

# Analisis Wacana Iklan Baris Penjualan Tanah (Struktur dan Bentuk Bahasa) dalam Harian Kompas

Wiwik Ariesta<sup>1</sup>, Rohmah Widi Astuti<sup>2</sup>, Novia Yayang Wahyu Eka Saputri<sup>3</sup>,  
Sri Waljinah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UMS,  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

## Abstrak

### Keywords:

iklan baris; struktur;  
bentuk bahasa

*Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan struktur iklan baris dan mendeskripsikan bentuk bahasa iklan baris penjualan tanah pada Harian Kompas. Hal ini di latar belakang penempatan susunan kata dan kalimat yang dapat memberikan pengaruh yang sangat besar pada pemahaman pembaca, sehingga pembaca dapat terbujuk oleh bahasa yang digunakan. Selain itu, struktur iklan dan bentuk bahasa merupakan peranan penting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Komponen analisis data dalam penelitian ini, meliputi: (1) Reduksi data, (2) Sajian data, dan (3) Menyimpulkan data. Data dalam penelitian ini berupa iklan baris mengenai penjualan tanah sebanyak 10 data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur iklan baris penjualan tanah dalam Harian Kompas, (1) memuat nama barang atau jasa; (2) Memuat jenis/ tipe barang atau jasa; (3) Memuat kondisi barang atau jasa; (4) Memuat fasilitas barang atau jasa; (5) Memuat harga yang ditawarkan; dan (6) Memuat alamat/ nomor telepon yang bisa dihubungi. Adapun bentuk bahasa iklan baris penjualan tanah, meliputi struktur kalimat (berupa frasa maupun kalimat inversi); singkatan; dan akronim.*

## 1. PENDAHULUAN

Bahasa tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Bahasa sebagai alat komunikasi, memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Tak terkecuali penggunaan bahasa dalam iklan. Munfarida (2014:6) memaparkan dialektika antara struktur sosial dan diskursus atau praktik sosial menjadi poin yang penting dalam konstruksi analisis wacana kritis. Adapun, wacana iklan hendaknya mengandung alasan objektif atau rasional dan alasan subjektif atau emosional (Sumasari, 2014:57).

Musaffak (2015:224-225) menyatakan untuk mempengaruhi pembeli agar mau membeli produk yang diiklankan, bahasa yang sering digunakan dalam iklan ialah bahasa

persuasif. Selain itu, penempatan susunan kata dan kalimat memberikan pengaruh yang sangat besar pada pemahaman pendengar, penyusunan bagian struktur iklan juga dapat memengaruhi pendengar, sehingga pendengar dapat terbujuk oleh bahasa iklan. Hal ini dapat disimpulkan, bahwa bahasa dalam iklan yang dibuat semenarik mungkin ditujukan untuk memengaruhi minat pembeli atau konsumen.

Iklan biasanya dimuat di berbagai media salah satunya yaitu media cetak. Surat kabar secara historis merupakan media periklanan terdepan (Nugraheni dan Purnama, 2013:68). Surat kabar memiliki fungsi sebagai salah satu media pemberi informasi kepada masyarakat yang disampaikan melalui bahasa tulis.

Masyarakat ataupun khalayak umum biasanya memperoleh informasi tertulis melalui iklan, salah satunya yakni iklan baris (Alade, 2018:628).

Hal yang sering diiklankan dalam surat kabar, misalnya biro perjalanan, biro jasa, jual alat elektronik, kost, jual mobil/ motor, pengobatan, percetakan, jual beli tanah, rumah, kontrakan, salon, dan makanan atau boga. Penelitian ini merupakan aplikasi studi analisis wacana dengan judul “Amalisis Wacana Iklan Baris Penjualan Tanah (Struktur dan Bentuk Bahasa) dalam Harian *Kompas*”.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memaparkan struktur iklan baris penjualan tanah pada Harian *Kompas* dan mendeskripsikan bentuk bahasa iklan baris penjualan tanah pada Harian *Kompas*.

