

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**ANALISIS WACANA PERSUASI IKLAN MEDIA CETAK
BERBAHASA INDONESIA PADA MAJALAH MINGGUAN TEMPO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia**



Oleh

Justina Wiwiek Iswanti

NIM: 90314045

NIRM: 900052010401120041

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

1995

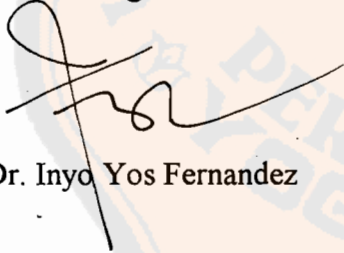
S k r i p s i

Analisis Wacana Persuasi Iklan Media Cetak Berbahasa Indonesia
pada Majalah Mingguan Tempo

Oleh
Justina Wiwiek Iswanti
NIM: 90314045
NIRM: 900052010401120041

telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Inyo Yos Fernandez

tanggal 12 Agustus 1995

Pembimbing II



Drs. I. Praptomo Baryadi, M.Hum

tanggal 12 Agustus 1995

S K R I P S I

ANALISIS WACANA PERSUASI IKLAN MEDIA CETAK BERBAHASA INDONESIA

PADA MAJALAH MINGGUAN TEMPO

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Justina Wiwiek Iswanti

NIM: 90314045

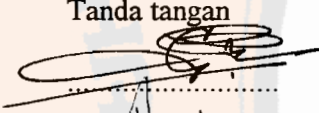

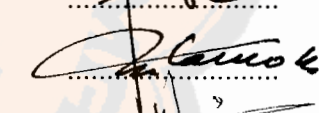


NIRM: 900052010401120041

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 19 Agustus 1995

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda tangan
Ketua	: Drs. P.G. Purba, M. Pd.	
Sekretaris	: Drs. J. Karmin, M. Pd.	
Anggota	: Dr. Inyo Yos Fernandez	
Anggota	: Drs. I. Praptomo Baryadi, M. Hum.	
Anggota	: Drs. J. Karmin, M. Pd.	

Yogyakarta, ... September 1995

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

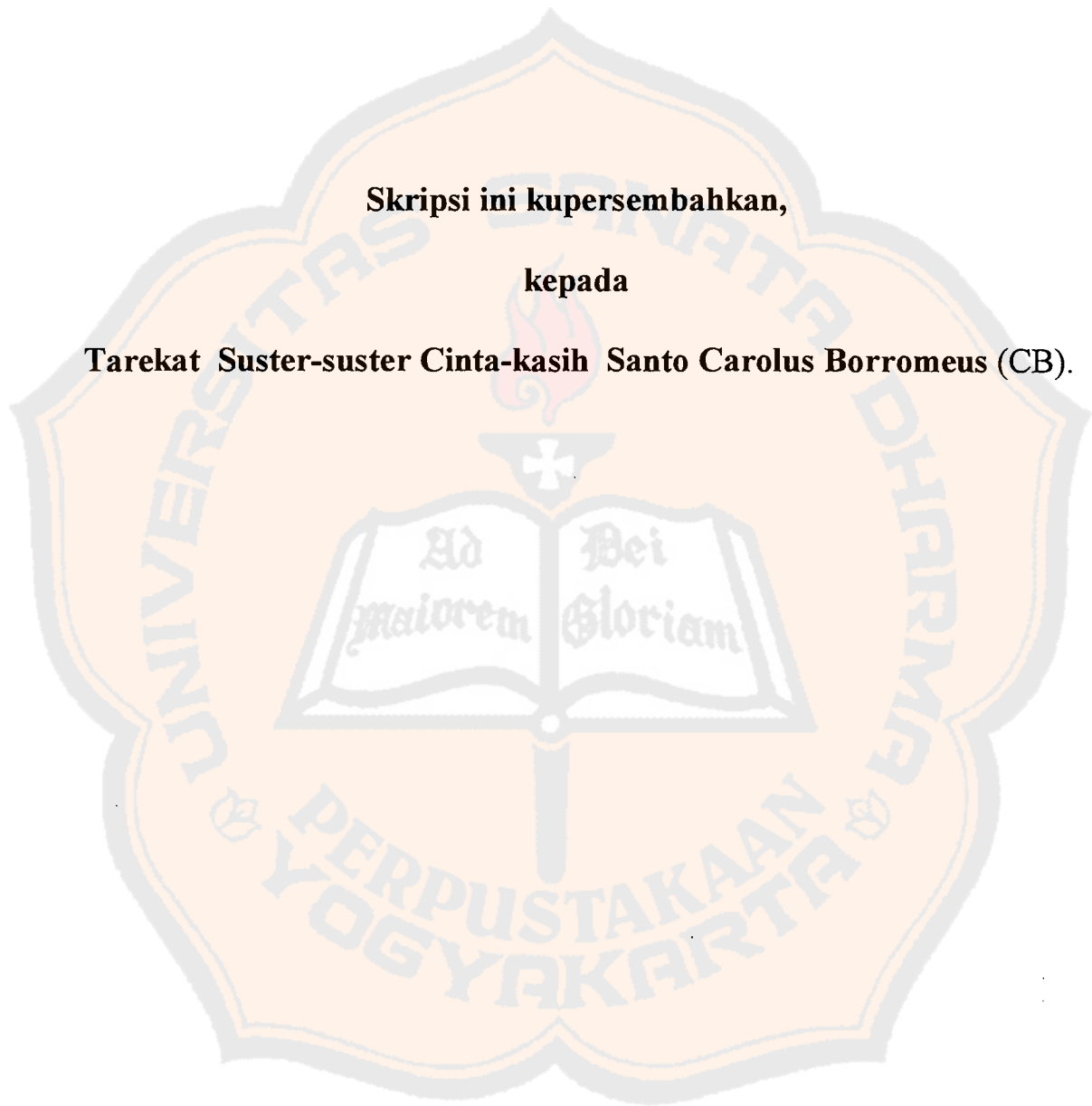
Universitas Sanata Dharma

Dekan



Dr. A. Priyono Marwan, SJ

**Skripsi ini kupersembahkan,
kepada
Tarekat Suster-suster Cinta-kasih Santo Carolus Borromeus (CB).**



KATA PENGANTAR

Bagi seorang mahasiswa program S-1, skripsi merupakan salah satu syarat untuk mengakhiri programnya. Melalui skripsi mahasiswa dituntut mampu mengadakan penelitian terhadap objek kajian sesuai dengan bidang yang dipelajarinya. Untuk memenuhi tuntutan tersebut penulis mengadakan penelitian tentang wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo* bulan Januari 1990 sampai dengan bulan Januari 1992. Skripsi ini dapat terwujud bukan semata-mata upaya penulis melainkan juga karena bimbingan, petunjuk, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Inyo Yos Fernandez, selaku dosen pembimbing I, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan ketekunan;
2. Bapak Drs. I. Praptomo Baryadi, M.Hum. selaku dosen pembimbing II, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan ketekunan;
3. Romo Dr. Budi Susanto, SJ yang turut membantu memberi masukan dan menambah wawasan penulis;
4. Romo Dr. Sudiarjo, SJ yang turut memberi masukan dan menyemangati penulis;
5. Romo A. Padmawardaya, SJ yang telah memberi masukan dan membantu hingga selesainya tulisan ini;
6. Bapak Drs. Henky Irawan yang turut memperluas wawasan penulis;

7. Tarekat Suster-suster Cinta-kasih Santo Carolus Borromeus (CB) yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada penulis untuk mempelajari bidang linguistik dan menyusun tulisan ini;
8. Komunitas CB Syantikara yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan pengertian dalam pelaksanaan penyusunan tulisan ini;
9. Teman dan sahabat yang selalu memberikan motivasi;
10. Bapak, Ibu, Mas Inus, Dik Agus, dan Dik Dodo yang dengan penuh perhatian memberikan dukungan.
11. Semua pihak yang belum disebutkan yang turut memperlancar usaha penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian dan penulisan ini.

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Pembatasan Istilah	5
E. Manfaat Penelitian	7
F. Ruang Lingkup	7
G. Sistematika Penyajian	8
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Wacana	9
B. Register	12
C. Tindak Tutur	14

	Halaman
D. Implikatur Percakapan	16
BAB III. METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Populasi dan Sampel Penelitian	18
C. Prosedur Penelitian	19
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	19
E. Metode Analisis Data	20
F. Metode Penyajian Hasil Analisis Data	21
BAB IV. PEMBAHASAN	22
A. Deskripsi Data	22
B. Analisis Data	25
1. Struktur Wacana	25
a. Bagian Awal	26
b. Bagian Tubuh	29
c. Bagian Penutup	31
2. Macam-macam Struktur	36
a. Struktur Wacana Lengkap	36
b. Struktur Wacana Tidak Lengkap	48
3. Bagian-bagian Struktur Wacana	55
a. Judul	55

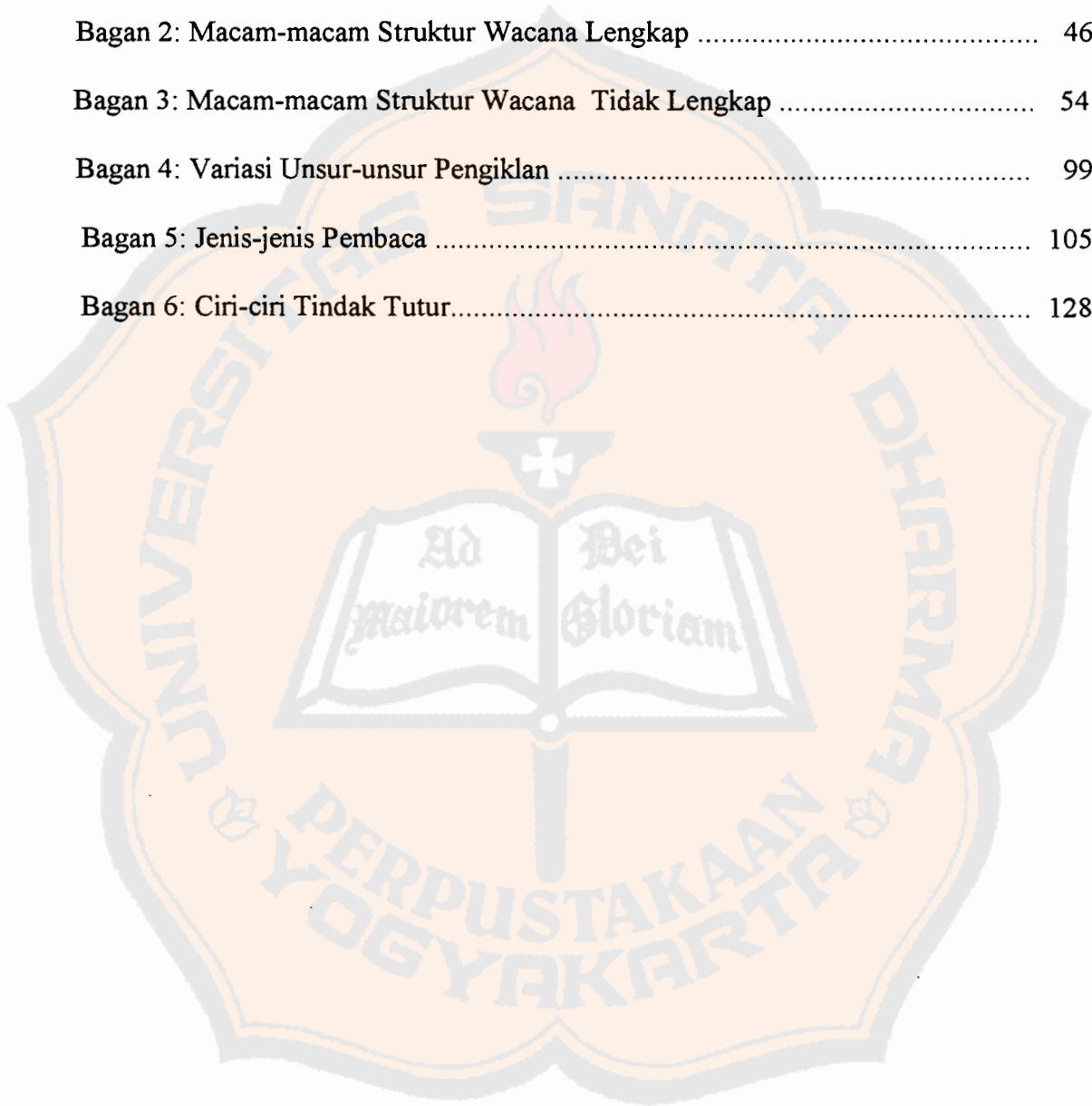
	Halaman
b. Subjudul	60
c. Tubuh (penjelasan).....	62
d. Penegasan	64
e. Tindakan	68
4. Register Wacana	68
a. Medan	68
b. Pelibat	89
c. Sarana	106
5. Tindak Bahasa	107
a. Tindak Lokusi	107
b. Tindak Ilokusi	124
c. Tindak Perlokusi	127
6. Implikatur Percakapan	129
a. Dasar Kerjasama	129
b. Dasar Kesopanan	135
BAB V. IMPLIKASI BAGI PENGAJARAN BAHASA	138
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	150
A. Kesimpulan	150
B. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA.....	153

	Halaman
LAMPIRAN.....	156
A. Lampiran 1	156
B. Lampiran 2.....	167



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1: Struktur Wacana Berdasarkan Isi dan Fungsinya	34
Bagan 2: Macam-macam Struktur Wacana Lengkap	46
Bagan 3: Macam-macam Struktur Wacana Tidak Lengkap	54
Bagan 4: Variasi Unsur-unsur Pengiklan	99
Bagan 5: Jenis-jenis Pembaca	105
Bagan 6: Ciri-ciri Tindak Tutur.....	128



DAFTAR GAMBAR

Contoh-contoh gambar:	Halaman
1. Berdasarkan isi.....	23
2. Berdasarkan tujuan	24
3. Bagian judul	26
4. Bagian subjudul	28
5. Bagian tubuh (penjelasan)	30
6. Bagian penegasan	31
7. Bagian tindakan	33
8. Berstruktur judul, subjudul, penjelasan, penegasan dan tindakan.....	36
9. Berstruktur judul, penjelasan, penegasan, dan tindakan.....	38
10. Berstruktur judul, subjudul, penjelasan dan tindakan	40
11. Berstruktur judul, subjudul, penjelasan dan penegasan	42
12. Berstruktur judul, penjelasan, dan tindakan.....	43
13. Berstruktur judul, penjelasan, dan penegasan	45
14. Berstruktur judul, subjudul, dan penjelasan	48
15. Berstruktur judul dan penjelasan	50
16. Berstruktur penjelasan, penegasan, dan tindakan.....	51
17. Berstruktur penjelasan dan penegasan	53
18. Judul di awal wacana.....	56
19. Judul mengikuti subjudul.....	57

	Halaman
20. Judul mengikuti penjelasan.....	59
21. Bagian subjudul.....	61
22. Bagian tubuh (penjelasan).....	63
23. Penegasan mendahului tindakan.....	65
24. Penegasan mengikuti tindakan	66
25. Medan wacana umum.....	70
26. Medan wacana bidang ekonomi.....	72
27. Medan wacana bidang hukum	75
28. Medan wacana bidang keagamaan.....	77
29. Medan wacana bidang kedirgantaraan	78
30. Medan wacana bidang kesehatan.....	80
31. Medan wacana bidang mobil dan motor.....	82
32. Medan wacana bidang olah raga.....	84
33. Medan wacana bidang perkawinan.....	85
34. Medan wacana bidang politik	87
35. Medan wacana bidang psikologi.....	88
36. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak, merek, alamat, dan slogan ...	90
37. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak,alamat, dan slogan	91
38. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak, merek, dan slogan	92
39. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak, merek, dan alamat	93
40. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak dan alamat	94

	Halaman
41. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak dan slogan	95
42. Pengiklan tersirat pada gambar media cetak	96
43. Pengiklan tersirat pada merek dan alamat	97
44. Pengiklan tersirat pada merek dan slogan	98
45. Pembaca menurut umur	100
46. Pembaca menurut jenis kelamin	101
47. Pembaca menurut suku/ kebangsaan	102
48. Pembaca menurut pendidikan/ pekerjaan	103
49. Pembaca menurut agama/ kepercayaan	104
50. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan hadirnya media cetak	108
51. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan keingintahuan pembaca	109
52. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan manfaat	110
53. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan jenis pembaca	111
54. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan merek/produk.....	112
55. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan isi.....	113
56. Tindak lokusi bagian awal menjelaskan kemudahan mendapatkan	114
57. Tindak lokusi bagian tubuh menjelaskan kemudahan mendapatkan	115
58. Tindak lokusi bagian tubuh menjelaskan isi	116
59. Tindak lokusi bagian tubuh menjelaskan cara kerja dan kemampuan produk	117
60. Tindak lokusi bagian tubuh menjelaskan kelebihan media cetak	118
61. Tindak lokusi bagian penutup menegaskan kehebatan media cetak	120

	Halaman
62. Tindak lokusi bagian penutup menegaskan pentingnya bagi pembaca	121
63. Tindak lokusi bagian penutup menegaskan kehebatan media cetak dan pentingnya bagi pembaca	122
64. Tindak lokusi bagian penutup menjelaskan alamat ..	123
65. Tindak ilokusi bagian awal menyatakan kehendak pengiklan untuk menarik perhatian pembaca	124
66. Tindak ilokusi bagian tubuh menyatakan janji pengiklan	125
67. Tindak ilokusi pada bagian penutup menyatakan harapan pengiklan untuk membeli atau berlangganan	126
68. Pelanggaran terhadap maksim kuantitas	130
69. Ketaatan terhadap maksim kualitas	131
70. Ketaatan terhadap maksim hubungan	133
71. Pelanggaran terhadap maksim cara	134
72. Ketaatan terhadap maksim kearifan dankedermawanan.....	135
83. Materi pelajaran	144
84. Materi pelajaran	145
85. Materi pelajaran	147

ABSTRAK

Penelitian wacana persuasi iklan media cetak sejauh pengamatan penulis belum pernah dilakukan, padahal wacana tersebut menarik baik dari segi struktur penyampaian, penggunaan bahasa, maupun efek yang ditimbulkannya. Kenyataan ini menjadi pendorong bagi penulis untuk mengadakan penelitian.

Data penelitian ini adalah data tertulis yang diambil dari majalah mingguan *Tempo* yang diterbitkan bulan Januari 1990 sampai dengan bulan Januari 1992. Data dikumpulkan dengan metode simak dengan menggunakan teknik sadap dan teknik catat. Analisis data dilakukan dengan metode agih dan metode padan. Metode agih digunakan dengan teknik bagi unsur langsung, sedangkan metode padan digunakan dengan teknik referensial dan pragmatik.

Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini ada lima. Pertama, bagaimanakah struktur wacana iklan media cetak. Kedua, bagaimanakah register wacana tersebut. Ketiga, apa sajakah ciri tindak tuturnya. Keempat, bagaimanakah implikatur percakapan wacana tersebut. Kelima, apa implikasi analisis tersebut dalam pengajaran bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Umum (SMU).

Dari hasil pembahasan ditemukan hal-hal sebagai berikut. Pertama, struktur wacana iklan media cetak dibedakan menjadi dua, struktur lengkap dan sebagian kecil terdapat struktur tidak lengkap. Struktur wacana lengkap terdiri dari bagian awal, tubuh, dan penutup. Struktur tidak lengkap terdiri dari bagian awal dan tubuh, serta bagian tubuh dan penutup. Dengan demikian, bagian awal dan penutup merupakan bagian yang tidak wajib ada dalam iklan media cetak. Bagian awal menyiratkan informasi yang akan disampaikan, bagian tubuh merupakan isi informasi, dan bagian penutup merupakan bagian yang mengajak pembaca untuk membeli atau berlangganan media cetak yang ditawarkan. Sebagai sebuah wacana bagian-bagian struktur wacana iklan media cetak terdiri dari bagian awal berupa judul dan atau subjudul, bagian tubuh (penjelasan), dan bagian penutup berupa penegasan dan atau tindakan. Kedua, susunan makna yang dihubungkan secara khusus dengan situasi tertentu dari

medan, pelibat, dan sarana, yakni medan wacana iklan tersebut adalah penawaran media cetak dari pihak pengiklan kepada pembaca yang dihadirkan dengan menggunakan satuan lingual sesuai dengan bidang yang menjadi penekanan. Oleh karena itu, satuan lingual yang sama belum tentu memiliki makna yang sama. Hal ini sangat tergantung pada konteksnya.

Pelibat wacana iklan tersebut adalah pengiklan dan pembaca iklan. Kedudukan pembaca secara sosial lebih tinggi dari pengiklan, pengiklan berperan sebagai penjual jasa, maka pengiklan berusaha melayani pembaca sebaik-baiknya. Sifat pengiklan mempengaruhi pembaca dan sebaliknya pembaca adalah pihak yang dipengaruhi. Pengiklan dalam wacana tersebut tersirat pada gambar media cetak yang ditawarkan, merek, alamat, dan slogan. Pembacanya dapat diklasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, agama, dan suku/kebangsaan. Sarana wacana iklan media cetak berusaha untuk mempengaruhi pembaca agar pembaca membeli atau berlangganan media yang ditawarkan. Ketiga, ciri tindak bahasa pada wacana tersebut adalah banyak tindak lokusi untuk menyatakan tindak ilokusi yang sama dan tindak lokusi dan ilokusinya sesuai dengan tindak perlokusi yang diharapkan. Keempat, wacana iklan media cetak melanggar maksim kuantitas, maksim cara, serta maksim pujian dan kerendahan hati. Pelanggaran tersebut sengaja diciptakan untuk menarik perhatian pembaca. Kelima, implikasi bagi pengajaran, yakni hasil analisis wacana mendukung kurikulum 1994 yang menggunakan pendekatan komunikatif (pragmatik).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aliran filsafat logika positivisme berpandangan bahwa suatu teori dapat dianggap benar atau salah semata-mata setelah diuji dengan data konkret. Aliran tersebut mempengaruhi studi linguistik. Dengan demikian, munculah studi yang bersifat deskriptif dan strukturalistik tentang suatu bahasa (Samsuri, 1970:99). Konsekuensi dari pernyataan tersebut adalah makna bahasa tidak dapat ditelaah secara ilmiah karena sulit diamati dan diuji secara empirik. Studi bahasa tersebut berarti lebih memperhatikan bentuk bahasa dan mengabaikan fungsi bahasa.

Sebagai reaksi atas pandangan itu, pada tahun 1970-an ancangan pragmatik mulai berkumandang di bumi linguistik (Kaswanti, 1990:10). Ancangan ini berkeyakinan bahwa bahasa adalah alat komunikasi. Hal ini berarti menolak pandangan strukturalis yang mengkaji bahasa atas strukturnya saja.

Dijelaskan pula oleh Kaswanti (1990:14) bahwa ancangan pragmatik memandang bahasa tidak dapat dipisahkan dari konteks pemakainya. Oleh karena itu, jika dibandingkan dengan analisis struktural maka analisis pragmatik memandang dua hal berikut, (1) suatu satuan lingual dapat dipakai untuk mengungkapkan sejumlah fungsi di dalam komunikasi dan (2) suatu fungsi komunikatif tertentu dapat diungkapkan dengan sejumlah satuan lingual. Sehubungan dengan hal tersebut Austin menyatakan bahwa bahasa digunakan untuk menyebut adanya suatu tindakan tertentu

sesuai dengan konteks. Bentuk bahasa yang sama menindakkan sesuatu yang berbeda, demikian juga sebaliknya suatu tindakan yang sama dapat diungkapkan dengan bahasa yang berbeda (Nababan, 1989:61).

Analisis wacana sebagai studi bahasa didasarkan pada pendekatan pragmatik berarti mengkaji wacana bahasa dalam pemakaiannya. Brown dan Yule (1983:1) menyatakan bahwa analisis wacana merupakan usaha menganalisis bahasa dalam penggunaannya sebagai alat untuk berkomunikasi. Oleh karena itu, analisis tersebut tidak terbatas pada bentuk- bentuk bahasa yang terpisah dari maksud dan fungsi bahasa, melainkan menghubungkan bentuk-bentuk tersebut dengan penggunaannya dalam berkomunikasi, yang dipengaruhi oleh hal-hal di luar kebahasaan.

Banyak ahli bahasa yang berbeda pendapat mengenai fungsi bahasa. Fungsi bahasa menurut Finocchiaro (1977) via Sumardi (1992:75) dibedakan menjadi lima bagian, yakni (1) fungsi personal, (2) fungsi interpersonal, (3) fungsi direktif, (4) fungsi referensial, dan (5) fungsi imajinatif. Fungsi personal adalah kemampuan pembicara untuk menyatakan pikiran atau perasaan. Fungsi interpersonal adalah kemampuan untuk membina dan menjalin hubungan kerja dan hubungan sosial dengan orang lain. Fungsi direktif adalah upaya untuk dapat mengajukan permintaan, saran, membujuk, dan meyakinkan. Fungsi referensial adalah kemampuan untuk menulis dan berbicara tentang lingkungan. Fungsi imajinatif adalah kemampuan untuk dapat menyusun irama, sajak tertulis maupun lisan.

Wacana iklan media cetak termasuk wacana yang memiliki fungsi direktif karena wacana tersebut berupaya membujuk dan meyakinkan pembaca. Susilo (1988:62) berpendapat bahwa wacana yang berfokus pada penerima pesan atau

pembaca disebut wacana persuasi. Keraf (1985:119) menyatakan bahwa wacana persuasi adalah suatu bentuk wacana yang bertujuan untuk mengubah pikiran pembaca agar pembaca menerima dan melakukan sesuai dengan kehendak pengiklan. Untuk mencapai tujuan tersebut para pemasang iklan memperkenalkan produk dengan menggunakan merek dagang, kemasan, dan slogan. Di samping itu pengiklan mengikat pembaca dengan produk dan janji-janji yang disertakan (Iriantara, 1993:134).

Dalam penelitian ini penulis memilih iklan media cetak karena sejauh pengamatan penulis belum ada yang meneliti. Adapun alasan penulis memilih majalah mingguan *Tempo* sebagai sumber data, (1) majalah mingguan *Tempo* merupakan salah satu majalah yang memiliki oplah besar, (2) majalah mingguan *Tempo* berlingkup nasional dengan produk bermutu tinggi untuk mencapai sasaran menengah ke atas, (3) majalah mingguan *Tempo* merupakan majalah penyedot belanja iklan terbesar dari total belanja iklan di Indonesia (Kasali, 1992:109), (4) berdasarkan pengamatan penulis majalah mingguan *Tempo* merupakan majalah yang memuat iklan penawaran media cetak terbanyak jika dibandingkan dengan majalah-majalah lain.

Setiap ilmu dalam operasionalnya berkaitan dengan ilmu lain (Pateda, 1990:19). Adapun disiplin linguistik berkaitan dengan psikologi, sosiologi, maupun pengajaran bahasa.

Pengajaran bahasa menurut kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU) 1994, berusaha mengembalikan bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi (Depdikbud, 1993:1). Pengajaran bahasa secara komunikatif ini berawal dari terjadinya perubahan tradisi pengajaran yang dikenal dengan nama *Situasional Language Teaching*

(Richards dan Rodgers, 1988:64). Dalam perkembangannya pengajaran bahasa secara komunikatif tersebut berpengaruh juga di Indonesia.

Melihat kenyataan ini analisis wacana sebagai bagian dari studi linguistik dapat memberikan masukan bagi pengajaran bahasa dengan pendekatan pragmatik yang dalam operasionalnya disajikan dalam bentuk wacana (Depdikbud, 1993:5). Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji struktur wacana, register, tindak tutur, implikatur percakapan, serta implikasinya dalam pengajaran bahasa khususnya di Sekolah Menengah Umum (SMU).

B. Rumusan Masalah

Masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah struktur wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*?
2. Bagaimanakah register wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*?
3. Apa sajakah ciri tindak tutur yang terdapat dalam wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*?
4. Bagaimanakah implikatur percakapan wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*?
5. Apa implikasi analisis wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo* dalam pengajaran bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Umum (SMU)?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wacana persuasi iklan media cetak. Tujuan-tujuan tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan struktur wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*.
2. Mendeskripsikan register wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*.
3. Mendeskripsikan ciri-ciri tindak tutur yang terdapat dalam wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*.
4. Mendeskripsikan implikatur percakapan wacana persuasi iklan media cetak pada majalah mingguan *Tempo*.
5. Mendeskripsikan implikasi analisis wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo* dalam pengajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Umum (SMU).

D. Pembatasan Istilah

Dalam penelitian ini diberikan batasan istilah-istilah sebagai berikut.

analisis: penguraian suatu hal atau pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (Depdikbud, 1988:32)

fungsi (function): penggunaan bahasa untuk tujuan tertentu (Kridalaksana, 1983:48)

fungsi komunikatif (communicative function): penggunaan bahasa untuk penyampaian informasi antara pembicara/penulis dan pendengar/pembaca (Kridalaksana, 1983:48)

iklan: berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang ditawarkan (Depdikbud, 1988:322)

konteks (context): unsur-unsur verbal yang ada di dalam teks, dan unsur-unsur non-verbal yang ada di lingkungan teks (Halliday dan Hasan, 1992:6).

pendekatan komunikatif (pragmatik): orientasi belajar mengajar bahasa yang mengaitkannya dengan konteks pemakaian bahasa (Kaswanti Purwo, 1990:31).

satuan lingual (satuan gramatik): dalam unsur bahasa; yang utama ialah morfem, kata, frase, klausa, kalimat, kelompok kalimat, paragraf, dan wacana. (Kridalaksana, 1993:191).

struktur (structure): organisasi pelbagai unsur bahasa yang masing-masing merupakan pola bermakna (Kridalaksana, 1993:203).

wacana (discourse): Tuturan beruntun yang dihasilkan dari proses komunikasi yang berkesinambungan antarpetutur, sesuai dengan konteks (Hartman dan Stork, 1976, via Baryadi, 1989:1).

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Memberikan informasi mengenai struktur, register, tindak tutur, dan implikatur percakapan yang terdapat dalam wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*.
2. Memberikan sumbangan bagi studi linguistik, khususnya studi analisis wacana karena analisis wacana persuasi iklan media cetak masih jarang dilakukan para peneliti.
3. Bagi pengajaran bahasa di Sekolah Menengah Umum (SMU) memberikan model analisis wacana sesuai dengan pendekatan pragmatik.

F. Ruang Lingkup

Banyak jenis wacana persuasi, antara lain adalah wacana iklan media cetak. Ada banyak permasalahan yang dapat dikaji dari wacana, namun peneliti akan memberi perhatian pada struktur wacana, register, tindak tutur, implikatur percakapan, serta implikasi analisis wacana dalam pengajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Umum (SMU).

Penelitian ini didasari beberapa asumsi, yakni (1) dalam mengungkapkan pesan wacana iklan media cetak memiliki struktur tertentu untuk mempermudah penyampaian pesan dan menciptakan daya tarik, (2) penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi sangat dipengaruhi konteksnya, (3) sebagai pengemban fungsi bahasa, wacana iklan media cetak diwujudkan dalam tindak tutur yang memiliki ciri tertentu.

G. Sistematika Penyajian

Penyajian hasil penelitian ini dipaparkan dalam enam bab, yakni bab I pendahuluan, bab II landasan teori, bab III metode penelitian, bab IV hasil analisis data, bab V implikasi analisis wacana bagi pengajaran bahasa, dan bab VI kesimpulan dan saran.

Bab I pendahuluan berisi (1) latar belakang masalah, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian, (4) pembatasan istilah, (5) manfaat penelitian, (6) ruang lingkup penelitian, dan (7) sistematika penyajian.

Bab II landasan teori berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni (1) wacana, (2) register, (3) tindak tutur, dan (4) implikatur percakapan.

Bab III mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan metode untuk kepentingan penelitian ini, yakni (1) jenis penelitian, (2) populasi dan sampel penelitian, (3) prosedur penelitian, (4) metode dan alat pengumpulan data, (5) metode analisis data, dan (6) metode penyajian hasil analisis data.

Hasil analisis data dan pembahasan disajikan pada bab IV. Bagian ini meliputi (1) deskripsi data dan (2) pembahasan hasil analisis data, dan implikasi dari hasil analisis data tersebut disajikan pada bab V. Selanjutnya, bab VI berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Wacana

Wacana (*discourse*), merupakan "tuturan beruntun" yang dihasilkan dari proses komunikasi berkesinambungan antarpener (Hartman dan Stork, 1976 via Baryadi, 1989:1). Pener yang satu secara berkesinambungan menyampaikan pesan (*message*) kepada pener yang lain. Pesan tersebut kadang-kadang membutuhkan tanggapan langsung, kadang-kadang tidak. Hal ini sangat tergantung konteks yang mempengaruhi proses komunikasi itu berlangsung. Jenis komunikasi tertulis tidak mungkin langsung ditanggapi secara berhadapan antarpener sebaliknya komunikasi lisan baik berhadapan langsung maupun lewat telepon ditanggapi secara langsung antarpener. Winardi (1989:363-364) berpendapat bahwa proses komunikasi dalam bidang iklan adalah pihak penjual iklan sebagai sumber komunikasi menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui macam-macam media komunikasi dalam bentuk kata-kata dan gambar yang ditujukan ke arah pembeli. Pesan- pesan diterima melalui proses *decoding*. Pihak penjual juga berusaha mendapatkan *feedback* dari pembeli guna mengetes pesan-pesannya.

Ditinjau dari kedudukannya dalam tataran lingual, wacana merupakan tataran yang tertinggi. Wacana biasanya tersusun atas satuan-satuan lingual yang ada di bawahnya, seperti kalimat, klausa, frase, kata, atau morfem. Dapat terjadi suatu wacana

hanya terdiri dari satu kalimat, atau bahkan kalimat yang tidak lengkap. Hal ini tergantung dari konteks wacana tersebut.

Dari penjelasan tersebut tampak bahwa lengkap tidaknya makna sebuah wacana sangat tergantung pada konteksnya, maka sangat tepatlah bahwa wacana merupakan satuan lingual yang paling lengkap, bukan dari segi formalnya, melainkan dari segi makna sebuah wacana. Berkaitan dengan ini, Halliday (1992:13) menyebutkan bahwa wacana (teks) sebagai bahasa yang berfungsi, yakni bahasa yang sedang melaksanakan tugas tertentu dalam konteks tertentu, yang berlainan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat lepas.

Berdasarkan media yang dipakai wacana dibedakan menjadi dua, yakni (1) wacana lisan (*spoken discourse*), dan (2) wacana tulis (*written discourse*) (Tarigan, 1987:52). Wacana lisan adalah wacana yang diwujudkan melalui bahasa lisan. Proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan adalah komunikator menyampaikan pesan verbal lisan dan komunikan menerima dengan menyimak dan mendengarkan (Tarigan, 1987:55).

Wacana tulis adalah wacana yang diwujudkan dalam bahasa tulis. Untuk menerima, memahami, dan menangkap isi, penerima harus membacanya. Dengan demikian, wacana tersebut dihasilkan oleh proses komunikasi yang searah sifatnya. Oleh karena itu, wacana tersebut sering disebut wacana monolog (Tarigan, 1987:52).

Berdasarkan langsung tidaknya, pengungkapan wacana dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni (1) wacana langsung (*direct discourse*), dan (2) wacana tidak langsung

(*indirect discourse*). Wacana langsung adalah wacana yang dibatasi oleh intonasi. Adapun wacana tidak langsung adalah pengungkapan kembali wacana tanpa mengutip harafiah kata-kata yang dipakai oleh pembicara dengan menggunakan konstruksi gramatikal atau kata tertentu, antara lain dengan klausa subordinatif, kata bahwa, dan sebagainya (Kridalaksana, 1983:179).

Berdasarkan tujuan pembuatan wacana, wacana dapat dibedakan menjadi enam belas jenis, yakni (1) wacana dialog, (2) wacana percakapan, (3) wacana eksposisi, (4) wacana epistolari, (5) wacana informatif, (6) wacana prosedural, (7) wacana persuasi, (8) wacana identitas, (9) wacana dokumentatif, (10) wacana horatori, (11) wacana lagu, (12) wacana karikatur, (13) wacana doa, (14) wacana narasi, (15) wacana puisi, dan (16) wacana humor (Baryadi, 1989:4).

Dalam makalah ini akan dikaji wacana tulis, khususnya wacana persuasi. Persuasi menurut Keraf (1985:118) adalah seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan kehendak pembicara. Fachruddin (1988:145) berpendapat bahwa wacana persuasi adalah jenis wacana untuk mengajak seseorang melakukan atau menerima sesuatu.

Wacana sebagai komunikasi berkesinambungan memiliki bagian-bagian, yakni bagian awal (*exordium*), tubuh (*informatio*), dan bagian penutup (*peroratio*) (Luxemburg, 1984:100). Setiap bagian mempunyai isi dan fungsi. Bagian awal berisi tema atau masalah pokok yang akan ditampilkan. Dalam wacana tulis bagian ini tampak pada bagian judul atau pengantar wacana yang berfungsi untuk mengikat perhatian pembaca.

Bagian tubuh wacana, berisi paparan masalah pokok yang ingin dikemukakan, dan berfungsi menyampaikan pesan atau gagasan inti dari wacana. Bagian penutup berisi kesimpulan dari keseluruhan pesan dan berupaya meringkas seluruh teks yang selaras dengan tujuan penulis dan berfungsi mengulang atau menegaskan bagian tubuh wacana.

Bagian-bagian iklan menurut Kasali (1992:82-83), yakni *headline* atau judul atau kepala tulisan, *Subheadline* atau subjudul, dan *amplifikasi* atau tubuh. Bagian *headline* atau judul atau kepala tulisan adalah bagian iklan yang berfungsi menarik perhatian pembaca. *Headline* letaknya tidak selalu pada awal tulisan, tetapi merupakan bagian pertama yang dibaca orang. *Subheadline* merupakan bagian dari *headline* yang berfungsi memperjelas *headline* atau judul. *Amplifikasi* atau *body copy* berfungsi menjelaskan *headline* maupun *subheadline*.

B. Register

Menurut Hartman dan Stork (1972:194) via Alwasilah (1985:63) register merupakan ragam bahasa yang digunakan untuk maksud tertentu, yang bidang kajiannya dibatasi dengan acuan pada pokok ujaran/pembicaraan, media/modus wacana, dan tingkat keformalan/tingkat wacana. Register yang dibatasi dengan acuan pada pokok ujaran misalnya istilah mengail, peternakan. Register yang dibatasi dengan acuan pada modus wacana misalnya bahan cetakan, surat tertulis. Adapun register yang dibatasi dengan acuan pada tingkat keformalan misalnya formal, biasa, intim. Kartomihardjo (1988:32-33) memberikan definisi senada, yakni register adalah pemakaian bahasa berdasarkan

fungsinya, misalnya pemakaian bahasa untuk upacara perkawinan berbeda dengan pemakaian bahasa untuk upacara pemakaman.

