiklan atau produsen menyampaikan sikap dan penilaian yang positif terhadap barangnya, sebagai berikut.

#### 4.3.1.2.1 *Penilaian dari Segi Ruang*

Iklan jenis ini dikaitkan dengan luas kawasan penyebaran barang yang diiklankan. Contoh-contohnya sebagai berikut.

- (1) Kini Anda dapat terbang langsung dari Indonesia ke Selandia Baru mulai 4 Nopember 1988. Dari Jakarta ke Denpasar, dan langsung ke Auckland, Selandia Baru. Garuda Indonesia (Fem 33/16/8/88)
- (2) Susu dengan kadar vitamin A & D serta mineral yang cukup, mutlak diperlukan setiap anak bagi pertumbuhannya.  
*Klim* jutaan anak di dunia tumbuh bersamanya. (Fem 20/16/26/5/88)
- (3) Carlsberg dinikmati di lebih dari 155 negara. Carlsberg The glorious bier from Denmark. (Tem 19/118/9/7/88)
- (4) Mereka yang sukses membagi saat-saat minum kopi mereka dengan Anda. *Nescafe Fine Blend* disukai penggemar kopi di Indonesia. (Tem 28/18/10/9/88)
- (5) Ethiopian Air Lines S.G. Penerbangan yang mempunyai jaringan terluas di Afrika. Untuk pembukaan hubungan Agen Perjalanan terdekat atau langsung, PT Ayuberga GSA Ethiopian Air Lines Wisma Nusantara Lt. 7 (KP/19/7/88/12)
- (6) Raleigh sepeda dunia . . . (Petuntel)
- (7) Semua memakai *Goodyear* di jalan raya dan di arena balap. *Goodyear* pemimpin dunia dalam teknologi ban. (Tem 10/18/5/88)
- (8) *TERDEKAT . . . TERDEPAT . . . PALING BERGENSI . . . Di antara Perumahan BTN di Kawasan Timur Metropolitan HARAPAN BARU Perumahan Dengan Lingkungan Nyaman & Apik.* (PK/5/8/88/12)
- (9) *DETERJEN INDONESIA PERTAMA MENEMBUS PASAR JEPANG* (KP/18/7/88/5)
- (10) *Kami berada di Pekan Raya Jakarta '88 dengan pelayanan istimewa.* (SP/17/6/88/4)

Iklan (1)—(10) memperlihatkan kepada pembaca seberapa jauh luas kawasan penyebaran barang yang diiklankan. Penggunaan *dari Indonesia ke Selandia Baru dan dari Jakarta ke Denpasar, ke Auckland* (1), *di dunia* (2), *135 negara* (3), *di Indonesia* (4), *di Afrika* (5), *dunia* (6), *di jalan raya dan di arena balap* (7), *di Kawasan Timur Metropolitan* (8), *pasar Jepang* (9), dan *di Pekan Raya Jakarta '88* (10), akan menguatkan kesan yang diterima pembaca iklan bahwa barang yang diiklankan menyebar dan menjangkau ke kawasan tersebut.

#### 4.3.1.2.2 *Penilaian dari Segi Waktu*

Iklan jenis ini dikaitkan dengan segi waktu tentang barang yang diiklan-

kan, seperti lama pemakaiannya, tidak cepat rusak, dan lama peredaran zamannya. Contoh-contohnya sebagai berikut.

- (1) Kami hadirkan sesuatu yang sangat berharga dari masa lampau untuk masa kini. Shampoo Tradisional *Mustika Ratu* keindahan rambut alami. (Fem 22/16/9/6/88)
- (2) Peluang emas memiliki BMW 318. Sedan kompak termahal saat ini. BMW kelas tersendiri (Tem 10/18/5/88)
- (3) Teh kemas Capri Sonne gaya minum teh masa kini. Kemasan yang khas Capri. Sonne, dengan warna keemasan, menempatkan Teh Kemas Capri-Conne sebagai minuman bergaya saat ini. (PL/26/7/88/2)
- (4) *Dunia Wanita* majalah wanita tertua di Indonesia. Terbit dua kali sebulan setiap tanggal 1 dan 15 sejak 15 Juni 1949. Selalu hadir dalam gaya dan isi yang khas. Sajian yang lain, yang menarik: Tertua dan termurah. (Tem 24/16/23/6/88)
- (5) *ABC* Serba guna No. 1 Tahan Lama
- (6) *TLD 26 mm* Terus terang Phillips terang terus. (T/25/18/20/8/88)
- (7) Para Arsitek mengakui: Duluk cemerlang lebih lama. (T/18/18/2/7/88)
- (8) Kemeja sepanjang masa IP Loreli Enak Dipandang
- (9) MGR LEVERBRE MENANTANG & VATIKAN. IA MEMBANGKANG 18 TAHUN. MAKA GEREJA PECAH. TSSB DAN KSOB DIPERTAHANKAN. (KP/4/7/88/7)
- (10) *SPECIAL OFFER HARGA KHUSUS* Holiday Package Hotel Kartika Plaza Berlaku mulai tgl: 7 Mei s/d 22 Mei 1988 Rp.44.500,00 single/double Per malam (K/11/5/88/11)
- (11) *Optik Melawai* cepat-cermat-teliti 24 jam selesai (Petuntel 1987)
- (12) . . . Anda dari London ke Sydney hanya dalam 50 menit. (Tem 10/18/5/88)

Konsep waktu pada iklan (1)—(2) terlihat pada penggunaan frasa yang menunjukkan makna waktu, yakni *dari masa lampau untuk masa kini* (1), *saat ini* (2), *masa kini dan saat ini* (3), *sebulan, tanggal 1 dan 15 sejak 15 Juni 1949, dan tertua* (4), *tahan lama* (5), *terang terus* (6), *lebih lama* (7), *sepanjang masa* (8), *18 tahun* (9), *7 Mei s/d 22 Mei 1988* (10), *12 jam* (11), dan *50 menit* (12). Konsep waktu yang digunakan dapat mengacu waktu yang pendek (50 menit) dapat juga mengacu waktu yang panjang (sepanjang masa). Ada lagi konsep waktu yang mengacu peringkat umur (tertua) atau peredaran zaman yang lama (terus).

#### 4.3.1.2.3 Penilaian dari Segi Sifat Barang

Iklan jenis ini menilai barang dari segi keandalan sifat barang, sempurna, bermutu, kukuh, awet, dan sebagainya. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Sesegar pagi ceria. Cita rasa alamiah dari daun teh pilihan, gula tebu bermutu, dan harum bunga melati segar (PL/21/6/88/10)
- (2) Teknologi canggih Thomson Perancis karya kebanggaan dunia (SP/29/4/88/11)
- (3) Laksa memang lezat, apalagi kalau dibuat dari Raja Bihun. Emm . . . Pasti lebih lezaat! Lebih praktis, lebih lezat dan lebih higienis Raja Bihun. (Sar 153/8/88)
- (4) Bubur bayi dari bahan alami. Ballita lengkap gizi. (PK/2/4/88/2)
- (5) *Green Pagoda Pastilles* Segitiga hijau yang satu ini memang yang terbaik! Lebih hangat, lebih segar, lebih akrab. (Mon 87/2/7/88)
- (6) Album joget kenangan yang lagu-lagunya amboi . . . Lagu-lagu joget dangdut kenangan Planet Senen (PK/1/8/88/9)
- (7) *Yamaha*, Pengalaman 100 tahun membuktikan *Yamaha* sebagai produsen terbesar alat-alat musik terbaik di dunia. (Petuntel 1987)
- (8) Yang lembut di tengah keluarga. Eagle handuk pilihan keluarga. (Kar 355/6/7/88)
- (9) Facetti the superior quality. Kursi praktis bermutu dengan sentuhan anggun. (Petuntel 1987)
- (10) Yang tangguh dan ekonomis muncul dengan sosok baru *Suzuki Katana*. (Kar 360/9/88)

Keandalan sifat barang yang digunakan dalam data (1)—(10) diwakili oleh pemakaian kata/frasa *pilihan dan bermutu* (1), *canggih* (2), *lebih lezat, lebih praktis, dan higienis* (3), *lengkap* (4), *hangat, segar, dan akrab* (5), *amboi* (6), *terbesar dan terbaik* (7), *lembut* (8), *bermutu dan anggun* (9), dan *tangguh, ekonomis* (10). Keandalan sifat barang itu bermacam-macam, seperti sifat tingkat biasa (*lezat, segar*), tingkat lebih (*lebih lezat, lebih praktis*), dan tingkat paling (*terbaik, terbesar*).

#### 4.3.1.2.4 Penilaian dari Segi Upaya Barang

Iklan jenis ini menilai barang dari segi keandalan barang, seperti barang tersebut dapat melakukan sesuatu, dengan baik sekali, atau dapat melakukan beberapa perbuatan sekaligus. Contoh iklan jenis ini sebagai berikut.

- (1) Jamu Busterin Special memperindah payudara tersedia dalam bentuk pil dan krem. (Fem 28/16/21/7/88)
- (2) *Kedaulatan Rakyat* bermanfaat bagi seluruh keluarga. Disajikan dengan gaya khas. (Petuntel 1987)
- (3) Problema kaum wanita: keputihan/pektay, menstruasi tidak tepat, menurunnya keindahan serta kesegaran tubuh, seiring meningkatnya usia. Hal ini dapat diatasi *Binari*. (PL/1/7/88/2)

- (4) Urusan Perbankan Anda menjadi lebih mudah *Bank Negara*. (Tem 12/18/5/88)
- (5) Dari sudut pandang yang baru kami wujudkan harapan Anda-Anda. *Unibank* (Tem 27/18/3/9/88)

Keandalan upaya barang diwujudkan dengan kata kerja, baik aktif maupun pasif, yang mencerminkan barang tersebut betul-betul dapat memanfaatkan fungsinya. Kata kerja yang dipakai seperti *memperindah* (1) *bermanfaat* (2), *dapat diatasi* (3), *menjadi* (4), dan *mewujudkan* (5).

#### 4.3.1.2.5 Penilaian dari Segi Ketunggalan

Iklan jenis ini menyatakan bahwa hanya barang jenis inilah yang baik, satu-satunya. Barang yang sama dari pengeluaran lain tidak setanding dengan barang ini. Barang lain tidak memiliki ciri tersebut. Contoh-contoh iklan jenis ini sebagai berikut.

- (1) *Ariston 5 chefs* Satu-satunya 3 hidangan sekaligus tanpa berbau rasa dan aroma Ariston Standar mutu (Kar 355/6/7/88)
- (2) Anker Bir. Ini baru bir. Anker Bir Indonesia. Kapan pun jadi (Tem 26/18/8/88)
- (3) Di setiap kamar baru. Hotel Borobudur Inter—Continental. Anda jumpai hasil karya seni yang khas. (Tem 10/18/5/88)
- (4) Hanya satu bir berkualitas bintang. Bintang. Bintang segala bir. (Tem 11/18/5/88)
- (5) Bogasari Cap Cakra Kembar. Khusus untuk roti dan istimewa. Bogasari Cap Segitiga Biru. Istimewa untuk kue donat dan kapau. Bogasari Cap Kunci. Utama untuk biskuit dan tart. (PL/5/6/88/12)
- (6) Hanya satu yang paling dipercaya konsumen. *Tropikana Slim Syrup* bebas gula & aman bagi penderita diabetes. (Sar 146/4/5/88)
- (7) *Stabilo Boss*. Untuk semua yang perlu diperhatikan. V untuk koreksi. V untuk checking. V untuk yang perlu diingat. Tidak ada yang lain, selain *Stabilo Boss*. (Tem 20/18/16/7/88)
- (8) Satu lagi media cetak berpotensi. Kami memang lain dari yang lain. *Jayakarta*. (Edit 46/1/16/7/88)
- (9) *Asri* Majalah khusus interior, taman dan lingkungan satu-satunya dan yang pertama di Indonesia. (Kar 60/9/88)
- (10) Kami hanya pilih *Sarimi*. Dari aromanya sudah tercium kelezatannya. (Kar 359/8/88)
- (11) Kecap Istimewa *Kikkoman* membuat masakan istimewa dan keluarga bahagia. Kini, berhadiah lagi . . . Kecap istimewa *Kikkoman* pilihan juru masak terkemuka. (Kar 360/9/88)

- (12) *Campina Ice Cream*. Lezatnya, nikmatnya, mutunya . . . . Tiada dua. Hanya kami yang tahu selera Anda. (Sar 153/8/88)

Konsep ketunggalan yang ditampilkan dalam data (1)—(12) tampak dalam penggunaan kata/frasa berikut: *satu-satunya* (1), *baru bir* (2), *khas* (3), *hanya satu* (4) dan (6), *istimewa* (5), *tidak ada yang lain* (7), *memang lain* (8), *khusus dan satu-satunya* (9), dan *hanya pilih* (10).

#### 4.3.1.2.6 *Penilaian dari Segi Konsep Perintisan*

Melalui iklan jenis ini, pengeluar barang menginformasikan kepada khlayak bahwa barang yang diproduksinya merupakan perintis, pembuka jalan, atau yang pertama, baik segi waktu keluarnya maupun segi mutu dan keunggulannya, seperti contoh berikut.

- (1) Itu sebabnya saya suka susu *Suprima*. Baru susu bubuk manis *Suprima*. Pertama di Indonesia. Dipercaya Ibu—Disukai anak. (Mon 88/2/7/88)
- (2) Ini yang pertama kali. Lagu-lagu kesayangan Anda diasuransir dalam versi yang lain. Chacha keren dan asyik. (PK/8/7/88/12)
- (3) Ayo ke sekolah. Ayo ke Ayumas. Tahun ajaran baru dengan perlengkapan baru. (PK/25/7/88/12)
- (4) 3 Album terbaru yang terlaris. Setelah sukses besar "Judul-Judulan" Kuntet Mangkulangit umumnya. (PK/9/7/88/12)
- (5) Baru terbit. Intisari Edisi Juni 88. Awas! Gara-gara virus, virus, program komputer Anda bisa kacau semua. Kuis coba tebak nama 10 orang beken di Indonesia ini. Bubbles dipecat Michael Jakson gara-gara mau menggigit. (KP/2/7/88/2)
- (6) News Spirit 2000. Mewah dan penuh tenaga. Spirit baru. Sall New Toyota Corona perpaduan kemewahan dan keperkasaan sedan berprestasi tinggi. Mesin Twin Cam 16 Valve 2000 cc bertenaga maksimal 128 Ps/5600 rpm terbesar di kelasnya. (KP/23/7/88/12)
- (7) *Toyota Forklift* Rancangan dan Teknologi Baru. Kapasitas angkat 1—5 ton 1—3 ton Series Forklift Baru. (Tem 27/18/3/9/88)
- (8) Dimensi baru Citra kewibawaan eksekutif *Nissan Sentra*. (Tem 23/18/6/8/88)
- (9) Wajah baru, performa baru. Daihatsu GTL Family Wagon. Kendaraan keluarga Anda, tampil dengan wajah dan performa baru. Daihatsu pilihan yang bijaksana. (Tem 19/18/9/7/88)
- (10) Civic serasi dan dinamis . . . ! Accord Standar baru menuju kesempurnaan . . . ! (Petuntel 1987)
- (11) Mansyur S. Lagunya yang manis suaranya yang syur. 10 lagu dangdut terbaru. Dian Records (PK/9/4/88/3)]

Konsep perintisan dalam iklan (1)—(11) di atas tampak dalam penggunaan kata/frasa *pertama* (1) dan *pertama kali* (2). Kata *baru* (3), *terbaru*, *terlaris* (4), *baru terbit* (5), *terbesar* (6), *teknologi baru* (7), *dimensi baru* (8), *wajah baru* (9), *standar baru* (10), dan *terbaru* (11) walaupun dapat digolongkan pada konsep keandalan sifat, sebenarnya juga menunjukkan konsep perintisan jika dilihat dari saat keluarnya barang tersebut karena barang jenis baru pertamakali dikeluarkan dan barang jenis lama tidak diproduksi lagi.

#### 4.3.1.2.7 *Penilaian dari Segi Mekanisme Barang*

Iklan jenis ini mirip iklan yang menggunakan konsep keandalan sifat atau upaya barang. Konsep ini direalisasikan dengan penggunaan predikat verba atau nomina, seperti contoh berikut.

- (1) Sabun krim biru. *Wings* biru. Mencuci segala cucian dengan cepat dan bersih. Bersih kemilau dan harum. *Wings* (Kar 360/9&88)
- (2) *Aganol* pembersih lantai. *Aganol* adalah bahan pembersih lantai teraso. keramik, marmer, vinyl dan segala jenis permukaan lantai. *Aganol* yang mengandung Disinfectant, menjadikan lantai bersih mengkilap, harum segar dan sekaligus bebas dari kuman-kuman penyakit. *Yuri Produk* (Fem 28/16/21/7/88)
- (3) *Golden Ginger*. Kenikmatan alami dalam sentuhan mewah (kar 353/5/6/88)

Dari contoh di atas, tampak bahwa konsep mekanisme barang ini diwakili oleh predikat verba *mencuci* (1), predikat nomina *pembersih lanati*, dan predikat verba *menjadikan* (2) serta predikat nomina *kenikmatan alami* (3). Ketiga jenis predikat tersebut jelas menunjukkan kesan bahwa barang yang diiklankan mempunyai kegunaan tertentu.

#### 4.3.1.2.8 *Penilaian dari Segi Kejatian*

Iklan jenis ini menginformasikan kepada khalaya bahwa barang yang diiklankan itu merupakan barang asli, murni, tiada yang lain, orisinal. Contoh iklan jenis ini sebagai berikut.

- (1) Beras Cianjur asli. Min 25 kg diantar. Garansi-berhadiah. (SP/13/6/88/14)
- (2) Mentega asli dari New Zealand. Blue Triangle. Mentega Blu Triangle sudah terkenal sejak jaman dahulu karena mutu yang selalu tinggi dan terjamin. (SP/2/6/88/10)
- (3) Tepung terigu murni berprotein tinggi PT Boga Sari Flour Mills (PL/9/6/88/10)
- (4) Ban Original segala motor (Parek)

- (5) *Sustagen HP* Makanan pelengkap untuk pertumbuhan tubuh dan otak. Tidak ada makanan pelengkap lain dengan gizi sebanyak *Sustagen HP*. Sustagen HP Pelopor nutrisi dunia (Sar).

Konsep kejatian dalam iklan di atas diwujudkan dengan pemakaian kata *asli* pada (1) *dan* (2), *murni* (3), dan *original* (4). Data (5) juga termasuk iklan yang menggunakan konsep kejatian dengan ungkapan *tidak ada makanan yang gizinya selengkap makanan yang diiklankan*.

#### 4.3.2 Iklan yang Menggunakan Perkaitan Konsep

Iklan jenis ini mengaitkan jenis barang dengan konsep yang asing sama sekali dari ciri, sifat, upaya, atau mekanisme barang yang diiklankan. Contoh iklan jenis ini sebagai berikut.

- (1) *Ardath Special* Tokoh yang sukses, rokoknya juga rokok yang sukses . . . *Ardath kenikmatan sukses*. (Tem 20/18/16/7/88)
- (2) Senyum semakin eksklusif dengan kemasan *baru*. *Pump Dispenser* senyum Indonesia, senyum *Pepsodent* (Fem 20/16/26/5/88)
- (3) *Sunsilk Protein Conditioner* Sentuhan selembut kemilau sutera. Sar 146/4/88)
- (4) Miliki polis *AJB Bumiputra 1912* berarti Anda telah memenuhi kebutuhan Anda sekeluarga dalam membentuk hari depan yang lebih cerah. *Bumiputera 1912* (Petuntel 1987)
- (5) *Marjan Boudoin* Sirup para bangsawan (Fem 19/16/12/5/88)

Jelas sekali tampak dalam iklan di atas bahwa konsep barang sangat berbeda dengan barang yang bersangkutan. Pada iklan (1) konsep *Ardath Special* adalah *rokok tokoh yang sukses*. Pada iklan (2) konsep *Pepsodent* adalah *senyum Indonesia*. Pada iklan (3) konsep *sunsilk* adalah *selembut sutera*. Pada iklan (4) konsep *polis AJB Bumiputera 1912* adalah *hari depan yang lebih cerah*. Pada iklan (5) konsep *Marjan Boudion* dikaitkan dengan konsep *para bangsawan*.

#### 4.3.3 Iklan yang menggunakan Kealatan

Iklan jenis ini memberikan kesan dengan menggunakan kategori kealatan, yakni dengan menggunakan kata *dengan*. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Siapa yang hasil ketikannya banyak salah eja?  
Dengan mesin tik elektronik portable merek lain.  
Dengan mesin tik elektronik portable *Sharp PA-3130* Bukankah sudah saatnya bisnis Anda mendapatkan keuntungan mantap dari Sharp? (Tem 23/18/8/88)

- (2) Dengan teknik dan alat yang mutakhir anda segera bebas dari semua keluhan kulit wajah anda. *Meicy International Skin Care Centre* (Tem 20/18/16/7/88)
- (3) *Bayfresh Perfume* untuk ruangan pakaian, telepon dan lain-lain. Dengan *Bayfresh Perfum* saya gunakan gaya Perancis dalam mengharumkan ruangan saya". *Bayfresh* sentuhan gaya Perancis dalam hidup Anda. (Fem 23/16/16/6/88)
- (4) Anak-anak aman dengan *Baygon Elektrik*. *Baygon*—jaminan mutu obat nyamuk elektrik. (Fem 25/16/30/6/88)

Kaidah kealatan yang tampak dalam jenis iklan ini adalah penggunaan *dengan + frasa nomina*, seperti *dengan mesin tik* (1), *dengan teknik dan alat yang mutakhir* (2), *dengan Bayfresh Perfum* (3).

