

ANALISIS TEKS IKLAN SUSU FORMULA ANAK

Lina Rusli
Tanti Kurnia Sari
Politeknik Negeri Medan
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Kebutuhan manusia yang semakin hari semakin bertambah dan beragam memicu produsen untuk menciptakan produk yang bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Iklan sebagai media yang digunakan produsen untuk memasarkan produknya memiliki fungsi sosial, karena iklan selalu dikemas dengan memberi informasi menarik baik melalui teks visual maupun teks verbalnya karena dengan iklan inilah kesempatan produsen untuk menjaring konsumennya. Salah satu produk yang dewasa ini sangat dibutuhkan dan bervariasi adalah susu formula anak. Iklan susu formula mempunyai *genre* yang bermacam-macam, misalnya eksposisi, eksplanasi, dan lain sebagainya.

Data penelitian ini adalah data primer berupa teks iklan susu formula yaitu susu Pediasure dan susu Dancow 1+ yang diperoleh melalui media cetak, yakni Tabloid, Koran dan Majalah.

Dari analisa kedua iklan produk susu formula anak tersebut diketahui bahwa Fungsi sosial dari iklan produk susu formula anak adalah untuk memperkenalkan, memberi informasi dan memasarkan produk dengan tujuan menarik konsumen. Selain itu kedua iklan produk susu formula anak termasuk jenis *genre* deskripsi dan *genre* eksposisi dan dalam menjelaskan fungsi produk menggunakan proses material dan lebih banyak menggunakan kalimat pasif.

Kata kunci : *Iklan susu formula, genre, fungsi sosial, fitur bahasa*

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia semakin hari semakin bertambah, diimbangi dengan produk yang diproduksi perusahaan semakin banyak dan bervariasi. Konsumen selalu disuguhkan alternatif-alternatif produk yang sama dari produsen-produsen yang berbeda sehingga mereka harus bijak dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan, demikian pula produsen harus memahami benar kebutuhan konsumennya supaya dapat membujuk konsumen untuk membeli produknya. Konsumen biasanya mengetahui produk melalui iklan-iklan sebagai salah satu sarana bagi produsen untuk memperkenalkan dan sekaligus memasarkan produknya. Iklan-iklan itu disampaikan melalui berbagai media misalnya: televisi, internet (audio- visual); radio (audio); surat kabar, majalah, brochure, papan reklame (cetak). Iklan selalu dikemas dengan memberi informasi menarik baik melalui teks visual maupun teks verbalnya karena dengan iklan inilah kesempatan produsen untuk menjaring konsumennya. Dengan demikian iklan itu memiliki fungsi sosialnya.

Hidup sehat merupakan impian dari semua orang. Untuk hidup sehat, asupan makanan yang dikonsumsi memegang peranan yang sangat penting. Ingat pola empat sehat lima sempurna yang memiliki arti bahwa dengan empat macam nutrisi makanan yaitu: karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral membuat badan sehat, jika ditambah dengan susu menjadi sempurna. Susu selain penting untuk menyempurnakan kesehatan bagi semua golongan usia, merupakan makanan yang utama bagi bayi dan anak-anak agar dapat tumbuh dan berkembang dengan sempurna. Orang tua yang bijaksana selalu berusaha semaksimal mungkin untuk memberi susu yang terbaik bagi anaknya. Walaupun asi lah terbaik, tidak semua ibu dapat menyusui dikarenakan banyak faktor. Susu formula

menjadi penggantinya. Susu formula apa saja yang ada? Iklan-iklan merupakan sumber informasi yang sangat berperan dalam hal ini. Apa sebenarnya isi dari iklan produk-produk susu formula? Apakah ada genre tertentu untuk iklan produk-produk susu formula? Pertanyaan ini hanya dapat terjawab melalui analisa teks dari iklan-iklan tersebut.