Pateda (1990:61) berpendapat bahwa register merupakan variasi bahasa jika dilihat dari segi pemakaiannya yang dihubungkan dengan pekerjaan/kegiatan seseorang. Register dapat dirinci menjadi (1) *oratorikal (frozen)*, (2) *deliberative (formal)*, (3) *consultative*, (4) *causal*, dan (5) *intime*. Register *oratorikal* dipergunakan oleh pembicara yang profesional, misalnya, tukang pidato untuk menarik perhatian. Register *deliberative* ditujukan kepada pendengar untuk memperluas pembicaraan. Baik *oratorikal* maupun *deliberative* bersifat monolog. Register *consultative* terdapat dalam transaksi perdagangan dalam dialog karena orang membutuhkan persetujuan. Register *causal* dipergunakan untuk menghilangkan rintangan-rintangan antara dua orang yang berkomunikasi. Adapun register *intime* dipergunakan dalam suasana kekeluargaan. Menurut Yule via Susilo (1988:41) register adalah ragam bahasa yang ditentukan oleh penggunaannya di dalam situasi khas untuk maksud tertentu, misalnya ragam bahasa pers, ragam bahasa administrasi, ragam bahasa kedokteran, ragam bahasa pendidikan.

Menurut Halliday (1992:53), register merupakan susunan makna yang dihubungkan secara khusus dengan situasi tertentu dari 'medan' (*field*), 'pelibat' (*tenor*), dan 'sarana' (*mode*).

Medan wacana (*field*) menunjuk pada hal yang sedang terjadi, sifat tindakan sosial yang sedang berlangsung: apa yang sedang disibukkan oleh para pelibat. Pelibat wacana (*tenor*) menunjuk pada orang-orang yang mengambil bagian, sifat para pelibat,

kedudukan dan peranan mereka: jenis-jenis hubungan peranan diantara para pelibat. Adapun yang dimaksud dengan sarana wacana (*mode*) menunjuk pada bagian yang diperankan bahasa dalam situasi itu: organisasi simbolik teks, kedudukan yang dimilikinya, dan fungsinya dalam konteks, termasuk salurannya (tertulis, lisan, dan gabungan keduanya), dan mode retoriknya, yakni apa yang akan dicapai teks berkenaan dengan pokok pengertian.

Dari pendapat-pendapat itu dapat disimpulkan bahwa pada intinya yang dimaksud dengan register adalah konteks situasi dari teks. Penelitian ini mengacu pada pendapat Halliday karena ia memberikan uraian yang lebih rinci dan lebih lengkap.

C. Tindak Tutur (*Speech Acts*)

Tindak tutur adalah kenyataan berbahasa, di mana pada saat pembicara mengucapkan sesuatu, ia sebenarnya melakukan sesuatu kepada mitra bicarannya. Tentang hal ini Tarigan (1966:33) memberikan batasan: “telaah mengenai bagaimana cara kita melakukan sesuatu dengan memanfaatkan kalimat-kalimat”.

Teori tindak bahasa dikembangkan oleh Austin, seorang ahli filsafat Inggris, sekitar tahun 1963. Dalam bukunya yang berjudul *How to Do Things with Words*, Austin membedakan tiga jenis tindak bahasa, yakni lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Tarigan, 1986:109). Tindak lokusi merupakan tindak tutur yang mengaitkan suatu topik dengan keterangan dalam suatu ungkapan, seperti hubungan subjek dan predikat. Tindak ilokusi mengacu pada pengucapan suatu pernyataan, pertanyaan, tawaran, dan

sebagainya. Tindak perlokusi merupakan hasil atau efek yang timbul pada diri pendengar (mitra bicara) sesuai dengan situasi dan kondisi pengucapan kalimat itu (Nababan, 1989:18). ✓

Searle (1969), dikutip juga oleh Leech (1933: 164), memberikan klasifikasi tindak ilokusi menjadi lima jenis berdasarkan berbagai kategori. Pertama, asertif (*assertives*): ilokusi ini terikat pada kebenaran preposisi yang diungkapkan, misalnya membual, mengeluh, menyatakan. Tindak ilokusi ini dapat dimasukkan pada kategori kerja sama. Dari segi sopan santun tindak ilokusi ini cenderung netral. Dari segi semantik ilokusi ini bersifat preposisional. Kedua, direktif (*directives*): ilokusi ini bertujuan menghasilkan suatu efek berupa tindakan yang dilakukan oleh petutur, misalnya memerintah, memesan, memohon. Kategori ini dapat dimasukkan pada kategori kompetitif. Ketiga, komisif (*commissives*): ilokusi ini terikat pada tindakan dimasa depan, misalnya menawarkan, menjanjikan. Ilokusi ini cenderung bersifat menyenangkan, kurang kompetitif, dan mengacu pada kepentingan petutur. Keempat, ekspresif (*expressives*): ilokusi ini berfungsi mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi, misalnya memberi maaf, memuji. Kelima, deklaratif (*declarations*): berhasilnya tindak lokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi preposisi dan realitas, misalnya mengundurkan diri, memecat.

D. Implikatur Percakapan

Menurut Grice (1957) seperti dikutip Nababan (1989: 31-33) dalam teori penggunaan bahasa dikembangkan konsep implikatur. Dalam konsep ini ada seperangkat asumsi yang melingkupi dan mengatur kegiatan percakapan sebagai suatu tindakan berbahasa. Seperangkat asumsi tersebut adalah kerjasama yang diperlukan untuk dapat menggunakan bahasa secara berhasil guna (efektif) dan berdaya guna (efisien). Perangkat tersebut terdiri atas empat aturan percakapan (*maxims of conversation*) mendasar dan dipandang sebagai dasar-dasar umum (*general principles*) yang mendasari kerja sama penggunaan bahasa. Keempat aturan tersebut secara keseluruhan disebut dasar kerja sama (*cooperative principle*) yang mencakup maksim kuantitas, kualitas, hubungan, dan cara.

Maksim kuantitas menyarankan pemberian informasi secukupnya, maksim kualitas menyarankan pemberian pernyataan yang sebenarnya, maksim hubungan menyarankan memberikan pernyataan yang relevan, dan maksim cara menyarankan memberikan pernyataan secara jelas dan mudah ditangkap.

Prinsip sopan-santun ditambahkan oleh Leech (1993: 206-207) untuk melengkapi prinsip kerja sama yang telah dikemukakan oleh Grice. Dasar kesopanan ini mencakup enam maksim yakni, maksim kebijaksanaan, kedermawanan, penghargaan, kesederhanaan, permufakatan, dan simpati.

Maksim kearifan (*tact maxim*) menyarankan untuk tidak merugikan mitra bicara, maksim kedermawanan (*generosity maxim*) menyarankan untuk tidak mengorbankan

mitra bicara, maksim pujian (*approbation maxim*) menyarankan untuk memberikan pujian kepada mitra bicara, maksim kerendahan hati (*modesty maxim*) menyarankan untuk mengurangi cacian kepada mitra bicara, maksim kesepakatan (*agreement maxim*) menyarankan untuk mengurangi ketidaksepakatan dengan mitra bicara, dan maksim simpati (*sympathi maxim*) menyarankan untuk mengurangi antipati pada mitra bicara.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memerikan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada. Dalam hal ini dideskripsikan wacana persuasi mengenai iklan penawaran media cetak pada majalah mingguan *Tempo*. Dalam penelitian ini akan dideskripsikan struktur wacana, register, ciri tindak tutur, serta implikatur percakapan. Pendeskripsian hal-hal tersebut berdasarkan data yang ada yang selanjutnya ditafsirkan oleh peneliti berdasarkan konteksnya.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah tuturan yang ada atau diadakan, baik kemudian yang terpilih sebagai sampel maupun yang tidak, sebagai satu kesatuan. Tuturan yang terpilih karena dianggap representatif atau dipandang cukup mewakili populasi disebut sampel. Sampel itulah yang menjadi objek sasaran penelitian yang sebenarnya (Sudaryanto, 1988:21). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan wacana persuasi iklan penawaran media cetak pada majalah mingguan *Tempo*.

Mengingat banyaknya wacana tersebut, untuk kepentingan penelitian ini diperlukan sampel, yakni wacana-wacana yang representatif dan mewakili populasi. Sampel yang digunakan adalah wacana persuasi iklan penawaran media cetak pada

majalah mingguan *Tempo* bulan Januari 1990 sampai dengan bulan Januari 1992. Pemilihan sampel tersebut didasarkan dua alasan, yakni (1) majalah mingguan *Tempo* pada bulan-bulan tersebut mudah didapatkan, dan (2) kebaruan majalah merupakan penyempurnaan dari penerbitan sebelumnya.

C. Prosedur Penelitian

Penelitian ini, menapaki tiga tahapan strategis, yakni tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap pemaparan hasil analisis data. Pembagian tersebut dikatakan menurut tahapan strategis karena terkumpulnya data merupakan tahapan strategis pertama, sedangkan teranalisisnya data serta dipaparkannya hasil pengolahan data itu berturut-turut merupakan tahapan strategis kedua dan ketiga (Sudaryanto, 1992:57).

D. Metode dan Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak. Metode simak adalah salah satu metode pengumpulan data yang berupa penyimakian terhadap pemakaian bahasa (Sudaryanto, 1988:2). Menyimak di sini dapat diartikan mengamati dengan teliti penggunaan bahasa.

Untuk melaksanakan metode simak dipergunakan teknik sadap. Teknik sadap adalah kegiatan menyadap penggunaan bahasa (Sudaryanto, 1993:133). Teknik tersebut dilakukan dengan cara mencari, menemukan, mengumpulkan, dan memotong-motong wacana iklan. Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik catat, yakni peneliti mencatat penggunaan bahasa.

Alat pengumpulan data yang digunakan majalah mingguan *Tempo* bulan Januari 1990 sampai dengan bulan Januari 1992. Sebagai alat pengumpulan data, majalah mingguan *Tempo* tersebut berfungsi sebagai sumber data, yakni data tertulis. Dua alasan pemilihan sumber data tersebut, yakni berkaitan dengan pemilihan majalah dan penggunaan bahasa. Berkaitan dengan pemilihan majalah, majalah tersebut memiliki oplah besar dan memuat iklan penawaran media cetak terbanyak jika dibandingkan dengan majalah-majalah lain. Berkaitan dengan penggunaan bahasa, iklan penawaran media cetak pada majalah mingguan *Tempo* banyak menggunakan bahasa sesuai dengan bidang pemakaiannya, misalnya penggunaan bahasa dalam bidang ekonomi, hukum, politik.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode agih dan metode padan. Metode agih adalah metode analisis data yang menggunakan alat penentu bahasa itu sendiri. Adapun metode padan adalah metode analisis data yang menggunakan alat penentu di luar kebahasaan (Sudaryanto, 1993:13-15).

Pelaksanaan metode agih menggunakan teknik bagi unsur langsung. Teknik bagi unsur langsung adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan cara membagi satuan lingual yang dianalisis menjadi bagian-bagian yang lebih kecil. Dasar yang digunakan untuk membagi satuan lingual adalah jeda (Sudaryanto, 1993:31). Teknik bagi unsur langsung digunakan untuk melihat bagian-bagian wacana yaitu bagian awal, tubuh, dan penutup. Hal ini dapat dilihat dengan memperhatikan unsur-unsur

kebahasaan yang digunakan dan kaitan antara unsur kebahasaan yang satu dengan yang lain.

Metode padan merupakan metode analisis data yang alat penentunya di luar unsur kebahasaan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, yang dimaksud dengan unsur-unsur tersebut adalah unsur-unsur yang mempengaruhi proses komunikasi. Halliday (1992: 16-17) menyebutnya sebagai konteks situasi, yakni dengan melihat medan (*field*), pelibat (*tenor*), dan sarana (*mode*). Dengan kata lain metode padan digunakan untuk melihat register yang digunakan dalam wacana iklan media cetak.

Adapun teknik yang digunakan dari metode padan dalam penelitian ini adalah teknik referensial dan teknik pragmatis. Teknik referensial digunakan dengan menunjuk kenyataan bahasa. Teknik ini khususnya berkaitan dengan upaya mendeskripsikan ciri tindak tutur dan implikatur percakapan dalam wacana tersebut. Jadi, dari suatu bentuk kebahasaan dapat dipadankan dengan hal yang ada di balik pemakaian bahasa tersebut (Sudaryanto, 1993:15). Teknik yang kedua adalah teknik pragmatis. Teknik pragmatis adalah teknik analisis data dengan menghubungkan bentuk kebahasaan dengan pemakai bahasa (Sudaryanto, 1993:15). Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah hubungan antara bentuk kebahasaan dengan pembuat iklan dan pembaca.

F. Metode Penyajian Hasil Analisis Data

Hasil analisis data disajikan dengan menggunakan metode informal. Metode informal adalah metode penyajian data dengan menggunakan kata-kata biasa, dalam arti tidak menggunakan rumus atau lambang-lambang (Sudaryanto, 1993:145).

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Wacana iklan media cetak adalah wacana yang menawarkan sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala. Wacana iklan media cetak merupakan wacana persuasi bila ditinjau dari segi isi dan tujuannya. Ditinjau dari isinya wacana iklan media cetak berisi iklan yang menawarkan media massa dalam bentuk surat kabar atau majalah. Surat kabar atau majalah yang ditawarkan melalui wacana iklan media cetak hadir dalam berbagai bentuk yang dibedakan menurut frekuensi penerbitan, lingkup sirkulasi, dan kebijakan editorialnya.

Majalah mingguan *Tempo* edisi bulan Januari 1990 sampai dengan bulan Januari 1992, memuat wacana iklan media cetak dalam bentuk surat kabar dan majalah yang dapat diklasifikasikan juga menurut frekuensi penerbitan, lingkup sirkulasi, dan kebijakan editorialnya. Frekuensi penerbitan surat kabar dibedakan menjadi dua, yakni harian dan mingguan, frekuensi penerbitan majalah dibedakan menjadi tiga, yakni mingguan, dwimingguan, dan bulanan. Sirkulasi penerbitan surat kabar dan majalah dibedakan menjadi dua, yakni berlingkup daerah dan nasional. Berdasarkan kebijakan editorialnya surat kabar dibedakan menjadi tiga, yakni surat kabar yang berisi berita (*Akcaya, Mamuntung, Fajar, Jawa Pos, Harian Kartika, Manado Pos, Riau Pos*), surat kabar dalam bidang ekonomi (*Suara Indonesia, Bali Pos, Harian Ekonomi Neraca*), dan surat kabar dalam bidang olah raga (*Bola*). Berdasarkan

kebijakan editorialnya majalah diklasifikasikan sebagai berikut, yakni majalah ekonomi (*Bisnis Indonesia, Swasembada, Warta Ekonomi, Infobank, Eksekutif*), hukum (*Forum Keadilan*), keagamaan (*Amanah, Adzan*), kedirgantaraan (*Angkasa*), kesehatan (*Higine, Majalah Dokter Keluarga, Medika, Panasea*), perkawinan (*Mahkota*), psikologi (*Anda, Fakta Plus, Tiara*), ilmu pengetahuan dan teknologi (*Akutahu, Mobil dan Motor*), wanita (*Kartini, Suasana*), pria (*Matra*), sosial, ekonomi, dan politik (*Prisma*), berita (*Tempo*), supranatural (*Liberty*), hiburan (*Humor*), dan prestasi (*Populer*). Perhatikan contoh wacana berikut.

(1)

ManuntunG

Sudah Empat Orang yang meninggal

Satu-satunya Harian Pagi di Kalimantan Timur

Masyarakat Kalimantan Timur kini telah memiliki koran pagi yang selalu hangat dan aktual.

Terbit tetap setiap pagi...

Berita regionalnya lengkap.
Berita nasionalnya hangat.
Berita internasionalnya padat.

ManuntunG

Paling tepat sebagai media promosi yang efektif bagi bisnis Anda di daerah Kalimantan Timur

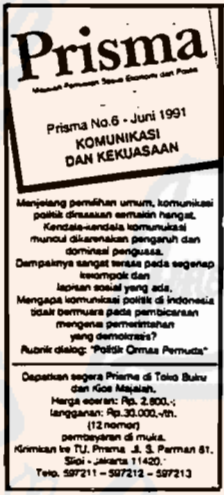
Hubungi Bagian Pemasaran kami:
J. Jend. Sudirman No. 32, Balikpapan
Telp. (0542) 35359 (Punting)
Fax. (0542) 35242

(Tempo, 31 Oktober 1992)

Wacana (1) menawarkan surat kabar harian *Manuntung* yang terbit setiap pagi hari, sirkulasi di daerah Kalimantan Timur, dan jika ditinjau dari kebijakan editorialnya berisi berita hangat internasional, nasional, maupun regional.

Ditinjau dari tujuan penulisan iklan, iklan penawaran media cetak bertujuan untuk mempengaruhi pembaca agar pembaca tergerak membelinya. Tujuan pengiklan ini tersirat dalam bentuk nama majalah/surat kabar, kebijakan editorial, harga majalah, waktu terbit/edisi/waktu beredar, isi majalah/surat kabar dan cara mendapatkan. Perhatikan contoh wacana berikut.

(2)



Prisma
Majalah Pemikiran, Sastra, Ekonomi dan Politik

Prisma No. 6 - Juni 1991
**KOMUNIKASI
DAN KEKUASAAN**

Menjelang pemilihan umum, komunikasi politik dirasakan semakin hangat. Kendala-sandala komunikasi muncul dikarenakan pengaruh dan dominasi penguasa. Dampaknya sangat terasa pada segmen kelompok dan lapisan sosial yang ada. Mengapa komunikasi politik di Indonesia tidak bermula pada pembahasan mengenai pemerintahan yang demokratis? Rubrik dialog: "Politik Ormas Pemuda"

Dapatkan segera Prisma di Toko Buku dan Kios Majalah.
Harga eceran: Rp. 2.800,-
langganan: Rp. 30.000,-/th.
(12 nomor)
pembayaran di muka.
Kirimkan ke TU, Prisma, J. S. Parman 81,
Slipi - Jakarta 11420.
Telp. 597211 - 597212 - 597213

(Tempo, 20 Juli 1991)

Wacana (2) menawarkan majalah *Prisma*. kebijakan editorial yang menjadi penekanan adalah masalah-masalah sosial, ekonomi, dan politik. Majalah tersebut edisi keenam yang terbit bulanan, yakni pada bulan Juni 1991. Berisi masalah komunikasi dan kekuasaan, dengan harga eceran Rp 2. 800, harga langganan Rp. 30. 000/th. untuk (12 nomor). Dapat diperoleh di toko/kios majalah, atau dapat juga melalui TU. Prisma dengan alamat Jl. S. Parman 81, Slipi-Jakarta 11420, Telp. 597211-597212-597213. Penampilan nama majalah dengan ukuran besar dan warna mencolok

membuat pembaca tertarik dan ingin tahu lebih lanjut tentang majalah tersebut. Penulisan harga menunjuk khalayak/pembaca dari lapisan sosial ekonomi tertentu. Kebijakan editorial yang menjadi penekanan, memberi petunjuk kepada pembaca yang menaruh minat pada permasalahan-permasalahan sosial, ekonomi, dan politik. Penulisan cara mendapatkan, memberikan kemudahan kepada pembaca untuk memperoleh majalah tersebut.

Dari deskripsi data tersebut dapat dilihat lebih jauh beberapa hal, yakni mengenai struktur wacana, register, ciri tindak tutur, dan implikatur percakapan.

B. Analisis Data

Wacana iklan penawaran media cetak merupakan wacana persuasi yang berupaya mempengaruhi pembaca sehingga pembaca membeli atau berlangganan media cetak tersebut. Upaya pengiklan dalam mempengaruhi pembaca ditunjukkan dengan penyajian iklan yang menyangkut struktur, penggunaan bahasa, dan ciri tindak tutur. Wacana iklan penawaran media cetak memiliki struktur tertentu, penggunaan bahasa disesuaikan dengan konteksnya, dan tindak bahasanya pun memiliki ciri-ciri tertentu yang berbeda dengan wacana- wacana lain.

1. Struktur Wacana

Berdasarkan isi dan fungsinya struktur wacana iklan media cetak terdiri dari tiga bagian, yakni (1) bagian awal, (2) tubuh, dan (3) penutup. Wacana iklan media cetak menampilkan bagian-bagian seperti bagian awal (judul, subjudul), bagian

tubuh (penjelasan), bagian penutup (penegasan, tindakan). Bagian tubuh wacana merupakan bagian yang harus ada, sedangkan bagian awal dan penutup bersifat manasuka.

a. Bagian Awal

1). Judul

Bagian awal wacana berupa judul dan atau subjudul. Judul wacana berisi nama media cetak, ajakan, janji, pemberitahuan dan manfaat membaca majalah/surat kabar dan berfungsi menarik perhatian pembaca. Perhatikan contoh wacana berikut.

(3)



Pulau Bali, Primadona Bisnis Wisata

Hanya Bali Post menjadikan Bali dan Nusa Tenggara
dekat di hati dan di mata Anda
Dan Peluang bisnis pun di tangan Anda

Harian Pagi
Bali Post
Membuka Peluang Bisnis

● KANTOR PUSAT : J. KEPUNDUNG 57 A DENPASAR P.O.BOX : 10 DENPASAR 80001 TELPON : 25754-25755 - 22527
FAX : 27418. TELEX : 35191 Dpnm A
● KANTOR PERWAKILAN JAKARTA : J. CILILIN 1814. TELPON 7288913 JAKARTA SELATAN

(Tempo, 13 Januari 1990)

Contoh wacana (3) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

- (3a). "Pulau Bali, Primadona Bisnis Wisata
- (3b). Hanya Bali Post menjadikan Bali dan Nusa Tenggara dekat di hati dan di mata Anda Dan Peluang bisnis pun di tangan Anda
- (3c). **Harian Pagi**
Bali Post
Membuka Peluang Bisnis
- (3d). Kantor Pusat: Jl. Kepundung 67 A Denpasar PO. BOX: 10 Denpasar 80001 Telpon: 25764-25765-22937 Fax. 27418. Telex 35191 . Kantor Perwakilan Jakarta: Jl. Cililin III/14 Telpon 7398913 Jakarta Selatan".

Bagian (3a) merupakan awal wacana yang berupa judul, (3b) penjelasan, (3c) dan (3d) penutup. Penutup pada contoh wacana di atas berupa penegasan dan tindakan, yakni (3c) penegasan, dan (3d) tindakan. Bagian awal berisi janji atau manfaat membaca harian pagi Bali Post. Dengan membaca harian pagi tersebut pembaca menemukan bacaan penting, terkenal, dan bermanfaat dalam kaitannya dengan bisnis wisata. Bagian awal tersebut berfungsi untuk menarik perhatian pembaca sehingga pembaca berkeinginan untuk membaca kelanjutannya. Upaya menarik perhatian pembaca ditunjukkan dengan warna dan bentuk huruf serta pilihan kata yang menimbulkan rasa ingin tahu pembaca.

2). Subjudul

Subjudul dalam wacana iklan media cetak bersifat manusuka.

Subjudul berisi penjabaran judul dan berfungsi memperjelas judul.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(4)

Sejarah Baru
350.000
Eksemplar

Prestasi Prestisius dari Jawa Timur

Sejarah baru telah diukir. Jawa Pos dengan mantap, mengukuhkan diri, menjadi satu-satunya koran luar Jakarta yang terbesar. Dengan oplah lebih dari 350.000 eksemplar (per September 1988) dan tampil berwarna setiap pagi, Jawa Pos tersebar di lebih dari 150 kota di Indonesia Timur. Suatu bukti bahwa manajemen baru, dengan semangat baru, telah memberi kebanggaan baru bagi pembaca Jawa Timur yang melahirkan dan membesarkan Jawa Pos.

Kantor:
Jl. Kembang Jepun No. 167 - 169,
Telepon (031) 20169, 22393, 26493.
Jl. Yos Sudarso 1 A,
Telepon (031) 44942, 513818, 513819,
Surabaya.

Perwakilan:
Jl. Prapanca Raya No. 40,
Telepon (021) 7204128, 7204617, 7204618,
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Jawa Pos
Padat, hangat, dan akurat.

(Tempo, 27 Juni 1992)

Contoh wacana (4) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(4a). "Sejarah Baru 350. 000 eksemplar

(4b). Prestasi Prestisius dari Jawa Timur

(4c). Sejarah baru telah diukir. Jawa Pos dengan mantap. mengukuhkan diri, menjadi satu-satunya koran luar Jakarta yang terbesar. Dengan oplah lebih dari 350. 000 eksemplar (per September 1988) dan tampil berwarna setiap pagi, Jawa Pos tersebar di lebih dari 150 kota di Indonesia Timur. Suatu bukti bahwa manajemen baru, dengan semangat baru, telah memberi kebanggaan baru bagi pembaca Jawa Timur yang melahirkan dan membesarkan Jawa Pos.

(4d). Kantor: Jl. Kembang Jepun No. 167 - 169, Telepon (031) 20169, 22395, 26493. Jl. Yos Sudarso I A, Telepon (031) 44942, 513818, 513819. Perwakilan: Jl. Prapanca Raya No. 40, Telepon (021) 7204128, 7204617, 7204618, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

(4e). Jawa Pos
Padat, hangat, dan akurat"
gambar harian *Jawa Pos*

Bagian (4a) merupakan judul, (4b) subjudul, (4c) penjelasan , (4d) tindakan, dan (4e) penegasan. Subjudul pada contoh wacana tersebut menjabarkan judul yang dimaksud, yakni harian *Jawa Pos* menunjukkan prestasi besar untuk daerah Jawa Timur dalam jumlah oplah yang mencapai lebih dari 350.000 eksemplar. Dengan demikian, subjudul tersebut berfungsi memperjelas judul yang masih tersirat.

b. Bagian Tubuh atau Penjelasan

Bagian tubuh atau penjelasan merupakan bagian yang pokok, maka harus ada dalam wacana iklan media cetak. Bagian tubuh berisi penjelasan bagian awal dan berfungsi memberikan informasi secara lengkap, serta berupaya membangun kepercayaan pembaca. Perhatikan contoh wacana berikut.

(5)



ManuntunG

Satu-satunya Harian Pagi di Kalimantan Timur

Masyarakat Kalimantan Timur kini telah memiliki koran pagi yang selalu hangat dan aktual. Terbit tetap setiap pagi... Berita regionalnya lengkap. Berita nasionalnya hangat. Berita internasionalnya padat.

ManuntunG

Paling tepat sebagai media promosi yang efektif bagi bisnis Anda di daerah Kalimantan Timur

Hubungi Bagian Pemasaran kami:
 Jl. Jend. Sudirman No. 82, Balikpapan
 Telp. (0542) 35359 (hunting)
 Fax. (0542) 35242

(Tempo, 31 Oktober 1992)

Contoh wacana (5) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(5a). "Manuntung

(5b). Gambar pulau Kalimantan dan harian *Manuntung* Satu-satunya Harian Pagi di Kalimantan Timur

(5c). Masyarakat Kalimantan Timur kini telah memiliki koran pagi yang selalu hangat dan aktual. Terbit tetap setiap pagi. Berita regionalnya lengkap. Berita nasionalnya hangat. Berita internasionalnya padat. **Manuntung**. Paling tepat sebagai media promosi yang efektif bagi bisnis Anda di daerah Kalimantan Timur.

(5d). Hubungi Bagian Pemasaran Kami: Jl. jend. Sudirman No. 82. Balikpapan Telp. (0542) 35359 (hunting). Fax. (0542) 35242".

Bagian (5a) merupakan awal wacana yang berupa judul, (5b) subjudul, (5c) tubuh, dan (5d) penutup yang berupa tindakan. Bagian Tubuh berisi penjelasan bagian awal yang berupa judul, yakni harian *Manuntung* merupakan harian daerah Kalimantan Timur yang memuat berita-berita regional, nasional, internasional yang hangat dan aktual.

c. Bagian Penutup

Bagian penutup wacana iklan media cetak bersifat manasuka. Bagian ini dibedakan menjadi dua, yakni bagian penegasan dan tindakan.

1). Penegasan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(6)

YANG PERTAMA
DIPILIH DAN DIBACA
DI DAERAH RIAU !

Riau

Wapres Ungkapkan
Korupsi Rugin
Negara

Pos

Hestan Sebaiknya
di Obrak Jang

Setiap pagi, setiap hari masyarakat di seluruh pekaok negeri Riau menyimak berita Internasional, Nasional melalui Harian Riau Pos, tampil lebih hangat, akrab dan akurat.

Maka kini sudah saatnya Anda mempercayaikan Harian Riau Pos sebagai media promosi yang efektif bagi usaha Anda untuk daerah Riau.

Harian Pagi

Riau Pos
hangat, akrab dan akurat

Hubangi Bagian Penasaran :
Jl. Cempaka 34 B. Telp. 32360
Pekanbaru-Riau
Perwakilan Jakarta :
Jl. Jeruk Perut Cg. Al-Ma'arif 4. Telp.
7805531. Cilandak. Pe.Minggu
Jakarta Selatan

(Tempo, 13 April 1991)

Contoh wacana (6) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(6a). "YANG PERTAMA DIPILIH DAN DIBACA DI DAERAH RIAU!

(6b). Gambar harian *Riau Pos*

(6c). Setiap pagi, setiap hari masyarakat diseluruh pelosok negeri Riau menyimak berita Internasional, Nasional melalui Harian Riau Pos, tampil lebih hangat, akrab dan akurat. Maka kini sudah saatnya Anda mempercayakan harian pagi Riau Pos sebagai media promosi yang efektif bagi usaha Anda untuk daerah Riau.

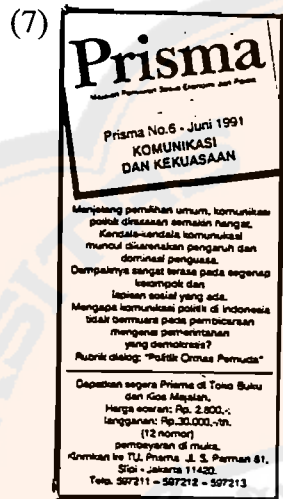
(6d). Harian Pagi
Riau Pos
hangat, akrab, dan akurat

(6e). Hubungi bagian Pemasaran: Jl. Cempaka 34 B. Telp. 32360 Pekanbaru-Riau. Perwakilan Jakarta: Jl. jeruk Perut Gg. Al-Ma'ruf 4. Telp. 7805531. Cilandak, Ps.Minggu. Jakarta Selatan".

Bagian (6a) merupakan judul, (6b) subjudul, (6c) penjelasan, (6d) penegasan, dan (6e) tindakan. Penegasan wacana tersebut merupakan kesimpulan dari keseluruhan wacana dan berfungsi mempertegas yang diiklankan. Dengan membaca bagian penegasan pembaca diyakinkan akan kelebihan harian *Riau Pos* yang memuat berita-berita aktual, dekat dengan masyarakat dan nyata.

2). Tindakan

Bagian tindakan berisi alamat dan cara mendapatkan serta berfungsi mendorong pembaca agar berlangganan majalah atau surat kabar yang diiklankan. Perhatikan contoh wacana berikut.



(Tempo, 20 Juli 1991)

Contoh wacana (7) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(7a) "Prisma, Majalah Pemikiran Sosial Ekonomi dan Politik

(7b). Prisma No. 6 Juni 1991, Komunikasi dan kekuasaan
Menjelang pemilihan umum, komunikasi politik dirasakan semakin hangat. kendala-kendala komunikasi muncul dikarenakan pengaruh dan dominasi penguasa. Dampaknya sangat terasa pada segenap kelompok dan lapisan sosial yang ada. Mengapa komunikasi politik di Indonesia tidak bermuara pada pembicaraan mengenai pemerintahan yang demokratis? Rubrik dialog: "Politik Ormas Pemuda".

(7c). Dapatkan segera Prisma di Toko Buku dan kios Majalah. Harga eceran: Rp. 2.800, langganan: Rp. 30.000/th (12 nomor). Pembayaran di muka. Kirimkan ke TU. Prisma Jl. S. Parman 61. Slipi-Jakarta 11420, Telp. 597211-597211-597213"

Bagian (7a) merupakan judul, (7b) penjelasan, dan (7c) tindakan. Tindakan dalam contoh wacana tersebut berisi alamat dan cara mendapatkan, yakni bila ingin mendapatkan majalah tersebut dapat mencari di toko buku, kios majalah, atau dapat juga menghubungi alamat /nomor telpon TU. Prisma, Jl. S. Parman 61. Slipi Jakarta 11420. Telp. 597211-597212-597213, dengan harga eceran Rp. 2. 800 atau Rp. 30. 000/th. (12 nomor).

Berikut ini disajikan bagan struktur wacana berdasarkan isi dan fungsinya.

Bagan 1. Struktur Wacana Berdasarkan Isi dan Fungsinya

Bagian	Isi	Fungsi
<u>Awal</u>		
- judul *	- nama media cetak, janji, pemberitahuan, manfaat, ajakan	- menarik perhatian
- subjudul *	- penjabaran judul	- memperjelas judul
<u>Tubuh</u> (penjelasan)	- penjelasan bagian awal	- memberikan informasi secara lengkap dan membangun kepercayaan pembaca
<u>Penutup</u>		
- penegasan *	- kesimpulan	- mempertegas yang diiklan-kan
- tindakan *	- alamat dan cara mendapatkan	- mendorong pembaca untuk berlangganan

Bagan di atas menunjukkan struktur wacana berdasarkan isi dan fungsinya.

Struktur wacana terdiri dari bagian awal berupa judul dan atau subjudul, bagian

tubuh atau penjelasan, dan bagian penutup berupa penegasan dan atau tindakan. Masing-masing bagian memiliki isi dan fungsi. Bagian yang bertanda bintang (*), bersifat manasuka (kadang-kadang ada, kadang-kadang tidak ada).



2. Macam-macam Struktur Wacana

Struktur wacana iklan penawaran media cetak dibedakan menjadi dua yakni, struktur wacana lengkap dan tidak lengkap. Masing-masing jenis memiliki unsur-unsur pembentuk yang berbeda.

a. Struktur Wacana Lengkap

- 1). Wacana Berstruktur Judul, Subjudul, Penjelasan, Penegasan, dan Tindakan

Perhatikanlah contoh wacana berikut.

(8)

GERRR...

**Segera hadir
sahabat yang Anda perlukan untuk membuat
Anda yang sibuk tetap senyum.**

HumOr

MAJALAH GERRR NASIONAL

HumOr, satu-satunya majalah humor di Indonesia, datang dengan konsep dan penampilan baru, untuk mengial hidup Anda dengan humor-humor segar. Penuh gerrr...

HumOr versi baru didukung kartunis-kartunis ternama: Dwi Koendoro, Noni-O, Johnny Hidayat, dan lain-lain. Juga humors-humors intelektual seperti Jaya Suprana, Emma Ainun Najib, Putu Wijaya, Darmanto Jatman, Arwan Setiawan, Darminto M. Sudarno, Permadi, SH dan lain-lain. Jaminan untuk membuat HumOr lebih lucu, lebih bermutu.

Setiap nomor HumOr menampilkan rubrik-rubrik kocak, anedot, satire, cerita-cerita lucu, dan kartun-kartun penggocok perut.

Dengan menu utama • Wawancara • Legenda Sawungkampret vs Jan Pieterzoon Coen • Zaman Edan • Jaya Bertanya Suprana Menjawab • Senyum di Kolom • Ilmu Ketahuan • Reotase • Eksagogisip • Humoroskop • Resangsi Film • Do It Your Self (Baca : Duit-durmu sendiri) • SDBS • Anehdot • Pokoknya Tokoh • Dan puluhan rubrik/artikel/kartun kocak lainnya. Semuanya penuh gerrr...

Tampil dengan 76 halaman, (16 halaman berwarna) terbit 2 kali sebulan tiap hari Rabu, minggu kedua dan keempat.

Harga Rp 1.700,-/kontan.

No. Perdana Beredar
10 Oktober 1990

HumOr
Bacaan santai untuk orang sibuk

Didukung oleh Manajemen Grup TEMPO
Alamat Redaksi - Iklan - Sirkulasi :
Kompleks Buncit Raya Permai Kaw 1,
Jl. Warung Buncit Raya, Jakarta 12550.
Telepon : 7804325 - 7802215 - 7801660
Faksimilis : 3478 Jakarta 10002



(Tempo, 13 Oktober 1990)

Contoh wacana iklan media cetak (8) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(8a). "Gerrr

(8b). Segera hadir sahabat yang Anda perlukan untuk membuat Anda yang sibuk tetap senyum.

(8c). Humor

Majalah Gerrr Nasional

Humor satu-satunya majalah humor di Indonesia, datang dengan konsep dan penampilan baru, untuk mengisi hidup Anda dengan humor-humor segar. Penuh gerrr...

Humor, versi baru didukung kartunis-kartunis ternama: Dwi Koendoro, Non-O, Johnny Hidayat, dan lain-lain. Juga humoris-humoris intelektual seperti Jaya Suprana, Emha Ainun najib, Putu Wijaya, Darmanto Jatman, Arwah Setiawan, Darminto M, Sudarno, Permadi, SH dan lain-lain. jaminan untuk membuat humor lebih lucu, lebih bermutu.

Setiap nomor humor menampilkan rubrik-rubrik kocak, anekdot, satire, cerita-cerita lucu, dan kartun-kartun pengocok perut.

Dengan menu utama *Wawancara *legenda Sawungkampret vs Jan Pieterszoon Coen *zaman Edan *Jaya Bertanya Suprana Menjawab *Senyum di Kolom * Ilmu Ketahuan *Repotase *Eksegosip *Humoroskop *Resangsi Film * Do it Your Self (Baca: Duit-duitmu sendiri) *SDSB *Anekdot *Pokoknya Tokoh *Dan puluhan rubrik/artikel/kartun kocak lainnya. Semuanya penuh gerrr...

Tampil dengan 76 halaman, (16 halaman berwarna) terbit 2 kali sebulan tiap hari Rabu, minggu kedua dan keempat.

Harga Rp 1.700,- kontan.

No. Perdana Beredar

10 Oktober 1990

(8d). Humor

Bacaan santai untuk orang sibuk

- (8e). Didukung Oleh Manajemen Grup TEMPO
Alamat Redaksi - Iklan - Sirkulasi:
Kompleks Buncit Raya Permai Kav 1
Jl. Warung Buncit Raya. Jakarta 12550.
Telepon: 7804325 - 780 2215- 78016660
Tromolpos; 3476 Jakarta 10002"

Bagian (8a) merupakan judul, (8b) subjudul, (8c) penjelasan, (8d) penegasan, dan (8e) tindakan. Jadi, wacana tersebut memiliki dua bagian awal, berupa judul dan subjudul, bagian penjelasan, dan juga dua bagian penutup berupa penegasan dan tindakan.

- 2). Wacana Berstruktur Judul, Penjelasan, Penegasan, Tindakan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(9)



BACA !!

LIBERTY

Majalah Beragam
Yang Berani Mengulas
Masalah Supranatural

LIBERTY

LIBERTY

LIBERTY

MENURUT PANGKAT SEKAT TRAKAT

Alamat Redaksi Sirkulasi Langganan
Jl. Perjuangan 119, 10261
Telp. 2311 2254, 29027
Surabaya 50174

(Tempo, 25 Juli 1992)

Contoh wacana (9) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(9a). "BACA!!

(9b). LIBERTY
Majalah Beragam Yang Berani Mengulas Masalah
Supranatural

(9c). Gambar majalah *LIBERTY*

(9d). Alamat Redaksi/Sirkulasi/Langgan: Jl. Pahlawan 116 (atas),
Telp. (031) 23656, 26097, Surabaya 60174".

