

## ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA PADA PENULISAN IKLAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI MARKETPLACE

Annisa<sup>1</sup>, Resperdiana Purba<sup>2</sup>, Faudunasokhi Telaumbanua<sup>3</sup>

Universitas Prima Indonesia<sup>1</sup>, Universitas Prima Indonesia<sup>2</sup>, Politeknik Negeri Media Kreatif  
Medan<sup>3</sup>

Pos-el: annisa@unprimdn.ac.id<sup>1</sup>, resperdianapurba@unprimdn.ac.id<sup>2</sup>, telfaudu181@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada ketepatan bahasa yang digunakan oleh si penutur sesuai dengan konteks yang berkaitan dengan tempat, waktu, situasi, dan latar belakang penutur baik itu budaya, sosial, pekerjaan, dan lingkungannya. Dalam komunikasi tulisan diperlukan juga kesantunan berbahasa, salah satunya dalam memasarkan barang di marketplace, si penjual harus mendiskripsikan iklan dengan bahasa yang menarik dan sopan karena produk yang dipasarkan melalui media sosial harus santun agar dapat mudah dipahami, dan bernilai positif karena akan dilihat oleh masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kesantunan bahasa digunakan dalam iklan sepeda motor bekas di marketplace dan apakah ada pelanggaran kesantunan berbahasa. Metode penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan pragmatik. Hasil penelitian, terdapat kesantunan berbahasa pada maksim kesimpatian dan maksim penerimaan. Maksim kesimpatian untuk menarik rasa simpati konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan maksim penerimaan memberikan rasa keuntungan bagi konsumen jika membeli produk yang ditawarkan oleh si penjual. Selanjutnya, pelanggaran kesantunan berbahasa terdapat pada maksim tidak kesimpatian dan maksim kemurahan.

**Kata Kunci:** Kesantunan Berbahasa, Iklan, Marketplace.

### ABSTRACT

*This research focused to the accuracy of the language used by the speaker in accordance with the context relating to the place, time, situation, and background of the speaker be it cultural, social, occupational, and environmental. In written communication, language politeness is also needed, one of which is in marketing goods in the marketplace the seller must describe the advertisement with interesting and polite language because products marketed through social media must be polite so that they can be easily understood, and have a positive value because they will be seen by the public. The purpose of this research is to find out how language politeness is used in used motorcycle advertisements in the marketplace and whether there are violations of language politeness. Descriptive qualitative research method with pragmatic approach. The results of the study show that there is language politeness in the maxim of sympathy and the maxim of acceptance. The maxim of sympathy is to attract consumers' sympathy to buy the products offered and the maxim of acceptance provides a sense of advantage for consumers if they buy the products offered by the seller. Furthermore, the violation of language politeness is found in the maxim of unsympathy and the maxim of generosity.*

**Keywords:** *Language Politeness, Advertisement, Marketplace.*

## 1. PENDAHULUAN

Bahasa adalah salah satu alat komunikasi yang digunakan oleh manusia yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dalam berbahasa diperlukan tata krama yang sesuai dengan kondisi si pembicara berada dan siapa lawan bicaranya. Kegiatan berbahasa juga harus diperhatikan kesantunannya baik berbicara secara lisan maupun tulisan, salah satunya dalam bahasa iklan untuk mempromosikan produk baik secara lisan maupun tertulis. Firmansah dan Pratiwi (Rohimah, 2019) Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi manusia dalam berintraksi antara satu dengan yang lainnya. Dalam berinteraksi ada komunikasi lisan dan tulisan, namun dalam lisan dan tulisan juga diperlukan kesantunan oleh si penutur.

Nurhayati (2017) “Kesantunan memperlihatkan sikap yang mengandung nilai sopan santun atau etika dalam pergaulan sehari – hari”. Begitu juga menurut Maulidi (Nuralifa, 2021) penggunaan bahasa dalam medial sosial, seperti facebook mempunyai dampak positif dan negatif, dampak positifnya ialah dengan mudah manusia dalam berinteraksi, namun dampak negatifnya penggunaan bahasa yang digunakan tidak ada lagi memperhatikan kaidah-kaidah bahasa yang baik. Dengan demikian dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kesantunan berbahasa sangat diperlukan dalam tuturan lisan maupun tulisan baik di media cetak maupun sosial.

