

# **GAYA BAHASA PADA IKLAN *APPLE* di SITUS INTERNET**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan



Oleh:

Gretty Lady Andria

NIM 13204244014

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA PRANCIS**

**JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA PRANCIS**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**2017**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA PRANCIS  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 550843, 548207 pesawat 236, Fax (0274) 548207  
Laman: [fbs.uny.ac.id](http://fbs.uny.ac.id) Email: [fbs@uny.ac.id](mailto:fbs@uny.ac.id)

## SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR

FRM/FBS/18-01  
10 Jan 2011

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Rohali, M.Hum.  
NIP : 19650808 199303 1 014

sebagai pembimbing,

menerangkan bahwa Tugas Akhir mahasiswa:


Nama : Gretty Lady Andria  
No. Mhs. : 13204244014  
Judul TA : Gaya Bahasa Pada Iklan *Apple* di Situs Internet

sudah layak untuk diujikan di depan Dewan Penguji.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 7 Desember 2017

Pembimbing,

  
Drs. Rohali, M.Hum.  
NIP. 19650808 199303 1 014

**PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul *Gaya Bahasa Pada Iklan Apple di Situs Internet* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 22 Desember 2017 dan dinyatakan lulus.

**DEWAN PENGUJI**

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Drs. Rohali, M.Hum.	Ketua Penguji		27/12
Nuning Catur S. W., S.Pd., M.A.	Sekretaris Penguji		27/12
Dr. Roswita Lumban Tobing, M.Hum.	Penguji Utama		27/12

Yogyakarta, 29 Desember 2017

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Plt Dekan

Wakil Rektor I,



Prof. Dr. Margana, M.Hum., M.A.

NIP. 19680407 199412 1 001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gretty Lady Andria

NIM : 13204244014

Program Studi : Pendidikan Bahasa Prancis

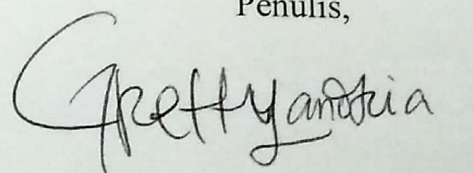
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 26 November 2017

Penulis,



Gretty Lady Andria

## **MOTTO**

*Trust in the Lord with all of your heart and do not lean on your own understanding (Proverbs 3:5)*

*I can do all things through Christ who strengthens me (Philippians 4:13)*

*Every expert was once a beginner – Rutherford B. Hayes –*

*Fear kills more dreams than failure ever will – Suzy Kassem –*

*If God bring you to it, He will bring you through it ...*

## **PERSEMBAHAN**

*Teruntuk semua orang yang selalu mendukung saya ...*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang telah melimpahkan segala berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

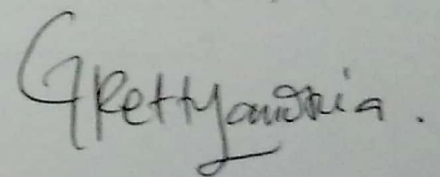
Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Terima kasih kepada Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Dekan Fakultas Bahasa dan Seni, serta Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis yang telah mendukung dan memotivasi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Drs. Rohali, M.Hum. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dengan sabar dan menyediakan waktu untuk membimbing di sela-sela kesibukan beliau.

Terima kasih juga teruntuk keluarga, teman-teman jurusan Pendidikan Bahasa Prancis 2013, dan kepada setiap pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang selalu mendukung, menemani, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan studi saya.

Yogyakarta, 26 November 2017

Penulis,



Gretty Lady Andria

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
EXTRAIT .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Gaya Bahasa .....	9
1. Pengertian Gaya Bahasa .....	9
2. Jenis Gaya Bahasa .....	9
a. <i>L'allitération</i> .....	10
b. <i>L'assonance</i> .....	10
c. <i>La Paranomase</i> .....	11
d. <i>L'antithèse</i> .....	12
e. <i>La Synecdoque</i> .....	13
f. <i>La Métonymie</i> .....	14
g. <i>La repetition</i> .....	15

h.	<i>L'anaphore</i> .....	16
i.	<i>L'hyperbole</i> .....	17
j.	<i>L'ironie</i> .....	17
k.	<i>La Personnification</i> .....	18
l.	<i>L'hypallage</i> .....	19
m.	<i>L'ellipse</i> .....	20
n.	<i>L'asyndète</i> .....	21
o.	<i>Le Chiasme</i> .....	22
p.	<i>La Prétérition</i> .....	22
q.	<i>La Métaphore</i> .....	23
r.	<i>La Polysyndète</i> .....	24
s.	<i>La Parisose</i> .....	25
t.	<i>La Périphrase</i> .....	25
u.	<i>L'apocope</i> .....	26
v.	<i>L'épiphore</i> .....	27
w.	<i>La Syllepse</i> .....	28
x.	<i>La Comparaison</i> .....	28
B.	Makna .....	29
1.	Jenis-jenis Makna menurut Para Ahli.....	29
a.	Makna Denotatif .....	30
b.	Makna Konotatif .....	31
C.	Iklan .....	33
1.	Pengertian Iklan .....	33
2.	Struktur Iklan .....	34
D.	Analisis Komponensial .....	36
E.	Penelitian yang Relevan.....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Jenis Penelitian .....	39
B.	Data dan Sumber Data .....	39
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
D.	Instrumen Penelitian .....	42
E.	Teknik Analisis Data .....	43
F.	Validitas dan Reliabilitas .....	45

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A.	Hasil Penelitian .....	47
B.	Pembahasan .....	47
1.	Asonansi.....	47
a.	Gaya Bahasa Asonansi Bermakna Denotatif .....	48
b.	Gaya Bahasa Asonansi Bermakna Konotatif .....	50
2.	Aliterasi .....	53
a.	Gaya Bahasa Aliterasi Bermakna Denotatif .....	53
b.	Gaya Bahasa Aliterasi Bermakna Konotatif .....	55

3.	Hiperbola .....	57
	Gaya Bahasa Hiperbola Bermakna Konotatif.....	57
4.	Metonimia.....	60
a.	Gaya Bahasa Metonimia Bermakna Denotatif .....	61
b.	Gaya Bahasa Metonimia Bermakna Konotatif .....	63
5.	Elipsis.....	65
a.	Gaya Bahasa Elipsis Bermakna Denotatif .....	65
b.	Gaya Bahasa Elipsis Bermakna Konotatif .....	68
6.	Personifikasi.....	69
	Gaya Bahasa Personifikasi Bermakna Konotatif.....	70
7.	Repetisi .....	72
	Gaya Bahasa Repetisi Bermakna Konotatif.....	72
8.	Paranomasia.....	74
	Gaya Bahasa Paranomasia Bermakna Konotatif .....	74
9.	Perifrasis .....	76
	Gaya Bahasa Perifrasis Bermakna Konotatif.....	76
10.	Epistrof.....	78
a.	Gaya Bahasa Epistrof Bermakna Denotatif .....	79
b.	Gaya Bahasa Epistrof Bermakna Konotatif .....	80
11.	Anafora .....	81
	Gaya Bahasa Anafora Bermakna Konotatif.....	81
12.	Antitesis .....	83
	Gaya Bahasa Antitesis Bermakna Konotatif .....	84
13.	Parisos.....	85
a.	Gaya Bahasa Parisos Bermakna Konotatif .....	86
b.	Gaya Bahasa Parisos Bermakna Denotatif .....	87
14.	Sinekdoke Totum Pro Parte .....	88
	Gaya Bahasa Sinekdoke Totum Pro Parte Bermakna Denotatif.....	88
15.	Silepis.....	89
	Gaya Bahasa Silepsis Bermakna Denotatif .....	89
16.	Polisindenton .....	91
	Gaya Bahasa Polisindenton Bermakna Denotatif.....	91
17.	Apocope .....	92
	Gaya Bahasa Apocope Bermakna Denotatif .....	92

