

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tindak Tutur Iklan di Media Sosial *YouTube*

##### 1. Pragmatik

###### a. Pengertian Pragmatik

Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yang muncul dari pandangan Charles Morris berkenaan dengan semiotika, yaitu ilmu yang mempelajari *system* tanda atau lambang, yang muncul sebagai usaha mengkaji hubungan lambang dengan penafsirannya.<sup>11</sup> Pragmatik adalah studi tentang hubungan antara bentuk-bentuk linguistik dan pemakai bentuk-bentuk itu.<sup>12</sup> Manfaat belajar bahasa melalui pragmatik ialah bahwa seseorang dapat bertutur kata tentang makna yang dimaksudkan orang, asumsi mereka, maksud dan tujuan mereka, dan jenis-jenis

---

<sup>11</sup> Yoce Aliah Darma, *Analisis Wacana Kritis dalam Multiperspektif*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hal. 73.

<sup>12</sup> George Yule, *Pragmatik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 5.

Tindakan yang mereka perlihatkan Ketika mereka sedang berbicara.

Pragmatik merupakan kajian tentang pemakaian bahasa, dengan lima sudut pandang:<sup>13</sup>

- 1) Pragmatik dipandang sebagai kajian tentang hubungan bahasa dengan konteks yang digramatikalisasi atau dikodekan dalam struktur bahasa.
- 2) Pragmatik merupakan kajian aspek makna yang tidak tercakup atau dimasukkan dalam teori semantik.
- 3) Pragmatik merupakan kajian tentang hubungan antar bahasa dengan konteks yang mendasari penjelasan pengertian atau pemahaman bahasa.
- 4) Pragmatik merupakan kajian tentang kemampuan pemakai bahasa mengaitkan dengan kalimat-kalimat yang sesuai atau cocok dengan kalimat itu.

---

<sup>13</sup>Zamzami, *Kajian Sosiopragmatik*, (Yogyakarta: Cipta Pustaka, 2015), hal. 16-17.

5) Pragmatik sebagai bidang ilmu mandiri. Pragmatik memiliki lima cabang kajian, yaitu: deiksis, implikatur, praanggapan, tindak tutur, dan struktur wacana.

Dari pengertian di atas, dapat penulis simpulkan bahwa pragmatik adalah studi tentang bagaimana agar lebih banyak yang disampaikan daripada yang dituturkan.

#### b. Bentuk-bentuk Pragmatik

Pragmatik sebagai bidang ilmu mandiri memiliki lima cabang kajian, yaitu: deiksis, implikatur, praanggapan, tindak tutur, dan struktur wacana.<sup>14</sup>

- 1) Deiksis adalah cabang pragmatik yang mengkaji pergantian makna kata atau kalimat yang disebabkan oleh pergantian konteks.
- 2) Implikatur adalah cabang pragmatic yang mengkaji makna konotatif.

---

<sup>14</sup>Zamzami, *Ibid*, hal. 16-17.

- 3) Praanggapan merupakan sesuatu yang diambil oleh penyapa sebagai dasar berpijak yang dipakai bersama-sama antarpartisipan suatu percakapan.
- 4) Tindak tutur adalah kegiatan penutur menggunakan bahasanya dalam berkomunikasi.
- 5) Struktur wacana ada tiga, yaitu awal/abstrak, tengah/orientasi, dan akhir/koda, struktur wacana berdasarkan media penyampaiannya dibedakan atas wacana tulis dan wacana lisan.

## **2. Tindak Tutur**

### **a. Pengertian Tindak Tutur**

Konsep tutur berhubungan dengan manifestasi bahasa dalam bentuk lisan, tutur merupakan ujaran lisan atau rentang perbincangan yang didahului dan diakhiri dengan kesenyapan pada pihak pembincang.<sup>15</sup> Sebuah tutur adalah penggunaan atau pemakaian sepenggal bahasa, seperti rentetan kalimat, sebuah fase, atau

---

<sup>15</sup>J.D. Parera, *Teori Semantik: Edisi 2*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 262.

sepatah kata, oleh pembincang, pada satu kesempatan atau peristiwa tertentu. Misalnya: “*Hallo. Ayo, tolong saya sebentar! Kereta api Mutiara sekarang sudah tiba di stasiun Gambir.*” ini berarti sebuah tutur menunjukkan interaksi antara kalimat-kalimat dalam sebuah wacana, antara para pembincang dalam satu waktu/kesempatan tertentu.

Tindak tutur merupakan gejala individual, bersifat psikologis, dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu, kemampuan penutur dalam berbahasa lisan direalisasikan dalam bentuk komunikasi yang dapat terjadi di dalam situasi tutur.<sup>16</sup> Tindak tutur tidak terlepas dari interaksi yang melibatkan dua pihak, yaitu penutur dan lawan tutur, di dalam waktu, tempat, dan situasi tertentu. Karena studi pragmatik tidak dapat berhasil tanpa tindak tutur, tindak tutur merupakan

---

<sup>16</sup>Ari Rahma Nur Fitriana, Ani Rakhmawati, dan Budi Waluyo, *Analisis Tindak Tutur Guru dan Siswa dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Atas*, (BASASTRA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, Volume 8, 2020), hal. 74–88.

komponen kunci dari studi pragmatik. Selain menyatakan sesuatu ketika membuat ucapan, maka juga perlu mengambil tindakan untuk membuat ucapan itu. Tindakan yang ditampilkan dengan menghasilkan tuturan akan mengandung tiga tindak yang saling berhubungan.<sup>17</sup>

Dari penjelasan di atas, dapat penulis simpulkan bahwa tindak tutur merupakan gejala individual, bersifat psikologis, dan keberlangsungan ditentukan oleh kemampuan bahasa si penutur dalam menghadapi situasi tertentu.

