



1. Pengertian Teks Iklan, Slogan, dan Poster

1.1 Iklan dapat diartikan sebagai teks yang mendorong, membujuk khalayak agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Iklan juga dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai suatu barang dan jasa. Pada umumnya iklan disampaikan melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet.

1.2 Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang dipakai sebagai dasar tuntunan (pegangan hidup); prinsip utama dari suatu usaha, organisasi, dan sebagainya. Slogan sering pula disebut moto atau semboyan. Slogan lebih mengutamakan kepadatan makna dan kehematan kata-kata.

Contoh: Berdiri sama tinggi, duduk sama rendah. (Slogan tentang perlunya mengutamakan kesetaraan antarsesama.)

1.3 Poster adalah plakat (kata-kata dan gambar) yang dipajang di tempat-tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan, yakni pemberitahuan suatu ide, hal baru, atau hal penting kepada khalayak. Poster mengandalkan perpaduan gambar dan kata-kata. Poster lazimnya dipasang di tempat-tempat umum. Poster hampir sama dengan iklan ataupun slogan dalam hal bahasanya. Poster menggunakan kata-kata singkat, jelas, menarik, dan lengkap.

Bentuk Teks

Perbedaan Iklan, Slogan, dan Poster

Bentuk Teks	Unsur-Unsur			
	Gambar	Kata-Kata	Gerak	Suara
a. Iklan	√	√	√	√
b. Slogan	-	√	-	√
c. Poster	√	√	-	-

2. Struktur Teks Iklan

2.1 Pengenalan Produk

Bagian ini dapat pula disebut sebagai judul teks. Judul biasanya mempunyai tulisan yang lebih besar sehingga dapat langsung terlihat.

2.2 Pernyataan Persuatif

Pernyataan persuatif, berisi pernyataan yang mendorong pembaca atau pendengar berbuat sesuatu. Bagian ini biasanya berupa pernyataan tentang kelebihan produk yang ditawarkan.

3. Kaidah Kebahasaan Teks Iklan

3.1 Penggunaan Kata-Kata Persuasif

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

3.2 Penggunaan Kata-Kata Imperatif

Pernyataan-pernyataan dalam teks iklan umumnya bersifat imperatif, yakni permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan. Adapun kalimat imperatif itu sendiri ditandai oleh kata-kata, seperti *temukan*. Kata lainnya adalah *ikutilah, hadirilah, wujudkan, nyatakan, nikmati, sebaiknya, marilah, ayo, dan janganlah*.

3.3 Penggunaan Kata Berima Puitis

Pilihan kata yang berima dan memiliki banyak persamaan bunyi juga merupakan pilihan penting di dalam bahasa iklan untuk menarik khalayak.

3.4 Penggunaan Kata yang Berkesan Positif

Bahasa iklan sering kali menggunakan bahasa sederhana, mudah diingat, dan mudah pula dipahami. Kalimat yang panjang, dan berbelit-belit, selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan di samping memberikan kesan positif tentang produk yang ditawarkan.

3.5 Penggunaan Bahasa yang Ringkas

Bahasa iklan harus singkat sehingga mudah diingat oleh khalayak. Bahkan, iklan baris dituntut untuk lebih efisien di dalam penggunaan katakata dan huruf-hurufnya. Iklan baris mengutamakan keefesien kata.