

PROCEEDING



**“Innovation in Language and
Language Teaching in the 21st Century”**

Magelang, 26 Oktober 2017



Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century



Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tidar

Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau isi seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan 1, November 2017

Diterbitkan oleh

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tidar

Jalan Kapten Suparman 39 Magelang 56116

bekerjasama dengan Graha Cendekia

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan

Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century/

Rangga Asmara dan Lilia Indriani

Cetakan I-Yogyakarta: Graha Cendekia

21 X 29 cm

ISBN 978-602-50690-1-7

I. Bahasa

II. Judul

III. Rangga Asmara dan Lilia Indriani

DAFTAR ISI

Kata Pengantar		1
Sambutan Ketua Panitia CLLT 2017 FKIP Universitas Tidar		2
Sambutan Dekan FKIP Universitas Tidar		4
Sub Tema 1 : Kebijakan Kurikulum dan Materi Pembelajaran		29
Agus Widyantoro dan Margana	Developing Supplementary Materials and Media for Teaching English Reading Skills Based on The 2013 Curriculum Oriented Towards The Higher Order Thinking Skills	30
Ahmad Ruhin Hidayat dan Yoshinta Adinda Bayu	Learning Idiom: A Tool for Mastering Higher Vocabulary Skill for EFL Learners	35
Akhid Lutfian	The Effectiveness of Moodle to Teach Writing Viewed from Students' Creativity (An Experimental Study at The Tenth Grade Students of SMA N 7 Purworejo)	42
Andreas Winardi	Flipped Classroom: An Innovative Model to Promote Student-Centered Learning	51
Arum Nisma Wulanjani	Cooperative Learning dalam Kelas ESP: English For Mechanical Engineering	57
Ayu Wulandari	Learning Writing Exposition Text with Quip Strategy: Experimental Study at SMP N 5 Yogyakarta	64
Candradewi Wahyu Anggraeni	I Love Writing Book in Writing Class: Virtues and Hurdles?	72
Eko Wahyu Sejati	Peti Pramal untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Siswa Kelas VIII-A SMP Negeri 32 Purworejo Semester II Tahun Pelajaran 2016/2017	79
Nadya Inda Syartanti	Model Pembelajaran Kooperatif: Think-Pair-Share (TPS) dalam Mata Kuliah Analisis Wacana di Program Studi Sastra Jepang Universitas Brawijaya	96
Nurhaedah	Efektivitas Metode Field Trip dalam Meningkatkan Kemampuan Menulis Karangan Deskripsi Siswa Kelas V di Kabupaten	102

	Enrekang	
Pratika Ayuningtyas	Using Authentic Materials in The ESP Classroom	109
Ramadhani Uswatun Khasanah dan Agus Widyantoro	The Problems in The Implementation of The 2013 Curriculum	116
Rini Estiyowati Ikaningrum	The Implementation of Functional Grammar in English Teaching and Learning	122
Setyo Mulyaningsih	TTW (Think Talk Write) Model Pembelajaran Kooperatif Dengan Menggunakan Media Whatsapp Sebagai Upaya Meningkatkan Kompetensi Berbicara Peserta Didik Kelas X IBB SMA N 7 Purworejo Tahun 2016/2017	127
Theresia Pinaka Ratna Ning Hapsari dan Veronica Melinda Nurhidayati	Gaya Bahasa Puisi “Tanpa Syarat” pada Akun Instagram @Puisilangit Sebagai Media Ajar Pemaknaan Puisi di Sekolah Menengan Atas	135
Titin Nurhayati	Teaching English Vocabulary Using GIW for Student of Junior High School in Temanggung	141
Umi Rahmawati	Developing Interpreters Game to Enhance Speaking Skill of Adult Learners in Tidar University	147
Widya Ratna Kusumaningrum dan Lilia Indriani	A Flipped Classroom: A TEFL Course Design to Foster Students’ Learning	153
Yusuf Yuliyanto	The Use of Song to Increase Students’ Interest in Listening Class	159
Subtema 2: Pengembangan Profesi Kependidikan		165
Ali Imron dan Winda Candra Hantari	Pementasan Drama secara Live sebagai Capaian Awal Pembentukan Desa Inggris Kota Magelang	166
Fifit Firmadani	Strategi Pengembangan Profesionalisme Guru	171
Fifit Firmadani, Irsyadi Shalima, dan Moch. Malik Al Firdaus	Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif Dengan Ispring Presenter Bagi Guru Mi Al Islam Balesari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang	176
Fransisca Endang Lestariningsih	The Needs of English For Specific Purposes Teachers With and Without English Language Education Backgrounds	183

Molas Warsi Nugraheni	Peran Perempuan-Perempuan Dalam Kisah Pewayangan Legendaris “Mahabarata” Dan Aplikasi Pendidikan Karakternya Dalam Kehidupan Modern	189
Rahil Helmi	Persepsi Siswa Terhadap Kriteria Guru Yang Baik	198
A. Sri Haryati	Peningkatan Profesionalisme Guru di Abad Ke-21	204
Sri Sarwanti	Models of Mentoring Among Pre-Service Teachers in Increasing Their Professional Competence	210
Subtema 3: Kebijakan dan Praktik Penilaian Pembelajaran		215
Boby Gunawan	Penilaian Otentik pada Pembelajaran Debat Bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Karanganyar	216
Dicki Agus Nugroho	Best Practice Book Leveling Classification by Room to Read in SD N Sukorame Gresik.	224
Hamam	Construction and Interpretation of English Language Teaching Discourses: A Contextual Analysis on Student’s Work	233
Ines Miftakhuljanah	Bad Relation Between Teacher and Student Still Make Good Atmosphere in Learning and Teaching Process	243
Nashriati Saini dan Agus Widyantoro	The Authentic and Non-Authentic Assessments Used By English Teachers in Reference to The Implementation of The 2013 Curriculum	247
Sri Mulatsih	Lexical Density and Nominalization on The Students’ English Paragraphs	252
Subtema 4: Kajian Keterampilan Berbahasa		259
Andi Karmila dan A. Andriyani Asra	The Analysis of Text-Based Symbolic Violence As Shown in Digital Text Book of Bahasa Indonesia for Elementary Students (A Critical Discourse Analysis)	260
Endah Ratnaningsih	The Students’ Perceptions Toward The Use of Spelling Bee in English Voice and Accent Subject of Tidar University	272
Fajar Kurniadi	Pengefektifan Keterampilan Menulis Mahasiswa Dengan Metode Menulis Buku Catatan Harian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI)	276

