



TEKS IKLAN DALAM BUKU SEKOLAH ELEKTRONIK (BSE) KELAS VIII SMP KURIKULUM 2013 : ANALISIS KESESUAIAN SERTA KETIDAKSESUAIAN STRUKTUR DAN KAIDAH KEBAHASAAN

Arlin Nur Apriyatin

How to cite : Wulandari, Gita Rosi., Safi’I, Imam., & Hikmat, Ade., 2022. TEKS IKLAN DALAM BUKU SEKOLAH ELEKTRONIK (BSE) KELAS VIII SMP KURIKULUM 2013 : ANALISIS KESESUAIAN SERTA KETIDAKSESUAIAN STRUKTUR DAN KAIDAH KEBAHASAAN. Journal of Language Learning and Research . 5(2). 39-48.

<https://doi.org/10.22236/jollar.v5i2.8901>

To link to this article: <https://doi.org/10.22236/jollar.v5i2.8901>



©2022. The Author(s). This open access article is distributed under [a Creative Commons Attribution \(CC BY-SA\) 4.0 license](#).



Published Online on 20 Desember 2022



[Submit your paper to this journal](#)



View Crossmark data



TEKS IKLAN DALAM BUKU SEKOLAH ELEKTRONIK (BSE) KELAS VIII SMP KURIKULUM 2013 : ANALISIS KESESUAIAN SERTA KETIDAKSESUAIAN STRUKTUR DAN KAIDAH KEBAHASAAN

Arlin Nur Apriyatin

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta

Email : A.nurapriyatin@uhamka.ac.id

Received: 20 Oktober 2022

Accepted: 5 November 2022

Published: 20 Desember 2022

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil analisis mengenai kesesuaian dan ketidaksesuaian struktur maupun kaidah kebahasaan teks iklan yang terdapat dalam buku teks BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP dengan standar kompetensi Kurikulum 2013. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis konten deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah kumpulan teks iklan yang terdapat pada materi teks iklan dalam buku sekolah elektronik bahasa Indonesia SMP kelas VIII. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh data, bahwa tingkat kesesuaian struktur teks iklan yaitu pada pengenalan produk sebesar 88%, pernyataan perusatif 68%, slogan 64%, gambar – gambar produk 72%, nama dan logo perusahaan sebesar 68%. Sedangkan pada kaidah kebahasaan bagian persuasif 72%, imperatif 48%, berirama 8%, berkesan positif 76%, ringkas 84%.

Kata kunci: buku teks, teks iklan, Struktur, kaidah kebahasaan

Abstract

This article aims to describe the results of an analysis of the suitability and unsuitability of the structure and the rules of the linguistic text ads that are contained in the book text BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP with the standards of competence Curriculum 2013. The type of this research is a qualitative approach. The research method used is content analysis, descriptive. Sources of data in this research is a collection of text ads found on the material text of advertising in school book electronic bahasa Indonesia SMP kelas VIII. Based on the research that has been done obtained data, that the level of conformity of the structure of the text ad that is on the introduction of products by 88%, the statement perusatif 68%, the slogan of 64%, the product images 72%, name and logo of the company amounted to 68%. While on the rules of kebahasaan parts of persuasive 72%, imperative 48%, rhythmic 8%, memorable positive 76%, concise 84%.

Keywords: text books, text ads, text structure, the rules of language



© 2022. The Author(s). This open access article is distributed under [a Creative Commons Attribution \(CC BY-SA\) 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

1. PENDAHULUAN

erat kaitannya akan proses belajar mengajar antara pengajar dengan peserta didik. Proses pengajaran pun mengkaitkan banyak beberapa aspek yang membuat bertahannya pembelajaran dalam sekolah saat ini, sehingga pengajaran menurut Basir (2017:277). dapat dikatakan mempunyai peran yang sangat penting guna mencapai tujuan utama pendidikan yang sesuai dalam UU No. 20 Tahun 2003 yaitu dapat mengembangkan keterampilan siswa sehingga dapat membuat siswa menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada tuhan YME, berakhlak mulia, berilmu, sehat, kreatif, cakap, mandiri serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.