#### 4.3.4 Iklan yang Menggunakan Kategori Pemesraan

Iklan jenis ini memperlihatkan bahwa sasaran mesra dengan barang yang diiklankan. Khalayak sasaran merupakan bagian dari keluarga yang mengeluarkan barang. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Anda yang menentukan saat kematiannya. *Combantrin* Obat cacing keluarga dosis sekali minum setiap 4 bulan. (Sar 152/7/88)
- (2) Tempat yang tepat bagi anda di Singapura Royal Holiday Inn (K/27/5/88/3)
- (3) *Lampung Post* Sumber informasi terpercaya! Teman sukses usaha Anda (Petuntel 1987)
- (4) Belum pernah ada proyek sebaik ini yang Anda tangani. Anda telah siap untuk memulainya dan pihak pemilik proyek telah siap untuk menyetujuinya. Dan di sinilah mulai timbul masalah Anda. *Project Finance Chase* (Tem 18/18/2/7/88)

Penggunaan pernyataan *Anda yang menentukan* (1), *tepat bagi Anda* (2), *teman sukses usaha Anda* (3), *yang Anda tangani Anda telah siap*, dan *timbul masalah Anda* (4) mengisyaratkan bahwa khalayak sasaran dianggap keluarga barang yang diiklankan, barang yang diproduksi mesra dengan sasaran.

#### 4.3.5 Iklan yang Menggunakan Kategori Peyakinan

Iklan ini mencoba meyakinkan sasaran tentang dirinya sendiri atau tentang barang yang diiklankan. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Taart ulang tahun Cara Mia pasti memuaskan Anda. (SP/23/6/88/3)
- (2) Suasana yang intim dan pelayanan yang penuh perhatian di Cara Mia Pasti memuaskan Anda! (SP/20/6/88/15)

- (3) Enak dibaca dan perlu. *Tempo* (Petuntel 1987)
- (4) Alternatif setelah dipenmaru . . . . *STEKPI* (Tem 19/18/9/7/88)
- (5) Peluang untuk mewujudkan keinginan. Setiap orang menginginkan peluang ini. Inilah yang diberikan *Chase Convenience Fackage* pada Anda. (Tem 29/18/17/9/88)
- (6) *Majalah Bursa Konsumen Konsultasi dan Informasi* pilihan setiap insan. Ini baru bonus. Ini bonus baru. (Kar 355/6/7/88)
- (7) *Ziebart* Imunisasi lengkap untuk mobil Anda (Petuntel 1987)
- (8) *Suara Indonesia*. Beritanya aktual penulisannya akurat. (Petuntel 1987)
- (9) Kini *Harian Pelita* menjadi pelita keluarga saya. (Kar 353/5/6/88)
- (10) Sangat keterlaluan, Jika buku ini tak membuat Anda tertawa. (setidaknya tersenyum) *Mati Ketawa Cara Rusia 2* (Tem 26/18/27/8/88)

Kaidah peyakinan yang ditampilkan pada iklan-iklan di atas diwakili dengan ungkapan *pasti memuaskan Anda* (1) dan (2), *perlu* (3), *alternatif* (4), *inilah yang diberikan* (5), *pilihan setiap instansi* (6), *lengkap untuk Anda* (9), dan *sangat keterlaluan jika* . . . . (10). Tampak pula bahwa kata *Anda* banyak dipakai. Cara ini memberi kesan yakin pada pihak sasaran.

#### 4.3.6 Iklan yang Menggunakan Kaidah Kenal Pasti

Iklan jenis ini secara tidak langsung mengenalpastikan sasaran dengan barang yang diiklankan. Sebenarnya, kaidah ini mirip perkaitan konsep. Contohnya sebagai berikut.

- (1) *An American Original Lucky Strike* Memang rokok lelaki. (Tem 28/18/20/9/88).
- (2) Bedaknya . . . Chicco Chic dong! *Chicco Chic Compact powder* Bedaknya remaja aktif. (Mon 89/2/7/88)

Data (1) dan(2) mengenalpastikan rokok diiklankan dengan rokok lelaki atau bedak yang diiklankan dengan remaja aktif.

#### 4.3.7 Iklan yang Menggunakan Kadiah Perbandingan

Iklan jenis ini menunjukkan kelebihan yang sejenis. Barang yang di-produksi memiliki sifat, kegunaan, upaya, atau derajat yang lebih. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Sekuat pintu gudang, seindah pintu rumah idaman. Hilaal dan peralatan pintu dorong & lipat. (Kar 356/7/88)
- (2) Inilah 2 Album Dangdut yang paling asyik . . . .! Kubeli Cintamu, Ciptaan: Meggy Z. 12 bintang & lagu Dangdut Kreatif (PK/9/7/88/12)
- (3) Toyota Rent a Car Kami memang lebih handal. (Tem 16/18/18/6/88)

- (4) 20 lagu terlaris. Kaset ini benar-benar berisikan 20 lagu terlaris, yang penjualannya mencapai angka tertinggi saat ini. Superhitnya: Hati yang Luka
- (5) *Buana Minggu*, Surat kabar mingguan terkemuka di Ibukota. Isinya padat, berisi untuk semua golongan. Muda, tua, pria, dan wanita. (Kar 353/5/6/88)
- (6) Keyakinan rambut indah, Kini dalam 3 ukuran Lebih dari sekedar shampoo kecantikan. *Clear Shampoo* (Sar 149/6/88)
- (7) *Cololite*. Dalam sekejap tampil lebih mantap. (Tem 19/18/9/7/88)
- (8) Paling baik . . . simpan beras dalam *Cosmos!* Karena *Cosmos*, menyimpan beras lebih sempurna. (Fem 31/16/8/88)
- (9) *Kamper Dahlia*. Harga lebih hemat, harumnya tahan lama. Dahlia bersih sehat dengan hemat. (Sar 149/6/88)
- (10) Accu yang paling jempol TORNADO (Parek)
- (11) Anti karat lain 1 tahap. Tuff-Kote Dinot 2 tahap. Jelas lebih baik dari anti karat manapun. Tuff-Kote Dinol (Petuntel 1987)
- (12) Kini . . . . . lengkap, selengkap sedan *Suzuki Extra* (Tem 23/18/88)
- (13) Suzuki Kareoseri Alexander paling mudah dijual, banyak disukai orang (SP/22/6/88/11)
- (14) *Trendynamic* Paling lengkap dan sulit disaingi Masda 323 Trendynamic (Sar 150/6/7/88)
- (15) Kendaraan Mitsubishi lebih irit, lebih tangguh, lebih hebat (parek)

Kaidah perbandingan tampak pada iklan-iklan di atas dengan tampilnya ungkapan *sekuat* dan *seindah* (1), *paling asyik* (2), *lebih handal* (3), *terlaris* dan *tertinggi* (4), *terkemuka* (5), *lebih dari sekedar* (6), *lebih mantap* (7), *paling baik* (8), *lebih hemat* (9), *paling jempol* (10), *lebih baik* (11), *selengkap* (12), *paling mudah* (13), *paling lengkap* (14), dan *lebih irit* (15). Pada umumnya, kaidah perbandingan menggunakan bentuk *se*, *paling*, *ter*, dan *lebih*.

#### 4.3.8 Iklan yang Menggunakan Kaidah Pertanyaan

Iklan ini mempromosikan barang dengan bertanya kepada masyarakat sasaran. Pertanyaan itu sendiri tidak perlu dijawab karena jawabannya sudah ada dalam iklan itu sendiri, baik dengan kata-kata maupun dengan gambar barang yang diiklankan. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Linu yang menusuk tulang, mengapa tidak -Anda buang? *Simona* (Tem 30/18/24/9/88)
- (2) Sakit kepala? Paramex dengan cepat membebaskan saya dari sakit kepala yang membandel. *Paramex*, Penyembuhan sakit kepala membandel! (Fem 21/16/2/6/88)

- (3) Masuk angin? Perut kembung? Badan meriang? Segera sembuh berkat Jamu TOLAK ANGIN (ASLI) Cap LEO. Cobalah segera. Hebat Khasiatnya. (PK/4/88/10)
- (4) Mengapa membeli obat sakit kepala lain bila *APC PLUS* selain menyembuhkan anda, juga membantu mengurangi serangan jantung. *APC plus* Sakit kepala sirna. Kesehatan jantung Anda ikut terbina. (Tem 15/18/11/6/88)
- (5) Inikah jalan bebas hambatan? Sudah 10 menit kita tak beranjak. Untunglah ada titik cerah di cakrawala. Pulang dengan "Business Class" *Singapore Airline*s. (Tem 28/18/10/9/88)
- (6) Siapa "wajah-wajah bersih *Cleorasil*" tahun ini? *Cleorasil* melawan jerawat dengan ampuh. (Tem 25/16/30/6/88)
- (7) Siapa bilang pembersih lantai harus bau karbol? Kini ada *Brite*, pembersih lantai wangi yang mendatangkan keharuman segar. Pembersih lantai wangi *Brite*. Daya bersihnya ampuh, wanginya tahan lama. (Fem 33/16/8/88)
- (8) Apa yang terjadi bila bubuk dan cairan pembersih digabungkan? (Kar 356/6/88)
- (9) Apa persamaan Wisma Bumiputera dengan Hotel Mandarin Oriental? Dua-duanya memanfaatkan Paket *Calmic Hygiene*. (Tem 29/18/17/9/88)
- (10) Mido, 70, 1918 – 1988, Perkenalkan selama 70 tahun . . . . apa yang harus kami katakan? Selain lebih berkarya! Mido Ocean Star, Quart, 100% water proof, Tanggal dan hari. Tersedia 3 pilihan, Stainless steel, 2 tone/kombinasi, Lapis emas. (SP/2/5/88/7)
- (11) Study ke Australia? Australian TEFL Centre – Sydney Oversea Education Centre (Edit 45/1/9/7/88)
- (12) ingin jadi PENGUSAHA DAN MANAGER PROFESIONAL . . . . .? AKADEMI WIRASWASTA DEWANTARA (AWD) satu-satunya pendidikan Wiraswasta yang memakai model pendidikan bisnis Prof. Dr. MC Chelland. (SP/1/6/88)
- (13) Apakah Anda Menginginkan Pendidikan Bermutu Tinggi dalam Lingkungan yang Ideal? BELAJARLAH DI TASMANIA Negara Bagian Australia Yang Ideal untuk Pendidikan. (SP/1/6/88/3)
- (14) BARU TERBIT Pernahkah anda mendengar sang juara memuji Tuhan? \*HARVEY MALAIHOLLO, bersama \*GRACE SIMON, \*JUNAEDI SALAT, EDUSEHA TOBING dalam album –KAMI BERKUMPUL– (SP/24/7/88/12)
- (15) Apa yang Anda butuhkan di Sumatra Barat? Adakah yang ingin Anda ketahui tentang Sumatra Barat, dengan ranah Minangnya? Akan ter-

penuhi jika telah mendapatkan Harian umum independen *Singgalang* (Sar 153/8/88)

- (16) Apakah penyebab Keruntuhan Mataram? (wacana) Iklan buku *Runtuhnya Istana Mataram* (Tem 18/18/2/7/88)

Tampak jelas bahwa kaidah pertanyaan dalam iklan di atas ditandai dengan pemakaian peranti kalimat tanya, seperti *mengapa* (1) dan (7), *apa* atau *apakah* (8), (9), (10), (13), (15), dan (16), *siapa* (6) dan (7), akhiran *kah* pada *inikah* dan *pernahkah* (5) dan (14), atau dengan tanda tanya saja (2), (3), (11) dan (12), yakni kalimat yang diikuti intonasi naik.

#### 4.3.9 Iklan yang Menggunakan Kaidah Peringatan

Iklan jenis ini mengingatkan sasaran tentang suatu peristiwa yang memerlukan pemakaian barang yang diiklankan. Dalam penelitian ini hanya ditemukan satu contoh.

Bila Anda akan menunaikan Ibadah Haji . . . jangan lupa dengan *Chocola Sahne Creem*. Selamat menunaikan Ibadah Haji, semoga menjadi Haji yang Maburr. (Kar 353/5/6/88)

Iklan di atas menawarkan *Chocola Sahne Creem* yang dikaitkan dengan perbuatan naik haji. Iklan ini mengingatkan pentingnya *Chocola Sahne Creem* bagi mereka yang naik haji. Calon jamaah haji, katanya, *jangan lupa* itu. Selain dengan ungkapan itu, iklan ini juga menggunakan *Selamat menunaikan ibadah haji*.

#### 4.3.10 Iklan yang Menggunakan Kaidah Suruhan

Iklan jenis ini sangat jelas mempromosikan barang agar barang tersebut laris. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Simak dan dengarkan acara kami sejak pagi hingga malam hari. Excellent Voice of the City *Suara Andalas* FM Stereo 103 MHZ (Edit 46/1/16/7/88)
- (2) SAKSIKANLAH . . . . . PAMERAN PERALATAN MEDIS DAN PERLENGKAPAN RUMAH SAKIT TERCANGGIH! HOSPITAL EXPO (SP/13/6/88/5)
- (3) "Pakailah yang ini dijamin memuaskan" Ny. Nila Chandra. Itulah sebabnya *Kitchen Assistent N21* selalu menjadi andalan para ahli pembuat makanan dan minuman ternama. *Electrolux* (Sar 146/4/5/88)
- (4) MENANGKAN HADIAH GAYA BRISK. 1 HADIAH UTAMA: DAIHATSU ROCKY ROCKY. Caranya mudah, Kirimkan satu tutup plastik bagian dalam botol Brisk Krim Rambut/Brisk Spesial, atau sachet kosongnya, beserta nama, alamat, No. KTP Anda ke: PO Box 4000 Kby. (KP/25/7/88/8)

- (5) Untuk cetakan bermutu prima hubungi: *Percetakan PT Gramedia* menjamin mutu dan ketepatan waktu. (Petuntel 1987)
- (6) *Anggur Vinolia Perfection* Resapi rasa anggur nan memikat, Mandi di keharuman busa mewah, Vinolia Perfection. (Fem 24/16/23/6/88)
- (7) Pilihlah yang terbaik untuk permata hati. Tiada yang lebih memahami bayi selain Ibu . . . dan *Johnson—Johnson*. (Fem 18/16/5/5/88)
- (8) Nikmatilah segar dan lembutnya Mandi Baru. Belum mandi tanpa *Kao Bicare* Body cleansing foam. (Fem 16/16/21/4/88)
- (9) Dapatkanlah keuntungan extra dari penggunaan alat-alat kantor Anda yang terbaik. *Royal* (Petuntel 1987)
- (10) Pilih *Aqua* Teliti sebelum membeli! Pastikanlah bahwa air mineral alami pilihan Anda, memang benar-benar merk *AQUA*. (Sar 148/5/6/88)
- (11) FLU Minum INZA Cepat sembuh (Parek)

Peranti yang digunakan untuk memandai konsep suruhan atau perintah adalah akhiran *kan* pada *dengarkan* (1), *memenangkan* dan *kirinkan* (4), akhiran *lah* pada *pakailah* (3), *pilihlah* (7), dan *nikmatilah* (8), akhiran *kan* dan *lah* sekaligus pada *saksikanlah* (2) dan *dapatkanlah* (9), akhiran *i* pada *hubungi* (5) dan *resapi* (6), serta tanpa peranti suruh/perintah, kecuali intonasi suruh yang menurun, seperti *pilih Aqua* (1)) dan *Flu minum Inza* (11).

#### 4.3.11 Iklan yang Menggunakan Kaidah Larangan

Iklan ini jelas melarang sasaran berbuat sesuatu di luar yang dikehendaki oleh pengeluar barang. Kaidah ini juga mengandung kesan kaidah gesaan, yakni si sasaran tidak berbuat sesuatu dalam waktu yang segera. Marilah kita lihat contohnya.

- (1) Jangan lewatkan kesempatan ini, yang hanya berlaku bulan Juni – Juli – Agustus 1988. (Tem 19/18/9/7/88)
- (2) Jangan sia-siakan masa liburan Nantikan *Nona 12* – 6 Juni 1988. (Kar 353/5/6/88)
- (3) Jangan membeli kucing dalam karung. *Olympic* Sofa Prestige Seanggun di singgasana. (Fem 18/16/5/5/88)
- (4) Jangan sembarangan membuah data . . . Resiko kebocoran ada di dalamnya. Percayakan pada . . . *Taifun*. *Taifun* penghancur dokumen (Tem 26/18/27/8/88)

Kaidah larangan yang ditampilkan dalam iklan jenis ini diwakili dengan penggunaan kata *jangan*, seperti tampak pada (1), (2), (3), dan (4).

#### 4.3.12 Iklan yang Menggunakan Kaidah Ajakan

Pengeluar barang mengajak sasaran ke tujuan yang diinginkan oleh penge-

luar. Contohnya sebagai berikut.

Mari Bergabung dengan IBI Untuk Membangun Pusat Keunggulan, Center of Excellence, dalam Bidang Pengelolaan Bisni. (K/17/4/88/14)

Iklan jenis ini sebenarnya menggunakan kaidah suruhan/perintah, tetapi agak halus. Oleh karena itu, iklan ini termasuk menggunakan kaidah ajakan.

Penggunaan kata *mari* dalam iklan di atas jelas mengajak sasaran untuk bergabung dengan IBI, yakni perkumpulan bidang pengelolaan bisnis.

#### 4.3.13 Iklan yang Menggunakan Kaidah Nasihat

Dari namanya sudah jelas bahwa iklan tersebut menasihati sasaran untuk berbuat seperti yang diinginkan si pengeluar barang. Kaidah ini mirip kaidah suruhan/perintah. Perbedaannya adalah iklan ini lebih halus daripada suruhan. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Ketika permen-batuk lain t'lah habis . . . *Halls* dengan uap hangatnya masih terus menyejukkan tenggorokan. Bila terasa gangguan tenggorokan, batuk atau hidung mampet, ambil segera *Halls Mentholyntus* dengan uap hangat yang bekerja lebih lama. Mentholypthus dan Honey-lemon Aaaahh sejuk lebih lama! (Fem 20/18/16/7/88)
- (3) Seandainya semua shampo sebaik khasiat alam *Sariayu* (Mon 94/8/88)
- (4) Investasi Anda semakin berharga, bila . . . direncanakan dengan cermat. dilaksanakan secara profesional. dikelola dengan pengalaman & pelayanan *Ciptaloka Pool*. (Petuntel 1987)

Iklan yang menggunakan kaidah nasihat merupakan iklan yang dilahirkan dalam kalimat majemuk bertingkat dengan anak kalimatnya menunjukkan hubungan syarat, seperti (1), (2), dan (4) dengan koordinator *bila*. Nasihatnya terletak pada induk kalimat. Contoh (3) dapat dimasukkan ke dalam iklan yang menggunakan kaidah nasihat walaupun iklan itu hanya terdiri atas anak kalimat hubungan syarat, tanpa induk kalimat.

#### 4.3.14 Iklan yang Menggunakan Kaidah Lain

Yang dimaksud dengan iklan jenis ini adalah iklan yang menggunakan kaidah gabungan, dua kaidah, tiga kaidah, empat kaidah, seperti kaidah pernyataan netral dan kaidah penilaian *waktu*, kaidah pernyataan netral dan kaidah penilaian ruang, serta kaidah suruhan, kaidah pertanyaan, dan kaidah nasihat. Di samping itu, termasuk juga kaidah yang belum diungkapkan oleh Asmah binti Haji Omar adalah kaidah santai atau kaidah gaya remaja. Contohnya sebagai berikut.