Hari Wahyono	Berbahasa Indonesia Dengan Baik dan Benar (Antara Harapan dan Kenyataan)	279
Memmy Dwi Jayanti	Keterampilan Berbahasa dan Reseptif Mahasiswa terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia	286
Muhamad Zayyinul Muttaqin dan Leily Widyaningrum	Thematic Analysis of Spoken Texts in The English Dialogue (A Study At The VIII Grade of SMP N 16 Semarang in The Academic Year of 2016/2017)	292
Munirah dan Lili Suriani	Wujud Kalimat Imperatif Tuturan Guru Taman Kanak-Kanak Karya PKK Pacongkang Kabupaten Soppeng	298
Nur Hasyim dan Ade Sukma Mulya	Model Penulisan Latar Belakang Masalah (Skripsi Sarjana Terapan) Berbasis Genre	304
Nur Ifansyah and Rini Quratul Aini	The Students' Language Politeness Realization within Honorific Forms of Samawa Language	310
Rina Sartika	Kemampuan Menentukan Kalimat Opini Suatu Tinjauan Melalui Kegiatan Membaca Intensif Tajuk Rencana Harian Umum Singgalang Siswa Kelas X SMK-SMAK Padang	316
Prilia Prabaning Sahasrani	Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Berita Berbasis Teks Pada Peserta Didik Kelas VIII SMP Negeri 2 Ngadirejo	307
Subtema 5 Pembelajaran Bahasa dan Sastra Berbasis Teks		327
Bagus Wahyu Setyawan, Kundharu Saddhono dan Ani Rakhmawati	Ketoprak Text As A Ways To Teach Javanese Local Wisdom and Unggah-Ungguh Basa Jawa For Student In Central Jawa	328
Farikah dan A.Yuwono	Genre Based Academic Paragraph Writing: Learning From Each Other Through Think Pair Share	311
M.A. Utami dan Eko Putranti	Peningkatan Kompetensi Menulis Rangkuman Buku Dengan Menggunakan Media Geli dan Teknik Amat Tanya M4T sebagai Penguatan Gerakan Literasi Sekolah Pada Peserta Didik Kelas VIIC SMPN 5 Ambarawa Kabupaten Semarang Semester 2 Tahun Pelajaran 2015/2016	336
Winda Candra Hantari dan Ali Imron	Belajar Di Era Digital: Bahasa Inggris Berbasis Lokalitas Melalui Media Sosial Sebagai Langkah Antisipatif Menyongsong 0 Km Jawa	345

Subtema 6: Kajian Linguistik		349
Annisa Dewi Febryandini	Pemakaian Mā (مَ) Dalam Bahasa Arab	350
Eka Setya Budi dan Yushinta Eka Farida	Gaya Bahasa Komentator Sepak Bola Dalam Acara AFF U 18 di Stasiun Televisi Indosiar	357
Endang Sri Maruti	Menyaksikan dan Menonton: Analisis Relasi Makna Similaritas	363
Faradila Nurbaiti	Bentuk-Bentuk Metafora Musik Dalam Bahasa Indonesia (Tinjauan Awal)	372
Hafara Nurul Ummahat	English To Be and Spanish Ser/Estar (A Contrastive Analysis)	380
Lilia Indriani dan Widya Ratna Kusumaningrum	Is It A Problem For Javanese Learners to Noun-Forming Affixes in English?	386
Muhammad Natsir dan Sukarman	Konversi Penerjemahan Unsur Bahasa Jawa ke dalam Bahasa Indonesia dalam Teks Kitab Kuning	393
Nur Awaliyah Putri	Kaidah Penggunaan dan Makna Afiks –Na dalam Bahasa Madura	400
Rangga Asmara	Analisis Kontrastif Kesalahan Penulisan Bahasa Jawa dalam Ortografi Latin sebagai Wahana Konservasi Bahasa Jawa	408
Rudi Wahyu Ginanjar, Sahid Teguh Widodo dan Kundharu Saddhono	Tata Krama Keluarga Sang Raja Menurut Serat Tata Krama Pb. VII (Kajian Hermeneutik)	414
Sri Wahyono dan Darul Nurjanah	Analisis Tema Teks Terjemahan Berbahasa Indonesia Surat Al Qooriah	420
Tika Zuleika	Penggunaan Pronomina Tu dan Vous dalam Bahasa Prancis Dilihat dari Aspek Kesopanan: Sebuah Kajian Sociolinguistik	424
Subtema 7: Kajian Sastra		429
A. Andriyani Asra dan Andi Karmila	Representasi Makna Lagu Bugis Mappadendang Melalui Pendekatan Hermeneutika	430

Anggun Budi Satriya, Kundaru Saddhono, dan Ani Rakhmawati	Nilai Religius Dalam Novel Sri Kuning Karya R. Hardjowirogo	437
Atsani Wulansari	The Analysis of Clause Complex in The Snow of Kilimanjaro: A Systemic Functional Discourse Analysis	442
Diani Febriasari	Dominasi Ibu Terhadap Anak Pada Novel Get Married Karya Ninit Yunita	448
Maria Febriana Dewi Arisandi, M. R. Nababan, dan Riyadi Santosa	The Comparative Translation Analysis of Expression of Emotion in Movie Subtitle Entitled “Deadpool” Between The Original and Movie Rental Versions (Appraisal Studies Approach)	454
Muh Nurul Huda, Sumarlam, dan Kundharu Saddhono	Pembelajaran Menulis Cerita Rakyat Dengan Bahasa Banyumas sebagai Upaya Pelestarian Kearifan Budaya Lokal	455
RNG Isyfa Rohmah Nurhayati	Investigating Samin Tribe’s Culture in Lari Dari Blora Film Using Sociological Approach	460
Tri Indrayanti dan Ira Eko Retnosari	Ethics And Morality in Collection of Children’s Stories “Aika, Maafkan Aku!”	463
Subtema 8: Fenomena Bahasa di Ruang Publik		469
Dini Lia Fariha	Interaction in Social Science Research Article Abstracts	470
Dzikrina Dian Cahyani dan Asri Wijayanti	Pelatihan Bercerita Untuk Membentuk Karakter Anak-Anak Bagi Masyarakat Desa Balesari Kabupaten Magelang	478
Eka Kusuma Adianingrum	Learner Autonomy in Language Learning: English Education Students’ Attitudes	487
Firma Pradesta Amanah	Teori Monitor sebagai Solusi Pemecahan Masalah dalam Kemampuan Berbicara pada Pembelajar Bahasa Inggris di Indonesia	493
Indah Pujiastuti, Dian Lestari	Eye-Tracking Method As A Potential Aid for Membangun Karakter Melalui Adat Istiadat “Kelpeak Ukum Adat Ngen Diyan Ca’o Kutei Jang” Kabupaten Rejang Lebong	498