#### b. Jenis-jenis Tindak Tutur

Tuturan dapat dibedakan dari kalimatnya yang bermodus deklaratif menjadi dua, yaitu: 1) Konstatif, ialah tindak tutur yang menyatakan sesuatu yang kebenarannya dapat diuji (benar atau salah) dengan menggunakan pengetahuan tentang dunia; 2) Performatif, ialah tindak tutur yang pengutaraannya

---

<sup>17</sup>George Yule, *Pragmatik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal 40.

digunakan untuk melakukan sesuatu, pemakai bahasa tidak dapat mengatakan bahwa tuturan itu salah atau benar, tetapi sah atau tidak.<sup>18</sup>

Tuturan dibedakan menjadi tiga macam tindakan, yaitu tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi. Dimensi pertama adalah tindak lokusi, yang merupakan tindak dasar tuturan atau menghasilkan suatu ungkapan linguistik yang bermakna. Dimensi kedua yaitu tindak ilokusi, yang ditampilkan melalui penekanan komunikatif suatu tuturan. Dimensi ketiga adalah tindak perlokusi, menciptakan tuturan yang memiliki fungsi tanpa memaksudkan tuturan memiliki akibat.

Pengertian mengenai tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi memang agak sukar, tetapi jika dijelaskan dari segi semantik tindak tutur (*speech act semantic*) lebih mudah dipahami. Apabila seseorang mengutarakan sebuah kalimat, ada kemungkinan bisa

---

<sup>18</sup>George Yule, *Ibid*, hal. 52.

terjadi tiga macam tindak tutur itu, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Tindak tutur lokusi memiliki makna secara harfiah, seperti yang dimiliki oleh komponen-komponen kalimat itu, yang mengacu pada makna linguistik. Tindak tutur dengan kalimat yang sama mungkin dipahami secara berbeda oleh pendengar, makna yang ditangkap oleh pendengar ini adalah makna tindak tutur ilokusi. Sebaliknya, pembicara pun sebenarnya mempunyai harapan bagaimana si pendengar akan menangkap makna sebagaimana yang dimaksudkannya, makna ini disebut tindak tutur perlokusi.<sup>19</sup>

Ketiga dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut:<sup>20</sup>

#### 1) Tindak Tutur Lokusi

Tindakan berbicara yang diklasifikasikan sebagai lokusi menyatakan pernyataan terkait makna

<sup>19</sup>Abdul Chaer dan Leonie Agustina, *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hal. 54.

<sup>20</sup>George Yule, *Ibid*, hal 54.



tertentu, tindak lokusi lebih luas sifatnya daripada jenis tindak bahasa lainnya karena disertai kewajiban penutur untuk melaksanakan isi tuturannya. lain.

Dalam tindak lokusi, penutur menegaskan sesuatu dengan pasti, dan penggunaan bahasanya erat kaitannya dengan pokok bahasan tuturannya yang diprioritaskan. Dengan demikian, isi tuturan yang direpresentasikan diprioritaskan dalam tindak lokusi.

Berikut adalah contoh tindak lokusi: *Dia menginstruksikan saya, "Bunuh dia..!!"* Melalui ujaran "Kill", kita akan memutuskan bahwa gerak yang dilakukan pada kalimat mengacu kembali pada 1-3 orang tersebut. Dalam kalimat ini tidak ada kewajiban bagi saya (pembicara) untuk melaksanakan tuturannya, terutama "membunuhnya", yang berarti bahwa tindak lokusiner ini tidak lagi menekankan gaya bicara pembicara dalam mengungkapkan sesuatu dan tidak lagi mengandaikan kondisi positif yang menjamin

atau menuntut penutur untuk melaksanakan isi tuturannya., meskipun ada hal yang diprioritaskan dalam tuturannya, terutama menembaknya, namun tidak berarti bahwa pembicara benar-benar sedang atau akan melakukan tuturan tersebut.

## 2) Tindak Tutur Ilokusi

Tindak ilokusi adalah tindak melakukan sesuatu.

Ilokusi adalah tindak tutur yang memiliki tujuan dan kemampuan untuk berkomunikasi. Kegiatan ilokusi sekarang termasuk dalam kategori "untuk apa ucapan itu?" daripada "apa arti pidatonya?" Tindak ilokusi adalah tindakan yang dilakukan karena alasan dan fungsi tertentu. Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang berfungsi untuk mengatakan atau menginformasikan sesuatu dan digunakan untuk melakukan sesuatu.

Dilihat dari bentuk tuturannya, energi ilokusi terbagi menjadi energi ilokusi langsung dan energi ilokusi oblik. Energi ilokusi langsung adalah pesan

yang disampaikan melalui penutur kepada mitra tutur tanpa penundaan tanpa tutur, sedangkan energi ilokusi miring adalah pesan penutur yang disampaikan secara bergiliran kepada mitra tutur tetapi melalui tuturan yang digunakan.

### 3) Tindak Perlokusi

Pembicara sering menggunakan gaya perlokusi dalam pidatonya. Perlokusi adalah hasil tuturan, yang entah sengaja atau tidak sengaja, pembicara dapat mempengaruhi dampak atau kekuatan kata-katanya. Tindak tutur perlokusi adalah tindak tutur yang dimaksudkan untuk membujuk mitra tutur. Contoh tindak perlokusi sebagai berikut: *“Saya membujuknya untuk meminjamkan saya beberapa uang tunai.”* Contoh tersebut menunjukkan preferensi pembicara atau mencoba meminjam uang dari rekan bicara.

Tindak tutur yang bersifat perlokusioner adalah tindak tutur yang bertujuan membujuk pendengar.

Akibatnya, tindak tutur perlokusi pada umumnya memiliki kualitas yang mendasar, yaitu efek atau pengaruh yang dimiliki tindak tutur tersebut.

Bergantung pada tujuan pembicara, tindak tutur perlokusi mungkin memiliki efek yang diinginkan atau tidak diinginkan yang menyebabkannya.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa dimensi tindak tutur ada tiga, yaitu tindak lokusi, tindak ilokusi, tindak perlokusi.