Bagian (9a) merupakan judul, (9b) penjelasan, (9c) penegasan, dan (9d) tindakan. Dengan demikian, contoh wacana (9) memiliki satu bagian awal berupa judul, bagian penjelasan, dan dua bagian penutup berupa penegasan dan tindakan.

3). Wacana Berstruktur Judul, Subjudul, Penjelasan, dan Tindakan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(10)

BEREDAR!
MAJALAH DOKTER KELUARGA
No. 8 SEPTEMBER/1990

MDK
SIMPOSIUM
BATU KEMIH

Majalah khusus untuk memenuhi kebutuhan dokter umum dan dokter keluarga guna menyebarkan, meningkatkan, dan memanfaatkan pengetahuan/keahlian ilmu kedokteran.

Nomor ini menyajikan :

- * **BATU KEMIH dan PERMASALAHANNYA**
 - BAGAIMANA mengetahui gejala-gejalanya ?
 - PENANGANAN BATU KEMIH dengan operasi terbuka
 - Dan PENGOBATAN BATU KEMIH tanpa operasi
- * ANAFILAKSIS REFLUKS
- * SAKIT KEPALA akibat TEGANG OTOT
- * KONSELING SEKS
- * SHIATSU
- * DEMAM TIFOID dan UJI WIDAL
- * OLAH RAGA dan DAYA TAHAN PASIEN
- * Masalah Jalan Napas Atas pada Manula, Esofagitis, dll.

Untuk iklan dan berlangganan hubungi :
Jln. Letjen. Supripto L 20 K
(021)411484 - 4208430
Kirim wawapex sebagai pengganti angka
cetak & kirim : Rp. 15.000,-/tahun

(Tempo, 22 September 1990)

Contoh wacana (10) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(10a). "BEREDAR !

(10b). MAJALAH DOKTER KELUARGA
No. 8 SEPTEMBER/1990

(10c). Gambar majalah *MDK*
Majalah Khusus untuk memenuhi kebutuhan dokter umum dan dokter keluarga guna menyebarkan, men-

ingkatkan dan memantapkan pengetahuan/ketrampilan ilmu kedokteran.

Nomor ini menyajikan;

* RATU KEMIH dan PERMASALAHANNYA

- BAGAIMANA mengetahui gejala-gejalanya?

- PENANGANNAN BATU KEMIH dengan operasi terbuka

- Dan PENGobatan BATU KEMIH tanpa operasi

* ANAFILAKSIS REFLUKS

* SAKIT KEPALA akibat TEGANG OTOT

* KONSELING SEKS

* SHIATSU

* DEMAM TIFOID dan UJI WIDAL

* OLAH RAGA dan DAYA TAHAN PASIEN

* Masalah Jalan Napas Atas pada Manula, Esofagistis, dll.

(10d). Untuk Iklan dan berlangganan hubungi:

Jln. Letjen. Suprpto L 20 K

(021) 411484-4208830

kirim weselpos sebagai pengganti ongkos cetak dan kirim: Rp. 15. 000/tahun".

Bagian (10a) merupakan judul, (10b) subjudul, (10c) penjelasan, (10d) tindakan. Dengan demikian, contoh wacana (10) memiliki dua bagian awal berupa judul dan subjudul, bagian penjelasan, dan satu bagian penutup berupa tindakan.

4). Wacana Berstruktur Judul, Subjudul, Penjelasan, dan Penegasan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(11)

**MENGUNGKAP
DARI A SAMPAI Z**

Dari A sampai Z. Atau dari Z sampai A. Begitulah orang menyebut setiap masalah yang dikupas secara jelas, lengkap, dan akurat.

Kami tahu, para eksekutif dan pengambil keputusan seperti Anda tentu perlu informasi yang sudah masak tentang dunia bisnis dan peluang-peluangnya. Lengkap dengan apa dan siapa di balik berita-berita bisnis itu.

SWA menyajikan dengan bahasa gaya SWA, yang enak dan mudah dicerna. SWA padat informasi dan peluang bisnis. Bacaan utama para eksekutif dan pengambil keputusan, seperti Anda.

SWA
SEMBA DA

Semakin penting bagi orang penting

(Tempo, 2 Februari 1991)

Contoh wacana (11) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(11a). "MENGUNGKAP DARI A SAMPAI Z

(11b). Dari A sampai Z. Atau dari Z sampai A. Begitulah orang menyebut setiap masalah yang dikupas secara jelas, lengkap dan akurat.

(11c). Kami tahu, para eksekutif dan pengambil keputusan seperti Anda tentu perlu informasi yang sudah masak tentang dunia bisnis dan peluang-peluangnya. Lengkap dengan apa dan siapa di balik berita-berita bisnis itu. SWA menyajikan dengan bahasa gaya SWA, yang enak dan mudah dicerna. SWA padat informasi dan peluang bisnis. Bacaan utama para eksekutif dan pengambil keputusan seperti Anda.

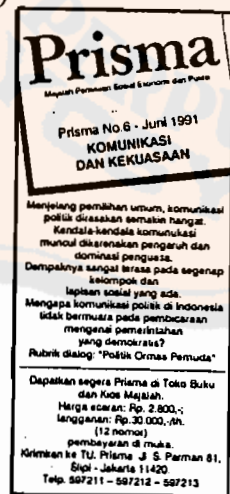
(11d). Informasi dan Peluang Bisnia
SWASEMBADA
SWA Semakin penting bagi orang penting".

Bagian (11a) merupakan judul, (11b) subjudul, (11c) penjelasan, dan (11d) penegasan. Dengan demikian, contoh wacana (10) memiliki dua bagian awal berupa judul dan subjudul, bagian penjelasan, dan satu bagian penutup berupa penegasan.

5). Wacana Berstruktur Judul, Penjelasan dan Tindakan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(12)



(Tempo, 20 Juli 1991)

Contoh wacana (12) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

- (12a). "Prisma, Majalah Pemikiran Sosial Ekonomi dan Politik
- (12b). Prisma No. 6 Juni 1991, Komunikasi dan kekuasaan
Menjelang pemilihan umum, komunikasi politik dirasakan semakin hangat. kendalan-kendala komunikasi muncul dikarenakan pengaruh dan dominasi penguasa. Dampaknya sangat terasa pada segenap kelompok dan lapisan sosial yang ada. Mengapa komunikasi politik di Indonesia tidak bermuara pada pembicaraan mengenai pemerintahan yang demokratis? Rubrik dialog: "Politik Ormas Pemuda".
- (12c). Dapatkan segera Prisma di Toko Buku dan kios Majalah. Harga eceran: Rp. 2. 800, langganan: Rp. 30. 000/th (12 nomor). Pembayaran di muka. Kirimkan ke TU. Prisma Jl. S. Parman 61. Slipi-Jakarta 11420. telp. 597211-597212-597213".

Bagian (12a) merupakan judul, (12b) penjelasan, dan (12c) tindakan. Dengan demikian, contoh wacana (12) memiliki satu bagian awal berupa judul, bagian penjelasan, dan satu bagian penutup berupa tindakan.

6). Wacana Berstruktur Judul, Penjelasan, dan Penegasan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(13)

BEREDAR
EDISI FEBRUARI 1990

ANDA
SARAJITO GEMAS SOROT

SEKS & CINTA
DI ZONA TERLARANG

INVESTASI BISNIS DALAM CAHAYA PSIKOLOGI
SEKUT CINTA NYONYA TAIPAN

Menyingkap habis "zona terlarang" dalam seks dan cinta orang sukses
Menyingkap problem investasi bisnis dengan cahaya psikologi
Menyingkap lika-liku "kejahatan-kejahatan" seksual
Menyingkap kedahsyatan energi psikis manusia
Menyingkap tragedi cinta seorang Nyonya Taipan
Menyingkap seluk-beluk budaya malu dan rasa salah
Menyingkap keunikan penyiapan "putra mahkota" taipan
Menyingkap fenomena paranoid di dunia bisnis dan politik
Menyingkap pengalaman dan pemikiran Menpen Harmoko
Menyingkap -- banyak fenomena yang menjadi gelitik introspeksi dan inspirasi sukses

Semua jadi gamblang dan gampang dalam ANDA BOS

(Tempo, 17 Februari 1990)

Contoh wacana (13) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(13a). "BEREDAR
EDISI FEBRUARI 1990

(13b). Gambar majalah *ANDA*
Menyingkap habis "zona terlarang" dalam seks dan cinta orang sukses. Menyingkap problem investasi bisnis dengan cahaya psikologi. Menyingkap lika-liku "kejantanan-kejantanan" seksual. menyingkap kedahsyatan energi psikis

manusia. menyingkap tragedi cinta seorang Nyonya taipan.
 Menyingkap seluk beluk budaya malu dan rasa salah.
 menyingkap keunikan penyiapan "putra mahkota" taipan.
 Menyingkap fenomena paranoid di dunia bisnis dan politik.
 Menyingkap pengalaman dan pemikiran menpen Harmoko.
 menyingkap ... banyak fenomena yang menjadi gelitik introspeksi dan inspirasi sukses.

(13c). Semua jadi gamblang dan gampang dalam ANDA BOS".

Bagian (13a) merupakan judul, (13b) penjelasan, dan (13c) penegasan.

Dengan demikian, contoh wacana (13) memiliki satu bagian awal berupa judul, bagian penjelasan, dan satu bagian penutup berupa penegasan.

Berikut ini disajikan bagan macam-macam struktur wacana lengkap.

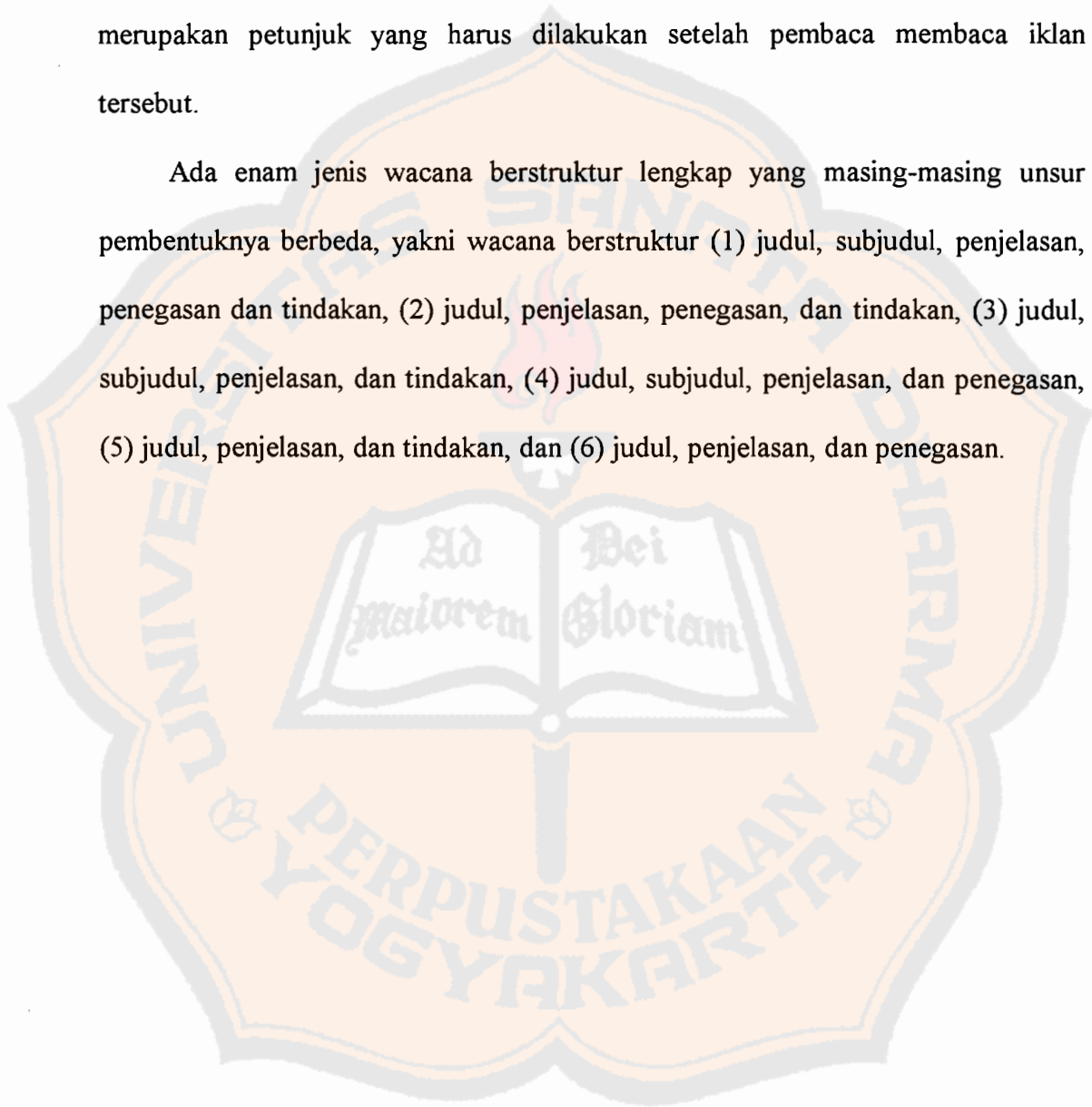
Bagan 2. Macam-macam Struktur Wacana Lengkap

Bagian/Jenis	1	2	3	4	5	6
<u>Awal</u>						
- judul	v	v	v	v	v	v
- subjudul	v	-	v	v	-	-
<u>Tubuh</u> (penjelasan)	v	v	v	v	v	v
<u>Penutup</u>						
- penegasan	v	v	-	v	-	v
- tindakan	v	v	v	-	v	-

Bagan tersebut menunjukkan jenis-jenis wacana iklan media cetak lengkap karena masing-masing memiliki bagian awal, tubuh, dan penutup. Bagian awal wacana dapat berupa judul dan atau subjudul, bagian tubuh disebut juga bagian penjelasan

karena bagian tersebut merupakan informasi penting, pokok, dan lengkap. Adapun bagian penutup dapat berupa penegasan dan atau tindakan. Penegasan antara lain berupa slogan yang menarik, nama atau gambar media cetak sedangkan tindakan merupakan petunjuk yang harus dilakukan setelah pembaca membaca iklan tersebut.

Ada enam jenis wacana berstruktur lengkap yang masing-masing unsur pembentuknya berbeda, yakni wacana berstruktur (1) judul, subjudul, penjelasan, penegasan dan tindakan, (2) judul, penjelasan, penegasan, dan tindakan, (3) judul, subjudul, penjelasan, dan tindakan, (4) judul, subjudul, penjelasan, dan penegasan, (5) judul, penjelasan, dan tindakan, dan (6) judul, penjelasan, dan penegasan.



b. Struktur Wacana Tidak Lengkap

1). Wacana Berstruktur Judul, Subjudul, dan Penjelasan

Perhatikan contoh wacana berikut.



(Tempo, 13 Oktober 1990)

Contoh wacana (14) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(14a). MM
BACAAN KREATIF DUNIA OTOMOTIF

(14b). "SEPULUH MOBIL TERLARIS !

- (14c). Pasar MOBIL Indonesia makin menggila! MOBIL_MOBIL ludes diserbu pembeli! Di Amerika Serikat Honda Accord berjaya, di Asia, Australia, dan Selandia Baru pun MOBIL-MOBIL Jepang berkibar. Apa saja sepuluh mobil terlaris di Indonesia?

Gambar majalah *MM*

MOBIL sport serba guna makin laris di AS, Empat mobil melejit jadi favorid. Selain tahan banting, interiornya semewah sedan.

Komunis makin terkikis. Trabant MOBIL sisa kejayaan komunis Jertim, bertimbun tak laku. Bahkan terancam bangkrut.

Fotografer kawakan Edwin Rahardjo tergila-gila mengobrak-abrik MOBIL tuanya. Sampai isterinya pun rela dijadikan isteri kedua.

Dolly Indra Nasution, siapa tak kenal jago rally ini? Tapi, siapa nyana kalau dia MBA?

Wajah-wajah nan ayu menanti di belakang kemudi taksi Ratax dan Centris. Siapa lagi berminat?"

Bagian (14a) merupakan judul, (14b) subjudul, dan (14c) penjelasan.

Dengan demikian, contoh wacana (14) memiliki struktur tidak lengkap

karena hanya terdiri dari bagian awal berupa judul dan subjudul serta

bagian penjelasan, dan tidak memiliki bagian penutup baik berupa

penegasan maupun tindakan.

2). Wacana Berstruktur Judul, dan Penjelasan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(15)

Mayat Diawetkan, Bisa Dihidupkan Kembali

Teknologi Cryonics sudah berkembang pesat. Kini sanggup mengawetkan mayat hingga lebih 100 tahun. Dan PT Trans Time menjanjikan bisa menghidupkan kembali. Biayanya AS \$ 125.000 saja. Percobaan telah dilakukan pada anjing!

Panasea
MAJALAH KESEHATAN POPULER
Panasea
MEMBINA GAYA HIDUP SEHAT

■ AWAS, SINDIKAT PERDAGANGAN BAYI
■ SUKA MENGALAMI PERDARAHAN SAAT BERHUBUNGAN SEKS? MUNGKIN KANKER RAHIM
■ DRAMA OPERASI KEMBAR SIAM, SATU MENINGGAL!
■ DR. HARYONO SUYONO KOMANDAN KB. KENAPA BERKANTOR DI JL. MT. HARYONO?

SUDAH BEREDAR, EDISI JULI 1990

(Tempo, 7 Juli 1990)

Contoh wacana (15) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(15a). "Majalah Kesehatan Populer
Panasea
Membina Gaya Hidup Sehat

(15b). Gambar majalah *Panasea*
Mayat diawetkan bisa dihidupkan kembali
teknologi Cryonics sudah berkembang pesat. Kini sanggup mengawetkan mayat hingga lebih 100 tahun. Dan PT Trans Time menjanjikan bisa menghidupkan kembali. Biayanya AS \$ 125. 000 saja. Percobaan telah dilakukan pada anjing.

- AWAS SINDIKAT PERDAGANGAN BAYI
- SUKA MENGALAMI PERDARAAN SAAT BERHUBUNGAN SEKS?
MUNGKIN KANKER RAHIM
- DRAMA OPERASI KEMBAR SIAM. SATU MENINGGAL
- DR. HARYONO SUYONO KOMANDAN KB.
KENAPA BERKANTOR DI JL. MT. HARYONO?"

Bagian (15a) merupakan judul dan (15b) penjelasan. Dengan demikian, contoh wacana (15) memiliki struktur tidak lengkap karena hanya terdiri dari bagian awal berupa judul dan penjelasan. Adapun bagian penutup yang berupa penegasan dan atau tindakan tidak ada.

3). Wacana Berstruktur Penjelasan, Penegasan, dan Tindakan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(16)

Dokter...

MEDIKA adalah jurnal kedokteran dan farmasi yang secara rutin tiap bulan mengunjungi para dokter di mana pun berada di seluruh pelosok tanah air, dari dokter umum hingga dokter ahli.

Efisien...

• Bila setiap produk anda ingin dicerna oleh para dokter - Hanya MEDIKA yang dapat menjangkau lebih dari 18.000 dokter secara efisien dan efektif.

O.k...

Segera dapatkan informasi secara rinci mengenai berbagai kebutuhan program promosi anda.

MEDIKA

MEDIKA
Kebayoran Centre, Blok A 12A - 14,
Jl. Kebayoran Baru, Mayestik, Jakarta 12240.
Telp. : 7207456, Telp./Fax. : 7207458.
Starco Alpha : 3802701-2/3840606, pes. 28973.

(Tempo, 1 Agustus 1992)

Contoh wacana (16) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(16a). “Doktér
MEDIKA adalah jurnal kedokteran dan farmasi yang secara rutin tiap bulan mengunjungi para dokter di mana pun berada di seluruh pelosok tana air, dari dokter umum hingga dokter ahli.

Efisien

Bila setiap produk ingin dicerna oleh para dokter. Hanya MEDIKA yang dapat menjangkau lebih dari 18.000 dokter secara efisien dan efektif.

O.k...

Segera dapatkan informasi secara rinci mengenai berbagai kebutuhan program promosi anda.

Gambar majalah *MEDIKA*

(16b). MEDIKA
Jurnal Kedokteran dan Farmasi

(16c). Kebayoran Centre. Blok A 12A-14
Jl. Kebayoran Baru, Mayestik, Jakarta 12240.
Telp: 727456. Telp/Fax:7207458
Starco Alpha: 3802701-3840606. pes.28975”

Bagian (16a) merupakan penjelasan, (16b) penegasan, dan (16c) tindakan. Dengan demikian, contoh wacana (16) memiliki struktur tidak lengkap karena hanya terdiri dari bagian penjelasan, penegasan, dan tindakan. Bagian awal yang berupa judul dan atau subjudul tidak ada.

4). Wacana Berstruktur Penjelasan dan Penegasan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(17)



(Tempo, 13 April 1991)

Contoh wacana (17) di atas memiliki bagian-bagian dapat diuraikan sebagai berikut.

(17a). Gambar majalah *POPULER*
“7 Halaman eksklusif DIAN NITAMI & SWIMSUIT

(17b). Di *POPULER* terbaru yang sudah beredar”.

Bagian (17a) merupakan penjelasan dan bagian (17b) penegasan. Dengan demikian, contoh wacana (17) memiliki struktur tidak lengkap karena hanya terdiri dari bagian penjelasan dan penegasan, sedangkan bagian awal yang berupa judul dan atau subjudul tidak ada.

Berikut ini disajikan bagan macam-macam struktur wacana tidak lengkap.

Bagan 3. Macam-macam Struktur Wacana Tidak Lengkap

Bagian/Jenis	1	2	3	4
<u>Awal</u>				
- judul	v	v	-	-
- subjudul	v	-	-	-
<u>Tubuh</u> (penjelasan)	v	v	v	v
<u>Penutup</u>				
- penegasan	-	-	v	v
- tindakan	-	-	v	-

Bagan di atas menunjukkan jenis-jenis wacana berstruktur tidak lengkap, karena ada yang tidak memiliki bagian penutup baik itu berupa penegasan maupun tindakan dan ada juga yang tidak memiliki bagian awal baik itu berupa judul dan atau subjudul. Ada tiga jenis wacana tidak lengkap, yakni wacana yang terdiri dari (1) judul, subjudul, dan penjelasan, (2) judul dan penjelasan, (3) penjelasan, penegasan, dan tindakan, dan (4) penjelasan dan tindakan.

3. Bagian-bagian Struktur Wacana

a. Judul

Judul pada wacana iklan penawaran media cetak merupakan kepala wacana yang mengisyaratkan isi wacana. Jadi, judul mengacu pada bagian tubuh (penjelasan) wacana. Judul adalah yang pertama kali dibaca dan harus menarik perhatian. Jika judul tidak menarik bagian lain dari wacana tersebut tentu tidak akan dibaca. Upaya membuat judul menarik dibedakan berdasarkan letaknya. Berdasarkan letaknya judul tidak selalu berada di awal wacana sebagaimana wacana-wacana lain, namun kadang-kadang diletakkan setelah subjudul, atau penjelasan. Wacana iklan media cetak memiliki tiga variasi peletakkan judul, yakni (1) di awal mendahului subjudul, penjelasan, dan penutup, (2) mengikuti subjudul, dan (3) mengikuti penjelasan.

1). Judul di Awal

Perhatikan contoh wacana berikut.

(18)


**DIPLOMAT
&
SEORANG
GADIS**

Apa beda seorang diplomat dan seorang gadis? Mr. Sidek Saniff, Menteri Negara urusan Pendidikan Singapura, dalam suatu makan malam mengatakakan:

"Bila seorang diplomat berkata 'ya', itu artinya 'mungkin'. Jika ia bilang 'mungkin', maksudnya 'tidak'. Dan jika ia bilang 'tidak', well, itu artinya ia bukan diplomat."

Bagaimana dengan seorang gadis? "Bila dia berkata 'tidak', maksudnya 'mungkin'. Jika dia menjawab 'mungkin', itu maksudnya 'ya'. Dan jika dia bilang 'ya', tentu Anda bisa menebak dia....."

Ikuti terasannya di Majalah HumOr terbaru



HumOr
MAJALAH GERRR NASIONAL

**Nakal, Aktual,
dan Elegan**

(Tempo, 12 Oktober 1991)

Contoh wacana (18) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(18a). "DIPLOMAT & SEORANG GADIS

(18b). Apa beda seorang diplomat dan seorang gadis? Mr. Sidek Sanisif, menteri Negara urusan Pendidikan Singapura, dalam suatu malam mengatakakan: "Bila seorang diplomat berkata 'ya', itu mungkin maksudnya 'tidak' dan jika ia bilang 'tidak', well, itu artinya ia bukan diplomat". Bagaimana dengan seorang gadis? "Bila dia berkata 'tidak',

maksudnya 'mungkin', jika dia menjawab 'mungkin' itu maksudnya 'ya'. Dan jika dia bilang 'ya' tentu Anda bisa menebak, dia..."

Ikuti semuanya di Majalah Humor terbaru

Ilustrasi

- (18c). HUMOR
Majalah Gerrr Nasional
Nakal, Aktual, dan Elegan"

Bagian (18a) merupakan judul, (18b) penjelasan, dan (18c) penutup berupa penegasan. Judul pada contoh wacana tersebut, di awal wacana yang mendahului penjelasan dan penegasan.

2). Judul Mengikuti Subjudul

Perhatikan contoh wacana berikut.

(19)

EDISI KHUSUS II, DESEMBER 1991

MATRA

END PRIA

Guruh Sukarno Putra
Penerus Dinasti Bung Karno

le lahir sebagai anak presiden pertama di republik ini. Setelah 20 tahun absen, kini ia tampil bersama PDI untuk meneruskan perjuangan Bung Karno. Akan berhasilkah ia? Siapa pendukung di balik pencalonannya di PDI? Ia bicara tentang PDI, Bung Karno, dan demokrasi di Indonesia.

- Kencan Lydia C. Lerrigo, Dara berambut pirang ini lebih menyukai pria Indonesia. "Aku sudah memacari (dicari) tiga cowok Indonesia" ungkapnya bangga. Siapa lagi yang lain? Soal seks bukan pantangan baginya.
- Gaya Hidup Trend 1992, Pilihan gaya hidup masyarakat kota. Dari mulai hidup bebas dalam komune, mobil, fitness sampai dengan sport berkuda. Disaji lengkap dalam tulisan dan foto.
- Perjalanan Vatikan, Mahakarya Arsitektur, seni dan religi berjabatan tangan dengan ad tradisi di negara kota dan pusat agama Katolik ini.
- Kumpulan Cerpen Pilihan MATRA, Terpilih dari 400 peserta Sayembara Cerpen Matra 1991

(Tempo, 14 Desember 1991)

Contoh wacana (19) di atas memiliki bagian-bagian dapat diuraikan sebagai berikut.

(19a). “EDISI KHUSUS II, DESEMBER 1991

(19b). MATRA

(19c). Guruh Sukarno Putra Penerus Dinasti Bung Karno
Ia lahir sebagai anak presiden pertama di republik ini. Setelah 20 tahun absen, kini ia tampil bersama PDI untuk meneruskan perjuangan Bung Karno. Akan berhasilkah Ia? Siapa pendukung di balik pencalonan di PDI? Ia bicara tentang PDI, Bung Karno dan demokrasi di Indonesia.

Kencan Lydia C. Lerrigo. Dara berambut pirang ini lebih menyukai pria Indonesia, "Aku sudah mencari (dipacari) tiga cowok Indonesia" untkapnya bangga. Siapa lagi yang lain? Soal seks bukan pantangan baginya.

Gaya hidup trend 1992, pilihan gaya hidup masyarakat kota. Dari mulai hidup bebas dalam komune, mpbol, fitness sampai dengan sport berkuda. Disaji lengkap dalam tulisan dan foto.

Perjalanan Vatikan, Mahakarya Arsitektur, seni dan religi berjabat tangan dengan adi kreasi di negara kota dan pusat agama Katolik ini.

Kumpulan Cerpen pilihan MATRA, terpilih dari 400 peserta Sayembara Cerpen Matra 1991”.

Bagian (19a) merupakan subjudul, (19b) judul, (19c) penjelasan. Judul pada contoh wacana tersebut mengikuti subjudul.

3). Judul Mengikuti Penjelasan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(20)



Kami hadir lebih pagi, dengan penanganan secara profesional, berita kami lebih lengkap dan tuntas.

Semarang ada di tangan kami

Dengan manajemen baru, kini tampil lebih pas!

Harian Kartika
Rakyat sebagai Sumber Inspirasi

Jl. Pemuda 145 Semarang
Telp. (024) 21157 - 23991

(Tempo, 21 Agustus 1991)

Contoh wacana (20) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(20a) "Kami hadir lebih pagi, dengan penanganan secara profesional, berita kami lebih lengkap dan tuntas.

Gambar *Harian Kartika*

(20b). Semarang ada di tangan kami

(20c). Dengan manajemen baru, kini tampil lebih pas!
Harian Kartika
Rakyat sebagai Sumber inspirasi

(20d). Jl. Pemuda 145 Semarang
Telp. 90240 21157-23991"

Bagian (20a) merupakan penjelasan, (20b) judul, (20c) penegas dan (20d) tindakan. Judul pada contoh wacana tersebut mengikuti penjelasan.

b. Subjudul

Judul pada wacana iklan media cetak menggunakan kata-kata pendek dan sederhana sehingga mudah ditangkap oleh pembaca. Namun, ada kalanya judul kurang memberikan informasi yang jelas kepada pembaca. Oleh karena itu, pengiklan membuat subjudul untuk memperjelas informasi tersebut.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(21)

MAJALAH TREND PRIA

MATRA

MATRA :
MENGEMAS
SEKSASI,
MENGARAHKAN
VISI

Cuma di Matra. Sensasi seks dikemas secara bijak dan dewasa. Ilmiah dan berbobot. Mengubah visi yang salah, dan menghapus segala tabu yang tak perlu. Matra. Hadir untuk menggagas trend pria Indonesia. Dalam gaya dan selera. Dalam visi dan ambisi. Mengacu ke depan. Selalu.

MATRA
Satu-satunya majalah trend pria di Indonesia.

(Tempo, 19 Desember 1992)

Contoh wacana (21) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(21a). "MATRA
MAJALAH TREND PRIA

Gambar seorang wanita membawa bunga

(21b). MATRA: MENGEMAS SEKSASI MENGARAHKAN VISI

(21c). Cuma di Matra Sensasi seks dikemas secara bijak dan dewasa. Ilmiah dan berbobot. Mengubah visi yang salah, dan menghapus segala tabu yang tak perlu. Matra. Hadir untuk menggagas

trend pria Indonesia. Dalam gaya dan selera. Dalam visi dan ambisi. Mengacu ke depan. Selalu.

- (21d). Satu-satunya majalah trend pria di Indonesia
MATRA EDISI KHUSUS IV 1992
BEREDAR TANGGAL 17 DESEMBER 1992"

Bagian (21a) merupakan judul, (21b) subjudul, (21c) penjelasan, dan (21d) penegasan. Judul dalam contoh wacana tersebut menggunakan nama majalah, yakni "MATRA", sedangkan "Matra Mengemas Seksasi Mengarahkan visi", merupakan subjudul. Subjudul dalam contoh wacana (21) menjelaskan judul yang amat pendek dan belum memberikan kejelasan informasi.

c. Tubuh atau Penjelasan

Penjelasan merupakan naskah pokok yang harus ada pada wacana. Melalui penjelasan pengiklan memaparkan dan memberikan informasi lebih rinci hal-hal yang secara tersirat sudah dikemukakan pada bagian awal (judul, subjudul).

Perhatikan contoh wacana berikut.

(22)

**YANG PERTAMA
DIPILIH DAN DIBACA
DI DAERAH RIAU I**



Setiap pagi, setiap hari masyarakat di seluruh pelosok negeri Riau menyimak berita internasional, nasional melalui Harian Riau Pos, tampil lebih hangat, akrab dan akurat.

Maka kini sudah saatnya Anda mempercayakan Harian Riau Pos sebagai media promosi yang efektif bagi usaha Anda untuk daerah Riau.

Harian Pagi
Riau Pos
hangat, akrab dan akurat

Hubungi Bagian Pemasaran :
Jl. Cempaka 34 B, Telp. 32360
Pekanbaru-Riau
Perwakilan Jakarta :
Jl. Jeruk Perut Gg. Al-Ma'rif 4, Telp.
7805531, Cilandak, Pa.Minggu
Jakarta Selatan

bagus negeri binakkan bangsa

(Tempo, 13 April 1991)

Contoh wacana (22) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(22a). "YANG PERTAMA DIPILIH DAN DIBACA DI DAERAH RIAU"

(22b). Gambar harian *Riau Pos*

(22c). Setiap pagi, setiap hari masyarakat di seluruh pelosok negeri Riau menyimak berita internasional, nasional melalui Harian Riau Pos, tampil lebih hangat, akrab, dan akurat. Maka kini sudah saatnya Anda mempercayakan Harian Riau pos sebagai

- (22d). *Harian Pagi Riau Pos* hangat, akrab, dan akurat
- (22e). Hubungi Bagian Pemasaran: Jl. Cempaka 34 B, Telp. 32360. Pekanbaru Riau. Perwakilan Jakarta: Jl. Jeruk PERut Gg. Al-Ma'ruf 4, telp. 7805531, Cilandak, Ps. Minggu Jakarta Selatan".

Bagian (22a) merupakan judul, (22b) subjudul, (21c) penjelasan, (22d) penegasan, dan (22e) tindakan. Bagian penjelasan memberikan informasi lebih rinci bahwa *Harian Riau Pos* terbit setiap pagi, memiliki jangkauan luas di seluruh Riau. Isi Beritanya lengkap baik berita nasional maupun internasional, hangat dan dapat dipercaya kebenarannya.

d. Penegasan

Bagian penegasan berisi kesimpulan dari seluruh wacana. Berdasarkan letaknya, penegasan dibedakan menjadi dua, yakni (1) penegasan mendahului tindakan dan (2) penegasan mengikuti tindakan.

1) Penegasan Mendahului Tindakan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(23)



(Tempo, 21 Agustus 1991)

Contoh wacana (23) di atas memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(23a). "Kami hadir lebih pagi, dengan penanganan secara profesional, berita kami lebih lengkap dan tuntas."

Gambar *Harian Kartika*

(23b). Semarang ada di tangan kami

(23c). Dengan manajemen baru, kini tampil lebih pas!

Harian Kartika
Rakyat sebagai Sumber inspirasi

(23d). Jl. Pemuda 145 Semarang
Telp. 90240 21157-23991"

Bagian (23a) merupakan penjelasan, (23b) judul, (23c) penegasan dan (23d) tindakan. Penegasan pada contoh wacana (23) mendahului tindakan.

2). Penegasan Mengikuti Tindakan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(24)

BEREDARI!
SWA EDISI NOV 1990

SWA
S E M B A N G
W I R A

KONGLOMERAT KITA "KEROPOS"?

BONGKAR MANAJEMEN DI SUMMA DAN LIPPO

Betulkah sebagian besar usaha-usaha konglomerat kita manajemennya "keropos" dan merugi? Apa sebabnya? Di mana letak kelemahannya? Apa yang dapat dipelajari dari kasus-kasus konglomerasi di Korea Selatan, Taiwan dan Amerika? Bagaimana Grup Summa dan Lipso membenahi manajemen mereka? Apa yang terjadi pada mereka?

SEMUA DIANALISA DENGAN DALAM DAN TUNTAS DI SWA TERBARU

Selengkapnya dalam:

- Sosok : Subagio Wirjotmado, Sang Entrepreneur Berternaga Kuda.
- Wajah Usaha : Anak Benar Jadi Bandar Melon.
- Manajemen : Terabonan Dalam Bisnis Jasa.
- Pemasaran : Di Balik Boom Bisnis Mobil.
- Industri Kecil : Mereka Terancam Punah.
- Pendapat : Bisnis Pribadi Elitkulit : Marugitan Perusahaan?
- Plus : Peter Lynch, Investor Superstar Wall Street.

SWA
S E M B A N G
W I R A

MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS
TAMBAH BERTITIK PAKSI LAGI LAGI

(Tempo, 17 November 1990)

Contoh wacana (24) memiliki bagian-bagian yang dapat diuraikan sebagai berikut.

(24a). "BEREDAR

(24b). SWA EDISI NOV'90

(24c). Gambar majalah *SWASEMBADA*

Betulkah sebagian besar usaha-usaha konglomerat kita memiliki manajemennya "keropos" dan merugi? Apa sebabnya? dimana letak kelemahannya? Apa yang dapat dipelajari dari kaus-kasus konglomerasi di Korea Selatan. Taiwan dan Amerika? Bagaimana Grup Summa di Lippo membenahi manajemen mereka? Apa yang terjadi pada mereka?

Sajian lain:

Sosok: Subagio Wiryoatmojo, Sang *Entrepreneur* Bertenaga Kuda. Wajah Usaha: Anak bankir jadi Bandar melon. Manajemen: Terobosan Dalam Bisnis Jasa. Pemasaran: Di Balik Boom Bisnis Mobil. Industri Kecil: Mereka terancam Punah. Pendapat Bisnis. Pendapat: Bisnis Pribadi Eksekutif. Merugikan Perusahaan? Plus: Peter Lynch, Investoer *Superstar* Wall Steer.

(24d). Untuk berlangganan, silahkan menghubungi agen-agen majalah kota Anda, atau ke Bagian Sirkulasi Majalah SWA sembada, Gedung Chandra lantai 2, Jl. M. H. Thamrin no. 20, Jakarta pusat telepon: 3103316, 3103317, 31003318, SWA sembada bisa diperoleh di jalur pemasaran utama Toko Buku GRAFITI, Circlek, Hero supermarket, Toko Buku GRAMEDIA, Toko Buku GUNUNG AGUNG, dan juga toko-toko buku maupun agen dan pengecer di kota Anda.

(24e). Informasi dan Peluang Bisnis
SWASEMBADA

MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS
SEMAKIN PENTING BAGI ORANG PENTING".

Bagian (24a) merupakan judul, (24b) subjudul, (24c) penjelasan, (24d) tindakan, dan (24e) penegasan. Dengan demikian, contoh wacana tersebut menunjukkan bagian penegasan mengikuti tindakan.

e. Tindakan

Bagian tindakan merupakan petunjuk bagi pembaca untuk mendapatkan majalah/surat kabar. Bentuk penyampaian tindakan menggunakan kata-kata perintah tertentu, menunjuk tempat, dan cara mendapatkan. Kata-kata tertentu yang sering digunakan, misalnya: hubungi, dapatkan, segera hubungi, dapatkan segera. Bentuk penyampaian tempat tertentu misalnya: bagian pemasaran/ redaksi/iklan/promosi, kantor pusat/perwakilan, kios/toko/agen, sirkulasi/humas. Bentuk penyampaian cara mendapatkan/harga misalnya: ongkos kirim, ongkos cetak, harga eceran, harga langganan.

