

**ANALISIS MAKNA KONTEKSTUAL PADA IKLAN NIAGA  
DI HARIAN WASPADA MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd ) Program Studi  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*

**Oleh:**

**DEWI ANJAR ASRIATI**  
**NPM.1402040142**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**



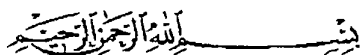
**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238

Webside : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA**

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata I  
Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, 04 April 2018, pada pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa :

Nama Lengkap : Dewi Anjar Asriati  
NPM : 1402040142  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Makna Kontekstual pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan

Ditetapkan : (  ) Lulus Yudisium  
(  ) Lulus Bersyarat  
(  ) Memperbaiki Skripsi  
(  ) Tidak Lulus

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

**PANITIA PELAKSANA**

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dra. Hj. Syamsuwarnita, M.Pd.

**ANGGOTA PENGUJI:**

1. Liza Eviyanti, S.Pd., M.Pd.

1.

2. Prof. Dr. Hj. Alesyanti, M.Pd., M.H.

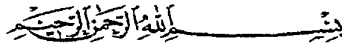
3. Hasnidar, S.Pd., M.Pd.

3.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Skripsi ini diajukan oleh mahasiswa di bawah ini:

Nama : Dewi Anjar Asriati  
NPM : 1402040142  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Makna Kontekstual Pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan

sudah layak disidangkan.

Medan, 27 Maret 2018

Disetujui oleh:

Pembimbing

Hasnidar, S.Pd, M.Pd

Diketahui oleh:

Dekan

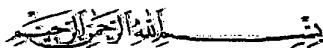
Ketua Program Studi

Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



**SURAT PERNYATAAN**



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Dewi Anjar Asriati  
N.P.M : 1402040142  
Prog. Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Makna Kontekstual pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 31 Januari 2018  
Hormat saya  
Yang membuat pernyataan,



**Dewi Anjar Asriati**

Diketahui oleh  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

**Dr. Mhd. Isman, M.Hum.**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Nama Lengkap : Dewi Anjar Asriati  
NPM : 1402040142  
Program studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Makna Kontekstual pada Niaga di Harian Waspada Medan

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
28 Februari 2018	Mendeskripsikan Data Iluan Niaga		
1 Maret 2018	- Menambahkan Gambar Paku Analisis Data		
7 Maret 2018	- Kesalahan Penguraian Simpulan dan Saran		
8 Maret 2018	- Perbaikan kata Pengantar		
14 Maret 2018	- Perbaikan Daftar Tabel Data Penelitian		
15 Maret 2018	- Perbaikan Jawaban Pernyataan Penelitian		
20 Maret 2018	- Perbaikan Daftar Pustaka		
22 Maret 2018	- Perbaikan Abstrak		
24 Maret 2018	ACC Skripsi		

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi,

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.

Medan, 27 Maret 2018

Dosen Pembimbing,

Hasnidar, S.Pd., M.Pd.

## **ABSTRAK**

**Dewi Anjar Asriati. 1402040142. Analisis Makna Kontekstual Pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2018.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna kontekstual pada bahasa iklan niaga di harian Waspada Medan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan cara mengumpulkan data, mendeskripsikan data dan selanjutnya menganalisis data tersebut. Data penelitian ini adalah iklan niaga yang ada dalam harian Waspada Medan. Sumber data penelitian ini adalah data dari media cetak dengan mengelompokkan iklan niaga yang akan dianalisis dengan menggunakan makna kontekstual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan niaga yang diterbitkan di Harian Waspada sebanyak 20 data iklan niaga yang terkumpul, seluruhnya mempunyai makna dan maksud yang berbeda. Adapun makna kontekstual iklan niaga tersebut bermakna menawarkan kemudahan terdapat 2 produk, canggih dalam teknologi terdapat 2 produk di dalamnya, 2 produk memberikan kemewahan terhadap pengguna produk yang digunakan, terdapat 2 produk yang menawarkan berbagai macam harga promo yang menarik dan terjangkau serta banyak memberikan hadiah kepada konsumen yang membeli produk tersebut, terdapat 5 produk yang memberikan keuntungan dengan kualitas barang yang bagus dan kuat, 3 produk yang berisis anjuran untuk menggunakan produk yang memberikan kebutuhan bagi konsumen yang menggunakannya, 4 produk yang banyak memberikan pelayanan terbaik dalam hal jasa.

**Kata Kunci : Makna Kontekstual Pada Iklan Niaga di Harian Waspada**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa menganugerahkan rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan, keselamatan, dan kelapangan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. Keluarga dan para sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menulis skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berjudul **Analisis Makna Kontekstual pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan.**

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak kesulitan karena terbatasnya pengetahuan, pengalaman, dan buku yang relevan. Namun, berkat motivasi orang tua penulis Ayahanda **Hardi Harianto** dan Ibunda **Mariati** yang telah menjadi motivasi dan membantu penulis baik moril maupun material. Terimakasih ayah dan bunda, betapa besar pengorbananyang engkau berikan kepada anandamu, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebaik mungkin. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada:

1. Bapak **Dr. Agussani, M.AP.** Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak **Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.** Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sumatera Utara.
3. Ibu **Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.** Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Mhd. Isman, M.Hum.** Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Aisyah Aztry, M.Pd.** Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Hasnidar, S.Pd., M.Pd.** Dosen pembimbing yang telah memberikan ide, kritik, saran, dan nasehat mulai dari proses penulisan hingga selesai skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah membagi ilmu kepada peneliti selama duduk di bangku kuliah.
8. Bapak/ Ibu pegawai Biro Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Bapak/ Ibu pegawai Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.
9. Terima kasih buat keluarga peneliti terutama kepada adik saya Nabila Safitri dan Muhammad Iqbal Al Fikri, yang telah memberikan motivasi dan doa kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada penyemangat penulis Rizki Ariansyah Pulungan, serta teman-teman Kiki Puspita Sari, Witriadin Sihombing, Elma Fiana Tanjung, Khairunisa Ritonga, dan Cut Nova Balkis dan seluruh teman seangkatan tahun 2014 kelas B Sore yang telah banyak memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.



Kepada semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa hanya untaian terimakasih dengan tulus serta iringan doa, semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka selalu melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya atas bantuan dan motivasinya dalam penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Makna Kontekstual pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya dan hidayah-Nya bagi kita semua, Amin Yaarabal'amin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Medan, April 2018

Penulis

**Dewi Anjar Asriati**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORETIS .....</b>	<b>7</b>
A. Kerangka Teoretis.....	7
1. Pengertian Makna Kontekstual.....	7
2. Iklan.....	9
2.1. Pengertian Iklan.....	9
2.2. Jenis-jenis Iklan Surat Kabar .....	11
3. Bahasa Iklan.....	12
3.1. Pengertian Bahasa Iklan.....	12
3.2. Kiat Menyusun Iklan .....	14
4. Wacana .....	15

4.1. Pengertian Wacana .....	15
4. 2. Konteks Wacana.....	17
5. Harian Waspada Medan .....	18
B. Kerangka Konseptual.....	20
C. Pernyataan Penelitian.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Lokasi dan waktu Penelitian.....	21
B. Sumber Data dan Data Penelitian .....	21
1. Sumber Data .....	21
2. Data Penelitian.....	22
C. Metode Penelitian .....	22
D. Variabel Penelitian.....	22
E. Instrumen Penelitian .....	23
F. Teknik Analisis Data.....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
A. Deskripsi Data Penelitian .....	25
B. Analisis Data .....	32
C. Jawaban Pernyataan Penelitian.....	52
D. Diskusi Hasil Penelitian .....	54
E. Keterbatasan Penelitian.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Rencana Penelitian .....	21
Tabel 3.2 Instrumen .....	23
Tabel 4.1 Data Iklan Niaga.....	25
Tabel 4.2 Analisis Data Verza.....	33
Tabel 4.3 Analisi Data Triton Partner.....	34
Tabel 4.4 Analisis Data Joy Audio .....	35
Tabel 4.5 Anlisis Data Bluescops.....	36
Tabel 4.6 Analisis Data Star Finance.....	37
Tabel 4.7 Analisis Data Seiko Prospex.....	38
Tabel 4.8 Analisis Data Produk Kacamata.....	39
Tabel 4.9 Analisis Data Kiu-Kiu .....	40
Tabel 4.10 Analisis Data Metrik Extra Vaganza.....	41
Tabel 5.1 Analisis Data Coortez.....	42
Tabel 5.2 Analisis Data SJO.....	43
Tabel 5.3 Analisis Data Wika Wh .....	44
Tabel 5.4 Analisis Data ABC .....	45
Tabel 5.5 Analisis Data Jastra Wisata.....	46
Tabel 5.6 Analisis Data Sun Louvre .....	47
Tabel 5.7 Analisis Data Bank bjb .....	48
Tabel 5.8 Analisis Data K24 .....	49
Tabel 5.9 Analisis Data VECHO.....	50

Tabel 5.10 Analisis Data Vario .....	51
Tabel 6.1 Analisis Data UPVC.....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Gambar Teks Iklan Niaga .....	59
Lampiran 2. Form K-1 .....	69
Lampiran 3. Form K-2 .....	70
Lampiran 4. Form K-3 .....	71
Lampiran 5. Berita Acara Bimbingan Proposal .....	72
Lampiran 6. Lembar Pengesahan Proposal .....	73
Lampiran 7. Surat Keterangan Seminar Proposal .....	74
Lampiran 8. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal .....	75
Lampiran 9. Surat Pernyataan .....	76
Lampiran 10. Surat Izin Riset .....	77
Lampiran 11. Surat Balasan Riset .....	78
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup .....	79

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan, ide atau gagasan dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Dengan adanya kemajuan dalam bidang komunikasi dan informasi, setiap orang dari berbagai negara di dunia mampu dengan cepat melakukan komunikasi ke mana saja dan kapan saja. Demikian halnya dengan proses penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat dan akurat ke seluruh penjuru dunia. Di Indonesia kebutuhan dunia komunikasi telah memungkinkan bahasa tersebut mengalami perkembangan yang cukup maju dalam hal penyampaiannya. Bahasa tersebut tidak hanya disampaikan secara tatap muka, melainkan bahasa yang berisi informasi tertentu disampaikan melalui media massa.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik, berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat. Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini. Salah satu contoh penyampaian informasi melalui media massa ialah iklan.

Iklan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada produsen mengenai suatu produk atau jasa tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak ramai sehingga mereka tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Pesan produsen yang menawarkan barang tersebut disampaikan melalui iklan dalam bentuk bahasa melalui klasifikasi media massa, yaitu media cetak, elektronik, serta online dan peluang terbesar produsen iklan dalam memasarkan produk atau jasa melalui iklan niaga di surat kabar. Salah satu surat kabar terbesar di Medan, ialah Harian Waspada. Harian Waspada memiliki kapasitas khusus halaman dalam penerbitan iklan, sehingga banyak produsen iklan berlomba-lomba memasarkan produk dan jasa melalui iklan niaga di harian Waspada.