## **BAB V KESIMPULAN**

A.	Kesimpulan .....	95
B.	Implikasi .....	95
C.	Saran .....	96

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>97</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>
----------------------	------------

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Résumé .....	101
Lampiran 2: Tabel Klasifikasi Gaya Bahasa dan Makna.....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : contoh gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif.....	3
Gambar 2 : struktur iklan .....	36
Gambar 3 : contoh gaya bahasa polisindenton bermakna denotatif .....	44
Gambar 4 : gaya bahasa asonansi bermakna denotatif .....	48
Gambar 5 : gaya bahasa asonansi bermakna denotatif .....	49
Gambar 6 : gaya bahasa asonansi bermakna konotatif .....	51
Gambar 7 : gaya bahasa asonansi bermakna konotatif .....	52
Gambar 8 : gaya bahasa aliterasi bermakna denotatif .....	53
Gambar 9 : gaya bahasa aliterasi bermakna denotatif .....	54
Gambar 10 : gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif .....	55
Gambar 11 : gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif .....	56
Gambar 12 : gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif.....	58
Gambar 13 : gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif.....	59
Gambar 14 : gaya bahasa metonimia bermakna denotatif.....	61
Gambar 15 : gaya bahasa metonimia bermakna denotatif.....	62
Gambar 16 : gaya bahasa metonimia bermakna konotatif .....	63
Gambar 17 : gaya bahasa metonimia bermakna konotatif .....	64
Gambar 18 : gaya bahasa elipsis bermakna denotatif.....	65
Gambar 19 : gaya bahasa elipsis bermakna denotatif.....	67
Gambar 20 : gaya bahasa elipsis bermakna konotatif.....	68
Gambar 21 : gaya bahasa personifikasi bermakna konotatif .....	70
Gambar 22 : gaya bahasa repetisi bermakna konotatif .....	72
Gambar 23 : gaya bahasa repetisi bermakna konotatif .....	73
Gambar 24 : gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif.....	74
Gambar 25 : gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif.....	75
Gambar 26 : gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif .....	77
Gambar 27 : gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif .....	78
Gambar 28 : gaya bahasa epistrof bermakna denotatif .....	79
Gambar 29 : gaya bahasa epistrof bermakna konotatif .....	80
Gambar 30 : gaya bahasa anafora bermakna konotatif .....	82
Gambar 31 : gaya bahasa anafora bermakna konotatif .....	83

Gambar 32 : gaya bahasa antitesis bermakna denotatif .....	84
Gambar 33 : gaya bahasa antitesis bermakna konotatif .....	85
Gambar 34 : gaya bahasa parisos bermakna konotatif.....	86
Gambar 35 : gaya bahasa parisos bermakna denotatif.....	87
Gambar 36 : gaya bahasa sinekdoke totum pro parte bermakna denotatif .....	88
Gambar 37 : gaya bahasa silepsis bermakna denotatif .....	90
Gambar 38 : gaya bahasa polisindeton bermakna denotatif .....	91
Gambar 39 : gaya bahasa apocope bermakna denotatif.....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Contoh Analisis Komponen Makna.....	37
Tabel 2: Contoh Tabel Klasifikasi Data.....	42
Tabel 3: Fitur Semantik Leksem <i>iPod</i> dan <i>Une Personne</i> .....	71

## **GAYA BAHASA PADA IKLAN *APPLE* di SITUS INTERNET**

Oleh: Gretty Lady Andria  
13204244014

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) jenis gaya bahasa yang terdapat dalam iklan *Apple* di situs internet dan (2) makna yang terdapat dalam tuturan yang mengandung gaya bahasa dalam iklan *Apple* di situs internet. Data penelitian ini adalah satuan lingual yang mengandung gaya bahasa dan makna gaya bahasa dalam iklan *Apple* di situs internet. Sumber data pada penelitian ini adalah iklan *Apple* yang diambil dari 17 situs di internet.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode simak dengan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dan dilanjutkan dengan teknik catat. Gaya bahasa dianalisis menggunakan analisis komponensial, metode padan referensial, dan fonetis artikulatoris dan metode agih dengan teknik perluas, teknik sisip, dan teknik baca markah. Makna dianalisis dengan menggunakan metode padan referensial. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan validitas semantis. Reliabilitas yang diterapkan adalah dengan cara pembacaan berulang-ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 69 data mengandung gaya bahasa baik yang mengandung makna denotatif maupun konotatif. Terdapat 17 jenis gaya bahasa yang ditemukan yaitu aliterasi, asonansi, elipsis, hiperbola, periphrasis, personifikasi, metonimia, antithesis, silepsis, paranomasia, repetisi, polisindeton, parisos, sinekdoke totum pro parte, apocope, anaphora, dan epistrof. Gaya bahasa yang paling dominan adalah asonansi yang terdapat pada 15 data, sedangkan gaya bahasa yang paling sedikit digunakan adalah silepsis, polisindeton, apocope, personifikasi, dan sinekdoke totum pro parte yang masing-masing hanya ditemukan 1 data saja. Makna yang paling dominan adalah makna denotatif yaitu sebanyak 38 data.

## LES STYLES AUX PUBLICITÉS D'APPLE SUR L'INTERNET

Par: Gretty Lady Andria  
13204244014

### EXTRAIT

Cette recherche a pour but de décrire (1) les types de styles aux publicités d'*Apple* sur l'internet (2) le sens dans les styles aux publicités d'*Apple* sur l'internet. Les données sont les unités linguales qui contiennent les styles et les sens aux publicités d'*Apple* sur l'internet. Les sources de données est les publicités d'*Apple* sur l'internet. Il consiste de 16 sites.

On utilise la méthode de lire attentivement pour recueillir des données. Ensuite, on applique la technique d'observation non-participante (SBLC) et la technique de noter. On analyse les styles en utilisant l'analyse componentielle, la méthode d'identification référentielle, la méthode d'identification articulatoire, et la méthode de distributionnelle avec la technique d'extension, la technique de l'insertion, et la technique de lire de marque. On utilise la méthode d'identification référentielle pour analyser les sens. Dans cette recherche, on applique la validité sémantique.

Les résultats de la recherche indiquent qu'il y a 69 données qui comportent des styles et les sens dénотatifs et connotatifs. Il y a 17 types de styles qui se trouvent dans cette recherche, ce sont l'allitérations, l'assonance, l'ellips, l'hyperbole, la périphrase, la personnification, la métonymie, l'antithèse, la syllepse, la paranomase, la répétition, la polysyndète, la pariose, la synecdoque, l'apocope, l'anaphore et l'epiphore. L'assonance (15 données) est le style le plus dominant dans cette recherche, tandis que le style le moins dominants sont la syllepse, la polysyndète, l'apocope, la personnification et la synecdoque (1 donnée). Le sens le plus dominant est le sens dénотatif (38 données) tandis que le sens le moins dominant est le sens connotatif (31 données).

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia merupakan makhluk sosial dan tidak dapat hidup sendiri. Untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya manusia menggunakan bahasa untuk berkomunikasi. Bahasa yang digunakan bisa berupa bahasa lisan maupun bahasa tulis. Selain untuk berkomunikasi antarindividu, bahasa juga memiliki fungsi lain yaitu: fungsi emotif, fungsi konatif, fungsi patik, fungsi metalingual, fungsi referensial, dan fungsi puitik. Fungsi emotif digunakan untuk mengekspresikan perasaan, fungsi konatif digunakan untuk memberikan perintah, fungsi patik digunakan untuk memelihara komunikasi, fungsi metalingual digunakan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan bahasa itu sendiri, fungsi referensial digunakan untuk hal lain yang di luar mitra tutur dan penutur, fungsi puitik digunakan untuk memberikan kesan indah. Contoh :  $C_6H_{12}O_6$  dalam rumus kimia berarti Glukosa, yang merupakan hasil utama dari proses fotosintesis pada tumbuhan. Proses penjelasan makna lambang  $C_6H_{12}O_6$  ke dalam suatu bahasa tertentu merupakan fungsi metalinguistik.