Iklan susu formula mempunyai *genre* yang bermacam-macam, misalnya eksposisi, eksplanasi, dan lain sebagainya. Setiap *genre* tersebut mempunyai register yaitu bahasa yang sedang digunakan, mulai dari pilihan kata, tatabahasa, kohesi, dan struktur teks, yang berbeda-beda. Pendekatan yang dipergunakan di dalam analisis adalah *systemic functional grammar* dengan memfokuskan pada kajian *genre*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut (1) Apakah fungsi sosial dari iklan produk susu formula anak? (2) Bagaimana struktur skematika/struktur generik dari iklan produk susu formula anak? Dan (3) Bagaimana fitur bahasa dari iklan produk susu formula anak?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui fungsi sosial dari iklan produk susu formula anak (2) Mengetahui bagaimana struktur skematika/struktur generik dari iklan produk susu formula anak dan (3) Mengetahui bagaimana fitur bahasa dari iklan produk susu formula anak.

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat dapat memperkaya khasanah penelitian tentang kajian *genre*, khususnya iklan produk susu. Sedangkan secara praktis manfaat penelitian ini bagi produsen dapat dijadikan referensi, masukan serta ide dalam penyusunan iklan promosinya, bagi konsumen dapat lebih kritis dalam memahami pesan-pesan yang disampaikan iklan. Tulisan ini khusus membahas iklan promosi produk susu formula untuk anak-anak yang terdapat pada iklan cetak (Majalah, Koran dan Tabloid) terbitan tahun 2010. Pembahasan difokuskan pada teks verbal.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Genre

Sebuah konteks budaya melahirkan berbagai *genre*, yakni jenis-jenis teks yang masing-masingnya biasanya memiliki tujuan komunikatif, struktur teks dan ciri-ciri linguistik tertentu. Dalam masyarakat maju yang mengenal budaya tulis, lahir teks yang disebut resep masakan, naratif, deskriptif, dan sebagainya.

Berkaitan dengan *genre*, Hasan dalam Santosa (2010) mendefinisikannya sebagai suatu makna yang diperoleh dari bahasa yang sedang mengerjakan pekerjaan di dalam suatu konfigurasi kontekstual tertentu. Istilah ini sebetulnya lebih merupakan *genre-specific semantic potential* karena ia mempunyai potensi struktur generik yang melekat pada teks tersebut, sekaligus menjadi ciri tertentu teks itu yang membedakan antara teks yang satu dengan jenis teks lainnya. Potensi Struktur Generik atau PSG merupakan struktur wajib yang dimiliki oleh sebuah teks yang dapat digunakan untuk menentukan *genrenya*. Karena sifatnya yang wajib ini, setiap *genre* mempunyai PSG yang berbeda-beda. Sementara itu, teks-teks yang mempunyai *genre* yang sama bisa bervariasi pada struktur teksnya karena struktur teks bervariasi menurut konteks situasinya sehingga memungkinkan mempunyai elemen struktur opsional/pilihan yang berbeda-beda (dalam Halliday dan Hasan, yang dikutip oleh Santosa, 2010). Dari pembahasan di atas akhirnya dapat diringkas bahwa *genre*:

1. Adalah suatu prototipe proses sosial verbal (pandangan statis) dan berada pada sistem tatanilai suatu masyarakat, bukan pada tingkat teks (lisan maupun tulis), yaitu simbol yang dapat dilihat (jika tulis) atau yang dapat kita dengar (jika lisan)
2. Mempunyai fungsi atau makna atau tujuan sosial tertentu (*goal-oriented*)
3. Untuk mencapai tujuan sosial tersebut *genre* bertahap-tahap atau *staged* (Martin, 1992)

4. Tahapan tersebut bersifat generik oleh karena itu Hasan dan Halliday mengatakan bahwa *genre* mempunyai struktur generik atau struktur skematik yang bersifat wajib, yang secara umum tahapan tersebut adalah *opening*, *body*, dan *closing*.
5. Karena setiap *genre* mempunyai fungsi sosial yang berbeda maka setiap *genre* mempunyai tahapan atau struktur skematik (struktur awal - struktur inti – dan struktur akhir) yang berbeda-beda.
6. *Genre* seperti proses sosial non-verbal juga akan berubah seiring dengan perubahan imanen sistem tata nilai pada masyarakatnya (pandangan dinamis). Perubahan tersebut dapat terdapat pada fungsi atau tujuan sosialnya maupun pada sistem pentahapannya atau struktur generiknya.
7. Pada tingkat teks dengan berbagai konteks situasinya, suatu *genre* akan secara variatif mempunyai struktur teks yang berbeda-beda. Artinya ia tetap akan mempunyai struktur generik atau skematik wajib yang sama, walaupun terdapat struktur-struktur lain yang bersifat opsional/pilihan yang tidak wajib.