- (1) Hanya ada satu *Guinness* bir hitam di seluruh dunia. Satu-satunya bir hitam yang baik untuk Anda. (Tem 21/18/23/7/88)

- (2) JAMIN Kembang gula tradisional dari Holland yang tidak asing lagi di Eropah. (K/14/5/88/12)
- (3) "Filem dan *Kopi Kapal Api*, keduanya telah menyatu dalam hidup saya" *Kapal Api* Jelas lebih enak. (Fem 22/16/9/6/88)
- (4) *Kopi Murni Indonesia* . . . Bukan sekedar kenikmatan alam. Minumlah *Kopi Murni Indonesia*. (Tem 14/18/4/6/88)
- (5) *Monde Biscuits* Lebih bersih . . . dan lebih terjamin mutunya!! *Nissin Biscuits* Bagi Anda yang berselera tinggi *Khong Guan Biscuits* Tak asing lagi dan tak ada duanya (Petuntel 1987)
- (6) Yang sehat kini semakin nikmat dan segar  
Hidangkan *Nutrisari* saat-saat Anda menikmati hidup yang indah dan bahagia. *Nutrisari* Nikmatnya Minuman segar Nikmatnya hidup sehat. (Sar 148/5/6/88)
- (7) Ikuti Pesta *Dancow* dapatkan 20 beasiswa . . .  
*Dancow* Susu terbaik untuk pertumbuhan  
(Kar 359/8/88)
- (8) Tiada yang lebih cemerlang mencerminkan keayuan Anda, kecuali sebutir berlian bermutu . . .  
Berlian adalah abadi. Keajaiban terindah dari alam.  
Mintalah brosur kami pada *Diamond Information Centre*.  
(Fem 25/16/30/6/88)
- (9) Telepon mobil cellular *Dancall* memberikan lebih banyak kemudahan dan efisiensi.  
*STKB Cellular* Tidak ada STKB lain sesempurna STKB Cellular *Dancall* terjangkau setiap saat. (Tem 22/18/30/7/88)
- (10) SATU-SATUNYA DI INDONESIA!!! Penarikan kulit/face-lifting tanpa operasi. Menghilangkan kriptur, lubang bekas jerawat dan kantung mata tanpa operasi. Berbagai macam perawatan kulit lainnya dengan teknik mutakhir. (untuk Pria/Wanita) Meincy International Skin Care Centre. (PK/21/3/88/12)
- (11) Hore . . . Asyik . . .!! Mari belajar musik bersama *Yamaha* Daftarkanlah segera, waktu sangat terbatas! Daftarkanlah segera putera-puteri Anda pada "*Sekolah Musik Yamaha*" yang terdekat. (Kar 359/8/88)
- (12) Sruup, Sruuup, Sruuuup, Ahhhhh . . . Lezatnya *Anchor Milk!* Kandungan lemak susu yang tinggi menjadikan rasa *Anchor Milk* begitu lezat. (Sar 154/8/88)
- (13) Satu selera, satu gigitan . . . *beng-beng!*  
*beng-beng* 4 kelezatan sekali gigit. \*wafer \*karamel \*rasa renyah \*cokelat pilihan (Mon 83/2/6/88)
- (14) *Nano-Nano* Rasanya reme! manis-asem-asin  
Yang serius, yang senyum-senyum, yang perlente, yang kedodoran, yang

usil, yang manggut-manggut. Macam-macam rupa, macam-macam maunya tapi ada satu kesibukan serupa di mulut mereka *Nano-Nano*. Produksi NIMM'S (Mon 88/2/7/88)

- (15) Wow! Memang asli  
*Jussie* (Sar 146/4/5/88)
- (16) Horeee! Si susu coklat bergizi! *Indosehat* (Mon 96/8/88)
- (17) Gaya Choco gaya yang asyiiiik . . .  
Gaya remaja yang dinamis  
Gaya remaja yang berprestasi  
itulah *Gaya Choco* (Sar 154/8/88)
- (18) IN . . . NIII . . . . . DIEE . . . . . !  
SATU LAGI YANG BARU DARI NYONYA MENEER minyak singkir  
angin (PK/25/7/88/3)
- (19) Yang Begini Memang Jarang. Semua Baru, Semua Top dan Semua Enak .  
. . . . Mau Yang Mana Sobat?! Pokoknya hebring deh!
- (20) GEMPAR DHUUT . . . DHUUT . . . DHUUT . . .  
DANGDUTNYA PUSPITA RECORD YANG NGE—TOP!  
(PK/26/8/88/12)
- (21) Buku Tulis AA Ditulisnya Enaaak . . . . .
- (22) Album Yang Paling Gressssssss! Eddy Silitonga Vokalis beken yang serba bisa, kali ini tampil lewat lagu asyik buat goyang. *Cantik & Manis*, Ciptaan/musik: Lilin Sumantri; *Perantau*, Ciptaan I Sumantri; *Aku & Dia*, Cipt: Aka Doles (PK/26/7/86/12)

Data (1)—(7) merupakan iklan yang menggunakan dua kaidah retorik, yakni data (1) menggunakan kaidah penilaian dari segi ruang dan penilaian dari segi ketunggalan, data (2) menggunakan kaidah penilaian dari segi ruang dan penilaian dari segi waktu, (data (3) menggunakan kaidah pernyataan netral dan kaidah perbandingan, data (4) menggunakan kaidah kejatian dan suruhan, data (5) menggunakan kaidah perbandingan dan ketunggalan, data (6) menggunakan kaidah suruhan dan pernyataan netral, data (7) menggunakan kaidah suruhan dan perbandingan.

(Data (8)—(10) merupakan iklan yang menggunakan tiga kaidah atau lebih sekaligus, yakni data (8) menggunakan empat kaidah: kaidah ketunggalan, penilaian dari segi waktu, perbandingan, dan suruhan, data (9) menggunakan tiga kaidah: kaidah perbandingan, ketunggalan, dan penilaian dari segi waktu, data (10) menggunakan empat kaidah: kaidah ketunggalan, penilaian dari segi ruang, upaya barang, dan penilaian dari segi waktu.

Data (11)—(21) merupakan iklan yang disajikan dengan gaya santai atau gaya remaja, Kata-kata yang digunakan menurut gaya anak muda yang

kelihatannya kurang serius, tetapi ekspresif. Hal itu tampak pada penggunaan kata atau frasa sebagai berikut: *asyiiik* (11), *sruup*, *sruuup*, *sruuuup*, *ahhhh* (12), *beng-beng* (13), *rasanya rame*, *manis*, *asem*, *asin*, *yang serius*, *yang senyum*, *yang perlente*, *yang kedodoran*, *yang usil*, *yang manggut-manggut* (14), *wouw* (15), *horee* (16), *asyiiik* (17), *in niiii diee* (18), *mau yang mana sobat*, *pokoknya hebring deh* (19), *dhuut*, *dhuut*, *dhuut*, *yang ngetop* (20), *enaak* (21), dan *paling gresssssss*, *vokalis beken* (22).

## BAB V KESALAHAN BAHASA DALAM IKLAN

Yang dimaksud dengan "kesalahan bahasa" di sini ialah terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam penerapan kaidah yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Penyimpangan ini biasanya terjadi secara tidak sengaja karena ketidaksadaran atau ketidaktahuan pemakai bahasa. Dalam kaitannya dengan bahasa iklan, penyimpangan terjadi pada aspek-aspek kebahasaan, seperti ejaan dan struktur kalimat.

Berdasarkan jenis-jenis penyimpangannya, dapat dibedakan data yang memperlihatkan penyimpangan dalam aspek ejaan (penulisan kata, penulisan unsur serapan, pemakaian tanda baca) dari data yang memperlihatkan penyimpangan dalam aspek ketatabahasaan (struktur frasa, struktur kalimat). Tarigan (1988 : 142) menyatakan bahwa analisis kesalahan, bila dilakukan memberikan beberapa keuntungan, yaitu, antara lain untuk mengetahui sebab-musabab (atau penyebab) kesalahan itu serta untuk memahami latar belakang kesalahan tersebut; (b) untuk memperbaiki kesalahan yang dibuat oleh pemakai bahasa; dan (c) untuk mencegah atau menghindari kesalahan yang sejenis pada waktu yang akan datang, agar pemakai bahasa dapat menggunakan bahasa dengan baik dan benar. Oleh karena itu, dalam bab ini akan disajikan aneka macam kesalahan bahasa berikut saran perbaikannya. Dengan demikian, upaya analisis kesalahan ini diharapkan dapat mencegah berlarut-larutnya pemakaian bahasa secara tidak benar yang menyimpang dari kaidah yang berlaku.

Dengan merujuk pada karya Chomsky (1965), Tarigan (1988 : 143) membedakan dua jenis kesalahan dalam berbahasa.

- (a) Kesalahan yang disebabkan oleh faktor performansi, yang meliputi faktor-faktor kelelahan, ketatihan, dan kurangnya perhatian. Kesalahan performansi ini berupa kesalahan penampilan, yang dalam beberapa ke-pustakaan disebut "*mistakes*".
- (b) Kesalahan yang diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai kaidah-kaidah bahasa, yang disebut sebagai faktor kompetensi. Kesalahan ini merupakan penyimpangan seseorang mengenai sistem bahasa tersebut. Kesalahan ini lazim disebut "*errors*".

Dalam bab ini, analisis kesalahan tidak secara tegas dilakukan berdasarkan kriteria seperti di atas karena tidak terlalu mudah untuk meneliti apakah kesalahan yang dilakukan seseorang itu semata-mata hanya suatu kesalahan performansi, atau kesalahan dalam penguasaan kaidah. Oleh karena itu, tanpa menyebutkan faktor yang melatarbelakangi terjadinya kesalahan tersebut, analisis dilakukan atas jenis-jenis kesalahan berikut.

## 5.1 Kesalahan Ejaan

Pengamatan atas kesalahan ejaan pada data yang ada mencakupi aspek penulisan kata, unsur serapan, dan pemakaian tanda baca.

### 5.1.1 Penulisan Kata

Istilah penulisan "kata" dalam hal ini mencakupi penulisan morfem, kata, kata turunan, gabungan kata, dan pemakaian huruf kapital. Berikut adalah data yang mengandung kesalahan beserta perbaikannya.

#### a. *Prefiks di—dan Preposisi di*

Kesalahan umum dalam penulisan ini tampak pada data yang menunjukkan adanya kekurangmengertikan dalam membedakan bentuk *di* sebagai prefiks dan sebagai preposisi. Berikut adalah contoh beberapa data dengan kesalahan dalam penulisan bentuk *di* tersebut.

- (1) Film Fuji dan Kertas Foto Fuji semakin *di percaya didunia*, untuk . . . .  
(*Kompas*, 15 Juli 1988 : 8)
- |            |        |           |
|------------|--------|-----------|
| di percaya | —————> | dipercaya |
| didunia    | —————> | di dunia  |
- (2) Bahan promosi roti dan cake, diolah *dibawah* pimpinan tenaga ahli dari luar negeri. (*Pos Kota*, 25 Agustus 1988 : 12)
- |         |        |          |
|---------|--------|----------|
| dibawah | —————> | di bawah |
|---------|--------|----------|
- (3) Kehadirannya selalu *di nanti*. Kini . . . . (*Pelita*, 27 Juni 1988 : 11)
- |          |        |         |
|----------|--------|---------|
| di nanti | —————> | dinanti |
|----------|--------|---------|

- (4) Gading Griya Lestari, rumah asri harga serasi *diwilayah* DKI. (*Pos Kota*, 27 Agustus 1988 : 5)  
diwilayah → di wilayah
- (5) Pemukiman Duren Jaya Permai *dilingkungan* ideal bebas polusi dan banjir. (*Pls Kota*, 10 Juni 1988 : 4)  
dilingkungan → di lingkungan
- (6) Sunter Agung Eksklusif khusus untuk para eksklusif, lokasi *didalam* Kompleks Podomoro . . . (*Suara Pembaruan*, 17 Juni 1988 : 4)  
didalam → di dalam
- (7) Adakah Anda *diantara* mereka? (*Femina*, 16 Juni 1988)  
diantara → di antara
- (8) Kami berasa *dipekan* raya Jakarta '88 dengan pelayanan istimewa. (*Sinar Pagi*, 8 Juli 1988 : 3)  
dipekan → di pekan
- (9) Artis terkecil *didunia* ada di . . . Gajah Mada Record. (*Kompas*, 11 Mei 1988 : 12)  
didunia → di dunia
- (10) Lebih mantap dengan Chiclets. *Dimana* saja . . . (*Monitor*, 2 Juli 1988)  
dimana → di mana
- (11) Baru *di import* dari USA. (*Sarinah*, 152, Juli 1988)  
di import → diimport
- (12) Anda yang aktif *disekolah*, *dikampus*, *dikantor*, atau pun *diorganisasi*, tentu ingin tampil yakin setiap hari. (*Kompas*, 23 Juli 1988 : 8)  
disekolah → di sekolah  
dikampus → di kampus  
dikantor → di kantor  
diorganisasi → di organisasi
- (13) Anda dapat menciptakan lapangan pekerjaan *dilingkungan* keluarga Anda dengan membeli benih lele Dumbo . . . (*Suara Pembaruan*, 3 Oktober 1988 : 14)  
dilingkungan → di lingkungan
- (14) *Dibalik* rahasia kelembutan . . . Trustee (*Femina*, 22, 9 Juni 1988)  
dibalik → di balik
- (15) SEL merupakan sebuah perusahaan Jerman yang utama dan sebagai pemimpin anggota *Alcatil*, grup telekomunikasi yang terkuat *didunia*.

Kami mempunyai sebuah sistem digital sentral telepon yang berputar *diseluruh* dunia. (*Suara Pembaruan*, 3 Oktober 1988 : 10)

didunia → di dunia

diseluruh → di seluruh

- (16) . . . . Bedak ditaburkan *dibadan* hewan yang banyak kutunya. (*Kompas*, 18 Juni 1988 : 8)

dibadan → di badan

- (17) Jangan sembarangan membuang data . . . . Resiko kebocoran ada *didalamnya*. (*Tempo*, 27 Agustus 1988)

didalamnya → di dalamnya

- (18) Hancur & keluarkan batu ginjal *dimana* saja. (*Suara Pembaruan*, 3 Oktober 1988 : 14)

dimana → di mana

- (19) Saksikan ketangkasan ketangguhan para pembalap top nasional dan internasional berpacu *ditrek* balap. (*Kompas*, 4 Juli 1988 : 8)

ditrek → di trek

- (20) Ajaklah mitra usaha Anda menikmati berbagai hidangan daging yang . . . , diracik secara sempurna oleh para juru masak kami *dibawah* pimpinan Mr. Michel Clustre dan dihidangkan *ditengah* suasana intim dan keramahan Jayakarta Grill. (*Suara Pembaruan*, 29 April 1988 : 10)

dibawah → di bawah

ditengah → di tengah

- (21) Promaag obatnya, dalam mengatasi gangguan maag *disaat* Anda menjalankan ibadah puasa. (*Femina*, 19, 16, 12 Mei 1988)

disaat → di saat

- (22) Kelebihan TUM KPAR PRADANA selain memperoleh bunga, penabung *di ikut sertakan* penyaringan hadiah. (*Pos Kota*, 20 Juli 1988 : 12)

di ikut sertakan → diikuti sertakan

- (23) Lingkungan terpadu dengan fasilitas lengkap *dikawasan* Bandara Sukarno-Hatta. (*Kompas*, 23 Juli 1988 : 8)

dikawasan → di kawasan

- (24) *Ditahun* 1972, ahli pembuat arloji di Audemars Piguet menciptakan prestasi arloji sport pertama: Royal Oak. (*Tempo*, 2 Juli 1988)

ditahun → di tahun

- (25) . . . mereka tidak menduga bahwa itu akan menjadi salah satu dari

rancangan yang terbesar *diabad* 70. (*Tempo*, 2 Juli 1988)

diabad —————→ di abad

- (26) Dengan segera dapat dikenal *diseluruh* dunia, dari bezel yang khusus, dan dikunci dengan 8 baud segi enam. (*Tempo*, 2 Juli 1988)

diseluruh —————→ di seluruh

- (27) Bila Anda memiliki toko atau ruangan *didaerah* bisnis atau pertokoan yang strategis di kota Anda. (*Tempo*, 11 Juni 1988)

didaerah —————→ di daerah

- (28) *Disamping* itu, STEKPI bekerjasama dengan The State University of New York, . . . (*Tempo*, 9 Juli 1988)

disamping —————→ di samping

b. *Preposisi ke*

- (28) "Kebetulan saya sedang *kearah* sana." (*Suara Pembaruan*, 2 Mei 1988 : 4)

kearah —————→ ke arah

- (30) Apabila Anda bersiap untuk bertugas *keluar* kota, jangan tinggalkan kebiasaan Anda di rumah. (*Tempo*, 27 Agustus 1988)

keluar —————→ ke luar

- (31) Tuangkanlah cairan Dettol secukupnya *kedalam* bak mandi, . . . (*Kartini*, 360, September 1988)

kedalam —————→ ke dalam

- (32) OMO dengan busa berlimpah merasuk *kedalam* bahan yang dicuci. (*Pos Kota*, 18 Juli 1988 : 9)

kedalam —————→ ke dalam

c. *Partikel pun*

- (33) Hadiah langsung bagi pembelian cash maupun credit *berapapun* nilainya. (*Suara Pembaruan*, 8 Juli 1988 : 3)

berapapun —————→ berapa pun

- (34) Bukan cuma Anda, *kulitpun* memerlukan "body guard". (*Femina*, 23 Juni 1988)

kulitpun —————→ kulit pun

- (35) Memberi Anda kemampuan serba otomatis, sehingga Anda mudah dan cepat untuk memproduksi dokumen Anda, *berapapun* banyaknya. (*Kompas*, 2 Juli 1988 : 10)

berapapun —————→ berapa pun

- (36) Rumah makan Ny. Tanzil mencari peminat dalam bentuk *Franchosse dimanapun*. (*Suara Pembaruan*, 30 Mei 1988 : 14)  
di manapun —————→ di mana pun
- (37) *Kamipun* beda dari yang lain. (*Tempo*, 9 Juli 1988)  
kamipun —————→ kami pun
- c. *Kata, Gabungan Kata*
- Kesalahan penulis dalam contoh data berikut, tidak hanya terjadi atas kata atau gabungan kata, tetapi yang berkaitan juga dengan pemakaian huruf kapital.
- (38) . . . mereka tidak menduga bahwa itu akan menjadi salah satu dari rancangan yang terbesar *diabad 20*. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
diabad 20 —————→ di Abad ke-20; di Abad XX
- (39) Tandingan yang sempurna antara prestasi teknik dan persembahan *ketrampilan*, Royal Oak hanya dapat diciptakan oleh pembuat arloji terbaik: Audemars Piguet. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
ketrampilan —————→ keterampilan
- (40) "Isteriku sungguh luar biasa . . . . Sukses sebagai ibu rumah tangga, sukses pula sebagai *isteri* untuk membina kerukunan dan kebahagiaan." (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
isteri —————→ istri
- (41) Agar mata Anda selalu cerah, sediakan selalu Visine. Tersedia di setiap *apotik* dan toko obat. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
apotik —————→ apotek
- (42) Tampil dalam kemasan dua belas dan *enambelas* batang. Mutu dan rasa tetap super. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
enambelas —————→ enam belas
- (43) Mengapa perlu efektifitas khas OTROVIN untuk hidung *mampet*. (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
mampet —————→ mampat; tersumbat
- (44) Dengan peralatannya yang canggih dan ultra modern, tenaga ahli Optik Tunggal yang sangat berpengalaman berhasil *mengkoreksi* kelemahan penglihatan Aditya dengan kacamata yang sesuai. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
mengkoreksi —————→ mengoreksi
- (45) Sakatonik Liver dapat dibeli di *apotik-apotik*, toko obat, & toko swala-

yan terkenal. (*Monitor*, September 1988)

apotik → apotek

& → dan

- (46) Ovaltine Choco. Ebergi dalam kelezatan *cokelat*. (*Monitor*, 2 Juli 1988)

cokelat → coklat

- (47) Sekali dayung *satu per tiga* pulau Jawa terlampaui . . . (Petuntel 1987)

satu per tiga → satu pertiga

- (48) *Khabar* gembira untuk Daerah Jakarta Timur. (*Suara Pembaruan*, 16 Mei 1988 : 14)

khabar → kabar

- (49) Tahu Indonesia ramuan Taiwan. Suatu revolusi *per TAHU an*. (*Suara Pembaruan*, 1 Mei 1988 : 11)

per TAHU an → per-TAHU-an; pengetahuan

- (50) *Syurga* pembeli makanan yang enak dan lezat. *Semua-nya* ada *di-hotel* yang ulung ini (*Tempo*, 28 Mei 1988)

syurga → sorga

semua-nya → semuanya

di-hotel → di hotel

- (51) Country Fiesta menawarkan *kerjasama* yang menguntungkan. (*Tempo*, 11 Juni 1988)

kerjasama → kerja sama

- (52) Di samping itu, STEKPI *bekerjasama* dengan The State University of New York, . . . . (*Tempo*, 9 Juli 1988)

bekerjasama → bekerja sama

- (53) Dengan keunggulan Yamaha dalam *sistim* pendidikan mesik. (Petuntel 1987)

sistim → sistem

- (54) Gerald Genta *penghayal* dalam dunia emas. (*Kartini*, 361, September 1988)

penghayal → pengkhayal

- (55) Pemanggilan *sekejab* dan rahasia aman tersimpan. (*Kompas*, 27 Mei 1988 : 9)

sekejab → sekejap

- (56) Rokok kretek khas Indonesia *tjap* Gudang Garam. (*Tempo*, 25 Juni 1988)

- tjap —————> cap
- (57) Sun-Drain cara sempurna mengatasi masalah kelemahan pada *sistim* udara kompresor. (Pentutuel 1987)  
sistim —————> sistem
- (58) Smodia – Sekolah Mode Indonesia. Kursus ketrampilan yang siap berprestasi. (*Kartini*, 356, Juli 1988)  
—————> keterampilan
- (59) Puspita Martha sarana pelengkap untuk pendidikan kecantikan dan *ketrampilan* wanita. (Petuntel 1987)  
ketrampilan —————> keterampilan
- (60) Performannya getarkan jantung *kaula* muda. (*Tempo*, 24 September 1988)  
kaula muda —————> kawula muda
- (61) Dan lezatan kue terutama *tergantung mutu* tepung terigu yang dipakai. (*Pelita*, 5 Juni 1988 : 12)  
tergantung mutu —————> bergantung kepada mutu
- (62) Kini Baygon mat *isi* 6 buah dengan harga terjangkau. (*Femina*, 5 Mei 1988)  
isi —————> berisi
- (63) Vim bersih cemerlang dalam *sekejab*. (*Sarinah*, 153, Agustus 1988)  
sekejab —————> sekejap
- (64) Pasta gigi Darkie memberi Anda kesegaran *nafas* lebih lama. (*Femina*, 28 April 1988)  
nafas —————> napas
- (65) Jika memilih *suratkabar* Waspada-lah. (*Kartini*, 355, Juni/Juli 1988)  
suratkabar —————> surat kabar
- (66) Surat kabar di Surabaya kini tersebar di bebarapa *propinsi*. (Petuntel 1987)  
propinsi —————> provinsi
- (67) Wallpaper Fiesta bisa didapat di *toko2* *Langgangan* terdekat. (*Suara Pembaruan*, 20 Juni 1988 : 14)  
toko2 —————> toko-toko
- (68) Kami pun bahkan tidak merasa perlu *merubah* rokoknya. (*Monitor*, 2 Juni 1988)  
merubah —————> mengubah

- (69) Seminggu lebih dari 100 kali *landas* di Kanada dan Amerika Serikat. (*Tempo*, 9 Juli 1988)  
landas → melandas
- (70) Kebocoran gas dapat terjadi jika api kompor gas padam *kena* tumpahan kueh. (*Femina*, 9 Juni 1988)  
kena → terkena
- (71) Kejuaraan Bulutangkis Pelita Jaya Indonesia Terbuka *ke VII*. (*Suara Pembaruan*, 6 Juli 1988 : 3)  
ke VII → VII; ke-7
- (72) Investasi JLW untuk dijual berdasarkan *perlelangan*. (*Tempo*, 20 Agustus 1988)  
perlelangan → pelelangan
- (73) Mandi Anda belum sempurna tanpa *Dia* . . . (*Kartini*, 359, Agustus 1988)  
Dia → dia
- (74) Brisk *krim* rambut – agar rambut tampil wajar. (*Tempo*, 9 Juli 1988)  
krim → krem
- (75) Terbukti secara ilmiah . . . dengan penggunaan teratur *Ketombe* hilang selamanya. (*Femina*, 5 Mei 1988)  
Ketombe → ketombe
- (76) Masaknya pakai kompor gas Hitachi. *Menanak nasinya* pilih rice cooker Hitachi. (*Femina*, 16 Juni 1988)  
Menanak nasinya → Menanaknasinya
- (77) Bajunya tak hanya *nampak* kotor, bahkan bau. (*Pos Kota*, 18 Juli 1988 : 9)  
nampak → tampak
- (78) Bulan promosi *macam2* roti dan ceke. (*Pos Kota*, 25 Agustus 1988 : 12)  
macam2 → macam-macam
- (79) Kampi pun *beda* dari yang lain. (*Tempo*, 9 Juli 1988)  
beda → berbeda
- (80) . . . paduan konsep yang berhasil meringankan beban *phisik*, . . . (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
phisik → fisik
- (81) Di Singapura, dimana *wang* Anda terjamin untuk jangka waktu yang lama . . . (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
wang → uang
- (82) Beasiswa Santa Lusia diberikan kepada peserta *test* Pendidikan Komputer

dan Bahasa Inggris. (*Monitor*, 92, Agustus 1988)  
 test —————→ tes

### 5.1.2 *Kata Asing/Serapan*

Dalam bagian ini akan dibicarakan a) kata asing yang berpadanan dengan bahasa Indonesia, b) kata asing yang diserap dengan penyesuaian ejaan, dan c) kata asing yang diserap secara utuh.