Proses belajar mengajar menurut Tugiaty & Kuntoro tentu saja sangat erat kaitannya dengan pembelajaran bahasa, seperti yang dinyatakan dalam kurikulum 2013, bahasa dianggap sebagai sarana berpikir, dan sarana pembawa ilmu pengetahuan (2019:343). Dasar dalam kebahasaan terkecil yang digunakan mewujudkan sarana berpikir dan pembawa ilmu pengetahuan yaitu berbentuk teks. Sehingga dapat dikatakan dalam pembelajaran bahasa Indonesia dilaksanakan berbasis teks. Teks yang disuguhkan juga tidak hanya sekedar paragraf, akan tetapi teks yang serupa dengan kondisi atau situasi dalam penggunaan bahasa (Depdikbud, 2013: IV).

Dalam proses belajar mengajar bahasa diperlukannya akan bahan ajar maupun media yang digunakan, umumnya dalam pembelajaran media maupun bahan ajar yang digunakan yaitu berupa buku teks. Buku teks sendiri memiliki fungsi sebagai media maupun sumber dalam proses pembelajaran, buku teks dapat menyalurkan ilmu pengetahuan dengan nilai - nilai kehidupan yang berkaitan dengan kompetensi dasar yang diajarkan. Permendikbud Nomor 8 Tahun 2016 mendefinisikan buku teks merupakan suatu sumber utama dalam pembelajaran guna mencapai kompetensi dasar maupun kompetensi inti sehingga dapat dinyatakan layak oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk dipakai terhadap satuan pendidikan . Dalam lingkup jenjang pendidikan apapun buku teks sangat perlu digunakan dalam kegiatan belajar mengajar, salah satunya pada jenjang SMP kelas VIII yang sudah menggunakan buku teks atau BSE dalam setiap pembelajaran. Karena pada kelas VIII materi pokok pelajaran bahasa Indonesia sudah membahas mengenai pembelajaran teks dengan jenis maupun lingkungannya.

Pembelajaran teks melingkupi pembentukan keahlian guna menguasai perihal teks maupun menulis teks. Sehingga, agar peserta didik dapat menguasai perihal teks maupun menulis teks perlu dikuasainya pemahaman materi mengenai : isi teks, struktur dan butir kebahasaan pembangun teks. Karena dalam pembelajaran bahasa materi mengenai teks merupakan materi pokok yang harus dikuasai maupun dipahami oleh peserta didik. Oleh karena itu, agar dapat melengkapi dalam hal pembentukan kompetensi di atas, seorang pendidik perlu mempersiapkan materi, menentukan materi, dan memastikan materi pembelajaran yang akan diajarkan.

Berbicara mengenai materi teks dalam pembelajaran bahasa Indonesia, dalam BSE bahasa Indonesia kelas VIII juga banyak membahas mengenai teks, salah satunya mengenai materi teks Iklan. Seperti yang kita tahu karena pada saat ini iklan bukan hanya terlihat di pusat perdagangan atau tempat umum saja, akan tetapi iklan juga dapat dijumpai di lingkungan sekolah. Banyak sekolah memasang iklan dilingkup lingkungan sekolah, entah mengenai iklan layanan pendidikan ataupun iklan komersial yang memaparkan mengenai barang dan jasa tertentu sehingga dapat dikonsumsi oleh warga sekolah. Menurut Wiratno dalam (Widiyanto, 2018:162) iklan yang diterapkan dalam lingkungan sekolah juga tentu memiliki banyak fungsi, seperti banyak pesan yang tersampaikan ataupun memiliki tujuan dan fungsi sosial sesuai dengan konteks budaya yang ada. Iklan juga hadir di lingkungan sekolah tentu memiliki konteks yang dekat dengan pendidikan dan warga sekolah yang berada di lingkungan sekolah tersebut.