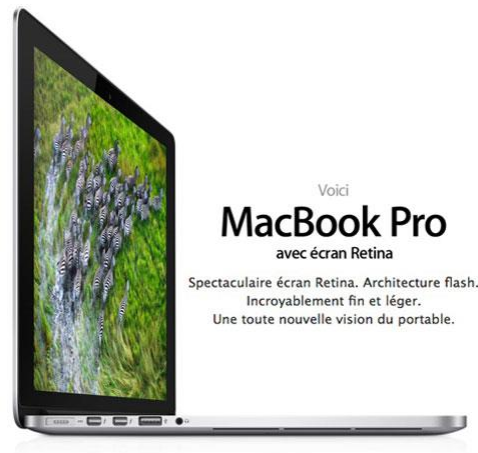
Salah satu kegiatan komunikasi yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah iklan. Iklan merupakan proses pemberian informasi yang

dilakukan oleh produsen kepada konsumen. Dengan adanya iklan, masyarakat atau konsumen mendapatkan informasi secara detail terkait barang atau jasa yang menjadi kebutuhannya.

Di era modern seperti sekarang ini iklan tidak hanya dipublikasikan menggunakan surat kabar, televisi, radio maupun baliho di pinggir jalan raya, tetapi juga dapat dijumpai di situs-situs internet. Ada banyak cara yang dilakukan oleh para produsen untuk memasarkan dan mempublikasikan produknya, antara lain dengan menggunakan desain publikasi yang unik dan penggunaan bahasa yang menarik perhatian para konsumen.

Untuk menarik perhatian konsumen, seringkali produsen mempublikasikan produknya dengan menggunakan bahasa-bahasa kiasan yang bersifat persuasif dan unik. Tak jarang juga, dalam iklan produsen menggunakan gaya bahasa tertentu untuk memperindah dan untuk memikat perhatian konsumen agar membeli produk yang diiklankan tersebut.

Ada beragam gaya bahasa yang digunakan pada iklan, beberapa di antaranya yaitu, gaya bahasa metafora, simile, personifikasi, hiperbola, aliterasi, dan asonansi. Perhatikan contoh berikut.



Gambar 1: contoh gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif

- (1) ***Incroyablement fin et léger***  
 (maxigadget.com)  
 “Luar biasa tipis dan ringan”

Pada iklan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata *incroyablement* ‘tidak dapat dipercaya’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu *très* ‘sangat’. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena dalam kata *incroyablement* bermakna ‘tidak dapat dipercaya’, tetapi dalam iklan ini kata *incroyablement* ingin menekankan bahwa ukuran laptop yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *MacBook* ini sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.

Penggunaan gaya bahasa dalam iklan tidak hanya untuk menarik perhatian konsumen saja tetapi secara implisit penggunaan gaya bahasa juga mengandung makna tertentu, yaitu pada contoh tuturan (1) gaya bahasa yang digunakan adalah

gaya bahasa hiperbola yang secara implisit menjelaskan bahwa produk tersebut sangat cocok untuk orang-orang yang memiliki tingkat mobilitas yang sangat tinggi karena produk tersebut sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa ke mana saja.

Bahasa yang digunakan dalam iklan tidak selalu memenuhi kaidah-kaidah tata bahasa yang benar, misalnya struktur kalimat tidak mengandung unsur Subjek, Predikat, dan Objek serta hanya berupa kumpulan kata benda saja. Berikut adalah contoh salah satu kalimat pada iklan *Apple* di situs internet yang tidak mengandung subjek. Dalam tuturan (2), tuturan tersebut langsung diawali dengan konjugasi verba *concevoir* dalam bentuk *participe passé*

- (2) **Conçu** le parfait harmonie avec l'iPhone 5s.  
 (www.nextinpact.com)  
 Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.

Pada iklan terdapat berbagai tipe kalimat seperti deklaratif, imperatif, dan lain-lain. Ditinjau dari isi kalimat yang terdapat pada iklan produk *Apple* berbahasa Prancis pada situs internet, iklan ini mengandung tipe kalimat deklaratif dan eksklamatif.

Kalimat deklaratif terdapat pada salah satu iklan yang dianalisis yaitu :

- (3) **L'iPhone 5s est** le premier smartphone 64 bits au monde.  
 (www.nextinpact.com)  
*iPhone 5* adalah *smartphone64bits* pertama di dunia.

Contoh tersebut termasuk kategori kalimat deklaratif karena diawali oleh huruf besar dan diakhiri oleh tanda titik, serta mengandung frasa nominal dan

frasa verbal yang merupakan syarat minimal suatu tuturan dikatakan sebagai kalimat. Frasa nominal adalah sebuah atau sekumpulan kata benda yang berfungsi sebagai subjek dalam kalimat dan frasa verbal adalah kata kerja yang telah dikonjugasikan yang berfungsi sebagai predikat dalam kalimat. Pada contoh di atas, yang menjadi frasa nominal adalah kata *L'iPhone* dan yang menjadi frasa verbal adalah kata *est* yang merupakan konjugasi persona ketiga tunggal dari kata kerja *être*.

Di era komunikasi digital seperti sekarang ini, kita membutuhkan teknologi yang mutakhir untuk mempermudah kita berkomunikasi dengan orang lain. *Apple* merupakan salah satu dari banyak perusahaan alat komunikasi canggih yang terus mengeluarkan produk baru setiap tahunnya. Produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh *Apple* berkualitas tinggi, karena semua produk *Apple* seperti *iPhone*, *iPad*, *iPod*, dan *MacBook* menggunakan layar yang tahan dengan goresan apapun sekalipun dengan goresan yang disebabkan oleh benda tajam. Keunggulan produk *Apple* lainnya adalah *operating system* dan *software* atau aplikasi yang hanya dapat digunakan khusus untuk produk *Apple* yang seperti “iOS” dan “iTunes” untuk meminimalisir masuknya virus ke dalam perangkat *gadgetnya*. Produk *Apple* juga dilengkapi dengan aplikasi yang dapat digunakan untuk mencari perangkat yang hilang, contohnya yaitu aplikasi *Find iPhone* yang bisa digunakan untuk melacak keberadaan *iPhone* yang hilang.

Berdasarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk-produk *Apple*, maka tidak heran jika banyak orang memilih untuk menggunakan produk-produk yang dikeluarkan oleh *Apple*. Penjualan produk *Apple* mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pendapatan pada penjualan kuartal pertama di tahun 2017 yang *direlease* oleh *Apple* pada situs resminya, [www.apple.com](http://www.apple.com). Pada kuartal pertama tahun 2017, *Apple* memperoleh pendapatan sebesar \$ 78,351,000. Pendapatan ini mengalami peningkatan sebanyak \$ 31,499,000 jika dibandingkan dengan kuartal keempat pada tahun 2016 dan meningkat sebanyak \$ 2,479,000 jika dibandingkan dengan penjualan pada quarter pertama di tahun 2016. Peningkatan tersebut terjadi bukan hanya karena keunggulan dari setiap produknya saja, tetapi juga didukung dengan proses publikasi dengan menggunakan bahasa-bahasa kiasan yang indah dan bersifat persuasif untuk menarik perhatian konsumen.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berkaitan dengan latar belakang masalah di atas, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Jenis-jenis gaya bahasa yang digunakan dalam iklan *Apple* di situs internet.
2. Fungsi bahasa yang terdapat pada tuturan yang mengandung gaya bahasa dalam iklan *Apple* di situs internet.
3. Makna gaya bahasa pada iklan *Apple* di situs internet.
4. Pengaruh penggunaan gaya bahasa pada iklan *Apple* di situs internet.