#### c. Macam-macam Tindak Tutur

George Yule membagi sistem klasifikasi umum mencantumkan 5 jenis fungsi umum yang ditunjukkan oleh tindak tutur, yaitu: deklarasif, representatif, ekspresif, direktif, dan komisif.<sup>21</sup>

Searle membedakan tindak tutur atas lima macam, yaitu:<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>George Yule, *Ibid*, hal. 94.

<sup>22</sup>Bowo Hermaji, *Teori Pragmatik*, (Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama, 2021), hal. 50-53.

### 1) Tindak Tutur Representatif (*Assertif*)

Tindak tutur representatif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya pada kebenaran atas apa yang dikatakannya, yang berfungsi untuk mengekspresikan kebenaran informasi. Tindak tutur representatif dapat diwujudkan dalam bentuk analitis, kontradiktif, dan sintetis. Bentuk analitis adalah tuturan yang kebenarannya terdapat dalam satuan atau unsur pembentuknya, seperti “kuda memiliki kaki empat”. Bentuk kontradiktif tuturan yang kebenarannya bertolak belakang dengan unsur pembentuknya, seperti “kursi itu bukanlah tempat duduk”. Bentuk sintetis adalah tuturan yang kebenarannya bergantung pada fakta, seperti “Majid agung terdapat dipusat Kota Tegal”.

### 2) Tindak Tutur Direktif (*Impositif*)

Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penuturnya dengan maksud agar mitra tutur atau lawan tutur melakukan tindakan seperti

yang dituturkan, atau yang mengekspresikan perintah. Lebih lanjut dijelaskan bahwa perwujudan pragmatiknya bermakna menyuruh, meminta, mendesak, melarang, mengajak, memelas, menyarankan, memperingatkan, dan berharap. Misalnya: tindak tutur menyuruh “Ambilkan buku saya di meja!”, tindak tutur memohon “Saya mohon untuk ditemani pergi ke Jakarta”, tindak tutur mengajak “Ayo pakai produk ini agar kami lebih pintar!”, tindak tutur menuntut “Saya minta ganti rugi sebesar satu juta rupiah.”

### 3) Tindak Tutur Ekspresif (*Evaluatif*)

Tindak tutur ekspresif adalah tindak tutur yang dilakukan dengan maksud untuk menilai atau mengevaluasi tentang hal-hal yang disebutkan di dalam tuturan, yang berfungsi untuk menyerukan sikap psikologi penutur terhadap suatu keadaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa perwujudan pragmatiknya memiliki makna marah, kaget, pasrah,

gembira, jijik, benci, mengakui, mengucapkan selamat, dan mengasihani. Misalnya: tindak tutur memuji "Kamu terlihat cantik sekali hari ini", tindak tutur mengkritik "Tulisanmu cukup bagus, tetapi agar lebih bagus lagi kamu perlu membaca jurnal", tindak tutur mengucapkan terima kasih "Atas bantuannya, saya ucapkan terima kasih".

#### 4) Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturan, yang mengekspresikan janji, tawaran, atau pernyataan. Makna tindak tutur komisif antara lain memberitakan, memerintah, mengajak, meminta, melarang, dan menegaskan. Misalnya: tindak tutur berjanji "Saya berjanji akan menjemput kamu pukul 07.00", tindak tutur bersumpah "Sungguh pak, saya tidak mengambil buku itu"

### 5) Tindak Tutur Deklarasi (*Isbati*)

Tindak tutur deklarasasi (*isbati*) adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur untuk menciptakan hal atau keadaan yang baru, yang berfungsi untuk mengubah status atau keadaan. Misalnya: tindak tutur memutuskan “Kamu tidak dapat ikut pergi besok, karena kamu belum bayar”, tindak tutur membatalkan “Besok tidak jadi ujian sekolah”, tindak tutur melarang “Mahasiswa tidak boleh memakai sandal jika kuliah”, dan tindak tutur mengizinkan “Besok kamu boleh mengikuti ujian susulan”.

#### d. Indikator Tindak Tutur pada Iklan Produk Kecantikan dalam Penelitian

Penulis melakukan wawancara mengenai tindak tutur pada iklan produk kecantikan dengan menganalisis iklan produk kecantikan berdasarkan klasifikasi atau tindak tutur, yaitu sebagai berikut:



**Tabel 2.1**  
**Indikator Tindak Tutur yang Terdapat dalam**  
**Iklan Produk Kecantikan di Youtube**

Tindak Tutur	Indikator
Representatif (Asertif)	Menyampaikan sesuatu berkaitan dengan kebenaran yang diungkapkan.  Misalnya: tuturan yang kebenarannya bergantung pada fakta, seperti “Kulitku menjadi lebih cerah setelah memakai produk ini.”
Direktif (Impositif)	Meminta lawan tutur melakukan sesuatu untuk menghasilkan efek terhadap tindakan yang dilakukan oleh penutur.  Misalnya: tindak tutur mengajak “Ayoo pakai produk ini, kulitmu pasti lebih glowing!”
Komisif	Mendorong pembicaraan melakukan sesuatu seperti berjanji, bernazar, bersumpah, dan ancaman.

	Misalnya: tindak tutur berjanji ”Kamu harus berjanji memakai produk ini secara rutin.”
Ekspresif (Evaluatif)	Memaksudkan penuturan agar menilai tentang hal-hal yang disebutkan dalam tuturan. Misalnya: tindak tutur mengucapkan terima kasih “Terima kasih yaa, telah memperkenalkan produk yang sangat berguna itu.”
Deklarasi (Isbati)	Menciptakan hal atau keadaan yang baru, yang berfungsi untuk mengubah status atau keadaan. Misalnya: tindak tutur mengizinkan “Kamu boleh memakai produk itu sehari dua kali untuk hasil yang lebih maksimal”.

### 3. Media Sosial *YouTube*

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara

virtual.<sup>23</sup> Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni: media jejaring sosial (*social networking*), jurnal online (*blog*), jurnal online sederhana atau microblog (*micro blogging*), media berbagi (*media sharing*), penanda sosial (*social bookmarking*), media konten bersama atau Wiki.