Irma Winingsih	Realisasi Register Dalam Iklan “Aqua” (Pendekatan Linguistik Sistemik Fungsional)	504
Lutfiatun Latifah	Variasi Bahasa Dilihat Dari Segi Pemakai Pada Ranah Sosial Masyarakat Tutur Perbatasan Jawa Tengah-Jawa Barat di Majenang Kabupaten Cilacap	511
Muhammad Arif	Appraisals and Critical Discourse Analysis in “Baby Shark” Song Lyric	516
Mochamad Nuruz Zaman	Acceptable Indigenous and Foreign Language to Acceptable National Language Shifting: Sociolinguistics Case Study Overviewed within Translation Studies	522
Novita Kusumadewi, Listi Hanifah dan Dwi Hidayati Mas’adah	The Influence of Globalization and Technology in Communication (The Study of Conversational Politeness Among Members in The Whatsapp Group)	535
Putri Ayu Rezkiyana	Utterances Between The Victim and The Causer In Prambanan Jazz 2017	539
Putri Duwi Sholihatul Sukmawati, dan Diah Arifiana Safitri	Indonesian EFL Learner’s Problems to Have A Classroom Discussion in The Language Learning Process	546
Ririh Rubus Setyaningrum, Rahma Adinda Dwilestari	Literacy Class Based Pop Up Book As Media to Minimize The Effect of Hate Statements (Saracen) on Teenage of Adolescent	550
Yanuar Bagas, Arwansyah Sarwiji Suwandi, Sahid Teguh Widodo	Yaqowiyyu Tradition in Klaten: Analysis of Function And Meaning	565
Subtema 9: BIPA		563
Ahmad Bahtiar dan Suryo Ediyono	Dongeng Sebagai Bahan Ajar Bahasa Indonesia Untuk Penutur Asing (BIPA)	564
Asqina Mawadati N.S, Andayani, Kundharu Saddhono	Pembelajaran Menulis pada Mahasiswa BIPA: Analisis tentang Hambatan Dan Solusi	565
Fabio Testy Ariance Loren	Problem and Solution The Use of Learning Media on Listening Skill in Teaching Indonesian to Speakers of Other Language	570

	(TISOL)	
Kundharu Saddhono	Manajemen Kelas Multikultural Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA) Di Indonesia	575
Toriq Pratama	Pembelajaran dan Akuisisi Kosakata Bahasa Indonesia Bagi Pembelajar Bipa Dengan Metode Silang Kata (Crossword)	581
Yusuf Muflikh Raharjo dan Kundharu Saddhono	BIPA As An Assistant Regulation of The Mminister of Manpower Number 16 Year 2015 (Cases In Yamaha Motor Manufacturing Company Jakarta)	587
Subtema 10: Pembelajaran Bahasa Berbasis TIK		593
Astrid Daneshwari Pangestika	An Analysis of Smartphone Application Usage in Improving English Skill; English Department Students of Untidar	594
Axel Alessandro Satriawan dan Zaqy Mubarok	Teacher's Role in 21st Century Through The Use of Technology in TELE Class	600
Gilang Fadhilia Arvianti	The Using of Wondershare Application In Translation Class	606
Elsa Ernawati Nainggolan	Transforming The Foreign Language Teaching Style By Integrating ICT: Significances and Challenges	510
Paulus Widiatmoko	Studi Kasus Tingkat Penerimaan Terhadap Teknologi Pembelajaran Pada Matakuliah English for Job Hunting	615
Vega Hesmatantya	Using Google Forum As A Platform For English Language Teaching in University Level	622



KATA PENGANTAR

Conference on Language and Language Teaching (CLLT) 2017 dengan tema “*Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century*” dilaksanakan di Universitas Tidar pada tanggal 26 Oktober 2017. Pada CLLT ini disajikan 3 pembicara tamu dan 110 pemakalah pendamping yang berasal dari berbagai instansi di seluruh Indonesia. Makalah yang disajikan diterbitkan dalam Prosiding ber-ISBN. Makalah tersebut telah melewati penilaian substansi dan penyuntingan berdasarkan format yang telah disepakati antara panitia penyelenggara dan tim editor. Panitia mengucapkan banyak terima kasih kepada tim penyunting dan editor yang telah bekerja keras mengolah makalah dari penerimaan makalah hingga penyajian akhir untuk diterbitkan.

Keberhasilan CLLT 2017 ini merupakan hasil kerja keras seluruh anggota panitia penyelenggara dengan dukungan jajaran pimpinan Universitas maupun Fakultas. Oleh karena itu, saya selaku Ketua Panitia menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada seluruh panitia, baik dosen, karyawan, dan mahasiswa yang telah bersungguh-sungguh menyiapkan seminar ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Panitia penyelenggara dalam hal ini Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tidar telah berhasil dengan baik mempersiapkan dan menyelenggarakan CLLT 2017 ini, namun apabila dalam penyelenggaraan ini ada hal yang kurang berkenan bagi Bapak/Ibu kami mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Kepada para pembicara tamu, penyaji makalah, peserta pada umumnya, serta semua pihak yang telah berperan serta dalam seluruh acara CLLT ini, diucapkan banyak terima kasih. Mudah-mudahan hasil yang akan diterbitkan dalam prosiding semuanya dapat bermanfaat, memberikan kepercayaan nasional bahkan internasional, dan berperan dalam membentuk karakter generasi muda bangsa melalui kajian-kajian bahasa, sastra, dan pengajarannya. Pada kesempatan ini, saya menyampaikan permohonan maaf apabila dalam prosiding yang diterbitkan ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik dari pembaca kita harapkan demi kesempurnaan penyelenggaraan yang akan datang.

Ketua CLLT 2017
Rangga Asmara, S.Pd., M.Pd.



Sambutan Ketua Panitia CLLT 2017 FKIP Universitas Tidar

Rangga Asmara, S.Pd., M.Pd.