Selain memiliki tujuan tersebut, teks iklan juga banyak digunakan dalam materi pembelajaran mempelajari mengenai jenis teks iklan, struktur maupun kaidah dalam teks iklan. Agar dapat memenuhi kompetensi butir mengamati suatu teks iklan, pengajar perlu mempunyai kemampuan mengenai beragam jenis - jenis iklan yaitu guna menenuhi keterampilan siswa dalam mengidentifikasi bagian-bagian perihal teks iklan, seorang guru perlu mempunyai keahlian pemahaman mengenai struktur teks iklan maupun kaidah kebahasaan pembangun teks iklan. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai kelayakan tentang isi, struktur, dan butir kebahasaan teks iklan pada BSE Bahasa Indonesia kelas VIII apakah sudah sesuai atau belum sesuai.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai teks iklan telah dilakukan. Diantaranya penelitian mengenai Teks Iklan Naratif (Analisis: Isi, Struktur, Butir Kebahasaan Dan Implikasi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP) (Tugiati & Kuntoro, 2019), Struktur Kebahasaan Teks Iklan Layanan Masyarakat (Setyawati, 2018), Struktur Iklan Komersial Di Media Cetak Mesir (Structure Of Commercial Advertisement In Egypt Printed Media) (Masrukhi et al., 2014), Struktur Iklan Parfum Eclat For Men Pada Katalog Oriflame (Claria & Rajistha, 2019). Namun dalam beberapa jenis penelitian mengenai teks iklan yang peneliti temukan masih jarang menyinggung tentang struktur maupun kaidah teks iklan yang terdapat dalam buku teks.

Maka dari itu, melalui artikel yang ditulis peneliti ini akan disajikan data hasil mengenai kesesuaian struktur dan kaidah teks iklan pada BSE Bahasa Indonesia kelas VIII. Hal tersebut penting karena dengan adanya penelitian ini informasi yang diperoleh dapat dijadikan sebagai salah satu informasi guna mengetahui kualitas kesesuaian teks iklan yang terdapat pada buku teks tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan guna meningkatkan kualitas kesesuaian pada buku teks yang menjadi acuan dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII. Dengan hal tersebut, maka peneliti semakin yakin mengenai peranan buku teks dalam menunjang kegiatan belajar mengajar disekolah.

2. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam menjawab penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan analisis konten deskriptif. Menurut Moleong (2018) menyebut analisis konten sebagai kajian isi. Weber (dalam Moleong, 2018) mengemukakan bahwa kajian isi merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan dengan penuh seperangkat prosedur guna membuat kesimpulan yang valid dari suatu buku maupun dokumen.

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni mencermati objek penelitian, yaitu berupa kumpulan iklan yang berjenis iklan poster maupun iklan baris yang terdapat pada materi teks iklan, memadukan kesesuaian antara kumpulan teks iklan tersebut dengan struktur maupun kaidah kebahasaannya dengan tepat, melakukan analisis jumlah kesesuaian dan serta ketidaksesuaian teks iklan dengan struktur dan kiadah bahasa yang benar, memeriksa kebenaran data dengan cara memperdalam pengamatan terhadap objek penelitian, menampilkan hasil penelitian, kemudian melakukan tahapan membahas atau menginterpretasikan hasil penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah kumpulan teks iklan yang terdapat pada materi teks iklan dalam buku sekolah elektronik bahasa Indonesia

SMP kelas VIII. Adapaun data yang dikumpulkan adalah mengenai kesesuaian tiap teks iklan dengan struktur maupun kaidah kebahasaan yang benar.

3. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Pada buku teks Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP dengan Kurikulum 2013 terbitan Kemendikbud, pada materi bab 2 yang membahas mengenai materi Iklan, Sarana, dan Komunikasi ditemukan teks iklan yang berjumlah 25 teks. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh sejumlah data mengenai tingkat kesesuaian serta ketidaksesuaian struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan, yang dimana temuan penelitian yang dimaksud dipaparkan melalui table 1 berikut.

