

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Struktur dan Ciri Kebahasaan Teks Iklan pada *Live Streaming* TikTok Shop Peralatan Sekolah sebagai Bahan Ajar Menulis Teks Iklan di MTs Kelas VIII” ini ditulis oleh Lutfi Nurhanyfah, NIM. 1860210221033 dengan pembimbing Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Kata Kunci: Struktur Teks Iklan, Ciri Kebahasaan, *Live Streaming*, TikTok Shop, Bahan Ajar.

Struktur dan ciri kebahasaan teks iklan merupakan unsur penting dalam membangun teks iklan yang efektif karena berperan dalam menyampaikan pesan secara persuasif. Namun, dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP/MTs, peserta didik masih kurang memahami dan kurang tertarik pada materi tersebut. Hal ini disebabkan oleh bahan ajar yang masih bersifat konvensional dan kurang kontekstual sehingga belum mampu mengaitkan materi dengan kehidupan peserta didik. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial, seperti *live streaming* TikTok Shop peralatan sekolah, dapat dijadikan alternatif bahan ajar yang lebih relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur dan ciri kebahasaan teks iklan pada *live streaming* TikTok Shop peralatan sekolah serta mendeskripsikan pemanfaatannya sebagai bahan ajar menulis teks iklan di SMP/MTs. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten. Data penelitian berupa tuturan iklan dalam video *live streaming* TikTok Shop dari akun @amilo.id, @joyco_id, dan @deli.indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, transkrip hasil rekaman layar, dan wawancara. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat 39 data struktur teks iklan yang terdiri atas 10 data orientasi, 12 data tubuh iklan, dan 17 data justifikasi; (2) terdapat 40 data ciri kebahasaan yang meliputi 9 data kalimat persuasif, 13 data kalimat imperatif, 11 data kalimat singkat dan padat, serta 7 data penggunaan diksi menarik; dan (3) teks iklan pada *live streaming* TikTok Shop peralatan sekolah dapat dijadikan sebagai alternatif bahan ajar menulis teks iklan di SMP/MTs karena memuat struktur teks iklan secara lengkap, menggunakan ciri kebahasaan yang khas, serta selaras dengan capaian pembelajaran Bahasa Indonesia dan kontekstual dengan kehidupan peserta didik.

ABSTRACT

The thesis with the title " The structure and linguistic characteristics of advertising texts on live streaming TikTok school equipment shops as teaching materials for writing advertising texts in class VII MTs" was written by Lutfi Nurhanyfah, NIM. 1860210221033 with supervisor Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Keywords: *Ad Text Structure, Language Features, Live Streaming, TikTok Shop, Teaching Materials.*

The structure and linguistic characteristics of advertising text are important elements in building effective advertising text because they play a role in conveying messages persuasively. However, in learning Indonesian in junior high school (SMP/MTs), students still lack understanding and are not interested in the material. This is due to the fact that teaching materials are still conventional and less contextual so that they are not able to relate the material to the lives of students. Therefore, the use of social media, such as live streaming TikTok Shop school equipment, can be used as an alternative to more relevant teaching materials.

This study aims to analyze the structure and linguistic characteristics of advertising text on live streaming TikTok Shop school equipment and describe its use as a teaching material for writing advertising text in junior high school (SMP/MTs). This study uses a descriptive qualitative approach with a content analysis method. The research data is in the form of advertising speech in TikTok Shop live streaming videos from the @amilo.id, @joyco_id, and @deli.indonesia accounts. Data collection techniques are carried out through documentation, transcripts of screen recordings, and interviews. Data analysis is carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawn.

The results of this study show that (1) there are 39 ad text structure data consisting of 10 orientation data, 12 ad body data, and 17 justification data; (2) there are 40 linguistic characteristic data which includes 9 persuasive sentence data, 13 imperative sentence data, 11 short and solid sentence data, and 7 interesting diction usage data; and (3) the advertising text on the live streaming TikTok Shop of school equipment can be used as an alternative teaching material for writing advertising texts in junior high schools (SMP/MTs) because it contains a complete structure of the advertising text, uses distinctive linguistic characteristics, and is in harmony with the learning achievements of Indonesian and contextual with the lives of students.

الملخص

أعدت الأطروحة التي تحمل عنوان «بنية النصوص الإعلانية وخصائصها اللغوية في البث المباشر لمتجر TikTok Shop الخاص باللوازم المدرسية، باعتبارها مادة تعليمية لكتابة النصوص الإعلانية في المدارس الإعدادية الطالبة لطفي نورهانيفه، رقم الطالبة ١٨٦٠٢١٠٢٢١٠٣٣، تحت إشراف الأستاذة ليليس أنيفية زولفا، حاصلة على درجة الماجستير في التربية.

الكلمات المفتاحية: بنية النص الإعلاني، السمات اللغوية، البث المباشر، متجر TikTok، المواد التعليمية.

هيكل وخصائص نص الإعلان من العناصر المهمة في بناء نص إعلاني فعال لأنها تلعب دورا في نقل الرسائل بشكل مقنع. ومع ذلك، عند تعلم اللغة الإندونيسية في المرحلة الإعدادية/الماساتير المتوسطة، لا يزال الطلاب يفتقرون إلى الفهم ولا يهتمون بالمادة. ويرجع ذلك إلى أن المواد التعليمية لا تزال تقليدية وأقل سياقية، لذا فهي غير قادرة على ربط المادة بحياة الطلاب. لذلك، يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل البث المباشر لمعدات تيك توك شوب المدرسية، كبديل للمواد التعليمية الأكثر صلة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل بنية وخصائص اللغة لنص الإعلان على معدات المدارس المباشرة على تيك توك ووصف استخدامه كمادة تعليمية لكتابة نصوص الإعلانات في المدارس الإعدادية/المدرسين المتوسطين. تستخدم هذه الدراسة نهجا وصفيا نوعيا مع طريقة تحليل المحتوى. بيانات البحث تأتي على شكل إعلانات فيمقاطع فيديو مباشرة من حسابات @amilo.id و @joyco_id و @adeli.indonesi. تجرى تقنيات جمع البيانات من خلال التوثيق، ونصوص تسجيلات الشاشة، والمقابلات. يتم تحليل البيانات من خلال مراحل تقليل البيانات، وعرض من تسجيلات الشاشة، والمقابلات. تم إجراء تحليل البيانات من خلال مراحل تقليل البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

تشير نتائج الدراسة إلى أنه تم تحديد ٣٨ حالة لهيكل النص الإعلاني، تتألف من ٩ حالات للتوجيه، و ١٢ حالة لمحتوى الإعلان، و ١٧ حالة للتبرير. علاوة على ذلك، تم تحديد ٤٠ حالة للسمات اللغوية، بما في ذلك ٩ حالات للجمل الإقناعية، و ١٣ حالة للجمل الأمرية، و ١١ حالة للجمل القصيرة والموجزة، و ٧ حالات لاستخدام مفردات جذابة. تستوفي النصوص الإعلانية في البث المباشر لمتجر TikTok Shop الخاص باللوازم المدرسية معايير استخدامها كمواد تعليمية لكتابة النصوص الإعلانية في المدارس الإعدادية، حيث إنها تتوافق مع البنية والسمات اللغوية المطلوبة وتكون ذات صلة بحياة الطلاب.