

ANALISIS BAHASA IKLAN PADA MAJALAH KARTINI

Oleh: Sorta Hutahaean

Abstrak

Analisis Bahasa Iklan Pada Majalah Kartini (Advertisement at Kartini Magazine). Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan fungsi bahasa yang digunakan dalam iklan majalah Kartini. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Data diambil dari majalah Kartini. Sample diambil secara acak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi bahasa yang digunakan dalam iklan majalah Kartini tersebut adalah bahasa tulis tidak resmi. Variasi-variasi yang digunakan terlihat pada dialek dan sociolek. Fungsi bahasa yang digunakan pada iklan-iklan tersebut adalah informative, ekpressif, direktif, phatik, aesthetic, refensial, kontekstual, persuasive, dan argumentative. Pada umumnya bahasanya ekpressif dan diikuti oleh direktif.

Kata Kunci : Bahasa Iklan, Majalah Kartini

A. Pendahuluan

Media massa adalah salah satu wadah untuk mengekspresikan bahasa sebagai alat komunikasi. Seperti diketahui media cetak ada berbagai jenis seperti majalah, surat kabar, tabloid, dll, dimana kita dapat melihat adanya jalinan komunikasi antara penulis dan pembaca.

Majalah salah satu pilihan bahan bacaan baik itu majalah ilmiah dan populer dimana pembaca dapat menikmati hal-hal yang menarik perhatiannya. Penyajian didukung oleh visual yaitu gambar atau foto dan model agar lebih menarik. Konsumen juga dapat memilih berbagai jenis

majalah yang sesuai dengan jenis kelamin, umur yaitu majalah untuk pria dan wanita dewasa, remaja, dan anak-anak. Sehingga pembaca dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan atau kepribadian masing-masing.

Dari berbagai jenis majalah ada beberapa jenis majalah untuk wanita dewasa seperti, *Femina, Kartika, Kartini, Dewi, Lisa, Cosmopolitan*, dsbnya memuat berbagai hal yang berhubungan dan penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi khususnya dalam mengiklankan atau mengkomersilkan berbagai produk atau barang disamping mendukung wajah majalah atau tampilannya agar lebih bagus dan menarik.

Salah satu majalah yang menarik perhatian penulis adalah majalah 'Kartini'. Pada majalah ini penulis mengamati adanya berbagai jenis iklan yang mengkomersilkan berbagai produk yang berhubungan dengan kewanitaan dan rumahtangga seperti fasilitas dan alat kecantikan, peralatan rumahtangga, vitamin atau suplemen kesehatan dan obat, *fashion*, dsbnya.

Alasan pemilihan pada majalah 'Kartini', karena Kartini telah menyebar keseluruh wilayah Indonesia dan luar negeri sehingga mudah diperoleh konsumen. Majalah tersebut terbit sebanyak dua kali dalam satu bulan dan memuat berbagai iklan sehingga data dalam penelitian ini dapat mencukupi data yang dibutuhkan.

Dalam iklan produk tersebut yang diteliti adalah iklan fasilitas kecantikan untuk mengetahui fungsi-fungsi bahasa secara pragmatik dalam wacana. Adapun hal yang menarik dari segi kebahasaan adalah

kalimat-kalimat yang dipakai dalam mengiklankan berbagai produk tersebut dirangkai atau disusun dengan wacana yang menarik dan meyakinkan untuk menonjolkan kebaikan dan keunggulan produk. Unsur-unsur tersebut merupakan sebuah fenomena yang perlu dan dapat dikaji dari segi fungsi bahasa yang membuat bahasa lebih bermakna dan komunikatif.

Sejalan dengan masyarakat bahasa terdapat istilah sosiolinguistik yaitu kajian yang berhubungan dengan rincian bahasa dalam penggunaan yang sebenarnya.

Menurut Nababan beberapa masalah yang dikaji diatas sosiolinguistik adalah : “Menghubungkan faktor-faktor kebahasaan, ciri-ciri, dan ragam budaya. Disamping itu sosiolinguistik juga membahas, ciri-ciri, dan ragam bahasa dengan situasi serta faktor-faktor sosial budaya. Sosiolinguistik juga mengkaji fungsi-fungsi sosial dan penggunaan bahasa dalam masyarakat.”¹

B. Ragam Bahasa

Ragam bahasa yang digunakan dalam situasi informal atau situasi tidak resmi tidak terlalu memperhatikan kaidah-kaidah tata bahasa. Ragam bahasa itu disebut juga dengan ragam bahasa tidak baku.