Wacana adalah segala bentuk komunikasi yang realisasinya bergantung pada konteks sosial yang melingkupi praktik komunikasi tersebut (Musaffak, 2015: 225). Adapun, menurut Cook (dalam Badara, 2012:16-17) menyatakan bahwa wacana adalah suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Wacana memiliki unsur pendukung utama yaitu unsur dalam (internal) dan unsur luar (eksternal). Unsur internal yaitu unsur yang berkaitan dengan aspek struktur kebahasaan sebuah wacana. Adapun unsur eksternal yaitu unsur yang berkaitan dengan sesuatu yang menjadi bagian wacana tetapi tidak tampak secara eksplisit. Kehadiran unsur eksternal berfungsi sebagai pelengkap keutuhan wacana. (Alade, 2018:629-630).

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi *instrumen* promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas (Halim, 2017:26). Sementara itu, iklan adalah segala bentuk pesan tentang ssuatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Kriyantono, 2013:5). Secara umum, iklan merupakan sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang di

dalamnya memuat sesuatu untuk dipromosikan (Alade, 2018:629). Jenis-jenis iklan pun beragam, antara lain: jenis iklan berdasarkan sifatnya, berdasarkan media yang digunakan, maupun berdasarkan isinya. Adapun iklan baris termasuk dalam jenis iklan berdasarkan media yang digunakan, yakni iklan cetak. Alade (2018:628) menyatakan iklan baris hanya memuat informasi seperlunya dan hanya membutuhkan beberapa baris saja. Sesuai namanya, iklan baris memiliki jumlah baris yang terdiri atas tiga sampai lima baris. Kalimat-kalimat yang digunakan biasanya diwarnai dengan kata-kata yang penuh dengan singkatan. Hal itu dilakukan untuk penghematan dalam biaya dan tidak banyak memakan tempat yang banyak dalam koran yang memuatnya.

Musaffak (2015:226) menyatakan bahwa struktur iklan merupakan seluruh bagian penyusun iklan. Iklan mempunyai tiga unsur struktur pembentuk wacana, yaitu butir utama (*headline*); badan (*body*); dan penutup (*close*) (Bolen dalam Tarigan, 2009:32). Struktur iklan tersusun atas proposisi tertentu pada masing-masing bagian penyusun. Struktur dalam iklan pun memiliki beberapa tujuan, antara lain: Pertama, dalam wacana iklan ialah menarik perhatian. Kedua, setelah menarik perhatian, iklan haruslah menarik minat dan kesadaran calon konsumen. Selanjutnya, tujuan yang terakhir, komunikasi dalam wacana iklan adalah mengubah tindakan tertentu pada diri konsumen (Sumasari, 2014:57).

Sumasari (2014:55) mengungkapkan bahwa kandungan iklan terdiri dari dua aspek, yaitu tampilan visual dan bahasa. Kedua aspek tersebut ditujukan untuk atau diolah agar iklan yang muncul menjadi ekspresif dan tepat sasaran yang dituju. Akan tetapi, kebanyakan dari iklan kreativitas tampilan visual iklan terlihat lebih menonjol dibandingkan dengan aspek bahasa yang banyak dibebani berbagai ketentuan kebahasaan maupun etika. Terlepas dari itu, bahasa iklan baris banyak menggunakan singkatan-singkatan. Meskipun demikian, singkatan yang digunakan dalam iklan baris haruslah komunikatif atau sesuai dengan singkatan umum yang digunakan khalayak. Misalnya, penggunaan kata saham (SHM),

lantai (Lt), dari (dr), pasaran (psrn), pasar (psr), dekat (dkt), dan sebagainya. Istilah-istilah tersebut dapat ditemui dalam iklan baris penjualan tanah. Selain penggunaan singkatan, iklan baris juga menggunakan istilah yang sering didengar dalam bahasa sehari-hari.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian dengan metode ini ditujukan untuk mengungkapkan wacana iklan baris (struktur dan bentuk bahasa). Data dalam penelitian ini berupa iklan baris mengenai penjualan tanah sebanyak 10 data. Data penjualan tanah ini diambil dari *Koran Kompas* yang terbit Rabu, 27 Februari 2019. Data dikumpulkan dengan cara menganalisis iklan baris penjualan tanah. Variabel dalam penelitian ini adalah struktur dan bentuk bahasa wacana iklan baris penjualan tanah.