Ketika kita mendapatkan sebuah informasi, kegiatan pertama yang terjadi pada konsep bahasa dalam pikiran kita adalah menyimak informasi tersebut kemudian memaknainya. Misalnya, ketika membaca sebuah koran. Koran adalah media cetak yang menyuguhkan berbagai konten, tentunya keseluruhan konten tersebut berupa informasi. Informasi yang sering kali tampil menarik perhatian pembaca adalah iklan niaga. Iklan niaga dalam sebuah surat kabar di kemas sedemikian menarik, namun ujaran dalam iklan tersebut sering kali membingungkan. Selain ujaran, iklan niaga juga disajikan dengan situasi berupa foto atau gambar.

Makna kontekstual adalah makna sebuah kata atau gabungan kata atau suatu ujaran di dalam konteks pemakaiannya. Konteks di sini bisa berupa konteks kalimat, konteks situasi, atau konteks bidang pemakaian. Sebuah wacana akan sulit untuk dipahami maknanya, jika kita sendiri tidak memahami konteks keberlangsungan ujaran-ujaran. Untuk memahami sebuah ujaran, harus diperhatikan konteks situasi. Konteks pemakainya tersebut dapat berupa konteks



sosial maupun situasional, sesuai dengan pemunculan ujaran dalam pemakaian ataupun tindak komunikasi.

Salah satu contoh iklan niaga yang menjadi bahan kajian penulis ialah iklan niaga terbitan harian Waspada Medan bidang penerbangan, yaitu Pesawat Garuda Indonesia. Dalam iklan penerbangan Garuda Indonesia menampilkan gambar dan kalimat diantaranya:



“Nikmati Kenyamanan Maskapai”

“Bintang 5 dengan Harga Spesial”

“Medan- Jakarta Rp 971.000 Net”

“Jakarta- Medan Rp 1.026.000 Net”

Iklan di atas muncul dalam situasi seorang pria dan wanita beserta anaknya yang sedang berada di dalam pesawat. Jika diperhatikan, data diatas tidak berhubungan dengan iklan tersebut. Produk yang diiklankan berupa produk jasa penerbangan. Sementara tayangan iklan yang dimaksud berupa satu anggota keluarga yang berada di dalam pesawat. Namun berdasarkan situasi konteks yang terjadi dalam penerbitan iklan tersebut, mempunyai maksud bahwa jika satu keluarga ingin pergi sebaiknya menaiki pesawat garuda. Karena pesawat garuda

memberikan kenyamanan fasilitas di dalam pesawat dan memberikan harga yang spesial sesuai dengan maskapai bintang lima.

Dengan realitas tersebut iklan niaga di era globalisasi ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari harian Waspada serta berpengaruh dalam kehidupan masyarakat terutama masyarakat yang sedang mencari lowongan pekerjaan. Penerbitan iklan di surat kabar, khususnya iklan niaga tidak terlepas dari jumlah atau kapasitas halaman yang tersedia dalam pencantuman iklan tersebut. Sehingga iklan tersebut selain khas dan menarik, bahasa iklan niaga bersifat ringkas. Sehingga muncul fenomena bahwa, pembaca akan mengerti maksud dan makna verbal yang berbeda dalam iklan tersebut.

Dalam upaya untuk memancing konsumen, iklan dikemas semenarik mungkin sehingga masyarakat menyenangi iklan tersebut. Dalam pembuatan iklan, produsen berusaha menyampaikan pesan kepada konsumen dalam bentuk lambang bermakna yaitu bahasa. Bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi dalam periklanan tersebut memiliki makna tersendiri, sehingga sebagian masyarakat tidak akan langsung memahami makna iklan niaga tersebut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah yang diteliti dalam penelitian ini.

1. Kebanyakan iklan di harian Waspada Medan tidak menggambarkan makna kontekstual yang tidak sesuai dengan iklan tersebut.

2. Ujaran yang digunakan pada iklan niaga di harian Waspada Medan banyak yang membingungkan.
3. Bahasa iklan di harian Waspada Medan memiliki makna konteks yang berbeda-beda seperti makna leksikal, gramatikal, dan kontekstual.

### **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian maka diperlukan adanya pembatasan masalah. Adapun penelitian ini membatasi hanya Analisis Makna Kontekstual pada Iklan Niaga di Harian Waspada Medan.

### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana makna kontekstual iklan niaga di harian Waspada Medan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui makna kontekstual pada iklan niaga di harian Waspada Medan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah berikut:

1. Memberikan sumbangan terhadap kajian bahasa khususnya mengenai analisis makna kontekstual dalam wacana dan memperluas pengetahuan penggunaan bahasa jurnalistik dalam konteks periklanan iklan.

2. Sebagai bahan masukan dan bahan pembelajaran kepada mahasiswa jurusan sastra, ahli linguistik, dan perusahaan periklanan maupun masyarakat umum tentang makna dalam suatu iklan niaga di surat kabar.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A.Kerangka Teoretis**

##### **1. Pengertian Makna Kontekstual**

Makna kontekstual adalah makna sebuah kata atau gabungan kata atau suatu ujaran di dalam konteks pemakaiannya. Kontekstual diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan konteks. Sedangkan konteks (masih dari sumber yang sama) diartikan sebagai bagian dari suatu kalimat yang dapat mendukung kejelasan makna. Dari uraian tersebut dapat dikatakan juga bahwa konteks adalah informasi yang ada di sekitar pemakaian bahasa tersebut dan dapat memperjelas makna dalam kalimat. Berdasarkan uraian singkat tersebut, makna kontekstual dapat diartikan sebagai makna yang muncul berdasarkan konteksnya. Makna kontekstual dapat muncul karena situasi, tempat, lingkungan atau waktu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kontekstual mengacu pada konteks, yakni (1) bagian suatu uraian atau kalimat yang dapat mendukung atau menambah kejelasan makna (2) situasi yang ada hubungannya dengan suatu kejadian.

Sebuah wacana akan sulit untuk dipahami maknanya, jika tidak memahami konteks keberlangsungan ujaran-ujaran. Menurut Fowler (dalam Yayat Sudaryat, 2008: 143) mengatakan wacana merujuk pada kompleksitas yang terbentuk oleh interaksi antara aspek kebahasaan sebagaimana terwujud dalam teks dengan aspek luar bahasa. Unsur luar bahasa merujuk pada konteks ujaran.

Untuk memahami sebuah ujaran, harus diperhatikan konteks situasi. Makna yang timbul akibat adanya hubungan antara konteks dan situasional dengan bentuk ujaran makna kontekstual. Lebih lanjut, maka juga dapat ditentukan oleh konteks pemakainya. Konteks pemakainya tersebut dapat berupa konteks sosial maupun situasional, sesuai dengan pemunculan ujaran dalam pemakaian ataupun tindak komunikasi. Teori kontekstual menyatakan bahwa sebuah kata atau simbol ujaran tidak mempunyai makna jika terlepas dari konteks. Konteks itu sendiri merupakan satu situasi yang terbentuk karena terdapat setting, kegiatan, dan relasi. Jika terjadi interaksi antara tiga komponen itu, maka terbentuklah konteks.

Secara umum yang termasuk dalam setting yaitu (1) unsur-unsur material yang ada di sekitar peristiwa berbahasa (2) tempat, yakni tata letak dan tata atur barang dan orang (3) waktu, yakni pengaturan urutan waktu dalam peristiwa interaksi berbahasa. Menurut Abdul Chaer (dalam Charles Butar-Butar, 2016:161) menjelaskan bahwa makna kontekstual biasa disebut juga makna struktural karena proses dan satuan-satuan gramatikal itu selalu berkenaan dengan struktur ketatabahasaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa makna kontekstual adalah makna yang muncul akibat digunakannya dalam konteks kalimat atau konteks situasi.

Makna konteks dapat pula berkenaan dengan situasinya, yakni tempat, waktu, dan lingkungan penggunaan bahasa itu. Contoh yang berhubungan dengan makna kontekstual menurut Chaer (2009:72) adalah slogan iklan rokok Sampoerna Hijau “*nggak ada loe, nggak rame!*”. Slogan tersebut jika dilontarkan di kampus sewaktu ada perkumpulan mahasiswa, tentu jawabannya akan lain jika

dibandingkan dengan situasi perokok yang tidak mau menghabiskan kenikmatan merokok bersama teman-temannya, “*nggak ada loe, nggak rame!*” sambil memegang rokok tersebut. Berbeda halnya jika slogan di atas dilontarkan dalam situasi kampus sewaktu ada perkumpulan antar mahasiswa. Maksud dari slogan “*nggak ada loe, nggak rame!*”, tentu akan mengacu pada salah satu orang yang ketika orang tersebut tidak hadir dalam perkumpulan itu, maka situasinya akan sepi, *nggak rame*. Maka, konteks situasi yang berbeda dapat menyebutkan makna ujaran menjadi berbeda.

## **2. Iklan**

### **2.1. Pengertian Iklan**

Kehidupan masyarakat yang bersifat konsumtif menjadikan iklan selalu berhubungan dengan aspek ekonomi, teknologi, dan media massa. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikannya kedua bidang tersebut memegang peranan yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Iklan yang terdiri atas informasi dan gagasan tersebut bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk atau membangkitkan kesadaran akan merk (brand awareness), citra merk (brand image), citra perusahaan (corporate image), serta membujuk khalayak untuk membeli produk yang ditawarkan, memberikan informasi, dan lain-lain.

Dewasa ini, perkembangan iklan banyak didukung oleh media teknologi, baik media elektronik, media online, maupun media cetak, seperti surat kabar. Definisi iklan menurut KBBI (2002:421) yaitu (1) berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang ditawarkan (2) pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual atau dipasang dalam media massa televisi, majalah dan surat kabar. Majalah dan surat kabar adalah media yang hidupnya bergantung pada iklan. Tanpa dukungan iklan kedua media cetak ini tidak mungkin dapat bertahan. Media cetak harus mampu menarik pembaca atau audiens tertentu, atau dengan kata lain target pembaca tertentu agar dapat menarik minat pemasangan iklan. Iklan tersebut disalurkan di media massa melalui bahasa yang disebut bahasa jurnalistik atau bahasa iklan.

Bahasa yang digunakan dalam penayangan iklan di media massa berfungsi sebagai alat promosi, yaitu bahasa yang menjadi alat permainan dan manipulasi oleh pihak media massa untuk menjual barang produksi kepada pemirsa dalam bentuk iklan. Biasanya, bahasa iklan selalu bertentangan dengan kaidah Bahasa Indonesia dan seringkali melanggar kode etik periklanan yang ada. Akibat yang ditimbulkan adalah pemirsa menjadi korban penipuan bahasa. Barang yang diiklankan menjadi laris dibeli bukan karena proses rasionalitas, melainkan daya persuasif bahasa iklan. Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa iklan media massa adalah pesan penawaran suatu produk/ jasa ditunjukkan kepada masyarakat melalui media massa, agar menyukai, memilih bahkan membeli produk atau jasa yang ditawarkan.