#### a. *Kata Asing yang Berpadanan dengan Bahasa Indonesia*

- (83) Tersedia ratusan produk pisau untuk keperluan: dapur, "restaurant", perkebunan, "camping", promosi, hadiah, dan sebagainya. (*Femina*, 30 Juni 1988)  
 restaurant —————→ rumah makan  
 camping —————→ perkemahan
- (84) Hadian langsung bagi pembeli "cahs" maupun "credit" . . . (*Suara Pembaruan*, 9 Juli 1988)  
 cash —————→ tunai  
 credit —————→ kredit
- (85) Contoh diagram "copier" yang andal. (*Femina*, 23 Juli 1988)  
 copier —————→ pengopi
- (86) Warning! (*Tempo*, 3 September 1988)  
 Warning! —————→ Awas!
- (87) Wanted! (*Tempo*, 30 Juli 1988)  
 Wanted! —————→ dicarai!

#### b. *Kata Asing yang diserap dengan Penyesuaian Ejaan*

- (88) Dapatkanlah keuntungan "extra" dari penggunaan alat-alat kantor Anda yang terbaik. (*Petuntel* 1987)  
 extra —————→ ekstra
- (89) Dikerjakan oleh "photographer" yang bertarap internasional & berpengalaman puluhan tahun. (*Femina*, 16 Juni 1988)  
 photographer —————→ fotografer
- (90) Reparasi semua merk "camera" juga jual murah "camera2" SLR, lensa2 Flash dan lain-lain. (*Suara Pembaruan*, 8 Juli 1988 : 14)  
 camera —————→ kamera
- (91) Dioperkan "telephone" inti baru kepala 85. (*Sura Pembaruan*, 3 Oktober 1988)  
 telephone —————→ telepon

- (92) Lily Kasoem Optikal memperkenalkan "progressive multifokus" visa. Penemuan terbaru dengan teknologi tinggi dan pabrik "lensa progressive" terbesar di dunia, Essilor France. (*Tempo*, 2 Juli 1988)
- (93) Visa "lensa progressive multifokus" untuk melihat jauh sekaligus dekat, . . . (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
lensa progressive multifokus → lensa multifokus progresif
- (94) Bawalah "color monitor" Anda untuk ditukar-tambah dengan Prinston Ultrasonic . . . (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
color monitor → monitor warna
- (95) Dua stasiun MRT hanya berjarak kurang dari lima menit jalan kaki, "komplek" Raffles City haya sejauh 200 meter saja. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
komplek → kompleks
- (96) Sebuah bangunan 4 lantai perkantoran di "komplek" Duta Merlin. (*Suara Pembaruan*, 26 Mei 1988 : 10)  
komplek → kompleks
- (97) "Kreatifitas" yang sempurna. Paduan seni dan teknologi dengan rasa yang eksklusif. (*Tempo*, Mei 1988)  
kreatifitas → kreativitas
- (98) Mengapa perlu "efektifitas" khas OTRIVIN untuk hidung mampet. (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
efektifitas → efektivitas
- (99) . . . , paduan konsep yang berhasil meringankan beban "fisik", menghidnarkan rasa lelah dan kerusakan tulang punggung, . . . (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
fisik → fisik
- (100) Canesten dalam bentuk "krim" dan cairan. (*Femina*, 21 Juli 1988)  
"krim" → krim
- (101) Baru tiba gaun "import" dari Paris, mode terbaru. (*Femina*, 16 Juni 1988)  
import → impor
- (102) Nikmatilah sepuasnya buffet Vietnamese BBC dan *Seafood Shabu-shabu* dengan daging sapi "import" dari New Zealand. (*Femina*, 12 Mei 1988)  
import → impor
- (103) Mentega asli paling bermutu, "diimport" dari Holland. (*Suara*

- Pembaruan*, 9 Mei 1988 : 14)  
diimport —————> diimport
- (104) Sabun "krim" biru Wings biru. (*Kartini*, 360, September 1988)  
krim —————> krem
- (105) *New Fantastique* "cream" kumis dan bulu. (*Suara Pembaruan*,  
22 Juni 1988 : 10)  
cream —————> cream; krim
- (106) Jaminan "kwalitas"  
Mintalah kartu garansi 12 bulan dari Rodenstock. (*Tempo*, Mei  
1988)  
kwalitas —————> kualitas
- (107) Investasi pada suatu bangunan gedung yang unik dan "berkwalitas"  
tinggi di Singapura. (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
berkwalitas —————> berkualitas
- (108) Lompatan ke generasi baru dalam desain dan "kwalitas". (*Monitor*,  
94, Agustus 1988)  
kwalitas —————> kualitas
- (109) Tilawatil Qur'an 30 Juz terdiri dari 30 kaset "berkwalitas" tinggi.  
(*Pelita*, 27 Juni 1988 : 11)  
berkwalitas —————> berkualitas
- (110) "Tehnologi" Quarts dalam disain anggun. (*Kompas*, 12 Juli 1988 :  
2)  
tehnologi —————> teknologi  
disain —————> desain
- (111) Perpaduan antara seni & "tehnologi" modern. (*Petuntel* 1987)  
tehnologi —————> teknologi
- (112) Dengan dukungan "tehnologi" modern serta pengalaman 76 tahun,  
Semen Padang terpilih . . . di mana-mana. (*Petuntel* 1987)  
tehnologi —————> teknologi
- (113) Dengan "tehnologi" tinggi, serta dukungan para ahli berpengalaman,  
Film Fuji dan Kertas Fuji semakin dipercaya . . . . (*Kompas*,  
15 Juli 1988 : 8)  
tehnologi —————> teknologi

c. *Kata Asing yang Diserap Utuh*

- (114) Natur E satu-satunya vitamin E alamiah dalam "soft capsule"  
untuk mengatasi "stress" dan memperlambat proses ketuaan.

- (*Femina*, 2 Juni 1988)  
 soft capsule → *soft capsule*  
 stress → *stress*
- (115) Menanak nasinya pilih "rice cooker" Hitachi. (*Femina*, 16 Juni 1988)  
 rice cooker → *rice cooker*
- (116) Indosehat Sweetened condensed mil, sumber kesehatan keluarga. (*Monitor*, 95, Agustus 1988)  
 Sweetened condensed milk → *sweetened condensed milk*
- (117) "Starlic capsule" adalah minyak ekstra bawang putih yang telah dibuat dalam bentuk "soft capsule", sehingga menghilangkan . . . (*Tempo*, 2 Juli 1988)  
 starlic capsule → *starlic capsule*  
 soft capsule → *soft capsule*
- (118) Bulan promosi macam2 roti dan "cake" (*Pos Kota*, 25 Agustus 1988 : 12)  
 cake → *cake*
- (119) New Sprint 2000, "trend" desain masa depan. (*Tempo*, 27 Agustus 1988)  
 trend → *trend*
- (120) Sebuah sentuhan "trendy" Citroen BX Elegance. (*Sarinah*, 154, Agustus 1988)  
 trendy → *trendy*
- (121) Sedan kompak "trend" tahun 1990-an. (*Femina*, 23 Juni 1988)  
 trend → *trend*
- (122) Matra, majalah "trend" pria. (*Tempo*,  
 trend → *trend*

### 5.1.3 Tanda Baca

Pembicaraan tanda baca di sini dibatasi pada pemakaian a) elips, b) tanda pisah, c) tanda titik, d) tanda tanya, dan e) tanda hubung.

#### a. Elips

- (123) Artis terkecil di dunia ada di . . . . . Gajah Mada Record. (*Kompas*, 11 Mei 1988 : 12)  
 . . . . . → . . .

- (124) Tragedi yang menyedihkan kita seorang anak bertanya . . . . .  
(*Pos Kota*, 20 Agustus 1988 : 6)  
..... → .....
- (125) Terharu mendengar tragedi Dewi dan Cipluk kini . . . . . Ida  
Laila berdendang dalam sebuah lagu. (*Pos Kota*, 28 Juli 1988 : 12)  
..... → .....
- (126) Saksikanlah . . . . .! (*Suara Pembaruan*, 6 Juli 1988 : 3)  
.....! → ...!
- (127) Jangan sembarang membuang data . . .  
Resiko kebocoran ada didalamnya. (*Tempo*, 27 Agustus 1988)  
... → .....
- b. *Tanda Pisah*
- (128) 20 – 24 Juli 1988 di Istora Senayan. (*Suara Pembaruan*, 6 Juli  
1988 : 3)  
20 – 24 Juli → 20 — 24 Juli
- (129) Babak penyisihan: 17 – 19 Juli 1988 di Gedung Bulutangkis . . . .  
(*Suara Pembaruan*, 6 Juli 1988 : 3)  
17 – 19 Juli → 17 — 19 Juli
- c. *Tanda Titik*
- (130) Saya harus mencipta untuk menghasilkan sesuatu dan itulah sebab-  
nya kenapa hanya 2000 buah jam karya saya . . . . (*Kartini*, 361,  
September 1988)  
2000 → 2.000
- (131) Raih 1000 hadiah cangguh. (*Tempo*, 11 Juni 1988)  
1000 → 1.000
- (132) Santap malam berdua . . . atau resepsi 4000 tamu, mutu dan  
layanan kami tetap prima! (*Tempo*, 9 Juli 1988)  
4000 → 4.000
- d. *Tanda Tanya*
- (133) Untuk siapa lagu sendu ini tercipta??? (*Pos Kota*, 18 Juli 1988 :  
12)  
??? → ?
- e. *Tanda Hubung*
- (134) *Semua-nya* ada *di-hotel* yang ulung ini. (*Tempo*, Mei 1988)  
sumua-nya → semuanya  
di-hotel → di hotel

## 5.2 Kesalahan Struktur

Pengamatan atas kesalahan atau penyimpangan pemakaian bahasa dalam iklan dilakukan pada tataran kalimat dan paragraf berdasarkan data yang tersedia. Kesalahan dalam tataran frasa secara tidak langsung telah diketengahkan dalam 5.1. Contoh data berikut menampilkan (a) kesalahan struktur dan (b) sekaligus saran perbaikannya.

- (135) (a) Bila Anda memiliki toko atau ruangan di daerah bisnis atau pertokoan yang strategis di kota Anda. (*Tempo*, 11 Juni 1988) (Pemakaian kata "bila" memperlihatkan bahwa bentuk di atas bukan/belum berbentuk sebuah kalimat.)
- (b) 1. Anda memiliki toko atau ruangan di daerah bisnis atau pertokoan yang strategis di kota Anda.  
2. Bila Anda memiliki toko atau ruangan di daerah bisnis atau pertokoan yang strategis di kota Anda, . . . .
- (136) (a) Tepung terigu Bogasari menjamin mutu, lagi pula mengandung zat-zat gizi yang tinggi, sehingga kue tidak hanya lezat tetapi bergizi pula. (*Pelita*, 5 Juni 1988 : 12) (*Sehingga* merupakan konjungsi antarklausa dalam sebuah kalimat yang kehadirannya tidak menuntut tanda koma di depannya. Sebaliknya, *tetapi* memerlukan tanda baca tersebut.)
- (b) Tepung terigu Bogasari menjamin mutu, lagi pula mengandung zat-zat gizi sehingga kue tidak hanya lezat, tetapi bergizi pula.
- (137) (a) Kelezatan kue terutama *tergantung mutu* tepung terigu yang dipakai. (*Pelita*, 5 Juni 1988 : 12) (Ungkapan yang lazim adalah bergantung (ke)-pada.)
- (b) Kelezatan kue terutama bergantung (ke) pada tepung terigu yang dipakai.
- (138) (a) Dokumen *tampak hasil cetakan*, bukan ketikan. (*Tempo*, 4 Juni 1988)
- (b) Dokumen *tampak seperti hasil cetakan*, bukan ketikan.
- (139) (a) Kekurangan vitamin barangkali tidak akan terasa sampai beberapa tahun kemudian. *Pada saat mana* sudah terlambat untuk melakukan sesuatu. (*Femina*, 16 Juni 1988)
- (b) 1. Kekurangan vitamin barangkali tidak akan terasa sampai beberapa tahun kemudian.  
*Pada saat itu* sudah terlambat untuk melakukan sesuatu.  
2. Kekurangan vitamin barangkali tidak akan terasa sampai beberapa tahun kemudian, hingga *ketika* itu sudah terlambat untuk melakukan sesuatu.

- (140) (a) Merpati terbang ke lebih dari 120 kota tujuan . . . . (*Petuntel* 1987)  
 (b) Merpati terbang ke 120 kota tujuan atau lebih.
- (141) (a) Lufhansa First Class membuka pintu ke lebih dari 80 kota di Eropa. (*Tempo*, 4 Juni 1988)  
 (b) Luthfansa First Class membuka pintu ke 80 kota atau lebih di Eropa.
- (142) (a) Semua *sepatu dan sandal Bata* mendapat potongan 30%. (*Pos Kota*, 22 Agustus 1988 : 12)  
 (b) Semua *sepatu dan sandal Bata unuk* anak mendapat potongan 30 %.
- (143) (a) Problema orang seperti Anda adalah waktu, sementara itu berita-berita yang hangat dan akurat pun, tentu, *tidak ingin terlewatkan*. (*Editor*, 16 Juli 1988)  
 (b) Problem orang seperti Anda adalah waktu, sementara itu berita-berita yang hangat dan akurat pun tentu, *tidak akan Anda lewatkan*.
- (144) (a) Di Singapura, *di mana* wang Anda terjamin untuk jangka waktu yang *lama*. *Pada* suatu kondominium paling mewah di Singapura. (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
 (b) Di Singapura uang Anda terjamin untuk jangka waktu yang lama pada suatu kondominium paling mewah.
- (145) (a) Saya harus mencipta untuk menghasilkan sesuatu dan itulah sebabnya kenapa hanya 2.000 buah jam karya saya yang dapat saya hasilkan . . . . (*Kartini*, 361, September 1988)  
 (b) Saya harus mencipta untuk menghasilkan sesuatu. Itulah sebabnya, mengapa hanya 2.000 buah jam karya saya yang dapat saya hasilkan . . . .

### 5.3 Pilihan Kata

Pilihan kata dalam bahasa iklan dilakukan berdasarkan kekuatan daya tarik kata pilihan atas masyarakat pembacanya. Dari contoh-contoh berikut tampak bahwa dalam bahasa iklan orang cenderung memilih kata yang lazim dipakai dalam situasi yang tidak resmi atau bahasa cakapan.

- (146) Mengapa perlu efektivitas OTRIVIN untuk hidung *mampet*. (*Tempo*, 16 Juli 1988)  
 mampet → tersumbat; mampat
- (147) Saya harus mencipta untuk menghasilkan sesuatu dan itulah sebab-

nya *kenapa* hanya 2.000 buah jam karya saya yang dapat saya hasilkan . . . (*Kartini*, 361 September 1988)

kenapa → mengapa

- (148) Bila terasa gangguan tenggorokan, batuk atau hidung *mampet*, ambil segera Halls Mentholiptus . . . (*Tempo*, 16 Juli 1988)

mampet → tersumbat; mampat

- (149) Bagi kami, mutu adalah nomor satu. *Sejak* bahan baku, proses, hingga distribusi, semua tahap dipantau secara ketat (*Suara Pembaruan* 8 Juni 1988 5)

sejak → mulai

## BAB VI SIMPULAN

Pemakaian bahasa dalam iklan menuntut suatu kecermatan agar bahasa itu dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat mencapai sasaran yang dikehendaki secara baik. Kecermatan itu terutama menyangkut bentuk bahasa dan cara penyampaiannya. Dalam bentuk bahasa, pemakai bahasa iklan atau pemasang iklan harus memperhatikan benar struktur-struktur frasa, kalimat, dan wacana, sedangkan dalam cara penyampaian, yang diutamakan adalah kaidah-kaidah yang bersangkutan dengan retorik.

Berdasarkan data temuan, konstruksi frasa kebanyakan berbentuk frasa nominal (FN) yang bisa terdiri atas FN + FN, atau FN + FPrep, atau FN + N. Konstruksi kalimat tunggal sangat bervariasi. Berdasarkan analisis ditemukan adanya empat belas variasi. Kalimat majemuk setara terdiri atas kalimat majemuk setara penjumlahan, setara perlawanan, dan setara pemilihan; sedangkan kalimat majemuk bertingkat terdiri atas konstruksi-konstruksi a) anak kalimat yang diikuti induk kalimat dan b) induk kalimat yang diikuti anak kalimat. Selain itu, di antara data ditemukan juga iklan dalam bentuk kalimat majemuk campuran. Pemakaian bahasa yang menyangkut wacana menunjukkan bahwa pemasang iklan cukup cermat dalam memperhatikan kaidah bahasa yang berlaku pembentukan wacana, yaitu adanya kepaduan dalam bentuk (kohesi) dan keterpautan dalam makna (koherensi).

Jika dipandang dari cara penyampaiannya, bahasa iklan dapat dikelompokkan berdasarkan kaidah retorik yang digunakan menjadi 1) iklan yang menggunakan kaidah pernyataan (pernyataan netral dan pernyataan yang disertai penilaian, 2) iklan yang menggunakan kaidah perkaitan konsep, 3) iklan yang menggunakan kaidah kealatan, 4) iklan yang menggunakan

kaidah pemesraan, 5) iklan yang menggunakan kaidah peyakinan, 6) iklan yang menggunakan kaidah kenal pasti, 7) iklan yang menggunakan kaidah perbandingan, 8) iklan yang menggunakan kaidah pertanyaan, 9) iklan yang menggunakan kaidah peringatan, 10) iklan yang menggunakan kaidah suruhan, 11) iklan yang menggunakan kaidah larangan, 12) iklan yang menggunakan kaidah ajakan, 13) iklan yang menggunakan kaidah nasihat, 14) iklan yang menggunakan gabungan 1) — 13), dan iklan yang menggunakan kaidah bahasa remaja atau santai.