5. Tipe-tipe kalimat yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet.
6. Pembentukan kalimat pada iklan *Apple* di situs internet.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Gaya bahasa apa sajakah yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet?
2. Apakah makna gaya bahasa yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan jenis-jenis gaya bahasa yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet .
2. Mendeskripsikan makna gaya bahasa yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet.

### **E. Manfaat Penelitian**

Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam penelitian di bidang linguistik bahasa Prancis yang berkaitan dengan jenis-jenis gaya bahasa iklan dan fungsinya.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai manfaat pemakaian fungsi bahasa dalam pengajaran bahasa Prancis dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya bagi peneliti lain.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pengertian Gaya Bahasa**

Menurut Dubois, dkk (2002: 447) *le style est le choix fait par les usagers dans tous les comportements de la langue*. ‘gaya bahasa adalah pilihan yang digunakan oleh para pengguna bahasa dalam segala aspek bahasa’. Sementara menurut Keraf (2009:112) gaya bahasa atau *style* adalah keahlian untuk menulis atau mempergunakan kata-kata secara indah.

Sependapat dengan Keraf, Dale (et al) via Tarigan (2013 :4) mengatakan bahwa gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Dalam *larousse.fr* definisi *style* adalah *forme de langage fonctionnel usitée dans une activité de type administratif, commercial, etc.* “bentuk bahasa yang digunakan dalam bidang administrative, komersil, dan lain-lain.”

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya bahasa adalah penggunaan kata-kata atau bahasa yang digunakan pada sebuah konteks tertentu untuk membandingkan sesuatu hal dengan hal yang lainnya dan untuk memberikan kesan keindahan.

#### **B. Jenis-Jenis Gaya Bahasa**

Tarigan (2013: 6) membagi jenis-jenis gaya bahasa ke dalam beberapa kelompok, yaitu: gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan

perulangan. Dari keempat kelompok tersebut, ia membagi gaya bahasa menjadi sub bagian yang lebih rinci.

### 1. *L'allitération*

Menurut Peyrouet (1994 : 28), *l'allitération est une répétition des consonnes* 'aliterasi adalah pengulangan bunyi konsonan'. Menurut Keraf, (2009:130), aliterasi adalah semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang dalam prosa, untuk perhiasan atau untuk penekanan. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

- (4) ... *Sur mon pupitre et les arbres [syR möppitR e lezaRbR]* ...  
(www.poetica.fr)  
'Di atas bangkuku dan pohon-pohon'

Pada penggalan puisi tersebut ada pengulangan konsonan /p/ dan /R/ yang terdapat pada kata *sur*, *pupitre*, dan *arbre* yang memberikan penekanan dan memperhias puisi tersebut.

- (5) Hidup macam apa ini!  
Orang-orang dipindah ke sana kemari  
Bukan dari tujuan ke tujuan  
Tapi dari keadaan ke keadaan yang tanpa perubahan  
(W.S. Rendra, Sajak Kenalan Lamamu via sastranesia.com)

Pada kutipan puisi tersebut didominasi oleh pengulangan konsonan 'n' yang terdapat pada kata pindah, sana, bukan, tujuan, keadaan, tanpa, dan perubahan.

## 2. *L'assonance*

Menurut Peyroutet (1994:28), *l'assonance est une répétition de voyelles* 'asonansi adalah pengulangan bunyi vokal'. Keraf (2009 : 130), berpendapat bahwa asonansi adalah semacam gaya bahasa yang berwujud pengulangan bunyi vokal yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang dalam prosa, untuk perhiasan atau sekedar keindahan. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

- (6) ...*Sur mes cahiers d'écolier [syR me kaje dekolje] ...*  
(www.poetica.fr)  
'Di atas buku-buku pelajaranku'

Pada penggalan puisi tersebut ada asonansi vokal /e/ yang terdapat pada kata *mes*, *cahiers*, dan *écolier* yang memberikan kesan indah dan memberikan penekanan.

- (7) Hidup macam apa ini!  
Orang-orang dipindah ke sanakemari  
Bukan dari tujuan ke tujuan  
Tapi dari keadaan ke keadaan yang tanpa perubahan

(W.S. Rendra, Sajak Kenalan Lamamu via sastranesia.com)

Pada kutipan puisi tersebut didominasi oleh asonansi vokal 'a' yang terdapat pada kata macam, apa, orang, pindah, sana, kemari, bukan, tujuan, tapi, dari, keadaan, yang, tanpa, dan perubahan.

## 3. *La paronomase*

Menurut Peyroutet (1994 :28), *la paronomase, c'est la suite de mots différents par le sens mais contenant plusieurs phonèmes communs* 'paranomasia adalah sekumpulan kata yang memiliki beberapa kesamaan

bunyi, tetapi berbeda makna'. Menurut Keraf (2009 : 145), paranomasia adalah kiasan dengan mempergunakan kemiripan bunyi. Ia merupakan permainan kata yang didasarkan pada kemiripan bunyi, tetapi terdapat perbedaan besar dalam maknanya. Seperti yang terdapat pada contoh berikut:

(8) ***Vouloir, c'est Pouvoir.***

(Peyroutet, 1994: 29)

'Kemauan adalah kekuatan'.

Pada contoh tersebut ada beberapa fonem yang memiliki kesamaan bunyi yaitu pada kata *vouloir* [vulwaR] dan *pouvoir* [puvwaR]. Fonem /v/ pada kata *vouloir* dan fonem /p/ pada kata *pouvoir* berfungsi sebagai pembeda makna.

(9) Engkau orang **kaya**! Ya, **kaya** monyet!

(Keraf, 2009 :145)

Kata "kaya" pada contoh di atas memiliki bunyi yang sama, tetapi secara semantik maknanya berbeda jauh. Kata "kaya" yang terdapat pada seruan yang pertama bermakna memiliki banyak harta, sementara kata "kaya" pada seruan yang kedua bersinonim dengan kata "seperti", atau dengan kata lain, penutur ujaran tersebut mengolok lawan bicaranya.

#### 4. *L'antithèse*

Menurut [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com), *l'antithèse est rapprochement de deux choses opposées dans une phrases ou un texte* 'antitesis adalah penggunaan 2 hal yang berlawanan dalam sebuah frasa atau teks'. Menurut Keraf (2009: 126), antitesis merupakan sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kata-kata atau sekelompok kata yang berlawanan, seperti yang terdapat pada contoh berikut:

- (10) *Certains aiment **le jour** comme d'autres préfèrent **la nuit**.*  
(francaisfacile.com).

'beberapa suka siang hari seperti yang lainnya menyukai malam hari'

Kata yang bercetak tebal pada contoh tersebut merupakan penanda bahwa tuturan tersebut mengandung gaya bahasa antitesis, karena menggunakan 2 kata yang berlawanan yaitu *le jour* 'siang hari' dan *la nuit* 'malam hari'.

- (11) **Kaya-miskin, tua-muda, besar-kecil**, semuanya mempunyai kewajiban terhadap keamanan bangsa dan negara.  
(Keraf, 2009: 126)

Dalam contoh tersebut, gaya bahasa antitesis ditunjukkan dengan penggunaan kata yang bercetak tebal yang saling bertentangan satu sama lain.

### 5. *La synecdoque*

Menurut Peyroutet (1994 : 62), *la synecdoque particularisante est la substitution de l'ensemble A par l'élément B auquel lui appartient ; la synecdoque généralisante est la substitution de l'élément A par l'ensemble B. L'élément A est inclus dans l'ensemble B* 'Sinekdoke sebagian adalah penggantian elemen A dengan elemen B, elemen B adalah bagian dari elemen A. Sinekdoke keseluruhan adalah penggantian elemen B dengan elemen A, elemen A merupakan bagian dari elemen B'. Menurut Keraf (2009 : 142), sinekdoke adalah semacam bahasa figuratif yang mempergunakan sebagian dari sesuatu hal untuk menyatakan keseluruhan (*pars pro toto*) atau mempergunakan keseluruhan untuk menyatakan sebagian (*totem pro parte*). Seperti yang terdapat pada contoh berikut:

- (12) *La France a gagné Miss Universe.*  
 ‘Prancis memenangkan Miss Universe’  
 (francaisfacile.com)

Kata ‘Prancis’ dalam contoh tersebut merujuk kepada Iris Mittenaere sebagai wakil Prancis yang memenangkan ajang kecantikan *Miss Universe*.