## 2.2. Jenis-jenis Iklan Surat Kabar

Media iklan merupakan sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantarkan dan menyebarkan pesan iklan. Pada prinsipnya, jenis media iklan dalam bentuk fisik dibagi ke dalam dua kategori yaitu media iklan cetak dan media iklan elektronik. Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan, bahan baku dasarnya maupun sarana penyampaian pesannya menggunakan kertas. Media cetak adalah suatu dokumen atau segala hal tentang rekaman peristiwa yang diubah dalam kata-kata, gambar foto dan sebagainya yang terbit menjadi surat kabar, majalah, tabloid, brosur, pamflet, dan poster. Sedangkan media elektronik adalah media yang proses bekerjanya berdasarkan pada prinsip elektronik (televisi, radio, internet).

Diantara media-media tersebut, ada satu media yang masih menjadi andalan adalah perusahaan periklanan dalam mempromosikan produknya. Apabila iklan ditinjau dari media cetak, yaitu surat kabar, maka iklan yang terbit di surat kabar dapat dibagi ke dalam beberapa kategori yang mencakup iklan *display*, iklan baris (niaga) dan iklan khusus (Morrisan, 2010:305).

Iklan *display* adalah iklan yang terdiri dari judul (*Headline*) dan teks serta kombinasi foto, gambar, dan tampilan visual lainnya. Iklan kategori ini biasanya dapat muncul pada setiap halaman surat kabar, dan biasanya menjadi penyumbang terbesar bagi pemasukan rata-rata surat kabar. Iklan *display* memiliki dua tipe iklan, yaitu iklan likal yang mengacu pada iklan yang dipasang oleh organisasi, perusahaan, atau individu lokal yang ingin berkomunikasi dengan konsumen yang

berada pada wilayah pemasaran surat kabar. Sedangkan iklan nasional mengacu pada suatu produk tertentu yang di pasarkan secara nasional.

Iklan *baris* atau niaga memberikan sumbangan pendapatan yang cukup signifikan bagi surat kabar. Pada iklan baris (niaga) baris sejumlah iklan disusun di bawah satu subjudul sesuai dengan jenis barang atau jasa yang diiklankan. Iklan baris dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu iklan properti, otomotif, dan lowongan pekerjaan. Iklan baris atau niaga juga terdiri dari judul dan teks serta kombinasi foto, gambar, dan tampilan visual lainnya sesuai dengan permintaan produsen iklan.

Iklan *khusus* dan *sisipan* mencakup iklan pengumuman pemerintah, pengumuman laporan keuangan perusahaan, dan pemberitahuan mengenai perubahan bisnis atau perubahan hubungan personal. Contoh dari iklan adalah iklan politik yang bertujuan mempromosikan kandidat tertentu untuk suatu jabatan politik atau iklan kepentingan khusus, yakni iklan yang mempromosikan atau mengangkat isu atau sebuah tertentu. Iklan sisipan adalah iklan yang tidak muncul di halaman surat kabar. Iklan ini harus dicetak terlebih dahulu oleh pemasangan iklan dan kemudian disisipkan di antara halaman surat kabar sebelum dikirim kepada pelanggan atau pengecer.

### **3. Bahasa Iklan**

#### **3.1. Pengertian Bahasa Iklan**

Bahasa dibentuk oleh kaidah aturan serta pola yang tidak boleh dilanggar agar tidak menyebabkan gangguan pada komunikasi yang terjadi. Kaidah, aturan

dan pola-pola yang dibentuk mencakup tata bunyi, tata bentuk, dan tata kalimat. Agar komunikasi yang dilakukan berjalan lancar dengan baik, penerimaan dan pengirim bahasa harus menguasai bahasanya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bahasa iklan itu adalah bahasa yang memiliki:

- a. Penggunaan pilihan kata yang tepat, menarik, sopan dan logis.
- b. Ungkapan atau majas yang digunakan untuk memikat dan sugestif
- c. Penyusunan secara singkat dan menonjolkan bagian-bagian yang dipentingkan.

Bahasa dalam iklan dituntut mampu menggugah, menarik, mengidentifikasi, menggalang kebersamaan, dan mengombinasikan pesan dengan komperatif kepada khalayak. Struktur kata dalam iklan menggugah, mencermati kebutuhan konsumen, memberikan solusi, dan memberikan perhatian, informatif, kata-katanya harus jelas, bersahabat, komunikatif, persuasif, rangkaian kalimatnya membuat konsumen nyaman, senang, dan menghibur. Bahasa yang dipakai dalam iklan harus mengarahkan target penonton yang menyaksikan tayangan tau membaca iklan tersebut untuk membeli, menggunakan, atau beralih pada produk jasa yang diiklankan.

Gaya bahasa yang dipakai harus disesuaikan dengan siapa ia berbicara, bagaimana kebiasaan perilaku, dimana mereka berada. Bahwa dalam setiap iklan memunculkan unsur pengingat baik yang berupa suara, gambar, atau bahasa verbal menjadi amat penting sehingga suatu saat hanya dengan mendengar, melihat, atau membaca pengingat itu, konsumen langsung terhubung dengan produk yang diiklankan. Iklan harus mengikuti elemen penulisan bahasa iklan. Elemen-elemen ini lebih mudah dikenali pada iklan media cetak yaitu:

- a. *Headline* atau *judul* (kepala iklan) harus sesuai dengan *body-copy* iklan. Letaknya bisa diawal, tengah, atau dibagian akhir iklan. Ini adalah bagian yang pertama dilihat orang.
- b. *Visual* adalah ilustrasi, gambar atau foto model iklan atau apaun yang berkaitan dengankonsep kreatif atau fotomproduk itu sendiri.
- c. *Body copy* adalah teks yang memberikan informasi lebih rinci tentang produk atau jasa yang dijual. Copy sendiri diartikan segala tulisan atau materi yang digunakan untuk promosi.
- d. *Product shot* adalah foto produk yang sekaligus menampilkan nama merek.
- e. *Baseline* adalah bagian yang terletak paling bawah atau akhir yang memuat tulisan berupa slogan atau nama perusahaan.
- f. *Flash* yaitu kata-kata tambahan untuk menarik dan merangsang konsumen.

### **3.2.Kiat Menyusun Iklan**

Untuk menyampaikan gagasan pikiran dalam suatu bahasa seorang penulis iklan harus mengetahui aturan-aturan bahasa tersebut, seperti tata bahasa, kaidah-kaidahnya, idiom-idiomnya, nuansa atau konotasi sebuah kata, dan sebagainya. Syarat ini adalah syarat yang mutlak.

Iklan yang baik dapat menentukan daya tarik iklannya untuk menarik perhatian konsumen atau mempengaruhi perasaan mereka terhadap suatu produk (barang dan jasa). Suatu daya tarik iklan dapat pula dipahami sebagai sesuatu yang menggerakkan orang, berbicara mengenai keinginannya atau kebutuhan mereka, dan membangkitkan ketertarikan mereka. Ada tiga daya tarik iklan yaitu:

1) Daya tarik pesan dan fisik

Daya tarik pesan dan fisik ini memperhatikan struktur pesan yaitu cara menempatkan pesan dalam bentuk suatu kesimpulan apakah itu tersirat atau tersirat dalam kandungan isinya, kemudian gaya pesan yaitu cara pemilihan pesan iklan dengan memperhatikan unsur urutan argumentasi, dan aspek pesan yaitu mengacu pada motif-motif psikologis yang terkandung seperti pesan yang rasional, emosional, daya tarik atau ganjaran tertentu.

2) Daya tarik kuantitas dan kualitas

Daya tarik kuantitas mengacu frekuensi penyampaian pesan dan jumlah barang yang diiklankan, sedangkan daya tarik kualitas mengacu pada intensitas, gerak, perubahan serta kualitas pesan.

3) Daya tarik nilai dan minat pembeli

Daya tarik nilai berkaitan dengan nilai estetika, nilai kemanusiaan, nilai intelektual, nilai kebendaan, dan nilai keagamaan. Sedangkan daya tarik minat pembeli berkaitan dengan kebutuhan dasar khalayak seperti: kebutuhan biologis.

## **4. Wacana**

### **4.1. Pengertian Wacana**

Istilah wacana berasal dari bahasa Sanskerta wac/wak artinya berkata dan berucap. Apabila dilihat dari jenisnya, kata wacana dalam lingkup morfologi bahas Sanskerta, termasuk kata kerja golongan yang bersifat aktif, yaitu melakukan tindak ujar. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan menjadi

wacana. Bentuk ana yang muncul di belakang yang bermakna membedakan. Jadi, kata wacana dapat diartikan sebagai perkataan atau tuturan. Wacana adalah proses pengembangan dari komunikasi yang menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Menurut Cook (dalam Ahmad HP 2013:129) menyatakan bahwa wacana merupakan suatu pengguna bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan.

Wacana bukan saja dipandang sebagai satuan bahasa di atas tataran kalimat atau sebagai pengguna bahasa dalam komunikasi, melainkan koleksi kontekstual unit penggunaan bahasa. Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi seperti kata-kata, tulisan, gambar, ditentukan oleh orang yang menggunakannya, misalnya konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya. Wacana merupakan peristiwa komunikasi yang terstruktur, digunakan dalam perilaku linguistik dan membentuk suatu keseluruhan yang padu menurut Edmondsoon, (dalam Yayat Sudaryat, 2008:110). Oleh karena itu, wacana dapat disebut rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi.

Komunikasasi dapat menggunakan bahasa lisan maupun tulisan. Berdasarkan kontruksinya, wacana merupakan satuan bahasa terlengkap dan tertinggi yang berkesinambungan serta mempunyai awal dan akhir yang nyata dan disampaikan secara lisan atau tulisan menurut Tarigan (dalam Yoce Aliah Darma 2009:2). Wacana merupakan rentetan kalimat yang berkaitan dan menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain untuk membentuk suatu

kesatuansesuai dengan konteks situasi. Menurut Syamsuddin A.R (dalam Yayat Sudaryat 2008:111) menjelaskan bahwa wacana merupakan rangkaian ujaran atau tindak tutur yang mengungkapkan suatu subjek secara teratur( sistematis) dalam satu kesatuan yang koheren dan dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa.

Hubungan antarunsur yang membentuk wacana dinyatakan oleh Moeliono, dkk (dalam T.Fatimah, 2006:3) adalah apa yang disebut rentetan kalimat yang berkaitan sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat itu atau wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan yang satu dengan proposisi lain, membentuk satu kesatuan. Wacana memerlukan unsur komunikasi yang berupa sumber ( pembicara/ penulis/ pendengar), penerima, saluran komunikasi, pesan dan pokok masalah. Semua unsur komunikasi berhubungan dengan fungsi bahas. Seperti yang terdapat pada wacana iklan yang lebih mempengaruhi konsumen, tentu yang dipentingkan adalah isi yang dapat menjangkau pendengar/ pembaca yang terpengaruh oleh bahasa aktif.