Rohimah (2019) Pada saat ini dalam memasarkan produk sudah dapat bebas dilakukan di mana saja, seperti: iklan di media cetak, radio, televisi, dan media sosial. Pemasaran produk juga saat ini dapat dilakukan oleh siapa saja, seperti orang yang berpengalaman maupun yang belum berpengalaman. Salah satu contoh dalam penjualan produk seperti sepeda motor di marketplace. Marketplace adalah salah

satu platform marketing yang tersedia di media sosial, yaitu *facebook*. Di platform tersebut menjadi tempat berkumpulnya penjual dan pembeli secara langsung yang dapat saling berintraksi. Penjual dapat mempromosikan produknya dengan mendeskripsikan kualitasnya. Begitu juga sebaliknya konsumen sebelum membeli produk yang tertera di marketplace dapat melihat-lihat terlebih dahulu produk yang diposting oleh si penjual. Selanjutnya konsumen juga bisa bernegosiasi langsung dengan penjual sebelum melihat barang yang ingin dibeli. Selain itu, pembeli juga dapat melihat langsung barang yang ditawarkan.

Selanjutnya, dalam memasarkan barang di marketplace si penjual juga harus mampu mendeskripsikan produk dagangannya dengan menggunakan bahasa yang menarik dan sopan karena produk yang dipasarkan melalui media sosial harus santun agar dapat mudah dipahami, dan bernilai positif karena akan di lihat oleh masyarakat (Susetya, 2022). Selain itu, agar konsumen tertarik untuk melihat dan membeli barang yang ditawarkan. Begitu sebaliknya berdasarkan fakta di lapangan dari hasil wawancara masyarakat yang ingin membeli produk di marketplace sering dikeluhkan oleh deskripsi cara penjual menawarkan barang, misalnya pada iklan sepeda motor masih terdapat penggunaan bahasa yang kurang santun.

Hal tersebut dikarenakan penjual di marketplace tidak ada batasan usia dan latar belakang pendidikannya. Kesantunan berbahasa sebenarnya sangat diperlukan dalam memasarkan suatu produk ataupun barang di media sosial khususnya di marketplace karena mempromosikan barang di media sosial banyak kelebihan tetapi ada juga kekurangannya. Adapun salah satu kekurangannya adalah penjual tidak langsung bertemu dengan konsumen. Hal tersebut dapat menyebabkan jika

konsumen sudah tidak tertarik dengan bahasa dalam mendiskripsikan produk walaupun harganya murah maka calon pembeli tidak akan membuka atau melihat iklan yang di tawarkan. Oleh karena itu kesantunan berbahasa perlu diperhatikan dalam kegiatan menulis terutama bahasa iklan agar pembeli tertarik.

Adapun teori kesantunan berbahasa menurut prinsip Leech (1993) dalam Rohimah (2019) ada enam, yaitu: Pertama ada maksim Kebijakan adalah kecakapan bertindak apabila menghadapi kesulitan dan sebagainya. Kedua maksim Kedermawanan, maksim ini sebagai kebaikan hati terhadap sesama manusia atau kemurahan hati. Ketiga maksim Penghargaan pada maksim ini adaah maksim sebagai perbuatan yang menghagai atau menghormati. Kelima, maksim kesederhanaan pada maksim ini adalah sebagai suatu keadaan atau sifat. Kelima maksim permufakatan maksim ini diartikan sebagai perundingan atau kesepakatan. Dan keenam adalah maksim Kesimpatian. Maksim ini di artikan sebagai rasa kasih, rasa iba terhadap sesuatu. Dari keenam prinsip penggunaan keenam maksim menurut Leech apakah ada digunakan dalam bahasa iklan yang digunakan oleh penjual sepeda motor bekas yang dipasarkan melalau marketplace dalam meningkatkan penjualannya.