Jenis-jenis Genre

Ada berbagai varian genre yang umum diaplikasikan dalam berbagai teks. Jika diidentifikasi, berbagai genre teks mencakup genre narasi, laporan, deskripsi, eksplanasi, eksposisi, kisah, prosedur, instruksi, argumentasi, diskusi, dan temu layan. (Sinar. 2008: 69). Terkait dengan pembatasan permasalahan, dalam makalah ini tim penulis menganalisis 2 (dua) teks iklan susu anak sebagai data, yakni teks iklan susu PediaSure, dan teks iklan susu Dancow 1+ . Iklan susu PediaSure menggunakan genre deskripsi, sedangkan Iklan susu Dancow 1+ menggunakan genre eksposisi. Dari data yang dianalisis tersebut hanya dua jenis genre yang muncul, dengan demikian definisi dari kedua jenis genre tersebut yang dipaparkan di bawah ini.

Genre Deskripsi

Genre deskripsi (*description genre*) adalah suatu penjelasan tentang individu atau sesuatu benda yang mempunyai karakteristik tertentu atau tentang bagaimana ciri sesuatu benda atau individu. Genre deskripsi memusatkan perhatian pada penelitian kelas benda menjadi bagian dari genre laporan yaitu merupakan tulisan faktual. Tulisan faktual tidak bersifat kreatif maupun imajinatif seperti mitos, legenda, dan lain-lain. Sebaliknya tulisan faktual bersifat statis dan mendeskripsikan dunia di sekitar manusia dengan memusatkan perhatian kepada bagaimana sesuatu terjadi dan seperti apa bentuk atau ciri sesuatu benda atau makhluk (Sinar, 2008:74-75). Struktur generik genre deskripsi adalah:

- a. Klasifikasi umum berupa pengenalan subjek yang mengidentifikasikan fenomena yang akan dideskripsikan
- b. Deskripsi berupa ciri-ciri subjek, misalnya tampilan fisik, kualitas atau karakteristik umum benda atau individu serta sifat-sifat

Genre Eksposisi

Genre eksposisi (*expository genre*) adalah tulisan yang dikembangkan secara lengkap dengan adanya unsur evaluasi, argumentasi, interpretasi, atau diskusi dan diakhiri dengan simpulan atau saran (Sinar, 2008:78). Selanjutnya beliau mengatakan bahwa genre ini merupakan suatu penjelasan yang dikembangkan berdasarkan analisis penulis dengan mengembangkan argumentasi, pandangan dan penilaian atau gabungan unsur-unsur tersebut. Genre eksposisi dipresentasikan dengan cara berbeda dan kontras dengan genre-genre sebelumnya. Pandangan, pengalaman dan informasi dikonstruksikan dan diorganisasikan berdasarkan pengetahuan penulis tentang topik yang dibahas. Genre eksposisi juga dapat bersifat membujuk atau mempengaruhi pembaca dan dapat juga bersifat analitis. Berikut ini adalah unsur-unsur genre eksposisi:

- a. Posisi adalah unsur yang memperkenalkan topik dan menyatakan posisi penulis dalam memberikan alasan terhadap opini yang dikemukakan penulis genre eksposisi.
- b. Tesis adalah unsur berupa pernyataan yang faktual terhadap observasi
- c. Argumentasi adalah unsur yang mengevaluasi opini penulis
- d. Simpulan/saran adalah unsur penutup pada teks eksposisi dimana penulis menyatakan pendapat, penilaian dan saran

Fungsi Sosial

Setiap teks yang disampaikan pasti memiliki fungsi sosial atau tujuan teks tersebut. dalam tulisan ini teks yang diambil adalah teks iklan produk yang tentu saja memiliki fungsi sosial yang harus disampaikan pembuat iklan dalam hal ini perusahaan produk susu kepada masyarakat yang membacanya. Secara umum iklan memberi informasi prosuk sekaligus mencapai tujuan utamanya yaitu memasarkan produk kepada masyarakat. Masyarakat selalu memanfaatkan iklan untuk mendapatkan informasi mengenai suatu produk. Iklan biasanya dibuat untuk memperkenalkan produk baru atau menyampaikan keunggulan suatu produk.