Assalammualaikum Wr. Wb.
Yth. Rektor Universitas Tidar
Yang kami hormati Dekan FKIP, Universitas Tidar
Para pembicara tamu yang kami mulyakan
Para peserta seminar yang terkasih
dan tamu undangan yang berbahagia
Selamat pagi dan salam sejahtera

Pertama-tama, marilah kita bersama-sama mengucap syukur kepada Tuhan Yang Mahakuasa, karena atas berkat dan kasih-Nya, *Conference on Language and Language Teaching (CLLT) 2017* yang diselenggarakan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tidar pada tanggal 26 Oktober 2017 ini dapat berlangsung dengan lancar.

Berkat dukungan dari Rektor, Dekan, para dosen, para karyawan, dan para mahasiswa Universitas Tidar dan pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu juga sungguh besar sehingga pelaksanaan CLLT 2017 ini berlangsung dengan baik. Untuk itu, kami sebagai penyelenggara mengucapkan terima kasih yang tak terhingga. Hadirin yang kami hormati, CLLT 2017 ini mengangkat tema "*Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century*". Tema besar seminar itu telah dicoba diurai oleh para narasumber ahli, praktisi, peneliti, pendidik, dan para mahasiswa dengan kekhasan gagasan dan kedalaman pemikiran masing-masing. Peserta CLLT 2017 diikuti 110 pemakalah dengan 94 makalah dan 260 peserta.

CLLT merupakan mimbar silaturahmi akademik bagi dosen, mahasiswa, dan guru. Demi lancarnya acara, persidangan kami bagi dalam dua jenis sidang, yaitu sidang pleno dan paralel. Sidang pleno diikuti oleh seluruh peserta CLLT yang menghadirkan pembicara tamu, yaitu Ibu Dra. Helena I. R. Agustien, M.A., Ph.D. dari Universitas Negeri Semarang, Ibu Dra. Pangesti Wiedarti, M.Appl. Ling., Ph.D. dari Universitas Negeri Yogyakarta, dan Ibu Dr. Dwi Winarsih, M.Pd. dari Universitas Tidar. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat kami mengucapkan terima kasih kepada pembicara tamu. Sidang paralel adalah sidang para pembicara utama karena merekalah yang sesungguhnya memiliki mimbar. Makalah akan kami tampilkan dalam persidangan, mereka akan kami bagi dalam 6 kelompok paralel. Setiap persidangan menampilkan 5 pemakalah dalam setiap sesi dan ada 3 sesi. Meskipun demikian, kami minta maaf jika setiap persidangan kelompok hanya akan mendapat alokasi waktu terbatas dan tidak semua kelompok dapat menempati ruang representatif karena kesulitan mendapatkan ruang yang saling berdekatan. Agar setiap kelompok dapat dihadiri oleh peserta CLLT, sejak awal telah kami tentukan siapa saja pemakalah CLLT yang harus masuk ke setiap kelompok tertentu. Dalam setiap kelompok akan diikuti oleh para pemakalah yang makalahnya disidangkan di kelompok itu ditambah peserta lain. Pengelompokan makalah didasarkan pada subtema seminar yaitu: Kelompok 1: pengembangan kurikulum dan materi pembelajaran, kelompok 2: pengembangan profesi kependidikan, kelompok 3: kebijakan dan praktik penilaian pembelajaran, kelompok 4: kajian keterampilan berbahasa, kelompok 5: pembelajaran bahasa dan sastra berbasis teks, kelompok 6: kajian linguistik, kelompok 7: kajian sastra, kelompok 8: fenomena bahasa di ruang publik, kelompok 9: bahasa Indonesia untuk penutur asing, dan kelompok 10: pembelajaran bahasa berbasis TIK.

Akhir kata, izinkanlah pada kesempatan ini sebagai ketua panitia CLLT 2017, FKIP, Universitas Tidar, meminta maaf kepada hadirin, jika ada satu dan lain hal yang menjadikan hati Bapak/Ibu dan Saudara sekalian tidak berkenan. Kami mohon maaf jika sebagai tuan rumah, kami tidak sepenuhnya menjadi tuan



rumah yang baik, kurang melayani, kurang membantu kepada hadirin. Kepada segenap panitia baik dosen, karyawan maupun mahasiswa, pada kesempatan ini juga kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Tanpa kerja keras Anda semua, CLLT 2017 ini tidak akan pernah terjadi seperti sekarang ini. Selanjutnya, kami mohon Bapak Dekan FKIP berkenan memberi sambutan sekaligus membuka seminar. Demikian laporan yang dapat kami sampaikan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan melimpahkan rahmat dan hidayah kepada kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Sambutan Dekan FKIP Universitas Tidar

Prof. Dr. Sukarno, M.Si.



Assalamualaikum Wr. Wb.
Yth. Rektor Universitas Tidar
Para pembicara tamu yang kami mulyakan
Para peserta seminar yang terkasih
dan tamu undangan yang berbahagia
Selamat pagi dan salam sejahtera

Pertama, atas nama pimpinan dan keluarga besar Universitas Tidar, saya ucapkan selamat datang di Kota Magelang “Kota Sejuta Bunga” untuk bertukar pikiran di *Conference on Language and Language Teaching (CLLT) 2017* dengan tema “*Innovation in Language and Language Teaching in the 21st Century*”. Pada kesempatan ini juga, saya menyampaikan terima kasih kepada pembicara utama dalam seminar ini yang telah memberikan waktu dan pengalamannya ke seluruh peserta seminar. Saya juga menyampaikan apresiasi yang tinggi atas partisipasi pemakalah pendamping yang jumlahnya 106 judul makalah. Sebuah jumlah yang cukup banyak dan saya berharap forum ini benar-benar berdampak pada peningkatan kualitas pengajaran bahasa di Indonesia.

Kedua, saya sangat mendukung upaya-upaya untuk mengembangkan kajian bahasa dan inovasi pengajaran bahasa seperti halnya tema dalam seminar ini. Terkait dengan pentingnya kajian bahasa dan inovasi pengajaran bahasa, saya berharap forum ini dapat menjadi media mengomunikasikan hasil penelitian, hasil pemikiran, dan gagasan cerdas dan orisinal dari para intelektual Indonesia yang telah berkiprah di bidangnya masing-masing. Kami meyakini bahwa gagasan-gagasan kritis ini akan bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa Indonesia guna memperkuat kedudukan bahasa Indonesia di tengah percaturan global antarbahasa. Potensi-potensi optimalisasi kajian bahasa dan pengajaran bahasa yang digali lewat dialog dan dialektika dalam hari ini, kami yakini akan sangat bermanfaat dalam rangka pembentukan karakter dan mental bangsa.