4. Register

Seperti telah dipaparkan dalam landasan teori register merupakan susunan makna yang dihubungkan secara khusus dengan susunan situasi tertentu dari 'pelibat'(*tenor*), 'medan'(*field*), dan 'sarana'(*mode*) (Halliday, 1992:53).

a. Medan Wacana

Hal yang sedang terjadi, tindakan sosial yang dilakukan dan hal-hal yang sedang disibukkan oleh para pelibat adalah penawaran media cetak oleh

pihak pengiklan kepada pembaca. Penawaran media cetak yang berupa majalah atau surat kabar mengarah kepada pembaca tertentu. yang dapat ditinjau dari segi sosial ekonomi maupun bidang yang menjadi perhatian pembaca. Ditinjau dari segi sosial ekonomi pengiklan menawarkan media cetak kepada pembaca golongan sosial ekonomi tertentu, hal ini dapat ditunjukkan dengan pencantuman harga majalah/surat kabar. Adapun yang berkaitan dengan bidang yang menjadi perhatian pembaca direalisasikan oleh seperangkat unsur satuan lingual dalam konteks tertentu. Konteks yang dimaksudkan di sini adalah pokok pembicaraan pelibat, misalnya bila yang menjadi pokok pembicaraan bidang ekonomi maka satuan-satuan lingual dalam bidang ekonomi mendominasi pada penawaran media cetak.

Pokok pembicaraan dalam wacana iklan media cetak dibedakan menjadi dua, yakni (1) pokok pembicaraan wacana iklan media cetak umum dan (2) wacana iklan media cetak tertentu sesuai dengan kebijakan editorial wacana iklan tersebut.

1). Medan Wacana Umum

Medan wacana iklan media cetak umum adalah tindakan sosial yang dilakukan oleh para pelibat dalam bidang media cetak apapun, tanpa menunjuk majalah atau surat kabar tertentu.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(25)

Manado Post
menapak sejarah
profesional persuratkabaran
era baru dengan manajemen Jawa Pos

Manado Post
hadir tiap pagi 12 halaman
terbit 7 kali dalam seminggu
merangkum berita dan liputan khusus
mulai dari sudut-sudut Manado
daerah-daerah di Sulawesi
sampai pelosok dunia
menempatkan wawitawan di ibukota
dan di seluruh kota besar di Indonesia
menempatkan
lima koresponden di luar negeri
di Washington, Inggris, Australia
Jepang dan Malaysia

Manado Post
merangkum informasi secara tebiti
menghimpun opini secara jeli
dengan wawasan dan kecerdihan
memberikan yang terbaik untuk Anda

pastikan pilihan Anda
untuk usaha dan keluarga

Manado Post
koran terbaik
penghargaan Pemda Sulut
dari masyarakat Sulawesi

Harian pagi
Manado Post
Jl. Balai Kota, 18, Manado, Sulut
Telp. (0431) 64812, 64861, 60398
Perwakilan Jakarta :
Jl. Prapanca Raya, 40 Jakarta
Telp. (021) 7204617, 7204618
Perwakilan Surabaya :
Jl. Karah Agung, Telp. 830773-75, 831002
Jl. Panglima Sudirman, 70

(Tempo, 1 Februari 1992)

Pokok pembicaraan wacana iklan media cetak umum ditunjukkan dengan satuan lingual yang terdapat dalam wacana tersebut, misalnya: *profesional persuratkabaran, halaman, terbit, merangkum berita, liputan khusus, wartawan, menghimpun opini, koran, harian pagi.*

Rachmadie (1985) memberi penjelasan sebagai berikut.

profesional persuratkabaran: kepandaian khusus yang dimiliki

dalam pemberitaan yang dituliskan

halaman : muka dari lembaran-lembaran majalah atau surat kabar

terbit : keluar untuk diedarkan

merangkum berita: menghimpun suatu fakta atau gagasan akurat yang dapat menarik perhatian orang banyak

liputan khusus: penulisan berita atau laporan suatu masalah atau kejadian khusus

wartawan : orang yang bekerja dan mendapat nafkah sepenuhnya dari media massa berita

menghimpun opini: mengumpulkan pendapat atau pikiran seseorang

koran : surat kabar; harian

harian pagi : koran atau surat kabar yang terbit setiap pagi hari, berisi berita-berita, artikel pendek, pengumuman, iklan- iklan, atau hal-hal lain yang perlu diketahui umum

2). Medan Wacana Khusus

Pokok pembicaraan wacana iklan media cetak khusus berkaitan dengan bidang media cetak tertentu sesuai dengan kebijakan editorial majalah atau surat kabar, misalnya: a) bidang ekonomi, b) hukum, c) keagamaan, d) kedirgantaraan, e) kesehatan, f) mobil dan motor, g) olah raga, h) perkawinan, i) politik, j) psikologi.

a). Bidang Ekonomi

Perhatikan contoh wacana berikut.

(26)

BEREDAR

SWA EDISI FEBRUARI 1992

STAY TUNE
BINCANG BISNIS
SWA-TRIJAYA
Setiap Kamis,
Pukul 18.00 - 19.00

Mengapa perusahaan-perusahaan yang sedang kritis memerlukan eksekutif puncak baru sebagai penyelemat?

Apa untung ruginya memasukkan eksekutif puncak baru?

Eksekutif puncak seperti apa yang dibutuhkan?

Siapa saja yang telah terpilih dan berhasil menyelamatkan perusahaan-perusahaan sakit?

Bagaimana cara memilih eksekutif puncak?

Semua dipaparkan dan dianalisa tuntas di SWA terbaru.

Baru : Kuis Manajemen berhadiah Mobil

SAJIAN LAIN :

- **UANG** : Putau Labuan, Malaysia, sebagai pusat keuangan dan "Tax Haven" baru, bisa menjadi pelengkap pusat keuangan Singapura dan Hongkong. Apa dampaknya terhadap Indonesia?
- **PEMASARAN** : Sempati Air Berhasil menerbangkan banyak kaum Bisnis. Bagaimana strateginya?
- **TANAH AIR** : Peta bisnis penerbangan berubah total. Apa yang mesti ditempuh maskapai penerbangan kita?
- **PELUANG** : Apa saja produk andalan untuk pasar luar negeri?
- **TEKNOLOGI** : Pada 1995, 70% transaksi pabean Amerika akan diproses secara elektronik. Negara-negara lain juga menyusul. Bagaimana bekerjanya sistem perdagangan elektronik itu?
- **P L U S** : Perang bisnis di jalan raya. Bagaimana performa Harley Davidson setelah dikerubuti sepeda motor Jepang?
- **PASAR MODAL** : Berbagai aturan baru akan diterapkan PT Bursa Elek Jakarta sebagai pengelola pasar modal. Dapatkah harga saham terangkat?
- **INTERNASIONAL** : Reformasi ekonomi yang belum berumur dua tahun di Polandia tampaknya berjalan mulus. Apa saja yang mereka lakukan?

SWA
S E M A R A N G

SWA sambada bisa diperoleh di jalur pemasaran utama Toko Buku GRAFFITI, CIRCLE K, HERO SUPERMARKET, Toko Buku GRAMEDIA, Toko Buku GUNUNG AGUNG, dan juga toko-toko buku maupun agen dan pengecer majalah di kota Anda.

Untuk berlangganan, silakan menghubungi agen-agen majalah di kota Anda, atau ke Bagian Sirkulasi Majalah SWA sambada, Gedung Chandra Lantai 2, J. M.H. Thamrin no. 20, Jakarta Pusat Telepon: 4214856, 3103316, 3103317, Fax.: 3103318.

**MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS
SEMAKIN PENTING BAGI ORANG PENTING**

(Tempo, 15 Februari 1992)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang ekonomi, misalnya: *manajemen, uang, pemasaran, kaum bisnis, produk andalan, pasar luar negeri, transaksi, sistem perdagangan, pasar modal, harga saham, ekonomi, toko buku, supermarket, majalah, pengecer, dan sirkulasi*. Darmawan (1984) dan Nata Permana (1952) memberi penjelasan sebagai berikut.

manajemen : penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran

uang : alat penukar; ukuran harga

pemasaran : proses; cara; perbuatan memasarkan suatu barang

kaum bisnis : golongan (orang yang sepaham, seangkatan) dalam dunia bisnis

produk andalan : hasil yang dapat dipercayai

pasar luar negeri: tempat jual beli yang tidak merupakan bagian dari daerah itu sendiri

transaksi : persetujuan jual beli dalam perdagangan antara dua pihak

sistem perdagangan : seperangkaian unsur yang teratur dan saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas dalam hal perniagaan

pasar modal : seluruh kegiatan yang memper-temukan penawaran dan permintaan dana jangka

panjang; pusat keuangan; bank *harga saham*

: se-jumlah uang yang menjadi bagian; andil

ekonomi : ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan

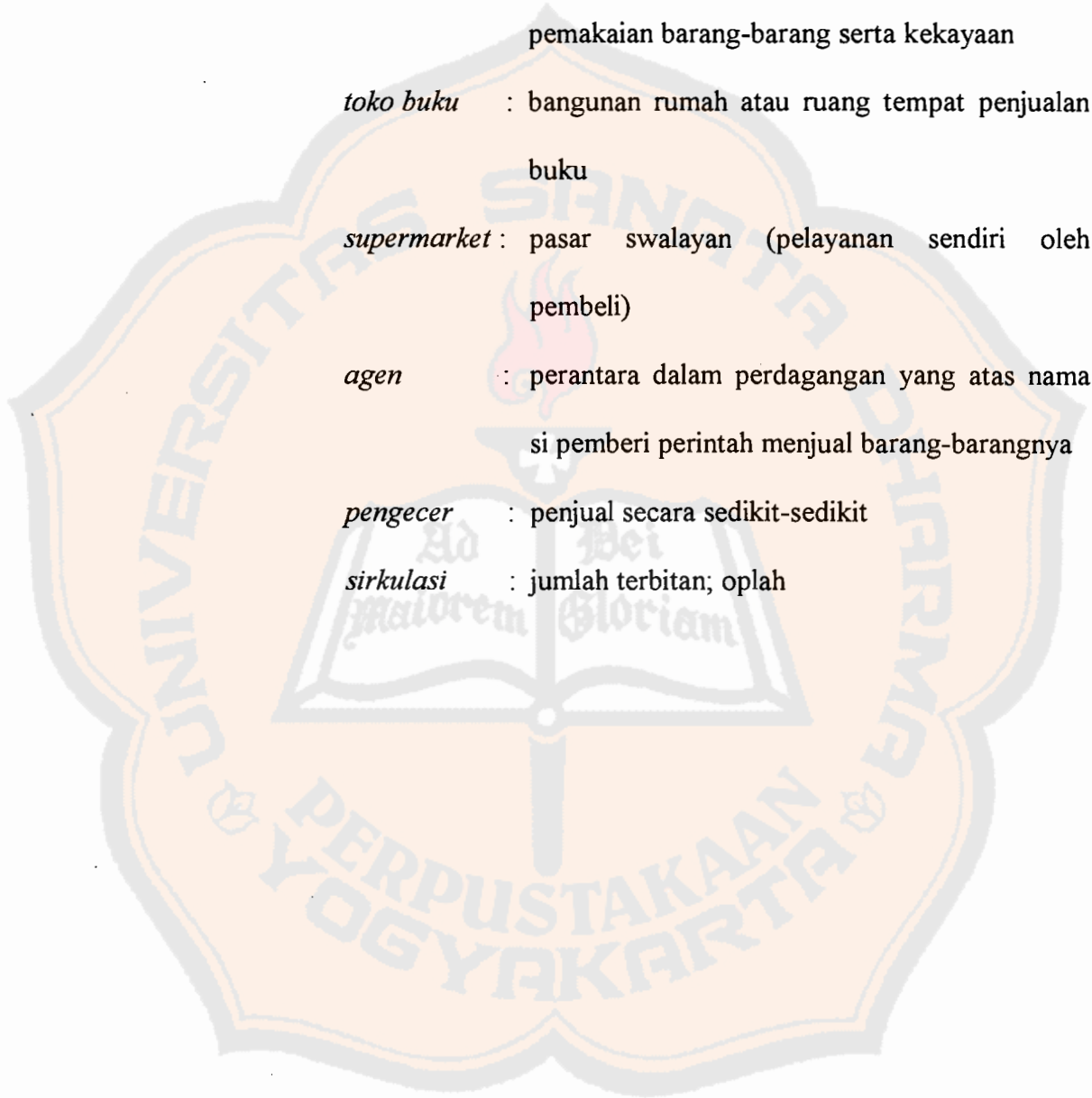
toko buku : bangunan rumah atau ruang tempat penjualan buku

supermarket : pasar swalayan (pelayanan sendiri oleh pembeli)

agen : perantara dalam perdagangan yang atas nama si pemberi perintah menjual barang-barangnya

pengecer : penjual secara sedikit-sedikit

sirkulasi : jumlah terbitan; oplah



b). Bidang Hukum

Perhatikan contoh wacana berikut.



(27)

TELAH BEREDAR

FORUM

K—E—A—D—I—L—A—N

NOMOR 18 • 24 DESEMBER 1992

KARTIKA KALAH ATAU MENGALAH?

KARTIKA KALAH
ATAU MENGALAH?

Pertamina menang dalam kasus memperebutkan komisi Ahmad Thahir. Kabarnya, Kartika kalah karena mengalah dengan tidak tampilnya dia sebagai saksi. Apa sebenarnya alasan Kartika mengalah? Namun akibat kemenangan Pertamina, bank-bank Singapura menanggung resiko kehilangan nasabah Indonesia. Bagaimana dengan komisi-komisi lainnya?

- **Mochtar Lubis, "Tak Ada Pers Yang Berani!!"**
"Kalau saya punya SIUPP saya tidak akan berubah, saya terus mengkritik yang harus dikritik. Pokoknya selama penindasan masih ada," katanya. Apa komentarnya tentang harian Indonesia Raja? Dan apa pula pendapatnya tentang konsep kekuasaan dalam budaya Jawa? Dan komentar-komentar lainnya tentang hek azasi, demokrasi Pancasila; semua ada di FORUM terbaru.
- **Oposisi Perlu Ada?** Tidak ada oposisi dalam sistem demokrasi Pancasila. Namun faktanya, hanya satu partai saja yang menguasai kabinet—sementara di parlemen ada kekuatan politik lainnya. Dapatkah partai lainnya disebut oposisi? Nurchoilish Madjid tiba-tiba berbicara tentang perlunya partai-oposisi. Apa alasannya? Baca wawancara khususnya dengan FORUM.
- **Bagai Lolos dari Lubang Jarum.** Hasan Basri Durin diputuskan Presiden menjadi Gubernur untuk kedua kalinya. Apa saja klatnya atas halangan yang dihadapinya dari atas dan bawah. Dan apa jawabannya atas kritik berbagai golongan masyarakat di Sum-Bar. Baca wawancara khususnya, hanya dengan FORUM KEADILAN.

Bonus: UU RI No. 7 Th. 1992
TENTANG PERBANKAN

(Tempo, 19 Desember 1992)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang hukum, misalnya: *forum keadilan, mengalah, menang, saksi, kekuasaan, hak asasi, oposisi, partai, kabinet, parlemen.*

Sudarsono (1992) memberi penjelasan sebagai berikut.

forum keadilan : mimbar pengadilan

mengalah : tidak mempertahankan pendapat (tuntutan)

menang : dinyatakan benar dalam perkara

saksi : orang yang menyaksikan kejadian, orang yang memberikan keterangan untuk semua pihak

kekuasaan : asas orang atau golongan lain berdasarkan kebiasaan; wewenang

hak azasi : hak dasar atau pokok bagi setiap individu

oposisi : partai penentang di dewan perwakilan dan sebagainya yang menentang dan mengkritik pendapat atau kebijaksanaan politik golongan mayoritas yang berkuasa

partai : perkumpulan terdiri dari beberapa orang yang memilih azas dan tujuan hukum yang semua terencana di bidang politik

kabinet : badan atau dewan pemerintahan yang memegang kekuasaan eksekutif yang terdiri dari para menteri

parlemen : badan tertinggi atas wakil-wakil rakyat yang dipilih dan bertanggungjawab di dalam membentuk perundang-undangan dan pengendalian anggaran keuangan negara

c). Bidang Keagamaan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(28)

Seruan nan layak diikuti...

Adzan...
Setiap muslim pasti tahu dan mengerti langkah apa yang harus dijalani kala ia berkumandang ke seluruh pelosok negeri di waktu yang ditetapkan ilahi.

Setiap muslim, kini mengerti, bahwa ia juga berarti nama sebuah Islamic Digest atau majalah saaku yang terbit di awal bulan dengan kemasan mungil menawan, menyajikan tulisan-tulisan menarik dan cerita-cerita terbaik 'tuk memahami seruan dan keagungan **Habib IZZATI**.

Untuk semua muslim **ADZAN layak diikuti..!**

ADZAN Islamic Digest adalah majalah saaku bulanan. Terbit tiap awal bulan dengan kemasan mungil menawan. Lengkapi koleksi Anda dengan berlangganan:
Rp 8.800,- untuk 6 bulan atau
Rp 18.200,- untuk 1 tahun
Kirimkan via wesel ke:
TU Majalah ADZAN, Jl H Agus Salim 24 Jakarta 10340
Telepon: 3100578

ADZAN Memikat hingga halaman terakhir

Terbit! Edisi Juli 1991

(Tempo, 6 Juli 1991)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang keagamaan, misalnya: *adhan*, *islamic digest*, *keagungan rabbi Izzati*. Masing-masing contoh diberi penjelasan sebagai berikut.

adhan : panggilan untuk berdoa

islamic digest : berkenaan dengan agama islam

keagungan rabbi Izzat : kebesaran tuan Izzati

d). Bidang Kedirgantaraan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(29)



(Tempo, 17 November 1990)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang kedirgantaraan, misalnya: *angkasa*, *empat jumbo*, *qantas*, *angkatan udara*, *pesawat*, *canthay*, *penerbangan perintis*, *helikopter*, *pesawat tempur*. Moegandi (1993) memberi penjelasan sebagai berikut.

angkasa : lapisan udara yang melingkupi bumi; awang-awang; langit

empat jumbo : empat pesawat terbang besar

qantas : maskapai penerbangan dari Australia

angkatan udara : angkatan bersenjata dengan alat perengkapannya yang bertugas dibidang pertahanan dan keamanan terutama di udara

pesawat : kapal terbang

canthay : maskapai penerbangan dari Singapura

penerbangan perintis: pelopor; pemula; pembuka perjalanan dengan pesawat terbang

terbang : melayang di udara dengan tenaga mesin

helikopter : pesawat udara dengan baling-baling besar di atas yang berputar horisontal lalu mempercepat massa udara ke arah bawah dan dengan demikian memperoleh reaksi berupa gaya angkat

pesawat tempur : kapal terbang khusus untuk bertempur;

berjuang; berperang

e). Bidang Kesehatan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(30)



MAJALAH KESEHATAN POPULER
Panasea
MEMBINA GAYA HIDUP SEHAT

KESEHATAN:

- Siapa mau beli ginjal?
- Hadyan menderita kelainan jantung
- Anak Sitoresmi meninggal karena virus
- Wanita mudah terkena infeksi kandung kemih

PRIA DAN WANITA:

- Perbedaan jenis-kelamin
- Penyakit-penyakit pria dan wanita yang perlu diketahui
- Cathy Bonn menyukai yoga. Apa jurusan sehat Maya Rumanthir, Bambang R. Soegama, dll?

ANAK:

- Cara mendapatkan anak laki-laki atau perempuan
- Anak laki memilih boneka, bolehkah?
- Mengamati perkembangan jiwa anak sampai 12 bulan
- Serba-serbi perawatan bayi, cara mensterilkan susu di rumah

Edisi istimewa yang khusus dan pantas membicarakan masalah pria dan wanita!

LAIN-LAIN:

- Mari bersenam sama si dia
- Klinik ajaib: memanjangkan anggota tubuh
- Meraih prestasi di usia tanjut
- Oetoyo Sukaton mengatasi penyakitnya

Redaksi
Jalan Salemba Tengah No. 47
Telepon 3908745 - 3908748
Jakarta Pusat

Sirkulasi
Jalan Garuda No. 69
Telepon 4200327 - 413469
- 410801 Jakarta Pusat

Humas/Iklan/Promosi
Jalan Paseban Dalam No. 5
Telepon 3101160 - 8581469
Jakarta Pusat

BEREDAR AWAL JANUARI 1992

SOAL KESEHATAN, KAMI TERDEPAN

(Tempo, 11 Januari 1992)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang kesehatan, misalnya: *ginjal, kelainan jantung, meninggal, virus, infeksi, kandung kemih, mensterilkan susu*. Markam (1984) memberi penjelasan sebagai berikut.

ginjal : alat pembentuk kemih, alat ekskresi
terpenting dalam tubuh

kelainan jantung: kelainan pusat peredaran darah

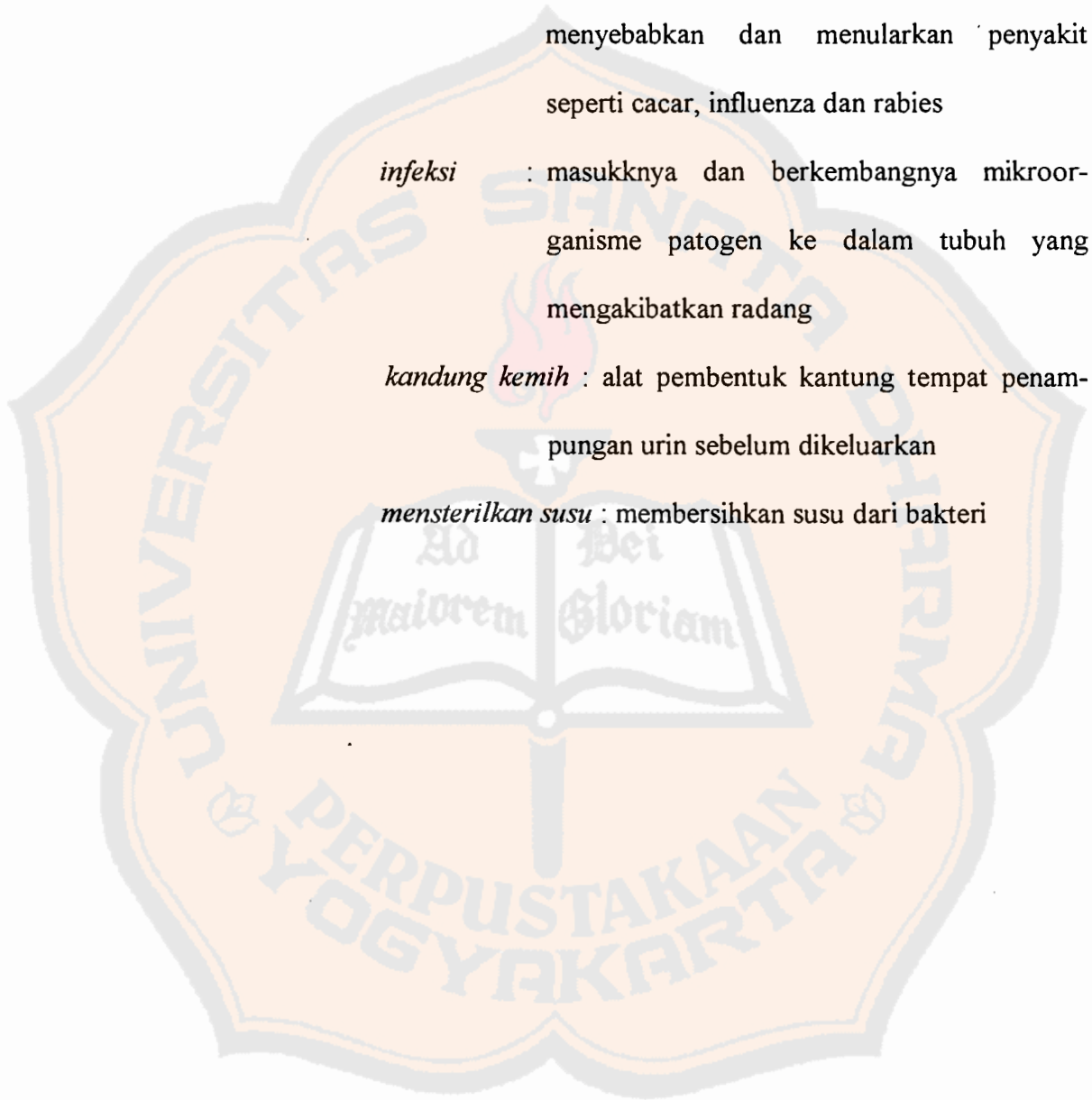
meninggal : berpulang; mati

virus : jasad renik yang tidak dapat dilihat dengan menggunakan mikroskop elektron yang menyebabkan dan menularkan penyakit seperti cacar, influenza dan rabies

infeksi : masuknya dan berkembangnya mikroorganisme patogen ke dalam tubuh yang mengakibatkan radang

kandung kemih : alat pembentuk kantung tempat penampungan urin sebelum dikeluarkan

mensterilkan susu : membersihkan susu dari bakteri



f). Bidang Mobil dan Motor

Perhatikan contoh wacana berikut.

(31)

MAM
BACAAN KREATIF DUNIA OTOMOTIF

150.000 MOBIL MUDIK

FANTASTIK!
Panjang Antriannya dari Jakarta sampai Semarang dari mobil pribadi sampai sewaan. Lalu, jalur mana paling nyaman?

MAM
MUDIK BERMobil

- Slapkah MOBIL anda mudik? Apa saja yang harus diperhatikan?
- Pasar MOBIL meledak! Harga melonjak. Ribuan calon pembeli antri.
- Berapa harga BBM 1 Mel?
- Gunarijah Kartasasmita menjerit: Industri karoser terancam pemodai raksasa!
- Jajang, sering ngebut 180 km/jam, bikin Arifin C. Noor, sport antung!
- Balap MOBIL mancanegaraan sengit. Kenapa Jaguar tumbang di Suzuka?

NO. 02/XX/1990
BEREDAR 16 APRIL 1990

(Tempo, 2 April 1990)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang mobil dan motor, misalnya: *otomotif, mobil, mobil pribadi,*

mobil sewaan, pasar mobi, BBM, balap mobil. Depdikbud (1988) menjelaskan sebagai berikut.

otomotif : corak; macam kendaraan yang dijalankan dengan motor

mobil : kendaraan darat yang digerakkan oleh tenaga mesin yang ada padanya, beroda empat atau lebih (selalu genap) yang biasanya menggunakan bahan bakar minyak (bensin) untuk menghidupkan mesinnya

mobil pribadi : mobil milik perseorangan dan dipakai untuk keperluan sendiri

mobil sewaan : mobil yang dipinjamkan dengan membayar ongkos biaya

pasar mobil : tempat jual beli mobil

BBM : sesuatu yang dipakai untuk menimbulkan api

balap mobil : perlombaan adu cepat dengan mengendarai mobil

g). Bidang Olah Raga

Perhatikan contoh wacana berikut.

(32)

TEPAT SASARAN

Ada 1.335.000 alasan yang menyatakan iklan Anda di BOLA akan tepat mengenai sasaran. Itulah rata-rata pembaca BOLA hasil riset SRI* Tersebar luas di seluruh Indonesia, dan mencapai 500.000 eksemplar. Ini membuat BOLA tidak terasingi dalam mencapai khalayak sasaran tertentu :

- pria, umur di atas 16 tahun
- staff, eksekutif, pelajar/mahasiswa
- terutama untuk penggemar olahraga

Dan kalau diingat bahwa semua orang gemar berita olahraga, jelas : BOLA teratas dalam pilihan sebagai media komunikasi. Bahkan untuk produk/jasa yang tidak ada sangkut pautnya dengan olahraga!

Mainkan BOLA. Kuasai lapangan.
 Hubungi : Bagian Iklan BOLA
 Gedung Perintis - Lt. II
 Jl. Kebahagiaan 4 - 12
 Jakarta 11140
 Ph. : (021) 6297809

* SRI : Survey Research Indonesia

Semua ada, apa pun bisa.

MENCEGAH SAKIT PINGGANG - HAL. 5

BOLA
MINGGUAN OLAHRAGA

Ayton Semua Keras Kepala

MIKE TYSON AKAN ROBOH

(Tempo, 29 September 1990)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan bidang olah raga, misalnya: *bola*, *lapangan*. Depdikbud (1988) menjelaskan sebagai berikut.

bola : benda bulat yang terbuat dari karet dan sebagainya untuk bermain-main

lapangan : tempat atau tanah yang luas (biasanya rata)

h). Bidang Perkawinan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(33)

MANKOTA NO.53
1991 VOL. 23 014 1991

MANKOTA

SATU-SATUNYA MAJALAN KHUSUS YANG MENGUPAS MASALAH PERKAWINAN

Mulai September 1991, terbit sebulan 2 kali, tanggal 8 dan 22

Untuk pemesanan iklan dan langganan hubungi:
MANKOTA - P.T. RAPERT SANTOSA
Telp. 6417040 S/4 6417043, Fax 6417044
& Jemberan Tiga No. 34 7474, Jakarta 14440

PERUMAHAN
Menemukan masalah dalam bagi semua pasangan pengantin yang mungkin mengalami jangam kehidupan berumah tangga. MANKOTA berusaha untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai masalah perumahan terutama real estate serta kemudahan-kemudahan di dalam memperolehnya, misalnya saja dengan Kreda Pembiain Rumah dan sebagainya.

WISATA BULAN MADU
Semua pasangan pengantin yang baru saja melangsungkan pernikahan marilah tentu akan memasuki bulan madu yang indah. Sampai sejauh ini hanya MANKOTA yang memberikan informasi lengkap mengenai masalah wisata bulan madu di dalam setiap perjalanannya.

Selain itu MANKOTA tetap menampilkan berbagai informasi mengenai berbagai kebutuhan Calon Pengantin seperti Gaun Pengantin, Kue Pengantin, Ornamen Pelaminan, Tameng Reklamasi, Foto Studio, Flanel dll.

Tidak ketinggalan berbagai Artikel yang menarik dan bermanfaat mulai dari Masa Pacaran, Masa Pertunangan, Di Saat Pernikahan, Pasangan Muda & Suka, Masa Keras Perkawinan, Keluarga Berencana serta arbab arbab lainnya yang sangat bermanfaat di dalam membantu kehidupan berumah tangga.

MANKOTA
NO.53
1991 VOL. 23
8 JUNI 1992

(Tempo, 21 Desember 1991)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan bidang perkawinan, misalnya: *perumahan*, *pasangan pengantin*, *berumah tangga*, *pernikahan*, *bulan madu*, *gaun pengantin*, *masa pertunangan*, *pasangan muda*, *pasangan balita*, *Keluarga*

Berencana, Depdikbud (1988) menjelaskan sebagai berikut.

perumahan : kumpulan beberapa buah rumah

pasangan pengantin : seorang perempuan calon interi bagi calon suaminya dan sebaliknya

berumah tangga : membentuk keluarga

pernikahan : hal perbuatan nikah; upacara nikah

bulan madu : waktu berlibur yang dilakukan sesudah perkawinan bagi suami isteri yang baru menikah, biasanya tidak mengambil waktu yang lama dan dilakukan sebelum memasuki rumah tangga yang baru

gaun pengantin : baju pengantin wanita

masa pertunangan: masa penentuan; kesepakatan untuk menjadi suami isteri

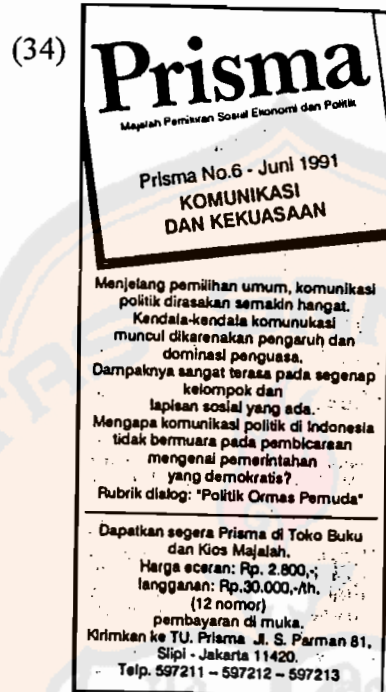
pasangan muda : suami isteri yang belum lama menikah

pasangan balita : suami isteri yang masa pernikahannya dibawah lima tahun

Keluarga Berencana : usaha membatasi kelahiran dengan tujuan untuk membentuk keluarga yang sehat dan sejahtera

i). Bidang Politik

Perhatikan contoh wacana berikut.



(Tempo, 20 Juli 1991)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam bidang politik, misalnya: *kekuasaan, pemilihan umum, komunikasi politik, dominasi penguasa, pemerintahan yang demokratis.*

Masing-masing diberi penjelasan sebagai berikut.

kekuasaan : asas orang atau golongan lain berda sarkan kebiasaan, wewenang, kharisma atau kekuatan fisik

pemilihan umum : pemilihan yang dilakukan serentak oleh segenap rakyat untuk memilih wakil rakyat

kommunikasi politik : hubungan; kontak politik

dominasi penguasa: penguasaan oleh pihak yang lebih kuat

dalam bidang politik

pemerintahan yang demokratis: bentuk atau sistem

pemerintahan yang segenap rakyat turut

serta memerintah dengan perantaraan

wakilnya

j). Bidang Psikologi

Perhatikan contoh wacana berikut.

(35)

JENDERAL SOEMITRO:


"SIAPA BILANG SAYA TAHANAN RUMAH ?"

Ini adalah tokoh yang dikenal galak, temperamental dan suka menggebrak. Tapi ia terbahak, ketika muncul isu dirinya kena cekal. Apa pendapatnya tentang Bung Karno, Gus Dur, dan CIA ?

SEKS, BISNIS & PENGUSAHA
Untuk membuka peluang bisnis, tak jarang dipakai jurus seks. Masalahnya, seberapa besar peranan seks dalam sukses bisnis ? Sejauh mana pula keterlibatan pengusaha kita ?

SANG PEMBURU MANAJER
Lembaga pemburu eksekutif papan atas makin marak. Eksekutif apa yang banyak diincar ? Benarkah antara si eksekutif dan si pemburu terlibat kongkalikong ?

LIKU-LIKU JANDA DORCE
Di tahun yang baru ini Dorce berjanji akan alim. Ia tak lagi genit, kecuali di atas panggung. Bagaimana liku-liku hidupnya kini setelah menjanda ?



TIARA

MAJALAH TREND & INFORMASI PERILAKU

BEREDAR RABU, 15 JANUARI 1992

UNTUK PRIA WANITA DEWASA, PROFESIONAL DAN EKSEKUTIF MUDA YANG SIBUK BEKERJA

(Tempo, 18 Januari 1992)

Satuan lingual yang menunjukkan pokok pembicaraan dalam

bidang psikologi, misalnya: *galak*, *temperamental*, *alim*, *genit*.

Kartono (1987) memberi penjelasan sebagai berikut.

galak : suka marah; mencaci maki dan sebagainya

temperamental : ketidakluwesannya dan intensitas dalam tuntutan-tuntutan motivasional

alim : tingkah laku yang sdalah; tidak nakal

genit : tingkah laku bergaya-gaya secara berlebihan

b. Pelibat

Pelibat pada wacana iklan media cetak meliputi pengiklan dan pembaca. Pelibat dapat ditinjau dari kedudukan, peranan, dan sifatnya. Pembaca secara sosial memiliki kedudukan lebih tinggi dibandingkan pengiklan. Pengiklan berperan sebagai penjual jasa kepada pembaca, maka pihak pengiklan berusaha melayani pembaca sebaik-baiknya. Upaya ini tampak dalam memberikan informasi lengkap tentang media cetak yang ditawarkan, menunjukkan keistimewaan, dan memberikan cara-cara mendapatkan media cetak tersebut. Sifat menonjol pengiklan adalah berusaha mempengaruhi pembaca, sedangkan bila ditinjau dari pembaca, pembaca adalah pihak yang dipengaruhi iklan.

1). Pengiklan

Pengiklan pada iklan media cetak tersirat pada gambar majalah/surat kabar, merek, alamat, dan slogan. Dengan melihat gambar majalah/surat kabar yang dimuat pada wacana, pembaca langsung dapat

menangkap perusahaan/ penerbit/ toko buku yang menawarkan media cetak tersebut. Begitu juga bila pembaca melihat merek yang dicantumkan, dengan kelengkapan alamat yang dituliskan pembaca semakin mudah mengetahui pengiklan media cetak tersebut. Dengan menyertakan slogan tertentu yang mudah diingat, pembaca semakin mudah mengenali pengiklannya. Wacana iklan media cetak menggunakan variasi susunan unsur-unsur (gambar majalah/surat kabar, merek, alamat, dan slogan) untuk menunjukkan pengiklannya.

a). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak, Merek, Alamat, dan Slogan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(36)

Panasea

PRIA DAN WANITA:

- Perbedaan janin-memang
- Penyakit-penyakit pria dan wanita yang perlu diketahui
- Cathy Bonn menyukai yoga. Apa jurusan sehat Maya Rumantri, Bambang R. Soegama, dll?

ANAK:

- Cara mendapatkan anak laki-laki atau perempuan
- Anak laki memilih boneka, bolehkah?
- Mengamati perkembangan jiwa anak sampai 12 bulan
- Serba-serbi perawatan bayi, cara mensterilkan susu di rumah

KESEHATAN:

- Siapa mau beli gamsel?
- Hadyan mendetta kelainan jantung
- Anak Sitoresmi meninggal karena virus
- Wanita mudah terkena infeksi kandung-kemah?

LAIN-LAIN:

- Man bersenam sama si dia
- Kink siab: memanjangkan anggota tubuh
- Meran orestasi di usia lanjut
- Cetojo Sukaton mengatasi penyakitnya

Redaksi
Jalan Salemba Tengah No. 47
Telepon 2202745 - 2202746
Jakarta Pusat

Sirkulasi
Jalan Gantus No. 69
Telepon 4200227 - 413469
- 410301 Jakarta Pusat

Mumas/Blen/Promosi
Jalan Pascaan Dalam No 5
Telepon 3101160 - 3591469
Jakarta Pusat

BEREDAR AWAL JANUARI 1992
SOAL KESEHATAN, KAMI TERDEPAN


(Tempo, 11 Januari 1992)

Contoh wacana (36) pengiklan tersirat pada gambar majalah *Panasea*, merek "Majalah Kesehatan Populer *Panasea* membina gaya hidup sehat" alamat redaksi Jalan Salemba Tengah No. 47. Telepon

4218745-4218748 Jakarta Pusat, sirkulasi Jalan Garuda No. 69,
 Telepon 4200327-413469- 410801 Jakarta Pusat. humas/
 iklan/promosi Jalan Paseban dalam no. 5. Telepon 3101160-8581469
 Jakarta Pusat" serta slogan yang berbunyi "SOAL KESEHATAN
 KAMI TERDEPAN".

- b) Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak, Alamat, dan Slogan
 Perhatikan contoh wacana berikut.

(37)



EDISI DESEMBER 1990

• Mundur dari bisnis bank, bukan berarti non-aktif dari kancuh bisnis, setidaknya bagi Kaharudin Oegta. Setelah sukses membangun BUN menjadi salah satu bank yang diagani, kini ia ingin mundur dari BUN. Apa yang akan dilakukannya? Bagaimana dengan BUN yang ditinggalkan? • 40 Eksekutif Indonesia bicara tentang dinamika politik dan ekonomi Indonesia dekade 90-an. Bagaimana pandangan mereka tentang prospek deregulasi, juga tentang stabilitas politik dan peran militer di Indonesia? • Perangai seorang bos terkadang amat berperan dalam menjalankan bisnis. Bagaimana jika seorang bos marah? Apa reaksi staf yang tepat? • Tabulah Anda aset perusahaan yang belum terjamah? Itulah kehadiran para karyawan lama, mereka masih memberikan kontribusi, jika Anda bisa memanfaatkannya.... Dan banyak artikel prima lainnya.

*Depotkan Eksekutif di berbagai toko buku, department store, airport, dan agen-agen terdekat
 Atau hubungi alamat Eksekutif: Jl. RS Fatmahan No. 21, Jakarta. Telp. 7502513, 7502514. Fax. 7502676*

(Tempo, 22 Desember 1990)

Contoh wacana (37) pengiklan tersirat pada gambar majalah "EKSEKUTIF", alamat "Jl. RS. Fatmawati No. 21, Jakarta, Telp. 7502513, 7502514. Fax. 7502676". dan slogan yang berbunyi "KAMI LAIN, kami menyajikan hanya yang terbaik".

c). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak, Merek, dan Slogan
Perhatikan contoh wacana berikut.

(38)

NO. 22 BEREDAR 28 AGUSTUS '91

HumOr

MAJALAH GERRR NASIONAL

KRIS BIANTORO KERUPUK DAN TV

Kris "dondong apa selek" Biantoro kini honorarnya seangit. Maktum la profesional, "kaleu mau murah ya kerupuk!" ketanya. lapun tak pernah ketawa nonton lawakan orang lain. Kenapa sekarang tak muncul di TV lagi?

PERMADI SH: LEAK MODERN
Untuk memulus abunya, seorang majikan di Bali menuduh inem, pelayannya, diterkam leak. Anannya masyarakat kok percaya saia. Tapi Permadi minat belangnya.

ORKEK: GOLF SAMBIL NGOBYEK
Bagaimana caranya main golf supaya sehat istaman dan sehat kantong? Perlu ngoyek sambal golf kan? Inu! resep utu-lucu in.

SEPULUH KESALAHAN MENJUAL
Kalau dagang-rugya saia sendiri. Kalau zhuung-hitung, ada 10 kesalahan. Lau bagaimana supaya selalu ke-benar-an?

SEBELAS CARA MENJADI KAYA RAYA
Jadi kaya itu gampang, mudan, dan very easy. Ada 11 langkah untuk mencapainya. Coba saia ...

ANEHOOT: GERRR SOAL ILMU PENGETAHUAN (prek), GERRR SOAL GAJAH dan GERRR SEGALA SOAL.
Ada Galotaca Falls in Love, Pretty Women sa Blok M, Tragedi TV, Dan Bulu Kudak Sampa Menning dan Transformasi Kurutanak.

POKOKNYA TERSEDA SEGUDANG TULISAN DAN KARTUN NASIONAL MAUPUN INTERNASIONAL (GLOBALISASI) LAINNYA. SEMUANYA KOCAK. SEMUANYA GERRR.

ANDA JUGA BERHAK ATAS HADIAH SEBUAH MOBIL FIAT UNO.
Asal inu! Sayembara Hebat HumOr. Ruuk-rubuk HumOr juga behadiah ino.

EPISODE NI WORO SENDANG
Sudah tersedia ogantung. see Sawangrampet malah nggak datang. Siarnya Acta Manete sebagi game. Apa yang akan tenaco?

ART BUCHWALD: VITAL TERLUPAKAN
Ya, profesi perugas manara pandara memang vital. Coba saia meruka mogok. Pesawat nggak bakal bisa mendarat ino.

DARMANTO YATMAN: HOKI DARI GUNUNG KAWI
Kalau dagangan mau laku ya ke Gunung Kawi ah orang pergo. Can nora atau nara ba: Hab-nas memoen nama, buan soal keci.

PUTU WILAYAYA: KETERBUKAAN
Ada yang mehatnya dan gagang telepon. Can televi. Dan stangsi ova. Dan sapangan golf. Anda mehatnya dan tara?

Edisi No. 22, muncul tanggal 28 Agustus 1991. Harga tetap Rp. 2.300.

HumOr
Bacat samai untuk orang saia.

(Tempo, 3 Agustus 1991)

Contoh wacana (38) pengiklan tersirat pada gambar majalah "HUMOR", merek "HUMOR MAJALAH GERRR NASIONAL ", dan slogan "Bacaan santai untuk orang sibuk".

d). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak, Merek, dan Alamat

Perhatikan contoh wacana berikut.

(39)

Dokter...

MEDIKA adalah jurnal kedokteran dan farmasi yang secara rutin tiap bulan mengunjungi para dokter di mana pun berada di seluruh pelosok tanah air, dari dokter umum hingga dokter ahli.

Efisien...

Bila setiap produk anda ingin dicerna oleh para dokter - Hanya MEDIKA yang dapat menjangkau lebih dari 18.000 dokter secara efisien dan efektif.

O . k ...

Segera dapatkan informasi secara rinci mengenai berbagai kebutuhan program promosi anda.

MEDIKA

MEDIKA
Kebayoran Centre, Blok A 12A - 14,
Jl. Kebayoran Baru, Mayestik, Jakarta 12240.
Telp. : 7207458, Telp./Fax : 7207458.
Sarco Alpha : 3802701-2/3840606, pes. 28975.

(Tempo, 1 Agustus 1992)

Contoh wacana (39) pengiklan tersirat pada gambar majalah "MEDIKA", merek yakni MEDIKA merupakan majalah jurnal

kedokteran dan farmasi, dan alamat pengiklan yakni P.T. Grafiti Medika Pers. Kebayoran Center Kav. A 12a-14. Jl. Kebayoran BARu Jakarta Selatan Telp. 7207456-7207458 PO BOX 234/ Kby-Jakarta 12001

- e). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak, dan Alamat Perhatikan contoh wacana berikut.

(40)



(Tempo, 25 Juli 1992)

Contoh wacana (40) pengiklan tersirat pada gambar majalah *Liberty* dan alamat, yakni "Jl. Pahlawan 116 (atas), Telp. (031) 23656, 26097, Surabaya 60174".

f). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak dan Slogan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(41)

Manajemen baru, orientasi baru.

Focus on Money Business

Tajam. Dalam. Halaman demi halaman.

Pada saat informasi keuangan dan perbankan makin penting dalam setiap pengambilan keputusan strategis, saat itulah Anda membutuhkan Infobank Manajemen Baru.

Infobank baru secara khusus mengemas informasi keuangan dan perbankan menjadi informasi yang terpercaya.

Diliah tajam dan dalam. Dengan semangat baru. Bobot baru. Dengan sumber rujukan luas, gaya penulisan memikat.

Untuk informasi terpercaya, untuk pengambilan keputusan strategis, ikuti Infobank pemasok Info Strategis Uang & Bank untuk para penentu di segala lapisan kunci perancangan ekonomi-bisnis Indonesia.



(Tempo, 3 Maret 1990)

Contoh wacana (41) pengiklan tersirat pada gambar majalah "*InfoBank*", dan slogan, "Tajam dalam halaman demi halaman".

g). Pengiklan Tersirat pada Gambar Media Cetak

Perhatikan contoh wacana berikut.

(42)



(Tempo, 13 April 1991)

Contoh wacana (42) pengiklan tersirat pada gambar majalah

"POPULAR"

h). Pengiklan Tersirat pada Merek dan Alamat

Perhatikan contoh wacana berikut.

(43)

DILEMA PENGAWASAN BI

Keluhan-keluhan masyarakat pengguna jasa Bank makin gencar justru di saat deregulasi dan paket-camatnya dirasikan bernasi memooonasi dana masyarakat. Sebagai induk Bank BI sementara dikur-kalikan. Betulkah BI dilemas mengra-
sain semua ini?

SIAPAKAH PEMBUNUH COLLEEN WILLIAR?

Colleen Williar ditemukan di apartemennya dalam keadaan mati akibat serangan
senjata tajam beracun-kas. Hasil penyelidikan menunjukkan bahwa si korban telah
diperiksa. Kasus pembunuhan wanita muda ini segera kisan detektif Perry Ma-
son yang biasanya berakhr dramatis.

HIBAH MURNI APA PULA ITU?

Hibah murni yang digunakan sebagai cara untuk memelamarkan Bank Duta dan
"keamoran", tampaknya telah memunculkan beresga tanda tanya dalam
masyarakat. Apa itu hibah murni? Bagaimana aturannya?

Kami juga menyajikan rubrik-rubrik tetap yang kami menanti, seperti:

- Kihah Murni
- Endi Murni
- Problematika
- Telesan Duta
- Bunga Rambar
- Jani aneka rubrik lainnya

PROF. SUDARGO GAUTAMA

KADANG DITAKUT-TAKUTIN

Bagaimana pandangan investor ternakad hukum
Indonesia? Kerasa keputusan BANI dan akan
akurisasiannya sulit pelaksanaan di Indonesia.
Bagaimana pelaksanaan hukum Perdata Inter-
nasional (HPI) di Indonesia sekarang? Apa cetak
natum senaka memengangan Warga Negara In-
donesia? Prof. Sudargo Gautama pakar HPI dan
puru besar FHUI, antara lain berpendapat pro-
ses peradilan kita bukan saja ama teradi juga.
"Kadang-kadang ditakut-takutin itu"

Forum Keadilan NO.25

Redaksi: Jl. Tirtayasa 1/8 Kebayoran
Baru Jakarta 12160 - Telp 710360-714880
Langganan: Kurang sebarangnya melalui Pos "Forum ke Keadilan"
Sirewan Forum Keadilan, Jalan Garuda 30 62 - Jakarta 10820
Harga Langganan: Rp 13.500,00 (6 bulan/6 kali terbit)
Rp 26.500,00 (12 bulan/12 kali terbit). Sudah termasuk ongkos kirim

(Tempo, 1 Desember 1990)

Pada contoh wacana (43) pengiklan tersirat pada merek "Forum Keadilan" dan alamat "Jl. Tirtayasa 1/8 Kebayoran Baru Jakarta 12160. Telp 710 360-714880".

i). Pengiklan Tersirat pada Merek dan Slogan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(44)

MATRA NO.66 EDISI JANUARI 1992

WAWANCARA

Eka Tjipta Widjaja
Tentang Perpecahannya Dengan
Liem Sioe Liong

● Taipan kelahiran Fukien, Cina Selatan ini termasuk orang ketiga terkaya di Indonesia. Karirnya dimulai di Makasar sebagai pedagang keliling dengan becak tanpa jok. Berkat keuletannya ia kini menguasai lebih seratus perusahaan raksasa. Bahkan ia pun memenangkan Management Excellence Awards 1991. Terakhir di perusahaan minyak "Bimoli" ia konflik dengan Liem Sioe Liong. Ada apa dengan Anthony Salim? atau Indra Widjaya? Berapa asset kini yang dikuasainya? Siapa pewaris kerajaannya? MATRA mengungkap tuntas semuanya.



**NANTIKAN MATRA EDISI TERBARU EDISI JANUARI 1992
BEREDAR TANGGAL 6 JANUARI 1992**

MATRA

DIBACA LEBIH 600.000 KAUM PRIA DI INDONESIA

(Tempo, 4 januari 1992)

Contoh wacana iklan (44) pengiklan tersirat dalam merek "MATRA dan slogan, yakni "DIBACA LEBIH 600 KAUM PRIA DI INDONESIA".

Berikut ini disajikan bagan variasi unsur-unsur pengiklan.

Bagan 4. Variasi Unsur-unsur Pengiklan

Unsur / Jenis	a	b	c	d	e	f	g	h	i
Gambar media cetak	v	v	v	v	v	v	v	-	-
Merek	v	-	v	v	-	-	-	v	v
Alamat	v	v	-	v	v	-	-	v	-
Slogan	v	v	v	-	-	v	-	-	v

Bagan tersebut menunjukkan sembilan macam variasi unsur-unsur pengiklan, yakni (a) gambar media cetak, merek, alamat, dan slogan, (b) gambar media cetak, alamat, dan slogan, (c) gambar media cetak, merek, dan slogan, (d) gambar media cetak, merek, dan alamat, (e) gambar media cetak dan alamat, (f) gambar media cetak dan slogan, (g) gambar media cetak, (h) merek dan alamat, serta (i) merek dan slogan.

2). Pembaca


Pembaca wacana iklan media cetak mengarah pada khalayak tertentu. Hal ini sangat dipengaruhi oleh bidang yang menjadi penekanan media cetak tersebut, misalnya bidang yang menjadi penekanan adalah masalah-masalah kewanitaan seperti resep masakan, kecantikan, mode pakaian. Oleh karena itu, pembaca wacana tersebut tentu sebagian besar para wanita.

Berdasarkan data wacana iklan media cetak pada majalah mingguan *Tempo*, pembacanya dapat diidentifikasi sebagai berikut.

a). Pembaca Menurut Umur

Perhatikan contoh wacana berikut.

(45)



MAHKOTA NO. 53
TERBIT 22 DES. 1991

**SATU-SATUNYA MAJALAH KHUSUS
YANG MENGUPAS MASALAH PERKAWINAN**

Mulai September 1991, terbit sebulan 2 kali, tanggal 8 dan 22

Untuk pemesanan iklan dan langganan hubungi:
MAHKOTA - P.T. RIAPRINT SANTOSA
Telp. 6611040 S/d 6611043, Fax: 6611044
Jl. Jembatan Tiga No. 36 R-FM, Jakarta 14440

PERUMAHAN
Merupakan masalah utama bagi setiap pasangan pengantin yang memulai memasuki jenjang kehidupan berumah tangga. MAHKOTA berusaha untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai masalah perumahan terutama real estate serta kemudahan-kemudahan di dalam memperolehnya. masalahnya saja dengan Kredit Pemilikan Rumah dan sebagainya.

WISATA BULAN MADU
Setiap pasangan pengantin yang baru saja melangsungkan pernikahan mereka tentu akan menjalani bulan madu yang indah. Sampai sejauh ini hanya MAHKOTA yang memberikan informasi lengkap mengenai masalah wisata bulan madu di dalam setiap penerbitannya.

Selain itu MAHKOTA tetap menampilkan berbagai informasi mengenai berbagai kebutuhan Calon Pengantin seperti Gaun Pengantin, Kue Pengantin, Desain Pelaminan, Tamat Resesu, Foto Studio, Fontis dll.

Tidak ketinggalan berbagai Artikel yang menarik dan bermanfaat mulai dari Masa Pacaran, Masa Pertunangan, Di Saat Pernikahan, Pasangan Muda & Salita, Masa Krisis Perkawinan, Keluarga Berencana serta artikel-artikel lainnya yang sangat bermanfaat di dalam menjalani kehidupan berumah tangga.

**MAHKOTA
NO. 53
TERBIT 22
8 JANUARI 1992**

(Tempo, 21 Desember 1991)

Contoh wacana (45) bidang yang menjadi penekanan adalah mengupas masalah-masalah perkawinan seperti mempersiapkan perumahan, wisata bulan madu, informasi mengenai kebutuhan calon pengantin, masa-masa pertunangan, masa krisis perkawinan. Oleh karena itu, pembaca wacana tersebut tentu bukan anak-anak, namun mereka yang sudah siap memasuki jenjang perkawinan.



b). Pembaca Menurut Jenis Kelamin

Perhatikan contoh wacana berikut.

(46)



(Tempo, 19 Oktober 1991)

Contoh wacana (46) bidang yang menjadi penekanan adalah masalah-masalah wanita terutama untuk para wanita aktif yang sibuk bekerja atau berkarier. Oleh karena itu, pembacanya sebagian besar tentu para wanita.

c). Pembaca Menurut Suku/ Kebangsaan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(47)



(Tempo, 22 Desember 1990)

Contoh wacana (47) bidang yang menjadi penekanan adalah berita-berita kedaerahan, yakni daerah Ujungpandang, Sulawesi, dan kota-kota penting di daerah Indonesia bagian Timur. Oleh karena itu, pembacanya adalah mereka yang tinggal di Indonesia bagian Timur, khususnya di Ujung Pandang atau mereka yang mempunyai minat terhadap harian yang sifatnya kedaerahan.

d). Pembaca Menurut Pendidikan/ Pekerjaan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(48)

NOMOR 12, TAHUN 17, DESEMBER 1991

MEDIKA
JURNAL KESEHATAN DAN FARMASI

Pola V. Cholera
Dokter Kontrak dan Optimasi Peran Sarjana
Amebiasis Vagina pada Pemeriksaan Pap Smear

Abstrak

- Status Gizi Ibu Masa Menyusui Elevasi Ternormalisasi Gizi Bayi
- Jumlah Trombosit dan Masa Perdarahan pada Penderita Haemofilia A dan Orang Normal Setelah Pemberian Asam Traneksamat Intravena


Tujuan Penelitian:

- Indikasi Pengobatan Koinfeksi Topikal Serta Jambaran Klinis Berbagai Dermatitis yang Responsif dengan Obat Tersebut
- Pemakaian (Gigit) Kortikosteroid yang Rasional dan Aman pada Penyakit Reumatik dalam Praktik Sarjana-hari
- Diagnostik dan Pengobatan Neurosis Epidermal Toksik Serta Masa Pengobatan Para Penderita yang Dirawat Inap di Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo

Dan Lapangan:

- Anemia
- Duwena Dokter/ Icah Solur
- Dan Runtuk/ ruluk/ Lantiva/ Eam/ Sempau/ Tonic/ Bari/ Beredar/ Etylish/ Summary/ Kepala/ Nustiana/ Korespondensi

PT. CRAFTI MEDIKA PERS
Kedokteran Center Akurasi, Sice A, Jca, A
1, Kedokteran Bari/ Vn/ Bial/ Jakarta Selatan
PO Box 1774/ EBY/ Jakarta 12043
Telp. 3221456 - 3221458 - Fax 3221458



(Tempo, 1 Februari 1992)

Contoh wacana (48) bidang yang menjadi penekanan adalah masalah-masalah kedokteran dan farmasi seperti masalah-masalah diagnosis dan pengobatan, indikasi pengobatan, aneka penyakit, kontrak dokter. Oleh karena itu, pembacanya hampir dapat dipastikan sebagian besar adalah para dokter, perawat, para medis atau mereka yang memiliki perhatian terhadap masalah-masalah kesehatan.

e). Pembaca Menurut Agama/Kepercayaan

Perhatikan contoh wacana berikut,

(49)

Seruan nan layak diikuti...

Adzan...
 Setiap muslim pasti tahu dan mengerti laudialis apa yang harus dijadi kala ia berkumandang ke seluruh pelosok negeri di waktu yang ditetapkan ilahi.

Setiap muslim, kini mengerti, bahwa ia juga berarti nama sebuah Islamic Digest atau majalah saku yang terbit di awal bulan dengan kemauan mungil menawan, menyajikan tulisan-tulisan menarik dan cerita-cerita terbaik 'tuk memahami seruan dan keagungan Rabbi Izzati.

Untuk semua muslim ADZAN layak diikuti..!

ADZAN Islamic Digest adalah majalah saku bulanan. Terbit tiap awal bulan dengan kemauan mungil menawan. Lengkap koleksi Adzan dengan berlangganan: Rp. 4.800,- untuk 6 bulanan atau Rp. 18.200,- untuk 1 tahun. Kirimkan RM ke: TU Masalah ADZAN, Jl. H. Agus Salim 24 Jakarta 10540. Telp: 3100578.

ADZAN Memikat hingga halaman terakhir

Terbit: Edisi Juli 1991

(Tempo, 6 Juli 1991)

Contoh wacana (49) bidang yang menjadi penekanan adalah masalah keagamaan khususnya agama Islam seperti cerita-cerita seorang nabi atau tokoh Islam, makna adzan. Oleh karena itu, pembacanya sebagian besar adalah mereka yang berkeyakinan Islam, atau setidaknya pemerhati dalam keislaman

Berikut ini disajikan bagan jenis-jenis pembaca.

Bagan 5. Jenis-jenis Pembaca

Media Cetak	Umur	Jenis Kel.	Suku/Bgs.	Pendd./Pek.	Agama	Umum
<i>Adzan</i>					v	
<i>Akcaya</i>				v		
<i>Akutahu</i>				v		
<i>Amanah</i>					v	
<i>Anda</i>				v		
<i>Angkasa</i>				v		
<i>Bali Post</i>				v		
<i>Bisnis Indonesia</i>				v		
<i>Bola</i>				v		
<i>Dokter Keluarga</i>				v		
<i>Ekonomi Neraca</i>				v		
<i>Eksekutif</i>				v		
<i>Fajar</i>			v			
<i>Fakta Plus</i>				v		
<i>Forum Keadilan</i>				v		
<i>Higine</i>				v		
<i>Humor</i>						v
<i>Infobank</i>				v		
<i>Jawa Pos</i>			v			
<i>Kartini</i>		v				
<i>Kartika</i>				v		
<i>Liberty</i>				v		
<i>Mahkota</i>	v					
<i>Manuntung</i>			v			
<i>Matra</i>		v				
<i>Medika</i>				v		
<i>Mobil dan Motor</i>				v		
<i>Panasea</i>				v		
<i>Populer</i>				v		
<i>Prisma</i>				v		
<i>Riau Pos</i>			v			
<i>Suara Indonesia</i>				v		
<i>Suasana</i>		v				
<i>Swasembada</i>				v		
<i>Tempo</i>						v
<i>Tiara</i>				v		
<i>Warta Ekonomi</i>				v		

Bagan tersebut menunjukkan jenis-jenis pembaca wacana iklan media cetak. Jenis-jenis pembaca dapat diklasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, suku/kebangsaan, pekerjaan/pendidikan, agama, dan umum.

c. Sarana Wacana

Sarana wacana menunjuk pada bagian yang diperankan oleh bahasa, hal yang diharapkan oleh para pelibat dalam situasi tertentu. Dalam iklan media cetak satuan-satuan lingual yang disusun pertama-tama memang memberikan informasi dari pihak pengiklan kepada pembaca mengenai adanya surat kabar atau majalah tertentu yang terbit, dengan edisi dan waktu terbit, kekhasan dalam hal isi yang menjadi penekanan setiap macam majalah (surat kabar) maupun setiap edisi yang diterbitkan, serta cara mendapatkan yang mencakup harga, alamat, dan nomor telpon pengiklan. Wacana iklan tersebut ditulis untuk diketahui oleh khalayak khususnya pembaca tertentu sesuai dengan bidang-bidang yang menjadi penekanan dari setiap jenis media cetak yang ditawarkan.

Pengiklan selain menyampaikan informasi juga berusaha mempengaruhi pembaca, lewat satuan-satuan lingual yang dipilih sesuai dengan bidang-bidang yang menjadi penekanan setiap media cetak yang ditawarkan. Jadi dari pihak pengiklan menginformasikan dan mempengaruhi pembaca, sedangkan dari pihak pembaca diharapkan untuk berlangganan atau membeli media cetak yang ditawarkan.

5. Tindak Bahasa

Telah dipaparkan pada pembahasan pertama bahwa wacana iklan media cetak memiliki bagian-bagian struktur sebagai berikut, yakni bagian awal berupa judul dan atau subjudul, bagian tubuh (penjelasan), bagian penutup berupa penegasan dan atau tindakan. Masing-masing bagian akan dilihat ciri tindak tuturnya.

a. Tindak Lokusi

Tindak lokusi pada bagian awal adalah menjelaskan hadirnya sebuah majalah/surat kabar, menjelaskan keingintahuan pembaca, menjelaskan manfaat, menjelaskan jenis pembaca, menjelaskan merek/produk, menjelaskan isi media yang ditawarkan, dan menjelaskan kemudahan mendapatkan. Tindak lokusi pada bagian tubuh (penjelasan) adalah menjelaskan kemudahan mendapatkan, menjelaskan isi media cetak, menjelaskan cara kerja dan kemampuan produk, dan menjelaskan kelebihan media yang ditawarkan. Adapun tindak lokusi pada bagian penutup adalah menyimpulkan dan menjelaskan alamat mendapatkan.

1) Tindak Lokusi pada Bagian Awal

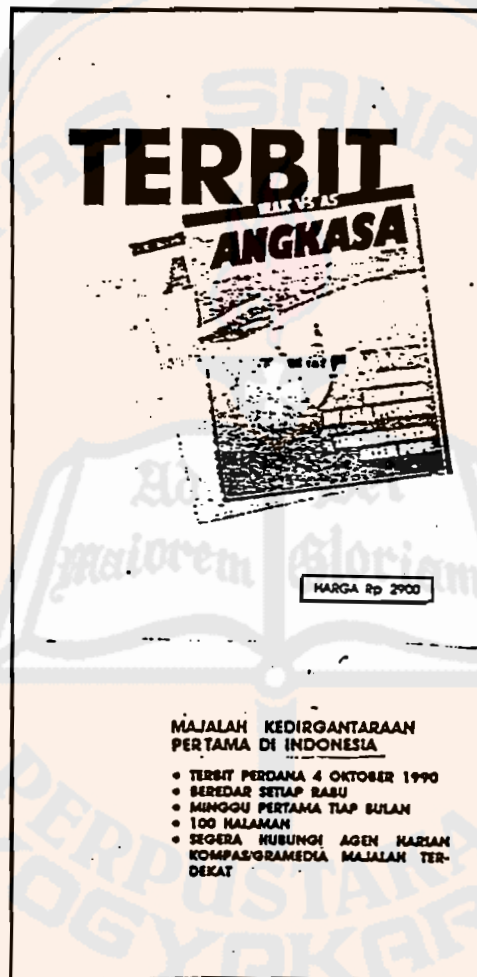
Tindak lokusi pada bagian awal wacana dibedakan menjadi tujuh, yakni a) menjelaskan hadirnya surat kabar/ majalah , b) menjelaskan keingintahuan pembaca, c) menjelaskan manfaat produk ,d) menjelaskan

jenis pembacanya, e) menjelaskan merek/produk, f) menjelaskan isi, dan g) menjelaskan kemudahan mendapatkan.

a) Menjelaskan Hadirnya Media Cetak

Perhatikanlah contoh berikut.

(50)



(Tempo, 13 Oktober 1990)

Awal contoh wacana (50), yakni "TERBIT" Tindak lokusi pada awal wacana tersebut menjelaskan terbitnya sebuah majalah edisi baru.

b) Menjelaskan Keingintahuan Pembaca.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(51)



(Tempo, 11 April 1992)

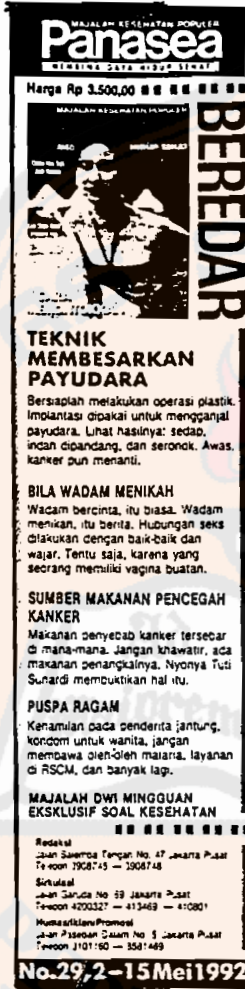
Awal contoh wacana (51), yakni "Ada apa di Manado?".

Tindak lokusi pada awal wacana tersebut adalah menjelaskan keingintahuan pembaca.

c). Menjelaskan Manfaat

Perhatikan contoh wacana berikut.

(52)



(Tempo, 9 Mei 1992)

Awal contoh wacana (52), yakni "Majalah Kesehatan Populer Panasea". Tindak lokusi pada awal wacana tersebut adalah menjelaskan manfaat membaca majalah tersebut. Manfaat membaca majalah tersebut adalah memberikan informasi tentang masalah-

masalah kesehatan yang sedang hangat dibicarakan orang, dan upaya-upaya membina gaya hidup sehat.

d). Menjelaskan Jenis Pembacanya.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(53)

**YANG
PERTAMA
DAN TERUTAMA
DIBACA DI
KALIMANTAN
BARAT !!**

Sejak pagi, sepiakan masyarakat di seluruh pelosok Kalimantan Barat menyimak dunia melalui Harian Akcaya.

Karena Harian Akcaya merupakan Surat Kabar yang terbesar dan tersebar luas di seluruh Kalimantan Barat.

Maka kini sudah saatnya Anda mempercayakan Kalimantan Barat kepada kami sebagai media promosi paling efektif di Kalimantan Barat, sebuah kawasan yang berkembang semakin pesat.

**Harian Pagi
Akcaya**

BAGIAN SIKULAS MELAN :
Jalan Gajahmada No. 2, 4, Banjarmasin
Telp: (0511) 2472, 2473, 2474, 2475
Faks: (0511) 2474 A.P. 2, Box 27 Banjarmasin

PERWAKILAN JAKARTA :
Jalan Jendral Panglima Sudirman No. 4
Telp: (021) 70821 Gedung 10, Komplek
Jaya Raya Selatan

**AKCAYA :
MOTTO KALIMANTAN BARAT
YANG ANTIKORUPSI
TAK RUPAINGO BINASA**

(Tempo, 25 April 1992)

Awal contoh wacana (53), yakni "YANG PERTAMA DAN TERUTAMA DIBACA DI KALIMANTAN BARAT". Tindak

lokusi pada awal wacana tersebut adalah menjelaskan jenis pembaca yang membaca harian tersebut. Harian tersebut memberi penekanan pada berita-berita yang sifatnya kedaerahan, yakni secara khusus untuk daerah Kalimantan Barat. Oleh karena itu, jenis pembacanya adalah mereka yang tinggal di daerah Kalimantan Barat atau mereka yang memiliki perhatian terhadap harian yang sifatnya kedaerahan tersebut.

e) Menjelaskan Merek /Produk.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(54)

FORUM
KEADILAN

FORUM
NOMOR 1, TAHUN I
15:30 APRIL 1992
Harga Rp 2.500,-

TELAH BEREDAR

**"BINTANG JASA"
BUAT KARTIKA**

KISAH CINTA ERNA IBU SAMANTHA. Samanta pernah berpacaran dengan Erna di sekolahnya dulu. Tapi bagaimana kisah cinta Erna di rumah dan sekolah, pertemanannya-pertemuannya di rumah yang tinggal ibunya. Forum melaporkan sangat detail.

KASUS "DILI" DI VIETNAM DAN TANAMMEN. Suberana pernah dituntut oleh keluarga Erna. Bagaimana tanggapan keluarganya dan Erna. Forum melaporkan sangat detail.

DIALOG SLAMET GUNDUL SI PERAMPOK. Terjadi pertemuan Slamet Gundul dalam rumahnya di Pekanbaru. Bagaimana kisah pertemuan, dan bagaimana nasib Slamet Gundul di Pekanbaru.

JUJUR & DEMOKRATIS

(Tempo, 25 April 1992)

Bagian awal pada contoh wacana (54), yakni "FORUM KEADILAN". Tindak lokusi pada awal wacana tersebut menjelaskan merek atau nama majalah.

f). Menjelaskan Isi Media Cetak.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(55)

BAGAIMANA MERAUP JUTAAN DOLAR ?

SWA EDISI JUNI
SEGERA BEREDAR

SWA
SEWYD

**TAKTIK
MERAUP DOLAR
LEBIH BESAR**

Manajemen yang kreatif dan inovatif adalah kunci sukses dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Bagaimana cara meningkatkan produktivitas dan efisiensi? Bagaimana cara meningkatkan kualitas produk dan layanan? Bagaimana cara meningkatkan daya saing perusahaan?

Peta pasar potensial dunia, ditulis lengkap juga informasi kompas yang punya kans besar sukses ekspor. Bagaimana jurus-jurus para eksportir andalan kita, siapa Kompas yang berat dan apa kelemahan kita? Ramalan Gunnar Myrdal tentang perekonomian Asia semakin tidak benar! Empat Macam Asia telah membukakan, apa saja jurus-jurusnya?

Sajian lainnya :

- **Manajemen** : Bagaimana mengelola manusia kreatif, egois dan egotistik agar mau mengabdikan manfaat maksimal bagi perusahaan?
- **Uang** : Kreativitas dan inovasi semakin sulit didapat baik dari dalam maupun dari luar negeri. Bagaimana sekenanya?
- **Persaingan** : Bagaimana strategi yang unggul dalam menghadapi persaingan? Bagaimana cara memenangkan persaingan?

SEMUA TAKTIK EKSPOR DIUNGKAP DAN DIANALISA TUNTAS DI SWA TERBARU.

SWA
SEWYD

MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS
SEMAKIN PENTING BAGI ORANG PENTING

(Tempo, 8 Juni 1991)

Awal contoh wacana (55), yakni "BAGAIMANA MERAUP JUTAAN DOLAR? Tindak lokusi pada awal wacana tersebut menjelaskan isi pokok majalah. Isi pokok majalah edisi Juni tersebut mengupas jurus-jurus mencapai sukses dalam bidang ekonomi.

- g). Menjelaskan Kemudahan Mendapatkan
Perhatikan contoh wacana berikut.

(56)

Di Amerika Serikat

TEMPO
MAGAZINE BERITA MINGGUAN

Bei Gloriam

Bila Anda tinggal di Amerika Serikat, Anda pun dapat memperoleh majalah TEMPO secara lancar dan mudah.

Hubungi:
THEODOOR UTOMO
P.O. BOX 3297
Alhambra, CA. 91803,
Los Angeles - USA
Tel.: (818) 3691946
Fax.: (818) 3339069

Juga mengageni:

MATRA SWA
HumOr
MAGAZINE SEBANYAK NASIONAL

(Tempo, 15 Agustus 1992)

Awal contoh wacana (56), yakni "Di Amerika Serikat". Tindak lokusi pada awal wacana tersebut menjelaskan kemudahan mendapatkan, yakni sekalipun berada di Amerika dengan mudah dapat memperoleh majalah tersebut.

2). Tindak Lokusi pada Bagian Tubuh atau Penjelasan

Tindak lokusi pada bagian penjelasan dibedakan menjadi empat, yakni a) menjelaskan kemudahan mendapatkan, b) menjelaskan isi, c) menjelaskan cara kerja dan kemampuan produk, d) menjelaskan kelebihan/ kehebatan media yang ditawarkan.

a) Menjelaskan Kemudahan Mendapatkan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(57)

Bila anda tinggal di Arab Saudi,
Anda pun dapat memperoleh
majalah TEMPO
secara lancar dan mudah.

Hubungi:
ALMUNIEF
BOOKSTORE
P.O. BOX 5016
Jeddah 21422
TEL. : 829-6472

Juga mengageni:
MATRA

(Tempo, 7 November 1992)

Tindak lokusi pada bagian penjelasan contoh wacana (57) adalah menjelaskan cara mendapatkan majalah *Tempo* secara mudah sekalipun pembaca ada di tempat yang jauh dari Indonesia misalnya di Arab Saudi.

b) Menjelaskan Isi Media Cetak

Perhatikan contoh wacana berikut.

(58)

BEREDAR EDISI 93
NOPEMBER 1990

AKUTAHU

TRANSFER EMBRIO (TE)


Dengan TE, pasangan ternak Anda bisa menghasilkan 60 anak tiap tahun, bahkan lebih. Padahal dengan kawin alam hanya menghasilkan seekor... Wuaaah!

Pada manusia, dengan TE bisa diciptakan anak secantik Madonna dan sejenius Einstein, atau manusia di bumi ini kembar semua... Wuaaah!

Bagaimana cirinya? Apa kendalanya? Adakah kaitannya dengan kebebasan seks? Ikuti edisi ini, kami akan mengulas dengan jelas sampai tuntas.

Juga rubrik-rubrik tetap kami: AEROTEKNOLOGI, ASTRONOMI, BIOTEKNOLOGI, KOMPUTER, TEKNOLOGI TERAPAN, dan segudang artikel iptek lainnya yang pasti... Wuaaah!

Setelah membaca edisi ini, Anda pasti berkomentar Wuaah... majalah ini memang PADAT INFORMASI, MUDAH DIMENGERTI



Hubungi toko-toko buku serta agen-agen terdekat di kota Anda, atau langsung ke Penerbit: Lajjem Suprapto L20K Jakarta 10640-Telp. 4208830-411484

(Tempo, 8 Februari 1992)

Tindak Lokusi pada bagian penjelasan contoh wacana (58) adalah menjelaskan isi pokok majalah yang ditawarkan dalam iklan tersebut. Isi pokok majalah edisi November 1990 adalah informasi mengenai transfer embrio dan rubrik- rubrik tetap yang lain.

c) Menjelaskan Cara Kerja dan Kemampuan Produk

Perhatikan contoh wacana berikut.

(59)

Kami hadir lebih pagi,
distribusi kami luas, dengan
pengelolaan yang profesional
fakta berita sehari-hari yang aktual
kami sajikan dengan lengkap dan tuntas

Harian Kartika
Soal Golput, Tak Sah

Terdidat Baru
Koran Semarang

Dengan manajemen baru, kini kami tampil lebih pas!

Harian Kartika
Rakyat sebagai Sumber Inspirasi
Jl. Pemuda 145 Semarang Telp. (024) 21157 - 23991

(Tempo, 2 November 1991)

Tindak lokusi pada bagian penjelasan contoh wacana (59) adalah menjelaskan cara kerja dan kemampuan produk. Contoh wacana tersebut dijelaskan datangnya surat kabar Harian *Kartika* lebih awal dibandingkan dengan surat kabar lain, distribusinya luas, pengelolannya profesional, serta jangkauannya luas.

d) Menjelaskan Kelebihan/Kehebatan Media Cetak

Perhatikan contoh wacana berikut.

(60)


Manado Post
menapak sejarah
profesional persurabaktian
era baru dengan manajemen jasa Pos

Manado Post
hadir tiap pagi 12 halaman
terbit 7 kali dalam seminggu
merangkul berita dan liputan khusus
mulai dari sudut-sudut Manado
daerah-daerah di Sulawesi
sampai pelosok dunia
menempatkan wawancara di ibukota
dan di seluruh kota besar di Indonesia
menempatkan
lima korresponden di luar negeri
di Washington, Inggris, Australia
Jepang dan Malaysia

Manado Post
merangkul informasi secara teliti
menghargai opini secara jeli
dengan wawasan dan kecerdikannya
memberikan yang terbaik untuk Anda

pasukan pilihan Anda
untuk usaha dan keluarga

Manado Post
icoran terbaik
penghargaan Pemda Sulut
dan masyarakat Sulawesi



Harian pagi
Manado Post
Jl. Salei Kosa, 18, Manado, Sulut
Telp. (0431) 64812, 64561, 60398
Perwakilan Jakarta :
Jl. Proponca Raya, 40 Jakarta
Telp. (021) 7204617, 7204618
Perwakilan Surabaya :
Jl. Karah Agung, Telp. 830773-75, 831022
Jl. Panglima Sudirman, 70

(Tempo, 2 November 1991)

Tindak lokusi pada bagian penjelasan contoh wacana (60) menjelaskan kelebihan/kehebatan harian tersebut, yakni dari segi jumlah halaman, frekuensi terbit, manajemen yang baik, tenaga yang menangani profesional, serta jangkauannya luas.

3) Tindak Lokusi pada Bagian Penutup

Tindak lokusi pada bagian penutup dibedakan menjadi dua, yakni

a) menyimpulkan seluruh wacana, dan b) menjelaskan alamat mendapatkan.

a) Tindak Lokusi Menyimpulkan Seluruh Wacana

Tindak lokusi yang menyimpulkan seluruh wacana hadir dalam bentuk slogan yang berusaha meringkas manfaat produk. Manfaat produk tersebut dibedakan menjadi tiga yakni (1) menonjolkan media cetak, (2) menonjolkan pembaca, dan (3) Menonjolkan media cetak dan pembaca.

(1). Manfaat Produk dengan Menonjolkan Media Cetak

(61)

Sejarah Baru

350.000

Prestasi Prestisius dari Jawa Timur

Sejarah baru telah ditulir. Jawa Pos dengan mantap mengukuhkan diri, menjadi satu-satunya koran luar Jakarta yang terbesar. Dengan oplah lebih dari 350.000 eksemplar (per September 1988) dan tampil berwarna setiap pagi, Jawa Pos tersebar di lebih dari 150 kota di Indonesia Timur.

Suatu bukti bahwa manajemen baru, dengan semangat baru, telah memberi kebanggaan baru bagi pembaca Jawa Timur yang melahirkan dan membesarkan Jawa Pos.

Kantor:
 Jl. Kembang Jepun No. 167 - 169,
 Telepon (031) 20169, 22395, 26493.
 Jl. Yos Sudarso 1 A,
 Telepon (031) 44942, 513818, 513819,
 Surabaya.

Perwakilan:
 Jl. Prapanca Raya No. 40,
 Telepon (021) 7204128, 7204617, 7204618,
 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Jawa Pos
 Padat, hangat, dan akurat.

The advertisement features a collage of newspaper clippings on the right side, including headlines such as "Pesawat Jatuh di Don Muang", "Bergantung Situasi KEBRI", "Kini, Pendidikan Nonformal Harus Diintegrasikan", "Pos", "Pesawat Jatuh di Don Muang", and "Indonesia Ingin Hadiri Perpecahan".

(Tempo, 27 Juni 1992)

Slogan pada contoh wacana (61) adalah "Jawa Pos Padat, hangat, dan akurat. Slogan tersebut merupakan penegasan dari surat kabar yang ditawarkan.

(2) Manfaat Produk dengan Menonjolkan Pembaca

Perhatikan contoh wacana berikut.

(62)

Kwik Kian Gie:

"SAYA SIAP BERDEBAT..."

Takoh andalan PDI ini gagal masuk pencalonan anggota DPR. Benarlah sekadar kealpaan? Apa tindakan yang akan diambilnya? Bagaimana pandangannya tentang konglomerasi? Apa sih ambisi-ambisi politiknya? Simak wawancara eksklusif dengan TIARA.

IMPIAN EKSEKUTIF MUDA INDONESIA ?
 Mereka yang sukses justru ingin pensiun di usia muda. Benarlah obsesi mereka: duit banyak, lalu lelu-lelu? Inilah fenomena kaum yupies Indonesia.



NY RADEN AYU KARSIWULAN:
"HETTY SUDAH TERBANG...."
 Orang di belakang sukses Hetty Koes Endang ini membantah sebagai otak perkawinan yang menghebatkan.
 "Sekarang hubungan saya dengan dia seperti air keruh dan ikan" katanya berlinang air mata.

JENDELA: AYAH YANG HARUS MEMBESARKAN ANAK TANPA ISTRI
 Bagaimana jika bekas istri menuntut anak? Perukah dipertemukan? Penting dibaca para suami sibuk.

BEREDAR

IKUTI SAYEMBARA BERHADIAH
 TOTAL RP. 10 JUTA !!!



UNTUK PRIA WANITA DEWASA, PROFESIONAL DAN EKSEKUTIF MUDA YANG SIBUK BEKERJA

(Tempo, 12 Oktober 1991)

Slogan pada contoh wacana (62) adalah "UNTUK PRIA WANITA DEWASA, PROFESIONAL, DAN EKSEKUTIF MUDA YANG SIBUK BEKERJA". Slogan tersebut merupakan penegasan juga namun yang diacu pembacanya.

(3). Manfaat Produk dengan Menonjolkan Media Cetak dan Pembaca

Perhatikan contoh wacana berikut.

(63)

BEREDAR!
SWA EDISI JANUARI 1991

BOS
BERSUKSES
1990

Para Top Eksekutif kita memang hidup di puncak piramida bisnis yang gemerlap dan kebyar-kebyar. Tapi, tantangan mereka juga luar biasa besar. Apa tantangan mereka? Bagaimana mereka bisa sukses? Pelajaran apa yang bisa ditarik dari mereka?

SEMUA DIUNGKAP LENGKAP DAN DIANALISA TUNTAS DI SWA TERBARU

Sejian lain:

- **PELUANG:** Mari Berkemas Menangkap Peluang Industri Peh Kemas
- **UANG:** Bank Pemerintah Digeragai Bank Swasta
- **WAJAH USAHA:**
 - Semangat Wiraswasta Eda
 - "Naikilah Perusahaan Minang"
- **INTERNASIONAL:** Kemana Lagi Pengusaha Taiwan Akan Berekspansi?
- **KONTAK EKSEKUTIF:** Anti Klimaks Pembajakan Eksekutif
- **SANTUN BISNIS:** Bank dan Kerusakan Lingkungan
- **PEMASARAN:** Menerobos Jaringan Pengecer Global
- **PLUS:** Sukses! Setelah Di Puncak Prestasi

SWA

MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS SEMAKIN PENTING BAGI ORANG PENTING

(Tempo, 12 Januari 1991)

Slogan pada contoh wacana (63) adalah "MAJALAH BISNIS PALING LENGKAP DAN TUNTAS SEMAKIN PENTING BAGI ORANG PENTING", slogan tersebut merupakan penegasan dari majalah yang ditawarkan dan sekaligus juga mengacu pada pembaca.

b). Tindak Lokusi Menjelaskan Alamat

Perhatikan contoh wacana berikut.

(64)

BEREDAR
NOMOR 4, TAHUN 16 APRIL 1990

MEDIKA
JURNAL BERSIKATAN DAN DINIYAS

Majalah khusus untuk para dokter
dan mereka yang berminat mendalami ilmu Kesehatan

MEDIKA



Artikel Utama

- Metode Praktis Penentuan Kadar Steroid
- Kasus Histoplasmosis di Indonesia 1932-1988

Artikel

- Kecukupan Gizi Penderita Schizophrenia Hebeprenic dan Paranoid di Rumah Sakit Jiwa Bogor
- Kadar Fluor dalam Air Minum dan Hubungannya dengan Karies Gigi Anak Usia Prasekolah di DKI Jakarta

Tinjauan Pustaka

- Rehidrasi Oral pada Diare Akut
- Persiapan Andrologis pada Fertilisasi In Vitro dan Tandur Alih Gamet Intra Tuba

Laporan Kasus

- Tuli Saraf Bilateral akibat Konyungtivitis Virus

Horison

- Penanganan penyakit Dekompresi pada Penyelam

Topik

- Kredit untuk Sebuah Nyawa
- Return on Investment
- Dokter tak Bersepatu

Dan rubrik-rubrik lainnya : Baru Beredar, Kegiatan, Esei, English Summary, Nuansaku, Laporan Perjalanan

Untuk iklan dan berlangganan, Hubungi Tata Usaha dengan alamat:
P.T. Grafiti Medika Pers, Kebayoran Center Blok A 12a-14
JL. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714456-714754
PO Box 234/Kby-Jakarta 12001

Kirimkan Uang Rp 18.000,- Via Pos Wesel
Sebagai Pengganti Ongkos Cetak/Kirim
Untuk 12 Nomor

(Tempo, 5 Mei 1991)

Tindak lokusi bagian penutup pada contoh wacana (64) adalah menjelaskan alamat mendapatkan majalah tersebut, yakni "Tata Usaha dengan alamat: P.T. Grafiti Medika Pers, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714456-714754, PO BOX 234/Kby- Jakarta 12001".

b. Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi pada iklan media cetak dibedakan menjadi tiga. Pertama, di awal wacana menyatakan kehendak pengiklan untuk memikat dan menarik perhatian pembaca. Kedua, pada bagian penjelasan menyatakan janji-janji pengiklan. Ketiga, dibagian penutup menyatakan harapan kepada pembaca untuk membeli atau berlangganan surat kabar/majalah yang ditawarkan.

1) Tindak Ilokusi pada Bagian Awal

Perhatikan contoh wacana berikut.

(65)

**YANG
PERTAMA
DAN TERUTAMA
DIBACA DI
KALIMANTAN
BARAT !!**

Sejak pagi, sudah banyak masyarakat di seluruh daerah Kalimantan Barat mempunyai surat media harian Akçaya.

Karena Harian Akçaya merupakan Surat Kabar yang terbesar dan terdistribusi luas di seluruh Kalimantan Barat.

Maka kini sudah seluruh Anda mempunyai dan Kalimantan Barat membaca surat media harian Akçaya yang terdistribusi luas di Kalimantan Barat. Sebagai koran yang bermutu yang bermanfaat untuk semua.

Mantan Pagi
Akçaya

RAJAGUNA BANGUNAN 101
Jl. Sekeloa No. 11 - Banjarmasin
Telp. (0511) 8000001 & 8000002
PENERBITAN AKÇAYA
Jl. Sekeloa No. 11 - Banjarmasin
Telp. (0511) 8000001 & 8000002

AKÇAYA
MOTTO BANGUNAN BARAT
TAMBAH KEMAJUAN, BANGUNAN

(Tempo, 16 Maret 1991)

Tindak ilokusi pada bagian awal wacana (65) menyatakan kehendak pengiklan untuk memikat dan menarik perhatian pembaca. Upaya untuk menarik perhatian pembaca ditunjukkan dengan bentuk, warna, ukuran huruf, serta pilihan kata dan penggunaan tanda baca yang mengundang perhatian,

2) Tindak Ilokusi pada Bagian Penjelasan

Perhatikan contoh wacana berikut.

(66)

Kami hadir lebih pagi,
distribusi kami luas, dengan
pengelolaan yang profesional
fakta berita sehari-hari yang aktual
kami sajikan dengan lengkap dan tuntas

*Friend Baru
Koran Semarang*

Dengan manajemen baru, kini kami tampil lebih pas!

Harian Kartika
Rakyat sebagai Sumber Inspirasi
Jl. Pemuda 145 Semarang Telp. (024) 21157 - 23991

(Tempo, 2 November 1991)

Tindak ilokusi pada bagian penjelasan wacana (66) menjanjikan kedatangan majalah lebih pagi, distribusi luas, pengelolaan profesional, fakta berita aktual, dan disajikan secara lengkap dan tuntas.

3). Tindak Ilokusi pada Bagian Penutup

Perhatikan contoh wacana berikut

(67)

BEREDAR
NOMOR 2, TAHUN 16 FEBRUARI 1990

MEDIKA
JURNAL KEOKHATAN DAN FARMASI

Majalah khusus untuk para dokter
dan mereka yang berminat mendalami ilmu Kesehatan



MEDIKA

Laporan Kasus
Vulvo-Vaginitis
Gonoroika pada
Anak Usia Lima
Tahun

Artikel

- Pencucian Sperma dengan Metode "Swim Up" dan Peranannya dalam Memperoleh Sperma tanpa Antibodi
- Pengaruh Makanan Darah Pada Kemampuan Bertelur Nyamuk *Aedes Aegypti*
- Uji Coba Banding antara Obat Cacing Kombinasi Mebendazol dan Pirantel Pamoat dengan Levamisol Pada Soil Transmitted Helminths

Tinjauan Pustaka

- Penanggulangan Akibat Trauma pada Gigi Anak Usia Balita
- Laparoskopi Dan Keakuratannya Dalam Menilai Suatu Kelainan Intra Abdominal
- Terobosan Menuju Peningkatan Persalinan Aman dan Kelangsungan Hidup Anak

Horison

- Kontrasepsi Pria : Masa kini dan Masa Akan Datang

Dan rubrik-rubrik lainnya : Sanipati, Baru Beredar, Sekedar Penyegar

Untuk berlangganan, Hubungi Tata Usaha, dengan Alamat:
P.T. Grafiti Medika Pers. Kebayoran Center Blok A 12A-14.
Jl. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714754-714458
PO Box 234/Kby-Jakarta 12001

Pengganti Ongkos Kirim Rp 18.000,-
untuk 12 nomor

(Tempo, 17 Februari 1990)

Bagian penutup pada contoh wacana (67), yakni "Untuk berlangganan, Hubungi Tata Usaha, dengan alamat: P.T. Grafiti Medika Pers. Kebayoran Center Blok A 12A-14, Jl. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714754-714458, PO Box 234/Kby- Jakarta 12001. Pengganti Ongkos Kirim Rp. 18. 000, untuk 12 nomor. Tindak ilokusi pada bagian penutup tersebut menyatakan harapan kepada pembaca untuk berlangganan majalah tersebut dengan menghubungi alamat yang telah ditunjuk, dengan mengganti ongkos kirim Rp. 18. 000, untuk 12 nomor.

Jika diklasifikasikan berdasarkan jenis tindak ilokusi, wacana persuasi iklan media cetak ini memiliki dua jenis tindak ilokusi . Pertama, tindak ilokusi komisif, yakni menginformasikan sekaligus menawarkan dan menjanjikan hal-hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Kedua, tindak ilokusi direktif , yakni tindak ilokusi yang bertujuan menghasilkan suatu efek tertentu berupa tindakan yang dilakukan oleh petutur.

c. Tindak Perlokusi

Tindak perlokusi wacana iklan media cetak berhubungan erat dengan tindak lokusi dan ilokusi. Agar tindak perlokusi benar-benar memenuhi harapan pengiklan harus dinyatakan dengan tindak lokusi dan ilokusi yang relevan.

Tindak perlokusi pada iklan media cetak adalah mengajak/mendorong membeli atau berlangganan majalah/surat kabar yang diiklankan.

Berikut ini disajikan bagan ciri tindak tutur untuk masing-masing bagian struktur.

Bagan 6. Ciri-ciri Tindak Tutur.

Struktur	Jenis Tindak Tutur	Ciri Tindak Tutur
Awal	Lokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menjelaskan hadirnya media cetak - menjelaskan keingintahuan pembaca - menjelaskan manfaat - menjelaskan jenis pembaca - menjelaskan merek/produk - menjelaskan isi media cetak - menjelaskan kemudahan mendapatkan
	Ilokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menyatakan kehendak pengiklan untuk memikat perhatian pembaca
	Perlokusi	<ul style="list-style-type: none"> - mengajak/mendorong pembaca membeli media cetak
Tubuh	Lokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menjelaskan kemudahan mendapatkan - menjelaskan isi media cetak - menjelaskan cara kerja dan kemampuan produk - menjelaskan kelebihan media cetak yang ditawarkan
	Ilokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menyatakan janji-janji pengiklan terhadap media cetak yang ditawarkan
	Perlokusi	<ul style="list-style-type: none"> - mengajak/mendorong pembaca untuk membeli media cetak
Penutup	Lokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menyimpulkan wacana dan menjelaskan alamat untuk mendapatkan
	Ilokusi	<ul style="list-style-type: none"> - menyatakan harapan kepada pembaca untuk pergi ke toko buku, atau menulis surat ke alamat media cetak yang ditawarkan
	Perlokusi	<ul style="list-style-type: none"> - mengajak/mendorong pembaca membeli media cetak

Bagan tersebut menunjukkan ciri tindak tutur (lokusi, ilokusi, dan perlokusi), untuk masing-masing bagian struktur. Ciri tindak tutur wacana persuasi iklan media cetak menonjol pada tindak perlokusinya, yakni mengajak/mendorong/mempengaruhi pembaca untuk membeli/berlangganan media cetak.

6. Implikatur Percakapan Wacana Iklan Media Cetak

Konsep implikatur timbul karena adanya seperangkat asumsi yang memandu agar percakapan mencapai hasil yang baik. Panduan tersebut disebut kerjasama. Selain dasar kerja sama, dasar kesopanan juga perlu diperhatikan.

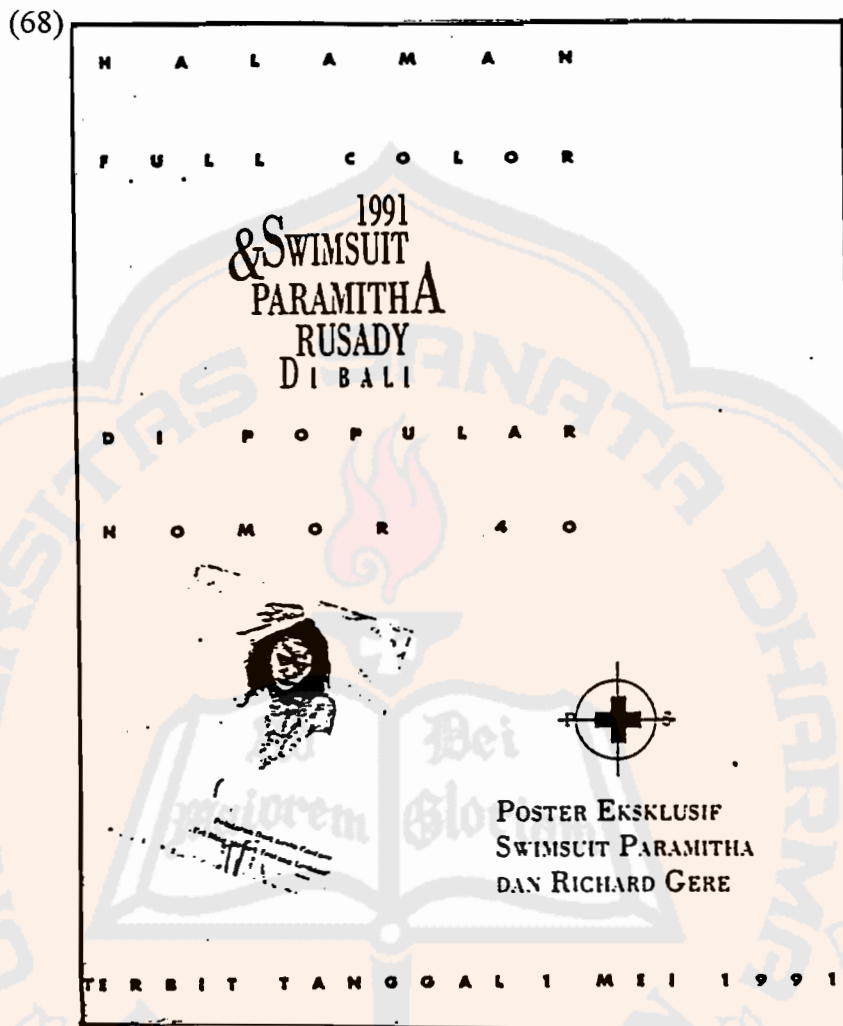
a. Dasar Kerja Sama

Dasar kerjasama mencakup (1) maksim kuantitas, (2) kualitas, (3) hubungan, dan (4) cara. Dalam kaitannya dengan penelitian iklan media cetak akan dilihat ketaatan dan pelanggarannya terhadap aturan kerja sama.

1) Maksim Kuantitas

Wacana iklan media cetak memiliki berbagai cara menginformasikan media yang ditawarkan untuk menarik perhatian pembaca. Oleh karena itu, wacana iklan media cetak melanggar aturan kuantitas.

Perhatikan contoh wacana berikut.



(Tempo, 4 Mei 1991)

Wacana (68) kurang memberikan informasi yang cukup kepada pembaca. Wacana tersebut hanya menginformasikan terbitnya sebuah majalah *Populer* berwarna, dengan nomor penerbitan 40, dan diterbitkan tanggal 1 Mei 1991. Pembaca dengan membaca wacana tersebut belum mendapatkan informasi yang cukup mengenai cara mendapatkan majalah, harga, dan bidang yang menjadi penekanan majalah tersebut. Padahal

bidang yang menjadi penekanan sebuah majalah merupakan unsur penting yang harus diketahui pembaca sehingga pembaca dapat menggambarkan isi majalah tersebut.

2). Maksim Kualitas

Maksim Kualitas menyarankan untuk menyatakan yang sebenarnya. Perhatikan contoh wacana berikut.

(69)

Prisma
Majalah Pemikiran Sosial Ekonomi dan Politik

EDISI KHUSUS

TOKOH-TOKOH DI ATAS PANGGUNG SEJARAH
dari SULTAN ke ALI MOERTOPO

PRISMA Edisi Khusus menguak 9 tokoh penting perintis lahirnya Orde Baru yang mewarnai perjalanan sejarah bangsa Indonesia, antara lain:

- Soedjono Humardani, pemain di belakang layar.
- Subehan Z.E., tokoh dengan sejumlah misteri.
- Sultan Hamengkubuwono, mempunyai kartu truf.
- Adam Malik, Miri atau kanan?
- Ali Moertopo, arsitek Orde Baru?
- Kanapa Sarwo Edhie?

Disajikan dalam bentuk tulisan menarik dan berani. Tebal 216 hal. Rp. 4.500.--. Dapatkan di Kios Majalah dan Toko Buku terkemuka di kota Anda. Pasaran langsung + ongkos kirim Rp. 1.000.--. Kirim ke TU PRISMA J. S. Pamman 81 Jakarta 11420 Telp. 5663525, 5663527, 5674211, 5674212, 5674213, 5667139.

(Tempo, 9 Mei 1992)

Wacana (69) memberikan informasi yang sebenarnya mengenai terbitnya majalah *Prisma* yang menekankan masalah-masalah sosial, ekonomi, dan politik, merupakan majalah *Prisma* edisi khusus karena mengupas permasalahan yang lain dari biasanya mengenai sembilan tokoh penting lahirnya Orde Baru. Majalah tersebut tebalnya 216 halaman. Cara mendapatkan dengan pesan pada alamat yang telah ditunjukkan. Harga majalah Rp. 4. 500,-. Kebenaran informasi tersebut nyata-nyata dapat dibuktikan dengan membaca majalah tersebut.

3). Maksim Hubungan

Maksim hubungan menyarankan untuk memberikan pernyataan yang mempunyai relevansi dengan masalah atau konteks pembicaraan. Wacana iklan media cetak menunjukkan pernyataan yang relevan dengan pokok dan konteks pembicaraan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(70)

Panasea
MAJALAH KESEHATAN POPULER
BEREDAR

Harga Rp 3.500,00

TEKNIK MEMBESARKAN PAYUDARA
Bersialah melakukan operasi plastik. Implanisasi dipakai untuk menggantikan payudara. Lihat hasilnya: seadab, indah dipandang, dan seronok. Awas, kanker pun menanti.

BILA WADAM MENIKAH
Wadam bercinta, itu biasa. Wadam menikah, itu berita. Hubungan seks dilakukan dengan baik-baik dan wajar. Tentu saja, karena yang seorang memiliki vagina buatan.

SUMBER MAKANAN PENCEGAH KANKER
Makanan penyebab kanker tersebar di mana-mana. Jangan khawatir, ada makanan penangkalnya. Nyonya Tuti Sunardi memcuktikan hal itu.

PUSPA RAGAM
Kenamian pada penderita jantung, kondom untuk wanita, jangan membawa diem-diem malaria, layanan di RSCM, dan banyak lagi.

MAJALAH DWI MINGGUAN EKSKLUSIF SOAL KESEHATAN

Redaksi
Jalan Sudirna Teman No. 47 Jakarta Pusat
Telepon 293145 — 2908748

Sirkulasi
Jalan Saruda No. 59 Jakarta Pusat
Telepon 4200327 — 413499 — 410801

Humas/iklan/Promosi
Jalan Pissoran Dalam No. 5 Jakarta Pusat
Telepon 1101160 — 3581469

No.29, 2-15 Mei 1992

(Tempo, 9 Mei 1992)

Wacana (70) menyatakan yang relevan dalam konteks mengiklankan media cetak. Dalam wacana tersebut memuat nama majalah, kebijakan editorial, harga, isi ringkas, waktu terbit, serta cara mendapatkan majalah dengan mencantumkan alamat dan nomor telpon.

4). Maksim Cara

Maksim cara menyarankan untuk menyatakan secara jelas, singkat, dan memberikan pernyataan yang teratur. Wacana iklan media cetak menonjolkan kemenarikan sebuah iklan, maka melanggar maksim cara. Perhatikan contoh wacana berikut.

(71)



(Tempo, 7 Nopember 1992)

Wacana (71) tidak menyatakan secara teratur dalam memberikan informasi kepada pembaca sehubungan dengan iklan yang ditawarkan.

Begitu pembaca membaca iklan tersebut pembaca dibingungkan dengan judul iklan "Di Arab Saudi", pembaca memberikan makna yang bermacam-macam terhadap pernyataan tersebut. Ada kemungkinan pembaca menduga pernyataan tersebut merupakan judul majalah, isi majalah, atau cara mendapatkan majalah. Kegandamaknaan tersebut sengaja diciptakan pengiklan agar pembaca terdorong untuk mengetahui, selain itu pengiklan juga ingin menonjolkan kelebihan majalah tersebut yakni, di tempat yang jauh di Arab Saudi pun pembaca dapat memperoleh majalah tersebut.

b. Dasar Kesopanan

Dasar kesopanan mencakup (1) maksim kearifan, (2) kedermawanan, (3) pujian, (4) kerendahan hati, (5) kesepakatan, dan (6) simpati. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, wacana iklan media cetak akan dilihat ketaatan dan pelanggaran terhadap maksim-maksim kesopanan.

Perhatikan contoh wacana berikut.

(72)

MIMPI BANK-BANK BARU DI TAHUN KUDA
Memasuk dekade 90-an, dunia perbankan terancam krisis yang ditanda dengan bakal banyaknya bank-bank yang bangkrut. Dunia perbankan nampaknya tak gentar. Bukahnya sejak Pango 27, telah bermunculan puluhan bank-bank baru, apakah itu bank patungan, bank umum swasta nasional, maupun BPR. Benarkan bank perbankan segepeng membalik telapak tangan?

TAHUN SKANDAL
Kini serdadu pokok kota dan desa sudah terdapat bank. Yang mendirikan bank di sana tak saja pemodal raksasa dan Jepang dan Perancis. Tapi juga para konglomerat dan mantan pejabat. Malah ada bank "asongan". Ingat, tahun 1990 yang dikenal sebagai tahun kuda, konon akan banyak terjadi skandal hat-hat membin bank!

BANJIR DANA
Walaupun suku bunga sudah turun, tapi masih banyak bank yang keberanian dana dan sulit mencari penyakutan dana tersebut dalam bentuk kredit. Ironis. Wah, gawat juga ini!

INVESTASI DI SERAMBI MEKKAH
Berbagai cara telah ditempuh untuk mengatasi dualisme di Aceh, salah satunya dengan mendirikan kawasan industri. Hasilnya kok masih payah?

"KITA PERLU BERMIMPI BESAR!"
Telah muncul konglomerat baru, itu da Modern Grup, yang kini sudah punya 23 perusahaan dalam berbagai bidang, termasuk perbankan. Pendiri dan pemilik Modern Grup Samadun Hartono menuntun kisah suksesnya kepada Infobank. Tahun 1963 ia baru menyewa empok toko kecil di Grogok, kini bisnisnya berkilat. Sekolahnya cuma kelas satu SMA.

Hubungi agen dan toko buku terdekat di kota Anda
Harga masih Rp 2.800,-!
Tata Usaha/Redaksi: Infobank
Gedung Griya Perbenas Unit IV Lt. III, Karer Kuningan, Setia-
budhi, Jakarta 12940. Telp. 5204110 - 512533.

(Tempo, 20 Januari 1990)

Wacana (72) taat terhadap maksim kearifan dan kedermawanan. Hal ini dibuktikan dengan tidak merugikan pembaca, pembaca justru diuntungkan dengan mendapatkan informasi tentang majalah *Infobank*, isi majalah, waktu beredar, harga, dan cara mendapatkan majalah tersebut.

Wacana iklan media cetak tidak taat terhadap maksim pujian dan kerendahan hati. Hal ini ditandai dengan pujian yang selalu mengarah pada media yang diiklankan dan tidak adanya pujian bagi pembaca iklan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan contoh-contoh berikut.

- (73). "Tajam, Dalam, Halaman demi halaman (dalam iklan majalah *InfoBank*).
- (74). "Dengan manajemen baru, kini kami tampil lebih pas!" (dalam iklan *Harian Kartika*)
- (75). "Medium Iklan yang Tepat dan Efektif di Wilayah Indonesia Timur". (dalam iklan *Harian Fajar*).
- (76). "Soal Kesehatan, Kami terdepan". (dalam iklan majalah *Panasea*).
- (77). "Segera hadir sahabat yang Anda perlukan untuk membuat Anda yang sibuk tetap tersenyum". (dalam iklan majalah *Humor*).
- (78). "Majalah bisnis paling lengkap dan tuntas, semakin penting bagi orang penting". (dalam iklan majalah *Swasembada*).
- (79). "ADZAN memikat hingga halaman terakhir" (dalam iklan majalah *ADZAN*)

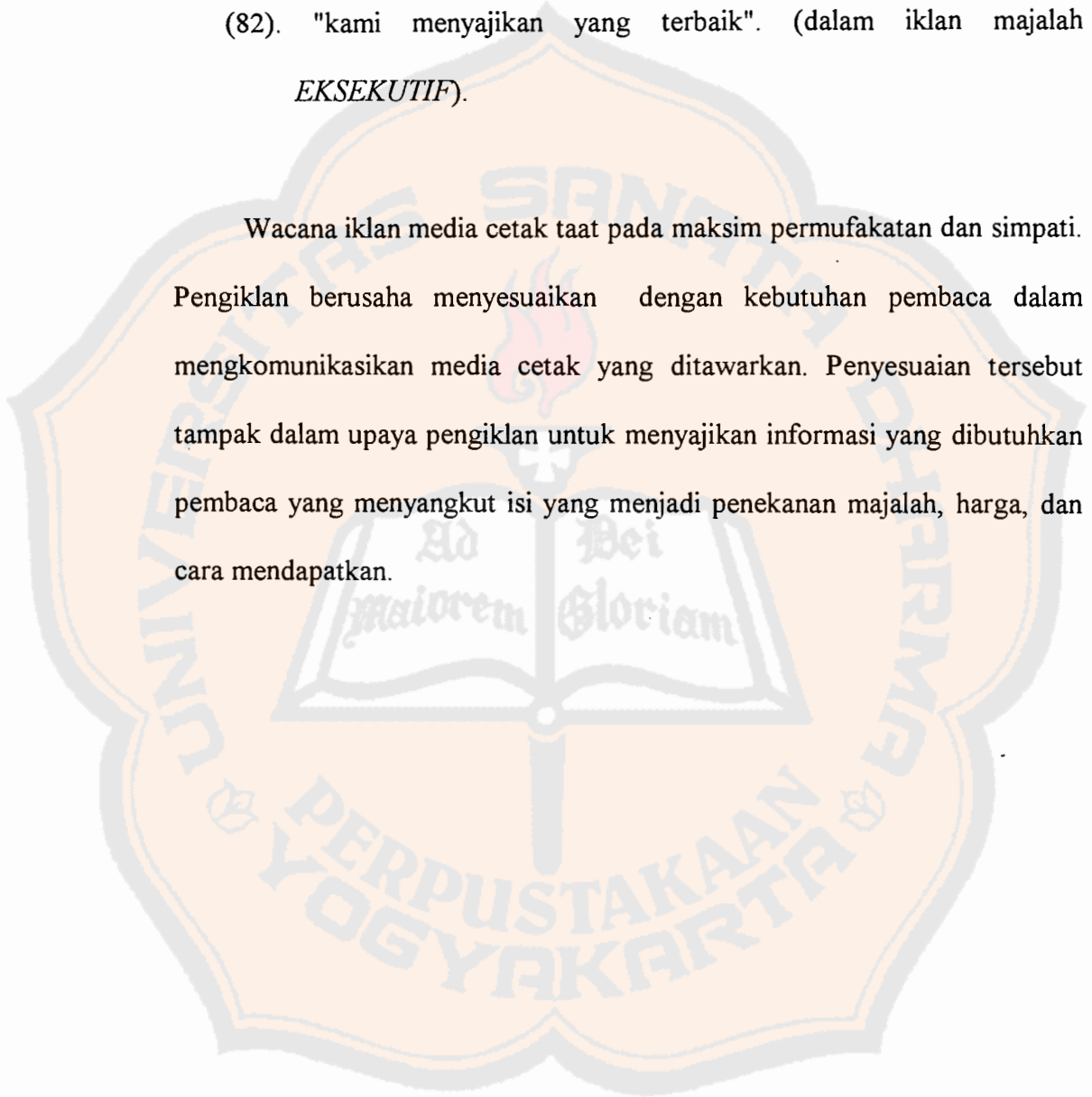
(80). "Pertama Dibaca di Riau...". (dalam iklan harian *Riau Pos*).

(81). "Semua jadi gamblang dan gampang dalam ANDA BOS". (dalam iklan majalah *ANDA*).

(82). "kami menyajikan yang terbaik". (dalam iklan majalah *EKSEKUTIF*).

Wacana iklan media cetak taat pada maksim permufakatan dan simpati.

Pengiklan berusaha menyesuaikan dengan kebutuhan pembaca dalam mengkomunikasikan media cetak yang ditawarkan. Penyesuaian tersebut tampak dalam upaya pengiklan untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan pembaca yang menyangkut isi yang menjadi penekanan majalah, harga, dan cara mendapatkan.



BAB V

IMPLIKASI BAGI PENGAJARAN BAHASA

Pragmatik sebagai suatu pendekatan pengajaran bahasa mengajarkan bagaimana bahasa digunakan dalam berkomunikasi. Pengajaran bahasa dengan pendekatan pragmatik lazim pula disebut sebagai pengajaran dengan pendekatan komunikatif. Nikolas (1988:253) berpendapat bahwa pendekatan ini memiliki banyak keunggulan yakni, (1) melihat bahasa sebagai alat komunikasi, (2) penggunaan bahasa yang aktual merupakan tekanan yang mendapat perhatian besar, (3) bahasa digunakan untuk menyatakan pikiran antara lain: dalam variasi situasi dan menurut ragam pemakai, dan (4) tujuan bahasa merupakan prioritas dan kosakata serta gramatika yang digunakan disesuaikan dengan tujuan komunikasi tersebut. Dengan demikian, pengajaran bahasa dengan pendekatan pragmatik mengkaji kata, klausa, kalimat, atau wacana dikaitkan dengan konteks penggunaannya, bukan terlepas-lepas atas unsur-unsurnya.

Pengajaran bahasa dengan pendekatan pragmatik bertujuan agar siswa memiliki kemampuan komunikatif dari sistem bahasa yang dipelajari. Oleh karena itu, kemampuan dalam bidang linguistik mengabdikan pada penguasaan komunikatif dari sistem bahasa tersebut. Pernyataan itu sesuai dengan tujuan pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia menurut Kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU), yakni untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan siswa dalam berbahasa secara tepat dan kreatif, meningkatkan kemampuan berpikir logis dan bernalar, kematangan emisional dan sosial, serta meningkatkan kepekaan perasaan dan kemampuan siswa untuk

memahami dan menikmati karya sastra. Tujuan tersebut dijabarkan dalam tujuan umum, tujuan khusus, dan tujuan setiap pembelajaran.

Tujuan umum pengajaran bahasa antara lain siswa memahami bahasa Indonesia dari segi bentuk, makna, dan fungsi, serta dapat menggunakannya dengan tepat untuk bermacam-macam tujuan dan keadaan (Depdikbud, 1993:1). Tujuan khususnya dijabarkan dalam tiga komponen, yakni komponen kebahasaan, pemahaman, dan penggunaan. Tujuan khusus komponen kebahasaan dapat disejajarkan dengan struktur dan kosa kata yang dijabarkan dalam materi-materi pembelajaran ejaan, intonasi, imbuhan, kata penghubung, frasa, kalimat, paragraf, esei, perubahan makna, majas, ungkapan, peribahasa, ciri-ciri puisi, prosa, drama, kritik, dan esei. Komponen pemahaman dapat dimengerti sebagai keterampilan reseptif dan dijabarkan dalam materi memahami teks bacaan, menyerap informasi lisan dan tertulis, menangkap ungkapan perasaan orang lain. Komponen penggunaan dapat disamakan dengan keterampilan menulis dan berbicara antara lain mengungkapkan gagasan, pendapat, pengalaman sendiri, mengungkapkan perasaan dengan berbagai bentuk, mampu berinteraksi dengan orang lain, dan memiliki kegemaran menulis.

Komponen penggunaan dijabarkan dalam tujuan pembelajaran, yakni (1) siswa mampu mengungkapkan informasi secara jelas, logis, dan sistematis sesuai dengan konteks dan situasi dalam berbagai bentuk dan ragam bahasa, (2) siswa mampu mengungkapkan gagasan, pendapat, pengalaman, dan pesan untuk berbagai keperluan, (3) siswa mampu mengungkapkan perasaan dalam berbagai bentuk, cara, gaya, sesuai dengan konteks dan situasi, (4) siswa mampu berinteraksi dan menjalin hubungan dengan orang lain dalam berbagai situasi (Depdikbud, 1993:2-3).

Tujuan pengajaran bahasa di atas menjadi jelas bahwa pertama-tama bukan semata-mata siswa menguasai struktur dan kosakata secara sempurna melainkan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan siswa dalam berkomunikasi. Hal ini bukan berarti kosakata dan struktur tidak penting namun struktur dan kosakata diajarkan untuk berkomunikasi. Dengan kata lain kosakata dan struktur mengabdikan untuk kepentingan komunikasi.

Pengajaran bahasa dengan pendekatan pragmatik menurut kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU) 1994 dioperasionalkan dalam bentuk wacana. Dengan demikian, analisis wacana sebagai studi linguistik dapat memberikan masukan dalam pengajaran bahasa yang menggunakan pendekatan komunikatif. Hasil dari analisis wacana iklan media cetak berbahasa Indonesia telah menunjukkan beberapa hal berkaitan dengan penggunaan bahasa. Implikasi bagi pengajaran bahasa adalah:

1. Hasil analisis wacana secara kontekstual sangat mendukung adanya hasil analisis yang lebih lengkap dan utuh. Kenyataan ini semakin mendukung pendekatan pragmatik yang digunakan dalam kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU) 1994. Pengajaran bahasa dengan menggunakan pendekatan pragmatik mengajak pembelajar tidak hanya menguasai ketepatan gramatikal tetapi juga kecocokan pemakaian bahasa dengan situasi dan faktor-faktor penentu lainnya. Oleh karena itu, pengajaran bahasa disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan siswa untuk berkomunikasi dalam kehidupan konkret, misalnya di lingkungan rumah, sekolah, teman bermain, dan masyarakat. Hal ini berarti guru atau pendidik memberikan kesempatan kepada siswa untuk berbahasa yang dihubungkan dengan kebutuhan komunikasi.

2. Pentingnya mengajarkan kepada siswa segenap konteks sehubungan dengan penggunaan bahasa pada wacana baik yang menyangkut konteks linguistik maupun nonlinguistik.
3. Bahasa Indonesia hendaknya terus terbuka terhadap perkembangan ilmu dan teknologi. Perkembangan ilmu dan teknologi berarti juga merupakan penambahan kosakata dari berbagai disiplin ilmu yang berkembang. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, berarti pengembangan kosakata dalam bidang ekonomi, hukum, psikologi, kedirgantaraan, mobil dan motor, perkawinan, kesehatan, keagamaan, politik, dan olah raga. Oleh karena itu, guru perlu mengajarkan kosakata menurut bidang pemakaiannya dalam konteks sehingga siswa dapat memahami dan dapat menggunakan kosakata serta dapat mengkomunikasikannya dalam kalimat, paragraf, dan wacana, secara lisan dan tulisan. Pemahaman dan penggunaan kosakata tersebut perlu memperhatikan dan menyelaraskan dengan faktor-faktor penentu peristiwa komunikatif.

