

Pembahasan Hasil Kajian Unsur Lingual dan Media promosi PKL

Pembahasan terhadap kajian data berdasarkan penggabungan hasil pengecekan di lapangan dengan hasil review dari advisor Bahasa, dan dipaparkan dalam menambahkan paparan unsur lingual : Intra dan ekstra lingual terhadap data yang telah dikelompokkan dengan menitikberatkan pada gaya bahasa persuasif berupa kata-kata, frase atau model tulisan “nyeleneh” atau antimainstream dan daya tarik visual latar belakang tulisan (*background support*) pada banner, seperti dijelaskan berupa list pada tabel berikut.

Berdasarkan data kajian unsur bahasa persuasif yang ditemukan di lapangan:

Tabel 5.2.1. Data Kajian Unsur Lingual & Media Ads

No	Media	Data	Konteks	Unsur linguistika	Daya Bahasa & Nilai rasa	Kesesuaian Bahasa		Ket.
						Isi Pesan	Makna	
1	Hangi ng banner		“PISCO K MELLE R” mengandung tulisan berwarna dengan gambar pisang	Intralingual: Kata siangkatan “PisCok” = pisang Coklat	Informatif & Persuasif	Silahkan menikmati makanan ringan pisang goreng rasa coklat	Sangat membuat “meller” jika belum mencoba akan meneteskan air liur dan ketagihan	
2	spanduk		“nasi Campur” dalam spanduk digunakan kalimat “Jangan lupa sarapan supaya kuat menghadapi cobaan”	Ekstra lingual	deskriptif & persuasif	Sebaiknya membeli makan utk sarapan sebeum beraktifitas	Anjuran membeli sarapan supaya tidak mudah sakit	
3	spanduk		“MenDoan's” menggunakan simbol huruf “M” seperti di Brand	Intralingual: “Mendoan” dari Bahasa daerah yang arti Tempe goreng dibumbu tepung, seperti	Interaktif symbol “M”	Menu cemilan lokal yang unik	Simbol tidak kalah menarik dengan brand “McD” jadi rasanya pun tidak kalah	

			McD, namun diikuti tulisan “endoan” menjadi kata “M- endoan’s ”	cemilang riangan yg digoreng”			enaknya untuk dicoba.	
4	Hangi ng banne r		“Kebab- blasan” pada tulisan “Kebab” kemudia n ditambah kan akhiran kata “- blasan”	Intralingual: Produk yang dijual adalah makan “kebab” namun diplesetkan menjadi kata Bahasa lokal Jawa “Kebablasan” yang artinya “terlanjur”	interaktif	Menu makanan “Kebab”	Anjuran untuk membeli, sehingga setelah membeli akan terlanjur keenakan dan keterusan makan.	
5	x- banne r		Simbol huruf “Mc Danal” menunju kan symbol kata brand junk food McD (Mc’Don ald), namun huruf “D” dilengka pi dengan kata “Danal”	Extra lingual “Mc Danal” mempromosi kan dagangan berupa makanan (nasi goreng & mie goreng serta sejenisnya)	Promotif & persuasif	Keunikan kata dg symbol “Mc” menjadi keunikan bagi PKL untuk membuat calon pembeli gelid an tersenyum saat membaca	Menarik minat calon pembeli mencoba membeli setelah senang membaca dan melihat keunikan kata “Mc Danal”.	
6	Hangi ng banne r		Divisi Ayam Goreng “Mc Dono”	Intra lingual: penggunaan istilah “Mc Dono” → Dono adalah nama pedagang (PKL)	Komunikat if & promotif	Memperke nalkan nama PKL dalam produk dagangan yang dijual “Mc Dono”	Diharapkan calon pembeli mudah mengingat dan mengenal menu yang dijual dan mengingat nama “Dono”	