Selanjutnya, saya sampaikan rasa terima kasih kepada panitia yang telah berusaha mempersiapkan seminar ini dengan sebaik-baiknya. Semoga jerih payah dan pengorbanan Bapak/Ibu dan mahasiswa semua dihitung sebagai amal kebaikan. Melalui kesempatan ini, saya juga menyampaikan permohonan maaf kepada peserta seminar yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia apabila dalam penyelenggaraan seminar ini ada kekurangan. Saya selaku pimpinan FKIP Universitas Tidar yang menjadi tuan rumah penyelenggaraan CLLT 2017 berharap bahwa hasil seminar ini dapat memberikan kontribusi di bidang bahasa, sastra, dan pengajarannya khususnya di Indonesia dan dunia internasional pada umumnya.

Sebagai penutup, saya ucapkan selamat bertukar pikiran dalam mewujudkan dan mengembangkan bahasa, sastra, dan pengajarannya. Melalui jaringan kerjasama ini, semoga kita makin yakin bahwa cita-cita kita bersama dalam menyiapkan kaum muda sebagai pemimpin masa depan bangsa, yang memiliki karakter yang unggul, pasti akan tercapai. Saat ini kita menebar benih karakter unggul, tetapi mungkin baru 10 tahun mendatang kita melihat hasilnya. Terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.



REALISASI REGISTER DALAM IKLAN “AQUA”

Irma Winingsih
Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Abstrak

Analisis register dalam iklan AQUA ini menggunakan ancangan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL) yang dikemukakan Halliday yang selama ini digunakan dalam analisis wacana. Analisis register ini meliputi; (1) konteks budaya (context of culture), (2) dan konteks situasi (context of situation) yang terdiri dari field, tenor dan mode. Data penelitian ini adalah iklan ”AQUA” yang disiarkan di berbagai stasiun TV di Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa Konteks budaya dan konteks situasi yang mencakup field, tenor, dan mode ternyata memegang peranan penting dalam pencapaian iklan yang efektif dan efisien, demi tercapainya target pemasaran produk. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang dianalisis melalui register, ditambah dengan peranan gambar, maka akan mendapatkan bentuk iklan yang mampu menjelaskan kelebihan dan keunikan produk dengan sendirinya, dengan tidak mengabaikan kultur masyarakat sebagai calon konsumen.

Kata Kunci: Iklan, Konteks situasi, Konteks budaya, Register.

Sebagai salah satu model wacana, iklan merupakan sebuah model komunikasi yang khas, karena dengan kekhasannya tersebut membedakannya dengan bentuk komunikasi wacana tulis atau lisan yang lain. menurut Toffler (1987: 152) dalam Sumarlam dkk (2004: 1), salah satu kekhasan yang paling menonjol dari iklan adalah mencoba mengkomunikasikan citra secara maksimum dalam waktu yang minimum, sehingga dapat mencapai sasaran dan tetap menjamin keuntungan perusahaan.

Sebuah iklan akan dikatakan efektif bila tercapai tiga hal; (1) pesan yang ingin disampaikan diterima oleh audiens, (2) berhasil menciptakan efek *WORD TO MOUTH* alias menjadi bahan pembicaraan, dan (3) berhasil menciptakan *DEMAND PULL* atau adanya permintaan pembelian atas produk yang diiklankan. Sudah menjadi pendapat umum bahwa kesuksesan sebuah produk di pasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja, tapi juga strategi pemasaran produk tersebut. Strategi pemasaran tersebut meliputi penetapan merek, slogan iklan dan periklanan. Beberapa iklan suatu produk menggunakan bahasa verbal, sementara yang lain mengandalkan bahasa non verbal sebagai trade mark produk mereka.

Iklan sebagai sebuah teks adalah sistem tanda yang berupa bahasa verbal maupun bahasa non verbal yang terorganisir menjadi kode-kode yang merefleksikan nilai-nilai tertentu, sikap, dan keyakinan tertentu. Setiap pesan dalam iklan memiliki dua tingkatan makna, yaitu makna yang dikemukakan secara eksplisit di permukaan dan makna yang dikemukakan secara implisit di balik permukaan tampilan iklan (Noviani, 2002 dalam Sumarlam dkk, 2004: 1).

Pemilihan dan penggunaan bahasa dalam periklanan sangat ditentukan kaidah – kaidah yang ditetapkan oleh biro – biro periklanan, yang bila dilanggar bisa jadi menghasilkan iklan produk yang kurang bermutu, yang berimplikasi pada gagalnya target pasar produk tersebut. Oleh karenanya, analisis mendalam terhadap penggunaan fitur bahasa dalam iklan sangat diperlukan. Melalui makalah ini, penulis ingin mencari tahu bagaimanakah analisis register dapat dijadikan acuan untuk membuat sebuah iklan dari suatu produk, yakni iklan AQUA. Analisis register di sini mencakup analisis bahasa dalam iklan meliputi struktur teks, teksur, konteks budaya dan konteks situasi (*field, tenor, mode*). Semua unsur di atas merupakan kesatuan yang kesemuanya berperan dalam menentukan konfigurasi iklan yang konteks dan maknanya tersampaikan, serta untuk menentukan interpretasi makna interpersonal suatu teks

iklan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan analisis register dari sebuah iklan yang sekiranya dapat bermanfaat dalam mendesain iklan yang lebih efektif. Penulis sangat berharap penulisan ini memberikan masukan bagi pemilihan bahasa demi tercapainya keefektifan dan keefisienan sebuah iklan

Register adalah aspek kebahasaan yang ditinjau dari penggunaannya (*the use*). Ini jelas berbeda dengan dialek yang ditentukan oleh penggunanya (*the user*). Bidang yang dikaji dalam register ini tidak hanya meliputi pilihan kata saja tapi juga meliputi pilihan dari aspek linguistik yang lainnya. Ada banyak register di dunia ini, seperti register pertemuan, register pengemudi kendaraan umum, register sekolah, register militer dan sebagainya, karena register sangat ditentukan oleh konteks sosial suatu komunitas.