Struktur Generik

Struktur adalah susunan, urutan dari suatu teks. Dimulai dari awal, isi dan akhir. Dalam teks genre tertentu memiliki struktur generik yang tertentu yang membedakannya dengan teks genre yang berbeda. Struktur generik merujuk kepada potensi struktur pada setiap genre yang konfigurasi terdapat di dalam konteks situasi dimana unsur-unsur karakter yang ditemukan di dalamnya bersifat opsional atau obligatori.

Fitur-fitur linguistik

Fitur berasal dari kata "*feature*". Pada umumnya teks memiliki fitur-fitur linguistik yang khusus. Fitur-fitur bahasa lisan berbeda dengan fitur-fitur bahasa tulisan misalnya, bahasa lisan cenderung menggunakan kalimat-kalimat yang cenderung pendek dan partisipannya biasanya orang pertama dan kedua. Sedangkan bahasa tulis penggunaan kalimat harus dikemas sedemikian rupa sehingga sesuatu yang akan disampaikan dapat diterima oleh pembaca dan menunjukkan koherensi antara satu dengan lainnya.

Iklan

Periklanan merupakan kegiatan yang terkait pada bidang kehidupan manusia sehari-hari, yakni ekonomi dan bidang kehidupan manusia, dalam bidang Ekonomi periklanan bertindak sebagai salah satu upaya marketing yang strategis, upaya memperkenalkan produk atau jasa untuk dapat meraih keuntungan, Menurut Baarle (1996), periklanan merupakan suatu kegiatan menarik yang ditujukan kepada konsumen/ pembeli tertentu, hal yang mana dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar dapat mempengaruhi penjualan barang dengan cara menguntungkan.

Namun Iklan memerlukan *bahasa* untuk menghantarkan konsumen ke arah pengertian dari produk. Oleh karena itu untuk memahami teks dapat dikaji dari fitur-fitur linguistiknya.

METODE PENELITIAN

Data penelitian ini adalah data primer berupa teks iklan susu formula yang diperoleh melalui media cetak, yakni Tabloid, Koran dan Majalah. Data tersebut terdiri dari :

1. Data 1 adalah iklan susu Pediasure yang terdapat dalam Majalah Ayah Bunda edisi Januari 2010.
2. Data 2 adalah iklan susu Dancow 1+ yang terdapat dalam Tabloid Nakita edisi 14 Nopember 2010

Setelah perolehan data maka langkah berikutnya adalah pengidentifikasian teks melalui kegiatan membaca dan pemahaman teks verbalnya, menentukan fungsi sosialnya dan kemudian menentukan jenis genrenya. Data dipilah-pilah menurut klausanya dan diberi nomor berurut 1, 2, 3, dan seterusnya. Data diperincikan struktur generiknya, dianalisis fitur bahasanya menurut proses ideasionalnya, partisipannya, target konsumennya, sirkumtannya, lalu dikelompokkan dalam tabel dan dihitung jumlahnya.

Langkah berikutnya adalah mencari hubungan antara struktur generik dengan fitur bahasanya. Langkah selanjutnya sebagai bahagian akhir penulisan makalah ini adalah penarikan kesimpulan keempat produk iklan yang telah diuraikan sebelumnya.

PEMBAHASAN

Data 1: Teks Iklan 'PediaSure Complete'

Tahukah Ibu bahwa PediaSure Complete sudah mengandung susu?

PediaSure Complete makanan cair khusus bergizi lengkap dengan kandungan karbohidrat, protein SUSU SAPI, prekursor AA dan DHA juga vitamin dan mineral seimbang. Formulanya diperkaya Sinbiotik untuk fungsi pencernaan yang diperlukan untuk membantu mengoptimalkan penyerapan nutrisi penting Si Kecil yang suka makanan tertentu saja, rewel, maknnya sedikit dan juga Si Kecil yang aktif. Telah terbukti secara klinis mampu mendukung pertumbuhan anak usia 1-10 tahun.

PediaSure Complete juga sudah mengandung manfaat dan kebaikan SUSU, sehingga lebih praktis karena dapat memenuhi kecukupan gizi anak termasuk SUSU. Jadi cukup **PediaSure Complete** tak perlu tambahan susu lain.