#### **4.2.Konteks Wacana**

Konteks ialah situasi atau latar terjadinya suatu komunikasi. Konteks dapat dianggap sebagai sebab dan alasan terjadinya suatu pembicaraan/ dialog. Segala sesuatu yang berhubungan dengan tuturan, apakah itu berkaitan dengan arti, maksud, maupun informasinya, sangat tergantung pada konteks yang melatarbelakangi peristiwa tuturan. wacana merupakan ciri-ciri alam di luar bahasa atau konteks nonlinguistik yang menumbuhkan makna ujaran atau wacana. Menurut Kladen (dalam Yayat Sudaryat, 2008:141) menjelaskan bahwa konteks

adalah ruang dan waktu yang spesifik yang dihadapi seseorang atau kelompok orang. Setiap konteks selalu dapat didekontekstualisasikan oleh setiap orang pada masanya. Konteks menjadi penting kalau dihayati secara tekstual sehingga menjadi terbuka untuk pembaca dan penafsiran oleh siapa saja.

Adanya proses pemahaman teks secara kontekstual menunjukkan bahwa proses memahami teks sebagai wacana bukan sekedar merujuk pada pemahaman kode kebahasaan, pemahaman unit sintaksis dan semantik yang teruntai dalam teks. Oleh sebab itu, karakteristik proses pemahaman teks sangat ditentukan oleh transaksi dan interaksi yang digunakan peranggapan. Konteks wacana yang mendukung pemaknaan ujaran, tuturan, atau wacana adalah situasi kewacanaan. Situasi kewacanaan berkaitan erat dengan tindak tutur. Konteks wacana dibentuk oleh berbagai unsur, seperti situasi, pembicara, pendengar, waktu, adegan, topik, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan saluran.

## **5. Harian Waspada Medan**

Di Indonesia surat kabar atau koran memiliki peran penting bagi produsen iklan. Secara umum, kegiatan konsumtif melalui iklan terbesar kedua setelah televisi adalah surat kabar, atau dengan kata lain surat kabar merupakan media untuk beriklan dengan posisi terpenting kedua setelah televisi. Surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, yang berisi berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa mengenai politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca, dan hiburan yang disesuaikan dengan selera konsumen. Surat kabar juga berisi karikatur yang biasanya dijadikan bahan sindiran lewat gambar berkenaan dengan masalah tertentu, komik, TTS dan hiburan lainnya.



Ada juga surat kabar yang dikembangkan untuk bidang-bidang tertentu, misalnya berita untuk politik, industri tertentu, penggemar olahraga tertentu, penggemar seni atau partisipan kegiatan tertentu. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari-hari libur. Pemilik surat kabar adalah pihak penanggung jawab dalam kaitannya dengan keberlangsungan medianya. Redaktur adalah beberapa jurnalis yang bertanggung jawab atas ruprik tertentu. Sedangkan yang bertanggung jawab terhadap isi surat kabar disebut editor. Disamping kemutlakan adanya peran wartawan, pewarta atau jurnalis yang memburu berita atas instruksi dari redaktur atau pemimpin redaksi.

Waspada adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di kota Medan. Surat kabar ini meliputi fenomena berupa berita yang ada di dalam negeri maupun luar negeri. Waspada didirikan oleh Muhammad Said pada tanggal 11 Januari 1947. Waspada menempati kantor yang berada di jalan Brigjen Katamso/ Letjen Suptapto. Harian umum waspada terbit di pagi hari yang diedarkan tujuh hari seminggu dan menggunakan Bahasa Indonesia dengan 8 jumlah kolom. Harian ini terdiri dari 24 halaman yang dicetak dengan kertas berwarna putih dan dengan cetakan gambar terdapat tulisan yang berwarna pada halaman tertentu. Waspada menerbitkan 24 halaman pada hari senin sampai dengan kamis, pada hari jumat terbit 28 halaman sedangkan pada hari sabtu dan minggu waspada terbit 20 halaman. Harian waspada menyediakan halaman spasi untuk pemasangan iklan yang ingin menjual maupun menawarkan produknya sesuai dengan kesepakatan dan harga yang telah ditentukan. Iklan di harian waspada diklasifikasikan menjadi iklan mini dan iklan umum.

## **B. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan kerangka teoritis peneliti menetapkan kerangka konseptual sebagai landasan terhadap masalah penelitian. Landasan yang menampilkan adanya hubungan dan keterkaitan antara satu sama lain. iklan media massa adalah pesan penawaran suatu produk/ jasa ditunjukkan kepada masyarakat melalui media massa, agar menyukai, memilih bahkan membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Makna kontekstual adalah makna yang muncul sesuai dengan konteks kata tersebut dipergunakan. Makna kontekstual dapat muncul karena situasi, tempat, lingkungan atau waktu. Sebuah wacana akan sulit untuk dipahami maknanya, jika kita sendiri tidak memahami konteks keberlangsungan ujaran-ujaran. Untuk memahami sebuah ujaran, harus diperhatikan konteks situasi.

Dengan demikian penelitian ini hanya memfokuskan pada iklan niaga di harian waspada dengan menggunakan pendekatan kontekstual yang terdapat pada uraian atau kalimat yang berdasarkan pada situasi yang terdapat pada iklan di harian surat kabar tersebut.

## **C. Pernyataan Penelitian**

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan iklan niaga di harian Waspada dengan menggunakan makna kontekstual. Oleh karena itu, peneliti tidak bermaksud untuk menguji kebenaran hipotesis. Sebagai pengganti hipotesis dirumuskan pernyataan peneliti yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini. Pernyataan ini adalah terdapat analisis makna kontekstual pada iklan niaga di harian Waspada Medan.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan sehingga tidak dibutuhkan lokasi khusus tempat penelitian sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2017 sampai dengan bulan April 2018, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Rencana waktu penelitian**

No	Jenis Penelitian	Bulan/ Minggu																							
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penulisan Proposal																								
2.	Bimbingan Proposal																								
3.	Seminar Proposal																								
4.	Perbaikan Proposal																								
5.	Surat Izin Penelitian																								
6.	Pengelolaan Data																								
7.	Penulisan Skripsi																								
8.	Bimbingan Skripsi																								
9.	Sidang Meja Hijau																								

##### B. Sumber Data dan Data Penelitian

###### 1. Sumber Data

Sumber penelitian ini memperoleh sumber data dari harian yang terbit di Medan, Sumatera Utara, yakni Harian Waspada. Sumber data yang dimaksud yaitu data dari media cetak dengan mengelompokkan iklan niaga yang akan dianalisis, dengan menggunakan makna kontekstual.

## **2. Data Penelitian**

Data penelitian adalah bagian terpenting penelitian karena data itulah yang akan diolah dan dianalisis untuk menegakkan hasil penelitian. Data penelitian ini adalah teks iklan niaga yang ada dalam harian Waspada. Untuk menguatkan data-data, peneliti menggunakan buku-buku referensi yang relevan sebagai data pendukung.

## **C. Metode Penelitian**

Untuk mencapai tujuan diinginkan seseorang dalam melaksanakan aktivitas selalu menggunakan metode. Metode penelitian memegang peranan penting dalam sebuah penelitian. Hal ini penting dalam sebuah penelitian karena turut menentukan tercapai tidaknya yang ingin dicapai.

Metode penelitian ialah suatu cara untuk mencari kebenaran suatu masalah dengan mengumpulkan data yang perlu untuk mencapai tujuan penelitian yang diinginkan. Dengan metode penelitian yang tepat diharapkan dapat menjawab tentang permasalahan yang ada. Metode yang diinginkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan cara mengumpulkan data, mendiskripsikan data dan selanjutnya menganalisis data tersebut.

## **D. Variabel Penelitian**

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini ada variabel penelitian yang harus dijelaskan agar penjelasnya lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang

telah ditetapkan. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah makna kontekstual yang terdapat pada iklan media cetak yang terdapat pada harian Waspada.

### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi dokumentasi dan daftar kartu data

**Tabel 3.2**  
**Instrumen**

No				
	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan	
			Jenis Barang	Jenis Usaha
		Analisis Data		
		Makna Kontekstual		

Keterangan:

No :Pemberian label iklan niaga berdasarkan ketegori iklan

Teks Iklan Niaga :Teks tertulis dari iklan niaga yang diterbitkan

Analisis Data :Proses menganalisis teks iklan niaga berdasarkan makna kontekstual

## **F. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang diterapkan adalah teknik identifikasi, semua data yang diperoleh. Data tersebut kemudian diseleksi dan dikelompokkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini. Akhirnya data tersebut diolah dan dianalisis untuk menentukan ciri-ciri, bentuk dan fungsi penggunaan bahasa dalam iklan yang berdasarkan makna kontekstual dalam wacana. Maka diambil langkah-langkah berikut:

1. Mengumpulkan

Setelah menentukan sumber data dan menyiapkan instrumen penelitian, langkah pertama dalam teknik analisis data yaitu mengumpulkan data.

2. Mengelompokkan Iklan

Berdasarkan hasil pengumpulan data tertulis tersebut, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan dan diberi label penomoran iklan berdasarkan kategori, yaitu barang dan jasa.

3. Menyalin dan Menganalisis

Setelah data yang diperlukan sudah terkumpul, maka selanjutnya adalah penyalinan masing-masing teks iklan niaga yang telah diidentifikasi ke dalam kartu data dan teks tersebut kemudian dianalisis berdasarkan prinsip makna kontekstual.

4. Menyimpulkan

Tahap terakhir dalam teknik analisis data adalah menyimpulkan. Hasil analisis akan menghasilkan simpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.


## BAB IV


### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Data Penelitian

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu membaca dan mengelompokkan jenis iklan niaga di harian Waspada Medan, hal ini dilakukan agar peneliti memperoleh pemahaman berbagai jenis produk iklan niaga di harian Waspada Medan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemakaian kata-kata, serta pemahaman makna kontekstual dalam sebuah iklan tersebut. Data tersebut dianalisis menggunakan makna kontekstual. Berikut ini deskripsi penelitian dari analisis makna kontekstual pada iklan niaga di harian Waspada Medan.