- (13) **Wanita di seluruh Indonesia** menginginkan rambutnya hitam dan lurus.

Pada contoh tersebut, seakan-akan seluruh wanita di Indonesia ingin memiliki rambut hitam dan lurus, tetapi pada kenyataannya tidak semua wanita di Indonesia ingin memiliki rambut hitam dan lurus.

## 6. *La métonymie*

Menurut Peyroutet (1994 :64), *la métonymie est un écart paradigmatique par lequel on remplace un signe linguistique normalement attendu (A) par un autre (B), selon un rapport de contiguïté ou de cause à effet entre A et B*. ‘Metonimia adalah sebuah penyimpangan paradigmatik yang menggantikan suatu kata atau tuturan dengan kata atau tuturan yang lain yang memiliki keterkaitan atau hubungan sebab akibat’. Menurut Keraf (2009: 142), metonimia merupakan gaya bahasa yang menggunakan sebuah kata untuk menyatakan sebuah hal yang lain, yang mempunyai pertalian sangat dekat. Hubungan itu dapat berupa penemu untuk hasil penemuan, pemilik untuk barang yang dimiliki, akibat untuk sebab, dan sebagainya. Seperti yang ada pada contoh berikut :

- (14) *J’ai bu un verre ce matin.*  
 (Dubois, 2002 : 303)  
 ‘Aku minum segelas pagi ini’

Pada contoh tersebut gaya bahasa metonimia ditunjukkan dengan adanya penggunaan frasa *boire un verre*. Penutur frasa tersebut ingin menyatakan bahwa ia telah minum sebuah minuman beralkohol sebanyak satu gelas.

(15) Berapa sih harga **Lancer** sekarang ini?  
(Tarigan, 2013:122).

Pada contoh tersebut, kata yang bercetak tebal merujuk pada salah satu jenis alat transportasi beroda empat yang diproduksi oleh Mitsubishi.

### 7. *La répétition*

Menurut [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com), *la répétition, le même mot est réécrit plusieurs fois* ‘repetisi adalah penulisan kembali kata yang sama sebanyak beberapa kali’. Menurut Keraf (2009: 127), repetisi adalah pengulangan bunyi, suku kata, kata, atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai, seperti yang terdapat pada contoh berikut :

(16) *J’ai faim, j’ai faim, j’ai faim.*  
([francaisfacile.com](http://francaisfacile.com)).  
‘aku lapar, aku lapar, aku lapar’

Pada contoh tuturan tersebut kata *j’ai faim* ‘aku lapar’ mengalami pengulangan sebanyak 3 kali. Tuturan tersebut memberikan penekanan bahwa orang tersebut sedang lapar.

(17) Atau maukah kau **pergi bersama** serangga-serangga tanah, **pergi bersama** kecoa-kecoa, **pergi bersama** mereka yang **menyusupi** tanah, **menyusupi** alam?  
(Keraf, 2009: 127)

Dalam contoh tersebut gaya bahasa repetisi ditunjukkan dengan adanya pengulangan kata pergi bersama sebanyak 3 kali dan kata menyusupi sebanyak 2 kali.

#### 8. *L'anaphore*

Menurut [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com), *l'anaphore est la répétition d'un mot ou d'un groupe en début de phrases* 'anafora adalah pengulangan kata atau grup kata di awal kalimat'. Sementara menurut Keraf (2009: 128), anafora adalah repetisi yang berwujud pengulangan kata pertama pada tiap baris atau kalimat berikutnya, seperti yang terdapat pada contoh berikut :

(18) *Dans ma rue, il y a des chiens.*

*Dans ma rue, il y a des chats.*

*Dans ma rue, il y a des voitures.*

*Dans ma rue, il y a des oiseaux.*

([francaisfacile.com](http://francaisfacile.com))

'di jalanku, ada anjing- anjing, di jalanku ada kucing-kucing, di jalanku ada mobil-mobil, di jalanku ada burung-burung'.

Tuturan pada contoh tersebut mengandung gaya bahasa anafora karena adanya pengulangan kata yang bercetak tebal pada awal setiap kalimat.

(19) **Berdosakah aku**, kalau aku bawakan air selalu menyiramnya, hingga pohonku berdaun rimbun, tempat aku mencari lindung? **Berdosakah aku** bersandar ke batang yang kuat berakar melihat tamasya yang molek berdandan menyambut fajar kata Ilahi ? **Berdosakah aku** kalau burungku kecil hinggap di dahan nampak menyanyi sunyi melega hati ?

(Keraf, 2009: 128)

Kata yang bercetak tebal pada contoh di atas, merupakan contoh penggunaan gaya bahasa anafora karena kata 'berdosakah aku' terletak di awal kalimat dan diulang sebanyak 3 kali.

### 9. *L'hyperbole*

Menurut Peyroutet (1994 : 74), *l'hyperbole est un écart de style fondé sur la substitution d'un mot ou d'un expression B à un mot ou un expression A normalement attendu, de façon à exagérer : B dit plus que A* 'Hiperbol adalah penggunaan bahasa dengan mengganti tuturan A dengan tuturan B yang menimbulkan kesan melebih-lebihkan'. Menurut Keraf (2009: 135), hiperbol adalah semacam gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Seperti yang ada pada contoh berikut :

(20) *Je vous l'ai déjà répété **cinquante millions de fois**.*  
(francaisfacile.com).

'Saya sudah mengulanginya lima juta kali'

Tuturan tersebut bermakna bahwa penutur telah mengulangi sesuatu beberapa kali. Kata '*cinquante millions de fois*' memberikan kesan melebihkan-lebihkan.

(21) Tabungannya **berjuta-juta**, sawahnya **berhektar-hektar**, emasnya **berkilo-kilo**.  
(Tarigan, 2013:56).

Kata-kata yang bercetak tebal pada contoh tersebut ingin menunjukkan bahwa orang yang sedang dibicarakan pada konteks tersebut merupakan orang yang sangat kaya.

### 10. *L'ironie*

Menurut Peyroutet, (1994 : 76), *l'ironie c'est une antiphrase dont le but est la raillery* 'ironi adalah tuturan yang bertolak belakang dengan kenyataan

yang ada dan diujarkan dengan maksud untuk mengejek atau menyindir'. Keraf (2009: 143), berpendapat bahwa ironi adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari hal yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Seperti yang terdapat pada contoh berikut:

(22) *Quelle belle journée!*  
'Hari yang cerah!'

Tuturan tersebut termasuk tuturan yang mengandung gaya bahasa ironi jika diucapkan ketika hari sedang hujan, karena tuturan tersebut bertolak belakang dengan kenyataan yang terjadi ketika tuturan tersebut diucapkan.

(23) **Rapi benar kamarmu, selimut tiada berlipat, bantal di bawah tempat tidur, sepatu berantakan, pakaian bergantung di dinding.**  
(Tarigan, 2013:62).

Penutur kalimat pada contoh di atas bermaksud untuk mengejek lawan bicara, karena barang-barang yang terdapat di dalam kamar sang mitra tutur sangat berantakan.

### 11. *La personnification*

Menurut Peyrouet (1994 : 79), *la personnification ce procédé de substitution permet de donner figure humaine aux abstractions, aux animaux, aux objets* 'personifikasi adalah cara penggantian suatu kata atau tuturan yang menggambarkan sifat-sifat manusia pada benda mati, hewan, dan benda lain selain manusia'. Menurut Keraf (2009 : 140), personifikasi adalah semacam gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati atau barang-

barang yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki sifat-sifat kemanusiaan.