Tabel 1 tingkat kesesuaian struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan

Struktur Teks	Presentase		Kaidah Kebahasaan	Presentase	
	Sesuai	Tidak sesuai		Sesuai	Tidak sesuai
Pengenalan produk	88%	12%	Persuasif	72%	28%
Pernyataan persuatif	68%	32%	Imperatif	48%	52%
Slogan	64%	36%	Berirama	8%	92%
Gambar – gambar produk	72%	28%	Berkesan Positif	76%	24%
Nama dan logo perusahaan	68%	32%	Ringkas	84%	16%

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui, bahwa dalam teks iklan BSE kelas VIII SMP kurikulum 2013 yang terdiri dari 25 teks iklan. Pada struktur teks, tingkat kesesuaian dalam hal pengenalan produk sebesar 88%, kemudian pada pernyataan persuatif 68%, slogan 64%, gambar – gambar produk 72%, dan mengenai perihal nama/logo perusahaan sebesar 68%. Sedangkan tingkat kesesuaian dalam hal kaidah kebahasaan yaitu pada bagian yang menunjukkan persuasif sebesar 72%, imperatif 48%, berirama 8%, berkesan positif 76%, dan ringkas 84%. Masih terdapat beberapa presentase tingkat kesesuaian yang masih rendah, sehingga dapat menggambarkan bahwa struktur maupun kaidah kebahasaan yang terdapat dalam buku teks (BSE) bahasa Indonesia SMP kelas VIII masih terdapat beberapa struktur maupun kaidah kebahasaan yang tidak sesuai atau belum dikembangkan secara baik. Selanjutnya, berikut ini akan dipaparkan ulasan

lebih lanjut mengenai kesesuaian dan ketidaksesuaian struktur maupun kaidah kebahasaan teks iklan pada BSE bahasa Indonesia kelas VIII SMP kurikulum 2013.

Pembahasan

Kesesuaian dan Ketidaksesuaian Struktur Teks

Menganalisis tingkat kesesuaian teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP, dilakukan guna menguji tingkat kesesuaian ataupun tidak pada teks iklan tersebut karena sebagai bahan belajar siswa, apakah materi dan teks iklan dalam BSE tersebut sudah tepat atau tidak digunakan. Karena BSE sendiri digunakan siswa maupun pengajar sebagai bahan ajar utama dalam kegiatan belajar mengajar di sekolah, apalagi perihal mengenai struktur teks yang dimana terdapat pada materi pembahasan dalam tiap pembelajaran bahasa tingkat SMP. Struktur teks iklan sendiri menurut Kosasih (2017:46) terdiri dari 5 bagian, yaitu pengenalan produk, pernyataan persuatif, slogan, gambar gambar produk, nama dan logo perusahaan.

Pada struktur teks iklan bagian pengenalan produk, tingkat kesesuaian teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP persentasenya sebesar 88%. Dimana dari 25 teks iklan dalam BSE tersebut terdapat 23 teks yang sesuai bagian pengenalan produknya, misalnya dalam teks iklan 1 yang terdapat pada halaman 28, dalam iklan tersebut bagian pengenalan produk sudah tergambar dengan baik dan sesuai yakni mengenai iklan layanan masyarakat yang memperkenalkan kepada masyarakat agar gemar membaca guna meraih prestasi. Sedangkan tingkat ketidaksesuaian pada struktur bagian pengenalan produk teks iklan dalam BSE tersebut sebesar 12%, yakni terdiri dari 3 teks iklan yang tidak sesuai bagian pengenalan produk, contohnya dalam teks iklan ke- 18 yakni terdapat pada halaman 49 yang dimana dalam teks iklan tersebut pengenalan produk tidak dapat tersampaikan dengan baik dan tampilan poster tidak sesuai, sehingga teks iklan tersebut tidak sesuai menggambarkan dengan judul iklan yang akan disampaikan.