Selanjutnya Sugono ragam dapat dibedakan atas tiga kriteria, yaitu (1) media yang digunakan, (2) latar belakang penutur, dan (3) pokok persoalan yang dibicarakan.²

¹ Nababan, PJW., *Sosiolinguistik : Suatu Pengantar*, Jakarta, 1984, hal 3

² Sugono, Dendy, *Berbahasa Indonesia yang Benar*, Jakarta, 1999, hal 10-15

Dari kriteria di atas dapat dibagi lagi menjadi beberapa macam yaitu: ragam bahasa daerah/dialek yaitu penggunaan bahasa yang berbeda-beda karena perbedaan daerah; ragam bahasa terpelajar yaitu ragam bahasa yang dituturkan oleh kelompok penutur berpendidikan, yang digunakan dalam dunia pendidikan, lembaga pemerintahan, media massa, ilmu dan teknologi ; ragam bahasa resmi atau tak resmi yaitu ragam bahasa yang ditentukan oleh sikap penuturnya. Ragam bahasa tulis adalah bahasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan tulisan dengan huruf sebagai unsur dasarnya.

Selanjutnya Wardaugh menyatakan bahwa ragam bahasa dapat dibagi berdasarkan usia pemakainya, jenis kelamin dan pekerjaan pemakainya, serta fungsi atau situasi kebahasaan yang dihadapi pemakainya.³

C. Pilihan Kata

Menurut Keraf pengertian yang tersirat dalam sebuah kata itu mengandung makna bahwa tiap kata mengungkapkan sebuah gagasan atau sebuah ide. Kata-kata adalah alat penyalur gagasan yang disampaikan kepada orang lain. Selanjutnya dinyatakan bahwa semakin banya kata yang dengan bahasa Inggris menyebabkan banyak kata diterima begitusaja dalam bentuk aslinya, seperti *close-up*, *all-round*, *knock-out*, dan lain-lain. Disamping itu, karena umum orang Indonesia menguasai paling tidak dua bahasa, yaitu bahasa ibu (daerah)

³Wardaugh, R. *An Introduction to Sociolinguistics*, New York, 1986, Hal 188

dan bahasa nasional (bahasa Indonesia), maka mereka dapat memakai kedua bahasa itu secara bergiliran tanpa menyebabkan dislokasi yang berarti atau kurang berarti secara struktural.⁴

Brown dan Yule menyatakan fungsi bahasa ada dua, yaitu:

- a. Fungsi transaksional untuk mengungkapkan 'isi'
- b. Fungsi interaksional untuk mengungkapkan hubungan sosial dan sikap-sikap pribadi.⁵

D. Fungsi Bahasa

Menurut Leech mengemukakan lima fungsi bahasa, yaitu:

- a. Fungsi informasi untuk memberikan informasi
- b. Fungsi ekspresif untuk menyatakan perasaan
- c. Fungsi direktif untuk mengarahkan tingkah laku atau sikap orang lain,
- d. Fungsi fatik untuk memelihara kesinambungan pembicaraan, dan
- e. Fungsi estetik untuk menyatakan keindahan.⁶

Sementara Dell Hymes dalam Fishman membedakan fungsi bahasa, yaitu :

- a. Fungsi ekspresif atau emotif untuk menyatakan perasaan
- b. Fungsi direktif atau konotatif atau pragmatik untuk megharapkan orang lain melakukan sesuatu
- c. Fungsi puitis untuk menyatakan keindahan
- d. Fungsi kontak untuk mengadakan hubungan dengan orang lain
- e. Fungsi metalinguistik untuk membicarakan tentang bahasa
- f. Fungsi referensial untuk menyatakan tentang sesuatu hal
- g. Fungsi kontekstual atau situasional untuk menggambarkan situasi, setting, dan waktu, hubungan personal.⁷

⁴ Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta, 1988, hal 188-190

⁵ Brown, Gillian and George Yule. *Discourse Analysis*, London, 1983, hal 1

⁶ Leech G. *Principles of Pragmatics*, London, 1983, hal 40

⁷ Fishman, J.A. *The Sociology of Language*, Massachusetts, 1972, hal

Fungsi bahasa komunikatif oleh Wilkins dalam Tarigan menyatakan:

- a. Modalitas (pengekspresian kepastian, keperluan dan pendirian)
- b. Disiplin dan evaluasi moral (pengekspresian kesetujuan dan ketidaksetujuan)
- c. Suasana/bujukan (meyakinkan, menganjurkan, mendorong)
- d. Argumen (menjelaskan, menerangkan, memperdebatkan, menentang, menegaskan)
- e. Inkuiri dan eksposisi rasional (mengekspresikan implikasi-implikasi, memberikan contoh, membatasi)
- f. Emosi-emosi personal (mengekspresikan kesenangan, keheranan, kekagetan, kejengkelan)
- g. Relasi-relasi emosional (menyapa, mengekspresikan rasa syukur dan terimakasih)
- h. Relasi-relasi interpersonal (mengekspresikan tingkat formalitas dan keramahtamahan)

Dari pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan jenis fungsi bahasa yang dapat diaplikasikan pada penelitian ini adalah: (1) fungsi informasi, (2) fungsi ekspresif/emotif meliputi (inkuiri, eksposisi rasional, emosi-emosi personal, relasi-relasi emotional, dan relasi interpersonal), (3) fungsi direktif, (4) fungsi fatik, (5) fungsi estetik/puitis, (6) fungsi referential, (7) fungsi kontekstual/situasional, (8) fungsi modalitas, (9) fungsi suasana/bujukan, dan (10) fungsi argumen.⁸

E. Analisis Bahasa Iklan

Pada bagian ini akan dideskripsikan data yang telah diperoleh. Pendeskripsian ini meliputi (1) Analisis ragam bahasa berdasarkan pilihan katanya, (2) Fungsi bahasa yang terdapat dalam iklan.

⁸ Tarigan, Djago, *Pengajaran Pragmatik Bandung*, 1996, hal 63-64

Jenis iklan yang dianalisis adalah fasilitas kecantikan untuk wajah, tubuh dan rambut.

1. Ragam Bahasa pada Iklan

Secara umum ragam bahasa yang digunakan dalam iklan kecantikan adalah informal. Ragam bahasa Informal adalah:

Ragam bahasa tidak baku terdapat unsur-unsur daerah. Bahasa yang digunakan sesuai dengan wilayah atau kelompok anggota masyarakat dari wilayah tertentu yaitu ragam bahasa dialek. Dialek dapat dilihat pada kalimat:

- a. Kata Indra sih, kulitku yang tambah putih bersinar bikin dia kangen terus sama aku, jadi nggak tahan kalau berantem lama-lama. Pasti karena Pond's White Beauty....
- b. Dipakai semakin sering, jadi lembab deh kulit yang kering.
- c. Si kecil termasuk salah satunya? Si 'Ogah makan' Biasanya malas makan karena berbagai alasan

Pilihan kata yang digunakan berikutnya adalah kata-kata asing atau Bahasa Inggris yaitu ragam bahasa yang digunakan oleh sekelompok anggota masyarakat dari golongan sosial tertentu atau sosiolek. Penggunaan kata-kata dalam Bahasa Inggris tersebut hanya akan dipahami oleh sebagian pembaca seperti pada kalimat:

- a. Wanita mana sih yang tidak ingin tetap sehat dan tampil menarik luar dalam di usia 40-an? Dengan Nutrafor Balance, life surely begins at 40! (Balance-Nutrafor)
- b. Noda...? No Way! Wajah tampak putih dan bersih (Skin Bleaching Cream-Melanox)

c. Kalau demam Proris please ! (Proris- Forte)

Secara fungsiolek yaitu ragam bahasa sesuai dengan pokok persoalan dapat dilihat dapat dilihat pada terminologi produk iklan itu sendiri , seperti pada kalimat:

- a. Fanbo Gold & Fanbo Gold Deluxe Compact Powder mengandung: Corn Starch ; membantu menyerap kelebihan minyak di kulit wajah sehingga membuat tata rias Anda lebih tahan lama. Zinc Oxide: membantu melindungi kulit Anda dari radikal bebas.(Two Way Cake-Fanbo)
- b. Mengandung 3 komponen penting pertumbuhan Kalsium, Fosfor dan Vitamin D, serta multivitamin lengkap A, B1, B2, B6, B12, C yang dibutuhkan si kecil....(Cavital-Pharos)
- c. Nivea body UV Protection dengan perlindungan ganda Alpha Flavon dan UV Filters, menetralkan radikal bebas dan melindungi kulit dari sinar UV. Hari-hariku jadi begitu menyenangkan. (Protection Lotion-Nivea)