*YouTube* adalah salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat di seluruh dunia. *YouTube* merupakan sebuah situs web berbagi, yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video, namun dengan segala kemudahan dan banyaknya kegunaan melalui berbagai macam jenis video.<sup>24</sup> *YouTube* juga memiliki kekurangan yang dapat merugikan penggunaannya, seperti banyaknya informasi yang belum tentu kebenarannya. *YouTube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa ‘gambar bergerak’

---

<sup>23</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal 77.

<sup>24</sup>Muh Jamil Reza, *Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Media Sosial YouTube sebagai Media Content Video Creative*. (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Dengan kata lain *YouTube* adalah alat atau cara yang digunakan untuk menyampaikan materi dan berbagi informasi berupa gambar bergerak dan bersuara.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa media di internet yang memungkinkan pengguna situs web berbagi, yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video, namun dengan segala kemudahan dan banyaknya kegunaan melalui berbagai macam jenis video.

## **B. Pembelajaran Menulis Teks Iklan**

### **1. Pembelajaran Menulis**

#### **a. Pengertian Pembelajaran**

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu organisme berubah perilakunya sebagai akibat pengalaman, belajar dimaknai sebagai suatu proses untuk memperoleh motivasi dalam pengetahuan,

keterampilan, kebiasaan dan tingkah laku.<sup>25</sup>

Pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar.<sup>26</sup> Pembelajaran adalah supaya membelajarkan siswa, yaitu kegiatan memilih, menetapkan, mengembangkan metode untuk mencapai hasil pembelajaran yang diinginkan.<sup>27</sup>

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa pembelajaran adalah upaya membelajarkan siswa, dalam artian terdapat kegiatan memilih, menetapkan, mengembangkan metode untuk mencapai hasil pengajaran yang diinginkan.

#### b. Tujuan Pembelajaran

Tujuan pembelajaran sebagai perilaku yang hendak dicapai atau yang dapat dikerjakan oleh siswa pada kondisi dan tingkat kompetensi tertentu. Tujuan

---

<sup>25</sup>Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 102.

<sup>26</sup>Tim Pustaka Yustisia, *Perundangan Tentang Kurikulum Sistem Pendidikan Nasional 2013* (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2013), hal. 44.

<sup>27</sup>Hamzah B. Uno, *Perencanaan Pembelajaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal 22.

pembelajaran adalah suatu pernyataan yang spesifik yang dinyatakan dalam perilaku atau penampilan yang diwujudkan dalam bentuk tulisan untuk menggambarkan hasil belajar yang diharapkan. Perilaku itu dapat berupa fakta yang konkret serta dapat dilihat dan fakta yang tersamar.<sup>28</sup> Tempat yang pasti untuk menemukan pemaknaan dalam pendidikan adalah dalam bentuk pemaknaan aktif yang beragam, karena dengan menempatkan anak didik dalam kerangka kerja suatu masalah sebenarnya dengan menempatkan tanggung jawab untuk solusi atas anak didik dengan memberikan pembelajaran yang penuh makna dan pengaruhnya akan segera dirasakan.<sup>29</sup>

Maka dapat penulis simpulkan bahwa tujuan pembelajaran adalah suatu pernyataan yang jelas dan menunjukkan penampilan atau keterampilan siswa

---

<sup>28</sup>Hamzah B. Uno, *Perencanaan Pembelajaran*, *Ibid*, hal. 24.

<sup>29</sup>George Boeree, *Metode Pembelajaran & Pengajaran* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal, 44.

tertentu yang diharapkan dapat dicapai sebagai hasil belajar.

### c. Pengertian Menulis

Menulis merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa penyampaian pesan (informasi) secara tertulis kepada pihak lain dengan menggunakan bahasa tulis sebagai alat atau medianya. Aktivitas menulis melibatkan beberapa unsur, yaitu: penulisan sebagai penyampaian pesan, isi tulisan, saluran atau media, dan pembaca.<sup>30</sup> Menulis merupakan sebuah proses kreatif menuangkan gagasan dalam bentuk bahasa tulisan dalam tujuan, misalnya memberitahu, menakutkan, atau menghibur.<sup>31</sup> Hasil dari proses kreatif ini bisa disebut mengacu pada hasil yang sama meskipun ada pendapat yang mengatakan kedua istilah tersebut memiliki pengertian yang berbeda. Menulis juga dapat dikatakan sebagai kegiatan merangkai huruf menjadi

---

<sup>30</sup>Dalman, *Keterampilan Menulis, Op.Cit*, hal. 20.

<sup>31</sup>Dalman, *Penulisan Populer* (Bandung: Angkasa, 2013), hal. 12.

kata atau kalimat untuk disampaikan kepada orang lain, sehingga orang lain dapat memahaminya. Dalam hal ini terjadi komunikasi antara penulis dan pembaca.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa menulis adalah kegiatan merangkai huruf menjadi kalimat dengan tujuan menyampaikan pesan.

#### d. Tujuan Menulis

Tujuan menulis untuk studi akan menghasilkan buku-buku ilmiah seperti buku pelajaran, buku-buku ilmiah pengetahuan baik umum maupun khusus (literatur), modul, diklat, artikel jurnal, skripsi, dan masyarakat umum sesuai dengan kebutuhannya. Pada dasarnya menulis itu memiliki banyak tujuan ditinjau dari sudut kepentingan pengarang. Adapun beberapa tujuannya sebagai berikut:

- 1) Tujuan penugasan adalah untuk memenuhi tugas yang diberi guru atau dosen sebuah lembaga tersebut.