7	Hangi ng sticker		KFC refers to “Kriuuuk nya Fried Chicken”	Intralingual: Penggunaan brand KFC internasional dikutip danrubah kepanjangnn ya sesuai ciri kas produk dagangan pkl	Promotif & persuasif	Keunikan kata dg symbol “KFC” menjadi keunikan bagi PKL untuk membuat calom pembeli geli d an tersenyum saat membaca kepanjanga nnya	Diharapkan calon pembeli meningat selalu menu daganga ayam goreng yang krispi dan kriuk bunyinya saat di makan	
8	Hangi ng spand uk		SOS refers to Shusi Ontime Street	Intralingual: penawaran produk “shusi”meng gunakan juga jasa delivery “ontime”. Penggunaan kata “street” menggunak an makna pedagang jalanan atau kaki lima.	komunikati f	Kata “ontime” membawa pesan tersendiri bagi PKL dan calon pembeli bahwa pesanan bisa tepat waktu	Calon pembeli bisa tertarik dengan tawaran delivery online yang bisa ontime.	
9	Post Banne r		MR SNOW-SNOW ICE	Ekstralingual : “snow” berarti salju; “Mr” = tuan atau Raja. “Mr Snow Ice berarti Raja es salju. Dengan es serut dan topping yang putih menjulang menyerupai salju.	Promotif/p ersuasif	Membawa pesan “Mr Snow ice” merupakan Raja es berbentuk salju yang paling hebat, dan produk yang tiada duanya	Calon pembeli diharapkan tertarik dan mengetahui bahwa satu-satunya Raja es yang mirip salju layak untuk dicoba	
10	Post Banne r		My Little Girl	Ekstralingual : Logo gadis kecil ala korea sebaga julukan pada produk dagangan berupa softdrink	Persuasive & interaktif	Menunjukk an pesan tersendiri dalam tampilan logo gaya gadis imut yang manis & lucu	Bermakna untuk menjadikan calon pembeli gemas dengan tampilan minuman	

				dengan berbagai rasa.		yang menandakan produk minuman yang menggemaskan	yang imut, sehingga ingin membeli dagangannya	
11	Hangi ng spanduk		JUICE KIDDING	Extra & Intra lingual: penggunaan mixing language "Juice Kidding" yang dianggap lucu/unik dg menyerupai pengucapan "just"	Promotif & kreatif	Pesan mixing language kata "juice" menunjukkan produk minuman jus yang di-blend, ditambahkan kata "kidding" sebagai penekan pengucapan "jus"	Supaya calon pembeli mudah mengingat dg plesetan mixing language "juice kidding" dan selalu tersenyum senang.	
12	Hangi ng banner & sticker		BACO; ("Bakso Cocol")	Intra lingual: "BACOL" singkatan dari "Bakso Cocol". Kataocol berasal dari kata "colek". Cara memakan bakso dengan dicocol saus sambal	informatif	Pesan penggunaan "BACOL" dianggap memiliki kata yang unik, singkat & parktis diucapkan	Calon pembeli diharapkan mudah mengingat menu baksoocol, cukup dengan 1 kata BACOL.	
13	Hangi ng spanduk		LONTE ("Lontong Sate")	Intra lingual: LONTE singkatan dari kata "Lontong Sate" terkesan bermakna antimainstream	Promotif	Penggunaan singkata kata "LONTE" dianggap unik dan praktis 1 kata diucapkan	Bermaksud memudahkan calon pembeli mengingat nama gerobak PKL dengan mudah	
14	Sticker		Gerobak Naruto	Ekstra lingual: Menggunakan nama tokoh kartun "Naruto" pada gerobak dagangan	Informatif & persuasif	Penggunaan nama "Naruto" tokoh kartun menunjukkan ciri khas pedagang yang	Menunjukkan kesan unik bagi calon pembeli, sehingga membuat calon pembeli	

						berpenampilan ala tokoh kartun dg ikat kepala seperti naruto	tersenyum bahagia atas keunikan tampilan PKL	
15	Sanduk		CENDOL "More Than Just Cendol, It's Liquid Engineering"	Intra lingual: penggunaan moto berbahasa inggris pada spanduk,	Informatif & persuasif	Menimbulkan kesan tampil beda dan uptodate dengan berbahasa inggris	Diharapkan calon pembeli tertarik dengan kalimat moto berbahasa inggris yang lebih uptodate.	
16	Permanentspanduk		"Es Kepal" + logi & moto "viral"	Ekstra lingual: "Es Kepal" dengan mengutip logo brand jamu kuat berjenggot dan menambahkan kata "viral"		penyampaian pesan "brand tersohor dengan logo berjenggot" dan menegaskan bahwa produk sedang viral di media	Penegasan kata "viral" & logo berjenggot bermaksud utk meyakinkan calon pembeli tentang produk yang dijual sedang trend	
17	XY Banner		OPPAI Yakitori Sate Jepang. dilengkapi akun medsos, telp, dan Website.	Intra lingual: OPPAI Yakitori Sate Jepang, dilengkapi alamat lengkap dengan tulisan "Parkiran mobil..dst.	Informatif, promotif	Menyampaikan pesan produk sate khas Jepang, mudah diakses dengan akun medsos % alamat.	Menunjukkan ciri khas produk kepada calon pembeli, dengan lokasi & access akun medsos spy mudah order.	
18	Hangi banner		Es kelapa Muda Kadang Tua	Ekstra lingual: penggunaan kalimat yang sederhana	Informatif	Menyampaikan pesan produk dagangan es kelapa muda, namun terkadang tidak muda	Menginformasikan kejujuran kepada calon pembeli bahwa es kelapa muda yang dijual terkadang tua, supaya	

