

Bahasa iklan merupakan bagian dari bahasa yang tujuan utamanya adalah menarik perhatian dengan kata-kata atau kalimat yang memiliki gaya yang tidak biasa, singkat, simpel, mudah diingat, dan dalam pembuatannya sangat kreatif, sehingga dapat menarik minat khalayak ketika melihat, membaca, mendengar iklan tersebut. Gaya bahasa yang dihadirkan oleh iklan selalu bersandar pada realita dan melihat kebutuhan yang ada di masyarakat agar membuat khalayak tergerak dan terpengaruh untuk membeli produk yang diiklankan tersebut. Gaya bahasa iklan selalu mengandung unsur persuasif yang dibuat dengan ringkas, jelas, dan padat. Salah satu contoh iklan yang menarik untuk diulas tentang gaya bahasa adalah iklan susu formula untuk balita pada majalah Ayahbunda. Ayahbunda adalah nama majalah dwimingguan yang pertama terbit pada tahun 1976. Didirikan oleh PT Gaya Favorit Press terbit dengan bahasa Indonesia. Selain terbit dengan bentuk cetak terbit pula versi online dengan situs web <http://.ayahbunda.co.id>. Metode yang digunakan adalah analisis isi, yaitu metode penelitian untuk mendeskripsikan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui isi gaya bahasa pada iklan susu formula untuk balita periode Juli 2012 hingga Juli 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan iklan susu formula dengan 24 merek dagang serta sample 50 buah iklan. Kategori yang digunakan dalam penelitian ini adalah, gaya bahasa penegasan, gaya bahasa perulangan, gaya bahasa perbandingan, penulisan gaya bahasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya bahasa perbandingan yang digunakan untuk iklan susu formula sering menggunakan gaya bahasa hiperbola. Gaya bahasa perulangan yang digunakan untuk iklan susu formula pada majalah Ayahbunda sering menggunakan gaya bahasa Aliterasi. Gaya bahasa penegasan yang sering digunakan dan memperoleh frekuensi tertinggi oleh para pengiklan pada iklan susu formula majalah Ayahbunda adalah gaya bahasa penegasan repetisi. Penyampaian iklan melalui bahasa menggunakan gaya bahasa persuasif. Persuasif adalah suatu kalimat yang membujuk. Penulisan gaya bahasa pada iklan susu formula untuk balita yang paling sering digunakan serta memiliki frekuensi tertinggi adalah pencitraan. Aspek gaya bahasa pada iklan susu formula untuk balita pada majalah ayahbunda sering menggunakan aspek daya ingat. Kesimpulan dari penjelasan di atas adalah bahwa periklanan mempunyai peranan penting di dalam mempromosikan produk barang dan jasa yang ditujukan kepada khalayak melalui suatu media.