2. Fungsi Bahasa pada Iklan

Penganalisisan fungsi bahasa ini difokuskan pada fungsi-fungsi bahasa yang muncul pada setiap kelompok ide dalam setiap wacana iklan. Analisis ini diarahkan pada maksud suatu tulisan yang disampaikan. Fungsi-fungsi bahasa tersebut adalah:

Pemutih/Pelembab wajah

1. Fungsi Informasi
 - a. Dengan kandungan alami purified Licorice kulit lebih cerah dalam 1 minggu. (Skin Whitening-Godiva)
2. Fungsi Ekspresif
 - a. Dulu kita dibilang kopi tubruk, sekarang kopi susu. Setelah 6 minggu pakai Pond's White Beauty Moisturiser, kulitku jadi

- lebih putih daripada Carlo. (Kebayang nggak kalo tiba-tiba kita jadi susu murni...) (White Beauty-Pond's)
- b. Kutemukan rahasia tampil keren dalam waktu 3 minggu. Skin white Whitening Face Cream memutihkan kulit wajahku hanya dalam waktu 3 minggu. Kini kulit wajahku lebih putih berseri. Tampil keren dengan SkinWhite Whitening Face Creamn (Skin White-PT.Splash Indonesia)
3. Fungsi Direktif
 - a. Jangan biarkan noda hitam hapus paras cantikmu.Hati-hati ! Sengatan matahari dan bekas jerawat dapat menyebabkan noda hitam di wajah. Melanox dengan zat aktif hydroquirinone 2 % secara bertahap mampu menghapus noda hitam. (Skin Bleaching Cream-Melanox)
 - b. Langkah awal melindungi wajah dari kekeringan. Polusi dan udara tropis yang panas, bisa menyebabkan kulit wajah kehilangan kelembabannya. Sebelum terlambat, gunakan Viva Pelembab. (Pelembab Wajah - Viva)
 4. Fungsi Modalitas
 - a. Krim pemijat, dengan tekstur sangat lembut. Butirannya langsung berubah menjadi zat cair yang meresap ke dalam lapisan kulit. Melembabkan dan mencerahkan serta memutihkan rona wajah seketika. (Clear White-Ultima II)
 - b. Dengan Triple Action Formula, kulit tampak lebih putih muda berseri dalam 4 minggu. Hasil uji coba Radiant Whitening Essence dari White'N' Clear memberikan bukti nyata... (Biokos-Martha Tilaar)
 - c. White Perfect, jawaban bagi Anda yang membutuhkan perawatan kulit dengan hasil 'lebih' (Deep Whitening Mask-L'Oreal)
 5. Fungsi Kontekstual/Situasional
 - a. "Aku datang memenuhi panggilan-Mu" Nivea Crème penuh kelembutan, menjaga kelembaban dan kehalusan kulit Anda selama perjalanan ke Tanah Suci. Semoga menjadi Haji yang Mabruur. (Nivea Creme)

Bedak

1. Fungsi Ekspresif
 - a. Apa yang tersembunyi di balik kelembutan bedak dwiguna SPF 15 Sariayu. Wow...ada liontin berlian.... ! (Bedak Dwiguna SPF 15-Sariayu)
2. Fungsi Kontekstual/Situasional
 - a. Wardah kosmetika suci dan aman. Cantik lahir batin. Selamat menunaikan Ibadah Haji. Paket Haji Wardah mendampingi ketenangan beribadah Anda dan orang terdekat. (Wardah)
3. Fungsi Argumen
 - a. Fanbo cantik lebih mempesona. Untuk kecantikan wajah kepercayaan hanya padanya... Fanbo Gold & Fanbo Deluxe Compact Powder. (Compact Powder-Fanbo)
4. Fungsi Modalitas
 - a. Rivera Two Way Cake UV White kombinasi tepat untuk langkah aktif Anda (Two Way Cake-Rivera)

Lipstik

1. Fungsi Ekspresif
 - a. Jadilah salah satu wanita dengan bibir indah penuh pesona. (Lipstik-L'Oreal)
2. Fungsi Estetik atau Puitis
 - a. Hasil akhir dari tekstur yang lembut membangkitkan suatu hasrat yang membara. Warna-warnanya kaya bagai kilau bulan purnama hingga sepekat gelap malam, lalu efek yang ditampilkan adalah suatu kesan keindahan yang mahadewi. (Lipstik- Revlon)

