

ABSTRAK

Nala Inayah. (2024) *Struktur dan Ciri Kebahasaan Teks Iklan pada Postingan Akun Instagram Toko Online dan Relevansinya sebagai Materi Ajar Menulis Teks Iklan di SMP Kelas VIII*. Skripsi, Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Skripsi: Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Kata kunci: Analisis, Struktur, Ciri Kebahasaan, Iklan, Materi Ajar

Struktur dan ciri kebahasaan dalam teks iklan merupakan unsur yang fundamental dalam iklan, kedua unsur tersebut adalah unsur pembangun untuk menciptakan sebuah teks iklan yang baik dan benar. Dalam pembuatan teks iklan masih banyak peserta didik yang kurang menguasai dan kurang tertarik mengenai materi struktur dan ciri kebahasaan teks iklan. Minimnya materi ajar atau bahan pembelajaran merupakan salah satu faktor kuat kurangnya pemahaman dan ketertarikan perihal materi teks iklan di SMP kelas VIII. Berdasarkan permasalahan tersebut, materi ajar atau bahan ajar menjadi salah satu solusi bagi guru dan peserta didik untuk membantu proses pembelajaran.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis struktur dan ciri kebahasaan teks iklan pada postingan insatagram toko *online*, serta untuk mendeskripsikan penggunaan hasil analisis struktur dan ciri kebahasaan toko *online* sebagai materi ajar atau bahan pembelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII khususnya pada teks iklan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini adalah kalimat pada pada postingan instagram toko *online* yang mengandung struktur dan ciri kebahasaan teks iklan. Sumber data pada penelitian ini adalah teks iklan yang terdapat pada postingan instagram tiga toko *online* yakni @ shopee_id, @ tokopedia, dan @ lazada_id. Pengumpulan data dilakukan dengan analisis konten pada ketiga akun instagram, dokumentasi, dan wawancara kepada guru serta peserta didik di SMP Muallimin Wonodadi Blitar. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, data yang telah didapat selanjutnya diolah dan direlasikan dengan teori yang relevan lalu disimpulkan.

Hasil dari penelitian ini peneliti menemukan bahwa pada postingan akun instargam toko *online* mengandung struktur teks iklan yakni orientasi, tubuh iklan, dan justivikasi. terdapat 14 teks memiliki struktur yang utuh yaitu orientasi, tubuh iklan dan justivikasi, lalu ada 1 teks yang hanya memiliki 2 struktur yaitu tubuh iklan dan justivikasi. Kedua, Peneliti menemukan bahwa pada postingan akun instargam toko *online* mengandung ciri kebahasaan teks iklan yakni kalimat persuasif, imperatif, slogan, berirama, berkesan positif, pengganti subjek orang pertama, dan ringkas. Terdapat 13 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan kalimat persuasif, 4 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan slogan, 11 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan kalimat impertif, 2 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan subjek orang pertama, 1 teks memiliki ciri kebahasaan berirama, 13 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan kalimat bersifat positif, dan 8 teks memiliki ciri kebahasaan menggunakan kalimat yang ringkas. Teks iklan pada postingan instagram toko *online*, telah memenuhi kriteria untuk dijadikan materi ajar atau bahan pembelajaran yang dikhususkan pada elemen menulis dalam materi teks iklan di SMP kelas VIII kurikulum merdeka, baik dari segi struktur teks maupun ciri kebahasaan teks dengan menyesuaikan pada elemen berbahasa dan capaian pembelajaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapan menjadi materi ajar yang bermanfaat bagi pendidik maupun peserta didik dalam membantu proses belajar dan mengajar untuk mencapai capaian pembelajaran yang diharapkan.

ABSTRACT

Nala Inayah. (2024) The Structure and Linguistic Characteristics of Advertising Text in Online Store Instagram Account Posts and Its Relevance as Teaching Materials for Writing Advertising Text in Junior High School Grade VIII. Thesis, Indonesian Language Study Program, Department of Language Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University. Thesis Supervisor: Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Keywords: *Analysis, Structure, Linguistic Features, Advertising, Teaching Materials*

The structure and linguistic characteristics in advertising text are fundamental elements in advertising, both elements are building elements to create a good and correct advertising text. In the creation of advertising text, there are still many students who lack mastery and lack interest in the material, structure, and linguistic characteristics of advertising text. The lack of teaching materials or learning materials is one of the strong factors for the lack of understanding and interest in advertising text materials in junior high school grade VIII. Based on these problems, teaching materials or teaching materials are one of the solutions for teachers and students to help the learning process.

This study aims to analyze the structure and linguistic characteristics of advertising text in online store insatagram posts, as well as to describe the use of the results of the analysis of the structure and linguistic characteristics of online stores as teaching materials or Indonesian learning materials in junior high school grade VIII, especially in advertising texts. This research is a descriptive qualitative research. The data in this study are sentences on Instagram posts of online stores that contain the structure and linguistic characteristics of the ad text. The source of data in this study is the advertising text contained in the Instagram posts of three online stores, namely @ shopee_id, @ tokopedia, and @ lazada_id. Data collection was carried out by content analysis on the three Instagram accounts, documentation, and interviews with teachers and students at Muallimin Wonodadi Junior High School in Blitar. Data analysis is carried out through the data reduction stage, the data that has been obtained is then processed and correlated with relevant theories and then concluded.