Penelitian dilakukan kurang lebih selama empat bulan, dengan tahapan sebagai berikut: (1) Perencanaan, (2) Penyusunan proposal, (3) Perizinan, (4) Pelaksanaan penelitian, (4) Analisis data, dan (5) Penyusunan laporan penelitian. Adapun, teknik pengumpulan data menggunakan teknik studi pustaka berupa dokumen iklan baris penjualan tanah dan membaca secara cermat iklan baris penjualan tanah yang terkait dengan struktur dan bentuk bahasa iklan baris. Selain itu, analisis data dalam penelitian, dilakukan dengan menelaah keseluruhan data, meliputi: (1) Reduksi data, memfokuskan dan mengabstraksikan data mentah menjadi informasi yang bermakna, (2) Sajian data, mengorganisir dan menyajikan data dalam bentuk naratif, tabel, matrik, atau bentuk lainnya, (3) Menyimpulkan data, mengambil intisari dari sajian data yang telah terorganisir dalam bentuk pernyataan kalimat yang singkat dan padat, tetapi mengandung pengertian luas (Suryana, 2010).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui struktur iklan baris dan bentuk bahasa yang digunakan dalam iklan baris penjualan tanah yang dimuat pada *Harian Kompas*. Struktur iklan tersusun atas proposisi tertentu pada masing-masing bagian penyusun. Pada umumnya iklan baris tidak

memperhatikan kaidah penulisan atau pemakaian ejaan. Kandungan iklan terdiri dari dua aspek, yaitu tampilan visual dan bahasa. Kedua aspek tersebut ditujukan untuk atau diolah agar iklan yang muncul menjadi ekspresif dan tepat sasaran yang dituju (Sumasari, 2014:55). Adapun, bahasa iklan baris banyak menggunakan singkatan-singkatan, akronim, maupun menggunakan istilah yang sering didengar dalam bahasa sehari-hari.

### 3.1 Struktur Iklan Baris

Struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) memuat nama barang atau jasa, 2) memuat jenis atau tipe barang atau jasa, 3) memuat kondisi barang atau jasa, 4) memuat fasilitas barang atau jasa, dan 5) memuat alamat atau nomor telepon yang bisa di hubungi. Deskripsi struktur iklan baris akan diperjelas dengan data sebagai berikut:

*Jl.Puri Indah Ry, sbllh Lippo Puri & Purifin. 5000m<sup>2</sup>. 25jt/m<sup>2</sup>. htl, mall.plaza. TP. 081310337328*

*Keterangan bagan data (1a): Predikat: JL, objek: Tanah, Keterangan cara: TP. 081310337328, Keterangan tempat: Puri Indah Ry, sbllh Lippo Puri & Purifin, pelengkap: 5000m<sup>2</sup>. 25jt/m<sup>2</sup> dan keterangan syarat: TP. Analisis Substitusi data (1b) J[ua]l Tanah Puri Indah Raya, sebelah Lippo Puri & Purifin. 5000 meter persegi. 25 juta meter persegi. hotel, mall.plaza. tanpa perantara. 081310337328.*

Data (1) iklan baris ditulis secara lengkap menjadi “Jual tanah Puri Indah Raya sebelah Lippo Puri & Purifin. Luas tanah 5000 meter persegi. 25 juta permeter persegi. di depan hotel mall.plaza tanpa perantara.081310337328”. Adapun, untuk mengetahui keterangan tempat Puri Indah Raya dapat menyisipkannya dalam kalimat seperti berikut ini: “Jual tanah lokasi Puri Indah Raya sebelah Lippo Puri & Purifin. Luas tanah 5000 meter persegi. 25 juta permeter persegi. di depan hotel mall.plaza tanpa perantara 081310337328”. Iklan baris

tersebut lebih mempengaruhi atau lebih komunikatif, dengan demikian kata lokasi wajib hadir dalam klausa iklan baris.

