

ABSTRAK

Fahmi Reza Ahmad Fahrezi, 2026. Analisis Unsur dan Kaidah Kebahasaan pada Teks Iklan Komersial dan Nonkomersial Laman di *Meta Ad Library* sebagai Alternatif Bahan Ajar Bahasa Indonesia SMP Kelas VIII. Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Latar belakang penelitian ini didasari oleh realitas di lapangan yang menunjukkan adanya kesenjangan ketersediaan ragam bahan ajar di sekolah, khususnya materi teks iklan Kurikulum Merdeka Fase D. Bahan ajar yang ada saat ini kurang mengeksplorasi wujud nyata dari ragam contoh iklan elektronik dan media luar ruang yang dekat dengan keseharian peserta didik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara objektif kelengkapan unsur-unsur informasi dan menelaah penggunaan kaidah kebahasaan pada teks iklan komersial dan nonkomersial di *Meta Ad Library* serta mengetahui kelayakannya sebagai alternatif bahan ajar kelas VIII. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis berupa wacana periklanan dari *Meta Ad Library* yang mencakup iklan di media sosial yang berkaitan dengan *Meta* seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Threads*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks iklan dari spektrum media tersebut memiliki kelengkapan unsur informasi dan secara aktif memanfaatkan kaidah kebahasaan persuasif serta imperatif. Korpus teks iklan lintas platform ini memenuhi kriteria kelayakan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan ajar alternatif yang inovatif dan relevan dengan tuntutan Kurikulum Merdeka di kelas VIII SMP/MTs.