

Pemilihan kata dalam iklan berdasarkan jenis kelamin

Pattinasarany, M. Sally H.L., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76803&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang

Bahasa dapat dibedakan atas berbagai laras. Salah satu di antaranya adalah laras iklan. Laras iklan berbeda dari jenis laras yang lain. Hal ini disebabkan oleh tujuan pengiklanan suatu produk, yaitu menarik minat orang untuk membeli produk yang diiklankan. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam suatu iklan harus dapat membangkitkan minat orang untuk memperhatikan iklan tersebut dan pada akhirnya membeli produk yang ditawarkan.

Menurut O'Neill (1980:283), bahasa iklan mempunyai suatu tujuan tertentu. Oleh karenanya, bahasa iklan umumnya merupakan bahasa yang kaya akan kata-kata maupun ungkapan-ungkapan menawan yang dimaksudkan untuk menarik perhatian seseorang. Selain itu, bahasa iklan berusaha untuk melibatkan emosi seorang pembeli dan mempengaruhinya untuk membeli produk yang ditawarkan iklan tersebut.

Melihat jenis kelamin khalayak sasarannya, iklan dapat dibedakan atas tiga kelompok, yaitu iklan yang ditujukan kepada kaum wanita, pria, dan iklan yang ditujukan baik kepada wanita maupun pria.

Pesan sebuah iklan ditampilkan melalui kata-kata dan gambar. Hanya dengan melihat gambar sebuah iklan, dengan mudah seorang pembaca dapat mengetahui iklan tersebut ditujukan kepada siapa: kepada seorang wanita, pria, atau kepada keduanya.

Akan tetapi, apakah dengan membaca kata-kata dan ungkapan-ungkapan yang digunakan dalam sebuah iklan, kita dapat mengetahui iklan tersebut ditujukan kepada siapa? Jika kita melihat iklan komputer, misalnya, yang hanya bergambarkan sebuah komputer atau iklan sebuah lemari pendingin, apakah kita akan segera mengetahui, iklan itu ditujukan kepada wanita atau pria? Jadi, dalam hal ini pemilihan kata tetap memegang peranan penting untuk menentukan sebuah iklan ditujukan kepada siapa.