Data (1) struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) Keterangan jenis iklan berupa iklan penjualan tanah, 2) kondisi benda yang dijual yaitu luas tanah 5000 meter persegi, 3) alamat yang bisa dituju atau nomor telepon yang bisa dihubungi yaitu Puri Indah Raya sebelah Lippo Puri & Purifin dan bagi yang berminat dapat menghubungi ke nomor telepon 081310337328, 4) keterangan harga yaitu 25 juta permeter persegi. Data telah memuat judul iklan, nama iklan, dan spesifikasi barang yang dijual. Data memiliki struktur iklan yang lengkap, meliputi struktur sintaksis yang terdiri dari P, O, Ket.cara, Ket.tempat, Pel dan Ket.syarat.

***Tnh kosong blk kmpts Unindra Gedong.Psr Rebo Lt1126.hny 4jt/m psrn 10jt/m Era 081280059500.***

***Keterangan bagan data (2a), predikat: Jl, Objek: Tnh, Keterangan cara: Era 081280059500, keterangan tempat: Blk kmpts Unindra Gedong Psr Rebo, pelengkap: 1126 4jt/m. Analisis Substitusi data (2b) Jual tanah kosong belakang kampus Universitas indraprasta PGRI. pasar Rebo luas tanah 1126. hanya 4 juta permeter pasaran 10 juta permeter Era 081280059500.***

Data (2) iklan baris ditulis secara lengkap menjadi “jual tanah kosong belakang kampus Universitas Indraprasta PGRI. Pasar Rebo luas tanah 1126.hanya 4 juta permeter pasaran 10 juta permeter Era 081280059500”. Adapun, untuk mengetahui keterangan tempat belakang kampus Universitas Indraprasta PGRI dapat menyisipkannya dalam kalimat seperti berikut ini: “jual tanah kosong lokasi belakang kampus Universitas Indraprasta PGRI. Pasar Rebo luas tanah 1126. hanya 4 juta permeter pasaran 10 juta permeter Era

081280059500”. Iklan baris tersebut lebih mempengaruhi atau lebih komunikatif, dengan demikian kata lokasi wajib hadir dalam klausa iklan baris.

Data (2) struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) keterangan jenis iklan berupa iklan penjualan tanah, 2) kondisi benda yang dijual yaitu luas tanah 1126 meter, 3) alamat yang bisa dituju atau nomor telepon yang bisa dihubungi yaitu belakang kampus Universitas Indraprasta PGRI Pasar Rebo dan bagi yang berminat dapat menghubungi ke Era nomor telepon 081280059500, 4) keterangan harga yaitu 4 juta permeter. Data telah memuat judul iklan, nama iklan, dan spesifikasi barang yang dijual. Data memiliki struktur iklan yang lengkap, meliputi struktur sintaksis yang terdiri dari P, O, Ket.cara, Ket.tempat, dan Pel.

***Jl. Boulevard Gading barat,bukit Gading Ry (2lhn) 4000m<sup>2</sup>, lahan bisnis, komersil:081514212172.***

***Keterangan bagan data (3a): predikat: Jl, objek: Tnh, keterangan cara: 081514212172, keterangan tempat: Boulevard Gading barat, Gading Raya, pelengkap: 2 lhn 4000m<sup>2</sup>. Analisis Substitusi data (3b): Jual tanah Boulevard Gading barat, bukit Gading Raya (2 lahan) 4000 meter persegi, lahan bisnis, komersil: 081514212172***

Data (3) iklan baris ditulis secara lengkap menjadi “Jual tanah Boulevard Gading barat, bukit Gading Raya (2 lahan) 4000 meter persegi, lahan bisnis, komersil: 081514212172. Adapun, untuk mengetahui keterangan tempat Gading barat, bukit Gading Raya dapat menyisipkannya dalam kalimat seperti berikut ini: “jual tanah Boulevard lokasi Gading barat, bukit Gading Raya (2 lahan) 4000 meter persegi, lahan bisnis, komersil: 081514212172. Iklan baris tersebut lebih mempengaruhi atau lebih komunikatif, dan keterangan harga tidak dicantumkan dengan demikian kata lokasi dan harga wajib hadir dalam klausa iklan baris.