Dari permasalahan tersebut maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimanakah penggunaan kesantunan bahasa iklan di Marketplace dan apakah ada pelanggaran kesantunan berbahasanya.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan pragmatik. Penelitian ini hanya mendeskripsikan analisis penggunaan kesantunan berbahasa yang digunakan dalam iklan produk sepeda

motor bekas di marketplace dengan menggunakan pendekatan pragmatik dan teori kesantunan berbahasa menurut Leech.

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik dokumentasi, Catat, dan wawancara. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mendokumentasikan dan mencatat iklan-iklan di marketplace yang memasarkan sepeda motor bekas dan mendiskripsikan hasil analisisnya. Selanjutnya waawancara dilakukan dengan menghubungi si pemasang iklan yang bahasanya santun dan kurang santun berdasarkan dari analisis dengan jumlah penjualan sepeda motor.

Sugiono (Nuralifa, 2020) ada tiga tahap yang dilakukan dalam analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data dilakukan dengan cara: (a) Mengidentifikasi data penelitian; (b) Menyeleksi data; (c) Mengklasifikasikan data penelitian sesuai dengan kelompoknya; dan (d) Menentukan data yang difokuskan yang akan diteliti dengan mengelompokan mana data yang diperlukan dan yang tidak diperlukan. Adapun datanya terdiri dari perangkuman data, pengodean, dan pengelompokan data berupa bahasa iklan penjualan sepeda motor di markateplace di jejaring sosial *facebook*.

Penyajian data, penyajian data dilakukan dengan cara mengorganisasikan semua data yang telah direduksi melalui kegiatan pendeskripsian (penginterpretasian) data sesuai fokus penelitian penggunaan kesantunan berbahasa menurut leech yang terdiri dari maksim kebijakan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, dan maksim kesimpatian pada iklan penjualan sepeda motor bekas marketplace facebook yang dilakukan dengan penataan data, pengkodean data.

Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan melihat data yang

sudah dinalisis langsung dilakukan verifikasi data dengan cara melakukan generalisasi awal dari data-data yang sudah memiliki keteraturannya dan mencari data-data tambahan yang relevan untuk menguji hasil dari generalisasi tersebut. Selanjutnya penyimpulan data dapat dilakukan berdasarkan dari hasil interpretasi dan analisis data dari tiga fokus penelitian kemudian diverifikasi ulang untuk dilakukan validasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

Kesantunan berbahasa diperlukan dalam komunikasi lisan maupun tulisan. Dari hasil penelitian tentang analisis kesantunan berbahasa pada iklan penjualan sepeda motor bekas di marketplace terdapat kesantunan berbahasa, yaitu dominan penjual mendiskripsikan barang dagangnya untuk menarik konsumen lebih dominan menggunakan maksim kesimpatian dan maksim penerimaan. Maksim kesimpatian bertujuan untuk menarik hati konsumen agar memiliki rasa iba kepada penjual untuk membeli barang dagangannya sedangkan maksim penerimaan, yaitu memberikan rasa untung kepada pembeli setelah membeli barang dagangannya.

#### Pembahasan

#### Penggunaan Prinsip Kesantunan Berbahasa pada Iklan Penjualan Sepeda Motor Bekas di Iklan Marketplace

Prinsip kesantunan berbahasa menurut Leech ada enam maksim, yaitu: (1) maksim kebijakan yang mengutamakan kearifan bahasa, (2) maksim penerimaan yang mengutamakan keuntungan untuk orang lain dan kerugian untuk diri sendiri, (3) maksim kemurahan yang mengutamakan kesalutan/rasa hormat pada orang lain dan rasa kurang hormat pada diri sendiri, (4) maksim kerendahan hati yang

mengutamakan pujian pada orang lain dan rasa rendah hati pada diri sendiri, (5) maksim kecocokan yang mengutamakan kecocokan pada orang lain, dan (6) maksim kesimpatisan yang mengutamakan rasa simpati pada orang lain.