Kesalahan bahasa yang ditemukan dalam bahasa iklan lebih tepat jika dilihat sebagai gejala penyimpangan dalam berbahasa yang, jika dilihat dari ukuran kebakuan bahasa, cenderung kepada pemakaian bahasa yang nonbaku, baik dalam pilihan kata maupun struktur kalimatnya. Pada aspek ejaan, sebagian besar kesalahan terdapat pada cara penulisan bentuk bahasa, antara lain penulisan prefiks *di-*, preposisi *di* dan *ke*, partikel *pun*, kata/gabungan tanda baca, kesalahan terbanyak dilakukan dalam pemakaian tanda elipsis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmah binti Haji Omar. 1984. *Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Bahasa Retorik*. Cet. ke-1. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Barnhart, Clarence L. dan Robert K. Barnhart. Eds. 1978. *The World Book Dictionary*. Chicago: World Book Childcraft International.
- Caples, John. 1980. *Tested Advertising Methods*. 4th. ed. Englewood Cliffs, N, J. : Prentice-Hall. (c) 1974.
- Chomsky, N. 1965 *Aspect of The Theory of Syntax* Cambridge, Mass.: MIT Press
- Hadri Farid. 1972 'Pakailah Kata-Kata yang Tepat Supaya Iklan Saudara Mempunyai Daya Pikat Dalam *Harian Indonesia*. Rabu, 15 April, hal 5, kolom 1 -6. Jakarta.
- Hidayat, K. dan Supriyadi. 1986. *Analisis Kesalahan Berbahasa*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kridalaksana, Harimurti. 1985. *Tata Bahasa Deskriptif Bahasa Indonesia: Sintaksis*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Lewis, Herschell Gordon 1988. *Iklan yang Efektif: dengan Biaya Mini, Hasilnya Maxi*. Cet. ke-2. (Disadir dari *How to Make Your Advertising Twice as Effective at Half the Cost*). Semarang: Dahara Prize.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1988. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan* Edisi ke-2. Jakarta: Balai Pustaka

- Ramlan, M. 1987. *Ilmu Bahasa Indonesia: Sintaksis*. Edisi revisi. Cet ke-5. Yogyakarta: Karyono.
- Samsuri. 1985. *Tata Kalimat Bahasa Indonesia*. Jakarta: Sinar Hudaya.
- Shadily, Hassan. Pemred. 1982. *Ensiklopedi Indonesia*. Jilid 3. Jakarta: Ichtiar Baru-van Hoeve.
- Shurter, Robert L. 1971. *Written Communication in Business*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Tarigan, Henry Guntur dan Djago Tarigan. 1988. *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Bandung : Angkasa.
- The New Encyclopedia Britannica* Vol. 1 : *Miceopaedia*. Chicago : Encyclopaedia Britannica, 1986.

## LAMPIRAN

### 1. *Bentuk Bahasa Iklan*

#### 1.1 Iklan dalam bentuk Frasa

- (1) Kursus malam bahasa Jepang, Perancis, Inggris, dan menjahit (SP/3/6/88/14)
- (2) Kerjasama dengan PT Asuransi Jiwa Ikrar Abadi (KP/Y/7/88/3)
- (3) Bengkel Resmi Honda "Jaya Niaga Raya" (PL/3/6/88/11)
- (4) PD Genteng Maher Jatiwangi (Parek)
- (6) Becks Bier Cap Kunci (Parek)

#### 1.2 Iklan dalam Bentuk Kalimat Tunggal

- (7) "Prestasi dan pengalaman kami jaminan kepuasan Anda" (Petuntel 1987)
- (8) *Shampoo Sariayu*  
Khasiat alam, tradisi kami (Femina 17/28/4/88)
- (9) Kalung Emas Berlian dari shampo SARIAYU (SP/17/6/88/10)
- (10) Shampoo SARIAYU Khasiat alam tradisi kami (SP/17/6/88/10)
- (11) *Super Bazaar* Pusat kebutuhan sehari-hari (Mon 96/8/88)
- (12) *Melanox Cream*  
Pemutih yang aman (Sarinah 148/5/6/88)
- (13) *Modess*  
perlindungan maksimal (Mon 83/2/6/88)
- (14) *Vetco*  
Minyak kelapa modern—100% murni (Kartini 361/9/88)
- (15) *Vetco*  
Hasil perpaduan minyak kelapa tradisional dan kecanggihan tek-

- nologi mutakhir (Kartini 361/9/88)
- (16) Kawula muda yang bergaya *Kanselir C3045 Walkman* (Mon 92/8/88)
  - (17) Foto indah adalah kenangan indah tak terlupakan (SP20/6/88/11)
  - (18) Foto indah adalah hasil cuci-cetak di Lab. Resmi Fuji (SP/20/6/88/11)
  - (19) BEDAK dengan CALAMINE bedak anti biang keringat dan anti gatal (PK/19/8/88/10)
  - (20) Obat batuk & pilek yang dianjurkan para ahli batuk NELLCO SPECIAL O.B.H. (Femina 22/9/6/88)
  - (21) *Pabanex dan Vitacid* Cara ilmiah mencegah dan mengatasi "tanda-tanda usia senja" (Femina 19/12/5/88)
  - (22) *Neo Ultrasiline* Obat yang paling manjur untuk membasmi: jerawat, panu, kadas, kurap, jamur kulit, gatal-gatal, kutu air, luka-luka, infeksi kulit (Mon 92/2/8/88)
  - (23) Kecap ABC Pilihan Juru Masak (Parek)
  - (24) "Lux . . . bagian penting kecantikan setiap hari" (Mon 97/9/88)
  - (25) *Airband Spring Bed* Pilihan Anda paling ideal (Petuntel 1987)
  - (26) *Keris Gallery* pusat belanja eksklusif (Sarinah 146/4/5/88)
  - (27) *Sinlik* Pil khusus wanita paling top masa kini (Petuntel 1987)
  - (28) *Sakatonik Liver* Penambah darah dan tenaga baru (Tempo 22/30/7/88)
  - (29) Minyak Angin 1001 Pelindung Kesehatan Keluarga Anda (Parek)
  - (30) *Starlic* capsule pembina kesehatan prima (Tempo 19/18/9/7/88)
  - (31) Super Tensoplast Plester obat Sembuh Cepat dengan "Non-Stick Pad" (Parek)
  - (32) *Ricoh facsimile* Tetap selangkah lebih dahulu (Petuntel 1987)
  - (33) *Ricoh* Puncak kualitas dan daya tahan (Petuntel 1987)
  - (34) *Vinolia Tres Chic* Mandi di keharuman yang begitu mewah . . . membawa perasaan segar ceria. (Femina 16/9/6/88)
  - (35) *PBN* Alamat Anda yang paling tepat untuk semua keperluan ALKOHOL bermutu yang diproduksi oleh pabrik tertua dan terbesar di Indonesia. (Petuntel 1987)
  - (36) *Rhonal* obat paten untuk sakit kepala, nyeri dan semua rasa sakit. (Tempo 18/9/6/88)
  - (37) *Rhonal* obat paten untuk rasa sakit. (Tempo 18/9/6/88)
  - (38) "Modess memberikan perlindungan maksimal . . . di hari-hari yang paling rawan." (Mon 83/2/6/88)
  - (39) *Ovaltine* — membakar semangat atlet sejak Olympiade 1932. (Mon 97/9/88)

- (40) Hidup dimulai pada umur 40 tahun . . . *Optik Tunggal* (Tempo 25/18/29/8/88)
- (41) Bagi kami perjuangan tak mengenal waktu. (Tempo 21/18/7/88)
- (42) *Bank BNI Swadharma Bhakti Nagara* (Tempo 21/18/7/88)
- (43) GUNUNG AGUNG Mempersembahkan DIMENSI BARU SARANA DUNIA PENDIDIKAN INDONESIA (SP/1/6/88/v)
- (44) "Neril menghentikan dan mencegah kerontokan sekaligus merangsang pertumbuhan rambut Anda" (Kartini 361/9/88)
- (45) *Neril* Akhiri dan cegah kerontokan rambut (Kartini 361/9/88)
- (46) *Keris Gallery* . . . memenuhi selera eksklusif Anda (Sar 146/4/88)
- (47) *Neril* Akhiri dan cegah kerontokan rambut sedini mungkin. (Femina 17/16/28/4/88)
- (48) *VIM* membersihkan lemak dan kotoran semua permukaan yang biasa dicuci. (Femina 22/16/9/6/88)
- (49) *VIM* Cairan pembersih; ampuh serba guna. (Femina 22/16/9/6/88)
- (50) *Singer* Mempermudah pekerjaan rumah tangga. (Mon 94/8/88)
- (51) *Sunsilk Egg* membuat rambut hitam Anda lebih segar secara alami. Tiada kemilau seindah *Sunsilk*. (Femina 25/16/30/6/88)
- (52) *Rinso Sistem Baru* membersihkan paling bersih. (Femina 88/2/7/88)
- (53) *Rinso Sistem Baru* membersihkan paling bersih. (Femina 24/16/23/6/88)
- (54) *Pasta Gigi Darkie* Memberi Anda kesegaran nafas lebih lama (Femina 17/16/28/4/88)
- (55) *Visine* mengatasi mata merah hanya dalam waktu 60 detik. *Visine* tetes mata ampuh. (Tempo 19/18/9/7/88)
- (56) VAREMOID mengandung zat pemulih pembuluh darah yang dapat menghilangkan gejala-gejala wasir secara aman. (KP/20/7/88/V)
- (57) *Orchid Butter* . . . untuk segala keperluan: (Femina 19/16/12/5/88)
- (58) Pollen plus E & G UNTUK MENCAPAI UMUR PANJANG (SP/4/6/88/11)
- (59) Dosis Yang Tepat Untuk Batuk Anda (PK/3/8/88/4)
- (60) Bedak obat untuk kulit *Neo Ultracyc* Untuk menghilangkan gatal-gatal dan bau badan. (Mon 89/2/7/88)
- (61) *Lipstick Viva* merah bara, . . . merah cinta, . . . (Mon 87/2/7/88)
- (62) Lebaran dengan *Danisa* . . . Lezat lahir batin (Femina 19/16/12/5/88)
- (63) *Yeos* Lezat bermanfaat (Kartini 356/7/88)
- (64) *VIM*—bersih cemerlang dalam sekejap. (Sarinah 153/8/88)

- (65) *Trustee* Bahkan lebih lembut dari sabun bayi (Femina 24/23/6/88)
- (66) Busa super aktif Bersih Harum dan cemerlang (Sarinah 151/7/88)
- (67) *ABC Orange Juice* Segar dan Segar & Bergaya (Femina 24/16/23/6/88)
- (68) *Vick Formula 44* Kuat dan cepat (Femina 24/23/6/88)
- (69) "Aku juara Olympiade Tahun 2000." (Mon 97/9/88)
- (70) *Monier* Profil genteng rumah masa kini (Petuntel 1987)
- (71) Telah dibuka Prince Burger di Jalan Pintu Air No. 16 Jak Pus (PK/10/7/88/12)
- (72) TIBA SAATNYA BERKREASI & BEREKREASI DI CITRA GARDEN (KP/8/7/88/9)
- (73) Telah Dibuka: "PRINCE BURGER" Jl. Pintu Air No. 16, Jak-Pus (PK/10/7/88/12)
- (74) Tersedia ratusan produk pisau untuk keperluan: dapur, hotel, *restaurant*, perkebunan, *camping*, hadiah, dan sebagainya *PT Victorinox Indah* (Femina 25/30/6/88)
- (75) TELAH DIBUKA TRAYEK BUS PPD No. 909 DARI GROGOL LANGSUNG KE LOKASI TERMINAL BUS BUMI SARANA REJEKI (PK/29/6/88/12)
- (76) Dibuka ESA MOKAN (TOSERBA PALING LENGKAP DI MAYES TIK (SP/29/4/88/V)
- (77) Tampil yakin sepanjang hari *Deodorant Rexona* (Kartini 359/8/88)
- (78) Sehat & segar sepanjang hari *Vitacimin Sweetlets* (Kartini 355/4/6/7/88)
- (79) Sakit kepala lenyap dalam sekejap dengan *Oskadon*. (Tempo 14/4/6/88)
- (80) *Bumi Bintaro Permai* Lingkungan hijau yang eksklusif di Jakarta Selatan (Petuntel 1987)
- (81) Tersedia aneka karoseri: Alexander, RMK, Gajah Mada, Sumber Mulia, *Podo Joyo*, *Tugas Kita dan Indonesia Indah*. (KP/16/7/88/V)
- (82) Kuningan Raya Pemukiman di Kawasan Segitiga Emas yang terletak di jantung Metropolitan Jakarta (SP/4/7/88/XI)
- (83) PAMULUNG PERMAI II Mempersembahkan Type Baru griya MANIS (SP 22/7/88/III)
- (84) DIBUKA TAHAP BARU PONDOK TANAH MAS Type 21/60 M2 dengan bentuk artistik (3/1/30/5/88/12/)
- (85) Fuji Film Terbukti Paling Baik (Parek)

### 1.3 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Setara

- (86) *Tropicana Slim* Rendah kalori dan bebas gula untuk Anda dan

- yang Anda kasihi (Sarinah 146/4/5/88)
- (87) Basuki Abdullah mengabadikan keindahan alami . . . dan kami melestarikan kenikmatan rasa kretek asli. *Wisnilak – Sempurna* meraciknya, sempurna kenikmatannya. (Tempo 29/17/9/88)
- (88) "Aku menyukai busa lembut Lux dan hm . . . parfum harumnya" (Femina 21/2/6/88)
- (89) Severiano Ballesteros—kemauan kuat adalah rahasianya, jam tangan kuat adalah pilihannya. *Rolex* (Tempo 23/6/8/88)
- (90) JAPOS GRAHA LESTARI rumah asri, harga serasi (SP/29/4/88/12)
- (91) JAPOS GRAHA LESTARI rumah idaman, harga menawan (PK/27/8/88/5)
- (92) Uang anda sewaktu-waktu dapat diambil, LABA 4%/Bulan, BONUS 5% Pertahun. PT SUTI KELOLA (SP/30/5/88/14)
- (93) Fasilitas baru dari American Express "The Customer Service Center", fasilitas terpadu untuk efisiensi segala urusan Anda. (SP/10/6/88/15)
- (94) *Commodore Special* tampang keren, rasa paten (Mon 88/2/7/88)
- (95) GIGI SEMAKIN SEHAT, GIGI SEMAKIN PUTIH CEMERLANG. Pepsodent pasta gigi dengan Urium (KP/11/7/88/7)
- (96) Belanja berhadiah khas *Hero*. Hadiah-hadiah meraih Belanja semakin bergairah (Femina 19/16/12/5/88)
- (97) Perumahan HARAPAN BARU memberikan nilai tambah dalam menyediakan fasilitas, Anda boleh berbangga berada di lingkungan Real Estate. (PK/26/8/12)
- (98) Dia . . . cantik jelita, kulitnya begitu halus, begitu lembut, begitu remaja, Siapakah yang selalu setia merawat kulitnya dengan *Fresh Soft Sense* (Femina 19/16/12/5/88)
- (99) *Indomei* . . . sajian penuh arti, ibu pun jadi berseri. (Kartini 360/9&88)
- (100) *Melamine Ware* Penyajian yang tepat, Hidangan menjadi lezat (Sarinah 146/4/5/88)
- (101) Kulit Anda membutuhkan sentuhannya . . . *Palmolive* . . . kecantikan alami remaja. (Kartini 353/5/6/88)
- (102) Belanja semakin bergairah, Hadiah semakin meriah. *Hero* Pasar Swalayan (Femina 32/16/8/88)
- (103) Jamu pil *Cristanol* menghindarkan penimbunan lemak Menurunkan berat badan tanpa menimbulkan efek samping, Merampingkan pinggang, perut dan paha Anda. (Femina 16/16/21/4/88)
- (104) (*Oil of Ulan*) Merawat kecantikan wajah, Menghadirkan senyum menawan (Femina 20/26/5/88)

- (105) Paris, . . . Semarak wangi bunga Semerbak harum parfum . . . *Christian Dior* (Kartini 359/8/88)
- (106) *Tancho* Indah bergaya, tampil dimanapun (Kartini 353/5/6/88)
- (107) Hitam berkulau, tampil memukau *Suave* (Mon 89/2/7/88)
- (108) *Tropicana Slim* Kecap manis diet bebas gula dan rendah garam (Sarinah 150/6/7/88)
- (109) *Clear Shampoo* Sentuhan indah, Sentuhan yakin (Femina 33/16/8/88)
- (110) *Regal* Yang baru . . . yang lezat . . . Renyah, lezat dari gigitan pertama sampai terakhir . . . *Chocolate Shart Cake* paling enak . . . (Mon 91/2/7/88)
- (111) Kopi susu *Slim & Fit* Rendah kalori, rendah kolesterol, lezat alami . . . (Kartini 359/8/88)
- (112) Restoran Padang *Salero Bagindo* Standar Internasional Cita rasa tradisional (Femina 18/16/5/5/88)
- (113) *Salero Bagindo* Standar Internasional, cita rasa tradisional (Femina 18/16/5/5/88)
- (114) *Susu Bendera Instant* Cara terbaik mengungkapkan kasih sayang. Lebih kaya vitamin dan lebih disukai anak-anak. (Mon 89/2/7/88)
- (115) Pemukiman yang ideal & strategis DEPOK MULYA 1 Km dari KAMPUS BARU UI, LENGKAP DENGAN SARANA SOSIAL & FASILITAS KOTA, DEKAT STASIUN K.A.; KENDARAAN UMUM – MELEWATI – LOKASI PLN; TERSEDIA JARINGAN TELPON
- (116) Mutu terpercaya servis terjamin Akurat. Cermat. Teliti. *Nikon Autorefraktometer* (Petuntel 1987)
- (117) Hitam berkilau, Cantik memukau, Praktis, Semudah Anda memakai Shampoo (Kartini 361/9/88)
- (118) *Soft & Easy* Bukan sekedar pembalut wanita, tapi juga alat kesehatan (Kartini 353/5/6/88)
- (119) Dioles, dicampur, atau diminum langsung, pasti lebih nikmat, lebih berkhasiat. *Madurasa*, campuran pelengkap minum jamu. (Femina 17/28/4/88)
- (120) Begitu banyak alasan untuk minum susu *ULTRA*, begitu banyak manfaatnya. (Femina 16/16/21/4/88)
- (121) NEO Ultracyn menyembuhkan; PENYAKIT KULIT DAN MENGHILANGKAN BAU BADAN (PK/9/6/88/10)
- (122) Konidin, tablet batuk dengan formulasi khusus dari Konimex untuk meredakan batuk dengan cepat. 'Konidin telah terbukti kemanjurannya. Percayalah'. (PK/1/8/88/4)

- (123) LASERIN Obat Batuk Paling Manjur Melenyapkan Batuk Anda (Parek)
- (124) *Koldex* Formula ampuh membasmi flu, aman, cepat reaksi, cepat sembuh. (Femina 25/16/30/6/88)
- (125) JAMU Pegal Linu, \*Menghilangkan rasa pegal dan linu persendian lutut dan pinggang, rasa lelah dan capai. Membuat tidur nyenyak. Jagaraga (PK/30/7/88/3/88)
- (126) *Koffex* untuk batuk produktif, membedakan penggunaan antara dewasa dan anak (Kartini 353/5/6/88)
- (127) JAMU Majun, \*Melancarkan peredaran darah, \*Membangkitkan semangat dan gairah hidup, \*Meningkatkan kepuasan dan keharmonisan keluarga. Jagaraga (PK/30/7/88/3)
- (128) ABC Formula, Spring Mint, Menyehatkan Gigi + Menyegarkan Mulut, Tawa Anda Lebih Leluasa (Parek)
- (129) *Anakonidin* dengan tri-khasiatnya . . . bekerja cepat dan aman melenyapkan batuk anak Anda. (Sarinah 150/6/7/88)
- (130) KAPSUL ANTIKOLESTROL MELINDUNGI JANTUNG ANDA Kapsul antikolestrol dengan formula khusus dari ramuan alami menolong pencegahan penyakit-penyakit jantung. (SP/17/6/88/3)
- (131) PELANGSING PERUT BAFAR melangsingkan badan dengan cepat dan mengurangkan lemak harga a Rp 5000,— (SP/17/6/88/14)
- (132) Bendy Pastilles Penyegar Napas—Pengharum Mulut (Parek)
- (133) BALSEM HIJAU yang unggul RHEUMASON . . . harum menyegarkan! (SP/15/6/88/10)
- (134) BALSEM ABC Sejuk menyegarkan dan melegakan pernapasan. Memijat lebih sempurna, mengendorkan otot-otot dan tidak merusak kulit. (PK/21/3/88/12)
- (135) Deo *Sulphur Soap* Sabun belerang yang berkhasiat, Menyehatkan kulit, sekaligus menghilangkan bau badan (Femina 19/16/12/5/88)
- (136) Hasil fotonya tajam. Servicenya cepat. *Mata Foto*. (Petuntel 1987)
- (137) Bukan sekedar hiburan di waktu senggang tapi juga sumber informasi yang edukatif . . . . . di Medan Semua ini hanya ada di IIII 738 KHz, *Echo Lima 41* (Femina 20/16/26/5/88)
- (138) *Lemari Es Mitsubishi* Citra kemewahan, sejuta kesegaran mempergunakan "Sistem Pelenyap Bunga Es" *Mitsubishi Electric* (Femina 18/16/5/88)
- (139) "*Deo Sulphur Soap*, bukan sekedar membersihkan tubuh, namun sekaligus merawat dan menyehatkan kulitku." (Tempo 25/18/20/8/88)