Seperti yang ada pada contoh berikut :

(24) *La grenouille **demand**a à sa cousine si elle était aussi grosse que le bœuf.*  
(fr.slideshare.net).

‘Si katak berkata kepada sepupunya bahwa ia sama gemuknya dengan sapi’

Pada tuturan tersebut digambarkan bahwa sang katak dapat berbicara, hal itu bertolak belakang dengan kenyataan yang ada di kehidupan sehari-hari, karena faktanya hanya manusia saja yang dapat berbicara,

(25) Angin yang **meraung** di tengah malam yang gelap itu menambah lagi ketakutan kami.

(Keraf, 2009:140).

Pada contoh tersebut, kata ‘meraung’ merupakan tindakan yang hanya bisa dilakukan oleh manusia. Dalam konteks tersebut kata ‘meraung’ bermakna berhembus sangat kencang.

## 12. *L’hypallage*

Menurut Peyroutet (1994 :87), *l’hypallage est une permutation syntaxique: on attribue à un mot ce qui, logiquement, convient à un autre* ‘hipalase adalah perubahan sintaksis dengan menambahkan sebuah kata yang cocok dengan kata lainnya’. Menurut Keraf (2009:142), hipalase adalah semacam gaya bahasa di mana sebuah kata tertentu dipergunakan untuk menerangkan sebuah kata, yang seharusnya dikenakan pada sebuah kata yang lain. Seperti yang ada pada contoh berikut :

- (26) *Articles en baisse de 30%*.  
 (Peyroutet, 1994:87).  
 ‘Artikel menurun 30%’

Kata *en baisse* pada tuturan tersebut menerangkan harga artikel yang mengalami penurunan sebanyak 30%.

- (27) Nenek tidur di atas sebuah kasur yang **nyenyak**.  
 (Tarigan, 2013:89)

Pada contoh tersebut kata “nyenyak” berfungsi untuk menerangkan kondisi nenek yang sedang tidur.

### 13. *L’ellipse*

Menurut Peyroutet (1994 : 98), *l’ellipse toute suppression d’un ou de plusieurs mots dans une phrase* ‘elipsis adalah penghilangan satu atau beberapa kata di dalam sebuah frasa’. Menurut Keraf (2009 :132), elipsis adalah suatu gaya bahasa yang berwujud menghilangkan suatu unsur kalimat yang dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar, sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

- (28) *Jean* : “*Tu aimes le chocolat?*”  
*Adéle* : “***Beaucoup***”

*Jean* : “Kamu suka coklat?”  
*Adele* : “Sangat”

Pada contoh tuturan di atas, jawaban Adéle merupakan sebuah elipsis karena seharusnya Adéle menjawab dengan menggunakan kalimat lengkap yaitu *J’aime beaucoup le chocolat*.

(29) Mereka **ke** Jakarta minggu lalu.  
(Tarigan, 2013:133)

Pada kalimat contoh tersebut terjadi penghilangan kata “pergi”, tetapi tanpa menggunakan kata “pergi”, pembaca dapat mengambil kesimpulan bahwa penutur sedang bepergian ke Jakarta.

#### 14. *L'asyndète*

Menurut Peyrouet (1994 : 98), *l'asyndète supprime les conjonctions de coordination ou de subordination entre les propositions qui deviennent donc juxtaposées* ‘asidenton adalah penggabungan kata atau frasa tanpa menggunakan kata hubung’. Menurut Keraf (2009: 131), asidenton adalah suatu gaya yang berupa acuan, yang bersifat padat dan mampat di mana beberapa kata, frasa, atau klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

(30) *Liberté, égalité, fraternité.*

‘Kebebasan, kesetaraan, persaudaraan’.

Contoh tersebut merupakan semboyan negara Prancis yang berarti kebebasan, persamaan, persaudaraan. Ketiga kata tersebut termasuk dalam kelompok kata benda dan penggabungannya hanya menggunakan tanda koma.

(31) Ibu membeli sayur bayam, ikan asin, tempe mendoan.

Kata “sayur bayam”, “ikan asin”, dan “tempe mendoan” merupakan kata benda dan dalam penulisannya dapat dipisahkan dengan menggunakan tanda koma tanpa menggunakan kata hubung “dan”, “atau”, “tetapi”.

### 15. *Le chiasme*

Menurut Peyrouet (1994 : 100), *le chiasme, oppose deux énoncés syntaxiquement équivalents mais dont on inverse l'ordre de termes*. ‘kiasmus adalah penyusunan dua frasa yang setara secara terbalik’. Menurut Keraf (2009: 132), kiasmus adalah semacam acuan atau gaya bahasa yang terdiri dari dua bagian, baik frasa atau klausa, yang sifatnya berimbang, dan dipertentangkan satu sama lain, tetapi susunan frasa atau klausanya itu terbalik bila dibandingkan dengan frasa atau klausa lainnya. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

(32) ***Tunisie: le cœur de Méditerranée. Tunisie: la Méditerranée du cœur.***  
(Peyrouet, 1994 : 100)  
‘Tunisia: Jantung Mediterania. Tunisia: Lautan Hati’

Pada contoh tuturan tersebut gaya bahasa *le chiasme* ditunjukkan pada kata “*le cœur de Méditerranée*” pada kalimat pertama dan kata “*la Méditerranée du cœur*” pada kalimat kedua.

(33) Dia **menyalahkan yang benar** tetapi **membenarkan yang salah**.  
(Tarigan, 2013:181)

Pada contoh di atas gaya bahasa kiasmus ditunjukkan dengan kalimat pertama “dia menyalahkan yang benar” dan kalimat kedua “membenarkan yang salah” yang struktur kalimatnya tersusun secara terbalik.

### 16. *La prétérition*

Dalam situs [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com) definisi *la prétérition, on fait semblant de ne pas vouloir dire quelque chose, mais on le dit quand même* ‘preterisio adalah seolah-olah tidak ingin mengatakan sesuatu, tetapi justru

mengatakannya'. Menurut Keraf (2009: 130), preterisio, merupakan gaya bahasa di mana penulis atau pengarang menegaskan sesuatu, tetapi tampaknya menyangkal. Berpura-pura membiarkan sesuatu berlalu, tetapi sebenarnya ia menekankan hal itu, berpura-pura melindungi dan menyembunyikan sesuatu, tetapi sebenarnya memamerkannya. Seperti yang terdapat pada contoh berikut :

(34) *Vous remarquez que je ne vous dis pas que votre style manqué d'élégance.*

(etudes-litteraires.com).

'Kamu perlu tahu jika saya tidak akan mengatakan bahwa kamu memiliki gaya yang tidak elegan'.

Tuturan tersebut bermakna bahwa sang penutur tidak akan mengatakan kepada mitra tutur bahwa sang mitra tutur tidak memiliki selera berbusana yang baik, secara tidak langsung sang penutur telah mengutarakan maksud hatinya kepada mitra tutur.

(35) Saya **tidak rela mengungkapkan** dalam pertemuan ini bahwa **Bapak telah bermain serong dengan wanita itu.**

(Tarigan, 2013:87).

Kata "tidak" menunjukkan bahwa penutur kalimat tersebut tidak mau mengungkapkan keburukan orang lain, tetapi pada akhir kalimat, sang penutur justru mengungkapkan dan memberikan penekanan pada keburukan yang telah dilakukan orang tersebut.

### 17. *La métaphore*

Dalam situs etudes-litteraires.com *la métaphore c'est une comparaison sans terme comparatif* 'metafora adalah sebuah perbandingan secara langsung tanpa menggunakan pembandingan'. Menurut Keraf (2009 :139), metafora

adalah semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat. Seperti yang ada pada contoh berikut :

(36) *L'œil d'un homme est une fenêtre.*

(francaisfacile.com).