Data (3) struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) keterangan jenis iklan berupa iklan penjualan tanah, 2) kondisi benda yang dijual yaitu luas tanah (2 lahan) 4000 meter persegi, 3) alamat yang bisa dituju atau nomor telepon yang bisa dihubungi yaitu Gading barat, bukit Gading Raya bagi yang berminat dapat menghubungi nomor telepon 081514212172, 4) keterangan fasilitas sangat cocok untuk bisnis dan komersil. Data telah memuat judul iklan, nama iklan, dan spesifikasi barang yang dijual. Namun, tidak memuat harga barang yang dijual.

***Jual cepat tanah Jl Teluk naga***

*SHM 4350m, siap pakai dekat Bandara Soeta. 081211369988. Keterangan bagan data (4a): predikat: Jl, objek: Tnh, keterangan cara: 081211369988, keterangan tempat: Jl Teluk naga dekat Bandara Soeta, pelengkap: SHM 4350m. Analisis Substitusi data (3b): J[ua]l cepat tanah Jalan Teluk naga Sertifikat Hak Milik 4350 meter, siap pakai dekat Bandara Soekarno Hatta. 081211369988.*

Data (4) iklan baris ditulis secara lengkap menjadi “*Jual cepat tanah jalan Teluk naga 4350 meter, siap pakai dekat Bandara Soekarno-Hatta 081211369988.* Adapun, untuk mengetahui keterangan tempat *jalan Teluk naga* dapat menyisipkannya dalam kalimat seperti berikut ini: “*Jual cepat tanah lokasi di jalan Teluk naga 4350 meter, siap pakai dekat Bandara Soekarno-Hatta 081211369988.* Iklan baris tersebut lebih mempengaruhi atau lebih komunikatif, dan keterangan harga tidak dicantumkan dengan demikian kata lokasi dan harga wajib hadir dalam klausa iklan baris.

Data (4) struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) keterangan jenis iklan berupa iklan penjualan tanah, 2) kondisi benda yang dijual yaitu Sertifikat Hak Milik 4350 meter, 3) alamat yang bisa dituju atau nomor telepon yang bisa dihubungi yaitu Jalan Teluk naga dekat Bandara Soekarno-Hatta bagi yang berminat dapat

menghubungi nomor telepon 081211369988, 4) keterangan fasilitas sangat strategis yaitu dekat Bandara Soekarno-Hatta. Data telah memuat judul iklan, nama iklan, dan spesifikasi barang yang dijual. Namun, tidak memuat harga barang yang dijual.

***Tnh Jln Mauk Raya 1.5ha Hrg Bgs***

*Loks Jln Raya kedepan Ada Tol, 29M Ngo s/d Jd. 081317717730. Keterangan bagan data (5a): predikat: Jl, objek: Tnh, keterangan cara: 081317717730, keterangan tempat: Jln Mauk Raya, pelengkap: 1.5ha, keterangan syarat: Ngo s/d Jd. Analisis Substitusi data (5b): Tanah Jalan MaukRaya 1.5 hektar Harga Bagus Lokasi Jalan Raya kedepan Ada Tol, 29 Milyar Nego sampai dengan Jadi. 081317717730.*

Data (5) iklan baris ditulis secara lengkap menjadi “*Tanah jalan MaukRaya 1.5 hektar harga bagus lokasi jalan Raya kedepan Ada Tol, 29 Milyar Nego sampai dengan Jadi 081317717730.* Adapun, untuk mengetahui keterangan tempat *jalan Mauk Raya* dapat menyisipkannya dalam kalimat seperti berikut ini: “*Tanah lokasi jalan MaukRaya 1.5 hektar harga bagus lokasi jalan Raya kedepan Ada Tol, 29 Milyar Nego sampai dengan Jadi 081317717730.* Iklan baris tersebut lebih mempengaruhi atau lebih komunikatif, dengan demikian kata lokasi wajib hadir dalam klausa iklan baris.