Hand Body

1. Fungsi Direktif
 - a. Gunakan setiap kali sehabis mandi agar kulit halus, lembut dan harum sepanjang hari. (Hand & Body Lotion Avocado-Viva)
2. Fungsi Ekspresif
 - a. Rasakan sentuhan perawatan kulit nan alami...Green Tea. Perawatan alami, pencegah penuaan dini (Green Tea Body Lotion-Revlon)
 - b. Dipakai semakin sering jadi lembab deh kulit yang kering ! (Hand & Body Lotion Avocado- Viva)

3. Fungsi Estetik
 - a. Lewati hari dengan kelembutan dan aromanya... Ada putih di tiap warna harimu (White aromatic-Sariayu)
4. Fungsi Modalitas
 - a. Agar kulit tampak lebih putih, gunakan Bengkoang Whitening Hand and Body Lotion dari Mustika Ratu... Kehalusan kulit pun senantiasa terawat sempurna. Usapkan merata keseluruhan tubuh, kulit pun tampak lebih putih, lembab dan segar alami tanpa efek samping. (Bengkoang Whitening-Sariayu)
5. Fungsi Suasi
 - a. Kubayang kan, halusnya kulit mulus Viva ! Viva Hand & Body Lotion, kaya akan bahan alami yang menjaga kelembaban, kelembutan dan kehalusan kulitmu. Makanya, rawat kulit tubuhmu dengan salah satu dari beragam pilihan lotion yang sesuai dengan jenis kulitmu. Terasa deh bedanya ! (Hand & Body Lotion Bengkuang- Viva).

Pembersih Wajah

1. Fungsi Informasi
 - a. Khasiat alami untuk wajah putih berseri. Pembersih dan penyegar Viva dengan ekstrak bengkuang dan Sun Flower merawat dan mempertahankan elastisitas kulit sekaligus membuat wajah tampak lebih putih. (Milk Cleanser & Face Tonic Bengkuang- Viva)
2. Fungsi Direktif
 - a. Pilihan wanita untuk kesehatan kulit wajahnya (Ceansing and Face Tonic-Rivera)
 - b. Make Up boleh minimal tapi perawatan harus minimal. Gunakan Pembersih dan penyegar Viva cara maksimal agar wajah bersih, sehat dan terawat. (Milk Cleanser & Face Tonic-Viva)

Sampo

1. Fungsi Direktif
 - a. Berikan rambutmu paduan kekuatan ginseng dan kelembutan telur. Rambut yang kering dan rusak biasanya terasa kasar, mudah bercabang dan bahkan mudah patah, jadi tidak bisa tumbuh panjang. (Nutrient Shampoo-Sunsilk)

- b. Kawasan rambut kering... cuci rambut dengan Shampoo Wortel dengan kandungan ekstrak wortel yang dapat mencegah rambut kering dan bercabang. Kemudian bilas hingga bersih. (Shampoo Wortel-Sariayu)
- 2. Fungsi Ekspresif
 - a. Wanita Indonesia tahu apa yang terbaik bagi mereka, dan kami bangga menjadi salah satunya. Terbukti dalam 2 bulan saja. Pantene Perawatan Rambut Rontok telah terjual lebih dari 1,7 juta botol di Indonesia. Terimakasih atas antusias Anda terhadap produk ini.... (Pantene Pro-v)- Iga)
 - b. Gratis ! Ciuman sayang di kening dari Pacar. (Sunsilk Black-Unilever)
 - c. Emeron Shampoo baru dengan Triplecare. Bikin rambut lebih sehat, jauh lebih lembut, nggak gampang kusut, enteng banget ! Rasain aja bedanya ! hati-hati !Kamu bakalan ngga bisa liat kaca nganggur, deh. (Emeron Shampoo-Lion)
- 3. Fungsi Fatik
 - a. Rambutmu bercabang?...patah-patah?...kering dan kasar? Berikan rambutmu paduan kekuatan ginseng dan kelembutan telur. (Sunsilk Nutrient Shampoo-Unilever)
 - b. Rambut Anda rontok ? berketombe, kulit kepala gatal, kepala panas dan berminyak, bahkan gejala kebotakan ? Kembalikan keindahan mahkota Anda. (Natur)