Selanjutnya, akan disajikan sebuah model pengajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Umum (SMU) Kelas I Catur Wulan I, Kurikulum 1994, dengan materi wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia.

Tema : Wacana Iklan Media Cetak

Topik : Wacana Iklan Media Cetak Bidang Kesehatan

Tujuan Umum:

Siswa memahami bahasa Indonesia dari segi bentuk, makna, dan fungsi, serta menggunakannya dengan tepat untuk bermacam-macam tujuan, keperluan, dan keadaan.

Tujuan Khusus

1. Siswa mampu mengungkapkan informasi secara jelas, logis, dan sistematis sesuai dengan konteks dan situasi dalam berbagai bentuk dan ragam bahasa.
2. Siswa mampu mengungkapkan gagasan, pendapat, pengalaman, dan pesan untuk berbagai keperluan.
3. Siswa mampu mengungkapkan perasaan dalam berbagai bentuk, cara, gaya, sesuai dengan konteks dan situasi.

Tujuan (Pembelajaran)

1. Menemukan kosakata bidang kesehatan
2. Membuat kalimat dengan menggunakan istilah bidang kesehatan
3. Membuat kamus istilah bidang kesehatan
4. Membuat wacana iklan media cetak bidang kesehatan

5. Mengekspresikan wacana iklan media cetak bidang kesehatan secara lisan

Pembelajaran bahasa menurut Kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU) 1994 mencakup empat aspek, yakni (1) membaca, (2) menulis, (3) berbicara, dan (4) menyimak (Depdikbud, 1993:4). Berikut ini disajikan keempat aspek tersebut dalam pelaksanaan pembelajaran.

1). Membaca

Dewasa ini, iklan memberikan pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Dapat dipastikan bahwa iklan mengisi hampir seluruh waktu. Berbagai usaha telah dilakukan oleh pengiklan untuk menarik perhatian konsumen. Ini terbukti dengan adanya aneka bentuk penyampaian iklan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Tugas

- a). Di bawah ini adalah wacana iklan majalah *MEDIKA*, bacalah wacana tersebut dengan baik, kemudian jawablah pertanyaan-pertanyaan ini!

(83)

BEREDAR
MEDIKA
JURAH KEDOKTERAN DAN FARMASI

NO 2 TAHUN KE - 17, FEBRUARI 1991

Artikel Utama

- Obat-Obat Prokinetik Masa Kini
- Pola Penyakit Pada Usia Lanjut di Indonesia
- Risiko Terjadinya Diare Pada Bayi



Kegiatan

- Pengobatan Baru Untuk Kanker Serviks Uterus Dan Sarkoma
- Meninjau Gangguan Motivasi Sakuran Cama
- Pola Infeksi Kuman Semakin Berpisah

Artikel

- Kadar Ige Total Dan Jumlah Eosinofil Pada Beberapa Kelompok Umur Orang Non atopik Indonesia di Beberapa Tempat di Jakarta
- Uji Kocok Dan Uji Gelembung Mikro Pada Bayi Baru Lahir Dengan Hyaline Membrane Disease.
- Survei BCG, Tes Mantoux Pada Anak di Poliklinik Mobil Oil Dan Rumah Sakit Umum Lhok Seumawe.

Tinjauan Pustaka

- Metode Praktis Perencanaan Proyek
- Pengaruh Obat Infamasi Non Steroid Pada Mukosa Lambung
- Pengaruh Pengobatan Hipertensi Terhadap Risiko Penyakit Jantung Koroner : Di mana Peranan Acetinhibitor.

Dan Rubrik-Rubrik Lainnya:
Esai, Sekedar Penyegar, Nuansa, Sambil Laju.

Untuk Iklan Dan Berlangganan, Hubungi Tata Usaha, Dengan Alamat:
P.T. Grafiti Medika Pers, Kebayoran Center Kav. A 12a-14
Jl. Kebayoran Baru Jakarta Selatan Telp. 7207456-7207458
PO BOX 234-Kby-Jakarta 12001

Pengganti Ongkos Kirim Rp. 18.000,-
Untuk 12 Nomor

(Tempo, 9 Maret 1991)

b). Menjawab Pertanyaan

- (1). Siapa pembuat wacana iklan tersebut?
- (2). Siapa sasaran wacana iklan tersebut?
- (3). Apa tujuan wacana iklan tersebut ditulis?

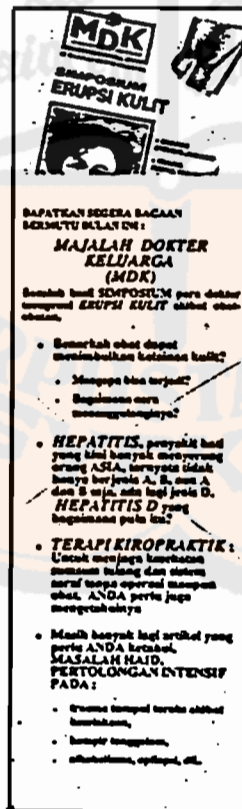
2) Menulis

Setiap orang membutuhkan sarana/media untuk berkomunikasi. Melalui media komunikasi pihak pemberi informasi dapat mempengaruhi pembaca. Untuk mencapai tujuan tersebut, pihak pengiklan memperkenalkan produk dengan menggunakan merek dagang, kemasan, dan slogan. Disamping itu, perhatian pembaca diikat dengan janji-janji dan bujukan.

Tugas

a). Perhatikan wacana iklan media cetak berikut dengan teliti!

(84)



(Tempo, 12 Mei 1990)

b). Tulislah kosakata dalam bidang kesehatan yang Anda temukan dan carilah artinya dalam kamus!

c). Buatlah sebuah iklan media cetak bidang kesehatan yang berisi:

- (1). nama media cetak yang ditawarkan
- (2). isi pokok media cetak tersebut
- (3). waktu terbit, edisi, dan nomor penerbitan
- (4). cara mendapatkan media cetak (alamat, nomor telpon, dan harga eceran maupun langganan)

d). Buatlah surat izin tidak masuk sekolah karena badanmu kurang sehat!

3). Berbicara

Iklan dapat disajikan melalui media cetak atau media elektronik, misalnya radio, televisi. Iklan media cetak tertulis disajikan dengan struktur tertentu, pilihan kata, bentuk, warna, dan ukuran huruf. Struktur iklan dibuat untuk memudahkan penyampaian. Pilihan kata, warna, bentuk, dan ukuran huruf dibuat untuk mempengaruhi pembaca. Iklan melalui radio atau televisi selain disajikan dengan struktur, pilihan

kata, bentuk, ukuran, dan warna huruf, juga pengekspresian iklan secara menarik didepan khalayak baik melalui suara yang jelas, lagu, intonasi.

Tugas

a). Pahami wacana iklan berikut!

(85)

SUDAH BEREDAR, EDISI JULI 1990

Mayat Diawetkan, Bisa Dihidupkan Kembali

Teknologi Cryonics sudah berkembang pesat. Kini sanggup mengawetkan mayat hingga lebih 100 tahun. Dan PT Trans Time menjanjikan bisa menghidupkan kembali. Biayanya AS \$ 125.000 saja. Percobaan telah dilakukan pada anjing!

Panasea
MAJALAH KESEHATAN POPULER
MEMBINA GAYA HIDUP SEHAT

- AWAS, SINDIKAT PERDAGANGAN BAYI
- SUKA MENGALAMI PERDARAHAN SAAT BERHUBUNGAN SEKS? MUNGKIN KANKER RAHIM
- DRAMA OPERASI KEMBAR SIAM. SATU MENINGGAL!
- DR. HARYONO SUYONO KOMANDAN KB. KENAPA BERKANTOR DI JL. MT. HARYONO?

(Tempo, 7 Juli 1990)

b). Bacalah iklan tersebut di depan kelas secara menarik!

c). Diskusikan dengan teman-temanmu!

(1). Apa sebab iklan media cetak bila disampaikan secara lisan lebih menarik?

(2). Bagaimana pengaruh iklan terhadap kehidupan manusia dewasa ini?

4). Menyimak

Menyimak wacana iklan media cetak dapat dilakukan dengan mendengarkan pembacaan seseorang atau melalui media elektronik seperti radio, televisi.

Wacana iklan media cetak memiliki banyak keunikan, baik dari segi struktur wacana, penggunaan bahasa, serta efek atau pengaruh yang ditimbulkannya. Wacana iklan media cetak memiliki struktur tertentu yang memudahkan penyampaian. Penggunaan bahasa wacana tersebut sangat tergantung konteks yang melingkupinya. Adapun wacana tersebut mempengaruhi pembaca untuk membeli atau berlangganan media cetak yang ditawarkan.

Tugas

a). Simaklah iklan penawaran media cetak melalui rekaman ini!

Sambil menyimak Anda diperbolehkan membuat catatan-catatan yang berkaitan dengan bahan menyimak. Ingat Anda hanya diberi kesempatan menyimak dua kali saja.

b). Jawablah pertanyaan-pertanyaan ini!

(1). Iklan majalah apakah yang ditawarkan?

(2). Informasi apa saja yang ditawarkan melalui iklan tersebut?

- c). Siapakah yang menjadi sasaran iklan tersebut?
- d). Dimanakah letak kemenarikan iklan tersebut?



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN



A. Kesimpulan

Dari pembahasan mengenai wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia yang dimuat pada majalah mingguan *Tempo*, dapat disimpulkan beberapa hal, yakni:

1. Struktur wacana jika ditinjau dari isi dan fungsi dibedakan menjadi dua, yakni wacana yang terdiri dari struktur lengkap dan tidak lengkap. Wacana berstruktur lengkap terdiri dari bagian awal, tubuh, dan penutup. Wacana berstruktur tidak lengkap terdiri dari bagian awal dan tubuh, serta bagian tubuh dan penutup. Dengan demikian, bagian awal dan penutup merupakan bagian yang tidak wajib hadir dalam iklan media cetak. Sebagai sebuah wacana, iklan media cetak memiliki bagian-bagian yang terdiri dari bagian awal berupa judul dan atau subjudul, bagian tubuh (penjelasan), dan bagian penutup berupa penegasan dan atau tindakan.
2. Register merupakan susunan makna yang dihubungkan secara khusus dengan situasi tertentu yang mencakup medan, pelibat, dan sarana. Medan wacana iklan media cetak dibedakan menjadi dua yakni medan wacana media cetak umum dan medan wacana media cetak khusus sesuai dengan bidang pema-

kaian bahasa tersebut. Pelibat dalam wacana meliputi pengiklan dan pembaca iklan. Pengiklan tersirat dalam bentuk merek dagang, gambar media cetak, slogan yang digunakan, dan alamat. Pembaca dapat diidentifikasi berdasarkan umur, jenis kelamin, agama, suku/kebangsaan, dan pekerjaan/pendidikan. Sarana wacana menunjuk pada upaya dari pihak pengiklan kepada pembaca untuk memberikan informasi dan mempengaruhi pembaca.

3. Ciri tindak bahasa yang terdapat dalam wacana tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Ada berbagai macam tindak lokusi untuk menyatakan satu tindak ilokusi yang sama.
 - b. Tindak perlokusi dari wacana tersebut sesuai dengan tindak lokusi dan ilokusinya, yakni mengajak atau mendorong pembaca untuk berlangganan atau membeli media cetak yang ditawarkan.
4. Implikatur percakapan dari wacana tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Wacana tersebut melanggar dasar kerjasama, yakni maksim kuantitas dan maksim cara.
 - b. Wacana tersebut melanggar dasar kesopanan, yakni maksim pujian dan kerendahan hati

5. Implikasi dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil analisis wacana secara kontekstual sangat mendukung hasil analisis yang lengkap dan utuh, hal ini mendukung pendekatan pragmatik yang digunakan dalam kurikulum Sekolah Menengah Umum (SMU) 1994.
- b. Pentingnya mengajarkan segenap konteks yang berhubungan dengan penggunaan bahasa pada wacana baik yang menyangkut konteks linguistik maupun nonlinguistik
- c. Bahasa Indonesia hendaknya terus terbuka terhadap perkembangan ilmu dan teknologi, hal ini berarti juga penambahan kosakata baru sesuai dengan disiplin ilmu yang berkembang. Oleh karena itu, perlunya mengajarkan kosakata sesuai dengan bidang pemakaiannya.

B. Saran

Analisis wacana ini masih dapat diperluas lagi sehingga dapat mengungkap analisis secara lengkap, misalnya dengan meninjau fenomena pragmatik yang lain dari wacana tersebut serta seberapa jauh unsur kebahasaan dapat memberikan pengaruh bagi pembaca. Sampel penelitian dapat diambil dari media massa yang lain misalnya dari harian *Bernas* atau *Kompas* atau dapat juga diambil dari data bahasa lisan misalnya melalui media elektronik seperti radio atau televisi.

Dalam kaitannya dengan pengajaran, hasil analisis wacana ini dapat diperluas dengan meninjau relevansinya dengan kurikulum 1994, yang menggunakan pendekatan komunikatif

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar.
1985 *Pengantar Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Baryadi, I. Praptomo.
1989 "Salam Pembuka Komunikasi dalam Wacana Langsung: suatu Tinjauan Pragmatis" dalam *Linguistik Indonesia*. Th. 7 No. 14 Desember 1989.
- Brown, Gillian dan George Yule.
1983 *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Darmawan, Daidumi dkk.
1984 *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Depdikbud.
1988 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Anton M. Moeliono, penyunting. Jakarta: Balai Pustaka.
- 1993 "Garis-garis Besar Program Pengajaran Mata Pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Kurikulum 1994 untuk Sekolah Menengah Umum" dalam *Pedoman Kurikulum 1993*. Jakarta.
- Fachruddin.
1988 *Dasar-dasar Keterampilan Menulis*. PLLPTK.
- Halliday, M.A.K. dan Rugaiya Hasan.
1992 *Bahasa, Konteks, dan Teks*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hassan, Fuad dkk.
1981 *Kamus Istilah Psikologi*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Iriantara, Y. (ed.).
1993 *Komunikasi Persuasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kartomihardjo, Soeseno.
1988 *Bahasa Cermin Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Depdikbud.
- Kartono, Kartini dan Gulo, Duli
1987 *Kamus Psikologi*. Bandung: CV Pionir jaya.
- Kasali, Rhenald.
1992 *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Grafiti.

- Kaswanti, Bambang Purwo.
1990 *Pragmatik dan Pengajaran Bahasa: Menyibak Kurikulum 1984*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, Gorys.
1985 *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti.
1983 *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- 1993 *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Leech, Geoffry.
1993 *Prinsip-prinsip Pragmatik*, oleh MDD. Oka. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Luxemburg, Jan Van dkk.
1984 *Pengantar Ilmu Sastra*. Diindonesiakan oleh Dick Hartoko. Jakarta: Gramedia
- Markam, Soemarno.
1984 *Kamus Istilah Kedokteran*. Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia.
- Moegandi, Achmad.
1993 *Penerbangan Sipil: Definisi, Informasi, Istilah, dan Jargon*. Jakarta: PT. Gramedia
- Nababan, P.W.J.
1989 *Ilmu Pragmatik (Teori dan Penerapannya)*. Jakarta: Depdikbud.
- Nata Permana, Hasan.
1952 *Kamus Istilah Ekonomi*. Bandung: Masa Baru.
- Nikolas, Syahwin.
1988 *Pengantar Linguistik untuk Guru Bahasa*. Jakarta: DPPPLPTK.
- Pateda, Mansur.
1990 *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Rachmadie, Tony.
1985 *Kamus Istilah Jurnalistik*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Richard, J. C. and T.S. Rodgers
1986 *Approaches and methods in language Teaching*. Cambridge University Press.

Samsuri.

1970 *Tatabahasa Generatif Transformasi: Teori Keilmubahasaan yang Baru*.
Malang: FKSS IKIP Malang.

Sударsono.

1992 *Kamus Hukum*. Jakarta: PT. Melton Putra.

Sudaryanto.

1988 *Metode Linguistik: Bagian Kedua dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*.
Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

1992 *Metode Linguistik: Ke Arah Memahami Metode Linguistik*. Yogyakarta:
Gajah Mada University Press.

1993 *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana
Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Sumardi, Muljanto.

1992 *Berbagai Pendekatan dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Jakarta: Pustaka
Sinar Harapan.

Susilo, Supardo.

1988 *Bahasa Indonesia dalam Konteks*. Jakarta: P2LPTK.

Tarigan, Henry Guntur.

1986 *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.

1987 *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.

Winardi.

1989 *Ilmu dan Seni Menjual*. Bandung: Nova.

LAMPIRAN



A. Lampiran 1

Data wacana persuasi iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan *Tempo*.

BEREDAR
NOMOR 2, TAHUN 16 FEBRUARI 1990

MEDIKA

Majalah khusus untuk para dokter
dan mereka yang berminat mendalami Ilmu Kesehatan



Laporan Kasus
**Vulvo-Vaginitis
Gonoroika pada
Anak Usia Lima
Tahun**

Artikel

- Pencucian Sperma dengan Metode "Swim Up" dan Peranannya dalam Memperoleh Sperma tanpa Antibodi
- Pengaruh Makanan Darah Pada Kemampuan Bertelur Nyamuk *Aedes Aegypti*
- Uji Coba Banding antara Obat Cacing Kombinasi Mebendazol dan Pirantel Pamoat dengan Levamisol Pada Sol Transmitted Helminths

Tinjauan Pustaka

- Penanggulangan Akibat Trauma pada Gigi Anak Usia Balita
- Laparotomi Dan Keakuratannya Dalam Menjal Suatu Kelainan Intra Abdominal
- Terobosan Menuju Peningkatan Persalinan Aman dan Kelangsungan Hidup Anak

Horison


- Kontrasepsi Pria : Masa kini dan Masa Akan Datang

Dan rubrik-rubrik lainnya : Sanpati, Baru Beredar, Sekedar Penyegar


Untuk berlangganan, Hubungi Tata Usaha, dengan Alamat:
P. T. Grafiti Medika Pers, Kebayoran Center Blok A 12A-14,
Jl. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714754-714458
PO Box 234-Kby-Jakarta 12001

Pengganti Ongkos Kirim Rp 18.000,-
untuk 12 nomor

(T, 17 Februari 1990)



**SIMPOSIUM
ERUPSI KULIT**



**DAPATKAN SEGERA BACAAN
BERMUTU BILAN INI :**

**MAJALAH DOKTER
KELUARGA
(MDK)**

Bacalah hasil SIMPOSIUM para dokter mengenai **ERUPSI KULIT** akibat obat-obatan.

- Benarkah obat dapat menimbulkan kelainan kulit?
 - Mengapa bisa terjadi?
 - Bagaimana cara mengatasinya?
- **HEPATITIS**, penyakit hati yang kini banyak menyerang orang ASIA, ternyata tidak hanya berjenis A, B, non A dan B saja, ada lagi jenis D, **HEPATITIS D** yang bagaimana pula itu?
- **TERAPI KIROPRAKTIK**: Untuk menjaga kesehatan susunan tulang dan sistem saraf tanpa operasi maupun obat, **ANDA** perlu juga mengetahuinya
- Masih banyak lagi artikel yang perlu **ANDA** ketahui, **MASALAH HAID, PERTOLONGAN INTENSIF PADA:**
 - trauma tumpul toraks akibat kecelakaan,
 - hampr tenggelam,
 - alkoholisme, epilepsi, dll.

(T, 12 Mei 1990)

TELAH BEREDAR

FORUM

K E A D I L A N

NOMOR 18 21 DESEMBER 1992

KARTIKA KALAH ATAU MENGALAH?



Pertamina menang dalam kasus memperebutkan komisi Ahmad Thahid. Kabarnya, Kartika kalah karena mengalah dengan tidak tampilnya dia sebagai saksi. Apa sebenarnya alasan Kartika mengalah? Namun akibat kemenangan Pertamina, bank-bank Singapura menanggung resiko kehilangan nasabah Indonesia. Bagaimana dengan komisi-komisi lainnya?

FORUM
K E A D I L A N
Membahas
"Siapa Menakutkan Partai Oposisi?"
Penerbit
GUSTAFRIAN
NABAB BAKI

- **Mochtar Lubis, "Tak Ada Pers Yang Berani!!"**
"Kalau saya punya SUKUP saya tidak akan berubah, saya terus mengkritik yang harus dikritik. Pokoknya selama penindasan masih ada," katanya. Apa komentarnya tentang harlan Indonesia Raja? Dan apa pula pendapatnya tentang konsep kekuasaan dalam budaya Jawa? Dan komentar-komentar lainnya tentang hak azasi, demokrasi Pancasila, semua ada di FORUM terbaru.
- **Oposisi Perlu Ada?** Tidak ada oposisi dalam sistem demokrasi Pancasila. Namun faktanya, hanya satu partai saja yang menguasai kabinet, sementara di perlemen ada kekuatan politik lainnya. Dapatkah partai lainnya disebut oposisi? Nurcholish Madjid tiba-tiba berbicara tentang perlunya partai oposisi: Apa alasannya? Baca wawancara khususnya dengan FORUM.
- **Bagai Lolos dari Lubang Jarum.** Hesen Basri Durin diputuskan Presiden menjadi Gubernur untuk kedua kalinya. Apa saja kinerjanya atas halangan yang dihadapinya dari atas dan bawah. Dan apa jawabannya atas kritik berbagai golongan masyarakat di Sum-Bar. Baca wawancara khususnya, hanya dengan FORUM KEADILAN.

Bonus: UU RI No. 7 Th. 1992 TENTANG PERBANKAN

(T, 19 Desember 1992)

MERAIH KONSUMEN LEWAT FAJAR DARI UJUNG PANDANG: MENJANGKAU SULAWESI DAN KOTA-KOTA PENTING DI INDONESIA TIMUR


Konsumen pembaca. Benar-benar tidak bisa diabaikan. Dengan media ini, kami akan mencari konsumen-konsumen baru. FAJAR bukan alternatif pertama.



Harian Pagi
FAJAR
Ujungpandang

ti Kehidupan
rasi di Desa

(T, 22 Desember 1990)



Panasea
MAGAZIN KESEHATAN POPULER
Membina Gaya Hidup Sehat

KESEHATAN:

- Siapa mau beli gajet?
- Hadyn menderita kelainan jantung?
- Anak Siorems meninggal karena virus?
- Wanita muan terkena infeksi kamung-kamung?

PRIA DAN WANITA:

- Perbedaan janin-ewanita
- Penyakit-penyakit pria dan wanita yang perlu diketahui
- Cathy Bonn menyukai yoga. Apa jurusan sehat Maya Rumantri, Bambang R. Soegama, dll?

ANAK:

- Cara mendapatkan anak laki-laki atau perempuan
- Anak laki memilih boneka, bolehkah?
- Mengamati perkembangan jiwa anak sampai 12 bulan
- Serba-serbi perawatan bayi, cara mensterilkan susu di rumah

Edisi istimewa yang khusus dan hntas membicarakan masalah pria dan wanita!

LAIN-LAIN:

- Man bersenam sama si dia
- Klinik ajaib: memanyangkan anggota tubuh
- Meraih prestasi di usia lanjut
- Oetjo Sukaton mengatasi penyakitnya

Redaksi: Jalan Saemba Tengah No. 47
Telepon 3908745 - 3908746
Jakarta Pusat

Sirkulasi: Jalan Garuda No. 89
Telepon 4200227 - 413469
- 413801 Jakarta Pusat

Humas/Relasi/Promosi: Jalan Pasir Putih Dalam No. 5
Telepon 3101160 - 3561469
Jakarta Pusat

BEREDAR AWAL JANUARI 1992
SOAL KESEHATAN, KAMI TERDEPAN

(T, 11 Januari 1992)

BEREDAR
NOMOR 4, TAHUN 16 APRIL 1990

MEDIKA
JURNAL KEDOKTERAN DAN FARMASI

Majalah khusus untuk para dokter
dan mereka yang berminat mendalami Ilmu Kesehatan



MEDIKA

Artikel Utama

- Metode Praktis Penentuan Kadar Steroid
- Kasus Histoplasmosis di Indonesia 1932-1988

Artikel

- Kecukupan Gizi Penderita Schizophrenia Hebeprenic dan Paranoid di Rumah Sakit Jiwa Bogor
- Kadar Fluor dalam Air Minum dan Hubungannya dengan Karles Gigi Anak Usia Prasekolah di DKI Jakarta

Tinjauan Pustaka

- Rehidrasi Oral pada Diare Akut
- Persiapan Andrologis pada Fertilisasi In Vitro dan Tandur Arah Gamet Intra Tuba

Laporan Kasus

- Tuli Saraf Bilateral akibat Konjungtivitis Virus

Horison

- Penanganan penyakit Dekompresi pada Penyelam

Topik

- Kredit untuk Sebusah Nyawa
- Return on Investment
- Dokter tak Bersesatu


Dan rubrik-rubrik lainnya : Baru Beredar, Kegiatan, Esai, English Summary, Nuansaku, Laporan Perjalanan

Untuk iklan dan berlangganan, Hubungi Tata Usaha dengan alamat:
P.T. Grafi Medika Pers, Kebayoran Center Blok A 12a-14
Jl. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan Telp. 714458-714754
PO Box 234/Kby-Jakarta 12001

Kirimkan Uang Rp 18.000,- Via Pos Wesel
Sebagai Pengganti Ongkos Cetak/Kirim
Untuk 12 Nomor

(T, 8 Mei 1991)

TERBIT No.2
EDISI NOVEMBER 1990



HARGA Rp. 2.900

MAJALAH BULANAN KEDIRGANTARAAN

EMPAT JUMBO NYARIS TABRAKAN - Boeing 747 Qantas vs C-5 Galaxy Angkatan Udara AS di Thailand dan pesawat 747 Qantas lawan Comair Pacific di Australia

PENERBANGAN PERINTIS - Tanpa penerbangan perintis pembangun IBT akan menjadi angan-angan. Walau babi pun bisa ikut terbang


JAGO-JAGO UDARA ASIA - Mengenal siapa-siapa saja para jago pertempuran udara dari Asia serta pengalaman mereka

HELIKOPTER SEMAKIN GALAK DAN DITAKUTI - Kemampuannya sekarang bisa merontokkan pesawat tempur.

UNTUK BERLANGGANAN HUBUNGI SEGERA AGEN MAJALAH TERDEKAT

(T, 17 November 1990)

MAHKOTA NO.53
TERBIT TGL. 22 DES. 1991



SATU-SATUNYA MAJALAH KHUSUS YANG MENGUPAS MASALAH PERKAWINAN

Mulai September 1991, terbit sebulan 2 kali, tanggal 8 dan 22

Untuk pemasangan iklan dan langganan hubungi:
MAHKOTA- P.T. RIAPRINT SANTOSA
Telp. 661040 S/d 661043, Fax. 661044
J. Jembatan Tiga No. 36 P-FM, Jakarta 14410

PERUMAHAN
Merupakan masalah utama bagi setiap pasangan-pengantin yang memulai memasuki jenjang kehidupan berumah tangga. MAHKOTA berusaha untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai masalah perumahan terutama soal estate serta kemudahan-kemudahan di dalam memperolehnya, misalnya saja dengan Kredit Pemilikan Rumah dan sebagainya.


WISATA BULAN MADU
Setiap pasangan-pengantin yang baru saja melangsungkan pernikahan mereka tentu akan menjalani bulan madu yang indah. Sampai sejauh ini hanya MAHKOTA yang memberikan informasi lengkap mengenai masalah wisata bulan-madu di dalam setiap penerbitannya.

Selain itu MAHKOTA tetap menampilkan berbagai informasi mengenai berbagai kebotahan Calon Pengantin seperti Gaun Pengantin, Kue Pengantin, Desain Pelaminan, Tembol Resepsi, Foto Studio, Florist, dll.

Tidak ketinggalan berbagai Artikel yang menarik dan bermanfaat mulai dari Meseh-Peweran, Meseh-Perluangan. Di Saat Pernikahan, Pasangan Muda & Balita, Meseh Kieas Perkawinan, Keluarga-Bejacansa serta artikel-artikel lainnya yang sangat bermanfaat di dalam menjalani kehidupan berumah tangga.

MAHKOTA
NO.53
TERBIT TGL.
8 JANUARI 1992

(T, 21 Desember 1991)



EKSEKUTIF
JIKA BOSS MARAH
LEASING
MILITER

KAMI LAIN
Kami menyajikan hanya yang terbaik

EDISI DESEMBER 1990

Mendar dari bisnis bank, bukan berarti non-aktif dari kesibukan bisnis, setidaknya bagi Kaharudin Orkha. Setelah sukses membangun BUN menjadi salah satu bank yang dimiliki, kini ia ingin mendar dari BUN. Apa yang akan dilakukannya? Bagaimana dengan BUN yang ditanggalkan? • 40 Eksekutif Indonesia bicara tentang dinamika politik dan ekonomi Indonesia dekade 90-an. Bagaimana pandangan mereka tentang prospek deregulasi, juga tentang stabilitas politik dan peran militer di Indonesia? • Porosngi seorang bos terdandang amat berprestasi dalam menjalankan bisnis. Bagaimana jika seorang bos marah? Apa resiko staf yang tepat? • Tabulah Anda saat perusahaan yang bisnis terjamah? Itulah kehidupan para karyawan lama, mereka masih memberikan kontribusi, jika Anda bisa memanfaatkannya.... Dan banyak artikel prima lainnya.

*Depotkan Eksekutif di petakpos kota busis, departemen store, airport, dan agen-agen terdakang
Atau hubungi alamat Eksekutif: Jl. RS Fatmahan No. 21, Jakarta. Telp. 7502111, 7502114. Fax. 7502676*

(1, 22 Desember 1990)

Di Amerika Serikat



TEMPO
MAGAZINE BERITA MINGGUAN

Bila Anda tinggal di Amerika Serikat, Anda pun dapat memperoleh majalah TEMPO secara lancar dan mudah.

Hubungi:
THEODOOR UTOMO
P.O. BOX 3297
Alhambra, CA. 91803,
Los Angeles - USA
Tel.: (818) 3691946
Fax.: (818) 3339069

Juga mengageni:
MATRA SWA
HumOr
MAGAZINE JERMAN REGIONAL

(1, 15 Agustus 1992)

Seruan nan layak diikuti...

Adzan...
Setiap muslim pasti tahu dan mengerti langkah apa yang harus dijalankan kala ia berkumandang ke seluruh pelosok negeri di waktu yang ditetapkan Allah.

Setiap muslim, kita mengerti, bahwa ia juga berarti nama sebuah lembaga: Digesa atau majalah muslim yang terbit di awal bulan dengan kemauan menguji menawan, menyajikan tulisan-tulisan menarik dan cerita-cerita terbaik tuk memahami seruan dan keguguran Rabbi Izzati.

Untuk semua muslim
ADZAN layak diikuti!

ADZAN adalah: Digesa adalah majalah muslim bulanan. Terbit tiap awal bulan dengan kemauan menguji menawan. Layaknya lembaga Anda dengan berlangganan: Rp. 4.000,- untuk 6 bulan atau Rp. 12.000,- untuk 1 tahun. Kirimkan via uang ke: TU Majelis ADZAN, Jl. H Agus Salim 34 Jakarta 10540. Telp: 3100578

ADZAN Memikat hingga halaman terakhir

Terbit! Edisi Juli 1991

(1, 6 Juli 1991)

BEREDAR
MEDIKA
JURNAL KEDOKTERAN DAN FARMASI

NOMOR 2 TAHUN KE - 17, FEBRUARI 1991

Artikel Utama

- Obat-Obat Prokinetik Masa Kini
- Pola Penyakit Pada Usia Lanjut di Indonesia
- Risiko Terjadinya Diare Pada Bayi

MEDIKA



Kegiatan

- Pengobatan Baru Untuk Kanker Serviks Uterus Dan Sarkoma
- Meninjau Gangguan Motilitas Saluran Cerna
- Pola Infeksi Kuman Semakin Berpisah

Artikel

- Kadar IgE Total Dan Jumlah Eosinofil Pada Beberapa Kelompok Umur Orang Non atopik Indonesia di Beberapa Tempat di Jakarta
- Uji Kocok Dan Uji Gelembung Mikro Pada Bayi Baru Lahir Dengan Hiyaline Membrane Disease.
- Survei BCG, Tes Mantoux Pada Anak di Poliklinik Mobil Oli Dan Rumah Sakit Umum Lhok Seumawe.

Tinjauan Pustaka

- Metode Praktis Perencanaan Proyek
- Pengaruh Obat Inflamasi Non Steroid Pada Mukosa Lambung
- Pengaruh Pengobatan Hipertensi Terhadap Risiko Penyakit Jantung Koroner : Di mana Peranan Aceinhibitor.


Dan Rubrik-Rubrik Lainnya:
Esai, Sekedar Penyegar, Nuansaku, Sambil Lalu.

Untuk iklan Dan Berlangganan, Hubungi Tata Usaha, Dengan Alamat:
P. T. Grafit Medika Pers. Kebayoran Center Kav. A 12a-14
Jl. Kebayoran Baru Jakarta Selatan Telp. 7207456-7207458
PO BOX 234 Kby-Jakarta 12001

Pengganti Ongkos Kirim Rp. 18.000,-
Untuk 12 Nomor

(1, 9 Maret 1991)

TERBIT
PERTAMA
ANGKASA



HARGA Rp 2900

**MAJALAH KEDIRGANTARAAN
PERTAMA DI INDONESIA**

- TERBIT PERTAMA 4 OKTOBER 1990
- BEREDAR SETIAP RABU
- MINGGU PERTAMA TIAP BULAN
- 100 HALAMAN
- SEGERA HUBUNGI AGEN KAWAN
KOMPAS/GRAMEDIA MAJALAH TERDEKAT

(1, 15 Oktober 1990)

Kwik Kian Gie:

"SAYA SIAP BERDEBAT..."

Tokoh andalan PDI ini gagal masuk pencalonan anggota DPR. Benarkah sekadar kealpaan? Apa tindakan yang akan diambilnya? Bagaimana pandangannya tentang konglomerasi? Apa sih ambisi-ambisi politiknya? Inilah wawancara eksklusif dengan TIARA.

IMPIAN EKSEKUTIF MUDA INDONESIA?

Meraka yang sukses justru ingin pensiun di usia muda. Benarkah obsesi meraka: duit banyak, lalu leha-leha? Inilah fenomena kaum yupies Indonesia.



NY RADEN AYU KARSIWULANI:
"HETTY SUDAH TERBANG...."

Orang di belakang sukses Hetty Koes Endang ini membantah sebagai anak penawinan yang menghebatkan.

"Sekarang hubungan saya dengan dia seperti air keruh dan ikan" katanya berlinang air mata.

JENDELA: AYAH YANG HARUS MEMBESARKAN ANAK TANPA ISTRI

Bagaimana jika betas istri menuntai anak? Perlukah dipertemukan? Penting dibaca para suami sibuk.

BEREDAR

IKUTI SAYEMBARA BERHADIAH
TOTAL Rp. 10 JUTA!!!

TIARA

MAJALAH TERDEKAT & INFORMASI PLS. 1990

UNTUK PRIA WANITA DEWASA, PROFESIONAL DAN EKSEKUTIF MUDA YANG SIBUK BEKERJA

(1, 12 Oktober 1991)

MAJALAH TERBUKTA



**MATRA :
MENGEMAS
SEKSASI,
MENGARAHKAN
VISI**

Cuma di Matra. Sensasi seks
Jikemas secara bijak dan dewasa.
Ilmiah dan berbobot. Mengubah visi
yang salah, dan menghapus segala tabu
yang tak perlu.

Matra. Hadir untuk mengupas trend pria
Indonesia. Dalam gaya dan selera. Dalam visi
dan ambisi. Mengacu ke Jepang. Selalu.

Satu-satunya majalah trend pria di Indonesia.

**MATRA EDISI KHUSUS IV 1992
BEREDAR TANGGAL 17 DESEMBER 1992**

(T, 19 Desember 1990)



infobank
MAJALAH KEUANGAN & PERBANKAN

Telah beredar
No. 121 edisi
Januari 1990

bank "saringan". Ingat, tahun 1990 yang dikenal sebagai tahun kuda, jangan akan banyak terjadi skandal. Hal-hal mainan bank!

BANJIR DANA
Walaupun suku bunga sudah turun, tapi masih banyak bank yang kebanjiran dana dan sulit mencari penyaluran dana tersebut dalam bentuk kredit. Ironi. Waduh, gawat juga nih!

INVESTASI DI SERAMBI MEKKAH
Berbagai cara telah ditempuh untuk mengatasi dua-hama di Aceh, salah satunya dengan mendonorkan kawasan industri. Hasilnya kok masih payah?

"KITA PERLU BERMIMPI BESAR!"
Telah muncul konglomerat baru. Itu dia Modern Grup, yang kini sudah punya 23 perusahaan dalam berbagai bidang, termasuk perbankan. Pendiri dan pemilik Modern Grup Samudikun Hartono menuntun kisah suksesnya kepada Infobank. Tahun 1983 ia baru menyewa empat toko kecil di Gedung, lalu dirumahnya ber-ber. Sekarang ini cuma kelas satu SMA.

Hubungi agan dan foto buku terbit di kota Anda
Harga mesin Rp 2.800,-
Tata Usaha/Redaksi: Infobank
Gedung Citra Perbanas Unit IV Lt. III, Karat Kuningan, Setiabudi, Jakarta 12940. Telp. 8204110 - 812533.

MIMPI BANK-BANK BARU DI TAHUN KUDA
Memasuki dekade 90-an, dunia perbankan terancam krisis yang dihadapi dengan bakal banyaknya bank-bank yang bangkrut. Dunia perbankan nampaknya tak gentar. Bukannya sejak Parlo 27, telah bermunculan puluhan bank-bank baru, apakah itu bank petungan, bank umum swasta nasional, maupun BPR. Berakhlak bank perbankan sejemang membaik selepas tahun?

TAHUN SKANDAL
Kini seolah popy kota dan desa sudah terdapat bank. Yang mendirikan bank di sini tak sesa pemodal rasisasa dan Jepang dari Perancis, tapi juga para konglomerat dan mantan pejabat. Masih ada

(T, 20 Januari 1990)

MATRA NO.66 EDISI JANUARI 1992

WAWANCARA

Eka Tjipta Widjaja
Tentang Perpecahannya Dengan
Liem Sioe Liong

● Taipan kelahiran Fukien, Cina Selatan ini termasuk orang ketiga terkaya di Indonesia. Karirnya dimulai di Makasar sebagai pedagang keliling dengan becak tanpa jok. Berkat keuletannya ia kini menguasai lebih seratus perusahaan raksasa. Bahkan ia pun memenangkan Management Excellence Awards 1991. Terakhir di perusahaan minyak "Bimoli" ia konflik dengan Liem Sioe Liong. Ada apa dengan Anthony Salim? atau Indra Widjaya? Berapa asset kini yang dikuasainya? Siapa pewaris kerajaannya? MATRA mengungkap tuntas semuanya.



