KALIMAT DALAM IKLAN DI MEDIA CETAK: KAJIAN SINTAKSIS – SEMANTIS

Oleh :

Efri Yades

Nomor Kontrak 065/J.16/PL/DIPA/IV/2006

ABSTRAK

Kalimat dalam teks iklan di media cetak sangat menarik untuk dibahas karena mempunyai daya persuasif yang tinggi. Kalimat yang mempunyai daya persuasif ini dibahas menurut jenis-jenisnya, pola kalimat, dan fungsi bahasa yang terkandung dalam kalimat tersebut. Kalimat yang dijadikan data diambil dari iklan yang dimuat pada tabloid-tabloid yang berbahasa Indonesia. Data dikumpulkan dengan metode simak selanjutnya dianalisis dengan metode agih dan metode padan. Untuk menjelaskan jenis-jenis kalimat dan pola kalimat yang ada dalam teks iklan digunakan pendekatan sintaksis, sedangkan untuk menjelaskan fungsi bahasa pada iklan digunakan pendekatan semantik. Dari hasil analisis ditemukan: (1) delapan jenis kalimat yang ada dalam iklan, yakni kalimat tunggal, majemuk, deklaratif, imperatif, mayor, minor biasa dan inversi ; (2) tiga pola kalimat yang digunakan dalam iklan, yaitu S – P, S – P – O, dan P – S.