#### 1.4 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Bertingkat

- (140) Bila Anda harus menghadiri rapat perusahaan yang penting di akhiri perjalanan Anda, terbanglah dengan *Cathay Pacific*. (Femina 16/21/4/88)
- (141) Karena anak Anda menjadi prioritas pertama, Anchor Milk pantas menjadi pilihan utama Anda. (Femina 25/30/6/88)
- (142) Bila kadar gula darah meningkat, minumlah Jamu Pil SUIRINE Untuk mempercepat penurunannya. (PK/17/9/88/5)
- (143) Bila hanya ada sedikit tembakau yang memenuhi keinginan kami, hanya sedikit kretek yang kami buat. *Sampoerna*, Kami memang beda (Tempo 9/9/7/88)
- (144) Meskipun ada beberapa pemukiman prestige di Jakarta Hanya ada satu Green Garden (SP/10/6/88/9)
- (145) Bila Anda memiliki Toyota dengan kondisi baik untuk dijual, teleponlah "Mobil '88" sekarang juga! (PK/9/7/88/12)
- (146) Saat janji dan harapan menjadi kenyataan indah, Itulah saatnya anda memerlukan *Fresh Spirit* "Skonsation . . . sejuta rasanya" (Femina 34/16/9/88)
- (147) Sekalipun tanpa melihat, Anda dapat membedakan . . . rasanya khas, lebih nikmat *Kentucky Fried Chicken* (Sarinah 146/4/5/88)
- (148) Saat santai serasa belum lenyap tanpa . . . *Nut Silver Queen Milk Chocolate* (Mon 95/8/88)
- (149) "Kalau kau besar nanti sayang, kau pasti jadi dokter yang ternama". Susu saya susu Bendera (Mon 92/2/8/88)
- (150) Pada saat kritis, ketika demam menyerang anak saya . . ., Saya hanya mempercayai *Panadol Elik sir* (Kartini 358/8/88)
- (151) *Panadol Elik sir* dibuat khusus untuk menyembuhkan demam dan rasa sakit pada anak. (Kartini 358/8/88)
- (152) Bila gejala batuk menyerang keluarga Anda . . . Ambillah *Benadryl Expectorant*, obat batuk terpercaya yang kini tersedia tanpa resep. (Tempo 12/18/5/88)
- (153) *Benadryl Expectorant* terpercaya karena terbukti efektif (Tempo 12/18/5/88)
- (154) Seandainya Anda duduk di kursi ini ANDA BISA BICARA LEBIH BANYAK TENTANG STATUS DAN KENYAMANAN PANTAI MUTIARA (K/20/5/88/7)
- (155) "Setiap kali sikat gigi dengan *Mentadent P*, keluarga saya tahu gusi pun terawat baik." *Mentadent P* Gusi sehat, gigi kuat. (Sar 146/4/5/88)

- (156) Menyambut Lebaran HADIAH LANGSUNG 2 TABUNG GAS ELPIJI Kompor Gas Standar Ariston Bagi Semua Generasi (SP/2/5/88/11)
- (157) Bicara mengenai keterpaduan sebuah Bandara Swiss, yang Anda dengar hanyalah suara-suara merdu dari segala arah *Swissair* (Tem 29/18/17/9/88)
- (158) Sebuah karya akan menjadi sempurna bila disentuh tangan-tangan profesional *PT Pembangunan Jaya* (Tempo 23/18/8/88)
- (159) ANDA TAK PERNAH AKAN TERLAMBAT BILA PENGANTAR PESANAN DISERTAI SEBUAH PETA! TOSHIBA FACSIMILE telah terbukti paling banyak dipakai (KP/26/7/88/6)
- (160) Pembeli Kami Puas Karena Prasarana Terus Berkembang PERJALANAN KE Taman Kebon Jeruk KINI SEMAKIN NYAMAN Lewat Jalan Tembus Sisi Jalan Tol Jakarta – Merak (SP 29/4/88/11)
- (161) *Bimoli* minyak goreng 24 karat karena terjamin mutunya bagai emas 24 karat murni bagai emas 24 karat warna keemasan menyehatkan, keemasan melezatkan, kelezatan menyehatkan, (Mon 94/8/88)
- (162) *Niteflu* Paling cepat menyembuhkan pilek dan flu sambil membantu Anda tidur nyenyak. (Fem 16/16/21/4/88)
- (163) Seindah tarikan pena Ipe dalam sketsa aslinya, sejelas itu pula hasil copy Xerox di sebelahnya. Karena Anda pasti sulit membedakannya. Xerox 3950 (Tempo 18/18/2/7/88)
- (164) Toko Buku *GRAMEDIA* mempersembahkan *Hadiah Besar* Menyambut Tahun Ajaran '88 – '89, 1 Juni – 31 Agustus '88 (Mon 90/2/7/88)
- (165) Terbit selera sang bayi Indonesia, melihat 3 hidangan baru penuh selera. SNM bubur susu instant (Mon 97/9/88)

### 1.5 Iklan dalam Bentuk Kalimat Majemuk Campuran

- (166) minum . . . Sakatonik Liver sesudah makan sahur & buka puasa, Badan terasa sehat & kuat sepanjang hari (SP/30/4/88/3)
- (167) Dengan teknologi tinggi, serta dukungan para ahli berpengalaman; Film Fuji dan Kertas Foto Fuji semakin dipercaya di dunia, untuk mengendalikan setiap kenangan indah yang tak terlupakan (KP/15/7/88/8)

### 1.6 Iklan dalam Bentuk Wacana

- (168) "Musik dan Kopi Kapal Api, keduanya telah menyatu dalam hidup saya". Apa kata Idris Sardi . . . Maestro Bio Biola dan musikus kita—tentang Kopi Kapal Api? "Musik dan Kopi Kapal Api, keduanya menyatu dalam diri saya". Ya! Karena tiada kopi sesedap Kopi Kapal Api disela-sela pagelaran musik. . . . hmmm, Luar biasa nikmat! Dan tetap nikmat diminum kapan pun. Rasa dan aromanya mantap. KOPI *Kapal Api jelas* lebih enak (PK/17/9/88/13)
- (169) Kopi Murni Indonesia Bukan sekedar kenikmatan alami. Minum kopi secangkir Bukan sekedar kenikmatan alami. Tanah yang subur mempersembahkan Kopi Murni Indonesia, Hangat . . . . menyegarkan, (KP/2/7/88/9)
- (170) MASAKAN TIMUR TENGAH UNTUK IDUL ADHA Negeri Irak mempunyai beragam sajian yang bercita masa segar, karena banyak memakai tomat. Ada kabab, Dolma, Falafil, Kubbah. Ada juga hidangan Syiria dan nasi kebuli lengkap. Ikuti SAYEMBARA BESAR 88 TAHAP II Lomba Rese & Pesta Kelapa menanti partisipasi Anda. (KP/8/7/88/8)
- (171) Milna Baby Biscuits, Biskuit Khusus untuk Bayi, Berbeda dari biskuit marie biasa, Bentuk biskuitnya yang khusus, tebal dan merekah, mudah larut menjadi bubur halus atau dikunyah langsung untuk melatih bayi makan sendiri, serta merangsang pertumbuhan gigi. (KP/3/7/88/8)
- (172) Golden Horn, snack dengan rasa jagung bakar alami yang diolah secara teliti dengan menggunakan mesin-mesin mutakhir, sehingga Kerenyahan, Kelezatan dan gizinya betul-betul istimewa dan terjamin. Golden Horn, snack sangat cocok untuk pelengkap suasana santai Anda sekeluarga NISSIN Bagi Anda Anda yang berselera tinggi. (SP/2/5/88/7)
- (173) Sejalan dengan pertumbuhannya, anak Anda memerlukan . . . . . PROMIL susu lanjutan berprotein tinggi untuk anak usia 6 bulan sampai 4 tahun. PROMIL membantu menjamin keseimbangan nutrisi selama masa penyapihan. PROMIL mengandung komposisi lemak, karbohidrat, protein, mineral dan vitamin yang mudah dicerna. (Tempo 19/18/9/7/88)
- (174) Ibu, Bapak, Oom, Tante, Zus, Mas, Jeng, Dik, Mbak! Bila Anda termasuk mayoritas keluarga yang memiliki rambut sehat "Selamat!" Anda tinggal memakai shampoo keluarga *Capree*. *Capree* shampoo keluarga dengan vitamin E. Rambut sehat untuk seluruh keluarga (Fem 21/16/2/6/88)

- (175) bila si Kecil berkarya di atas baju favorit Anda. *Bayclin-pemutih* menghilangkan noda. *Bayclin-pemutih* membasmi kuman (disinfektan). *Bayclin-pemutih* menghilangkan bau. *Bayclin*, Pakaian tampak baru kembali. (Fem 20/16/26/5/88)
- (176) Wanginya yang khas menyatu dengan kelembutan busanya, memelihara kebersihan dan kecantikan Anda secara menyeluruh. Lembut, segar dan wangi sepanjang hari. Tersedia dalam 2 pilihan: Rose Wood Fragrance dan Sandalwood Fragrance. GIV . . . Wangi Sepanjang Hari. (PK/10/9/88/16)
- (177) "TERIMA KASIH" KARENA ANDA TIDAK MENIKAH 16 APRIL '88, Juga kepada Anda yang rela berdesak-desakan pada pembukaan Matahari Pasar Blok M. Ribuan pengunjung memadati tempat kami, memesan lagu, melihat acara menarik pada layar video. (KP/8/6/88/12)
- (178) *Indola*, Shampoo alamiah Eropa, kini di Indonesia *Indola*, Pilihan para ahli rambut Eropa (Sar 149/6/88)
- (179) *Citra Garden*, Mengutamakan fasilitas lingkungan. Lokasi sangat strategis. (Petuntel 1987)
- (180) Dicapai dengan mudah dari arah Barat maupun Selatan Rumah idaman dengan harga menawan di Kawasan Ciledug yang masih hijau, dengan prasarana dan sarana lingkungan yang berkualitas tinggi. (SP/17/6/88/7)
- (181) Seperti halnya awal dari setiap permukiman, pada mulanya BINTARO JAYA hanyalah — padang luas yang belum menjanjikan apa-apa. Namun berkat sentuhan tangan-tangan profesional PT PEMBANGUNAN JAYA, padang luas itu kini telah menjadi KOTA SATELIT BARU di tengah rindangnya pepohonan yang tumbuh bagaikan taman raksasa. (KP/27/7/88/2)
- (182) Permukiman Ideal di belahan Timur Jakarta (BEKASI) Pergi Kerja — Pulang ke Rumah Begitu Mudah di PONDOK HIJAU PERMAI. Jangkauan yang mudah dari Lokasi ke : SENEN — Psr. BARU — Gng. SAHARI — PULO GADUNG — GROGOL — Slipi — Jatinegara (PK/29/7/88/9)
- (183) JAWABAN, PAS, SANG PEMBAHARU, Efisiensi dan produktivitas adalah tantangan usaha di era sekarang. Sang pembaharu Minolta yang dikenal lewat Sistem Zoom dan Micro Toning, kini memberikan jawaban yang pas, sesuai anggaran dan kebutuhan. EP270 atau EP470 Z atau yang terbaru EP370Z. (MINOLTA (KP/13/7/88/16)
- (184) DENIM INTERNATIONAL RACE SUZUKI TETAP JUARA Selamat Kepada *para Pemenang*. SUZUKI tetap tampil sebagai

sang juara. Dalam arena bergengsi Denim Race International — yang diselenggarakan di Sirkuit Ancol, 10 Juli 1988, SUZUKI kembali membuktikan ketangguhan mesinnya! Selamat dan terimakasih atas kepercayaan yang diberikan. (SP/16/88/3)

- (185) Bahkan permukaan air tetap tenang saat mesin 6—silinder ini mencapai 2000 rpm. Mesin 6—silinder dari *Toyota* suaranya sedemikian halus sehingga sukar dibedakan, apakah dalam keadaan hidup atau tidak. (*Toyota* (Tem 14/18/4/6/88)
- (186) PARA PENGENDARA DAIHATSU—BMW—PEUGEOT—RENAULT SELAMAT BERLEBARAN DAN BERLIBUR, Nikmati perjalanan Anda dengan aman dan nyaman dari Banda Aceh sampai Jayapura. (K/11/5/88/10)
- (187) Bersiaplah menjadi besar! Jika ingin perusahaan Anda menjadi besar di kemudian hari, bersiaplah mulai sekarang. Salah satu jalannya, menggunakan sistem telepon canggih PABX BCS 90. (Tem 10/18/5/88)

## II. Cara Penyampaian Iklan

### 2.1 Iklan Berupa Pernyataan Netral

- (188) Telah beredar! Kaset serial sandiwara radio Saur Sepuh. *Procold* (Sar 150/6/7/88)
- (189) Edisi 1988, Pilihan Kawulamuda, Yang Punya Selera 14 TOP HITS Indonesia (SP/10/6/88/15)
- (190) Yang lama dinantikan, Tampil kembali untuk para penggemarnya USMAN BERSAUDARA, Lewat Album "Aku Cinta Kamu" Kasetnya Telah Beredar Produksi: Juni '88 (PK/29/7/88/9)
- (191) Telah beredar! Kaset serial sandiwara radio *Saur Sepuh* (Fem 25/16/30/6/88)
- (192) TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL rekreasi seluruh keluarga DE KABAYAN MANGGUNG DI BETAWI. *Pemain*: Aom Kusman, Kang ibing, Mas Sastro, Ho Liang, *Iringan*: Band, Artis Ibukota (K/11/5/88/2)
- (193) Beredar *Akuntansi* no. 6 (Tempo 18/18/2/7/88)
- (194) *Rambo Indonesia* No. 53, Terbit Jumat 15 Juli 1988 *Amanah* (Tempo 10/18/16/7/88)
- (195) Zikir Berlari No. 54 Terbit Jumat 29 Juli 1988 *Amanah* (Tem 22/18/30/7/88)
- (196) SEBUAH LAGI BIOGRAFI SEORANG PEJUANG DITULIS OLEH RAMADHAN KH UNTUK SANG MERAH PUTIH BIO-

- GRAFI SEORANG TENTARA SEORANG MANTAN PANGLIMA SEBUAH DIVISI TANGGUH DI REPUBLIK INI. PERLU DI-BACA DAN DIMILIKI OLEH GENERASI MUDA INDONESIA. (SP/26/5/88/10)
- (197) BOLA, MINGGUAN OLEH RAGA, RINUS MICHELS PENAK-LUK EROPA, RINUS MICHELS, ARSITEK, PASUKAN ORA-NYE . . . Pencipta juara piala Eropa 88 ini diwawancarai khusus untuk BOLA di Amsterdam . . . (KP/14/7/88/10)
- (198) Harian pagi untuk umum *Cahaya Siang* Surat kabar pertama yang dikelola secara profesional di Sulawesi Utara (Tem 18/18/10/9/88)
- (199) *Infobank*, Beredar! *Infobank* edisi Juli 1988. "Setelah 5 tahun Deregulasi apa lagi?" (Tem 10/18/16/7/88)
- (200) SUZUKI FULL PRESSED BODY ADI PUTRO Dicitak dan Diasembling Semutu Sedan adi putro KAROSERI (KP/4/7/88/12)
- (201) "Limas Yulia Motor" Jual beli tukar tambah mobil baru & bekas (Petuntel 1987)
- (202) Kata Ibu Narso: "Dimana mereka main pasti berkuman . . . Tapi tak apa, anak-anakku mandinya pakai *Lifebouy* koq." *Lifebouy* dengan puralin. Cara sehat untuk mandi. (Kar/356/7/88)

## 2.2 Iklan Berupa Pernyataan dengan Penilaian

- (203) Kini, Anda dapat terbang langsung dari Indonesia ke Selandia Baru, Mulai 4 Nopember 1988, Dari Jakarta ke Denpasar, dan langsung ke Auckland, Selandia Baru, *Garuda Indonesia* (Fem 33/16/8/88)
- (204) "Susu dengan kadar vitamin A&D serta mineral yang cukup, mutlak diperlukan setiap anak bagi pertumbuhannya!" *Klim* . . . jutaan anak di dunia tumbuh bersamanya (Fem 20/16/26/5/88)
- (205) *Carlsberg* Dinikmati di lebih dari 135 negara. *Carlsberg* The florious beer from Denmark. (Tem 19/18/9/7/88)
- (106) Mereka yang sukses membagi saat-saat minum kopi mereka dengan Anda. *Nescafe* Fine Blend disukai penggemar kopi di seluruh dunia. (Tem 28/18/10/9/88)
- (207) ETHIOPIAN AIR LINES S.C. Penerbangan yang mempunyai jaringan terluas di Afrika. Untuk pembukuan hubungan Agen Perjalanan terdekat atau langsung: PT. AYUBERGA, GSA EHTIOPIAN AIRLINES Wisma Nusantara Lt. 7. (KP/19/7/88/12)
- (208) *Raleigh* sepeda dunia . . . (Petuntel 1987)
- (209) Semua memakai *Goodyear* Di jalan raya dan . . . di arena balap.

- Goodyear* Pemimpin dunia dalam teknologi ban (Tem 10/18/5/88)
- (210) Kami hadirkan sesuatu yang sangat berharga dari masa lampau untuk masa kini. Shampoo Tradisional *Mustika Ratu* Keindahan rambut alami. (Fem 22/16/9/6/88)
- (211) Peluang Emas memiliki *BMW 318*. Sedan kompak termahal saat ini. BMW—Kelas tersendiri. (Tem 10/18/5/88)
- (212) TEH KEMAS Capri – Sonne, gaya minum teh masa kini. Kemasan yang khas Capri – Sonne, dengan warna keemasan, menempatkan Teh Kemas Capri – Sonne sebagai minuman bergaya saat ini. (PL/26/7/88/3)
- (213) Minum teh kemas *Capri – Sonne*, Wow, asyik . . . Segar, lagi menyegarkan (Ryan Hidayat). Teh Kemas *Capri – Sonne* Gaya minum teh masa kini. (Mon 88/2/7/88)
- (214) *Dunia Wanita*, Majalah wanita tertua di Indonesia. Terbit dua (2) kali sebulan setiap tanggal 1 dan 15 sejak Juni 1949. Selalu hadir dalam gaya dan isi yang khas. Sajian yang lain, yang menarik: Tertua dan Termurah (Fem 24/16/23/6/88)
- (215) Sesegar Pagi ceria . . . teh Alam AVC, Cita rasa alamiah dari daun teh pilihan, gula tebu bermutu, dan harum bunga melati segar (PL/21/6/88/10)
- (216) KAPSUL ANTI KOLESTROL MELINDUNGI JANTUNG ANDA (SP/10/6/88/4)
- (217) *Teknologi Canggih Thomson Perancis* Karya Kebanggaan Dunia (SP/29/4/88/11)
- (218) OPENING SALE: TELAH DIBUKA CABANG PEMBANTU KAMI Jalan R.S. Fatmawati No. 45, Jaksel Telp. 7501176, Minggu Buka: 9 – 14 p.m., DISCOUNT 30%, tgl. 12 April s/d 25 Mei 1988 (Selama persediaan masih ada) (SP/9/5/88/16)
- (219) Laksa memang lezat, apalagi kalau dibuat dari *Raja Bihun*. Hmm . . . Pasti lebih lezaaaat! Lebih praktis, lebih lezat dan lebih higienis. *Raja Bihun* (Sar 153/8/88)
- (220) Bubur bayi dari bahan alami Ballita Lengkap gizi (PK/2/6/88/2)
- (221) *Green Pagoda Pastilles*, Segitiga hijau yang satu ini memang yang terbaik! Lebih hangat, lebih segar, lebih akrab. (Mon 87/2/7/88)
- (222) Stempel tanpa bantalan *Perma Stamp* Kini bisa diisi kembali (*reinking*) Tersedia dalam 5 warna pilihan. (Tem 15/18/11/6/88)
- (223) 4 Alasan utama membeli . . . , . . . *Daihatsu GTL Family Wagon*, *Daihatsu GTL* Pilihan yang bijaksana (Tem 11/18/5/88)
- (224) ALBUM JOGET KENANGAN YANG LAGU LAGUNYA AMBOI . . . Lagu-Lagu JOGET DANGDUT KENANGAN Planet Senen.