NANTIKAN MATRA EDISI TERBARU EDISI JANUARI 1992
BEREDAR TANGGAL 6 JANUARI 1992

MATRA
DIBACA LEBIH 600.000 KALAM PRIA DI INDONESIA

(T, 4 April 1992)

NO. 22 BEREDAR 28 AGUSTUS '91

HumOr

MAJALAH GERRR NASIONAL



**KRIS BIANTORO
KERUPUK DAN TV**

Kris "dondong ape selak" Biantoro kini honorisnya selangit. Malum ia profesional, "kalo mau mureh ya kerupuk!" katanya. Ipin tak pernah betawa nonton lawakan orang lain. Kenapa selangit tak muncul di TV lagi?



PERMADI SH: LEAK MODERN
Urut mendub abnya, seorang mantan di Bali menung inert, pelayannya, orang tua. Anehnya masyarakat tak percaya soal. Tapi Permadi memang berangnya.

EKSEKUTIF: SOAL PULANG
Pulang lambat, si cessa. Tapi pulang cepat, si luar biasa. Nan kenapa disebut luar biasa? Ada jawabnya.

ORKES: GOLF SAMBI, NGOBYEK
Bagaimana caranya main golf supaya sehat jasman dan sehat karion? Pemu ngobyek sampe got kan? karesepo jitu-lucu ni.

SEPULUH KESALAHAN MENJUAL
Kalau dagang ngup ya salah sendiri. Kalau dimung-hung, ada '0 ke-salahan' Lu, bagaimana supaya seane ke-benaran?

SEBELAS CARA MENJADI KAYA RAYA
Jadi kaya itu gampang, mudan, dan very easy. Ada 11 langkah untuk mencapainya. Coba saja.

EPISODE HI WONG SENDANG
Sudah bersedia digantung... ee. Sawunglampre mah nggak datang. Siarnya ada Manene sebagai jama. Ada yang akan terpad?

ART BUCHWALD: VITAL TERLUP AKAN
Ya, proteksi pelugas menara bandara memang vital. Coba saja menara nggak. Pesawat nggak bakal bisa mendarat no.

DARMAWANTO YATMAH: HOKI DARI GUNUNG KAWI
Kalau dagangan mau aku ya ke Gunung Kewah orang peng. Can hoki atau neso ber. Hal-hal memben nama, buan soal kecil.

PUTU WILAY: KETERBUKAAN
Ada yang menahnya dan dagang sepon. Dan televisi. Dan stempel bus. Dan lapangan golf. Anda menahnya dan mang?



Edisi No. 22,
muncul tanggal 28 Agustus 1991.
Harga terbit Rp. 2.300,-

ANEHDOT: GERRR SOAL ILMU
PENGETAHUAN (geek) GERRR SOAL GAJAH dan GERRR SEGALA SOAL. Ada Gatotaca Pals in Love, Pretty Women ala Blok M, Tragedi TV, Dan Buku Kudu, Sampai Menunggu dan Transformasi Kumbanek.

POKOKNYA TERSEDIA SEGUDANG TULISAN DAN KARTUN NASIONAL MAUPUN INTERNASIONAL (GLOBALISASI) LAINNYA. SEMUANYA KOCAK, SEMUANYA GERRR.

ANDA JUGA BERHAZ ATAS HADIAH SEBUAH MOBIL FIAT UNO.
Asal ikut Sayembara medat humOr. Rubrik-rubrik humOr juga bernadiah no.

HumOr
Buatlah senja yang baik.

(T, 3 Agustus 1991)


Manado Post menapak sejarah profesional persurkabaran era baru dengan manajemen Jawa Pos

Manado Post hadir tiap pagi 12 halaman terbit 7 kali dalam seminggu merangkul berita dan liputan khusus mulai dari sudut-sudut Manado daerah-daerah di Sulawesi sampai pelosok dunia menempatkan wartawan di ibukota dan di seluruh kota besar di Indonesia menempatkan lima koresponden di luar negeri di Washington, Inggris, Australia Jepang dan Malaysia

Manado Post merangkul informasi secara teletv menghimpun opini secara jeli dengan wawasan dan keberanian memberikan yang terbaik untuk Anda

pusatkan pilihan Anda untuk usaha dan keluarga

Manado Post koran terbaik penghargaan Pemda Sulut dan masyarakat Sulawesi




Harian pagi Manado Post
 Jl. Balai Kota, 18, Manado, Sulut
 Telp. (0431) 64812, 64861, 60398
 Perwakilan Jakarta :
 Jl. Prapanca Raya, 40, Jakarta
 Telp. (021) 7204617, 7204618
 Perwakilan Surabaya :
 Jl. Karah Agung, Telp. 830773-75, 831002
 Jl. Panglima Sudirman, 70

(T, 2 November 1991)

MAJALAH KESEHATAN POPULER
Panasea
 KLASIKAS BATA BILUO BIKAS

Harga Rp 3.500,00

BEREDAR



TEKNIK MEMBESARKAN PAYUDARA
 Bersiaplah melakukan operasi plastik Implants dipakai untuk mengganjal payudara. Lihat hasilnya: sedap, incan dipandang, dan seronok. Awas, kanker pun menanti.

BILA WADAM MENIKAH
 Wadam bercinta, itu biasa. Wadam menikah, itu berat. Hubungan seks dilakukan dengan baik-baik dan wajar. Tentu saja, karena yang seorang memiliki vagina buatan.

SUMBER MAKANAN PENCEGAH KANKER
 Makanan penyebab kanker tersebar di mana-mana. Jangan khawatir, ada makanan penangkalnya. Nyonya Tuti Sunardi memuktikan hal itu.

PUSPA RAGAM
 Kenamian pada penderita jantung, koroncom untuk wanita, jangan membawa dien-olen malana, layanan di RSCM, dan banyak lagi.

MAJALAH DWI MINGGUAN EKSKLUSIF SOAL KESEHATAN

Redaksi
 Jalan Sumatera Tengah No. 47 Jakarta Pusat
 Telepon 7903145 - 3906748


Sirkulasi
 Jalan Garuda No. 99 Jakarta Pusat
 Telepon 4200327 - 413469 - 410801

Humas/iklan/Promosi
 Jalan Pecenak Dalam No. 5 Jakarta Pusat
 Telepon 3101180 - 8581489

No.29, 2-15 Mei 1992

(T, 9 Mei 1992)

Ada Apa di Manado ?



ERA BARU MANAJEMEN BARU WAJAH BARU
 Media terbaik penghargaan Pemda Sulut dan masyarakat Sulawesi
 Harian pagi pertama terbit 12 halaman di Sulut Terbit 7 kali seminggu

Harian pagi Manado Post
 Jl. Balai Kota, 18, Manado, Sulut
 Telp. (0431) 64812, 64861, 60398
 Perwakilan Jakarta :
 Jl. Prapanca Raya, 40, Jakarta
 Telp. (021) 7204617, 7204618
 Perwakilan Surabaya :
 Jl. Karah Agung, Telp. 830773-75, 831002
 Jl. Panglima Sudirman, 70

(T, 11 April 1992)

DILEMA PENGAWASAN BI

Kekutan-kekutan masalah penguna jasa Bank makin gencar justru di saat deregulasi dan paket kebijakannya dirasakan sebagai memondokasi dana masyarakat. Sebagai institusi Bank BI senantiasa diawasi-keasikan. Betulkah BI dilematis mengawasi semua ini?

SIAPAKAH PEMBUNUH COLLEEN WILLIAR?

Colleen Williar ditembak di apartemennya dalam keadaan mabuk akibat pitekan semesta dalam perkawinan. Hasil penyidikan menunjukkan kalau si korban telah dipaksa. Kalau pembunuhan wanita muda ini seperti kisah detektif Perry Mason yang dasarnya berdasar dramatis.

HIBAH MURNI APA PULA ITU?


Hibah murni yang digunakan sebagai cara untuk menyelamatkan Bank Duta dan "keambungan" tabungannya akan menimbulkan berbagai tanda tanya di kalangan masyarakat. Apa itu hibah murni? Bagaimana sifatnya?

Kami juga menyajikan rubrik-rubrik teko yang kian menarik seperti:

- Klinik Murni
- Proqramatika
- Bunga Rampai
- Etnis Murni
- Terapan Baru
- dan aneka rubrik lainnya

PROF. SUDARGO GAUTAMA

KADANG DITAKUT-TAKUTIN



Bagaimana pandangan investor terhadap hukum Indonesia? Kenapa keputusan SANI dan badan arbitrase lainnya sulit dilaksanakan di Indonesia. Bagaimana pelaksanaan hukum Peradilan Internasional (MPI) di Indonesia sekarang? Apa itu hukum suatu pemerintahan Warga Negara Indonesia? Prof. Sudargo Gautama pakar MPI dan guru besar FHUI, antara lain berpendapat proses peradilan kita bukan saja lambat tetapi juga kacang-kadang ditakut-takutin itu.

Keadilan NO.25

Redaksi: Jl. Tirtayasa 2/3 Kabayoran
Batas Jakarta 12130 - Telp. 100061 - 100060
Langganan: Kirimkan pembayaran melalui Pos Waduk ke Badan
Jefikus Firtun Kembang, Jalan Garuda 20-21, Jakarta 10620.
Harga Langganan: Rp. 13.500,00 (6 bulan/6 kali terbit)
Rp. 28.000,00 (12 bulan/12 kali terbit). Sudah termasuk ongkos kirim.

(T, 13 Agustus 1992)



BACAAN KREATIF DUNIA OTOMOTIF

SEPULUH MOBIL TERLARIS!

Pasar MOBIL Indonesia makin menggila! MOBIL-MOBIL ludes diserbu pembeli! Di Amerika Serikat Honda Accord berjaya, di Asia, Australia, dan Selandia Baru pun MOBIL-MOBIL Jepang berkibar. Apa saja sepuluh MOBIL terlaris di Indonesia?

- MOBIL sport serba guna makin laris di AS. Empat mobil monevit jadi favorit. Selain tahun banteng, Inter-nya semurah sedan.
- Komunitas makin bertukis. Trabant, MOBIL siswa kejayaan komunis.
- Jertim, berambut bak laku. Bahkan, terancam sangkut!
- Fotografer kawakan Edwin Rahardjo tergila-gila mengobrak-abrik MOBIL, tuanya. Sampai istrinya pun rela dijadikan istri kedua.
- Dody Indra Nasution, siapa tak kenal si lego rally Iri? Tapi, siapa nyana kalau dia MBA?
- Wajah-wajah nan syu menandit belakng kemudi bakl Ratax dan Centris. Siapa lagi berminat?



NO. 05/XX/1990
BEREDAR 11 JUNI 1990



(T, 1 Desember 1990)

BEREDAR

NOMOR 12, TAHUN 17, DESEMBER 1991

MEDIKA

LAJIMAN DI TELUKAN DAN PANTAI

Pola V. Cholera

Dokter Kontrak dan Optimasi Peran Sarjana Amebiasis Vagina pada Pemeriksaan Pap Smear

Abstrak:


- Status Gula Ibu Mami Merupakan Efektifitas Terjadinya Status Gula Berni
- Jumlah Trombosit dan Masa Perdarahan pada Perdarahan Haemorrhoid A dan Orang Normal Serikan Pemeriksaan Asam Trioksalat Intravena

Tinjauan Pustaka:

- Indikator Pergerakan Kompartemen Topikal Serta Cenderung Klinis Berbagai Dermatitis yang Responal dengan Obat Tersebut
- Pemakaian (Cloro) Kortikosteroid yang Rasional dan Aman pada Perwujudan Reumatis dalam Praktek Sekeloa-hati
- Diagnosis dan Perawatan Neurosis Eksotermal Tesis Serta Masi Perawatan Para Perdarahan yang Cenderung kead di Mami Sani Di Cipro Manjuntum

Dan Lapangan:

- Anemia
- Quena Dokter Jaki Sani
- Can Rubric: rubric Lainnya, Etnis, Sani, Tesis, Sani Beredar, Eritras Summary, Keputus, Nuansa, Corresponden



PT. CRAFT MEDIKA PERS
Kedokteran Cemerlang, Blok A, Lantai 1, Gedung Baru, Jl. Pemuda, Jakarta Selatan
No. 88-879-837 Jakarta 1042
Telp. 1007156 - 1007158 - Fax 1007158

(T, 1 Februari 1992)

SUDAH BEREDAR EDISI JULI 1990

Mayat Diawetkan, Bisa Dihidupkan Kembali

Teknologi Cryonics sudah berkembang pesat. Kini sanggup mengawetkan mayat hingga lebih 100 tahun. Dan FT Trans Time menjanjikan bisa menghidupkan kembali. Biayanya AS \$ 125.000 saja. Percobaan telah dilakukan pada anjing!



Panasea
MAJALAH KESEHATAN POPULER
Panasea
MEMBINA GAYA HIDUP SEHAT

- AWAS, SINDIKAT PERDAGANGAN BAYI
- SUKA MENGALAMI PERDARAHAN SAAT BERHUBUNGAN SEKS? MUNGKIN KANKER RAHIM
- DRAMA OPERASI KEMBAR SIAM, SATU MENINGGAL!
- DR. HARYONO SUYONO KOMANDAN KB.
- KENAPA BERKANTOR DI JL. MT. HARYONO?



(T, 7 Juli 1990)

Dokter...

MEDIKA adalah jurnal kedokteran dan farmasi yang secara rutin tiap bulan mengunjungi para dokter di mana pun berada di seluruh pelosok tanah air, dari dokter umum hingga dokter ahli.

Efisien...

Bila setiap produk anda ingin dicerna oleh para dokter - Hanya MEDIKA yang dapat menjangkau lebih dari 18.000 dokter secara efisien dan efektif.

O.k...

Segera dapatkan informasi secara rinci mengenai berbagai kemungkinan program promosi anda.



MEDIKA
Kebayoran Centre, Blok A 12A - 14,
Jl. Kebayoran Baru, Mayestik, Jakarta 12240.
Telp. : 7207458, Telp./Fax. : 7207458.
Starco Alpha : 3902701-2/3840608, pes. 28975.



(T, 1 Agustus 1992)

B. Lampiran 2

Medan wacana iklan media cetak berbahasa Indonesia pada majalah mingguan Tempo

1. Medan Wacana Umum

- anekdot* : suatu kejadian kecil, singkat yang menarik perhatian
- artikel* : karangan yang agak panjang dimuat dalam majalah atau surat kabar; sifatnya tidak terlalu berat
- beredar* : kemunculan majalah atau surat kabar dalam waktu tertentu yang memiliki jangkauan luas
- berita* : suatu fakta atau gagasan akurat yang dapat menarik perhatian orang banyak
- bulanan* : terbitan pers yang dicetak dan diedarkan sebulan sekali
- cerpen* : cerita pendek; cerita yang dimuat di surat kabar atau majalah yang selesai dalam satu nomor terbitan
- distribusi* : penyebaran surat kabar atau majalah pada khalayak ramai dan langganan
- edisi* : penerbitan kembali untuk kedua kalinya atau lebih suatu karya tulis dengan mengalami banyak penyempurnaan.
- edisi khusus* : edisi surat kabar atau majalah yang khusus diterbitkan dalam rangka suatu peringatan atau membicarakan suatu masalah
- eksemplar* : sebuah majalah atau surat kabar

- esei* : karangan yang berbentuk prosa biasanya tidak begitu panjang, mengupas suatu topik yang terbatas lingkupnya, atau karangan yang berusaha mendorong pembaca untuk menerima pandangan tertentu
- fiksi* : tulisan atau karangan yang timbul dari angan-angan fantasi penulis, yang tidak didasarkan pada kenyataan
- fotografi* : perekaman gambar dengan menggunakan alat pemotret dengan menggunakan cahaya diatas bahan peka cahaya
- gambar sampul* : gambar yang dimuat di halaman kulit muka suatu majalah
- halaman* : muka dari lembaran-lembaran majalah atau surat kabar
- harian* : koran atau surat kabar yang terbit setiap hari, berisi berita-berita, artikel pendek, pengumuman, iklan- iklan, atau hal-hal lain yang perlu diketahui umum
- karikatur* : ilustrasi dalam surat kabar atau majalah yang berbentuk tulisan dan isinya humoris tetapi menyindir dalam bidang politik
- kartunis* : orang yang memiliki bkeahlian menggambar kartun
- kisah* : karangan yang berisi peristiwa- peristiwa yang dialami seseorang atau kelompok orang
- kolomis* : seorang penulis yang menyumbangkan karangan atau artikel pada suatu surat kabar atau majalah secara tetap
- komik* : suatu visualisasi susunan gambar untuk disiarkan dalam surat kabar atau majalah
- langganan* : pembeli surat kabar atau majalah secara tetap

liputan : penulisan berita atau laporan suatu masalah atau kejadian

merangkum informasi : mengumpulkan berita; keterangan

opini : karangan yang berupa pendapat atau pemikiran penulis

oplah : jumlah barang cetakan yang diedarkan

penerbit : perusahaan yang menerbitkan surat kabar atau majalah, menyelenggarakan dan mengelola penerbitannya dan ikut mengatur segala sesuatu bagi penerbitan surat kabar atau majalah

penulis : redaktur yang menuliskan naskah yang diperoleh dari bahan berita untuk dimuat dalam penerbitan pers

redaksi : badan pada persuratkabaran, majalah, yang memilih dan menyusun tulisan yang akan dimasukkan ke dalam majalah atau surat kabar

referensi : sumber acuan

reportase : pemberitaan; laporan kejadian

rubrik : kepala karangan dari surat kabar atau majalah

2. Medan Wacana Khusus

a. Bidang Ekonomi

- agen* : perantara dalam perdagangan majalah yang atas nama si pemberi perintah menjual barang-barangnya
- asuransi* : perjanjian dimana yang menerima pertanggungan menerima kewajiban memberikan kerugian kepada yang mempertanggungungkan disebabkan karena rugi, rusak atau hilangnya keuntungan yang diharapkan, kalau-kalau yang dipertanggungungkan itu kelak mendapat rugi yang disebabkan sesuatu hal
- bank* : suatu badan yang tugasnya melakukan pekerjaan menerima dan memberi uang dari dan untuk umum
- biaya* : uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu; ongkos; pengeluaran
- bonus* : pembayaran ekstra jika terdapat keuntungan luar biasa
- bunga* : pendapatan setiap investasi modal
- bursa* : tempat memperjualbelikan saham dan sebagainya
- buruh* : orang yang bekerja untuk orang lain dan mendapatkan upah atau imbalan
- dagang* : pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan
- dana* : pemberian hadiah; derma

- devisa* : alat pembayaran luar negeri; segala penagihan terhadap negeri lain dengan tidak mengingat bentuk atau jangka waktu
- eksekutif* : pejabat tingkat tinggi yang bertanggung jawab kepada direktur utama atau pemimpin tertinggi
- ekspansi* : pemuaian; perluasan perusahaan
- ekspor* : pedagang yang melakukan perdagangan dengan menjual barang ke luar negeri
- emiten* : bank yang mengeluarkan suara-surat sero, saham, atau obligasi
- harga* : sejumlah uang yang dapat ditukarkan dengan barang atau tenaga *harga saham* : sejumlah uang yang menjadi bagian; andil
- hukum dagang* : perundang-undangan yang berhubungan atau mengenai dunia perusahaan
- industri* : perusahaan untuk membuat dan memproduksi barang-barang
- investasi* : memasukkan atau menanam uang sebagai modal dalam sesuatu perusahaan
- kans* : kesempatan; untung-untungan
- karyawan* : orang yang bekerja pada suatu lembaga dengan mendapatkan upah

- konglomerat* : perusahaan besar yang beranggotakan berbagai macam perusahaan dan bergerak di bidang usaha macam-macam
- konsumen* : pemakai hasil
- koperasi* : suatu perkumpulan yang mempunyai tujuan memenuhi kebutuhan jasmani para anggotanya dengan rupa-rupa jalan
- kredit* : pinjaman yang diberikan oleh sebuah bank
- laba* : keuntungan dari penjualan
- manajemen* : penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran
- manajer* : orang yang berwenang dan bertanggungjawab membuat rencana, mengatur, memimpin, dan mengendalikan pelaksanaan untuk mencapai sasaran tertentu
- manufaktur* : dibuat dengan tangan seperti katun, sutra dan sebagainya
- menggadaikan* : mendapatkan uang untuk menutup keperluan
- merek dagang* : suatu tanda yang tidak boleh ditiru oleh orang lain
- modal* : jumlah benda atau uang yang digunakan dalam proses produksi untuk mengadakan lain-lain barang atau usaha
- moneter* : sesuatu yang berhubungan dengan keuangan
- nasabah* : orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank
- omset* : jumlah uang hasil penjualan barang dagangan tertentu selama suatu masa jual

- pajak* : pungutan wajib; biasanya berupa uang yang harus dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan wajib kepada negara atau pemerintah sehubungan dengan pendapatan, pemilikan harga beli barang
- pasar* : pertemuan antara persediaan dan permintaan akan barang atau jasa
- pasar modal* : seluruh kegiatan yang mempertemukan penawaran dan permintaan dana jangka panjang; pusat keuangan; bank yang meminjamkan uang secara berlebihan
- peluang* : memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkan dalam mencapai tujuan
- pengecer* : penjual majalah secara sedikit-sedikit
- perdagangan* : pekerjaan membeli barang dengan maksud untuk dijual lagi dengan untung
- perusahaan* : organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi
- produksi* : pemberian kemanfaatan yang lebih atau baru atas barang-barang yang disediakan oleh alam
- rugi* : tidak mendapatkan keuntungan
- saham* : bagian; andil
- super market* : pasar swalayan (pelayanan sendiri oleh pembeli)
- swasta* : bukan milik pemerintah; partikelir
- tarif* : daftar harga
- transaksi* : persetujuan jual beli dalam perdagangan antara dua pihak

- uang* : ukuran harga; alat penukar
- untung* : laba yang diperoleh
- upah* : harga tenaga buruh yang dibayar oleh pengusaha sebagai jasa buruh terhadap produksi

b. Bidang Hukum

- badan hukum* : badan atau perkumpulan yang dalam lalu lintas hukum diakui sebagai subyek hukum
- berita acara* : catatan laporan yang dibuat oleh polisi mengenai waktu terjadi, tempat, keterangan mengenai suatu perkara atau peristiwa
- bukti* : sesuatu yang menyatakan kebenaran peristiwa; hal yang menjadi tanda perbuatan jahat
- demokrasi* : pemerintahan rakyat
- forum* : mimbar pengadilan
- gugat* : mendakwa atau mengajukan perkara
- hak asasi* : hak yang dasar atau pokok bagi setiap individu
- hakim* : orang yang mengadili perkara dalam pengadilan atau mahkamah
- hibah* : pemberian sesuatu barang tertentu dengan sukarela dengan mengalihkan hak atas sesuatu barang tersebut kepada orang lain
- hukum* : peraturan yang dibuat oleh penguasa



hukum pidana : peraturan-peraturan hukum yang mengatur bagaimana cara memelihara dan mempertahankan hukum pidana material atau peraturan-peraturan yang mengatur bagaimana cara mengajukan perkara pidana kemuka pengadilan pidana dan bagaimana caranya hakim pidana memberikan keputusan

hukum perdata : semua hukum yang mengatur kepentingan- kepentingan perorangan

jaksa : penuntut umum; pegawai pemerintah yang berkecimpung di bidang hukum, bertugas menyampaikan dakwaan atau tuduhan di dalam proses pengadilan terhadap orang yang diduga melanggar hukum

kasasi : pembatalan atau pernyataan tidak syah oleh Mahkamah Agung terhadap putusan hakim dalam tingkat peradilan karena putusan itu menyalahi atau tidak sesuai benar dengan undang-undang

kasus : soal; perkara; keadaan yang sebenarnya tentang suatu urusan

kekuasaan : asas orang atau golongan berdasarkan kebiasaan , wewenang, kharisma, atau kekuatan fisik

kemenangan : dinyatakan benar dalam perkara

kriminal : kejahatan atau pelanggaran yang dapat dituntut atau dijatuhi pidana berdasarkan undang-undang

- larangan* : memerintahkan supaya tidak melakukan sesuatu
- mahkamah agung* : badan tertinggi atau pengadilan tertinggi yang melaksanakan kekuasaan kehakiman
- mahkamah militer* : badan pengadilan militer yang dibentuk untuk mengadili dalam tingkat pertama segala perkara pelanggaran hukum yang dilakukan oleh anggota angkatan bersenjata
- membela* : mempertahankan pendapat
- oposisi* : kekuatan politik tertentu sebagai penentang di dewan perwakilan atau kelembagaan lain yang menentang dan mengkritik kebijakan politik golongan mayoritas atau penguasa
- palsu* : tidak syah
- pasal* : hal; perkara: pokok pembicaraan
- pengacara* : pembela perkara atau penasihat hukum
- penjara* : bangunan untuk menempatkan para terpidana
- pelanggaran* : perbuatan pidana yang tergolong tidak seberat kejahatan
- penyelidik* : pejabat polisi atau pegawai negeri sipil yang diberi wewenang khusus oleh undang-undang untuk melaksanakan penyelidikan
- perdata* : perseorangan; berkenaan dengan orang biasa
- perkara* : persoalan yang perlu dibereskan atau diselesaikan
- pidana* : hukuman

saksi : orang yang menyaksikan kejadian, orang yang memberikan keterangan untuk semua pihak

sengketa : sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat antara dua pihak atau lebih

sidang : pertemuan untuk membicarakan satu hal

subversi : aktivitas penggulingan pemerintahan yang syah

vonis : keputusan pengadilan

c. Bidang Keagamaan

adhan : panggilan untuk berdoa

air zam-zam : mata air

Allahu akbar : Tuhan maha besar

amanah : yang dipercayakan kepada orang lain

bermuktamar : konferensi

falsafah : filsafat

ibadah : melakukan yang terbaik

insya Allah : jika Allah berkenan

khalifah : orang yang melanjutkan

lailatul gadr : kenaikan Nabi Mohammad

lebaran : hari kemenangan

masjid : tempat sholat yang berukuran besar

mushala : tempat sholat yang berukuran kecil

persyarikatan : persekutuan

<i>rabbi</i>	: tuan
<i>ramadhan</i>	: bulan suci
<i>rasulullah</i>	: utusan Allah
<i>silaturahmi</i>	: persahabatan
<i>wahyu</i>	: ilham
<i>ziarah</i>	: mengunjungi

d. Bidang Kedirgantaraan

<i>angkasa</i>	: lapisan udara yang melingkupi bumi; awang-awang; langit
<i>angkatan udara</i>	: angkatan bersenjata dengan alat perlengkapannya yang bertugas dibidang pertahanan dan keamanan terutama di udara
<i>cathay</i>	: perusahaan penerbangan dari Inggris
<i>helikopter</i>	: Pesawat yang digerakkan oleh mesin yang menggerakkan beberapa rotor (baling-baling), yang rotor utamanya dipasang pada as vertikal jago-jago udara :yang diunggulkan; yang diha rapkan jadi pemenang
<i>jumbo</i>	: pesawat terbang yang besar
<i>penerbangan perintis</i>	: pelopor; pemula; pembuka perjalanan dengan pesawat terbang
<i>pertempuran udara</i>	: perkelahian yang hebat di udara; peperangan; perjuangan
<i>pesawat</i>	: kapal terbang

- pesawat tempur* : kapal terbang khusus untuk berjuang; berperang
- qantas* : perusahaan penerbangan dari Australia
- terbang* : melayang di udara dengan tenaga mesin
- udara* : ruang di atas bumi yang berisi hawa; tempat di atas bumi

e. Bidang Kesehatan

- abortus* : keguguran, terhentinya kehamilan
- alergi* : reaksi yang timbul akibat terbentuknya kompleks antigen antibodi dalam tubuh yang didapat
- anafilaksisi* : reaksi alergi mendadak bersifat sistemik, paling sering dijumpai pada penyuntikan serum atau penisilin
- anemia* : berkurangnya jumlah erifrosit atau kadar hemaglobin yang kurang dari normal
- asam empedu* : nama kelompok asam yang terdapat dalam empedu
- asma* : sesak nafas yang datang berupa serangan ditandai dengan nafas yang berbunyi dan penyempitan jalan nafas
- batu ginjal* : batu yang terjadi karena pengendapan senyawa garam aksalat, urat fosfat dalam piala ginjal
- dekompresi* : menghilangkan tekanan
- diabetes* : keadaan patologis yang ditandai dengan keluarnya kencing secara berlebihan
- diagnosis* : penentuan jenis penyakit yang diderita oleh pasien

- diare* : defekasi yang tidak normal lebih dari tiga kali sehari dengan fases lembek atau cair
- empedu* : zat yang dihasilkan hati yang berguna untuk mencerna lemak
- epidemi* : penyebaran penyakit pada banyak orang dalam masyarakat secara mutlak
- epilepsi* : serangan berulang gangguan fungsi otak dengan gejala penurunan kesadaran, gangguan motoris, gangguan sensoris, gangguan mental dapat disertai atau tidak disertai kejang
- farmakologi* : ilmu yang mempelajari tentang obat terutama mengenai efeknya terhadap tubuh
- gigantisme* : pertumbuhan berlebihan akibat hipofisik anterior pada usia sebelum dewasa
- gigi* : alat penghancur makanan dalam mulut
- ginjal* : alat pembentuk kemih, alat ekskresi terpenting dalam tubuh
- hepatitis* : radang hati
- hipertensi* : tekanan darah tinggi
- histoplasmosis* : penyakit infeksi oleh histoplasma cap sulatum dengan gejala demam tak teratur, radang saluran nafas, leukopenia

- implantasi* : masuknya ovum yang tidak dibuahi ke dalam endometrium
- infeksi* : masuknya dan berkembangnya mikroorganisme patogen ke dalam tubuh yang mengakibatkan radang
- kandung kemih* : alat berbentuk kantung tempat penampungan urin sebelum dikeluarkan
- kanker* : tumor ganas
- kelainan jantung*: kelainan pusat peredaran darah
- kontrasepsi* : pencegahan kehamilan
- kornea* : selaput bening mata, bagian selaput mata yang tembus cahaya
- laparaskopi* : peneropongan rongga perut
- malaria* : penyakit yang disebabkan plasmodium, ditularkan oleh nyamuk genus anopheles
- mensterilkan susu* :membersihkan susu dari bakteri
- mukosa* : selaput lendir, tunika mukosa, lapisan jaringan yang membatasi rongga saluran cerna dan saluran nafas
- neuralgia* : nyeri syaraf, nyeri yang terasa sepanjang syaraf
- penisilin* : antibiotik hasil penicillium notatum dan penicillin chryso
- virus* : jasad renik yang tidak dapat dilihat dengan menggunakan mikroskop elektron yang menyebabkan dan menularkan penyakit seperti cacar, influenza, dan rabies

f. Bidang Mobil dan Motor

- bahan bakar minyak* : sesuatu yang dipakai untuk menimbulkan api
- balap mobil* : perlombaan adu cepat dengan mengendarai mobil
- honda accord* : kendaraan roda empat bermerk honda accord
- kemudi* : perkakas pada kendaraan mobil yang gunanya untuk mengatur arah perjalanan
- kendaraan niaga* : kendaraan yang diperjualbelikan untuk mendapatkan keuntungan
- kredit mobil* : pembelian mobil dengan cara mengangsur
- mobil* : kendaraan darat yang digerakkan oleh tenaga mesin yang ada padanya, beroda empat atau lebih (selalu genap) yang biasanya menggunakan bahan bakar minyak (bensin) untuk menghidupkan mesinnya
- mobil jip* : mobil kecil yang kuat, serbaguna, bentuknya segi empat (mula-mula dipakai ketika Perang Dunia Kedua sebagai alat pengangkut personel, perlengkapan perang, dan penarik meriam)
- mobil pribadi* : mobil milik perseorangan dan dipakai untuk keperluan sendiri
- mobil sewaan* : mobil yang dipinjamkan dengan membayar ongkos biaya
- mobil sport* : mobil untuk keperluan olah raga balap
- motor* : mesin yang menjadi tenaga penggerak
- otomotif* : corak; macam kendaraan yang dijalankan dengan motor

- pasar mobil* : tempat jual beli mobil
- pembalap* : orang yang turut dalam lomba adu cepat
- raja taksi* : penguasa mobil biasanya sedan yang disewakan atau dipinjamkan untuk umum
- sedan* : kendaraan bermotor yang tertutup, beroda empat, berpintu dua atau empat, beratap permanen dengan tempat duduk untuk empat atau lima orang

g. Bidang Olah Raga

- bola* : barang bulat yang dipergunakan untuk berolah raga
- lapangan* : tempat atau tanah yang luas (biasanya rata)

h. Bidang Perkawinan

- berumah tangga* : hidup membangun keluarga
- bulan madu* : bepergian yang dilakukan bagi suami isteri yang baru menikah, biasanya tidak mengambil waktu yang lama dan dilakukan sebelum memasuki rumah tangga yang baru
- desain pelaminan* : kerangka bentuk; rancangan tempat duduk (tidur) pengantin
- calon pengantin* : orang yang akan melangsungkan perkawinan
- gaun pengantin* : baju pengantin wanita

isteri : seorang wanita yang sudah menikah dan yang masih dalam status perkawinan

keluarga : satuan kekerabatan yang sangat mendasar dalam masyarakat, terdiri dari seorang atau beberapa orang wanita yang tinggal bersama dengan seorang atau beberapa orang pria dan anak-nak mereka. Pria dan wanita tersebut merupakan suami dan isteri mempunyai hubungan seksual yang diakui oleh masyarakat, dan anggota-anggota keluarga memiliki hak-hak dan kewajiban- kewajiban tertentu.

keluarga berencana : usaha membatasi kelahiran dengan tujuan untuk membentuk keluarga yang sehat dan sejahtera

keluarga modern : keluarga yang mempunyai kecenderungan untuk membentuk keluarga batih

krisis perkawinan : kemelut; keadaan suram dalam pernikahan

kue pengantin : panganan yang dipakai untuk upacara orang yang sedang melangsungkan pernikahan

masa pertunangan: masa penentuan; kesepakatan untuk menjadi suami isteri

masalah perkawinan : sesuatu yang harus dipecahkan dalam pernikahan

pasangan pengantin : jodoh pernikahan

pelaminan : tempat duduk (tidur) pengantin

peralatan rumah tangga: perkakas; perabot dalam hidup berkeluarga

perkawinan : ikatan antara seorang pria dan seorang wanita, menurut hukum atau adat, yang bertujuan untuk hidup berkeluarga

perumahan : kumpulan beberapa buah rumah

upacara perkawinan : upacara peresmian perkawinan antara seorang laki-laki dan seorang wanita yang menikah menurut kepercayaan atau agamanya

1. Bidang Politik

nasionalisme : paham (ajaran) untuk mencintai bangsa dan negara sendiri; politik untuk membela pemerintahan sendiri; kesadaran keanggotaan di suatu bangsa yang secara potensial atau aktual bersama-sama mencapai, mempertahankan, dan mengabdikan identitas integritas kemakmuran, dan kekuatan bangsa itu; semangat kebangsaan

daerah : lingkungan pemerintahan; wilayah

dominasi penguasa : penguasaan oleh pihak yang lebih kuat terhadap yang lebih lemah dalam bidang politik

negara : organisasi di suatu wilayah yang mempunyai kekuasaan tertinggi yang sah dan ditaati oleh rakyat

kebijakan transmigrasi: kebijakan suatu pemerintah untuk mengatur pemindahan penduduk dari satu daerah (pulau) yang

berpenduduk padat ke daerah (pulauP lain yang
berpenduduk jarang

kebijakan ekonomi: kebijakan suatu pemerintah untuk mengatur dan
mengawasi pertumbuhan dan aktivitas ekonomi dalam
negaranya

komunikasi politik : hubungan; kontak politik

pemilihan umum : pemilihan yang dilakukan serentak oleh segenap rakyat
untuk memilih wakil rakyat

pertarungan politik: pertempuran; perkelahian; perjuangan; pertandingan
dalam bidang politik

nasionalis ekonomi : orang yang memperjuangkan kepentingan bangsanya
sendiri dalam bidang ekonomi

pengamat politik : orang yang meneliti; orang yang mengawasi

j. Bidang Psikologi

alim : tingkah laku yang saleh; tidak nakal

afektivitas : emosionalitas; kecenderungan mengarah pada reaksi-
reaksi emosional

ambisek : memiliki sifat-sifat yang terdapat pada kedua jenis
kelamin

ambisi : keinginan besar untuk mencapai sesuatu

biseksual : seseorang yang melakukan hubungan- hubungan
heteroseksual maupun relasi homoseksual

- depresi* : keadaan patah hati atau putus asa yang disertai dengan melemahnya kegiatan vital
- emosi* : tergugahnya perasaan yang disertai dengan perubahan-perubahan dalam tubuh misalnya otot-otot yang menegang, debaran jantung yang cepat dan sebagainya
- fitnah* : perkataan yang bermaksud menjelekkan orang lain
- gangguan* : istilah umum yang dikaitkan dengan reaksi-reaksi psikoneurotik
- galak* : suka marah; mencaci maki dan sebagainya
- gaya hidup* : pola tinggkah laku yang dipakai pada masa kehidupan yang dini, sebagai suatu cara untuk mengatasi perasaan-perasaan rendah diri
- genit* : tingkah laku bergaya-gaya secara berlebihan
- gengsi* : kehormatan dan pengaruh; harga diri
- gosip* : cerita negatif tentang seseorang
- individualisme* : satu sikap menonjol dari kebebasan personal
- introspeksi* : perenungan pengalaman-pengalaman perilaku, pengertian, kesadaran, atau perasaan-perasaan yang dimiliki seseorang; laporan mengenai pengalaman mental seseorang, biasanya untuk tujuan analisa dan penelitian
- karakter* : kepribadian ditinjau dari titik tolak etis atau moral misalnya kejujuran seseorang

- korupsi* : penyelewengan, penggelapan uang negara atau perusahaan untuk kepentingan pribadi
- kesedihan* : keadaan psikotis dari depresi berat disertai kecemasan
- lesbian* : homoseksualitas pada wanita
- masturbasi* : induksi atau keadaan penegangan alat kelamin dan pencapaian orgasme lewat rangsangan dengan tangan atau rangsangan mekanis
- memperkosa* : memaksa melakukan hubungan seksual terhadap orang lain
- nafsu* : suatu keinginan; suatu insting naluri
- obsesi* : satu ide yang tegar menetap dan sering kali tidak rasional, yang biasanya dibarengi satu kompulsi untuk melakukan suatu perbuatan
- oral sek* : hubungan intim dengan mulut
- paranoid* : mencirikan seseorang dengan tingkah laku mirip dengan perilaku paranoiak: khususnya dikatakan tentang mereka yang selalu merasa disiksa dan dikejar-kejar oleh orang atau oleh keadaan sekitar
- penyelewengan* : penyimpangan dari kenormalan; tingkah laku ganjil atau aneh
- perilaku* : tingkah laku; setiap tindakan manusia atau hewan yang dapat dilihat
- senang* : suatu reaksi emosional karena emosional

senewen : gugup; bingung; hilang akal

stress : suatu keadaan tertekan baik secara fisik maupun psikologis

suka menggebrak : memukul serempak keras-keras dengan pemukul berbidang lebar

tabah : tetap dan kuat hati dalam menghadapi bahaya

takut : merasa gentar menghadapi sesuatu yang dianggap mendatangkan bencana

temperamental : ketidakluwesannya dan intensitas dalam tuntutan-tuntutan motivasional