Creambath

- 1. Fungsi Suasi
 - a. Begitu mudah, begitu memanjakan rambut anda. BQ4 Hairbath dengan bioekstrak bekerja hanya dalam waktu 3 menit, merawat rambut secara efisien tanpa memerlukan steamer atau handuk panas.... Rambut anda tetap terawat, tanpa menyita jadwal kesibukan anda. (Hairbath-BQ4)
- 2. Fungsi Ekspresif
 - a. Temukan Nuansa fantastis hanya untuk Anda dan mahkota Anda.(Creambath SPA-Good)

Pewarna Rambut

1. Fungsi Informasi
 - a. Koleston Decore baru dengan ekstrak Almond. Keseimbangan ideal pewarnaan dan perawatan. Koleston Decore, dengan formula yang disempurnakan, pilihan tepat untuk mewarnai rambut Anda. Koleston Decore memberikan paduan keseimbangan ideal kilau warna yang lebih tahan lama dan kelembutan yang bisa Anda rasakan. Rahasiannya ada pada sistem perawatan khusus dan perawatan ekstrak almondnya. (Color Cream-Wella)
2. Fungsi Direktif
 - a. Anda pun dapat memakai Excellence Crème untuk menutupi rambut putih. Dan dapatkan rambut indah sekaligus. Warnai rambut Anda dengan perlindungan Ekstra ! (Excellence Crème-L'Oreal)
3. Fungsi Fatik
 - a. Obsesi Favoritku ? Warna merah yang tak pernah pudar. Berani ekspresikan diri Anda - dengan Koleston Decore Red Special... (Volcano Red-Wella)

Hair Tonic

4. Fungsi Ekspresif
 - a. Bingung apakah Anda atau rambut Anda yang lebih dicintainya? Dengan rambut yang kuat dan sehat, siapapun pasti jatuh cinta. Senangnya punya sahabat yang mengerti dan membuat rambut anda menjadi kuat, sehat dan bertahan lama seperti kebersamaan ini. (Neril-Garnier)

Sabun

1. Fungsi Informasi
 - a. Untuk lembutnya kulit sehat, sehat, terlindungi dari kuman. kulit halus dan lembut (Nuvo)
2. Fungsi Suasi/Bujukan
 - a. Oilum memang diciptakan khusus untuk meremajakan kulit Anda dari ancaman kering dan berkerut. (Soap/Sabun-Oilum)
3. Fungsi Direktif
 - a. Sabun bening anti bakteri. Bandingkan Medi Plus dengan sabun kesehatan biasa. (MediPlus)s

4. Fungsi Estetik
 - a. Lux Nutrition Boost baru Sunflower cream dan vitaminnya memancarkan kulit indah berseri. Pancarkan pesona bintang dalam dirimu (Lux-Unilever)
5. Fungsi Modalitas
 - a. Hanya formula Dove dengan kandungan ¼ moisturizing cream yang mempunyai PH seimbang, sehingga tidak membuat kulit kering seperti sabun (Dove-Germany)

Fungsi-fungsi bahasa yang dipergunakan pada iklan pilihan majalah Kartini dalam mempromosikan produk adalah fungsi informasi, ekspresif, fungsi direktif, fungsi fatik, fungsi estetik, fungsi referensial, fungsi kontekstual, fungsi modalitas, fungsi suasi, dan fungsi argumen, yang merupakan fungsi yang sesuai dengan fungsi-fungsi bahasa yang dikemukakan oleh para ahli bahasa.

Selanjutnya fungsi bahasa yang paling banyak digunakan adalah Fungsi bahasa ekspresif diikuti dengan fungsi direktif. Fungsi Ekspresif lebih menarik perhatian konsumen karena bahasa yang digunakan bisa mencakup emosi atau perasaan konsumen. Sehingga diharapkan produk yang diiklankan dapat lebih banyak terjual di pasaran. Bahasa yang digunakan pada Fungsi Direktif juga menarik perhatian pembaca karena berupa arahan untuk suatu perubahan yang lebih baik setelah menggunakan produk yang diiklankan.

Daftar Fustaka

- Brown, Gillian and George Yule. 1983. *Discourse Analysis*. London: Cambridge Univ. Press.
- Fishman, J.A. 1972. *The Sociology of Language*. Masseurhusses: Newburry House Publishers.
- Keraf, Gorys. 1988. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Leech, G. 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman
- Nababan, PIW. 1984. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugono, Dendy. 1997. *Berbahasa Indonesia Dengan Benar*. Jakarta: Puspa Swara.
- Tarigan, Djago. 1990. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Wardough, R. 1986. *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Basil Blackwell Ltd.