**Gambar 1. Iklan Sepeda Motor Merek A.P.C Motor Comperi Honda**

*Dijual kereta supra X lama tahun 2003 surat lengkap kereta sesuai foto ban mentah tenaganya oke minus enggak ada batre.*

Pada kalimat iklan pada Gambar 1 adalah terdapat maksim penerimaan, yaitu maksim penerimaan yang mengutamakan keuntungan untuk orang lain dan kerugian untuk diri sendiri. Kalimat iklan yang menunjukkan maksim penerimaan terdapat pada kalimat:

*“surat lengkap kereta sesuai foto ban mentah tenaganya oke minus enggak ada batre”.*

Si mendiskripsikan tentang sepeda motor yang dijual keadaannya yang menjelaskan jika surat-suratnya masih lengkap dan tenaganya juga masih kuat. Dari kalimat tersebut menjelaskan dengan menggunakan maksim penerimaan dengan berharap akan

merasa untung dengan membeli sepeda motor yang ditawarkannya.

Penggunaan kesantunan berbicara dengan menggunakan maksim penerimaan akan mempengaruhi calon pembeli dalam membaca iklan tersebut akan percaya dan merasa untung jika membeli sepeda motornya.



**Gambar 2. Penjualan Sepeda Motor Merek Supra 2004**

*Di jual Supra 2004 surat Kosong bukan barang haram masih original semua Minus ngasep sama kain kios habis selebih cek sendiri maklumlah kereta murah pasti ada minusnya.*

Pada deskripsi iklan pada Gambar 2 terdapat maksim kesimpatian. Adapun Maksim Kesimpatian adalah maksim yang mewajibkan peserta tindak tutur untuk memaksimalkan rasa simpati dan meminimalkan rasa antipati kepada lawan tuturnya. Kalimat yang menunjukkan kesantunan berbahasa yang berupa maksim kesimpatian adalah pada pernyataan:

*“maklumlah kereta murah pasti ada minusnya”*

Pada kata maklumlah kereta murah pasti ada minusnya. Pada kata maklumlah menunjukkan harapan kepada

calon pembeli agar dapat bersimpati terhadap penjual dengan memaklumi sepeda motor yang dijual karena sepeda motor bekas maka pasti ada kekurangannya dan hal tersebut dapat dimklumi oleh si pembeli. Dari pernyataan kalamt iklan tersebut juga sipembeli menunjukkan sifat jujur yang dapat menarik rasa simpati pembeli untuk membeli sepeda motor yang dijual dengan kondisi apa adanya yang disesuaikan dnegan harga yang ditawarkan.



**Gambar 3 Penjualan Sepeda Motor Beat**

Pada Gambar 3 terdapat maksim penerimaan yang menguatamakan keuntungan untuk orang lain dan kerugian untuk diri sendiri. Pada gambar iklan 3 menunjukkan keuntungan pada orang lain, yaitu pada kata:

*“Jual Muraahhh....  
Kerta Beath tahun 2012..  
Surat –surat lengkap..”*

Pada kalimat tersebut dijelaskan bahwa sepeda motor yang dijual harganya sangat murah dengan harga 4 juta rupiah walaupun surat-suratnya lengkap dan tahun keluar sepeda mootor masih di tahun 2012. Kata yang menunjukkan lebih mengutamakan

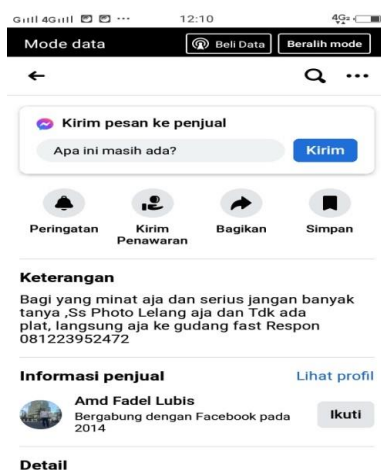


keuntungan pada pembeli dengan menawarkan harga yang murah dan tanpa memperhatikan keuntungan pada diri sendiri. Hal tersebut dilakukan si penulis iklan untuk menarik konsumen yang membaca iklannya agar tertarik membeli.