							pembeli tidak kecewa.	
19	Permanen media		Bakso Babi 100% Haram	Extra & intra lingual: Mixing language dengan daya sindiran bagi calon pembeli yang tidak bisa memakan daging Babi	Informatif	Menegaskan jenis produk yang dijual murni terbuat dari daging Babi	Diharapkan calon pembeli tidak bertanya bahan produk yg dijual	
20			NASI CAMPUR	Intra lingual: penggunaan kalimat marketing "Diskon 5% bawa pacar, 10% bawa istri, Gratis bawa istri & pacar"	Promotif & persuasif	Menawarkan diskon harga atas produk yang ditawarkan	Diharapkan calon pembeli tertarik dengan adanya diskon	
21	Hangin banner		"Mie Skin" (bergambar mie di mangkuk berwarna merah)	Intra & ekstra lingual: Mie Skin menunjukkan arti "miskin" dengan warna merah yang lebih menegaskan arti kata	Promotif	Menyampaikan produk "mie" dengan menambahkan kata "skin" menandakan menu mie bagi kelas miskin	Calon pembeli yang sedang bokek atau keuangan menipis bisa mengkonsumsi "mie" dengan harga terjangkau	
22	Rolling spanduk		"Es Djomblo"	Ekstra lingual dengan tulisan berwarna merah "Es Djomblo" menegaskan bahwa pedagang es yang sendiri saja, menunjukkan daya sindiran pada makna lingual	kreatif	Menyampaikan pesan bahwa pedagang berjualan tunggal	Mengajak calon pembeli utk membeli produk, apalagi calon pembeli yang senasib single	

23	Hangi ng banne r		“Take Me Out”	Intra lingual: Penggunaan mixing language “Take mie out” dengan 3 warna, & memplesetka n kata “me” menjadi “mie” sesuai produk dagangan	Promotif	Menyampa ikan pesan lucu dan unik bagi calon pembeli dari kata “Take me out” menjadi “Tke mie out”.	Calon pembeli menjadi tersenyum senang saat membaca banner logo, sehingga selalu diingat & ingin membeli	
24	Hangi ng banne r		“Tuku Back Mie” artinya Beli Bakmi	Intra lingual: kreasi mixing & switching language Bahasa loka Jawa “Tuku Back Mie” artinya Beli Bakmi	Kreatif & instructif	Penyampai an pesan produk Mie dg tulisan banner berbahasa Jawa dengan desain tulisan terbalik pada kata “BACK” (penggalan dr kata “bak”-mie)	Diharapkan calon pembeli paham bhw pedagang adalah orang Jawa	
25	Hangi ng banne r		“MIE KITA MIRZANI”	Ekstra lingual: Logo Mie dengan memplesetka n kutipan nama artis “Nikita Mirzani” yang sensaional	persuasif	Menyampa ikan pesan bahwa produk mie yang dijual oleh PKL ini setenar dan sensational seperti arti Nikita Mirzani	Calon pembeli diharapkan berminat membeli mie sensasional ini.	
26	Hangi ng Spand uk		Mie Ayam Gacong menjual mie dengan rasa sederhana , namun harga bintang lima	Ekstra lingual: “Mie Ayam Gacong” dengan moto “mie dengan rasa sederhana, namun harga bintang lima” memuat daya sindir	informatif	Menyampa ikan percaya diri pedagang bahwa produk dagangan mie yang sederhana namun harga tidak murah tetap sesuai dengan rasa	Bermakna supaya calon pembeli tidak selalu berekspecta si bahwa dagangan kaki lima selalu murah, namun kali ini tampil yang berbeda	