'Mata adalah jendela'

Tuturan tersebut mengungkapkan bahwa mata merupakan jendela. Mata merupakan salah satu organ tubuh manusia yang digunakan untuk melihat semua yang ada di sekitar kita, sebagaimana jendela yang merupakan salah satu bagian dari rumah yang juga dapat digunakan untuk melihat lingkungan yang ada di sekitar rumah.

(37) **Pak Ogah lintah darat**, jangan bergaul dengan dia.

(Tarigan, 2013:16)

Pada contoh tersebut, Pak Ogah disebut sebagai lintah darat karena gemar memeras orang lain, seperti hewan lintah yang menyerap darah manusia jika menempel di kulit. Istilah lintah darat pada contoh tersebut bermakna 'rentenir'.

#### 18. *Polysyndète*

Dalam situs [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com) *polysyndète c'est le contraire de l'asyndète, c'est-à-dire qu'il y a une exagération des mots de liaison.*

'polisidenton adalah kebalikan dari asidenton, yaitu adanya penggunaan kata hubung yang berlebihan'. Menurut Keraf (2009: 131), polisidenton, merupakan kebalikan dari asidenton. Beberapa kata, frasa, atau klausa yang berurutan dihubungkan satu sama lain dengan kata-kata sambung. Perhatikan contoh berikut :

(38) ... *Mais tout dort, et l'armée, et les vents, et Neptune.*

(Racine, *Iphigénie*).

'tetapi semua tidur, dan bersenjata, dan angin-angin, dan neptunus'

Pada contoh tersebut penggunaan gaya bahasa polisindenton ditunjukkan dengan adanya penggabungan beberapa kata benda dengan menggunakan kata hubung 'et' secara berulang-ulang.

(39) Harga padi **dan** jagung **dan** sayur mayur sangat menggembirakan para petani tahun ini.

(Tarigan, 1985: 144)

Pada contoh di atas, kata padi, jagung, sayur mayur merupakan kata yang berada pada kelas kata yang sama dan dihubungkan dengan menggunakan kata sambung 'dan'.

### 19. *La parisose*

Dalam situs french.hku.hk *la parisose est equilibre rythmique des deux membres d'une phrase* 'parisos adalah kesamaan ritme dari dua bagian dalam sebuah kalimat'. Perhatikan contoh berikut :

(40) *Boire ou conduire, il faut choisir.*

[bwaʁ u kɔ̃dʁɥɛʁ, il foʃwaʒiʁ]

(french.hku.hk).

'minum atau berkendara, tetap harus memilih'.

Pada contoh tersebut ada kesamaan ritme yang terdapat pada kata *conduire* [kɔ̃dʁɥɛʁ] dan *choisir* [ʃwaʒiʁ], sehingga contoh di atas mengandung gaya bahasa parisos.

### 20. *Périphrase*

Dalam situs francaisfacile.com *périphrase donner la définition d'un mot au lieu de dire ce mot* 'periphrasis adalah menyebut suatu istilah dengan

mengatakan definisi kata tersebut'. Menurut Keraf (2009 : 143), periphrasis adalah gaya bahasa yang mirip dengan pleonasme, yaitu mempergunakan kata lebih banyak dari yang diperlukan. Perbedaannya terletak dalam hal bahwa kata-kata yang berlebihan itu sebenarnya dapat diganti dengan satu kata saja. Perhatikan contoh berikut :

- (41) *L'année prochaine j'irai **au toit de monde**.*  
 (intellego.fr)  
 'Tahun depan saya akan pergi ke atap dunia'

Dalam contoh di atas, penggunaan gaya bahasa periphrasis ditunjukkan dengan adanya penggunaan kata yang bercetak tebal. Kata tersebut merujuk kepada Himalaya yang merupakan puncak tertinggi di dunia.

- (42) Anak saya telah **menyelesaikan kuliahnya** di jurusan Bahasa Indonesia FPBS UPI.  
 (Tarigan, 2013: 31)

Dalam contoh tersebut istilah "menyelesaikan kuliah" merupakan contoh penggunaan gaya bahasa periphrasis dan dapat diganti dengan kata "lulus".

## 21. *L'apocope*

*l'apocope, à'oral, suppression de phonèmes ou de syllabes à la fin d'un mot. Á l'écrit, suppression de lettres ou de syllabes* 'apokop adalah dalam bahasa lisan pemotongan fonem atau suku kata di akhir kata. Dalam bahasa tulis, pemotongan huruf atau suku kata (Peyroutet, 1994 :26). Perhatikan contoh berikut :

- (43) *Il se reveille à quatre heures du mat*  
 (Peyroutet, 1994 :26)  
 'Dia bangun pukul 4 pagi'.

Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa apocope karena adanya pemenggalan suku kata pada kata *matin* menjadi kata *mat*. *Matin* [matɛ̃] terdiri dari dua *syllabe* ‘suku kata’ yaitu [ma/tɛ̃], sedangkan kata *mat* hanya terdiri dari satu *syllabe* ‘suku kata’ yaitu [mat].

## 22. *L’epihore*

*L’epiphore, répétition des mots en fin des phrases* ‘epifora adalah pengulangan kata di akhir kalimat’ (Peyroutet, 1994 :92). Menurut Tarigan (2013: 186), epistrof merupakan gaya bahasa repetisi yang berupa perulangan kata atau frase pada akhir baris atau kalimat berurutan. Perhatikan contoh berikut :

(44) *Il aperçoit le veston **de son ennemi**, la tête **de son ennemi**, le sourire mauvais **de son ennemi**.*

(Peyroutet, 1994: 93)

‘ia melihat jaket musuhnya, kepala musuhnya, senyuman musuhnya’.

Tuturan pada contoh tersebut mengandung gaya bahasa epifora karena adanya pengulangan kata *de son ennemi* ‘musuhnya’ sebanyak tiga kali pada akhir setiap kalimat.

(45) Kemarin adalah **hari ini**  
 Besok adalah **hari ini**  
 Hidup adalah **hari ini**  
 Segala sesuatu buat **hari ini**  
 (Tarigan, 2013: 186)

Kata yang bercetak tebal pada contoh di atas, merupakan contoh penggunaan gaya bahasa epistrof karena kata yang bercetak tebal berada di akhir kalimat dan diulang sebanyak empat kali.

### 23. *La syllepse*

Menurut Peyrouet (1994 : 102), *la syllepse c'est une rupture de la construction grammaticale* 'silepsis adalah kesalahan secara gramatikal'.

Menurut Keraf (2009 : 135), silepsis merupakan gaya bahasa yang konstruksinya secara gramatikal benar, tetapi secara semantik tidak benar.

Perhatikan contoh berikut :

(46) *Élise a pris une menthe, Jules et Jim un pastis, et nous une eau minérale.*

(Peyrouet, 1994 :103)

'Elis mengambil *mint*, Jules dan Jim *pastry*, dan kami air mineral'.

Tuturan tersebut tidak sesuai dengan struktur tata bahasa yang benar, karena konjugasi *avoir* untuk *Jules et Jim* atau orang ketiga jamak seharusnya menggunakan konjugasi *ont*, dan untuk konjugasi *nous* atau orang pertama jamak menggunakan konjugasi *avons*.

(47) Ia sudah kehilangan **topi** dan **semangatnya**.

(Keraf, 2009:135)

Contoh di atas merupakan contoh gaya bahasa silepsis, karena secara sintaksis struktur kalimatnya tepat, tetapi secara semantik tidak tepat. Kata kehilangan topi memiliki makna denotatif, sementara kata kehilangan semangat bermakna konotatif.