### Pelanggaran Prinsip Kesantunan Berbahasa pada Iklan Penjualan Sepeda Motor Bekas di Iklan Marketplace

Pelanggaran kesantunan berbahasa tidak hanya di komunikasi lisan, tetapi di komunikasi lisan juga bisa terjadi, salah satunya iklan penjualan sepeda motor bekas di marketplace. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan salah satu pemasang iklan sepeda motor bekas di marketplace Bapak Rudi yang beralamat di Tembung Pasar 10, menjelaskan bahwa, agar pembeli yang pasti saja yang dapat menghubunginya untuk melihat dan membeli.

Hal tersebut dikarenakan masih ada saja orang yang pura-pura mau membeli sepeda motornya tetapi hanya bertanya saja. Maka ada sebagian iklan yang ditulisnya menggunakan bahasa yang kurang bagus, misal kata “yang banyak bacot tidak dilayani”. “banyak bacot” artinya banyak cerota atau banyak cocot untuk bahasa gaul di medan. Contohnya dapat dilihat pada iklan berikut:



**Gambar 4 Penjualan Sepeda Motor Bekas**

Pada Gambar 4, terdapat pelanggaran kesantunan berbahasa pada maksim kesimpatian. Maksim tidak kesimpatian terdapat pada kata:

*“Bagi yang minat aja dan serius jangan banyaK tanya”*

Pada kata bagi yang minat aja dan serius dan jangan banyak tanya ini menjelaskan seolah-olah pembeli tidak boleh menyanyakan hal-hal mengenai sprepat sepeda motor, padahal dalam hukum jual beli pembeli boleh menawar dan bertanya tentang kualitas produk yang akan dibelinya. Dari bahasa iklan tersebut sudah tidak ada kesimpatian penjual dan calon pembeli juga akan hilang simpatinya terhadap produk yang ditawarkan.



**Gambar 5 Penjualan Sepeda Motor Jupiter X**

*“Dijual Jupiter mx bt juga boleh keadaan seperti di foto ss yp kelistrikan aman mesin agak kasar harga masi bisa nego lokasi pancur batu jauh”up sekitaran pancur batu aja boleh jumpa minat chat/telpon wa 081396188837 bocah kelaut aja”*

Pada Gambar 5 penjual menawarkan sebuah sepeda motor belas merek Jupiter MX dengan harga 1juta 9

ratus ribu dan menjelaskan kondisi keretanya. Namun diakhir kalimat terdapat kata bocah kelaut aja, hal tersebut menunjukkan pelanggaran pada maksim kemurahan, yang pada dasarnya pada maksim kemurahan lebih mengutamakan kesalutan/rasa hormat pada orang lain dan rasa kurang hormat pada diri sendiri. Hal tersebut menunjukkan rasa tidak menghargai atau menghargai konsumen dengan sebutan kata bocah.

Kata bocah menunjukkan sebutan untuk anak kecil yang masih suka main-main. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia calon konsumen masih anak-anak atau sifatnya. Selain itu, menunjukkan bagi calon pembeli yang banyak bertanya tidak usah iku menawar sepeda motor yang diiklannya. Selanjutnya kata “kelaut aja” menunjukkan hinaan yang memperolok-olok pembaca iklan agar pergi menjauh dan seakan-akan tidak diperkenankan bertanya terlebih dahulu sebelum membeli sepeda motor yang diiklannya di marketplace.

Dari hasil penelitian tersebut dapat penulis deskripsikan bahwa, pada iklan penjualan sepeda motor yang ditawarkan di Marketplace terdapat kesantunan berbahasa dan pelanggaran kesantunan berbahasa. Adapaun dari hasil analisis penelitian adalah terdapat maksim kesimpatian, maksim penerimaan yang menguatkan keuntungan untuk orang lain dan kerugian untuk diri sendiri, Maksim Kesimpatian adalah maksim yang mewajibkan peserta tindak tutur untuk memaksimalkan rasa simpati dan meminimalkan rasa antipati kepada lawan tuturnya.