Selanjutnya, pada bagian struktur pernyataan persuatif , tingkat kesesuaian teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP persentasenya sebesar 68%. Dimana dari 25 teks iklan, terdapat 17 teks iklan yang sesuai bagian pernyataan persuatifnya. Misalnya, terdapat dalam teks iklan ke-2 yang terdapat pada halaman 30, bagian pernyataan persuatif telah sesuai dikarenakan dalam teks iklan tersebut terdapat himbuan berupa kalimat “Jadilah pelopor keselamatan berlalu lintas dan budayakan keselamatan sebagai kebutuhan”. Sedangkan tingkat ketidaksesuaian pada struktur bagian pernyataan persuatif teks iklan dalam BSE tersebut sebesar 32% yakni terdiri dari 8 teks iklan, salah satu contohnya seperti

dalam teks iklan 3 yang terdapat pada halaman 32, dimana dalam teks iklan tersebut tidak adanya kalimat maupun pernyataan berupa ajakan agar pembaca untuk membayar pajak.

Kemudian pada bagian struktur teks yang ketiga, yaitu mengenai slogan. Tingkat kesesuaian slogan dalam teks iklan BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP presentasinya sebesar 64%. Dimana dari 25 teks iklan, terdapat 16 teks iklan yang sudah sesuai pada bagian slogannya. Salah satu contohnya pada teks iklan ke- 4 yakni halaman 32, pada iklan tersebut bagian slogan sudah sangat sesuai dan membuat iklan tersebut bernilai menarik. Slogan yang terdapat dalam iklan tersebut berupa kalimat “Anda senang kami tenang, kami bergegas anda pun puas ”. selanjutnya, ketidaksesuaian teks iklan tersebut juga ditemukan sebesar 32% yaitu dimana terdiri dari 8 teks iklan yang tidak sesuai atau tidak memiliki slogan. Misalnya pada teks iklan ke-5 yang terdapat pada halaman 34, dimana iklan tersebut hanya berupa gambar yang menggambarkan situasi kegiatan posyandu dan tidak adanya kalimat maupun slogan guna menarik perhatian pembaca teks iklan tersebut.

Pada bagian struktur keempat yakni mengenai gambar – gambar bagian produk, tingkat kesesuaian teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP tersebut presentasinya sebesar 88%. Dimana dari 25 teks iklan terdapat 18 teks iklan yang sudah sesuai gambar – gambar produknya. Contohnya, dalam teks iklan ke-4 halaman 32 dimana dalam iklan tersebut menunjukkan sebuah gambar berupa kartun seseorang yang sedang membawa paket yang dimana mendefinisikan bahwa produk yang diiklankan yakni mengenai produk layanan jasa antar barang. Selanjutnya, ketidaksesuaian gambar – gambar bagian produk juga ditemukan dalam teks iklan BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP dan presentasinya sebesar 28%, dimana teks iklan yang tidak sesuai tersebut berjumlah 7 teks iklan. Salah satu contohnya terdapat dalam teks iklan ke- 13 yakni pada halaman 41, dimana teks iklan tersebut mengenai iklan layanan masyarakat yang membicarakan kejahatan dalam menggunakan internet. Akan tetapi, gambar – gambar produk dalam iklan tersebut kurang menggambarkan makna dan pesan yang akan disampaikan. Gambar – gambar produk dalam iklan tersebut hanya berupa background garis berwarna coklat saja.

Selanjutnya, bagian struktur yang terakhir yaitu nama dan logo perusahaan. Pada nama dan logo perusahaan tingkat kesesuaian pada teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP tersebut presentasinya sebesar 68% yang dimana dari 25 teks iklan hanya 17 teks iklan yang nama dan logo perusahaannya telah sesuai. Misalnya, dalam teks iklan ke- 9 yakni terdapat pada halaman 38 dimana iklan tersebut merupakan iklan mengenai jasa pengiriman paket dan berasal dari

perusahaan AGENPOS, sehingga dalam iklan tersebut nama dan logo perusahaan dianggap sudah sesuai. Sedangkan ketidaksesuaian nama dan logo perusahaan juga ditemukan dalam teks iklan BSE tersebut, yakni presentase ketidaksesuaian ditemukan sebesar 32% dimana terdiri dari 8 teks iklan. Contohnya, pada teks iklan ke-5 (halaman 34) dimana dalam teks iklan tersebut tidak ditemukan nama dan logo perusahaan, karena iklan tersebut hanya menampilkan sebuah gambar mengenai kegiatan posyandu dan bertuliskan kata “Posyandu” saja.