Sementara itu menurut Santoso (2003: 50), register adalah konsep semantik yang dihasilkan oleh konfigurasi makna atau konteksual yang terdiri dari *field*, *tenor* dan *mode* dalam konteks sosial tertentu. Register memerlukan ekspresi dalam memetakan sebuah makna tertentu. Pemetaan makna dalam register ditentukan oleh tiga variable yakni *field*, *tenor* dan *mode*. *Field* yang mengacu pada apa yang terjadi dan pada apa yang dilakukan peserta tutur ini biasanya dimunculkan dengan konsep pertanyaan kapan, di mana, bagaimana dan mengapa. *Tenor* mengacu pada peserta atau partisipan tutur, termasuk di dalamnya karakteristik dan status sosial masing – masing peserta. *Mode* merujuk pada peranan bahasa yang digunakan oleh peserta tutur dalam situasi dan cara yang tepat dalam penyampaian suatu makna. Ketiga variabel ini membentuk kesatuan sebuah teks yang ditentukan oleh konteks. Setiap ekspresi bahasa mempunyai makna yang berbeda, tergantung konteks situasinya.

Menurut Halliday (1994 ; xiii) bahasa tersusun atas tiga macam makna yang disebut metafungsi, yang terdiri dari : makna *ideational*, makna *interpersonal*, makna *textual*. Di bawah ini akan coba kami jelaskan satu persatu :

Makna Ideational

Eggins (1994 : 12) mendefinisikan makna *ideational* atau makna eksperiensial, sebagai makna yang mempresentasikan pengalaman hidup melalui bahasa. Saat kita menggunakan bahasa untuk menyampaikan sesuatu, maka selalu diinterpretasikan sebagai sesuatu atau seseorang mengerjakan sesuatu atau mengalami sesuatu. Contohnya : *I suggest we attack the reds* yang mana “*the reds*” mempunyai makna “botol – botol anggur” dan apa yang seharusnya kita lakukan terhadap botol – botol tersebut. Pelaku yang sekaligus sebagai tema yaitu “*we*”, aktivitasnya *should carry out* dan entitas yang terkena efek aktivitas tadi (*the reds*)

Makna Interpersonal

Yaitu makna yang ditimbulkan dari peran dan sikap dalam hubungan dengan orang lain. Dari ujaran di atas, makna yang timbul adalah saran yang dituturkan penuh keakraban, bisa dinegosiasi, juga mengandung makna yang memungkinkan kita menciptakan hubungan pertemanan, tanpa ada kesan mendominasi.

Makna Textual

Merupakan makna yang timbul dari konteks yang ada, baik sebelum maupun sesudah ujaran dikomunikasikan. Sebagai mana contoh ujaran di atas, jika berangkat dari maksud penutur, berarti hanya menyarankan, bukan memberi beban (*to suggest*). , membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda / jasa yang dijual, (2) pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang/jasa yang dijual, dan (3) dimuat di media massa seperti koran, majalah, dll.

Seperti dijelaskan sebelumnya, iklan adalah langkah kedua dalam pemasaran suatu produk, setelah kualitas produk. Namun secara sistem semiotika, pembuatan iklan merupakan langkah pertama dari proses pemasaran produk yang menggunakan bahasa. Permasalahannya adalah, untuk menarik konsumen, bahasa yang bagaimanakah yang diperlukan dalam pembuatan sebuah iklan? Karenanya menurut Wells, periklanan membutuhkan bahasa yang berbeda dengan tipe bahasa lain, karena konteks situasi dan konteks budayanya juga lain. (1992: 38)

Dalam Rani, dkk. (2006: 7) pendapat lain diungkapkan oleh Samsuri (1987) dan Kinnealy (1974) yang menyebut iklan sebagai wacana transaksional, sebab iklan adalah bentuk wacana yang isinya menyalurkan pesan dari produsen atau pengusaha (atau lainnya) kepada calon konsumen sebagai wujud penggunaan bahasa dalam masyarakat. (2006: 7) Struktur wacana dalam iklan sendiri jelas berbeda dengan wacana yang lain. Menurut Bolen dalam Rani, dkk., wacana iklan jika dilihat dari aspek proposisinya terdiri dari tiga unsur pembentuk yaitu; (1) butir utama (*headline*), (2) badan (*body*), dan (3) penutup (*close*). Untuk mengetahui makna tanda-tanda dalam sebuah iklan perlu adanya kajian semiotika.

Kajian semiotika merupakan kajian tentang tanda (*sign*) dengan segala perannya di dalam kehidupan sosial masyarakat. Sesungguhnya tanda (*sign*) adalah sebuah stimulus yang diterima oleh otak untuk diproses yang kemudian memunculkan respon berupa sebuah konsep realitas tertentu. Dapat pula dikatakan bahwa kajian semiotika mempelajari tentang segala bentuk hubungan antara tanda dengan representasi realitasnya dan hubungan diantara para penggunanya di dalam kehidupan sosial masyarakat. Hubungan antara tanda dengan representasi realitasnya lebih dikenal dengan hubungan antara penanda (tanda) dengan petanda (makna). Uraian ini sesuai dengan pendapat Ferdinand de Saussure dan Ogden & Richards yang mencetuskan teori tentang penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Berbeda dengan Saussure, Ogden & Richards (1923) menambahkan satu unsur penghubung antara penanda dengan petanda yaitu *thought or reference*. Stimulus penanda yang dalam hal ini dikatakan sebagai unsur linguistik berupa kata atau kalimat, diolah di dalam otak melalui konsep makna yang telah kita miliki atas penanda tersebut lalu keluar respon berupa objek (*referent*) sebagai petanda. Jadi antara penanda dan petanda tidak berhubungan secara langsung.

METODE PENELITIAN

Ancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan ancangan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL) untuk menganalisis konteks budaya, konteks situasi iklan 'AQUA'.