Data (5) struktur iklan baris memuat aspek-aspek sebagai berikut: 1) keterangan jenis iklan berupa iklan penjualan tanah, 2) kondisi benda yang dijual yaitu 1.5 hektar, 3) alamat yang bisa dituju atau nomor telepon yang bisa dihubungi yaitu jalan MaukRaya bagi yang berminat dapat menghubungi nomor telepon 081317717730, 4) keterangan fasilitas sangat strategis yaitu jalan raya yang depannya langsung ada tol, 5) keterangan harga yaitu 29 milyar nego sampai dengan jadi. Data telah memuat judul iklan, nama iklan, dan spesifikasi barang yang dijual. Data

memiliki struktur iklan yang lengkap, meliputi struktur sintaksis yang terdiri dari P, O, Ket.cara, Ket.tempat, Pel dan Ket.syarat.

### 3.2 Bentuk Bahasa Iklan Baris

Bentuk bahasa yang ditemui dalam iklan baris penjualan tanah pada *Harian Kompas*, yaitu berbagai singkatan, akronim maupun struktur kalimat yang digunakan. Ketiganya akan dipaparkan sebagai berikut.

#### a) Struktur Kalimat

Kalimat dalam iklan baris yang berkaitan dengan penjualan tanah merupakan kalimat kompleks. Pada iklan baris terdapat pemakaian tanda baca dan banyak terdapat pelesapan bagian-bagian kalimatnya (Sulastri, 2017:31). Misalnya pada iklan baris berikut.

***Jual cepat tanah Jl Teluk naga***  
*SHM 4350M, siap pakai dekat*  
*Bandara Soeta. 081211369988*

Iklan tersebut menyatakan bahwa akan dijual cepat tanah yang berada di Jalan Teluk Naga, lengkap dengan Sertifikat Hak Milik (SHM). Tanah memiliki luas 4.350 meter, siap pakai, berlokasi dekat dengan Bandara Soekarno-Hatta. Jika berminat dapat menghubungi nomor telepon 081211369988. Kalimat pada iklan baris penjualan tanah ini dapat dikatakan kalimat inversi. Hal ini, dikarenakan iklan tersebut diawali dengan verba “**Jual**” dalam kalimatnya.

#### b) Penulisan Singkatan dan Akronim

Iklan baris penjualan tanah pada *Harian Kompas*, Rabu, 27 Februari 2019; halaman 19 ini terdapat banyak singkatan dan akronim. Hal ini dimungkinkan untuk penghematan biaya pencantuman iklan dalam media *massa*. Singkatan dan akronim dalam iklan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut.

***Cipadu Cileduk SHM Lt. 887 m***  
*Cipadu Cileduk SHM Lt. 887 m*  
*Cipadu Cileduk SHM Lt. 887 m*  
***\*\*\* Harga Rp. 7 Jt Permeter\*\*\****  
*Ph. Pa Muhamad 0811954368*

Iklan baris penjualan tanah di atas terdapat beberapa singkatan, yaitu Sertifikat Hak Milik → SHM; luas tanah → Lt; meter → m; juta → jt. Kata “Sertifikat Hak Milik” merupakan tiga kata yang terdiri lima suku kata atau lebih disingkat dengan menuliskan huruf pertama pada setiap kata. Kata “luas tanah”, terdiri atas empat suku disingkat dengan menggunakan huruf konsonan yang diambil dari konsonan awal huruf pertama setiap kata. Adapun, kata “meter” merupakan satu kata yang terdiri dari dua suku kata disingkat menjadi satu huruf yang terletak di awal kata. Selanjutnya, yakni kata “juta”, termasuk dalam satu kata yang terdiri atas dua suku kata disingkat menjadi dua huruf konsonan dan huruf vokal konsonan.