Kesesuaian dan Ketidaksesuaian Kaidah Kebahasaan

Kaidah kebahasaan juga seperti struktur dalam teks, yaitu sama sama dibahas dalam tiap pembelajaran materi teks salah satunya teks iklan. Kaidah kebahasaan teks iklan sendiri menurut menurut Kosasih (2017:47) terdiri dari persuasif, imperatif, berirama, berkesan positif, dan ringkas. Berikut pembahasan mengenai tingkat kesesuaian maupun ketidaksesuaian kaidah kebahasaan teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP kurikulum 2013.

Pada kaidah kebahasaan bagian persuasif tingkat kesesuaian teks iklan dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP presentasinya sebesar 72%, yang dimana dari 25 teks iklan terdapat 18 teks iklan yang sudah masuk dalam kategori persuasifnya sudah sesuai. Salah satu contohnya dalam teks iklan ke- 20 pada halaman 50, dalam teks iklan tersebut bagian persuasif sudah sesuai karena terlihat dalam iklan tersebut terdapat pernyataan mengajak pembaca untuk melakukan instruksi yang dalam iklan sampaikan yaitu berupa pernyataan “Ayo..cuci tanganmu pakai sabun”. Sedangkan tingkat ketidaksesuaian ditemukan dalam teks tersebut dengan presentase sebesar 28% yakni terdiri dari 7 teks iklan. Contohnya terdapat pada salah satu teks iklan yakni pada teks iklan ke – 5 (halaman 34) dimana dalam teks tersebut tidak ada unsur persuasif yang ditemukan, karena iklan tersebut hanya berupa poster ilustrasi gambar saja.

Selanjutnya pada kaidah kebahasaan bagian unsur imperatif, ditemukan tingkat kesesuaian pada teks iklan BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP presentasinya sebesar 48%, dari 25 teks iklan dalam BSE tersebut hanya 12 teks iklan saja yang masih sesuai unsur imperatifnya. Ketidaksesuaian juga ditemukan dalam teks BSE tersebut, yakni terdapat presentase ketidaksesuaian unsur imperatif terdapat pada teks iklan BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP sebesar 52% atau terdiri dari 13 teks iklan. Dimana salah satu contohnya terdapat dalam teks iklan ke- 11 yakni pada halaman 40, dalam teks iklan tersebut tidak ada pernyataan imperatif ataupun kalimat perintah mengenai pemilihan umum, dikarenakan hanya terdapat pernyataan berbunyi "bukan untuk menang atau kalah" dan juga beserta

gambar ilustrasi dua tangan yang sudah terdapat tinta biru yang artinya sudah melakukan pencoblosan pada pemilihan umum.

Selanjutnya pada kaidah kebahasaan bagian berirama, dalam teks iklan tersebut unsur berirama yang sudah sesuai dalam teks iklan BSE tersebut ditemukan presentase sebesar 8% atau hanya terdapat pada 2 jenis teks iklan saja. Yakni pada teks iklan ke-4 (halaman 32) dan ke-20 (halaman 50) saja, salah satu contoh pernyataan berirama dari dua teks iklan tersebut yaitu yang berbunyi "Anda senang kami tenang, kami bergegas anda pun puas" dimana pola kalimat tersebut apabila diucapkan akan berirama. Selain itu, tingkat ketidaksesuaian unsur berirama juga ditemukan presentase sebesar 92%, hal tersebut terjadi karena teks iklan yang tidak sesuai lebih banyak ditemukan dari pada yang sesuai, yaitu berjumlah 23 teks iklan. Salah satu contoh ketidaksesuaian unsur kaidah bahasa berirama yakni pada teks iklan ke-6 (halaman 36) dimana pernyataan yang ada pada teks iklan tersebut hanya berupa kalimat "ayo main" sehingga pengucapan kurang berasa berirama.