Selanjutnya pelanggaran maksim terdapat terdapat pada pelanggaran kesantunan berbahasa pada maksim kesimpatian. Maksim tidak kesimpatian dan pelanggaran pada maksim kemurahan, yang pada dasarnya pada maksim kemurahan lebih mengutamakan

kesalutan/rasa hormat pada orang lain dan rasa kurang hormat pada diri sendiri.

#### 4. SIMPULAN

Kesantunan berbahasa diperlukan dalam komunikasi lisan maupun tulisan. Dari hasil penelitian tentang analisis kesantunan berbahasa pada iklan penjualan sepeda motor bekas di marketplace terdapat kesantunan berbahasa, yaitu dominan penjual mendiskripsikan barang dagangnya untuk menarik konsumen lebih dominan menggunakan maksim kesimpatian dan maksim penerimaan. Maksim kesimpatian bertujuan untuk menarik hati konsumen agar memiliki rasa iba kepada penjual untuk membeli barang dagangnya sedangkan maksim penerimaan, yaitu memberikan rasa untung kepada pembeli setelah membeli barang dagangnya.

Selanjutnya selain diperlukan kesantunan berbahasa dalam deskripsi iklan yang ditawarkan di marketplace terdapat juga iklan yang melanggar kesantunan berbahasa. Adapun pelanggaran maksim terdapat terdapat pada pelanggaran kesantunan berbahasa pada maksim kesimpatian. Maksim tidak kesimpatian dan pelanggaran pada maksim kemurahan, yang pada dasarnya pada maksim kemurahan lebih mengutamakan kesalutan/rasa hormat pada orang lain dan rasa kurang hormat pada diri sendiri.

Hal tersebut dikarenakan dari anggapan negatif bagi penjual terhadap sifat pembeli yang banyak hanya bertanya saja dan tidak jadi membeli barang dagangannya. Selain itu latar belakang penjual juga dari berbagai macam pendidikan dan juga yang tidak berpendidikan. Hal tersebut juga menyebabkan bahasa yang digunakan tidak efektif dan kurang sopan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

Cahyani, D. N., & Rokhman, F. (2017). Kesantunan berbahasa Mahasiswa

- Dalam Berinteraksi Di Lingkungan Universitas Tidar: Kajian Sosiopragmatik. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6 (1), 44-52.
- Dewi, N. D., & Raden, H. 2017. Kesantunan Berbahasa pada Tuturan Siswa SMP. *Jurnal Literasi*, Vol 1 (2).
- Febriasari, D., & Wijayanti, W. (2018). Kesantunan berbahasa dalam proses pembelajaran di Sekolah Dasar. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 2 (1), 140-156.
- Kusumaswarih, K. K. (2018). Strategi kesantunan berbahasa dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3 (2).
- Nisah, N., Prasetya, K. H., & Musdolifah, A. (2020). Pemertahanan Bahasa Daerah Suku Bajau Samma di Kelurahan Jenebora Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Basataka (JBT)*, 3 (1), 51-65.
- Nuralifa dkk. 2021. Penggunaan Bahasa pada Media Sosial (Medsos): Studi Kajian Pragmatik. *Jurnal Gema Wiraloda*, Vol. 12 (222).
- Prasetya, K. H. (2018). Analisis Percakapan Monolog pada Acara Stand Up Comedy Metro TV. *Jurnal Basataka (JBT)*, 1 (1), 11-21.
- Prasetya, K. H., Subakti, H., & Musdolifah, A. (2022). Pelanggaran Prinsip Kesantunan Berbahasa Peserta Didik terhadap Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6 (1), 1019-1027.
- Prasetya, K. H., Subakti, H., & Septika, H. D. (2020). Pemertahanan Bahasa Dayak Kenyah di Kota Samarinda. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3 (3), 295-304.
- Rohimah, R., & Rima M. A. 2019. Analisis kesantunan Berbahasa pada Iklan Susu Formula. *Jurnal Parole*, Vol. 4 (2).
- Septika, H. D., & Prasetya, K. H. (2020). Local Wisdom Folklore for Literary Learning in Elementary School. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 5 (1), 13-24.
- Susetya, D. S. H. dkk. *Implementasi Prinsip Kesantunan Bahasa pada Iklan Produk*. Vol. 23 (2).