***Tnh kosong blk kmps Unindra Ge***  
*Dong. Psr Rebo Lt1126.hny 4jt/m*  
*Psrn 10jt/m\*Era 081280059500*

Iklan baris penjualan tanah di atas terdapat beberapa singkatan dan akronim. Singkatan tersebut, antara lain tanah → tnh; belakang → blk; kampus → kmps; pasar → psr; hanya → hny; juta → jt; meter → m; dan pasaran → psrn. Kata “tanah, belakang, pasar, dan hanya” termasuk singkatan yang terdiri atas dua suku, tiga suku, empat suku, dan seterusnya disingkat dengan cara bagian belakang suku katanya, sehingga tinggal dua huruf, tiga huruf, empat huruf atau lima huruf bagian depannya. Kata “meter” merupakan satu kata yang terdiri dari dua suku kata disingkat menjadi satu huruf yang terletak di awal kata dan kata “pasaran”, terdiri atas tiga suku disingkat menjadi empat huruf. Adapun akronim dalam iklan tersebut, yakni kata “Unindra” kependekkan dari Universitas Indraprasta PGRI (Unindra → Universitas Indraprasta PGRI).

**KBN Marunda Cilincing 4000m<sup>2</sup>**  
dkt pelabuhan Priok/Tol\* Murah  
Felix 08988889168 RWCommrcil

Data dalam kalimat iklan tersebut terdapat singkatan, berupa Kawasan Berikat Nusantara → KBN; meter → m; dekat → dkt; *commercial* → *commrcil*. Kata “Kawasan Berikat Nusantara” merupakan tiga kata yang terdiri lima suku kata atau lebih disingkat dengan menuliskan huruf pertama pada setiap kata. Kata “meter” terdiri atas dua suku kata yang disingkat menjadi satu huruf yang terletak di awal kata. Kata “dekat”, terdiri atas dua suku disingkat menjadi tiga huruf, yaitu konsonan bagian awal suku pertama, konsonan bagian awal suku kedua, dan konsonan bagian penutup suku kedua, atau dapat dituliskan dengan cara bagian belakang suku katanya, sehingga tinggal tiga huruf bagian depan. Adapun kata “*commercial*”, disingkat menjadi lima huruf, tiga konsonan bagian awal suku pertama, konsonan penutup suku pertama, diikuti konsonan bagian awal suku kedua.

***Tnh Industry 4Ha di Rancalyuh***  
*Cikupa- TGR Dkt milenium TP*  
*.08119948688/081519053975*

Iklan tersebut berisi singkatan, berupa tanah → tnh; hektar → Ha; Tangerang → TGR; dekat → dkt; tanpa perantara → TP. Kata “tanah dan dekat”, dapat disingkat menjadi tiga huruf, yaitu konsonan bagian awal suku pertama, konsonan bagian awal suku kedua, dan konsonan bagian penutup suku kedua atau dapat juga disingkat dengan cara bagian belakang suku katanya menjadi tiga huruf bagian depannya. Hal ini juga setara dengan kata “Tangerang”. Lain halnya dengan kata “hektar”, yang terdiri atas dua suku kata disingkat menjadi dua huruf konsonan dan huruf vokal konsonan. Kata “tanpa perantara”, disingkat dengan menggunakan huruf konsonan yang diambil dari konsonan awal huruf pertama setiap kata.

***Tnh Jln MaukRaya 1.5ha Hrg Bgs***  
*Loks Jln Raya kedepan Ada Tol,*  
*29M Ngo s/d Jd. 081317717730*

Iklan tersebut berisi singkatan, berupa tanah → tnh; jalan → jln; hektar → Ha; harga → hrg; bagus → bgs; meter → m; nego → ngo; sampai dengan → s/d; dan jadi → jd. Kata “tanah dan jalan”, terdiri atas dua suku yang disingkat menjadi tiga huruf, yaitu tiga konsonan bagian awal suku pertama, konsonan penutup suku pertama, diikuti konsonan bagian awal suku kedua. Hal ini setara dengan disingkat pada konsonan bagian awal suku pertama, konsonan bagian awal suku kedua, dan konsonan bagian penutup suku kedua, maupun disingkat bagian belakang suku katanya menjadi tiga huruf. Kata “hektar”, terdiri atas dua suku kata disingkat menjadi dua huruf konsonan dan huruf vokal konsonan. Kata “harga dan nego” termasuk singkatan ang disingkat bagian belakang suku katanya menjadi tiga huruf bagian depannya. Kata “bagus” termasuk singkatan tiga konsonan bagian awal suku pertama, konsonan penutup suku pertama, diikuti konsonan bagian awal suku kedua. Selanjutnya, kata “meter” dapat disingkat menjadi satu huruf yang terletak di awal kata dan kata “sampai dengan”, diambil dari konsonan awal huruf pertama setiap kata.