Data

Data penelitian ini adalah iklan "AQUA" yang disiarkan di berbagai stasiun TV di Indonesia. AQUA adalah produk yang berupa air mineral siap minum, diproduksi oleh PT Tirta Investama Wonosobo, Jawa Tengah, di bawah pengawasan PT AQUA Missisipi Tbk, Jakarta yang mendapat lisensi dari PT Danone.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

Menganalisis konteks budaya iklan yang mencakup tujuan iklan dan struktur iklan,

Menganalisis konteks situasi iklan yang mencakup *field*, *tenor*, dan *mode*.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Konteks Budaya

AQUA adalah produk yang berupa air mineral siap minum, diproduksi oleh PT Tirta Investama Wonosobo, Jawa Tengah, di bawah pengawasan PT AQUA Missisipi Tbk, Jakarta yang mendapat lisensi dari PT Danone. Sudah menjadi pendapat umum bahwa di antara produk air mineral siap minum yang beredar di Indonesia, AQUA adalah merek yang dianggap mewakili jaminan kualitas paling bagus. Dengan mengabaikan berbagai keluhan dan kritikan terhadap kemurnian air yang digunakan dan sterilisasi proses penyulingan air bagi produk AQUA ini, tetap saja AQUA dianggap yang terbaik, dibanding merek lain. Hal ini dimungkinkan karena AQUA merupakan produk yang sudah mendunia dan berada di bawah pengawasan penuh perusahaan multinasional seperti PT AQUA Jakarta yang mendapat lisensi dari PT Danone, Missisipi, USA. Di bawah bendera perusahaan besar dari luarnegeri, mau tidak mau membantu pencitraan AQUA sebagai produk dengan kualitas bertaraf internasional dan mengalahkan produk lain sejenis. Selain itu jika kita lihat dibanding produk sejenis yang lain, AQUA lebih intensif dalam membuat iklan – iklan yang inovatif, melalui berbagai saluran komunikasi baik media massa maupun audio visual, yang mana juga dibumbui aktivitas mendukung program pemerintah dalam menyalurkan air bersih di daerah – daerah gersang.

Fungsi retorika iklan AQUA ini adalah memperkenalkan produk dan target pasar produk, mendeskripsikan kelebihan produk, membujuk konsumen untuk membeli produk, dan memberikan alasan logis mengapa produk ini penting untuk dibeli. Sedangkan strukturnya berupa tesis (*Kebaikan alam, kebaikan hidup*), persuasi (*rasakan kebaikan alam di setiap tetes AQUA*), dan argument 2 (*untuk kesehatan Anda setiap hari*).

Analisis Konteks Situasi

Field

Field mendeskripsikan keseluruhan produk, yang mana perlu ditekankan dalam iklan, apa kelebihan dan keunikan produk. Namun jika ada kelemahan dari produk, juga harus ditampilkan untuk menghindari keluhan konsumen di kemudian hari dan untuk memberikan *image* jujur terhadap produsen melalui iklan produknya. Kelebihan AQUA terefleksikan melalui gambar butiran air yang merupakan *signifier* bagi kualitas kemurnian, kebersihan dan kesempurnaan proses penyulingan air. Hal ini diyakinkan dengan kalimat – kalimat yang tersusun dalam struktur iklan ini, yakni bagian pembuka :” *Kebaikan alam, kebaikan hidup rasakan kebaikan alam di setiap tetes AQUA*” . Dalam proposisi ini mengandung dua tindak tutur (berdasarkan klasifikasi Searle dalam Gunarwan, 2004: 22), yakni kalimat ” *Kebaikan alam, ... tetes AQUA*” merupakan kalimat representatif, karena mengandung pernyataan untuk mengenalkan produk AQUA sebagai salah satu produk air mineral. Untuk menegaskan proposisi ini, ditandai dengan gambar botol AQUA di bagian bawah iklan. Hal ini mempermudah audiens yang belum mengenal produk AQUA sebelumnya. Selain itu, dengan mengomsumsi AQUA yang alami, maka akan mendapatkan kebaikan hidup. Kebaikan hidup yang dimaksud di sini mungkin faktor kesehatan, yang sangat bernilai bagi kehidupan manusia. Kalimat kedua, ”*Rasakan kebaikan alam ... AQUA*” dengan menggunakan teknik pengulangan kata kebaikan alam, memberi penekanan dan merupakan kalimat direktif yang lebih menjurus pada anjuran agar mengomsumsi AQUA ini, sehingga memperoleh kebaikan alam, sehingga mendapatkan kehidupan yang lebih baik (seperti ditunjukkan dalam kalimat sebelumnya). Bagian isi yaitu:

Tidak semua mata air dapat menjadi mata air AQUA. AQUA memilih mata air terpilih Indonesia menggunakan 9 kriteria, 5 tahap dan komitmen atas minimal 1 tahun penelitian

AQUA menggunakan sistem terpadu menyeluruh untuk memastikan tidak ada apapun di antara Anda dan kebaikan alam, tepat dari mata air hingga botol

AQUA menyadari bahwa melindungi kebaikan alam yang berharga ini merupakan tanggung jawab bersama dan tantangan untuk masa depan lebih baik, karenanya AQUA membangun kemitraan dengan pihak setempat

Kalimat dalam poin (1) menunjukkan betapa kompleksnya proses pembuatan air AQUA ini. Dengan melalui proses yang sedemikian kompleks memberikan *image* bahwa kualitas AQUA teruji baik. Selain itu di awal proposisi, AQUA mencoba menunjukkan betapa berkualitasnya AQUA karena mempunyai standar atau kriteria tertentu bagi mata air yang akan disuling.

Poin (2) mencoba meyakinkan konsumen bahwa meskipun dikemas dalam botol, namun kemurnian rasa dan kualitas mata air yang disuling dari kealamian alam dapat dinikmati konsumen. Bisa jadi AQUA juga ingin menunjukkan tidak dipakainya zat – zat kimia tertentu, misalnya zat pengawet, dsb.

Sedangkan dalam poin (3), komitmen AQUA yang menunjukkan tindak tutur komisif, ditandai dengan gambar anak perempuan yang tersenyum ceria, di bawah butira air bening. Kebeliaannya, bisa diartikan menandai masa depan yang masih panjang. Oleh karena itu, komitmen AQUA untuk menjalin kemitraan dengan instansi terkait dalam menjaga kelestarian alam dan eksistensi mata air sehingga dapat diwariskan kepada generasi muda (yang ditandai sosok anak kecil tersebut).

Pada bagian penutup iklan ini, kalimat yang ditunjukkan adalah untuk menegaskan bagian pembuka, namun ditambahi dengan kalimat ”... untuk kesehatan Anda setiap hari”. Jadi jelaslah bahwa kebaikan hidup yang dimaksud dalam proposisi pembuka iklan menandai kesehatan hidup manusia, yang tidak lain adalah konsumen AQUA.