- 2) Tujuan estetis adalah untuk menciptakan sebuah keindahan (estetis) dalam sebuah puisi, cerpen, maupun novel.
- 3) Tujuan penerangan untuk masyarakat yang membaca haus akan informasi atau berita terkini dapat mencarinya di media massa seperti surat kabar, berita, majalah, dan lain-lain.
- 4) Tujuan pertanyaan diri adalah menulis dengan tujuan untuk menegaskan tentang apa yang telah dibuat.
- 5) Tujuan kreatif adalah menuangkan ide atau gagasan secara kreatif.
- 6) Tujuan konsumtif ialah sebuah tulisan untuk di jual dan dikonsumsi oleh para pembaca.<sup>32</sup>

Di tahap menulis, penulis mampu memilih topik yang sesuai dengan keahliannya. Di sini penulis perlu memiliki topik tulisan yang menarik dan dapat dikerjakannya karena meskipun topiknya menarik, sangat baik, dan terbaru. Tetapi jika topik tersebut tidak mampu

---

<sup>32</sup>Dalman, *Penulisan Populer, Ibid*, hal. 14.

dikembangkan oleh penulis, maka sia-sia. Keterampilan menulis membagikan tahap penulisan ada tiga, yakni tahap prapenulisan (persiapan), tahap penulisan, dan tahap pasca penulisan.

1) Tahap pra penulisan (persiapan). Tahap prapenulisan terdapat aktivitas sebagai berikut: menentukan topik; menentukan maksud dan tujuan penulisan; memperhatikan sasaran karangan (pembaca); mengumpulkan informasi pendukung; mengorganisasikan ide dan informasi.

2) Tahap penulisan. Kegiatan tahap ini adalah mengembangkan butir demi butir ide yang dapat dalam kerangka-kerangka, dengan memanfaatkan bahan atau informasi yang telah kita pilih dan kita kumpulkan.

3) Tahap pasca penulisan. Tahap ini merupakan tahap penghalusan dan penyempurnaan tulisan yang kita hasilkan. Kegiatan ini terdiri atas penyuntingan dan perbaikan (revisi). Penyuntingan adalah

pemeriksaan dan perbaikan unsur mekanik karangan seperti, ejaan, punctuation, diksi, pengkalimatan.

## 2. Teks Iklan

### a. Pengertian Teks

Istilah teks yang sering disebut *genre* adalah satuan bahasa yang dimediasi secara tertulis atau lisan dengan tata organisasi tertentu untuk mengungkapkan makna dalam konteks tertentu pula. Istilah teks sering disepadankan dengan istilah *genre* karena kegiatan berbahasa merupakan proses sosial yang berproses secara tahap untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>33</sup> Teks merupakan bahasa yang berfungsi atau bahasa yang sedang melaksanakan tugas tertentu dalam konteks situasi.<sup>34</sup> Dengan demikian, teks merupakan ungkapan pernyataan suatu kegiatan sosial yang bersifat verbal.

---

<sup>33</sup> Asih, *Strategi Pembelajaran Bahasa Indonesia* (Bandung: Pustaka Setia, 2016).

<sup>34</sup> Mahsun, *Teks Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

## b. Pengertian Iklan

Menulis iklan merupakan bentuk penyampaian pesan dalam kegiatan komunikasi lainnya, karena iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif.<sup>35</sup> Iklan adalah pesan yang menawarkan suatu barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media elektronik dan media cetak, media elektronik misalnya televisi dan internet, sedangkan media cetak yaitu koran, majalah, dan tabloid.<sup>36</sup>

Iklan diartikan informasi yang terkini kepada konsumen mengenai komoditi-komoditi dan dorongan-dorongan kebutuhan tertentu yang bertujuan untuk menjaga tingkat produksi. Dalam hal ini, iklan

---

<sup>35</sup>Rani Ayu Wandira Dokainubun, "Peningkatan Kemampuan Menulis Iklan Melalui Pendekatan *Quantum Learning*...."

<sup>36</sup>Kukuh Ernawati, "Peningkatan Keterampilan Menulis Iklan Melalui Teknik Pemodelan ....."

digunakan pula sebagai bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non komersial maupun pribadi yang berkepentingan. Pesan yang disampaikan dari orang ke orang (komunikasi antarpersonal) adalah bukan merupakan iklan, sekalipun isi pesan itu adalah komersial. Pesan baru disebut sebagai iklan bila disampaikan melalui media perantara. Tujuan iklan yaitu untuk mempengaruhi konsumen iklan dapat mengarahkan konsumen untuk mengkonsumsi produk barang atau jasa tertentu, atau mengubah sikap agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengiklan, dan berfungsi menginformasikan mengenai ciri-ciri produk serta kegunaanya membuat konsumen menyadari adanya produk.

### c. Pengertian Teks Iklan

Teks iklan yang baik adalah yang memiliki tujuan yang baik bagi pemasang iklan juga membutuhkan iklan mampu memberikan keyakinan terhadap para konsumen iklan tersebut untuk mencari informasi yang benar dan baik dari produk dan jasa yang ditawarkan. Tujuan penulisan teks iklan adalah mempermudah pembaca untuk melihat spesifikasi barang dan jasa yang terbaik.

Empat aspek kebahasaan iklan, yaitu:

- 1) Isi teks, yang dimaksud dalam teks iklan ialah harus inofatif, padat mudah dipahami dan tidak terlalu panjang;
- 2) Keterampilan teks, dalam artian isi teks yang ditulis mudah dipahami oleh pembaca;
- 3) Bahasa persuasif, dalam menulis teks iklan harus menggunakan bahasa persusasif dalam artian bahasa persusasif adalah bahasa yang mengajak yang dapat menarik konsumen;

4) Kalimat slogan, dalam dalam menulis teks iklan harus terdapat kalimat slogan yang dimaksud kalimat slogan dalam teks iklan ialah, kalimat yang digunakan harus menarik mencolok agar mudah diingat oleh konsumen.<sup>37</sup>

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa menulis teks iklan adalah bentuk penyampaian pesan sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang atau jasa dalam bentuk informasi.

### **3. Pemanfaatan Iklan sebagai Media Pembelajaran**

Dalam penelitian ini, iklan produk kecantikan yang tayang di Youtube sebagai media pembelajaran berjenis audio visual sebagai contoh agar siswa dapat menulis iklan sesuai dengan tujuan pembelajaran.

#### **a. Pengertian Media Pembelajaran**

Media pembelajaran adalah alat bantu proses belajar mengajar. Media pembelajaran sarana fisik

---

<sup>37</sup>Ardianto, *Pengaruh Media Audio Visual dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII SMP Muhammadiyah 12 Makassar*, (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

untuk menyampaikan isi atau materi pembelajaran seperti buku, film, video, dan sebagainya. Sama halnya seperti Nasional Education Associaton yang mengungkapkan bahwa media pembelajaran adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun pandang-dengar termasuk teknologi perangkat keras.<sup>38</sup>

Proses pembelajaran merupakan proses komunikasi dan berlangsung dalam suatu sistem, maka media pembelajaran menempati posisi yang cukup penting sebagai salah satu komponen sistem pembelajaran. Tanpa media, komunikasi tidak akan terjadi dan proses pembelajaran sebagai proses komunikasi juga tidak akan bisa berlangsung secara optimal. Media pembelajaran adalah komponen integral dari sistem pembelajaran.

Pendapat di atas diketahui bahwa media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat

---

<sup>38</sup>Muhammat Rahman dan Sofan Amri, *Model Pembelajaran ARIAS Terintegratis* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2014), hal. 174



menyalurkan pesan, dapat merangsang fikiran, perasaan, dan kemauan peserta didik sehingga dapat mendorong terciptanya proses belajar pada diri peserta didik. Dikatakan media apabila segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan atau materi ajar dari guru kepada peserta didik, baik fisik maupun nonfisik.

#### b. Manfaat Media Pembelajaran

Media dari sumber belajar yang dipilih merupakan alat dan cara untuk memfasilitasi, mempermudah proses belajar siswa, serta membuat proses belajar menjadi lebih menyenangkan dan menarik bagi siswa. Media yang dibutuhkan dalam menyampaikan topik mata pelajaran, dapat memudahkan siswa belajar, serta menarik dan siswa dapat dengan mudah memahami pelajaran yang disampaikan oleh guru.

Fungsi utama media pembelajaran adalah sebagai alat bantu mengajar yang turut mempengaruhi iklim, kondisi, lingkungan belajar yang ditata dan diciptakan

oleh guru. Pemakaian media pembelajaran dalam proses belajar mengajar dapat membangkitkan keinginan dan minat yang baru, membangkitkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar, bahkan membawa pengaruh psikologis terhadap siswa. Penggunaan media pada tahap orientasi pembelajaran akan sangat membantu keefektifan proses pembelajaran dan penyampaian pesan dan isi pelajaran pada saat itu. Selain membangkitkan motivasi dan minat siswa, media pembelajaran juga dapat membantu siswa meningkatkan pemahaman, menyajikan data dengan menarik dan terpercaya, memudahkan penafsiran data, dan memadatkan informasi.<sup>39</sup>

Media secara umum memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

---

<sup>39</sup>Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hal. 37.

- 1) Memperjelas pesan agar tidak terlalu verbalistis, mengatasi keterbatasan ruang, waktu tenaga dan daya indra.
- 2) Menimbulkan gairah belajar, interaksi lebih langsung antara siswa dengan sumber belajar.
- 3) Memungkinkan siswa belajar mandiri sesuai dengan bakat dan kemampuan visual, auditor, dan kinestetiknya.
- 4) Memberi rangsangan yang sama, mempersamakan pengalaman dan menimbulkan persepsi yang sama.

Selain manfaat yang sudah dijelaskan di atas, media pembelajaran juga memiliki fungsi salah satunya yaitu untuk memotivasi minat dan tindakan, direalisasikan dengan teknik drama dan hiburan, serta menyajikan informasi, digunakan dalam rangka penyajian informasi dihadapan sekelompok siswa.

c. Media Audio Visual

Multimedia adalah media yang menggabungkan dua unsur atau lebih media yang terdiri dari teks, grafis,

gambar, foto, audio, video, dan animasi secara terintegrasi. Multimedia terdiri dari dua kategori, yaitu multimedia linear yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat dioperasikan dengan pengguna, contohnya: TV, laptop dan film; multimedia interaktif yang dilengkapi dengan alat pengontrol dan dapat dioperasikan oleh pengguna sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya, contohnya aplikasi *game* dan pembelajaran interaktif.<sup>40</sup>

Media audio visual adalah media intruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi), meliputi media yang dapat dilihat dan dapat didengar. Yang termasuk ke dalam media visual adalah:

- 1) Film dan video adalah salah satu jenis media audio visual yang mempunyai kelebihan, seperti: penerima

---

<sup>40</sup> Iif Khoiru Ahmadi, dkk, *Strategi Pembelajaran Terpadu* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2013), hal. 158.

pesan akan memperoleh tanggapan yang lebih jelas dan tidak mudah dilupakan; dapat menikmati kejadian dalam waktu yang lama pada proses peristiwa tertentu; dengan teknik slow-motion dapat mengikuti suatu gerakan yang berlangsung cepat; dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu; dapat membangun sikap, perbuatan dan membangkitkan emosi dan mengembangkan problema.

- 2) Televisi, komputer, dan laptop, spesifikasinya sebagai media instruksional edukatif serta implikasinya ke dalam pendidikan, antara lain: kenyataan yang ditayangkan konkret dan langsung; melalui indra penglihatan dan pendengaran. Televisi, komputer, dan laptop, dapat membawa kontak dengan peristiwa nyata dan langsung; memberikan tantangan untuk mengetahui lebih lanjut;

keseagaman komunikas; keterangan ringkas yang diprogramkan harus bersifat komprehensif.<sup>41</sup>

### C. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, yaitu sebagai berikut:

1. Ari Rahma Nur Fitriana, 2018. *Analisis Tindak Tutur Guru dan Siswa dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Atas*. BASASTRA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya Vol. 8 No. 1 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis: (1) jenis tindak tutur yang terdapat dalam percakapan guru dan siswa dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Karanganyar tahun ajaran 2017/2018, (2) faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur guru dan siswa dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMA Negeri 1 Karanganyar tahun ajaran 2017/2018. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan

---

<sup>41</sup>Ahmad Rohani, *Media Intruksional Edukatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hal. 97-98.

menggunakan pendekatan deskriptif. Mekanisme analisis interaktif pada dasarnya melibatkan tiga komponen analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data atau menarik kesimpulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur guru dan siswa dalam pembelajaran bahasa Indonesia yaitu faktor pembicara, faktor tujuan, faktor situasi, faktor konteks, faktor jalur, faktor media, dan faktor peristiwa.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut menganalisis tindak tutur guru dan siswa, sedangkan penelitian ini mencontohkan tindak tutur dalam iklan kosmetik untuk praktek menulis teks iklan.