***Jual cepat tanah Jl Teluk naga***  
*SHM 4350M,siap pakai dekat*  
*Bandara Soeta. 081211369988*

Iklan baris penjualan tanah tersebut berisi singkatan dan akronim. Singkatan dalam iklan, meliputi Sertifikat Hak Milik → SHM dan meter → m. Kata “Sertifikat Hak Milik” merupakan tiga kata yang terdiri lima suku kata atau lebih disingkat dengan menuliskan huruf pertama pada setiap kata. Kata “meter”, dua kata yang disingkat menjadi satu huruf yang terletak di awal kata. Adapun akronim dalam iklan tersebut, berupa “Bandara dan Soeta”. Kata “Bandara”, kependekan dari Bandar Udara (Bandara

→ Bandar Udara); dan Soetta, kependekatan dari Soekarno-Hatta (Soetta → Soekarno-Hatta).

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, peneliti mengambil beberapa kesimpulan yang terdiri dari simpulan umum dan simpulan khusus. Simpulan umum penelitian ini adalah penempatan susunan kata dan kalimat yang tepat dapat memberikan pengaruh yang sangat besar, sehingga pembaca dapat terbujuk oleh bahasa iklan. Adapun simpulan khusus penelitian ini:

4.1 Struktur iklan baris penjualan tanah dalam *Harian Kompas* edisi 27 Februari 2019, memuat judul iklan, nama iklan, spesifikasi barang yang dijual serta memiliki struktur sintaksis yang terdiri dari (P), (O), (Ket. Tempat), dan (Ket. Cara).

4.2 Bentuk bahasa iklan baris penjualan tanah dalam *Harian Kompas* edisi 27 Februari 2019, meliputi struktur kalimat berupa kalimat inversi maupun struktur yang berupa frasa, singkatan yang terdiri atas dua/ tiga/ empat suku kata yang disingkat menjadi beberapa huruf, dan akronim.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alade, Salman. 2018. "Kajian Wacana Iklan Baris pada *Harian Gorontalo Post (Discourse Study of Classified Advertisement)*". *Telaga Bahasa*, Vol. 6, No. 2, Desember, Hal. 627-640.
- Badara, Aris. 2014. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Halim, Bobby. 2017. "Kajian Semiotika pada Iklan Televisi *OLX.CO.ID* Bekas Jadi Berkah". *Besaung Jurnal Seni Desain dan Budaya*, Vol. 2, No. 1, September: 24-29.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang: Univeritas Brawijaya Press (UB Press).
- Munfarida, Elya. 2014. "Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough". *Komunika*, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni, Hal. 1-19.
- Musaffak. 2015. "Analisis Wacana Iklan Makanan dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa". *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, Vol 1, No. 2, Oktober, Hal. 224-232.
- Nugraheni, Yuli dan Finsensius Yuli Purnama. 2013. "Peran Iklan Pendidikan di Media Cetak Sebagai Referensi Pengambilan Keputusan Pemilihan Lembaga Pendidikan Bagi Keluarga". *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3, No. 1, Februari-Juli, Hal. 66-82.
- Sulastrri, Hari dan Badan Bahasa. 2017. "Telaah Wacana Iklan Penjualan Rumah dalam Media Massa Cetak". *Jurnal Pujangga*, Vol. 3, No. 1, Juni, Hal.22-36.
- Sumasari, Yoani Julita. 2014. "Analisis Wacana Iklan Kosmetik di Media Televisi". *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, Vol. 4, No. 1, Juli, Hal. 51-61.
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Tarigan, Henry Guntur dan Djago Tarigan. 2009. *Telaah Buku Teks Bahasa Indonesia*. Bandung: Angkasa.