Tenor

Tenor mendeskripsikan target pasar yang dituju, atau siapa yang akan melihat atau mendengar iklan tersebut, yang oleh produsen diasumsikan sebagai calon konsumen. Konsumen dari AQUA ini adalah semua umur, jadi sangatlah penting jika AQUA menciptakan *image* bahwa konsumen AQUA adalah yang statusnya paling tinggi, yang paling terpelajar, karena mementingkan kualitas air mineral yang dikomsumsinya demi tetap terjaganya kesehatan.

Tenor (makna Interpersonal) dalam iklan dideskripsikan sebagai makna yang ditimbulkan oleh perbedaan hubungan sosial partisipan serta perkembangan hubungan selanjutnya, menggambarkan aktifitas pertukaran informasi, dan aktifitas jual beli barang / jasa (produk yang diiklankan). Dalam teks, makna interpersonal ini dapat ditelusuri melalui fungsi retorika dan struktur teks. Menurut Santoso, interpretasi makna interpersonal mencakup tiga hal, yakni:

Affect, yaitu justifikasi produsen terhadap produk dan konsumennya. Untuk membentuk *image* yang baik dan bermutu terhadap produknya, produsen akan selalu memberikan pencitraan yang baik. Caranya, dalam proposisi iklan, produsen akan menampilkan bentuk kalimat deklarasi yang menampilkan sisi positif produk dan keuntungan yang diperoleh konsumen jika membeli produk. Tujuannya tidak lain untuk dijadikan acuan bagi keberhasilan iklan, yang berimplikasi pada keberhasilan penjualan produk. Dalam iklan AQUA ini, justifikasi yang dilakukan oleh AQUA adalah bahwa AQUA menetapkan standar tertentu bagi mata air yang digunakannya dengan 9 kriteria. Selain itu, proses produksi AQUA, mulai dari tahap pengambilan mata air, penyulingan dan pengemasan dalam botol, melalui 5 tahap dan komitmen atas minimal 1 tahun

penelitian yang diawasi oleh perusahaan multi internasional sekelas PT DANONE, jelas memberikan nilai lebih bagi AQUA.

Status, yaitu kedekatan hubungan antara produsen dengan konsumen. Teks dalam iklan dapat menunjukkan dua perbedaan derajat hubungan, yang pertama adanya hirarki hubungan, superior – inferior, yang kedua hubungan yang setara dan intim. Dalam iklan AQUA hubungan produsen dengan konsumennya adalah setara. Produsen berusaha menampilkan bahwa dirinya adalah bagian dari komunitas manusia yang memiliki hak yang sama untuk menikmati kebaikan alam (yang dimaksud di sini adalah kemurnian mata air yang ada di AQUA), memerlukan air mineral yang berkualitas untuk menjaga kesehatan sehari – hari, serta mempunyai tanggung jawab untuk melindungi keberlangsungan alam demi masa depan generasi selanjutnya. Namun, dengan adanya diksi "Anda" yang selalu diawali huruf besar, menunjukkan ekspresi penghormatan pada konsumen, meskipun tetap dalam hubungan yang setara.

Kontak, jika ditafsirkan dalam bahasa linguistik, berarti derajat keberterimaan bahasa yang digunakan dalam iklan. Jika iklan produk vitamin anak – anak, maka bahasa iklan yang digunakan diharapkan mudah dimengerti anak – anak. Bila produknya terkait dengan lingkungan akademis, mau tidak mau agar kontakannya efektif dan efisien, harus menggunakan bahasa yang familiar bagi civitas akademika, dsb. AQUA sendiri karena produknya berasal dari alam dan berupa air mineral yang sangat diperlukan bagi kehidupan sehari – hari, maka produsen menghubungkannya dengan kesehatan. Kebutuhan akan air minum merupakan bagian dari kebutuhan primer manusia yang juga menjadi faktor penentu terjaganya kesehatan.

Mode

Mode mengacu pada media yang digunakan untuk mengiklankan produk tersebut, seperti TV, radio, koran, majalah, papan reklame. Iklan AQUA sendiri sering muncul di berbagai saluran komunikasi media massa dan audio visual.

SIMPULAN

Analisis register yang meliputi konteks budaya dan konteks situasi yang mencakup field, tenor, dan mode ternyata memegang peran penting dalam pencapaian iklan yang efektif dan efisien, demi tercapainya target pemasaran produk. Dengan mempertimbangkan aspek – aspek yang dianalisis melalui register, ditambah dengan peranan gambar, maka akan mendapatkan bentuk iklan yang mampu menjelaskan kelebihan dan keunikan produk dengan sendirinya, dengan tidak mengabaikan kultur masyarakat sebagai calon konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dattamajumdar, S. 2006a. *The Linguistic Patterns of Advertising Text*. Journal of Language and Linguistics, 5
- Egins, Susan and Diana Slade. 1997. *Analysis Casual Conversation*. London: Cassel
- Gunarwan, Asim. 2004. Dari Pragmatik ke Pengajaran Bahasa (Makalah Seminar Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah). Bali: Ikip Singaraja
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). 1988. Jakarta: Balai Pustaka
- Rani, Abdul, dkk. 2006. *Kajian Wacana*. Malang: Bayumedia Press.
- Ratna Noviani. 2002. "Jalan Tengah Memahami Iklan" dalam Analisis Wacana: Iklan, Lagu, Puisi, Cerpen, Novel, Drama. Halaman 1. Bandung: Pakar Raya.



Sumarlam dkk. 2004. *Analisis Wacana: Iklan, Lagu, Puisi, Cerpen, Novel, Drama*. Bandung: Pakar Raya.

Saussure, Ferdinand de. *Course in General Linguistics*.
URL:<http://www.colorado.edu/English/ENGL2012Klages/Saussure.html> diunduh pada tanggal 23 Juni 2009

Sulistyaningtyas, Tri. 2008. Diksi dalam Wacana Iklan Berbahasa Indonesia. *Jurnal Socioteknologi*, Edisi 15 bulan Desember (495–502)

Santoso, Riyadi. 2003. *Semiotika: Pandangan Terhadap Bahasa*. Surabaya: JP Press.

Toffler, Alfin. 1987. “Kejutan Masa Depan” dalam *Analisis Wacana: Iklan, Lagu, Puisi, Cerpen, Novel, Drama*. Halaman 1. Bandung: Pakar Raya.

Wells, William. 1992. *Advertising: Principles and Practise*. Englewood: Prentice Hall