- (PK/1/8/88/9)
- (225) *Yamaha*, Pengalaman 100 tahun membuktikan *Yamaha* sebagai produsen terbesar alat-alat musik terbaik di dunia. (Petuntel 1987)
- (226) Yang lembut di tengah keluarga *Eagle* Handuk pilihan keluarga (Kar 355/6/7/88)
- (227) *Facetti* The superior quality, Kursi praktis bermutu dengan sentuhan anggun. (Petuntel 1987)
- (228) *TOYOTA Twin CAM 16 Valve Engine*, Mewah dan panuh tenaga *New Spirit 2000*, Spirit baru, All New Toyota Corona perpaduan kemewahan dan keperkasaan sedan berprestise tinggi. (Tem 20/18/16/7/88)
- (229) Karat, Teror yang tak pernah tidur *Ziebart* (Tem 10/18/5/88)
- (230) Yang tangguh dan ekonomis, Muncul dengan sosok baru *Suzuki Katana 42* (Kar 360/9/88)
- (231) Toyota, terpilih karena terpercaya (Parek)
- (232) Dua pilihan citra sukses. *Peugeot 505*. Refleksi sukses eksekutif puncak. (Tem 17/18/25/6/88)
- (234) *Kenworth Truck*, memang tangguh untuk angkutan berat (Tem 21/18/7/88)
- (235) Bukan seperti pensil biasa *Pacer 50* menulis selalu rapi, Baru, *Paper Mate Pacer* (Tem 27/18/3/9/88)
- (236) Kemasan Baru. Praktis! *Biogen* Dalam pack dengan harga yang lebih terjangkau, *Biogen*, Makanan bergizi tinggi (Sar 154/8/88)
- (237) Problema Kaum WANITA. Keputihan/pektay, Menstruasi tidak tepat. Menurunnya keindahan serta kesegaran tubuh, seiring meningkatnya usia. HAL INI DAPAT DIATASI BINARI (PL/1/7/88/2)
- (238) KONDOM Zero, Ekstra tipis tahan bocor serasa tak memakai. (PK/26/8/88/12)
- (239) Urusan Perbankan Anda menjadi lebih mudah *Bank Niaga* (Tem 12/18/5/88)
- (240) Dari sudut pandang yang baru kami wujudkan harapan Anda *Unibank* (Tem 27/18/3/9/88)
- (241) Cepat atau lambat perusahaan Anda tentu butuh bank pendukung usaha terpercaya—*Bank Danamon!* (Tem 23/18/8/88)
- (242) Sentuhan *Camay* baru . . . semakin mempesona. Kemasan baru yang anggun dan keharuman bunga *Camelia* . . . Lebih lembut, selembut sutera . . . Mengundang pesona . . . Sentuhan *Camay* lembut mempesona (Kar 355/6/7/88)
- (243) *Jamu Busterin Special*, Memperindah payudara tersedia dalam

- bentuk pil dan krem (Fem/28/16/21/7/88)
- (244) *Kedaulatan Rakyat*, Bermanfaat bagi seluruh keluarga Disajikan dengan gaya khas (Petuntel 1987)
- (245) Keselambatan? Daya tahan lama? Dapat dipercaya? Anda memperoleh di *FBK Brake Lining*. *Brake Lining* yang bermutu untuk segala kendaraan bermotor. (Petuntel 1987)
- (246) *Beauty Furniture* Sudah puaskah Anda? *Beauty Furniture* memperindah ruangan Anda (Sar 146/4/5/88)
- (247) SUDAH TERBUKTI BUNG! . . . SEMUA KASET KELUARAN *ATLANTIC RECORD* SEMACAM INI SEMUA LAKU KERAS! 12 BINTANG & LAGU (SP/27/7/88/15)
- (248) Anda merasa repot dengan urusan pemasangan AC. Radio/Tape dan lain-lain atas *Kijang* biasa yang dipasarkan?!! Jangan khawatir . . . . . Saat ini telah kami siapkan secara lengkap sebagai satu paket pelayanan dan jaminan pada: *Kijang Kencana* (Tem 29/18/17/9/88)
- (249) Ketika permen – batuk lain t'lah habis . . . Halls dengan uap hangatnya masih terus menyejukkan tenggorokan. Bila terasa gangguan tenggorokan, batuk atau hidung mampet, (PK/18/7/88/12)
- (250) Dia rewel karena demam . . . Cepat sehat berkat *Bodrexin*. *Bodrexin* tablet, Dengan rasa jeruk manis segar. (Mon 90/2/7/88)
- (251) Anak demam batuk dan pilek? . . . *Bodrexin syrup!* Jawaban tepat. Pilihan tepat. *Bodrexin syrup* segar dengan rasa jeruk. (Fem 25/16/30/6/88)
- (252) Tubuh Anda butuh kalsium setiap hari. *Calcium–D–Redoxon*, Sekaligus memberikan vitamin esensial. Hanya *Calcium–D–Redoxon/CDR* – tablet effervescent dengan rasa segar memberikan tambahan kalsium paling lengkap untuk memenuhi kebutuhan tubuh Anda (Fem 25/16/30/6/88)
- (253) Stop! panu Stop! gatal jamur Stop! kutu air Stop! kurap Stop! kadas, Tampil dengan lebih meyakinkan berkat kulit yang mulus dan sehat. Stop! jamur perusak kulit *Canesten* dalam bentuk krim dan cairan (Fem 28/16/21/7/88)
- (254) Mengapa menggunakan *Carefree* setiap hari? *Carefree Panty Shields* kelengkapan berpakaian untuk tampil segar sepanjang hari . . . setiap hari (Sar 153/8/88)
- (255) Bermandikan kasih sayang . . . *Care Care* Baby soap (Fem 20/16/26/5/88)
- (256) TAF Krem gosok serbaguna Membersihkan dan Mengkilapkan Tanpa menggores (SP/26/6/88/3)

- (257) *Ariston 5 Chefs*, Satu-satunya di Indonesia. Mematangkan 3 hidangan sekaligus tanpa berbau rasa dan aroma. *Ariston* Standar mutu (Kar 355/6/7/88)
- (258) *Anker Bir* Ini baru bir. *Anker Bir Indonesia* Kapan pun jadi! (Tem 26/18/27/8/88)
- (259) Di setiap kamar baru, *Hotel Borobudur Inter-Continental* Anda jumpai hasil karya seni yang khas. (Tem 10/18/5/88)
- (260) Hanya satu bir berkualitas bintang, *Bintang* Bintang segala bir. (Tem 11/18/5/88)
- (261) BOGASARI cap CAKRA KEMBAR khusus. Untuk roti dan mi istimewa. BOGASARI cap SEGI TIGA BIRU istimewa Untuk kue donat dan bakpao. BOGASARI cap KUNCI utama untuk biskuit dan tart (PL/5/6/88/12)
- (262) Hanya satu yang paling dipercaya konsumen *Tropicana Slim* Syrup bebas gula & aman bagi penderita diabetes (Sar 146/4/5/88)
- (263) Hanya satu yang paling dipercaya konsumen *Tropicana Slim* Syrop diet *tanpa* rasa diet. *Tropicana Slim* Rendah kalori dan bebas gula untuk Anda dan yang Anda kasihi (Sar 148/5/6/88)
- (264) HANYA GARUDA INDONESIA TERBANG LANGSUNG DARI INDONESIA KE BENUA KANGGURU 15 KALI SEMINGGU MULAI 1 SEPTEMBER 1988 (SP/8/6/88/7)
- (265) *Stabilo Boss* Untuk semua yang perlu diperhatikan. V untuk koreksi, V untuk checking, V untuk yang perlu diingat. Tidak ada yang lain, selain *Stabilo Boss*. (Tem 20/18/16/7/88)
- (266) *GEBRAKAN DANGKUT TROTOAR* Inilah anak jalanan yang mendobrak blantika musik dangkut Dalam Album Pusing, Uang, Ciptaan: Dody Nikdonzer, *Tongkatnya Kamu*, Ciptaan: Iwan Gedek (PK/11/6/88/12)
- (267) Gebrakan Dangkut '88, Ini Baru . . . Lagu Dangdut paling Top Si Raja DANGDUT RHOMA IRAMA Kini Tampil Gemilang Lewat Album Terbaru RENUNGAN (PK/6/8/88/12)
- (268) terMinal MEMPERSEMBAHKAN, DANGDUT PANTERA, SPE-SIAL LAGU-LAGU JOGET Dari kumpulan lagu Dangdut terpilih yang paling asyik . . . CINTA HITAM, MEGGIE. Z. DUNIA KITA BERDUA, NAINA. L. (PK/22/7/88/12)
- (269) Satu lagi media cetak berpotensi, Kami memang lain dari yang lain *Jayakarta* (Edit 46/1/16/7/88)
- (270) "Awat, sayang. Nanti kamu disengat matahari." *Zwitsal* selembut kasih Ibu. (Kar 355/6/7/88)
- (271) Dibalik rahasia kelembutan . . . *Trustee* (Fem 22/16/9/6/88)
- (272) *Sunsilk Egg* kini ada dalam ukuran famili. Tiada kemilau seindah

- Sunsilk*. (Fem 18/16/5/5/88)
- (273) Saya, . . . pokoknya *So Klin*" . . . terbukti *So Klin* selangkah lebih maju . . . (Kar 359/8/88)
- (274) Majalah anak-anak masa kini dan akan datang *Ananda* Hanya *Ananda* yang patut anda berikan kepada putra-putri tercinta. (Kar 359/8/88)
- (275) *Asri* Majalah khusus interior, taman dan lingkungan satu-satunya dan yang pertama di Indonesia. (Kar 360/9/88)
- (276) Chicco Pilihan Utama para Ibu (Parek)
- (277) Hanya *Kijang Minibus* Pilihan dengan banyak kelebihan. Ya, inilah mobil idaman kita semua, *Toyota Kijang 1500* Menampilkan kehidupan yang lebih baik di Indonesia (Tem 10/18/5/88)
- (278) Kami hanya pilih *Sarimi* Dari aromanya sudah tercium kelezatannya (Kar 359/8/88)
- (279) *Campina Ice Cream* Lezatnya, Nikmatnya, Mutunya . . . Tiada dua. Hanya kami yang tahu selera Anda (Sar 153/8/88)
- (280) HMM . . . INI BARU KOP! *Pas* rasanya, *pas* harganya *Indo Sedap* Sedap aromanya, nikmat Kopinya. (PK/4/6/88/12)
- (281) Kecap istimewa *Kikkoman* membuat masakan istimewa dan keluarga bahagia Kini, berhadiah lagi . . . ! Kecap istimewa *Kikkoman* Pilihan juru masak terkemuka (Kar 360/9/88)
- (282) . . . itu sebabnya saya suka susu *Suprema*" Baru susu bubuk manis *SUPRIMA* . . . Pertama di Indonesia Dipercaya Ibu—Disukai anak (Mon 88/2/7/88)
- (283) INI YANG PERTAMA KALI! LAGU-LAGU KESAYANGAN ANDA DI ARANSIR DALAM VERSI YANG LAIN CHACHA KEREN DAN ASYIIK (PK/18/7/88/12)
- (284) Terbit 8 Juni 1988 *Mahkota* No. 7 Satu-satunya majalah yang khusus mengupas masalah perkawinan. Terbit setiap tanggal 8 (Fem 21/16/2/6/88)
- (285) *Manuntung* Satu-satunya harian pagi di Kalimantan Timur. *Manuntung* Paling tepat sebagai media promosi yang efektif bagi bisnis anda di daerah Kalimantan Timur. (Tem9/18/9/7/88)
- (286) *RIAS* Satu-satunya majalah khusus busana, rambut & kecantikan, Terbit 6 Juni 1988 (Fem 21/16/2/7/88)
- (287) Ayo ke sekolah, Ayo ke Ayumas. Tahun ajaran baru dengan perlengkapan sekolah baru (PK/25/7/88/12)
- (288) 3 ALBUM TERBARU YANG TERLARIS Setelah sukses besar "judul judulan" KUNTET, MANGKULANGIT, UMUMNYA (PK/9/7/88/12)

- (289) Baru Terbit Intisari Edisi Juni 88. **Awas!** Gara-gara virus, program komputer Anda bisa kacau semua . . . **Kuis!** Coba tebak nama 10 orang beken di Indonesia ini! **Bubles** dipecat Michael Jakson gara-gara mau menggigit! (PK/2/7/88/2)
- (290) **NEW SPIRIT 2000 MEWAH DAN PENUH TENAGA** Spirit Baru SALL NEW TOYOTA CORONA perpaduan kemewahan dan keperkasaan sedan berprestasi tinggi. Mesin Twin Cam 16 Valve 2000 cc bertenaga maksimal: 128 Ps/5600 prm, terbesar dikelasnya. (KP/13/7/88/12)
- (291) *Toyota Forklift* Rancangan dan Teknologi Baru Kapasitas angkat 1 – 5 Ton, 1 – 3 ton Series Forklift Baru (Tem 27/18/3/9/88)
- (292) Dimensi baru, Citra kewibawaan eksekutif *Nissan Sentra* (Tem 23/18/6/8/88)
- (293) Wajah baru, performa baru. *Daihatsu GTL Family Wagon*, kendaraan keluarga Anda, tampil dengan wajah dan performa baru. Daihatsu *Pilihan yang bijaksana.* (Tem 19/18/9/7/88)
- (294) *Civic* Serasi dan dinamis . . .! *Accord* Standar baru menuju kesempurnaan . . .! (Petuntel 1987)
- (295) MANSYUR S. Lagunya yang MANIS suaranya yang SYUR 10 LAGU DANGDUT TERBARU DIAN RECORDS (PK/9/4/88/3)
- (296) Album baru ARTIS "KANGEN" setelah "KANGEN" "BIASANYA KAU BERTERUS TERANG" KASET 'JEKA' BARU (PK/2/4/88/12)
- (297) Sabun krim biru *Wings* biru, Mencuci segala cucian dengan cepat dan bersih, Bersih kemilau dan harum *Wings* (Kar 360/9/88)
- (298) *Aganol* Pembersih lantai. *Aganol* adalah bahan pembersih lantai teraso, keramik, marmor, Vinyl dan segala jenis permukaan lantai. *Aganol* yang mengandung disinfektant, menjadikan lantai bersih—mengkilap, harum segar dan sekaligus bebas dari kuman-kuman penyakit. *Yuri Produk* (Fem 23/16/21/7/88)
- (299) *Golden Ginger* Kenikmatan alami dalam sentuhan mewah (Kar 353/5/6/88)
- (300) BERAS CIANJUR ASLI Min 25 KG diantar, Garansi — berhadiah (SP/13/6/88/14)
- (301) MENTEGA ASLI DARI NEW ZEALAND BLU TRIANGLE Mentega BLUE TRIANGLE sudah TERKENAL SEJAK JAMAN DAHULU karena MUTU yang SELALU TINGGI dan TERJAMIN (SP/2/6/88/10)
- (302) TEPUNG TERIGU MURNI BERPROTEIN TINGGI p.t. bogosari flour mills (PL/9/6/88/10)
- (303) *Sustagen HP* "Makanan pelengkap" untuk pertumbuhan tubuh

dan otak. Tidak ada "makanan pelengkap" lain dengan gizi se-banyak *Sustagen HP*. *Sustagen HP* Pelopor unitrisi dunia (Sar 146/4/5/88)

(304) IRC Ban original segala motor (Parek)

### 2.3 Iklan dengan Kaidah Perkaitan Konsep

(305) *Ardath Specials* Tokoh yang sukses, rokoknya juga rokok yang sukses . . . *Ardath* Kenikmatan sukses (Tem 20/18/16/88)

(306) Senyum semakin eksklusif dengan kentasan *baru*. *Pump Dispenser* Senyum Indonesia, senyum *Pepsodent* (Fem 20/16/26/6/88)

(307) *Sunsilk Protein Conditioner* Sentuhan selembut kemilau sutera (Sar 146/4/88)

(308) Hanya sedikit *Sunlight* cair . . . semua piring mangkuk anda jadi bersih bersinar, bahkan yang paling berminyak pun! Bersih bersinar — Bersih *Sunlight* (Fem 22/16/9/6/88)

(309) Dia mendambakan perawatan lembut *Johnson's Baby Soap* (Fem 20/16/26/5/88)

(310) Memiliki polis *AJB Bumiputera 1912* berarti Anda telah memenuhi kebutuhan Anda sekeluarga dalam membentuk hari depan yang lebih cerah. *Bumiputera 1912* (Petuntel 1987)

(311) *Marjan Boudoin* Sirup para bangsawan (Fem 19/16/12/5/88)

### 3.4 Iklan dengan Kaidah Kealatan

(312) Siapa yang hasil ketikannya banyak salah eja? Dengan mesin tik elektronik portable merek lain Dengan mesin tik elektronik portable *Sharp PA-3130* Bukankah sudah saatnya bisnis Anda mendapatkan keuntungan mantap dari *Sharp*? (Tem 23/18/8/88)

(313) Dengan teknik dan alat yang mutakhir anda segera bebas dari semua keluhan kulit wajah anda. *Meicy International Skin Care Center* (Tem 20/18/16/7/88)

(314) *Bayfresh Permue* untuk ruangan, pakaian, telepon dan lain-lain Dengan *Bayfresh Perfume* saya gunakan gaya Perancis dalam mengharumkan ruangan saya" *Bayfresh* Sentuhan gaya Perancis dalam hidup Anda. (Fem 23/16/16/6/88)

(315) Anak-anak aman dengan *Baygon Elektrik*. Baygon—jaminan mutu obat nyamuk elektrik. (Fem 25/16/30/6/88)

### 2.5 Iklan dengan Kaidah Kemesraan

(316) Anda yang menentukan saat kematiannya. *Combantrin* Obat cacing keluarga dosis sekali minum setiap 4 bulan. (Sar 152/7/88)

- (317) Dia hidup dalam tubuh Anda. *Combantrin* obat cacing keluarga dosis sekali minum setiap 4 bulan (Sar 146/4/5/88)
- (318) Tempat yang tepat bagi anda di Singapura. Royal Holiday Inn (K/27/5/88/3)
- (319) *Lampung Post* Sumber informasi terpercaya! Teman sukses usaha Anda. (Petuntel 1987)
- (330) Belum pernah ada proyek sebaik ini yang Anda tangani. Anda telah siap untuk memulainya dan pihak pemilik proyek telah siap untuk menyetujuinya. Dan di sinilah mulai timbul masalah Anda. Project Finance CHASE (Tem 18/18/2/7/88)

## 2.6 Iklan dengan Kaidah Kenal Pasti

- (321) *Dji Sam Soe*. Sebuah sejarah tentang citarasa tinggi. *Sampoerna* Kami memang beda. (Tem 20/18/16/7/88)
- (322) An American Original *Lucky Strike* Memang rokok lelaki. (Tem 28/18/10/8/88)
- (323) Bedaknya . . . *Chicco Chic* dong! *Chicco Chic* compact powder, Bedaknya remaja aktif. (Mon 89/2/7/88)

## 2.7 Iklan dengan Kaidah Peyakinan

- (324) Akhirnya . . . kesempurnaan dapat tercipta pada wajah Anda New Complexion Make-Up dari *Revlon* (Sar 154/8/88)
- (325) Suasana yang intim dan pelayanan yang penuh perhatian di *Caramia* pasti memuaskan anda! (SP/20/6/88/15)
- (326) Taart ulang tahun *Caramia* pasti memuaskan anda (SP/23/6/88/3)
- (327) Hanya dengan *DAIHATSU ROCKY* anda tampil lain dari yang lain (KP/4/7/88/11)
- (328) HADIAH TERBAIK UNTUK SI BUAH HATI TERSAYANG Irama Yang Lincah & Asyik Dengan Syair2 Yang Penuh Mendidik 30 LAGU—LAGU TERBAIK TAMAN KANAK (PK/8/8/88/12)
- (329) *BASF* Semangat inivasi di balik pita suara. (Tem 28/18/10/9/88)
- (330) Menuju hidup lebih selaras *Laras* No. 18 beredar 25 Agustus 1988. *Laras* lebih dari sekadar membahas interior (Fem 33/16/8/88)
- (331) Enak dibaca dan perlu *Tempo* Petuntel 1987)
- (332) Kami mampu membuat lebih dari sekedar sepatu kabel GAE (PTGuna Elektro). . . . motor control centres, panel listrik tegangan rendah & menengah berbagai peralatan elektronik, water treatment plant, plant, pompa-pompa dan masih banyak yang lain . . . (Tem 18/18/2/7/88)

- (333) Warning! Bila Anda membaca iklan ini separuh pembantu Anda mungkin tak dipergunakan lagi, *Electrolux* (Tem 27/18/3/9/88)
- (334) Alternatif setelah Sipenmaru . . . STEKPI! (Tem 19/18/9/7/88)
- (335) Belajar di Singapura *TMC* kamu akan mendapatkan kualifikasi komputer yang dikenal di UK atau USA *TMC Computer School* (Petuntel 1987)
- (336) Peluang untuk mewujudkan keinginan. Setiap orang menginginkan peluang ini. Inilah yang diberikan *Chase Convenience Package* pada Anda. (Tem 29/18/17/9/88)
- (337) Kami selalu bersedia mewujudkan bangunan impian Anda. PT *P.T. Imesci Dito* (Petuntel 1987)
- (338) Majalah *Bursa Konsumen Konsultasi dan Informasi* "Pilihan setiap insan" Ini baru bonus – Ini bonus baru (Kar 355/6/7/88)
- (339) Wanted! *Electrolux* (identitas salesman) Orang ini dicari oleh para ibu rumah tangga bijaksana di-mana-mana. *Electrolux* Produk bermutu . . . di ambang pintu Anda. (Tem 22/18/7/88)
- (340) *Ziebart* Imunisasi lengkap untuk mobil Anda (Petuntel 1987)
- (341) MINGGUAN BERITA SURYA Bacaan Keluarga Kebutuhan Kita. Terbit di Jawa Timur, Beredar Tanggal 29 Juli 1988 Tuty Koesnendar "Buka – bukaan juga mau" (PK/29/7/88/9)
- (342) MINGGUAN BERITA SURYA Terbit di Jawa Timur Bacaan Keluarga Kebutuhan Kita Era Hana Maria "Satu Malam Bisa 2 Kali" (PK/21/7/88/12)
- (343) MINGGUAN BERITA SURYA Bacaan Keluarga Kebutuhan Kita. Terbit di Jawa Timur, Beredar Tanggal 26 Agustus 1988 EVY RENDRA Modal Saya Kemontokan (PK/26/2/88/4)
- (344) Surat kabar di Surabaya kini tersebar di beberapa propinsi Harian *Surabaya Post* (Petuntel 1987)
- (345) *Suara Indonesia* Beritanya aktual penulisannya akurat (Petuntel 1987)
- (346) Majalah anak-anak *Siswa* Mendidik dengan melirik masa depan (Kar 360/9/88)
- (347) Kenangan penuh humor segar dan kritik membangun Sebuah Komedi Masyarakat. Buku baru *Sepanjang Jalan Kenangan* (Tem 27/18/3/9/88)