**Tabel 4.1**  
**Data Iklan Niaga**




No	Iklan	Kategori Iklan Niaga
1.		Produk Otomotif




<p>2.</p>	 <p><b>TRITON</b> PARTNER SEMPURNA BISNIS ANDA</p> <p>BRAND NEW DRY</p> <p>www.asia-motor.co.id www.mitsubishi-motors.co.id</p> <p><b>PT. SARDANA INDAHBERLIAN MOTOR</b>          Jl. Gatot Subroto No. 437 Medan ☎ 061 - 455 7800 ext. 301,302,303          Jl. Putri Hijau No. 4A Medan ☎ 061 - 8051 3800          Jl. Raya Medan Tanjung Morawa Km.12 ☎ 061 - 794 7800 ext. 301, 302          Jl. H. M. Said Perdamean No. 123 R. Prapat ☎ 0624 - 22900</p> <p>SERVICE BOOKING (061) 4152800</p>	<p>Produk Otomotif</p>
<p>3.</p>	 <p>MENTYEDIAKAN SOUND SYSTEM UNTUK KARAOKE RUMAH KARAOKE KELUARGA DAN KTV</p> <p><b>PROMO IMLEK</b></p> <p>KUMPUL KELUARGA SAMBIL BERKARAOKE RIA</p> <p><b>JOY audio</b>          Jl. Asia No.99 Medan          Telp: (061) 7345167          ACAI: 0813 9700 6779          INDRA: 0821 6300 7962          WAHYU: 0823 6200 6081</p>	<p>Produk Elektronik</p>
<p>4.</p>	 <p><b>BLUESCOPE Zacs</b> JANGAN CARI MASALAH, CARI BLUESCOPE Zacs</p> <p>KUALITAS TERBAH DIRIJA ACAP, KARANG BUAH BANGUN RUMAH BANGUNAN</p> <p>BADAIKAN HADIAH SMARTPHONE <b>SAMSUNG J7</b> SETIAP MINGGUNYA!</p> <p>YCENTRAL MANDIRI CEMERLANG Perdagangan No.24 - Blujar</p> <p>INDRA - 0817 8158 0888 INDRA - 0813 3433 3777</p>	<p>Produk Bangunan</p> <p>Rumah</p>



<p>5.</p>		<p>Produk Otomotif</p>
<p>6.</p>		<p>Produk Teknologi</p>
<p>7.</p>		<p>Produk Kacamata</p>

<p>8.</p>		<p>Produk Alat Bangunan</p>
<p>9.</p>		<p>Produk Perlengkapan Rumah Tangga</p>
<p>10.</p>		<p>Produk Otomotif</p>

11.	 <p><b>SUDAH TEPAT, JANGAN BINGUNG !</b> Cari Lapangan Kerja Tunggu apa lagi ? Belajar di <b>CV. SUMATERA JAYA ONE</b> SEKOLAH MENGENAL MOBIL &amp; SEPEDA MOTOR Sisw Membantu Anda Mengurus STNK-BPKP-SPEKSI-H.O-PASPORT-DLL.</p> <p><b>KANTOR PUSAT</b> Jl. Gunung Krakatau No. 188-B Medan Depan Swatayan Kasimura Telp. 061 - 6673637 - 6675 891 HP. 08288103188</p> <p><b>KANTOR CABANG</b> - Jl. Platina Raya / TIR Papan Tel. 6628 527 HP: 0813 7551 1455 - 062 3810 2165 - 0833 3844 3213 - Jl. Kemuning No. 230 Kaba Rantau HP: 0812 7551 1485 - 081 2808 8238</p> <p><b>DISCOUNT 10% SETIAP PAKET</b> DAFTARLAN BELANJANG ORG ANDA Rapun... DOWNLOAD Aplikasi di Playstore</p>	Produk Pembuatan STNK, BPKP,SPKSI, dan Pasprt
12.	 <p><b>wika wh</b></p> <p>Apapun Kebutuhan Air Panas Anda Wika Ada, Wika Aja</p> <p><i>Wika Adat Wika Aja</i></p> <p><b>JL. TIMOR No. 169</b> Telp. 4574948 / 0812 5029 328 MEDAN</p>	Produk Elektronik
13.	 <p><b>ABC</b> Fire Extinguishers</p> <p>Berdiri Sejak 1972</p> <p><b>ISO9002</b> <b>TUV</b> SÜDDEUTSCHLAND</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★ Harga Terjangkau</li> <li>★ Mutu Terjamin</li> <li>★ Menumpas Api Pasti !!!</li> </ul> <p>DRY-CHEMICAL POWDER &amp; CARBON DIOXIDE MELAYANI PENGISIAN SEGALA JENIS TABUNG PEMADAM API</p> <p><b>Fa. SINAR MAKMUR</b> Jl. R. SATANG No. 42/43, MEDAN TEL. 457145-457147-457277-457278</p>	Produk Tabung Pemadam Api

14.		<p>Produk Voucher Tiket Pesawat dan Hotel</p>
15.		<p>Produk Bangunan Rumah</p>
16.		<p>Produk Pembuatan Buku Tabungan</p>

17.		Produk Obat- Obatan
18.		Produk Alat Service Mobil
19.		Produk Otomotif

20.		Produk Bangunan Rumah
-----	--	--------------------------


## B. Analisis Data

Analisis data teks iklan niaga di harian Waspada Medan merupakan kegiatan menganalisis data-data yang telah terkumpul dengan menggunakan makna kontekstual. Pada bagian ini akan dibahas makna kontekstual yang terkandung dalam iklan niaga, karena tidak adanya keterkaitan isi iklan yang diterbitkan dengan produk iklan tersebut. Melalui makna kontekstual maka dapat menyimpulkan maksud dari isi iklan niaga di harian Wasapada Medan.




### Analisis Data Penelitian

No	Tabel 4.2 Analisi Data Verza 150		
1.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	17 Januari 2018	Verza 150 Awal sempurna performa berkelas partner tangguh makin bangga	Jenis Barang Produk Otomotif Jenis Usaha PT
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan produk otomotif yaitu: awal sempurna, performa berkelas dan partner tangguh, makin bangga. Situasi dari iklan tersebut yaitu seorang lelaki berdiri di tepi jalan dengan memegang helm dan di samping terdapat sepeda motor verza.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut adalah Verza 150 memberikan kemewahan terhadap penggunanya. Terutama anak-anak muda zam sekarang. Verza di desain sangat bagus dan dapat digunakan di jalan apa saja seperti daerah pegunungan. Verza memiliki konsumsi BBM 45.25 KM/L</p>

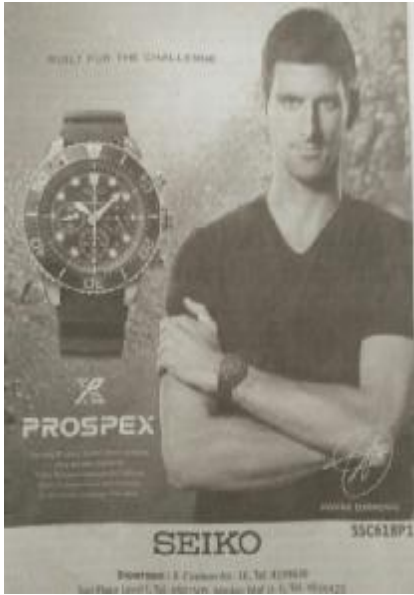
No.	<b>Tabel 4.3 Analisis Data Triton Partner</b>						
2.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan				
	9 Januari 2018	Triton Partner sempurna bisnis anda	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="930 416 1161 472">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1161 416 1369 472">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="930 472 1161 584">Produk Otomotif</td> <td data-bbox="1161 472 1369 584">PT</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Otomotif	PT
Jenis Barang	Jenis Usaha						
Produk Otomotif	PT						
	Analisis Data						
			<p>Teks iklan produk otomotif dari mobil triton yaitu partner sempurna bisnis anda. Situasi pada iklan tersebut menampilkan gambar mobil yang lagi berada di daerah perbukitan dan menampilkan berbagai kecanggihan di bagian mobil seperti lingkaran kemudi dengan desain baru audio, lampu utama di lengkapi HID &amp; DRL serta velg desain baru dengan lingkaran roda lebih besar dan lain-lain..</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah mobil tersebut dapat dijadikan untuk bisnis yang memiliki mobil tersebut karena dibelakang mobil terdapat tempat untuk meletakkan barang. Mobil tersebut bisa digunakan dalam situasi jalan menanjak atau daerah pegunungan.</p>				





No.	Tabel 4.4 Analisis Data Joy Audio		
3.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	10 Januari 2018	Joy Audio Menyediakan sound sistem untuk karaoke rumah, karaoke keluarga dan KTV	Jenis Barang Jenis Usaha Produk Elektronik PT
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan produk elektronik dari joy audio dengan menyediakan sound sistem untuk karaoke rumah, karaoke keluarga dan KTV. Situasi dari iklan tersebut menampilkan satu keluarga yang sedang berkaraoke.</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah kumpul bersama keluarga sambil berkaraoke ria sangat menyenangkan jika di lakukan di rumah dengan menggunakan produk sound system yang bagus dari joy audio. Anak-anak pun sangat nyaman menggunakannya.</p>


No.	Tabel 4.5 Analisis Data Bluescops Zacs		
4.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	11 Januari 2018	Jangan cari masalah cari bluescops zacs. Kualitas terbaik untuk atap rangka baja ringan dan dinding anda.	Jenis Barang Produk Bangunan Rumah Jenis Usaha PT
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan produk rumah tangga dari bluescops yaitu jangan cari masalah, cari bluescops zacs. Kualitas terbaik untuk atap, rangka baja ringan dan dinding anda. Situasi pada iklan tersebut adalah seorang laki-laki dengan memakai seragam bangunan berwarna biru dengan memegang alat bangunan yang sedang duduk di atas atap. Disampingnya juga terdapat 2 handphone samsung J7.</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah jika atap rumah sedang rusak atau bocor lebih baik menggantikan atap rumah dengan bluescops zacs yang memiliki kualitas terbaik untuk atap, rangka baja dan menjaga dinding dari kerusakan. Produk bluescops zacs memberikan hadiah smartphone samsung J7 setiap minggunya. Jika membeli produknya.</p>


No.	<b>Tabel 4.6 Analisis Data Star Finance</b>					
5.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	12 Januari 2018	Dipo star finance Solusi kredit otomotif dengan mitra usaha andalan anda dengan cicilan promosi Rp.0	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="949 412 1182 470">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1182 412 1359 470">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="949 470 1182 745">Produk Otomotif</td> <td data-bbox="1182 470 1359 745">PT</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Otomotif
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Otomotif	PT					
Analisis Data						
			<p>Teks iklan otomotif dari dipo star finance yaitu mitra usaha andalan anda. Situasi dari iklan tersebut adalah menampilkan produk kendaraan motor yang membawa barang angkutan sayuran di belakangnya yang berada di jalan daerah pegunungan.</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah dipo star finance adalah asuransi kredit motor dengan cicilan Rp.0. berbagai jenis motor dapat di beli dengan kredit seperti pada motor colt L 300 yang mempermudah usaha masyarakat menggunakannya dan dapat di jadikan mitra usaha masyarakat. Mobil tersebut dapat digunakan di jalan daerah pegunungan.</p>			

No	Tabel 4.7 Analisis Data Seiko Prospex		
6.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	13 Januari 2018	Seiko prospex for over 50 years, seiko cliver's watches have set new standards. Today, prospex continous the tradision made to professional specifications for those who challenge their limit.	Jenis Barang Produk Teknologi  Jenis Usaha Perdagangan
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan produk teknologi dari seiko yang artinya selama lebih dari 50 tahun, jam tangan seiko telah menetapkan standart baru. Saat ini, prospex melanjutkan tradisi dibuat spesial secara professional bagi mereka yang menantang batas. Situasi iklan tersebut yaitu terlihat seorang lelaki yang sangat gagah menggunakan jam yang bermerk seiko.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut ialah jam yang bermerk seiko sangat sesuai digunakan oleh laki-laki yang melakukan kegiatannya yang menantang batas dan untuk yang ingin tampil keren dan modis. Jam tersebut di buat dengan standart baru selama lebih dari 50 tahun.</p>