							dengan harga tidak murah	
27	Hangi ng Paper		Dagang Buah pir dituliskan "fear"	Extralingual: menggunakan istilah kata "fear" yang mirip dengan ejaan kata "peer"	promotif	Pesan menunjukkan jenis-jenis buah segar, salah satu diantaranya buah Peer, namun diplesetkan menjadi "FEAR" yang malah berarti "takut"	Bermaksud mempromosikan kepada calon pembeli tentang 1 jenis buah yang dijual yaitu buah peer,	
28	Hangi ng spanduk		Dr. Lotong, Sp.PI menjual lontong sayur	Extralingual: penggunaan nama "anti mainstream" "specialis penyakit lapar, buka setiap hari kecuali hari kiamat libur"	antimainstream	Ingin tampil beda dan menunjukkan kepada calon pembeli ttg nama sbg ciri khas tertentu	Berharap public selalu ingat nama dg tipe antimainstream pada spanduk dan penasaran untuk membeli	
29	Permanen Writing		Dagang Bakso Keliling "Tiada kata Seindah Bang Beli Bang"	Intralingual: Penggunaan kalimat dan phrase yang tertuliskan pada gerobak PKL berisi anjuran	Informatif & suggestif or instructive	Tidak ada hal yang paling indah bagi PKL, hanya 1 hal yang utama adalah pembeli memanggil untuk membeli dagangannya	Menarik perhatian pembaca untuk membaca dan membeli	
30	Hangi ng Banner		"Bakso Cinta Rasa"	Intralingual: "Bakso Cinta Rasa" menunjukkan cinta rasa, menunjukkan rasa yang beraneka	informatif	Menginformasikan dan mempromosikan produk dagangan kepada public beberapa jenis menu, namun	Menawarkan produk menu rasa yang beraneka, dan pembeli bisa one stop shopping.	

						Bakso menjadi menu utama. menjual sop buah dan es jeruk juga		
31	Rolling banner		Bakso Motor	Intralingual: Pedagang bakso keliling dengan motor	persuasif	Mempromosikan pada public media produk yang dipromosikan dengan menegaskan maksud “jualan keliling”	Diharapkan calon pembeli mengetahui bakso yang dijual keliling	
32	XY Banner		SUKUR (Susu Kurma)	Intra lingual: kata “sukur” menunjukkan nama pedagang adaah sukur; ekstralingual : hidup harus selalu bersyukur	Informatif e, promotif	Penggunaan produk susu kurma disingkat “sukur” supaya lebih singkat & jelas	Diharapkan calon pembeli lebih mudah menyebut & selalu ingat kata “sukur” bahwa hidup harus selalu bersyukur.	
33	Standi ng Banner		Ayam Kampung KEBAKARAN	Ekstra lingual: Ayam Kampung dg diikuti huruf kapital pada kata “KEBAKARAN” dengan logo Api menyambar menunjukkan ayam bakar pedas serasa panas lida terbaa saat makan	Persuasive promotif	Menyampaikan pesan produk dagangan Ayam bakar super pedas	Calon pembeli tergiur dengan rasa pedas yang mantap terasa dilidah	

34	Rolling banner		BEST TEAS	Intralingual: penggunaan istilah Bahasa Inggris “Best Teas” pada banner, memperkenalkan produk minuman jenis teh yang terbaik	persuasif	Produk berbagai jenis teh lengkap dengan topping yang dijamin terbaik daripada teh-teh lain	Diharapkan calon pembeli mudah mengetahui banyak pilihan jenis teh & lebih mudah memilih jenis teh yang akan dibeli	
35	Standi banner		CHIC LIN (BIG CHICKEN SHILLIN)	Intra/Ekstralingual: Singkatan pada spanduk ini menunjukkan nama panggilan pedagang “Cik lin” walaupun kepanjangan produk dagangan “CHIC=chic hi; dan LIN=Shilin”	Informati, promotif & persuasif	Memperkenalkan nama pedagang melalui produk dagangan dengan singkatan nama yang mirip “Cik Lin menjadi “CHIC LIN”	Diharapkan calon pembeli mudah mengenal, mengetahui dan mengingat bahwa nama pedagang adalah Cik Lin yang sudah terkenal, jadi tidak diragukan rasanya.	
36	X Banner		MIE SKIN (Bikin Kenyang & Hemat di kantong)	Intra & ekstralingual: Mie Skin menunjukkan arti “miskin” dengan warna merah yang lebih menegaskan arti kata	Promotif	Menyampaikan produk “mie” dengan menambahkan kata “skin” menandakan menu mie bagi kelas miskin	Calon pembeli yang sedang keuangan menipis bisa mengkonsumsi “mie” dengan harga terjangkau dan tetap bisa kenyang.	