The results of this study researchers found that online store Instagram account posts contain the structure of advertising text, namely orientation, ad body, and justification. There are 14 texts that have a complete structure, namely orientation, advertising body and justification, then there is 1 text that only has 2 structures, namely advertising body and justification. Second, the researcher found that the online store instargam account posts contain the linguistic characteristics of the advertising text, namely persuasive, imperative, slogan, rhythmic, positive, substitute for the first person subject, and concise. There are 13 texts with linguistic characteristics using persuasive sentences, 4 texts with linguistic characteristics using slogans, 11 texts with linguistic characteristics using imperative sentences, 2 texts with linguistic characteristics using first-person subjects, 1 text with rhythmic linguistic characteristics, 13 texts with linguistic characteristics using positive sentences, and 8 texts with linguistic characteristics using concise sentences. The advertising text on the online store Instagram post has met the criteria to be used as a teaching material or learning material that is specialized in writing elements in advertising text materials in junior high school grade VIII of the independent curriculum, both in terms of text structure and text linguistic characteristics by adjusting to language elements and learning outcomes. The results of this research are expected to become useful teaching materials for educators and students in helping the learning and teaching process to achieve the expected learning outcomes

ملخص

نالا عناية. (٢٠٢٤) تحليل البنية والخصائص اللغوية للنصوص الإعلانية في منشورات حساب انستغرام للتسويق عبر الإنترنت وصلتها كمواد تعليمية لكتابة النصوص الإعلانية في المدرسة المتوسطة الصف الثامن، أطروحة، برنامج دراسة تادريس الإندونيسي، قسم تعليم اللغة، كلية التربية وتدريب معلمي العلوم، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج. المشرف على الأطروحة: ليليس أنيفية زلفا، م.فد.

الكلمات المفتاحية: التحليل، البنية، الخصائص اللغوية، الإعلان، المواد التعليمية

تعتبر البنية والخصائص اللغوية للنص الإعلاني من العناصر الأساسية في الإعلان، وهذان العنصران هما اللبنة الأساسية لإنشاء نص إعلاني جيد وصحيح. في صناعة النصوص الإعلانية، لا يزال هناك العديد من الطلاب الذين يفتقرون إلى الإتقان ويكونون أقل اهتمامًا بالبنية المادية والخصائص اللغوية للنصوص الإعلانية. يعد نقص المواد التعليمية أو المواد التعليمية أحد العوامل القوية في عدم الفهم والاهتمام فيما يتعلق بالمواد النصية الإعلانية في المدرسة المتوسطة الصف الثامن. وبناء على هذه المشكلات تعتبر المواد التعليمية أو المواد التعليمية أحد الحلول للمعلمين والطلاب للمساعدة في عملية التعلم.

يهدف هذا البحث إلى تحليل البنية والخصائص اللغوية للنصوص الإعلانية في منشورات المتجر عبر الإنترنت على انستغرام، بالإضافة إلى وصف استخدام نتائج تحليل البنية والخصائص اللغوية للمحلات التجارية عبر الإنترنت كمواد تعليمية أو مواد تعلم اللغة الإندونيسية في المدرسة المتوسطة الصف الثامن، وخاصة في النصوص الإعلانية. هذا البحث هو بحث نوعي وصفي. البيانات الواردة في هذا البحث هي البنية والخصائص اللغوية للنصوص الإعلانية في منشورات المتجر عبر الإنترنت على انستغرام. مصدر البيانات في هذا البحث هو النص الإعلاني الموجود في منشورات انستغرام لثلاثة متاجر عبر الإنترنت، وهي @صافي_إد و @طوكوفدي و @لراد_إد. تم جمع البيانات من خلال تحليل المحتوى على ثلاثة حسابات على إنستغرام، والتوثيق، والمقابلات مع المعلمين والطلاب في المدرسة المتوسطة معلمين ونودادي بليتار. يتم تحليل البيانات من خلال مرحلة تقليل البيانات، ثم تتم معالجة البيانات التي تم الحصول عليها وربطها بالنظريات ذات الصلة ومن ثم استنتاجها.

على الإنترنت تحتوي على بنية نص الإعلان ، وهي الاتجاه والجسم الإعلاني والتبرير ١٤ نصاً لها بنية كاملة وهي التوجه والجسم الإعلاني والتبرير، ثم هناك نص واحد له بنية فقط وهما الجسم الإعلاني والتبرير. ثانياً، تم العثور على الخصائص اللغوية للإقناع، والأمر، والشعار، والإيقاع، والانطباع الإيجابي، وإحلال الفاعل، والجمل المختصرة، حيث بلغ عدد النصوص التي تمتلك الخصائص اللغوية لاستخدام الجمل المقنعة ١٣ نصاً، و ٤ نصوص تتمتع بالخصائص اللغوية لاستخدام الجمل المقنعة. الشعارات، ١١ نصاً يتمتع بالخاصية اللغوية لاستخدام الجمل الأمرية، ونصان يتمتعان بالصفة اللغوية لاستخدام ضمير المتكلم، ونص واحد يتمتع بالخاصية اللغوية المتمثلة في الإيقاع، و ١٣ نصاً يتمتع بالخاصية اللغوية لاستخدام الجمل الإيجابية، و ٨ نصوص لها صفة الإيقاع. الخاصية اللغوية لاستخدام الجمل المختصرة. استوفى النص الإعلاني في منشور انستغرام الخاص بالمتجر عبر الإنترنت المعايير التي سيتم استخدامها كمواد تعليمية أو مواد تعليمية خصيصاً لعناصر الكتابة في المواد النصية الإعلانية في المدرسة المتوسطة الصف الثامن الأول من المنهج المستقل، سواء من حيث بنية النص والخصائص اللغوية للنص مع التكيف مع عناصر اللغة ونواتج التعلم. ومن المؤمل أن تصبح نتائج هذا البحث مادة تعليمية مفيدة للمعلمين والطلاب في مساعدة عملية التعلم والتدريس لتحقيق نتائج التعلم المتوقعة.