- (348) PRIMADONA MAJALAH REMAJA. MARISA HAQUE KENA PERKARA! Foto Marisa Haque hasil jepretan NONA dicomot orang untuk iklan. Toha lalu menuntut ke pengadilan. Maka jadi-  
lan NONA dan Icha bahan pembicaraan nasional bagai mana ceritanya? (KP/18/6/88/5)
- (349) BEREDAR HARI INI *POS FILM*. BETHARIA: SETELAH DICO—  
BA TERNYATA ENAK BANYAK PEJABAT BELI VILLA MEMAKAI NAMA ARTIS Setelah Meraih Gelar Sarjana: DEWI IRAWAN BERTUNANGAN, Diramalkan Sylvester Stallone JADI PRESIDEN AMERIKA SERIKAT, Perkawinan Lise Bonet DI AMBANG PERCERAIAN (PK/23/6/88/12)
- (350) BEREDAR HARI INI *POS FILM* 21 HARI YANG BERBAHAYA, ANAK REBECCA GILLING DICULIK, Kasus Villa Merah Libat-  
kan Artis YSK, PLN PUTUSKAN ALIRAN LISTRIK, KOMAR TOMTAM UNJUK AKSI GUNDUL, Kenapa? Patah Hatikah, sehingga Komar berubah menjadi anak kecil? (PK/2/6/88/12)
- (351) BEREDAR HARI INI *POS FILM* DIRJEN PARIWISATA SE—  
DIAKAN DANA UNTUK FILM, Teror Penelepon Gelap: Richie & Lidya Nikah, BEGITU SERIUS COWOK MUNDUR, HADIAH RICO TAMPATY UNTUK PENGGEMAR, Idealisme Teguh Karya, akhirnya DIRAMPAS BOOKER (PK/21/7/88/12)
- (352) *Pikiran Rakyat* Koran daerah terbesar di Indonesia paling ber-  
pengaruh di Jawa Barat (Petuntel 1987)
- (353) Terbaru! Dari penulis muda untuk kawula muda. *Pengkhianat dari Planit Venturion*. (Tem 21/18/23/7/88)
- (354) BUKU yang baru PENGANTAR DAN ASAS—ASAS HUKUM ADAB, TEORI DAN PRAKTEK PENGAMBILAN KEPUTUSAN (PL/1/7/88/11)
- (355) Kini *Harian Pelita* menjadi pelita keluarga saya (Kar 353/5/6/88)
- (356) *Pedoman Rakyat* Terbit sejak 1 Maret 1947, 7 kali seminggu, kecuali pada Hari Raya, Tersebar luar terutama di Sulawesi dan Indonesia Bagian Timur (Petuntel 1987)
- (357) *Media Guna Press* Service first, business alater . . . . . Sarana kami cipta, sukses Anda raih . . . . . Percayakanlah rencana target usaha Anda melalui kami yang berspesialisasi: (Petuntel 1987)
- (358) *Matra* Kini tersedia bundel No. 2. Harga Rp. 5.000,00. Hadiah mengesankan: (Tem 18/18/2/7/88)
- (359) *Matra* Cara efektif mencapai pria. *Matra* Majalah trend pria (Tem 22/18/30/7/88)
- (360) Sekarang sudah lengkap bukunya MARI BERMAIN BRIDGE oleh Ras Siregar. (Tem 21/18/23/7/88)

- (361) Pameran yang didukung peserta berpredikat 88 Prestige Collection Indonesian Jewellery Industry Exhibition Mandarin Hotel Jakarta 6 – 9 oct. 1988. Organizer: Departmen Perindustrian Republik Indonesia & Asosiasi Pedagang Emas dan Permata Indonesia (APEPI) (SP/3/10/88)
- (362) Sembahlah Dia, Pujilah Dia, naikan Syukur bagiNya MASNAIT dengan segala suka cita, tehnik, penghayatan serta penguasaan materi lagu prima bermazmur lewat album: KAMI KELUARGA ALLAH (SP/7/6/88/12)
- (363) Sangat keterlaluan. Jika buku ini tak membuat Anda tertawa! (Setidaknya tersenyum) *Mati Ketawa Cara Rusia 2* (Tem 26/18/27/8/88)
- (364) Jika memilih surat kabar *Waspada*—lah Harian pagi pagi *Waspada* . . . perlu dibaca. Terbit sejak 11 Januari 1947. Harian nasional berpengalaman di Sumut dan Aceh (Kar 355/6/7/88)
- (365) Sekali bidik *dua sasaran* yang Anda peroleh untuk iklan Anda pada harian *Waspada* Yaitu Sumut & Aceh (Petuntel 1987)
- (366) Tiap hari terbit berwarna *Harian Terbit* Suara hati nurani rakyat, Koran sore yang mantap dan hangat beritanya, Berita hari ini untuk hari ini. (Kar/356/7/88)

## 2.8 Iklan dengan Kaidah Perbandingan

- (367) Sekuat pintu gudang, seindah pintu rumah idaman *Hilaaldam* Peralatan pintu dorong & lipat (Kar/356/7/88)
- (368) Kejutan '88 Inilah 2 Album Dangdut Yang Paling Asyik . . . . . ! KUBELI CINTAMU Ciptaan: MEGGY Z. 12 bintang & lagu DANGDUT KREATIF (PK/9/7/88/12)
- (369) Sejak 26 Februari 1986 *Jawa Pos* Kini oplahnya telah mencapai 100.000 eksemplar. *Jawa Pos* Koran nasional yang terbit di Surabaya, Sarana promosi paling efektif saat ini, Pagi diiklankan sore terjual (Petuntel)
- (370) *Toyota Rent a Car* Kami memang lebih handal (Tem16/18/18/6/88)
- (371) \*ALBUM LAGU<sup>2</sup> SUKSES\* \*Penyanyi Tenar Kesayangan Kita\* Direkam Dengan Alat<sup>2</sup> Canggih Diatas Pita Berkwalitas Tinggi (PK/1/8/88/12)
- (372) 20 LAGU *TERLARIS* Kaset ini benar-benar berisikan 20 Lagu Terlaris, yang penjualannya mencapai angka tertinggi saat ini. SUPERHITnya: HATI YANG LUKA (SP/24/7/88/3)
- (373) 3 ALBUM *TERLARIS SAAT INI*, BANGKU TUA JADI SAKSI

- Cit. BENNY ASHAR, KAU TERCIPTA DARI TULANG RUSUK-KU Cipt. BENNY ASHAR, RAMBUT HITAM KEPANG DUA Cipt. MUCHLAS ADI PUTRA (SP/9/7/88/15)
- (374) *Buana Minggu* Surat kabar mingguan terkemuka di Ibukota. Isinya padat, berisi untuk semua golongan. Muda, tua, pria dan wanita. (Kar 353/5/6/88)
- (375) Keyakinan rambut indah, Kini dalam 3 ukuran, Lebih dari sekedar shampoo kecantikan. *Clear Shampoo* (Sar 149/6/88)
- (376) *Cololite* Dalam sekejap tampil lebih mantap. (Tem 19/18/9/7/88)
- (377) Paling baik . . . . . simpan beras, dalam *Cosmos!* Karena *Cosmos*, menyimpan beras lebih sempurna (Fem 31/16/8/88)
- (378) *Kamper Dahlia* Harga lebih hemat, Harumnya tahan lama, *Dahlia* Bersih sehat dengan hemat (Sar 149/4/88)
- (379) Accu yang paling jempol TORNADO (Parek)
- (380) Anti karat lain 1 tahap *Tuff-Kote Dinol* 2 tahap Jelas lebih baik dari anti karat manapun *Tuff-Kote Dinol* (Petuntel) 1987)
- (381) Dari lempeng-lempeng baja tebal . . . *Suzuki Full Pressed Body Adi Putro* Dicitak dan diasembling semutu sedan. *Suzuki Adi Putro* (Tem 21/18/23/7/88)
- (382) Kini . . . lengkap, selengkap sedan *Suzuki Extra* (Tem 23/18/8/88)
- (383) 4 AS yang membuat *FORSA* SELENGKAP MOBIL 2000 cc. Serba canggih dan praktis. *Suzuki FORSA GL* (Tem 20/18/16/7/88)
- (384) SUZUKI KAROSERI ALEXANDER PALING MUDAH DIJUAL, BANYAK DISUKAI ORANG (SP/22/6/88/11)
- (385) *Trendynamic* Paling lengkap dan sulit disaingi *Masda 323 Trendynamic 1500 CC* (Sar 150/6/7/88)
- (386) Kendaraan MITSUBISHI lebih irit, Lebih tangguh, lebih hebat. (Parek)
- (387) Lincih. Gerak ringan menawan. *Daihatsu Taft Rocky* Lain dari yang biasa (Tem 22/25/18/20/8/88)
- (388) Di belantara. Hanya ada satu raja. *Daihatsu Taft. Rocky* Lain dari yang biasa (Tem 22/18/30/7/88)
- (389) *Futura* Kursi-kursi kualitas istimewa (Petuntel 1987)

## 2.9 Iklan dengan Pertanyaan

- (390) Linu yang menusuk tulang mengapa tidak Anda buang? Simona (Tem 30/18/24/9/88)
- (391) Sakit Kepala? Paramex dengan cepat membebaskan saya dari sakit kepala yang membandel!"

(Fem 21/16/2/6/88)

- (392) Masuk Angin? Perut Kembang? Badan Meriang? segera sembuh berkat Jamu Tolak Angin (asli) Cap LEO Cobalah Segera, Hebat Khasiatnya.

(PK/8/4/88/10)

- (393) Mengapa membeli obat sakit kepala lain bila *APC plus* selain menyembuhkan Anda, juga membantu mengurangi serangan jantung. *APC plus* Sakit kepala sirna, kesehatan jantung Anda ikut terbina.

(Tem 15/18/11/6/88)

- (394) Inikah jalan bebas hambatan? Sudah 10 menit kita tak beranjak. Untunglah ada titik cerah di cakrawala. Pulang dengan "Business Class" *Singapore Airlines*.

(Tem 28/18/10/9/88)

- (395) Siapa "Wajah-wajah bersih Clearasil" tahun ini? Clearasil melawan jerawat dengan ampuh.

(Fem 25/16/30/6/88)

- (396) Siapa bilang pembersih lantai harus bau karbon? Kini ada *Brite*, pembersih lantai wangi yang mendatangkan keharuman segar. Pembersih lantai wangi *Brite*. Daya bersihnya ampuh, wanginya tahan lama.

(Fem 33/16/8/88)

- (397) Apa yang terjadi bila bubuk dan cairan pembersih digabungkan?

(Kar 356/6/88)

- (398) Apa persamaan Wisma Bumiputra dengan Hotel Mandarin Oriental? Dua-duanya memanfaatkan Paket *Calmic Hyfiene*

(Tem 29/18/17/9/88)

- (399) Study ke Australia? Australian TEFL Centre – Sydney Overseas Education Centre

(Edi 45/1/9/7/88)

- (400) Ingin jadi PENGUSAHA & MANAGER PROFESIONAL . . . ? AKADEMI WIRASWASTA DEWANTARA (AWD) satu-satunya pendidikan Wiraswasta yang memakai model pendidikan bisnis Prof. Dr. MC Clelland

(SP/25/6/88/11)

- (401) Apakah Anda Menginginkan Pendidikan Bermutu Tinggi dalam Lingkungan yang Ideal? BELAJARLAH DI TASMANIA Negara Bagian Australia yang Ideal untuk Pendidikan

(SP/1/6/88/3)

- (402) Apa penyebab Keruntuhan Mataram?  
Iklan buku *Runtuhnya Istana Mataram*  
(Tem 18/18/2/7/88)
- (403) Kesempatan Menjadi Foto Model Matra  
Apakah Anda berbakat menjadi prawan atau prawan? Dan ingin tampil sebagai foto model Majalah Matra yang trendy ini  
(Tem 27/18/3/9/88)
- (404) Dapatkan segera langganan terdekat Anda! INTISARI tiap bulan selalu menawan  
(KP/7/788/3)
- (405) Sudahkan Anda mencatatkan diri sebagai pelanggan cuma-cuma? Majalah *Bursa Konsumen, Konsumsi & Informasi* Mumpung belum kehabisan, hubungi segera TU Bursa Konsumen . . .  
(Kar 358/8/88)
- (406) Tahukah bahwa susu kedelai membantu Anda awet muda? *Yeo's* Lezat bermanfaat  
(Sar 147/5/88)
- (407) Kota satelit baru, Mengapa harus memilih yang Lain? Hidup nyaman di alam segar *Bintaro Jaya*  
(Petuntel 1987)
- (408) Cuci Muka, bukankah mengurangi kehalusan kulit muka Anda? *Kao Biore* Facial Cleansing Foam Lembut . . . bukan seperti sabun biasa  
(Sar 146/4/5/88)
- (409) "Mengapa *KLM* memperluas ruang atas 747-nya?" "Untuk menjadikan bisnis kelas tersendiri."  
(Tem 28/28/20/9/88)
- (410) Bisnis besar lepas . . . karena mobil Anda kurang representatif? *Toyota Rent a Car* kami memang lebih handal  
(Tem 14/18/4/6/88)
- (411) *Mazda 626 Capella* Apa lagi yang Anda inginkan dari sebuah mobil?  
(Tem 16/18/18/6/88)
- (412) Anak Anda berusia di atas 6 bulan? Saatnya Anda memberikan *Dumex SL* Sayang Ibu, sayang anak  
(Kar 360/9/88)

## 2.10 Iklan dengan Peringatan

- (413) Bila Anda akan menunaikan ibadah Haji . . . Jangan lupa dengan *Chocola Sahne Cream*. Selamat menunaikan Ibadah Haji, semoga menjadi Haji yang Mabruk.  
(Kar 353/5/6/88)

## 2.11 Iklan dengan Suruhan

- (414) Dapatkan 'Hadiah-hadiah menarik' dari TRIUMPH  
(SP/8/7/88/11)
- (415) Untuk cetakan bermutu prima hubungi :  
*Percetakan PT Gramedia* menjamin mutu dan ketepatan waktu  
(Petuntel 1987)
- (416) SAKSIKAN & BERHADIAH Kompor Gas Tecnogas dapur indah,  
bahagia memasak  
(SP/8/7/88/15)
- (417) Raih 1000 hadiah canggih, Caranya mudah ( . . . ) *Lady Scott, Cotties, Four Roses, Topy* Tissue paper kertas pembersih serba guna  
(Tem 15/18/11/6/88)
- (418) Menangkan VCR dan seribu Hadiah Menawan lainnya dari PUROL  
(PK/9/4/88/12)
- (419) *Anggur Vinolia Perfection* Resapi rasa angguran memikat Mandi di keharuman busa mewah *Vinolia Perfection*  
(Fem 24/16/23/6/88)
- (420) Pilihlah yang terbaik untuk permata hati  
Tiada yang lebih memahami bayi selain Ibu . . . dan Johnson—Johnson.  
(Fem 18/16/5/5/88)
- (421) Nikmatilah segar dan lembutnya Mandi Baru Belum mandi tanpa *Kao Biore* Body cleansing foam.  
(Fem 16/16/21/4/88)
- (422) Kebahagiaan memiliki keluarga ideal jangan hanya disimpan di album foto. Ikutilah pemilihan keluarga sehat sejahtera *Lifebouy* se—Jawa dan Madura.  
(Kart 33/16/8/88)
- (423) Yang sportif . . . Gaya Remaja Pria Matahari! Masuki hari-hari aktif sportif bersama Matahari Lengkapi dengan topi olah raga,

jaket, tas piknik dan sepatu Casual.

(SP/2/6/88. 11)

- (424) Bintang Tennis Indonesia, Terjang Terus! Lagi, terjang lagi Piala Davis dari Korea Selatan. Tampilkan perlawanan Bintang sejati. Rebut prestasi 16 besar dunia!

(SP/22/7/88/15)

- (425) Ibu, berikanlah 'calon perawat' Anda gizi dan vitamin Blue Bend, hari ini. Blue Band—lezat penuh vitamin pembina keluarga sehat

(Kar 355/6/7/88)

- (426) Minumlah Coca Cola Jadilah Juara di OLIMPIADE SEOUL dengan COCA COLA & SPRITE

(SP/1/7/88/7)

- (427) Raihlah hadiah besar dari *Indocafe*

*Indocafe* hangat nikmat, dingin memuaskan seputar jarum jam

(Tem 10/18/5/88)

- (428) Kirim sekarang dan menangkan . . . 1000 rezeki besar dari bungkus *Indomie*. Seleraku *Indomie* Makanan Indonesia penuh gizi

(Sar 154/8/88)

- (429) JAYAKARTA GRILL Ajaklah mitra usaha Anda menikmati berbagai hidangan Lobster dan salmon, yang disajikan oleh juru masak kami dalam suasana Jayakarta Grill yang mempesona.

(SP/23/6/88)

- (430) TAMASYA BERTHADIAH Bersama HERO dan MUSI HOLIDAY Ajaklah Keluarga Anda menikmati liburan ke Singapore/Bangkok/Hongkong selama 9 hari bersama Hero dan dapatkan hadiah-hadiah menarik

(SP/10/6/88/4)

- (431) Berilah pengetahuan yang lebih luas untuk putra-putri Anda dalam masa liburan panjang bersama WITA TOUR \*BANGKOK \*JEPANG \*HONGKONG TOUR

(SP/7/6/88/5)

- (432) LUPAKAN KESIBUKAN . . . MENYATULAH DENGAN ALAM BAHARI DI KEPULAUAN SERIBU COTTAGES, RESTAURANT, BAR, GIFT SHOP DISCOTHEQUE, BOAT RENTAL Pulau bidadari

(SP/9/5/88/7)

- (433) Dapatkan 3 keuntungan sekaligus untuk setiap pembelian . . .  
Hanya Rp. 5.500,— Holiday Special *Kentucky Fried Chicken*  
(Sar 150/6/7/88)
- (434) Nikmatilah *Cadbury*, coklat yang terkenal kelezatannya, karena dalam 225 gram coklat *Cadbury* terkandung satu setengah gelas susu murni. *Cadbury* menampilkan tiga pilihan: Cadbury Dairy Milk, Cadbury Roast Almond, dan Cadbury Fruit & Nut.  
(Fem 19/16/12/5/88)
- (435) *Rendang Burger* Nikmatilah rasa khas Indonesia di *Burger King*.  
Rendang Burger + Coca Cola hanya Rp. 1400,—  
(Fem 21/16/2/6/88)
- (436) FLU MINUM INZA Cepat sembuh  
(Parek)
- (437) Pilih *Aqua* Teliti sebelum membeli! Pastikanlah bahwa air mineral alami pilihan Anda, memang benar-benar merk *AQUA*.  
(Sar 148/5/6/88)
- (438) AWAS! DEMAM BERDARAH SEMPROTKAN Raid  
(SP/24/5/5/88/10)
- (349) Menangkan! Permen *Vicks* — Amerika Tour Bergegaslah! *Permen Vicks*  
(Kar 355/6/7/88)
- (440) BEBAS GANGGUAN TIKUS Basmilah dengan cara yang paling efektif, resik, mudah dan aman. Perekat tikus "NO-RAT"  
(SP/7/7/88)
- (341) Patuhilah rambu *lalu lintas* tanpa petugas. Agar selamat sampai di rumah taatilah peraturan lalu lintas.  
(Tem 26/18/27/8/88)
- (442) *Fuji color Paper* Untuk hasil foto terbaik: mintalah dicetak di atas *Fujicolor Paper*  
(Tem 30/18/24/9/88)
- (443) Mulailah dengan . . . *Florite* Awal sukses tanaman Anda Dapatkan pupuk terbaik *Florite*  
(Petuntel 1987)
- (444) Percayakan promosi Anda pada kami . . . PROMINDO INDAH SARANA  
(PL/14/7/8/15)
- (445) KOMPUTER ANDA . . . RUSAK Hubungi segera GENESIS COM-

## PUTER CENTER

(KP/19/7/88/12)

- (446) Apakah perencanaan program kesejahteraan karyawan membingungkan Anda? pt. asuransi pensiun *Bumiputera John Hancock*  
(Tem 19/18/9/7/88)
- (447) Jangan terbuai discount bea siswa! Kami pastikan hanya Rp. 75.000,— saja. *Lembaga Pendidikan Sistem Informatika & Komputer*  
(mon 92/8/88)
- (448) Horee . . . Asyik . . .!! Mari belajar musik bersama *Yamaha* Daftarkanlah segera, waktu sangat terbatas! Daftarkanlah segera putera-puteri Anda pada "Sekolah Musik Yamaha"  
(Kar 359/8/88)

2.12 *Iklan dengan Larangan*

- (449) Tukarkan mesin gambar Anda dengan *Mutoh*.  
Jangan lewatkan kesempatan ini, yang hanya berlaku bulan Juni—Juli—Agustus 1988.  
(Tem 19/18/9/7/88)
- (450) Jangan sia-siakan masa liburan  
Nantikan *Nona 12* — 6 Juni 1988  
(Kar 353/5/6/88)

2.13 *Iklan dengan Ajakan*

- (451) Mari Bergabung dengan IBI Untuk Membangun Pusat Keunggulan, Center of Excellence, dalam Bidang Pengelolaan Bisnis.  
(K/17/4/88/14)

2.14 *Iklan dengan Nasihat*

- (452) Ketika permen—batuk lain t'lah habis . . . *Halls* dengan uap hangatnya masih terus menyejukkan tenggorokan.  
Bila terasa gangguang tenggorokan, batuk atau hidung mepet, ambillah segera *Halls Mentholypus* dengan uap hangat yang bekerja lebih lama.  
(Tem 20/18/16/7/88)