Makin Komplit, Makin Nyata Manfaatnya

Abbott Nutrition

Abbott Customer Care

Hotline : 08001-222688 (08001-ABBOTT)

E-line : custservice.id@abbott.com

Analisis

Teks genre deskripsi dari iklan produk PediaSure memiliki beberapa fitur:

- A. Fungsi sosial yaitu memperkenalkan/memasarkan produk; target konsumennya adalah anak usia 1-10 tahun melalui orang tuanya (ibu) si anak.
- B. Struktur generiknya adalah: Klasifikasi umum ^ Deskripsi.

Deskripsi terdiri dari:

- deskripsi keistimewaan produk
- deskripsi fungsi produk
- pernyataan meyakinkan
- deskripsi lanjutan
- pernyataan daya tarik
- informasi perusahaan
- informasi pelayanan

C. Bahasa

Klausa	Jenis Proses	Struktur generik	Partisipan I	Partisipan II
1- Tahukah Ibu bahwa...	(p. mental)	Klasifikasi umum	Ibu PediaSure	
2- PediaSure Complete sudah mengandung susu ?	(p. relasional)			
3- PediaSure Complete makanan cair khusus bergizi lengkap dengan kandungan karbohidrat,	(p. relasional)	deskripsi keistimewaan	PediaSure	Makanan cair khusus bergizi

<p>protein SUSU SAPI, prekursor AA dan DHA juga vitamin dan mineral seimbang.</p> <p>4- Formulanya diperkaya Sinbiotik untuk fungsi pencernaan yang diperlukan untuk membantu mengoptimalkan penyerapan nutrisi penting Si Kecil yang suka makanan tertentu saja, rewel, makannya sedikit dan juga Si Kecil yang aktif.</p> <p>5- Telah terbukti secara klinis</p> <p>6- mampu mendukung pertumbuhan anak usia 1-10 tahun.</p> <p>7- PediaSure Complete juga sudah mengandung manfaat dan kebaikan susu, sehingga lebih praktis karena dapat memenuhi kecukupan gizi anak termasuk susu.</p> <p>8- Jadi cukup PediaSure Complete</p> <p>9- tak perlu tambahan susu lain.</p> <p>10- <i>PediaSure</i> Makin komplit</p> <p>11- <i>PediaSure</i> Makin nyata manfaatnya</p> <p>12- Abbott Nutrition</p> <p>13- Abbott Customer Care Hotline : 08001-222688 (08001-ABBOTT) E-line : custservice.id@abbott.com</p>	<p>(p. material)</p> <p>(p. material)</p> <p>(p. relasional)</p> <p>(p. relasional)</p> <p>(p. wujud)</p> <p>(p. mental)</p> <p>(p. relasional)</p> <p>(p. relasional)</p>	<p>produk</p> <p>deskripsi fungsi produk</p> <p>pernyataan meyakinkan</p> <p>deskripsi lanjutan</p> <p>pernyataan daya tarik</p> <p>informasi perusahaan informasi pelayanan pelanggan</p>	<p>PediaSure</p> <p>PediaSure</p> <p>PediaSure</p> <p>Si Kecil Si Kecil PediaSure PediaSure</p>	<p>lengkap</p> <p>Pertumbuhan anak Manfaat dan kebaikan susu</p>
---	--	--	---	--

Jenis proses	jumlah	Partisipan	jumlah	Sirkumtan	jumlah
Mental	2	PediaSure	8	Tujuan	1
Relasional	8	Ibu si kecil	1		
Material	2	Si kecil	2		
Wujud	1				

Keterangan

Dalam mendeskripsikan keistimewaan produk, klausa yang digunakan disampaikan dengan proses mental (klausa 1) diikuti proses Relasional (klausa 2,3)

Dalam mendeskripsikan fungsi produk, klausa yang digunakan disampaikan dengan proses material dalam bentuk kalimat pasif diikuti dengan sirkum tujuan (klausa 4)

Dalam membuat pernyataan untuk meyakinkan konsumen, klausa yang digunakan disampaikan dengan proses material (klausa 5) diikuti proses relasional (klausa 6,7)

Dalam mendeskripsikan daya tarik, klausa yang digunakan disampaikan dengan proses wujud (klausa 8) diikuti proses mental (klausa 9) dan proses relasional (klausa 10, 11)

Dalam menyampaikan informasi tentang perusahaan yang memproduksi produk yang diiklankan, nama perusahaan dicantumkan (klausa 12)

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, nomor telepon dan alamat email dicantumkan (klausu 13)

Kesimpulan

Iklan produk susu ini memperkenalkan produk susu PediaSure complete, menyampaikan fungsi produk susu PediaSure complete, meyakinkan konsumennya da membuat daya tarik produknya serta menawarkan pelayanannya.