Bagian kaidah kebahasaan selanjutnya yakni berkesan positif, pada teks iklan BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP tersebut tingkat kesan positif iklan tersebut sebesar 76% atau terdiri dari 19 teks iklan. Salah satu contohnya terdapat dalam teks iklan ke-7 halaman 37 dimana dalam teks iklan tersebut menghimbau masyarakat agar membudayakan membaca, karena baca buku buka dunia. Sehingga sangat dianjurkan agar masyarakat rajin membaca buku. Selain dari hal tersebut tingkat ketidaksesuaian juga ditemukan dalam teks iklan BSE tersebut sebesar 24% atau terdiri dari 6 teks iklan, yakni contohnya terdapat pada teks iklan halaman 34 dimana teks iklan tersebut kurang pernyataan yang dapat mendeskripsikan dengan baik maksud dari iklan tersebut atau pesan yang ingin disampaikan.

Selanjutnya bagian kaidah kebahasaan yang terakhir yakni, unsur ringkas. Dimana presentase kesesuaian keringkasan dalam teks iklan tersebut sebesar 84% atau terdiri dari 24 teks iklan. Salah satu contohnya terdapat dalam teks iklan yang berada pada halaman 30, dimana penyampaian teks iklan tersebut terlihat sangat ringkas, padat dan jelas. Pernyataan yang terdapat dalam iklan tersebut yakni berbunyi "Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan sebagai Kebutuhan". Sedangkan ketidaksesuaian keringkasan dalam teks iklan BSE tersebut juga ditemukan presentase sebesar 16% atau terdiri dari 4 teks iklan saja, yaitu salah satu contohnya terdapat pada teks iklan yang ada pada halaman 45. Karena teks iklan tersebut berjenis teks iklan lowongan pekerjaan, maka tampilan teks dalam iklan tersebut tidaklah ringkas karena iklan tersebut berisi informasi yang sangat lengkap guna memberitahukan terdapat pelamar mengenai tahapan pelamaran kerja yang sesuai dengan prosedur perusahaan.

4. PENUTUP

Secara umum teks iklan yang terdapat dalam BSE Bahasa Indonesia kelas VIII SMP belum disusun secara cermat. Masih ditemukan ketidaksesuaian bagian struktur maupun kaidah kebahasaan. Salah satunya pada bagian struktur slogan, ketidaksesuaian teks iklan dalam BSE tersebut sebesar 32% atau dari 25 teks iklan ada 8 teks yang tidak memiliki unsur slogan. Sedangkan pada kaidah kebahasaan bagian berirama tingkat ketidaksesuaian sebesar 92% atau ada 23 teks iklan yang tidak sesuai dengan unsur kaidah bahasa berirama tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Basir, U. P. M. (2017). Aspek “Kesastraan” dalam Kurikulum Bahasa Indonesia: Sejumlah Problematika Terstruktur. Seminar Nasional: Bahasa Dan Sastra Indonesia Dalam Konteks Global, 227–236. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/fkip-epro/article/download/4877/3597>
- Claria, D. A. K., & Rajistha, I. G. N. A. (2019). Struktur Iklan Parfum Eclat For Men Pada Katalog Oriflame. 11(1), 13–19.
- Kosasih., E. (2017). BSE Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP Kurikulum 2013. Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Balitbang, Kemendikbud. (Revisi 201, Vol. 1, Issue 1). Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Balitbang, Kemendikbud. <https://doi.org/10.36916/jkm.v1i1.45>
- Lexy J. Moleong, M. A. (2018). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Masrukhi, M., Hadi, S., Suhandano, & Thoyib. (2014). Struktur Iklan Komersial Di Media Cetak Mesir (Structure Of Commercial Advertisement In Egypt Printed Media). VII, 126–139.
- Setyawati, N. (2018). Struktur Kebahasaan Teks Iklan Layanan Masyarakat. Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia, 531, 531–540.
- Tugiati, T., & Kuntoro. (2019). Teks Iklan Naratif (Analisis: Isi, Struktur, Butir Kebahasaan Dan Implikasi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP). i, 342–350.
- Widiyanto, H. (2018). Analisis fungsi teks iklan di sekolah. 162–168.