

**ANALISIS WACANA KRITIS
TERHADAP PERSAINGAN IKLAN SELULER
Studi Kasus Iklan XL versus AS**

Ahyad

*Fakultas Komunikasi Universitas Gunadarma
ahyad@staff.gunadarma.ac.id*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mencari makna teks dan konteks dalam media televisi terhadap kondisi sosial. Dalam iklan muncul kode-kode komunikasi yang membentuk suatu tanda yang dapat dimaknai. Iklan produk seluler menghadirkan persaingan yang sangat ketat terutama pada provider XL dengan Telkomsel. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis. Hasil penelitian menemukan bahwa bentuk pilihan kata, kohesi dan koherensi serta unsur gramatikal yang muncul dalam wacana iklan operator seluler (XL vs AS) adalah termasuk ragam tak baku. Bahasa iklan meniru dari kompetitor.

Kata Kunci: *wacana kritis, iklan, makna*

PENDAHULUAN

Kekuatan utama sebuah iklan terletak pada bahasa, gambar, serta penggarapan kreatif tata letak. Setiap pengiklan menginginkan agar produk yang dipromosikan laku sebab efek langsung dan cepat terhadap penjualan menjadi salah satu ukuran keberhasilan iklan. Dalam produksi iklan, bahasa dan gambar atau ilustrasi harus digarap secara cermat karena iklan berperan penting dan sangat mempengaruhi proses pemasaran dan hasil penjualan. Kunci kesuksesan sebuah iklan terletak pada kreativitas orang-orang yang terlibat dalam proses pembuatannya.

Berbagai jenis layanan operator seluler telah hadir di Indonesia dan dipromosikan lewat televisi karena lebih praktis. Diharapkan masyarakat menggunakan jasa operator yang telah mereka tawarkan. Beragam keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan operator seluler disampaikan melalui bahasa yang memikat yang dimanfaatkan oleh perusahaan operator seluler untuk menjaring konsumen.

Sebagai bagian dari pengungkapan ide, Iklan operator seluler harus memiliki kesatuan atau keutuhan wacana atau tulisan yang dapat mencerminkan ide atau permasalahan yang ingin diungkapkan oleh penulis sehingga informasi yang ingin diungkapkan oleh kreator iklan dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat dari pelbagai latar belakang.

Di Indonesia muncul provider-provider baru yang bersaing memperebutkan pasar konsumen iklan. Dewasa ini persaingan ketat terjadi antara provider seluler XL dengan Telkomsel dengan kartu AS-nya. Persaingan itu terlihat jelas dari iklan yang ditawarkan.

Suatu wacana dituntut memiliki keutuhan struktur yang dibangun oleh komponen-komponen yang terjalin di dalam suatu organisasi kewacanaan. Kohesi dan koherensi merupakan bagian mutlak yang harus ada di dalam suatu tulisan karena mencerminkan isi dari tulisan yang akan di baca oleh pembaca. Kohesi dan koherensi membuat tulisan bermakna dan memiliki ide atau informasi yang disampaikan kepada pembaca. Selain kohesi dan koherensi, suatu tulisan