2. Ardianto, 2020. *Pengaruh Media Audio Visual dalam Pembelajaran Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII SMP Muhammadiyah 12 Makasar*. Skripsi. Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Makasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media audio visual dalam pembelajaran menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMP Muhammadiyah 12 Makassar; untuk mengetahui hasil belajar siswa sebelum menggunakan media audio visual pada mata pelajaran Bahasa Indonesia menulis iklan di kelas VIII SMP Muhammadiyah 12 Makassar; dan untuk mengetahui hasil belajar siswa setelah menggunakan media audio visual pada siswa kelas VIII B SMP Muhammadiyah 12 Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil belajar sebelum menggunakan media audio visual menunjukkan rata-rata 61; kemudian rata-rata hasil belajar siswa setelah menggunakan media audio visual adalah 79 hal ini menunjukkan nilai peserta didik mengalami peningkatan nilai rata-rata sebesar 18; dan pengaruh penggunaan media audio visual sangat berpengaruh; Jika ditinjau dari persentase ketuntasan peserta didik dapat dikategorikan dalam “Sangat Efektif” jika dibandingkan dengan sebelum menggunakan media audio visual.



Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut mencari pengaruh media audio visual terhadap pembelajaran menulis teks iklan, sedangkan penelitian ini mencontohkan tindak tutur dalam iklan kosmetik untuk praktek menulis teks iklan.

3. Rani Ayu Wandira Dokainubun, 2015. *Peningkatan Kemampuan Menulis Iklan melalui Pendekatan Quantum Learning pada Siswa Kelas V SDN Menteng Atas 06 Pagi Setiabudi Jakarta Selatan*. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian Tindakan Kelas ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan menulis iklan pada siswa kelas V SDN melalui pendekatan quantum learning. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan quantum learning berpengaruh positif terhadap kemampuan menulis iklan pada siswa kelas V SDN dengan memberikan gambar-gambar untuk percepatan belajar dan membawa siswa dalam kondisi yang nyaman. Persentase kemampuan menulis iklan pada siswa pada siklus I mencapai 71,66%,

dan pada siklus II 85,66%. Hal tersebut meningkat karena persentase tindakan guru dan aktivitas siswa menggunakan pendekatan quantum learning pada siklus I 75% dan siklus II 95,85%. Dengan demikian penggunaan pendekatan quantum learning dapat meningkatkan kemampuan menulis iklan.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut mencari peningkatan menulis iklan dengan pendekatan *quantum learning*, sedangkan penelitian ini mencontohkan tindak tutur dalam iklan kosmetik untuk praktek menulis teks iklan.

4. Kukuh Ernawati, 2009. *Peningkatan Keterampilan Menulis Iklan melalui Teknik Pemodelan pada Siswa Kelas VII-D SMP 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara*. Skripsi.

Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang.

Rendahnya keterampilan menulis karangan persuasi berupa iklan pada siswa kelas VII-D SMP Negeri 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara disebabkan kurang tepatnya teknik pembelajaran yang digunakan. Penelitian

ini bertujuan mendeskripsikan peningkatan keterampilan menulis iklan dan mendeskripsikan bagaimana perubahan perilaku belajar siswa kelas VII-D SMP Negeri 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara. Subjek penelitian ini adalah keterampilan menulis iklan 30 siswa kelas VII-D SMP Negeri 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara. Penelitian dilakukan dalam dua siklus. Tiap-tiap siklus dilakukan dalam empat tahap. Pembelajaran yang diterapkan yaitu (1) siswa diberi penjelasan tentang pembelajaran yang akan dilakukan pada hari itu, (2) siswa belajar bersama, (3) siswa menyaksikan tayangan VCD dan teks iklan, dan (4) siswa praktik menulis iklan. Penggunaan teknik pemodelan menunjukkan adanya peningkatan hasil tes keterampilan menulis iklan siswa. Hasil rata-rata tes keterampilan menulis iklan siklus I adalah 76,33. Nilai tes tersebut meningkat sebesar 20,72% dari hasil prasiklus yang semula hanya 63,2. Pada siklus II hasil rata-rata tes keterampilan menulis iklan meningkat lagi sebesar 6,28% dari siklus I menjadi 81,13. Melalui penggunaan teknik pemodelan juga

terjadi perubahan perilaku siswa lebih antusias pada pembelajaran dan termotivasi. Siswa juga menjadi tidak malas untuk menulis iklan. Berdasarkan hasil refleksi pada pembelajaran siklus I, guru melakukan tindakan perbaikan berupa mengganti tayangan VCD, mengecek kembali peralatan untuk memutar VCD, dan mengubah posisi duduk siswa saat menyaksikan tayangan VCD. Berdasarkan perbaikan yang dilakukan pada siklus I siswa menjadi lebih serius dan antusias, sehingga memengaruhi hasil tes menulis iklan. Dengan demikian pembelajaran melalui teknik pemodelan dapat meningkatkan keterampilan menulis iklan serta dapat mengubah perilaku belajar siswa kelas VII-D SMP Negeri 2 Wanadadi Kabupaten Banjarnegara. Pembelajaran ini dapat dijadikan alternatif dalam pembelajaran menulis iklan.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut mencari peningkatan menulis teks iklan dengan teknik pemodelan, sedangkan penelitian

ini mencontohkan tindak tutur dalam iklan kosmetik untuk praktek menulis teks iklan.