### 24. *La comparaison*

Dalam situs [francaisfacile.com](http://francaisfacile.com) *la comparaison il y a un comparé, un comparant, et un outil grammatical de comparaison, par exemple : comme, ressembler, semblable à etc.* 'adanya sebuah pembandingan, yang dibandingkan dan penggunaan kata bantu untuk membandingkan, contoh : seperti, mirip, serupa dengan, dan lain-lain'. Menurut Keraf (2009:138), simile merupakan

gaya bahasa yang membandingkan secara eksplisit yang biasanya menggunakan kata-kata: *seperti*, *bagai*, *sama*, *laksana*, *bagaikan*, dan sebagainya. Perhatikan contoh berikut :

(48) *Le poète est semblable à un prince.*  
(francaisfacile.com)  
'Puisi itu menyerupai seorang pangeran'

Kalimat tersebut bermakna 'puisi ini seperti seorang pangeran'. Penutur kalimat tersebut ingin menyampaikan bahwa puisi yang sedang dibicarakan dalam konteks tersebut merupakan sebuah puisi yang indah, sehingga sang penutur menyamakan keindahan puisi tersebut seperti seorang pangeran, karena pangeran selalu identik dengan keelokan wajahnya.

(49) Bibirnya **seperti** delima merekah.  
(Keraf, 2009:138)

Frasa dalam contoh tersebut menggambarkan bahwa orang yang sedang dibicarakan dalam konteks tersebut memiliki bibir yang berwarna merah yang menyerupai dengan buah delima yang sedang merekah.

### C. Teori Makna

Leech (1981: 9) membagi jenis-jenis makna menjadi 7 bagian, yaitu: makna konseptual, konotatif, sosial, afektif, pantulan, kolokatif, dan makna tematik. Berbeda dengan Leech, Chaer (2013: 33) mengungkapkan makna adalah unsur dari sebuah kata atau lebih tepat disebut sebagai gejala dalam ujaran (*Utterance-internal-phenomenon*). Ia membagi makna menjadi beberapa bagian, yaitu: makna leksikal, gramatikal, referensial, nonreferensial, denotatif, konotatif, makna kata, makna istilah, konseptual, asosiatif, idiomatical, peribahasa, kias, kolusi, ilokusi, dan perlokusi.

Fries via Tarigan (2013: 10-11) membagi makna menjadi 2 bagian yaitu makna linguistik dan makna sosial. Ia membagi lagi makna linguistik menjadi 2 bagian, yaitu makna makna leksikal dan makna struktural. Berbeda dengan pendapat pendahulunya, Wijana (2015) membagi makna menjadi 6, yaitu: denotasi, konotasi, leksikal, gramatikal, makna kalimat, dan makna tuturan.

Dari teori-teori makna yang telah dipaparkan di atas, pada penelitian ini peneliti hanya akan memfokuskan kajian terhadap makna denotatif dan makna konotatif.

## 1. Makna Denotatif

Peyroutet (1994:12) mengungkapkan bahwa *la dénotation, c'est le sens dénoté d'un mot, son sens objectif, livré par dictionnaire*. 'denotasi adalah makna sebenarnya dari sebuah kata, makna obyektif, yang terdapat dalam kamus'.

Chaer (2013:65-66) berpendapat bahwa makna denotatif adalah makna yang menyangkut informasi-informasi faktual objektif dan disebut juga dengan makna sebenarnya. Perhatikan contoh berikut:

(50) Kau boleh memilih di antara ketiga **cewek** itu: Yana, yang **wanita**, Yani yang **perempuan**, dan Yanu yang **betina**.

(Chaer, 2013: 67)

Kata-kata yang bercetak tebal memiliki makna denotatif yang sama dan saling bersinonim.

Tarigan (2015:52) mendefinisikan makna denotatif sebagai makna kata.

Perhatikan contoh berikut:

(51) Pencuri itu dikenai hukuman 5 tahun **penjara**.

Kata ‘penjara’ pada contoh di atas memiliki makna denotatif yang merujuk kepada tempat untuk orang-orang yang terkena kasus pidana seperti pencurian, pembunuhan, dan lain sebagainya.

Sependapat dengan para pendahulunya, Wijana (2015 : 25-26) beranggapan bahwa makna denotatif adalah makna sentral dari sebuah kata yang disepakati oleh setiap penutur bahasa. Perhatikan contoh berikut :

(52) Adi adalah anak yang **pintar**.

Kata ‘pintar’ pada contoh di atas memiliki makna denotatif yang sama dengan kata pandai.

## 2. Makna Konotatif

Menurut Peyroutet (1994 : 12), *la connotation, c'est le sens connoté d'un mot, un sens seconde, affectif et suggéré, variable selon les groupes, les individus, le contexte*. ‘konotasi adalah makna kiasan dari sebuah kata, makna tambahan, berkaitan dengan perasaan dan saran, berbeda berdasarkan kelompok, individu, dan konteks’.

Chaer (2013:65-66) berpendapat bahwa sebuah kata disebut bermakna konotatif apabila kata tersebut memiliki “nilai rasa”, baik positif maupun negatif. Perhatikan contoh berikut:

- (53) Kau boleh memilih di antara ketiga **cewek** itu: Yana, yang **wanita**, Yani yang **perempuan**, dan Yanu yang **betina**.  
(Chaer, 2013: 67)

Kata-kata yang bercetak tebal memiliki makna konotatif yang berbeda. Kata ‘wanita’ dianggap memiliki makna konotatif yang bernilai rasa tinggi, karena kata tersebut sering didefinisikan sebagai seseorang yang berpendidikan dan sukses. Sementara, kata perempuan sering didefinisikan sebagai seseorang yang kurang berpendidikan dan polos. Kata ‘betina’ memiliki makna konotatif yang bernilai rasa rendah, karena kata tersebut sering digunakan untuk mendefinisikan jenis kelamin dari binatang.

Tarigan (2015:52) mengemukakan bahwa makna konotatif adalah pancaran impresi-impresi yang tidak dapat dirasa dan dinyatakan secara jelas. Konotasi juga berarti segala sesuatu yang kita pikirkan apabila kita melihat kata tersebut, yang mungkin dan tidak mungkin sesuai dengan makna sebenarnya. Perhatikan contoh berikut:

- (54) Pencuri itu dikenai hukuman 5 tahun **penjara**.

Kata ‘penjara’ memiliki makna konotatif yang buruk, karena penghuni penjara merupakan pelaku tindak kejahatan dan tidak memiliki kebebasan lagi.

Sependapat dengan para pendahulunya, Wijana (2015 : 25-26), makna konotatif adalah makna emotif yang dapat dibangkitkan oleh sebuah kata. Perhatikan contoh berikut :

- (55) Adi adalah anak yang **pintar**.

Pada lingkungan masyarakat tertentu kata ‘pintar’ memiliki konotasi negatif, dan sering digunakan untuk menyebut paranormal atau dukun.

Dari pengertian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa makna denotatif adalah makna yang sebenarnya yang terdapat dalam kamus dan makna konotatif adalah makna tambahan yang timbul akibat adanya nilai rasa terhadap sebuah kata tertentu. Nilai rasa tersebut bisa positif atau negative bergantung pada norma-norma dalam lingkungan suatu komunitas bahasa.

#### **D. Pengertian Iklan**

*Advertising is the non personal communication of information usually paid for and usually persuasive in nature about products, services, ideas by identified sponsors through the various media (slideshare.net)* ‘Iklan adalah penyebaran informasi berbayar dan persuasif mengenai suatu produk, layanan, ide melalui beragam media’.

*La publicité désigne l'ensemble des actions mises en œuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour se faire connaître et communiquer sur ses produits et/ou prestations afin d'en promouvoir la vente. (petite-entreprise.net)* ‘Iklan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan komersil atau industri untuk menyebarluaskan produknya untuk menaikkan penjualan’.

Dari kedua pengertian iklan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan adalah usaha persuasif dan berbayar yang dilakukan oleh produsen barang

atau jasa untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya pada masyarakat luas.

Khasali via Dekoranita (2013 :49) struktur iklan adalah sebagai berikut :

### 1. *Headline*

*Headline* juga sering disebut judul atau kepala tulisan, adalah bagian terpenting dari sebuah iklan. Letaknya tidak selalu pada awal tulisan, namun merupakan bagian pertama yang dibaca orang. Sehingga *headline* harus menarik perhatian khalayak sarannya. