

# **LAPORAN PENELITIAN**



## **ANALISIS WACANA PERSUASIF PADA IKLAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU DI AKADEMI MARITIM NUSANTARA BANJARMASIN**

### **Pengusul :**

H. Noor Fathulliansyah, SE, MM.

Hidayati Desy, S.Pd, M.Pd.

Wildani Khotami, SE, MM

**AKADEMI MARITIM NUSANTARA  
BANJARMASIN**

**2019**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	2
D. Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	4
A. Iklan .....	4
B. Wacana Persuasif .....	5
C. Jenis – Jenis Persuasif .....	6
D. Ciri – Ciri Paragraf Persuasif .....	7
E. Struktur Iklan .....	7
F. Fungsi Bahasa dalam Iklan .....	8
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	9
A. Rancangan penelitian .....	9
B. Data dan Sumber Data .....	9
C. Metode Pengumpulan data .....	11
D. Teknik Analisis Data .....	11
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	13
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	23
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	25

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bahasa tidak dapat dilepaskan dengan kehidupan manusia dalam masyarakat, karena bahasa merupakan media komunikasi. Salah satu fungsi bahasa yaitu sebagai alat pergaulan dan bekerja sama dengan sesama manusia. Melalui bahasa manusia dapat saling bertukar informasi mengenai dirinya maupun mengenai produk-produk yang dihasilkannya. Proses pertukaran informasi tersebut dapat terjadi secara lisan maupun tertulis. Secara lisan dapat langsung disampaikan kepada mitra tutur, sedangkan secara tulisan harus disampaikan melalui media dalam bentuk tulisan yang dapat dibaca oleh masyarakat luas.

Salah satu media dalam bentuk tulisan yang ada dalam masyarakat saat ini adalah media cetak yang berupa Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin. Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin memberikan informasi mengenai banyak hal termasuk produk-produk yang dihasilkan oleh produsen. Informasi mengenai suatu produk lebih dikenal dengan istilah iklan. Melalui iklan produsen memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas selaku calon konsumen. Tujuan dibuat iklan adalah agar calon konsumen terdorong untuk menggunakan produk. Bahasa Indonesia dalam iklan perlu dibuat lain, karena bersifat menawarkan. Bahasa iklan menggunakan bahasa persuasif, tujuannya untuk mempengaruhi pembeli agar mau membeli produk yang diiklankan.

Penggunaan bahasa yang menarik dengan menggunakan pilihan kata yang tepat dapat mendorong pembaca untuk membeli produk yang ditawarkan, termasuk produk makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Namun ada masyarakat pembaca yang tidak memahami secara cermat iklan produk-produk tersebut, karena telah terpengaruh oleh bahasa iklan yang begitu menarik. Alasan inilah yang

melatar belakangi peneliti memilih iklan makanan dan minuman sebagai objek dalam penelitian.

Sebagai sebuah wujud bahasa wacana iklan memiliki struktur. Struktur membangun sebuah iklan menjadi sebuah bangun bahasa yang utuh. Penempatan susunan kata dan kalimat memberikan pengaruh yang sangat besar pada pemahaman pembaca, penyusunan bagian struktur iklan juga dapat memengaruhi pembaca. Sehingga pembaca dapat terbujuk oleh bahasa iklan. Untuk itu perlu dilakukan kajian untuk melihat struktur tersebut, bagaimana sebuah struktur dapat mempengaruhi pembaca.

Analisis wacana iklan ini dilakukan untuk mengetahui struktur, konteks, serta fungsi bahasa yang dikomunikasikan dalam iklan makanan dan minuman yang terdapat dalam Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin. Tujuan kajian dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya para pembaca iklan dalam Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin tentang keseleruhan bahasa dalam iklan agar dapat berhati-hati dalam membeli produk makanan dan minuman serta tidak mudah terbujuk oleh bahasa iklan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah konteks wacana persuasif pada iklan penerimaan taruna/i baru di Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin?
2. Bagaimanakah fungsi wacana persuasif pada iklan penerimaan taruna/i baru di Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana konteks wacana persuasif pada iklan penerimaan taruna/i baru di Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin?
2. Untuk mengetahui bagaimana fungsi wacana persuasif pada iklan penerimaan taruna/i baru di Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi dosen pembina mata kuliah Analisis Wacana, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan diskusi khususnya pada materi analisis wacana tekstual.
2. Bagi dosen pembina mata kuliah Metodologi Penelitian, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai contoh penelitian kualitatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu referensi dan pertimbangan dalam pengkajian mengenai bahasa iklan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Iklan**

Zainas (dalam Khikmawati, 2012:19) mengelompokkan iklan atas dasar penggunaannya oleh pimpinan, karena perbedaan tersebut bergantung pada tujuan perusahaan dalam program periklanannya. Iklan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut.

- a. Iklan Kelembagaan yaitu iklan yang dilakukan untuk menimbulkan rasa simpati kepada penjual dan ditujukan untuk menciptakan *good will* kepada perusahaan.
- b. Iklan Pasar adalah penggolongan iklan yang didasarkan pada jenis atau sifat pasarnya. Jenis iklan tersebut antara lain:
  - 1) Iklan konsumen (*consumer advertising*), ditujukan kepada konsumen. Barang yang dijual bisa berulang-ulang (merupakan kebutuhan sehari-hari) seperti makana, minuman, bahan-bahan konfeksi, obat-obatan, alat-alat pembersih, dsb. Media cocok bagi iklan barang konsumen biasanya adalah yang diminati secara luas seperti Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin, radio, televisi dan koran.
  - 2) Iklan perdagangan (*trade advertising*), ditujukan kepada perantara pedagang terutama pengecer. Barang-barang yang diiklanan adalah barang untuk dijual kembali.
  - 3) Iklan industri (*industrial advertising*), ditujukan kepada pemakai industri.
- c. Iklan Politik, Iklan politik sering kali digunakan oleh para politisi untuk membujuk orang agar memilih mereka. Oleh karena itu, iklan jenis ini merupakan sebuah bagian penting dari proses politik.
- d. Iklan Pelayanan Masyarakat, yaitu iklan yang dirancang untuk beroperasi pada kepentingan masyarakat dan mempromosikan kesejahteraan masyarakat. Iklan-iklan ini diciptakan bebas biaya

oleh para profesional periklanan, dengan ruang dan waktu iklan merupakan hibah dari mereka.

Berdasarkan jenis-jenis iklan yang dipaparkan, penelitian ini difokuskan pada iklan konsumen berupa iklan produk makan dan minuman yang terdapat di Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin. Pada iklan konsumen barang-barang yang diiklankan adalah barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen baik dalam jangka waktu panjang atau pendek

## **B. Wacana Persuasif**

Fungsi persuasi merupakan fungsi membujuk, merayu atau menggerakkan konsumen untuk bersikap maupun berperilaku sesuai kehendak produsen. Misalnya, membujuk konsumen untuk mencoba produk baru, membujuk konsumen untuk membeli merek tertentu, membujuk konsumen untuk mengubah persepsi tentang ciri-ciri produk tertentu dan sebagainya. Pada fungsi ini aspek yang dibidik tidak hanya aspek sikap dan perilaku tetapi juga aspek pengetahuan.

Persuasi adalah komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Melalui persuasi untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Melalui persuasi setiap individu mencoba berusaha mempengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain. Persuasi pada prinsipnya merupakan upaya menyampaikan informasi dan berinteraksi antar manusia dalam kondisi di mana kedua belah pihak sama-sama memahami dan sepakat untuk melakukan sesuatu yang penting bagi kedua belah pihak. Bila komunikasi dengan sesama setiap individu berharap pesan yang disampaikan tersebut dapat dimengerti dan dipercayai. Persuasif merupakan salah satu strategi yang dapat di gunakan agar pesan yang ingin disampaikan dimengerti dan dipercayai orang lain. Komunikasi persuasive membiarkan orang lain (*persuade*) bebas melakukan apapun yang mereka inginkan setelah *persuader* berusaha

meyakinkan mereka. Komunikasi persuasif menekankan keterbukaan, kepercayaan, dan praktik-praktik manajemen yang demokratis.

Persuasi merupakan salah satu strategi komunikasi yang penting dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal ini komunikasi dapat membantu setiap individu dalam berhubungan dengan orang lain, serta dapat mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Sebagai contoh calon pemimpin negara dapat meyakinkan dan mempengaruhi rakyatnya melalui komunikasi persuasif. Juga dengan kepemimpinan yang persuasif, pemimpin dapat mempertahankan loyalitas kerja para karyawan. Kepemimpinan persuasive ditandai dengan adanya ruang bagi partisipasi para karyawan. Alasan lain pentingnya persuasi dalam dunia bisnis sekarang ini adalah tuntutan kerja dalam tim. Untuk bekerja dalam tim di perlukan komunikasi persuasif agar dapat meyakinkan orang lain dengan pendapat – pendapat yang di kemukakan.

### **C. Jenis-jenis Persuasif**

Jenis Jenis Karangan Persuasi Pengelompokan karangan berdasarkan fungsinya dibagi menjadi 4 jenis yaitu karangan persuasi politik, karangan persuasi pendidikan, karangan persuasi advertensi, dan karangan persuasi propaganda.

1. Karangan Persuasi Advertensi, karangan jenis ini digunakan untuk tujuan komersial atau iklan. Biasanya digunakan untuk mengenalkan suatu jenis barang atau jasa kepada konsumen.
2. Karangan Persuasi Propaganda, propaganda merupakan penerangan suatu paham atau pendapat dengan tujuan meyakinkan seseorang. Karangan propaganda digunakan untuk menyampaikan informasi kepada pembaca. Jenis karangan ini sering ditemukan di mediamedia cetak.
3. Karangan Persuasi Politik, berisi tentang ajakan atau himbauan yang berhubungan dengan dunia politik. Jenis Karangan ini sering

digunakan oleh orang-orang politik untuk menyampaikan dan mempengaruhi pembaca tentang gagasannya yang berhubungan dengan politik.

4. Karangan Persuasi Pendidikan, umumnya digunakan oleh lembaga atau mereka yang menjadi pemerhati dalam bidang pendidikan. Jenis karangan ini berupa himbauan, panduan, atau motivasi untuk pembaca agar lebih memperhatikan pendidikan.

#### **D. Ciri-ciri Paragraf Persuasi**

1. Terdapat himbauan atau ajakan
2. Berusaha mempengaruhi pembaca
3. Ada kata ajakan
4. Pemberi Informasi menempatkan diri di posisi anda (soelah merasakan hal yang sama seperti ketidaknyamanan atau kegelisahan yang anda rasakan agar mendapat perhatian anda)
5. Dalam paragraf Persuasif ada Tujuan dan ajakannya jelas
6. Menimbulkan rasa tertarik dan percaya bagi pembaca ataupun pendengar
7. Memunculkan fakta yang tepat
8. Menghindari konflik agar tujuan tercapai
9. Bertolak atas paham bahwa manusia dapat diubah

#### **E. Struktur pada Iklan**

Berkenaan dengan struktur wacana, Bolen dalam (Rani, 2006:67) memandang struktur wacana iklan dari segi proporsinya. Menurut pendapatnya, wacana iklan mempunyai tiga unsur pembentuk struktur wacana, yaitu (1) butir utama (*headline*) atau sering disebut dengan judul, (2) badan (*body*), dan (3) penutup (*close*). Dikaitkan dengan tahap-tahap

pencapaian tujuan, struktur wacana iklan dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel struktur iklan

	<b>Struktur</b>		
	Butir utama	Badan iklan	Penutup
Tujuan	Menarik perhatian	Berkomunikasi	Mengubah Perilaku
Isi	Perhatian	Minat kesadaran	Tindakan

#### **F. Fungsi Bahasa dalam Iklan**

Widyatama (2011:43) menyatakan bahwa iklan menempati posisi yang sangat strategis karena mampu ikut mengerakkan dan menggairahkan dunia industri. Iklan bagaikan minyak pelumas yang menjalankan roda industri agar tetap berputar. Tanpa iklan, roda industri berputar perlahan, macet, bahkan tidak bergerak sama sekali. Dengan kata lain, iklan mempunyai fungsi yang sangat penting. Fungsi iklan dapat digolongkan menjadi 3 kelompok besar, yaitu:

- a. Fungsi komunikasi, artinya bahwa iklan mampu menjadi sasaran penyampai pesan dari pihak produsen kepada konsumen.
- b. Fungsi pendidikan, yaitu iklan mampu digunakan oleh komunikator untuk mengajarkan nilai-nilai tertentu sebagaimana dikehendaki komunikator.

Fungsi ekonomi, dengan iklan banyak masyarakat yang mengetahui dan mengonsumsi produk sehingga pada gilirannya mendatangkan keuntungan bagi produsen.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif. Badgon dan Taylor (dalam Moleong, 1989:3) mendefinisikan bahwa pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Rancangan kualitatif dipilih sebagai rancangan dalam penelitian ini, mengingat data yang diolah berupa kata-kata tertulis yang kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil berupa deskripsi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sudaryanto (1992:62) Menyatakan bahwa penelitian deskriptif didasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup dalam penuturannya sehingga dihasilkan perian bahasa seperti apa adanya. Dari pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa penelitian yang bersifat deskriptif dapat diartikan sebagai penelitian yang mengungkapkan segala sesuatu apa adanya tanpa dibenarkan dan disalahkan.

#### **B. Data dan Sumber Data**

Data adalah fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi melalui suatu proses pengelolaan (Arikunto, 1998:91). Data penelitian ini berupa penggunaan Wacana Persuasif pada Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin. Objek yang diambil berupa kalimat, frasa atau klausa berbahasa Indonesia yang terdapat dalam iklan makanan, minuman dan bumbu masak pada Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin. Kalimat, frasa, klausa tersebut diindikasikan merupakan proporsi butir utama, butir penjelas, dan butir penutup iklan.

Menurut Sugono *et al* (2008: 1353) sumber berarti asal, sedangkan data adalah fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi

melalui suatu proses pengelolaan (Arikunto, 1998: 91). Jadi, sumber data adalah asal diperolehnya fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi melalui suatu proses pengelolaan.

Data dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel berdasarkan tujuan). *Purposive sampling* yakni pengambilan sampel berdasarkan kapasitas (Hikmat, 2011:64). Dalam penelitian ini data diambil dari 3 jenis Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin yakni Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin wanita, Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin resep dan Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin ibu dan anak. Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin wanita diwakili oleh Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin Nova, Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin resep diwakili oleh Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin saji, sedangkan Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin ibu dan anak diwakili oleh Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin Nakita, masing-masing Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin edisi bulan Januari 2013. Pemilihan sampel pada tiap-tiap jenis Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin berdasarkan observasi awal yang menunjukkan bahwa dalam Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin tersebut banyak terdapat penggunaan bahasa iklan makanan dan minuman yang diindikasikan memiliki proporsi struktur.

Selain itu pemilihan jenis Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin juga mempertimbangkan keberagaman produk yang diiklankan. Data dalam penelitian ini berupa kata, frasa, klausa, maupun kalimat yang terdapat dalam iklan makanan dan minuman pada Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin yang dipilih.

### **C. Metode Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah, teknik dokumentasi. Hikmat (2011:83) menyatakan teknik dokumentasi merupakan penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Teknik ini digunakan untuk memperoleh seluruh jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini, yakni data berupa kalimat, klausa, maupun frasa yang terdapat dalam iklan makanan dan minuman pada Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin.

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara 1) mencatat kalimat, klausa maupun frasa yang terdapat dalam iklan; 2) memfoto atau mengambil gambar dari iklan tersebut agar dapat dicetak dalam kertas sebagai bukti objek penelitian.

### **D. Teknik Analisis Data**

Paton (dalam Moleong, 2001:103) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu bentuk pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Langkah-langkah yang ditempuh dalam analisis data adalah:

- a. Pencatatan data, proses mencatat data dilakukan dengan cara memasukkan data ke dalam tabel pemandu pengumpulan data.
- b. Pembacaan data, yaitu kegiatan membaca kalimat-kalimat dalam iklan makanan dan minuman pada Iklan Penerimaan Taruna/i Baru di Maritim Nusantara Banjarmasin yang telah dicatat dalam tabel pemandu analisis data.
- c. Pengkodean data, yaitu pemberian kode yang dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mengklasifikasikan data secara lebih terperinci. Pengkodean data dilakukan dalam tiga bentuk. Pengkodean yang pertama yaitu data diberi kode sesuai dengan bagian struktur iklan, misalnya kode BU untuk bagian butir utama, BI untuk badan iklan dan PI untuk penutup iklan. Pengkodean data yang kedua adalah pengkodean sesuai dengan proporsi struktur iklan, misalnya kode PBU1 untuk proporsi yang

menekankan keuntungan calon konsumen. Pengkodean ketiga adalah pengkodean untuk konteks, misalnya KE untuk konteks ekonomi, KSB untuk konteks sosial budaya.

- d. Pemeriksaan keabsahan data, yaitu data yang telah masuk ke dalam tabel pemandu analisis data diperiksa keabsahannya dengan melihat buku dan literature.
- e. Pengklasifikasian data, yaitu data yang telah dicatat dan diperiksa keabsahannya kemudian dikelompokkan menurut bagian data yang sama sesuai dengan rumusan masalah.
- f. Pendeskripsian data, yaitu proses menjelaskan data yang telah diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah.

## **BAB IV**

### **HASIL dan PEMBAHASAN**

#### **Analisis Persuasif Pada Iklan Perguruan Tinggi Pada Penerimaan Taruna/I Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin**

Analisis gambar yang dilakukan di bawah ini di mulai dari kelompok pertama yang merupakan gambar pendukung spanduk, lembar penerimaan beserta daftara biaya, gelombang pertama kedua serta aktivitas yang dilakukan oleh taruna-taruni semasa perkuliahan di akademi mariitm nusantara banjarmasin, terdapat simbol populer yang kerap dimanfaatkan dalam menunjang iklan pendidikan perguruan tinggi yaitu foto pejabat. Pada kelompok kedua yang merupakan iklan perguruan tinggi, simbol yang populer dari iklan-iklan tersebut adalah gedung dan mahasiswa. Dari analisis teks persuasif pada gambar pendukung dan iklan ditemukan representasi perguruan tinggi.

Terdapat beberapa iklan yang ditampilkan yaitu: a. Perguruan tinggi menghasilkan lulusan untuk bekerja. b. Kampus berkualitas adalah yang megah, nyaman dan lengkap c. Perguruan tinggi mengajarkan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai. d. Perguruan tinggi modern adalah yang memiliki teknologi informasi dan komunikasi.e. perguruan tinggi khususnya pada bidang kemaritiman kelauran dan pelabuhan sebagai Kemaritiman Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin merupakan representasi terbaik pada bidang kelulusan untuk mendapatkan pekerjaan yang cepat. Tanda-tanda atau citra dalam fakta dilapanganl itu tidak merefleksikan realitas tetapi mengatakan sesuatu tentang realitas. Artinya iklan, seringkali menampilkan realitas yang tidak sesungguhnya karena realitas yang ditampilkan media merupakan hasil konstruksi dari banyak pihak.

#### **A. Jenis persuasif**

Karangan Persuasi Pendidikan, umumnya digunakan oleh lembaga atau mereka yang menjadi pemerhati dalam bidang pendidikan. Jenis karangan ini

berupa himbauan, panduan, atau motivasi untuk pembaca agar lebih memperhatikan pendidikan.

## B. Kebahasaan pada iklan

Fungsi pendidikan, yaitu iklan mampu digunakan oleh komunikator untuk mengajarkan nilai-nilai tertentu sebagaimana dikehendaki komunikator.

Gambar 01

**AKADEMI MARITIM NUSANTARA**  
MENERIMA CALON TARUNA/TARUNI TAHUN AKADEMIK 2019-2020

**TERAKREDITASI**

PROGRAM STUDI DIPLOMA III (D3)  
KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA DAN KEPELABUHAN

**PENDAFTARAN :**  
Gelombang 1 : 11 Februari - 31 Mei  
Gelombang 2 : 1 Juni - 31 Agustus

**SYARAT PENDAFTARAN :**

- Fotocopy Ijazah/STTB dan Transkrip Nilai SLTA/ sederajat dlegalisir 3 lembar
- Pas Foto 3X4 berwarna 5 lembar
- Fotocopy SKCK
- Fotocopy Akte Kelahiran 1 lembar
- Fotocopy KTP 1 lembar
- Surat Keterangan Sehat dari Puskesmas / Rumah Sakit 1 lembar

**TEMPAT PENDAFTARAN :**  
Kampus AMNUS Banjarmasin  
Jl. Brigjen H. Hasan Basri (Kayu Tangi)  
No. 9 Telp/Fax. 0511-3304752 Banjarmasin

Amnus Banjarmasin

Kami satu-satunya institusi pendidikan ahli maritim di Kalimantan Selatan, bahkan di Kalimantan Ayoo... bergabung bersama kami untuk dididik dan disiapkan menjadi tenaga kerja pelayaran yang handal dibidangnya

Capit. Bagas Satriya Wisaksono, S.Sr. SH, M.Utr, M.Mar - Capit. H. Slamet Atroja  
Capit. Firdaus Suwastika, M.Ab, M.Mar - Capit. Abdusy Syukur, M.Mar - Dr. Kansariaty  
Dr. Rusdi - Mini Sari, M.Pd - Dr. H. Aminuddin, M.Pd - H. Bambang Fy, S.Sos, MM  
H. Nury Pratomo, S.E, M.A - H. Wahid Kuswani, SE, MM  
Ahmad Syahudin, STK, L.M.Pd.J - Dra. H.M. Yusuf Kusari, MM - Dra. M. Raajid, MM  
Widan Khotami, SE, ME - Imila Rosaria Santy, SE, MM

Contact Person : Wildan Khotami, SE, ME (08138199929)  
Dr. Rusdi (08524848883)  
Imila Rosaria S. SE, MM (08924296965)

Iklan pada gambar 01 di atas tersebut sebagai salah satu iklan pendidikan tentang kemaritiman yaitu akademi Maritim Nusantara Banjarmasin, bahwa ada beberapa yang ditampilkan pada iklan penerimaan baru tersebut seperti beberapa bukti kegiatan baik pedang pora, kegiatan paduan suara, acara kegiatan perkuliahan serta kegiatan di luar perkuliahan mengenai kemaritiman. Adapun beberapa iklan disamping mencantumkan kegiatan di lapangan bersama PT yang sudah bekerjasama sehingga pada kegiatan magang serta pengenalan lapangan lainnya tentang pelayaran niaga dan kelabuhan, mampu mengembangkan potensi mereka di bidang tersebut.

Beberapa uraian mengenai gelombang 1 dan 2 untuk pendaftaran yang akan menerima taruna-taruni baru tersebut, beserta lampiran syarat yang akan diserahkan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk taruna-taruni baru.

Gambar 02

**AKADEMI MARITIM NUSANTARA BANJARMASIN**  
**MENERIMA CALON TARUNA/TARUNI**  
**TAHUN AKADEMIK 2020-2021**

**TERAKREDITASI BAN-PT**

**Lulusan Berkualitas dan Siap Kerja**

amnus banjarmasin  
 @AMNUSBANJARMASIN  
 Amnus Banjarmasin  
<http://www.amnus-bjm.ac.id/>

Bahan satu-satunya referensi para lulusan ahli madya Kalimantan di Kalimantan. Sejalan, baik itu di Kalimantan juga. Berlagang bersama kita untuk disalah. Kita diharapkan menjadi tenaga profesional yang handal dan siap bekerja.

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III (D3)**  
**KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA DAN KEPELABUHAN**

**PENDAFTARAN :**  
 Gelombang 1 : 1 Januari - 30 April 2020  
 Gelombang 2 : 1 Mei - 30 Juni 2020  
 Gelombang 3 : 1 Juli - 31 Agustus 2020

**SYARAT PENDAFTARAN :**  
 - Fotocopy Ijazah/STTB dan Transkrip Nilai SLTA/Sederajat dilegalisir 3 lembar  
 - Pas Foto 4X3 berwarna 5 lembar  
 - Fotocopy SKCK  
 - Fotocopy Akte Kelahiran 1 lembar  
 - Fotocopy KTP 1 lembar  
 - Surat Keterangan Sehat dari Puskesmas / Rumah Sakit 1 lembar

**TEMPAT PENDAFTARAN :**  
 Kampus AMNUS Banjarmasin  
 Jl. Gatot Subroto No.76 A, Kuripan, Kec. Banjarmasin Tim, Kalimantan Selatan 70235 - di samping LBPP LIA

Contact Person : Wildani Khotami, M.E. (081381999929)  
 Susi Herawati A.Md (082156742353)

**Tenaga Pengajar :**  
 Capt. Moch Nurdin, SH, MH - Capt. H. Siamet Almojo - Capt. Yohan Paul Barkey  
 Capt. Firdaus Suwestan, M.Ab, M.Mar - Capt. Abdusy Syukur, M.Mar  
 Dr. H. Aminuddin, M.Pd - Dr. Kamsariaty - Dr. Rusdi  
 Drs. H.M. Yusuf Kursani, MM - Drs. M. Rasjidi, MM - H. Bambang Fry, S.Sos, MM  
 H. Noor Fathuliansyah, SE, MM - Akhmad Syahbudin, STH I, M.Pd.I  
 Wildani Khotami, SE, ME - Miri Sari, M.Pd - Imita Rosaria Santy, SE, MM

Iklan pada gambar 02 di atas merupakan salah satu ilan penerimaan Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin untuk membuat minat kelulusan tingkat atas dalam melanjutkan pilihannya kejenjang berikutnya. Adapun iklan pada gambar 02 tersebut berupa meyakinkan bahwa lulusan berkualitas dan siap bekerja ditambah pada gambar taruna-taruni akademi maritim nusantara yang mengenakan pakaian putih dari kemaritim tersebut.

Ada beberapa yang dipaparkan pada iklan tersebut baik berupa penerimaan pada gelombang 1, gelombang 2 dan gelombang 3 dibuka untuk emraih minat pelajar yang telah lulus dari sekolah SMA, SMK, MAN dan sederajat lainnya. Selain itu terlampir pula pada beberapa persyaratan yang ada pada lampiran pada gambar 01 tersebut. Contact person yang tersedia lebh memfokuskan pada

kemahasiswaan yang mana akan menjadi calon tarua-taruni Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin.

Gambar 03

**AKADEMI MARITIM NUSANTARA BANJARMASIN**  
**PROGRAM STUDI DIPLOMA III (D3)**  
**KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA DAN KEPELABUHANAN**

*Kami satu-satunya institusi pendidikan ahli madya kemaritiman di Kalimantan Selatan, bahkan di Kalimantan Ayoo... bergabung bersama kami untuk dididik dan disiapkan menjadi tenaga kerja pelayaran yang handal dibidangnya*

**PENDAFTARAN :**  
 Gelombang I : 11 Februari - 31 Mei 2019  
 Gelombang II : 1 Juli - 31 Agustus 2019

**SYARAT PENDAFTARAN :**

- Fotocopy Ijazah/STTB dan Transkrip Nilai SLTA/ sederajat dilegalisir 3 lembar
- Pas Foto 3 x 4 berwarna 5 lembar
- Fotocopy SKCK
- Fotocopy Akte Kelahiran 1 lembar
- Fotocopy KTP 1 lembar
- Surat Keterangan Sehat dari dokter 1 lembar

**TEMPAT PENDAFTARAN :**  
 Kampus AMNUS Banjarmasin  
 Jalan Brigjen H. Hasan Basri (Kayu Tangi)  
 No. 9 Telp/Fax. 0511-3304752 Banjarmasin

*8% Luksusan Langsung Bekerja*

**Tenaga Pengajar :**  
 Capt. Bagus Satriya Wicaksono, S.Sr, SH, M.Atr, M.Mar - Capt. H. Slamet Atmojo - Capt. Firdaus Suwestian, M.Ab, M.Me  
 Capt. Abdusy Syukur, M.Mar - Dr. Kamsariy - Dr. Rusdi - Mini Sari, M.Pd - Dr. H. Aminuddin, M.Pd  
 Bambang Fry, S.Sos, MM - H. Noor Fathulliansyah, SE, MM - Akhmad Syahbudin, STT, M.Pd, I - H. Wahid Khusaini, SE, M  
 Drs. H.M. Yusuf Kursani, MM - Drs. M. Rasjidi, MM - Wildan Khotami, SE, ME - Irita Rosaria Santy, SE, MM

**Contact Person :** Wildan Khotami, SE, ME (081381999929) Website : [www.amnus.ac.id](http://www.amnus.ac.id)  
 Dr. Rusdi (085248488883) Email : [maritimakademi@gmail.com](mailto:maritimakademi@gmail.com)  
 Irita Rosaria S., SE, MM (085248286865) IG : [amnus.banjarmasin](https://www.instagram.com/amnus.banjarmasin)

Pada iklan gambar 03 di atas merupakan iklan yang berupa foto hasil kegiatan di kampus Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin, adapun kalimat yang tersedia pada iklan tersebut yaitu:

*“kami satu-satunya institusi pendidikan ahli madya kemaritiman di kalimantan selatan, buhan kalimantan ayooo... bergabung bersama akami untuk dididik, dan disiapkan menjadi tenaga kerja pelayaran yang handal dibidangnya”.*

Pada isi dari iklan tersebut lebih menonjolkan pada ajakan melalui kata ayooo buhan kalimantan atau masyarakat dari seluruh kalimantan khususnya kalimantan selatan untuk bergabung ke kampus yang hanya satu-satunya di banjarmasin, dalam mengejar pendidikan untuk ketahap bekerja yang siap menampung kelulusan dengan maksimal.

Selain itu, ada beberapa teks di bawah iklan mengenai syarat yaitu beberapa dosen pengajar khusus capten kapal bidang pelayaran dan pelabuhan

mengenai kemaritiman tersebut, sehingga dukungan pada pembelajaran lebih memfokuskan pada bidang tersebut.

Gambar 04

**BIAYA PENDAFTARAN CALON TARUNA/I TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

1.	Pembayaran SPP untuk 1 semester	Rp. 3.100.000,-
2.	Uang Gedung	Rp. 2.500.000,-
3.	1 Stel PDH (Pakaian Dinas Harian)	Rp. 1.350.000,-
4.	1 Stel PDU (Pakaian Dinas Upacara)	Rp. 1.750.000,-
5.	1 Stel PDL (Pakaian Dinas Lapangan)	Rp. 600.000,-
6.	Iuran PMMD	Rp. 1.000.000,-
7.	Iuran Perpustakaan	Rp. 300.000,-
8.	Iuran Ekskul, Ketrunaan, & Asuransi	Rp. 900.000,-
9.	Iuran UPB Persemester	Rp. 300.000,-
10.	Iuran Ujian Persemester	Rp. 200.000,-
<b>TOTAL</b>		<b>Rp. 12.000.000,-</b>

(Biaya bisa di angsur 2 kali)  
**Biaya Pendaftaran Rp. 250.000,-**

**Peluang Kerja Begitu Terbuka..**  
 Satu - satunya institusi pendidikan di pulau Kalimantan yang menyiapkan tenaga terampil untuk bekerja pada : instansi pemerintah pada Dinas Perhubungan; perusahaan pelayaran; perusahaan bongkar muat (PBM); perusahaan export/import; industri jasa maritim lainnya.

Iklan pada gambar 04 di atas tersebut merupakan iklan yang lebih memfokuskan pada rincian biaya pendaftaran calon taruna/i tahun akademik 2020/2021, baik itu berupa pembayaran spp untuk 1 semester, uang gedung, 3 macam 1 setpakaian akademi maritim nusantara Banjarnasin, beberapa iuran baik berupa iuran perpustakaan, UPB Persemester, Ujian dan lainnya secara rinci.

Adapun teks berupa peluang yang menjadi teks persuasif pada iklan pendidikan tersebut, seperti peluang kerja begitu terbuka, satu-satunya institusi pendidikan di pulau kalimantan yang menyiapkan tenaga terampil untuk bekerja pada instansi pemerintahan pada Dinas Perhubungan perusahaan pelayaran, perusahaan, bongkar muat (PBM): Perusahaan ekspor/import: industri jasa maritim lainnya.

Gambar 05



Pada iklan gambar yang diletakkan pada bus yang mana terdapat kalimat selamat datang, calon taruna-taruni Akademi maritim nusantara banjarmasin tahun akademi 2018/2019. Bus tersebut merupakan salah satu alat transportasi taruna-taruni baru Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin yang mengikuti ospek di akademi maritim nusantara Banjarmasin.

Gambar 06



Pada iklan gambar 06 tersebut merupakan salah satu yang berisikan pada kalimat pendidikan ahli madya kemaritiman di kalimantan selatan, terdapat pula contact us untuk mendaftar serta bertanya langsung mengenai kampus akademi maritim nusantara Banjarmasin. Dengan demikian iklan pada gambar 06 lebih simpel karena latar tersebut terdapat Gubernur Sabirin Noor yang ikut serta mendukung kampus Akademi Maritim Nusantara Banjarmasin.

Gambar 07

**MENERIMA CALON TARUNA / TARUNI  
TAHUN AKADEMIK 2019-2020**

**AKADEMI MARITIM NUSANTARA BANJARMASIN**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III (D3)  
KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA DAN KEPELABUHANAN**

*Kami satu-satunya institusi pendidikan ahli madya kemaritiman di Kalimantan Selatan, bahkan di Kalimantan. Ayoo... bergabung bersama kami untuk dididik dan disiapkan menjadi tenaga kerja pelayaran yang handal dibidangnya*

**PENDAFTARAN :**  
Gelombang I : 11 Februari - 31 Mei 2019  
Gelombang II : 1 Juli - 31 Agustus 2019

**SYARAT PENDAFTARAN :**

- Fotocopy Ijazah/STTB dan Transkrip Nilai SLTA/ sederajat dilegalisir 3 lembar
- Pas Foto 3 x 4 berwarna 5 lembar
- Fotocopy SKCK
- Fotocopy Akte Kelahiran 1 lembar
- Fotocopy KTP 1 lembar
- Surat Keterangan Sehat dari dokter 1 lembar

**TEMPAT PENDAFTARAN :**  
Kampus AMNUS Banjarmasin  
Jalan Brigjen H. Hasan Basri (Kayu Tangi)  
No. 9 Telp/Fax. 0511-3304752 Banjarmasin

*98% lulusan langsung Bekerja*

Tenaga Pengajar :

Pada iklan gambar 07 merupakan iklan penerimaan tentang kependidikan seperti halnya pada gambar tersebut yang menampilkan foto taruna-taruni menggunakan pakaian putih, serta disamping kiri terdapat bukti kegiatan yang terdapat di akademi maritim nusnatara banjarmasin, kalimat berupa satunya-satunya kampus yang ada di kalimantan selatan, serta pendaftaran baik gelombang 1 dan 2, syarat pendaftaran, serta tempat pendaftaran.

Gambar 08



Pada iklan gambar 08 di atas sebuah isi iklan pendidikan yang merupakan teks persuasif atau ajakan untuk masuk atau bergabung untuk kuliah di akademi maritim nusantara banjarmasin, ada dua orang di foto tersebut salah satunya dosen tetap baik dosen ekonomi dan capten yang menjadi iklan sekaligus memperlihatkan spanduk akademi maritim nusantara Banjarmasin, yang mana spanduk tersebut akan dipajang di daerah Kapuas.

Gambar 09



Pada iklan gambar 09 di atas merupakan iklan yang sangat simpel atau praktis bahwa dari latar hanya membuat dokumentasi pedangpora pada kegiatan wisuda akademi maritim nusantara banjarmasin, serta persembahan kepada tamu undangan yang sangat dihormati, pada wacana persuasif di atas hanya menegaskan bahwa akademi maritim nusantara banjarmasin menerima pada gelombang II : pada tanggal 1 mei-30 juni 2020.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Iklan perguruan tinggi bukan iklan yang hanya bersifat informatif melainkan lebih berbentuk iklan persuasif yang ditujukan untuk menarik minat masyarakat untuk membaca dan “membeli”. Cara yang digunakan kreator iklan dalam menghasilkan iklan yang enak dipandang dilakukan dengan mengambil tanda-tanda yang telah ada di masyarakat, dipilih tanda-tanda yang dianggap menarik dan sesuai untuk merepresentasikan perguruan tinggi yang beriklan. Penggunaan tanda-tanda dalam iklan tersebut menimbulkan makna dan nilai tertentu serta turut menanamkan nilai yang secara terpendam terdapat di dalamnya.

Analisis Hasil Studi Setelah diselesaikannya penelitian ini, implikasi hasil studi yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Teoritis

a) Secara teoritis penelitian ini memperkaya bidang kajian penelitian komunikasi karena penelitian ini mendobrak pada pesan yang dihasilkan perguruan tinggi (melalui iklan). Sepengetahuan peneliti belum banyak mahasiswa komunikasi yang melirik komunikasi dalam pendidikan untuk dijadikan bahan penelitian. Semoga penelitian ini dapat menjadi awal masuknya penelitian komunikasi di dunia pendidikan yang dapat berimplikasi menjadikan pengiriman pesan pendidikan semakin efektif dan bermakna.

b) Menggunakan metode analisis kebahasaan iklan untuk menganalisis bahasa kependidikan yang di gunakan. Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pengkajian iklan persuasif sebagai produksi makna dalam komunikasi.

#### 2. Praktis

a) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca atau khalayak untuk memahami bahwa suatu iklan sebagai produk budaya jangan hanya dipahami semata-mata sebagai hasil kreativitas perancang iklan. Di perlukan pemahaman secara kritis untuk menemukan makna-makna di balik iklan.

b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang makna-makna dibalik iklan dan advertorial perguruan tinggi kepada pembaca sehingga mereka dapat menjadi konsumen yang cerdas dalam “mengonsumsi”.

c) Bagi praktisi iklan dan praktisi media, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penyadar mengenai produk kreatif mereka. Dengan harapan akan terjadi pembuatan iklan yang lebih kreatif dengan tanda dan simbol baru yang bernilai positif bagi masyarakat. Sehingga, mereka diharapkan dapat merancang iklan yang mencerdaskan khalayak bukan sebaliknya.

### 3. Sosial

a) Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada pembaca terkait keadaan perguruan tingginya. Hal ini karena iklan dapat dianggap sebagai cermin dari realitas.

b) Kajian kritis terhadap advertorial dan iklan perguruan tinggi diharapkan dapat menjadikan perguruan tinggi melirik alternatif lain yang lebih baik dibandingkan iklan yang notabene merupakan media kapitalis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharmi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Bogdan dan Taylor, 1989. dalam J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Rani, A., Arifin, B., dan Martutik. 2006. *Analisis Wacana Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Depdiknas.
- Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan: Agar Tepat Kena Sasaran*. Yogyakarta: Cakrawala.