Target konsumennya adalah anak-anak usia 1-10 tahun, tetapi iklan ini cenderung menunjukkan informasi kepada ibu si kecil.

Data 2: Teks Iklan Susu Dancow

Karena si kecil terlindungi, dia dan sahabat baiknya bebas bereksplorasi Saat si kecil aktif berpetualang dengan ‘sahabatnya’ kuman dan Bakteri jahat bisa menjadi musuh mereka. Pastikan si kecil terlindungi Nestle DANCOW 1+ dengan DOUBLE ACTION Kombinasi eksklusif Probiotik LACTOBACILLUS PROTECTUS dan Prebiotik PREBIO 1 untuk bantu lindungi saluran cerna si kecil. Dilengkapi LA, ALA, Vitamin, mineral dan protein yang mendukung masa pertumbuhannya. Bagai naluri ibu, DANCOW 1+ juga lindungi si kecil.

Analisis

Teks genre eksposisi dari iklan produk Dancow 1+ memiliki beberapa fitur:

- A. Fungsi sosial yaitu menjelaskan keunggulan suatu produk untuk membujuk atau mempengaruhi pembaca khususnya para ibu agar tertarik membeli atau menggunakan produk tersebut.
- B. Struktur generiknya adalah: Posisi ^ Tesis ^ Argumentasi 1 ^ Argumentasi 2 ^ Simpulan.
- C. Bahasa

No	Klausu	Jenis Proses	Struktur Generik	Partisipan
1	Karena si kecil terlindungi	Proses Material	Posisi	Si kecil
2	dia dan sahabat baiknya bebas bereksplorasi	Proses Material		Si kecil dan sahabat
3	Saat si kecil aktif berpetualang dengan ‘sahabatnya’	Proses Material	Tesis	Si kecil
4	kuman dan Bakteri jahat bisa menjadi musuh mereka.	Proses Relasional		Kuman dan bakteri jahat
5	Pastikan	Proses Mental	Argumentasi 1	Ibu
6	si kecil terlindungi Nestle DANCOW 1+ dengan DOUBLE ACTION Kombinasi eksklusif Probiotik LACTOBACILLUS PROTECTUS dan Prebiotik PREBIO 1 untuk bantu lindungi saluran cerna si kecil.	Proses Material		Dancow
7	Dilengkapi LA, ALA, Vitamin, mineral dan protein	Proses Material	Argumentasi 2	Dancow
8	yang mendukung masa pertumbuhannya (si kecil)	Proses Material		LA, ALA, Vitamin, mineral dan

				protein
9	Bagai naluri ibu, DANCOW 1+ juga lindungi si kecil	Proses Material	Simpulan	Dancow

Jenis Proses	Jumlah	Partisipan	Jumlah	Sirkumtan	Jumlah
Material	7	Si kecil	2	Si Kecil	3
Mental	1	Si kecil dan sahabat	1	Bagai	1
Relasional	1	Kuman dan bakteri jahat	1		
		Ibu	1		
		Dancow	3		

Keterangan

Pada iklan tersebut lebih banyak menggunakan kata kerja intransitif berawalan –ter dan –ber. Juga terdapat penghilangan awalan –me pada beberapa kata kerja seperti bantu (membantu), lindungi (melindungi).

Posisi berupa informasi umum tentang pentingnya melindungi balita dari kuman dan bakteri jahat disampaikan dengan proses material (klausa 1 dan klausa 2) Tesis berupa pernyataan faktual bahwa kuman dan bakteri jahat dapat dengan mudah menyerang balita disampaikan dengan proses material (klausa 3) diikuti proses relasional (klausa 4)

Argumentasi 1 yang menjelaskan keunggulan yang tidak dimiliki produk lain disampaikan dengan proses mental (klausa 5) diikuti dengan proses material (klausa 6)

Argumentasi 2 yang menjelaskan kandungan yang dimiliki produk yang menjadi alasan mengapa produk tersebut penting dikonsumsi disampaikan dengan proses material (klausa 7 dan klausa 8). Simpulan disampaikan dengan proses material (klausa 9)

Kesimpulan

Iklan produk susu ini memperkenalkan produk susu Dancow 1+, menyampaikan keunggulan produk tersebut yang tidak dimiliki produk lain dan meyakinkan konsumennya bahwa produk ini sangat penting dikonsumsi. Target konsumennya adalah anak-anak usia 1- 3 tahun, tetapi iklan ini cenderung memberikan informasi kepada ibu si kecil tentang pentingnya perlindungan bagi balitanya. Karena apabila si kecil terlindungi ia dapat tumbuh dengan aktif dan cerdas.

SIMPULAN

Dari analisa kedua iklan produk susu formula anak yakni PediaSure. dan Dancow 1+, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fungsi sosial dari iklan produk susu formula anak adalah untuk memperkenalkan, memberi informasi dan memasarkan produk dengan tujuan menarik konsumen. Partisipan yang dituju oleh iklan tersebut adalah anak-anak tetapi melalui ibu, karena dalam budaya Indonesia ibu berperan lebih dominan dalam mengasuh anak.
2. Skematika/struktur generik dari iklan produk susu formula anak berbeda menurut jenis genrenya. Dari analisa di atas, kedua iklan produk susu formula anak termasuk jenis genre deskripsi dan genre eksposisi. Struktur generik untuk genre deskripsi adalah Klasifikasi umum ^ deskripsi. Deskripsi dirinci lagi menjadi deskripsi keistimewaan produk, deskripsi fungsi produk, pernyataan meyakinkan, deskripsi lanjutan dan pernyataan daya tarik. Sedangkan struktur generik untuk genre eksposisi adalah Posisi ^ Tesis ^ Argumentasi 1 ^ Argumentasi 2 ^ Simpulan. Walaupun jenis genre iklan-iklan tersebut berbeda tetapi mereka memiliki persamaan yakni memiliki tahapan dalam meyakinkan konsumen. Dalam deskripsi untuk meyakinkan konsumen terdapat dalam ‘pernyataan meyakinkan’, sedangkan dalam eksposisi terdapat dalam ‘argumentasi’.

Perbedaannya yaitu pada iklan PediaSure informasi perusahaan dan layanan konsumen muncul dalam struktur generik, sedangkan pada ketiga iklan lainnya informasi itu tidak muncul.

3. Dari analisis fitur bahasa Iklan produk susu formula anak di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjelaskan fungsi produk, menggunakan proses material dan lebih banyak menggunakan kalimat pasif. Dalam meyakinkan konsumen menggunakan proses material dan disampaikan dalam kalimat pasif. Partisipan dalam kedua iklan tersebut adalah 'si kecil', namun partisipan tersebut jarang muncul secara eksplisit tetapi implisit.



THE
Character Building
UNIVERSITY

T. Silvana, 2003, *Analisis Wacana; Pendekatan Sistemik Fungsional*. Medan: Pustaka Bangsa Pers.

Bathia, V. K. 1993. *Analysing Genre; Language use in Professional Settings*. London: Longman.

Baarle, W.H Van en F Hollander. 1946. *Reklamkunde*. Leiden: A.W.Sijthoff

Martin, J. R. 1984, *Language, Register, and Genre* dalam Christie, F. (ed), *Children Writing: reader*, Victoria: Deakin University Press.

Teks Iklan Pediasure; "Tahukah Ibu". Majalah Ayah Bunda Edisi Januari 2010

Teks Iklan Dancow 1+ : "Bagai Naluri Ibu, Dancow 1+ Juga Lindungi Si Kecil". Tabloib Nakita edisi 14 Nopember 2010

Teks Iklan Frisian Flag: "Meraih Kebaikan Susu". Harian Kompas, Desember 30, 2010.

Teks Iklan SGM Eksplor 3: "Anak Ceria Anak Sehat". Majalah Ayahanda, Juni 2009.

Ssekilas tentang penulis : Lina Rusli, M.Hum. adalah dosen Politeknik Negeri Medan, Tanti Kurnia Sari, S.Pd., M.Hum. adalah dosen pada program studi bahasa Jerman Jurusan Bahasa Asing FBS Unimed.



THE
Character Building
UNIVERSITY