5. Taufik, 2019. *Analisis Tindak Tutur Direktif pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di Kelas XI SMKN 1 Narmada*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan bentuk tindak tutur direktif guru bahasa Indonesia dan siswa kelas XI dalam pembelajaran di SMK Negeri 1 Narmada dan (2) mendeskripsikan bagaimana strategi tindak tutur guru bahasa Indonesia dan siswa kelas XI dalam pembelajaran di SMK Negeri 1 Narmada.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh menunjukkan bahwa bentuk tindak tutur direktif yang digunakan oleh guru bahasa Indonesia dan siswa pada kelas XI SMK Negeri 1 Narmada dalam proses pembelajaran berjumlah delapan bentuk tindak tutur direktif dan. Bentuk tindak tutur direktif yang

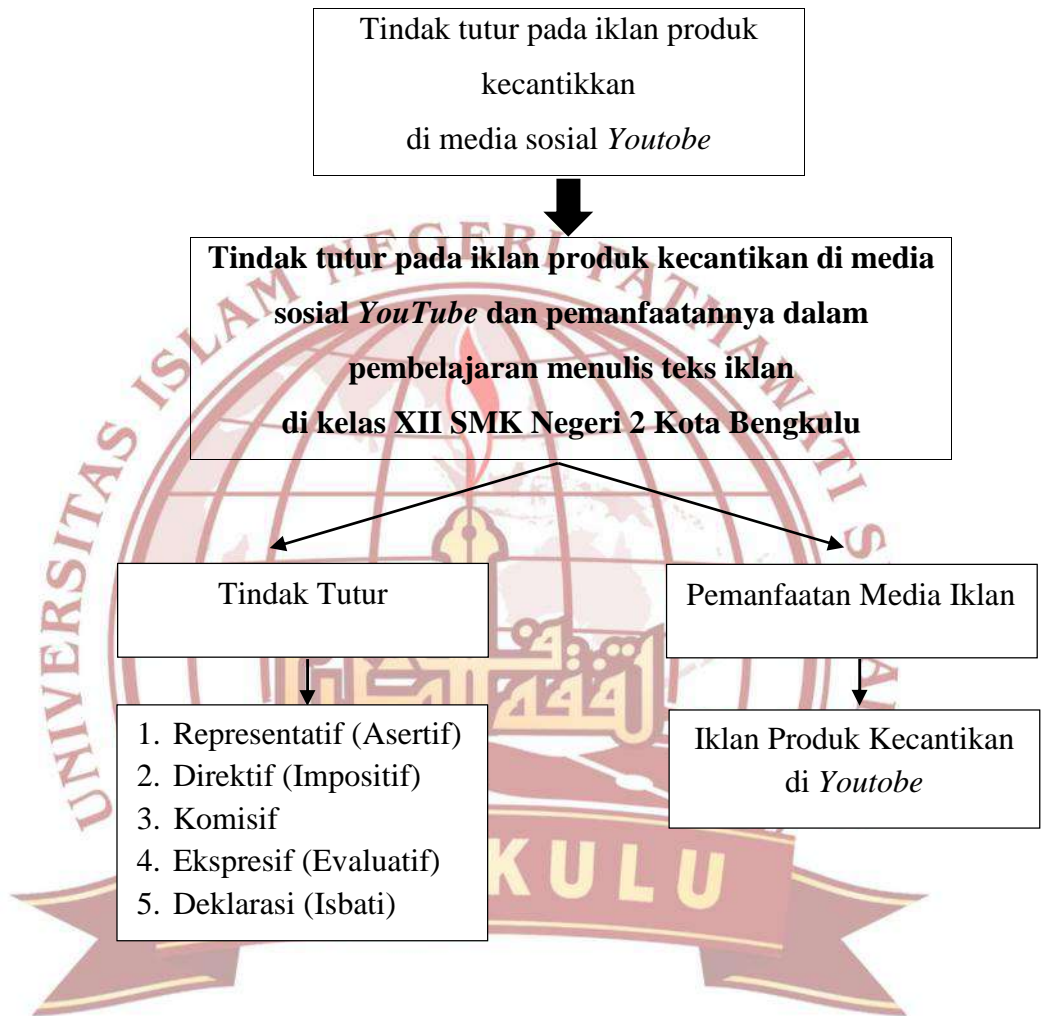
ditemukan peneliti ialah tindak tutur direktif menyuruh, tindak tutur direktif memerintah, tindak tutur direktif mengajak, tindak tutur direktif bertanya, tindak tutur direktif menyarankan, tindak tutur direktif melarang, tindak tutur direktif meminta dan tindak tutur direktif memberi ijin. Kedelapan bentuk tindak tutur direktif tersebut menghasilkan 18 bentuk tuturan direktif yang didapat oleh peneliti. Dari kedelapan bentuk tindak tutur direktif, tindak tutur direktif bertanya yang sering digunakan oleh guru bahasa Indonesia dalam proses pembelajaran, karena guru banyak memberikan perintah kepada siswanya untuk bertanya. Strategi yang digunakan dalam proses pembelajaran yaitu menggunakan strategi tindak tutur langsung dan strategi tindak tutur tidak langsung.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut fokus menganalisis tindak tutur direktif guru dan siswa, sedangkan penelitian ini

menganalisis lima macam tindak tutur dalam iklan kosmetik untuk praktek menulis teks iklan.

#### **D. Kerangka Berfikir**

Berdasarkan observasi awal ditemukan bahwa budaya menulis siswa kelas XII di SMK Negeri 2 Kota Bengkulu terdapat setengah dari jumlah siswa yang belum mampu serta terampil dalam menulis teks iklan. Berarti setengah dari siswa mengalami kesulitan dalam menulis iklan. Siswa yang belum terampil perlu mendapat perilaku yang tepat dan penanganan yang intensif dengan cara memberikan contoh iklan kecantikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia agar mereka dapat melakukan kegiatan menulis dengan baik dan sesuai dengan tingkat kemampuan menulis iklan.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**