No.	<b>Tabel 4.8 Analisis Data Produk Kacamata</b>					
7.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	14 Januari 2018	Dapatkan voucher 30% + 15 % dari harga suglases. BCA. Penawaran khusus untuk pemegang kartu kredit BCA dan debit.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="938 412 1158 470">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1158 412 1359 470">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="938 470 1158 801">Produk kacamata</td> <td data-bbox="1158 470 1359 801">Perdagangan</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk kacamata
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk kacamata	Perdagangan					
Analisis Data						
		<p>Teks iklan produk kacamata dari optik malawai yaitu dapatkan dengan harga suglases BCA penawaran khusus untuk pemegang kartu kredit BCA dan debit. Situasi dari iklan tersebut menampilkan gambar seorang laki-laki dan perempuan yang menggunakan kacamata yang berbeda.</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah jika ingin menggunakan kacamata, cobalah membeli produk optik melawai yang memiliki kualitas , desain yang bagus dan dapatkan voucher 30% + 15 % dari harga sunglass. Bagi pengguna kartu kredit mendapatkan penawaran/promo khusus untuk pembelian kacamata menggunakan BCA.</p>				


No.	<b>Tabel 4.9 Analisis Data Kiu-Kiu</b>					
8.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	15 Januari 2018	Kiu-kiu Inovasi terbaru tahan hingga 300 kg. Dapatkan harga spesial promo.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="943 407 1177 461">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1177 407 1361 461">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="943 461 1177 689">Produk Alat Bangunan</td> <td data-bbox="1177 461 1361 689">PT</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Alat Bangunan
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Alat Bangunan	PT					
	Analisis Data					
			<p>Teks iklan produk alat bangunan dari kiu-kiu. Yaitu inovasi terbaru tahan hingga 300 kg.</p> <p>Situasi dari iklan tersebut menampilkan gambar seekor gajah yang duduk di atas kereta sorong. Dan ada beberapa produk hadiah berupa sepeda motor, TV, emas, Handphone, D.L.L.</p> <p>Makna kontekstual iklan tersebut ialah kereta sorong ini kualitasnya sangat kuat dan bagus. Dapat mengangkat beban yang sangat berat hingga 300 kg. Dengan harga promo bagi yang beruntung menangkan point yang berisi berbagai macam hadiah.</p>			

No.	<b>Tabel 4.10 Analisis Data Metrik Extra Vaganza</b>			
9.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan	
	16 Januari 2018	Metrik extra vaganza dengan sistem lemari premium.	Jenis Barang	Jenis Usaha
			Produk Perlengkapan Rumah Tangga.	PT
		Analisis Data		
			<p>Teks iklan matrik gaya extra vaganza dengan sistem lemari premium. Situasi dari iklan tersebut menampilkan seorang wanita duduk di ruangan keluarga sambil memegang gelas dan menonton televisi.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut adalah produk matriks sangat nyaman digunakan dengan memiliki keindahan di setiap ruangan rumah, mulai dari dapur, ruangan keluarga, dan kamar tidur. Dengan kwalits tahan lama. Garansi produk 3 tahun dan memiliki layanan garansi servis, dibuka pada tanggal 5 februari sampai 4 april.</p>	

No.	<b>Tabel 5.1 Analisis Data Coortez</b>					
10.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	8 Januari 2018	Coortez Mulai dari Rp 229,5 Juta. Harga On The Road Coortez di Medan Harga di kota Medan bisa berbeda	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="968 409 1177 465">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1177 409 1366 465">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="968 465 1177 745">Produk Otomotif</td> <td data-bbox="1177 465 1366 745">PT</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Otomotif
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Otomotif	PT					
Analisis Data						
			<p>Teks iklan niaga dari Coortez yaitu mulai dari Rp 229,5 Juta. Harga on the road Coortez di Medan dan harga di kota lain bisa berubah. Situasi dari iklan tersebut menampilkan sebuah mobil yang lagi berada di jalan raya yang dikelilingi oleh gedung. Gambar tersebut juga menampilkan berbagai kemewahan dari mobilnya.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut yaitu produk Coortez menawarkan harga Rp 229,5 Juta khusus di Medan. Mobil tersebut menampilkan kemewahan yang sangat canggih. Pengemudi pun merasa nyaman menggunakannya. Dapatkan keuntungan regional lauch dari mobil Coortez di Plaza Medan Fair Mall 12-18 februari.</p>			





No.	<b>Tabel 5.2 Analisis Data SJO</b>				
11.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan		
	22 Januari 2018	<p>Sudah tepat, jangan bingung.</p> <p>Cari lapangan kerja? Tunggu apalagi, belajar di CV. Sumatera Jaya One. Sekolah mengemudi mobil dan sepeda motor.</p>	Jenis Barang	Jenis Usaha	
			Produk jasa pembuatan STNK, BPKP, SPKSI, Pasport.	CV	
		Analisis Data			
			<p>Teks iklan produk SJO yaitu sudah tepat, jangan bingung.</p> <p>Cari lapangan kerja? Tunggu apalagi, belajar di CV. Sumatera Jaya One. Sekolah mengemudi mobil dan sepeda motor. Situasi dari iklan tersebut yaitu menampilkan 3 kendaraan otomotif, 2 mobil dan 1 sepeda motor.</p> <p>Makna Kontekstual pada iklan tersebut ialah SJO memberikan lapangan pekerjaan khusus untuk sekolah mengemudi mobil dan sepeda motor. CV. Sumatera Jaya One juga bisa membantu mengurus STNK, BPKP, dan Pasport.</p>		

No.	Tabel 5.3 Analisis Data Wika Wh		
12.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	23 Januari 2018	Adapun kebutuhan air panas anda Wika ada, Wika aja.	Jenis Barang Produk Elektronik
			Jenis Usaha PT
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan Wika Wh yaitu adapun kebutuhan air panas anda Wika ada, Wika aja. Situasi dari iklan yaitu terdapat berbagai produk elektronik misalnya pendingin udara (AC) dan perlengkapan olahraga di rumah. Pada iklan tersebut juga terdapat juga terdapat seorang ibu yang lagi mandi sambil memegang anaknya.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut adalah produk Wika Wh banyak memberikan kebutuhan bagi konsumen yang menggunakannya, salah satunya dapat menikmati air panas yang berasal dari produk Wika Wh.</p>

No.	Tabel 5.4 Analisis Data ABC					
13.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	24 Januari 2018	<p>ABC</p> <p>-Harga terjangkau</p> <p>- Mutu terjamin</p> <p>-Menumpas api</p>	<table border="1"> <tr> <td>Jenis Barang</td> <td>Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td>Produk Tabung Pemadam Api</td> <td>CV</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Tabung Pemadam Api
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Tabung Pemadam Api	CV					
	Analisis Data					
			<p>Teks iklan niaga ABC yaitu harga terjangkau, mutu terjamin dan menumpas api. Situasi dari iklan tersebut yaitu terdapat 1 gambar yang menampilkan tabung pemadaman api.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut yaitu tabung pemadaman api memiliki kualitas yang bagus, dapat melayani pengisian dari berbagai jenis tabung untuk pemadaman api. Memiliki harga terjangkau yang murah.</p>			

No.	Tabel 5.5 Analisis Data Jastra Wisata		
14.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	25 Januari 2018	Dapatkan Voucher Hotel dengan penawaran harga terbaik dari kami.	Jenis Barang Jenis Usaha Produk Tiket Travel Voucher Pesawat dan Hotel.
		Analisis Data	
			<p>Teks Iklan dari Jastra Wisata yaitu dapatkan Voucher Hotel dengan penawaran harga terbaik dari kami. Situasi dari iklan tersebut menampilkan satu anggota keluarga yang sedang menikmati kemewahan hotel dengan tidur di kamar hotel tersebut.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut yaitu Jastra Wisata memberikan pelayanan Tour dan Travel diberbagai daerah maupun negara dengan fasilitas hotel yang nyaman untuk keluarga serta dilengkapi dengan penawaran terbaik jika mendapatkan voucher hotel dari Tours dan Travel.</p>

No.	<b>Tabel 5.6 Analisis Data Sun Louvre</b>					
15.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	26 Januari 2018	Melindungi area dari panas dan hujan. Serta anti karat dan rayap.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="970 412 1161 524">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1161 412 1369 524">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 524 1161 689">Produk Bangunan Rumah</td> <td data-bbox="1161 524 1369 689">PT</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Bangunan Rumah
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Bangunan Rumah	PT					
Analisis Data						
			<p>Teks iklan dari Sun Louvre yaitu melindungi area dari panas dan hujan. Serta anti karat dan rayap. Situasi pada iklan tersebut menampilkan gambar atap rumah dan pintu rumah.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut yaitu menjelaskan bahwa atap yang dibuat oleh Sun Louvre memiliki sistem konstruksi atap yang unik karena dapat dibuka dan ditutup sesuai keinginan. Produk Sun Louvre juga banyak menjual produk bangunan seperti tangga, pagar, dan snopy.</p>			


No.	Tabel 5.7 Analisis Data Bank bjb		
16.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	29 Januari 2018	Bank bjb Tanda mata berjangka, wujudkan semua impian anda.	Jenis Barang Jenis Usaha Produk Buku Bank bjb Tabungan dan Jasa Simpanan
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan Bank bjb yaitu tanda mata berjangka, wujudkan semua impian anda. Situasi pada iklan tersebut yaitu gambar pertama terdapat 2 orang wanita yang sedang lulus dari pendidikan yang sedang melaksanakan wisuda. Gambar ke 2 menampilkan gambar koper tas yang berisi pakaian. Digambar terakhir juga terdapat satu anggota keluarga yang sedang bahagia.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan adalah Bank bjb memberikan keuntungan yang sangat besar jika menabung di bank bjb mulai dari biaya pendidikan untuk pergi liburan, untuk hari tua, dan dapat digunakan untuk membeli perhiasan yang bagus. Maka dari itu masyarakat seharusnya lebih banyak menabung di bank karena banyak memiliki keuntungan.</p>

No.	Tabel 5.8 Analisi Data Apotek K24		
17.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	5 Februari 2018	Apotek K24 Sobat sehat kita- kita. Hadir di Medan 25 Februari 2018.	Jenis Barang Produk obat- obatan Jenis Usaha Apotek
	Analisis Data		
			<p>Teks iklan Apotek K24 yaitu sobat sehat kita-kita. hadir di Medan 25 februari 2018. Situasi pada iklan tersebut terdapat seorang wanita yang lagi berdiri memakai baju seragam dokter, dan juga terdapat dua orang penjual yang menjual obat-obatan di dalam apotek. Terlihat juga seorang pembeli wanita yang lagi membeli obat tersebut.</p> <p>Makna Kontekstual pada iklan tersebut yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli. Apotek K24 memberikan peluang kepada masyarakat untuk datang menghadiri persentase bisnis yang dilakukan oleh Apotek tersebut yang dilaksanakan pada tanggal 25 februari 2018 di hotel Cordela Medan.</p>

No.	<b>Tabel 5.9 Analisis Data V ECHO</b>					
18.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan			
	6 Februari 2018	Nikmati Doorsmer Gransi Hujan 1x24 jam berrlaku sampai 15 Maret 2018	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="970 409 1177 465">Jenis Barang</td> <td data-bbox="1177 409 1356 465">Jenis Usaha</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 465 1177 689">Produk Alat Servive Mobil</td> <td data-bbox="1177 465 1356 689">Doorsmer</td> </tr> </table>	Jenis Barang	Jenis Usaha	Produk Alat Servive Mobil
Jenis Barang	Jenis Usaha					
Produk Alat Servive Mobil	Doorsmer					
		Analisis Data				
			<p>Teks iklan niaga tersebut yaitu menikmati Doorsme garansi hujan 1x24 jam berrlaku sampai 15 Maret 2018. Situasi yang terdapat pada iklan tersebut terdapat 2 orang laki-laki yang sedang memperbaiki mobil di bengkel dan juga terdapat seorang pria lagi membersihkan bagian bawah mobil/roda.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan tersebut yaitu V ECHO Plaza Bengkel memberikan garansi hujan 1x24 jam berlaku sampai 15 Maret. V ECHO memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat yang dilakukan secara teliti oleh pegawai atau pekerja yang ada di doorsmer tersebut.</p>			



No.	Tabel 5.10 Analisis Data Vario		
19.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	7 Februari 2018	Vario 100% Irit Cool Style Smart Ride	Jenis Barang Produk Otomotif Jenis Usaha PT
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan Vario yaitu Vario 100% irit, cool smart and smart ride. Situasi pada iklan tersebut terdapat seorang laki-laki yang melompat menghadap kendaraan sepeda motor tersebut. Sepeda motornya juga mengarah menghadap lelaki tersebut secara berlawanan.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan yaitu sepeda motor Vario merupakan kendaraan 100% paling irit bahan bakar minyak. Vario didesain paling keren untuk anak muda laki-laki secara tangguh. Dapat digunakan diberbagai perjalanan jauh seperti terdapat pada kata smart ride yang artinya perjalanan cerdas yang menggunakan kendaraan tersebut.</p>

No.	Tabel 6.1 Analisis Data UPVC		
20.	Tanggal	Teks Iklan Niaga	Kategori Utama Iklan
	8 Februari 2018	Pastikan Rumah Anda Menggunakan Jendela Terbaik.	Jenis Barang Produk Bangunan Rumah Jenis Usaha CV
		Analisis Data	
			<p>Teks iklan niaga dari UPVC tersebut yaitu pastikan anda menggunakan jendela terbaik. Situasi pada iklan niaga tersebut yaitu terdapat gambar bangunan rumah, yang banyak menampilkan jendela dari berbagai bentuk.</p> <p>Makna kontekstual pada iklan yaitu UPVC menjual jendela rumah dari berbagai bentuk yang bagus dan memiliki 10% garansi jika jendela tersebut tidak sesuai kualitasnya. Jendela pada produk UPVC dibuat dengan kokoh, tahan cuaca, elegan, kedap suara dan anti rayap.</p>

### C. Jawaban Pernyataan Penelitian

Jawaban dari pernyataan penelitian ini setelah dilakukan menganalisis terhadap iklan niaga di harian Waspada Medan dengan memperhatikan makna kontekstual maka iklan yang diterbitkan di harian Waspada Medan merupakan

salah satu iklan yang membuat konsumen agar tertarik terhadap produk atau jasa yang diiklankan. Pemakaian bahasa iklan tidak terlepas dari konteks pemakaian berupa konteks sosial maupun situasional, sesuai dengan pemunculan ujaran dalam pemakaian dalam teks wacana.

Konteks sosial merupakan lingkungan atau keadaan bahasa digunakan. Konteks sosial sangat berhubungan dengan tuturan yang berkaitan dengan arti, maksud, maupun informasi yang melatarbelakangi peristiwa tuturan itu. Seperti pada konteks semua produk yang ditampilkan memberikan kemewahan bagi pengguna produk yang digunakan, canggih dalam teknologi, memberikan keuntungan dan kualitas barang, menawarkan berbagai macam harga promo, memberikan pelayanan terbaik dalam hal jasa.

Konteks situasional merupakan keseluruhan lingkungan, baik lingkungan tutur (verbal) maupun lingkungan tempat teks itu diproduksi (diucapkan atau ditulis). Seperti situasi menampilkan gambar produk yang ditawarkan dengan berbagai situasi orang yang berada didalamnya. Serta menampilkan kecanggihan dan kemewahan setiap produk atau bagian-bagian yang terdapat didalam produk.

Adapun makna kontekstual iklan niaga tersebut bermakna menawarkan kemudahan terdapat 2 produk, canggih dalam teknologi terdapat 2 produk di dalamnya, 2 produk memberikan kemewahan terhadap pengguna produk yang digunakan, terdapat 2 produk yang menawarkan berbagai macam harga promo yang menarik dan terjangkau serta banyak memberikan hadiah kepada konsumen yang membeli produk tersebut, terdapat 5 produk yang memberikan keuntungan dengan kualitas barang yang bagus dan kuat, 3 produk yang berisi anjuran untuk

menggunakan produk yang memberikan kebutuhan bagi konsumen yang menggunakannya, 4 produk yang banyak memberikan pelayanan terbaik dalam hal jasa. Masyarakat harus berusaha memahami maksud dan tujuan dari iklan tersebut dengan pandangan mereka masing-masing.

Berdasarkan 20 data iklan niaga yang bersumber dari harian Waspada Medan, maka telah diperoleh makna kontekstual dalam iklan niaga di harian Waspada Medan. Ketidakpahaman masyarakat terhadap iklan niaga di Harian Waspada Medan disebabkan oleh kurang mengenalnya isi pesan yang disampaikan tersebut di hati masyarakat sehingga iklan tersebut tidak komunikatif. Makna pada pesan iklan niaga menunjukkan kesalahan dari iklan tersebut, yaitu dengan munculnya berbagai bentuk persuasif agar produk tersebut mau dibeli oleh konsumen.

#### **D. Diskusi Hasil Penelitian**

Diskusi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan niaga di Harian Waspada Medan menggunakan makna kontekstual sesuai dengan konteks sosial maupun situasional sesuai dengan pemakaian bahasa iklan niaga di Harian Waspada Medan. Konteks sosial merupakan lingkungan atau keadaan bahasa digunakan. Konteks sosial sangat berhubungan dengan tuturan yang berkaitan dengan arti, maksud, maupun informasi yang melatarbelakangi peristiwa tuturan itu. Seperti pada konteks semua produk yang ditampilkan memberikan kemewahan bagi pengguna produk yang digunakan, canggih dalam teknologi,

memberikan keuntungan dan kualitas barang, menawarkan berbagai macam harga promo, memberikan pelayanan terbaik dalam hal jasa.

Konteks situasional merupakan keseluruhan lingkungan, baik lingkungan tutur (verbal) maupun lingkungan tempat teks itu diproduksi (diucapkan atau ditulis). Seperti situasi menampilkan gambar produk yang ditawarkan dengan berbagai situasi orang yang berada didalamnya. Serta menampilkan kecanggihan dan kemewahan setiap produk atau bagian-bagian yang terdapat didalam produk.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Saat melaksanakan penelitian ini tentunya penulis masih mengalami keterbatasan dalam berbagai hal. Keterbatasan yang berasal dari penulis itu sendiri yaitu dalam bidang pengetahuan, kemampuan moril maupun material yang dihadapi. Keterbatasan ilmu pengetahuan yang penulis hadapi dimulai dengan menggarap proposal hingga menjadi skripsi, saat mencari-cari buku yang relevan sebagai penunjang penelitian, merangkai kata demi kata sehingga menjadi kalimat yang sesuai, dengan mencari literatur atau daftar pustaka yang berhubungan dengan skripsi. Walaupun keterbatasan terus timbul tetapi berkat usaha dan kemauan yang tinggi hingga akhirnya keterbatasan tersebut dapat penulis hadapi hingga akhir penyelesaian karya ilmiah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini setelah dilakukan analisis yaitu terdapat makna kontekstual dari iklan niaga di Harian Waspada Medan sejak bulan Januari 2018. Adapun makna kontekstual iklan niaga tersebut bermakna menawarkan kemudahan terdapat 2 produk, canggih dalam teknologi terdapat 2 produk di dalamnya, 2 produk memberikan kemewahan terhadap pengguna produk yang digunakan, terdapat 2 produk yang menawarkan berbagai macam harga promo yang menarik dan terjangkau serta banyak memberikan hadiah kepada konsumen yang membeli produk tersebut, terdapat 5 produk yang memberikan keuntungan dengan kualitas barang yang bagus dan kuat, 3 produk yang berisis anjuran untuk menggunakan produk yang memberikan kebutuhan bagi konsumen yang menggunakannya, 4 produk yang banyak memberikan pelayanan terbaik dalam hal jasa.

Berdasarkan data yang terkumpul, sebanyak 20 data iklan tersebut keseluruhannya memiliki makna kontekstual. Teks iklan niaga tersebut semuanya unik dan berbeda dengan iklan lainnya. Makna kontekstual yang terdapat pada iklan niaga, berupa menarik perhatian para konsumen dalam membeli produk niaga yang diiklankan yang disesuaikan dengan situasi dan teks iklan niaga tersebut.

## **B. Saran**

Adapun yang menjadi kesimpulan sehubungan dengan temuan peneliti ini adalah:

1. Kepada para peneliti berikutnya yang berminat melakukan penelitian di bidang bahasa iklan yang selanjutnya dapat menganalisis iklan niaga di media yang lain dengan menggunakan pendekatan atau kajian linguistik lainnya.
2. Seharusnya iklan niaga yang terdapat di surat kabar harus menggunakan ide-ide kreatif yang muncul di balik gambar yang berisi pesan haruslah disampaikan secara komunikatif supaya tujuan yang diharapkan dapat diterima oleh para konsumen. Mengingat bahwa masih ada sejumlah iklan niaga yang dalam penyampaian pesannya kurang komunikatif.
3. Pusat bahasa sebagai lembaga berwenang yang berperan mengatasi permasalahan bahasa hendaknya ikut dalam upaya pemeliharaan atau menjaga bahasa dalam isi iklan di surat kabar.
4. Masyarakat harus lebih paham dalam membeli atau menggunakan produk iklan yang ditawarkan di iklan media cetak agar tidak mudah tertipu dengan harga yang murah tetapi kualitasnya kurang baik.
5. Teks iklan niaga di Harian Waspada seharusnya menggunakan gambar yang sesuai dengan isi iklan yang ditawarkan agar tidak membingungkan masyarakat untuk memahami isi iklan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad HP.2012.*Linguistik Umum*.Jakarta: Erlangga
- Charles, Butar-Butar.2016. Semantik. Medan: Aulia@rt
- Chaer, Abdul. 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Darma Aliah Yoce.2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung:Yrama Widya
- Deddy Mulyana.2005.*Ilmu Komunikasi:SuatuPengantar*.Bandung:Remaja Rosdakarya
- Depdiknas,2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Fatimah Djajasudarma. 2006. *Wacana*. Bandung: Refika Aditama
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Waspada surat](http://id.wikipedia.org/wiki/Waspada_surat), diakses pada tanggal 3 Desember
- <http://everydayisamazing.blogspot.com/2011/03/teori-bahasa-iklan.htm>, diakses pada tanggal 3 Desember
- Morissan.2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Rahardi, Kunjana.2006. *Dimensi-Dimensi Kebahasaan*. Jakarta: Erlangga.
- Sumardiria Haris.2006.*Bahasa Jurnalistik*.Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Yayat Sudaryat. 2008. *Makna dalam Wacana*. Bandung: Yrama Widya



## Lampiran 1. Gambar Teks Iklan Niaga

## 1. Verza 150

**HONDA** **ESP**  
 ENHANCED SMART POWER  
 100% Delling Irit

**VERZA 150**  
 AWAL SEMPURNA PERFORMA BERKELAS  
 PARTNER TANGGUH  
 MAKIN BANGGA

STRIPING  
 & WARNA BARU

KONSUMSI BBM  
 45,25 KM/L

PT. INDAKO TRADING COY  
 Jl. Besar Pekan Cikampak Kec. Torgamba  
 (0624) 491237

## 2. Triton

**TRITON**  
 PARTNER SEMPURNA  
 BISNIS ANDA

BRAND  
 NEW  
 DMY

www.s3rdanadrop.co.id www.mitsubishi-motors.co.id 0904-1-300-300

**PT. SARDANA INDAHBERLIAN MOTOR**  
 Jl. Gatot Subroto No. 437 Medan ☎ 061 - 455 7800 Ext. 301,302,303  
 Jl. Putri Hijau No. 4A Medan ☎ 061 - 8051 3800  
 Jl. Raya Medan Tanjung Morawa Km.12 ☎ 061 - 794 7800 Ext. 301, 302  
 Jl. H. M. Said Perdamean No. 123 R. Prapat ☎ 0624 - 22900

**SERVICE BOOKING**  
 (061) 4152800

## 3. Joy Audio



MENYEDIKAN SOUND SYSTEM  
UNTUK KARAOKE RUMAH  
KARAOKE KELUARGA DAN KTV

**PROMO  
IMLEK**

KUMPUL KELUARGA  
SAMBIL BERKARAOKE RIA

**JOY audio**  
Jl. Asia No.99 Medan  
Telp: (061) 7345167  
ACAI: 0813 9700 6779  
INDRA: 0821 6300 7962  
WAHYU: 0823 6200 6081

## 4. Bluescope Zacs



**BLUESCOPE**  
**Zacs**

JANGAN CARI MASALAH.  
CARI **BLUESCOPE Zacs™**

KUALITAS TERBAIK UNTUK ATAP,  
RANGKA BAJA RINGAN DAN DINDING ANGA.

DAPATKAN  
HADIAH  
SMARTPHONE  
**SAMSUNG J7**  
SETIAP MINGGUNYA!\*

\*Syarat & Ketentuan Berlaku

SIKAP BISA DIPAKAI DI BLUESCOPE STORE.  
**T CENTRAL MANDIRI CEMERLANG**  
Perdagangan No.2A - Medan

HUBUNG (TEL, WHATSAPP)  
CINDY - 0877 4958 0569  
ANDHIKA - 0853 3455 5777






## 5. Dipo Star Finance

**DIPO STAR FINANCE**

Mitra Usaha Andalan Anda

**CICILAN RINGAN PROVISI**  
RP: **0**

**MITSUBISHI COLT L300**

Untuk pengajuan pembiayaan silahkan hubungi kantor cabang kami:

<b>Kantor Cabang Medan:</b> Wisma HSBC Lt.5, Jl. Diponegoro No.11 Medan - Sumatera Utara 20152 Telp: 061-4565028, 4566363 Fax: 061-4151110	<b>Kantor Cabang:</b> Rantau Prapat : 0624-327858, 327868 Pematang Siantar : 0622-7436311, 431810 Padang Sidempuan : 0634-26628, 23728
--	---

Untuk pembelian kendaraan silahkan hubungi dealer resmi Mitsubishi terdekat:  
PT. Sardana Indah Berlian Motor: 061-4567800 PT. Sumatera Berlian Motors: 061-7888868

**WWW.DIPOSTAR.COM**

## 6. Seiko Prospex

BUILT FOR THE CHALLENGE

**PROSPEX**

For over 90 years, Seiko's diver's watches have set new standards. Today, Prospex continues the tradition, made to professional specifications for divers who challenge their limits.

**NOVAK DJOKOVIC**

**SEIKO SSC618P1**

Showroom : Jl. Cirebon No. 16, Tel. 4149636  
Sun Plaza Level I, Tel. 4501505 - Medan Mal Lt. II, Tel. 4566420



7. Optik Malawai

**OPTIK MELAWAI** WHEN YOU EXPECT THE VERY BEST

**ONLINE STORE**

**DAPATKAN VOUCHER 30% + 15%**  
Dari harga sunglasses

**BCA** Penawaran Khusus untuk pemegang Kartu Kredit BCA & Debit BCA

**Solitaire® Protect Plus.**  
Perfect all-round protection for excellent vision. With the new high-tech coatings from Rodenstock. See better. Look perfect.

**RODENSTOCK**

0812 117 2222 CUSTOMER SERVICE : (021) 532 1111

MEDAN • PEKANBARU

8. Kiu-kiu

**Kereta Sorong**

**KIUKIU®**

Inovasi Terbaru

**TAHAN HINGGA 300 KG**

**SPECIAL PROMO**

**RAIHLAH POINT TUKARKAN DENGAN**

- 110 POINT: SEPEDA MOTOR REVO
- 80 POINT: EMAS 18 GR
- 36 POINT: SAMSUNG GALAXY A5
- 24 POINT: SAMSUNG J7 PRIME
- 12 POINT: TV LED 22"
- 3 x 8 POINT: VOUCHER BELANJA 300 RIBU-1 AIRD
- 1 POINT: VOUCHER BELANJA 100 RIBU

\*) Syarat dan Ketentuan Berlaku

**CALL CENTER : 0853 7077 6767**

**keretasorongkiukiu**

PRODUK BY BPSAT INDONESIA

**WWW.KERETASORONGKIUKIU.COM**

9. Metrik Extra Vaganza



10. Coortez



## 11. SJO ( CV. Sumatera Jaya One)

**SJO** **SUDAH TEPAT, JANGAN BINGUNG !**  
 Cari Lapangan Kerja  
 Tunggu apa lagi ? Belajar di

**CV. SUMATERA JAYA ONE**  
 SEKOLAH MENGENAL MOBIL & SEPEDA MOTOR  
 - Siap Membantu Anda Mengurus  
 STNK-BPKB-SPEKSI-H.O-PASPORT-DLL



**KANTOR PUSAT:**  
 Jl. Gunung Krakatau No. 199-B Medan  
 Depan Swalayan Kasimura  
 Telp. 061 - 6628637 - 6625 891 HP: 08286103165

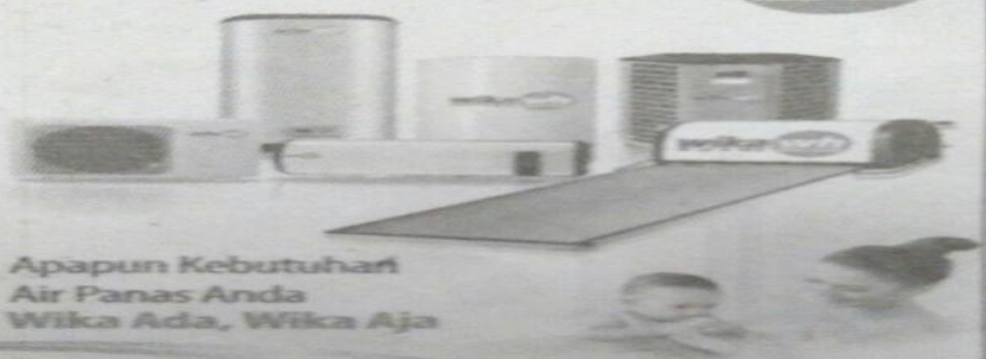
**KANTOR CABANG:**  
 - Jl. Platina Raya / Titi Papan Tel. 6628 637  
 HP: 0813 7551 1695 - 062 8610 3165 - 0853 5944 5215  
 - Jl. Kuningan No. 880 Kata Bangun  
 HP: 0813 7551 1695 - 081 2608 9258

**DISCUNT 10% SETIAP PAKET**  
 DAFTARKAN SEKARANG DIRI ANDA  
 Apapun... DOWNLOAD Applications & Programs

Tel. 11-9-37  
 8-0-31-11-17

## 12. Wika Wh

**wika wh**



Apapun Kebutuhan  
 Air Panas Anda  
 Wika Ada, Wika Aja

*Wika Adat Wika Aja!*

**JL. TIMOR No. 169**  
**Telp. 4574948 / 0812 6029 328**  
**MEDAN**



## 13. ABC

**ABC**  
Fire Extinguishers

Berdiri Sejak 1972

**ISO 9002**  
**TUV**  
SÜDDEUTSCHLAND

- ★ Harga Terjangkau
- ★ Mutu Terjamin
- ★ Menumpas Api Pasti !!!

DRY CHEMICAL POWDER & CARBON DIOXIDE  
MELAYANI PENGISIAN SEGALA JENIS  
TABUNG PEMADAM API

**Fa. SINAR MAKMUR**  
JL. S. KATANGSO No. 43-F.G. MEDAN  
TEL - 4512147-4514147-4512427-4529286 FAX - 4514177



## 14. Jasatra Wisata

**Travel/Tour**

**ANGKASA TOUR & TRAVEL**  
Telp. 061-4200.1888 - 0821.6857.6765  
Jln. Rotan No.15  
P. Petisah

Menyediakan: Tiket pesawat, Voucher hotel  
Paket tour, dll

**Dapatkan Voucher Hotel**  
dengan penawaran harga  
terbaik dari Kami



Segera Hubungi:

**JASTRA WISATA**  
061 - 7322030, 7357156, 7367446  
jastra\_wst@yahoo.com  
www.jastrawisata.com  
whatsapp : 0821 6698 6911

## 15. Sun Louvre



## 16. Bank bjb





## 17. Apotek K24



Kami hadir di Medan  
25 Februari 2018  
Ikuti Presentasi Bisnis  
Waralaba APOTEK K-24 **GRATIS**  
di **HOTEL CORDELA MEDAN**  
Sesi I : 10.00 - 12.00 WIB Sesi II : 14.00 - 16.00 WIB

Rsvp : 0821-3655-9898 (Setyadi)  
[www.apotek-k24.com](http://www.apotek-k24.com)

Waralaba APOTEK terbaik di Indonesia  
**Hotline : 08-1212-01-2424**

## 18. V Echo



**Diskon 25%** untuk bodycare  
Cuci wax dan jamur kaca

**Diskon 15%** untuk sporing balancing  
free 2 roda

**Diskon 10%** untuk jasa service engine  
min transaksi 200rb

**Berlaku sampai 15 Maret 2018**  
Nikmati DOORSMER Garansi Hujan 1 x 24 Jam

**V ECHO** Plaza Bengkel  
Jl. Iskandar Muda No. 171 Medan  
Telp : (061) 4152483 - 4566724 Fax : (061) 4514650  
HP/ WA : 0813 7084 7084  
website : [www.echoplazabengkel.com](http://www.echoplazabengkel.com)

## 19. Vario



## 20. UPVC

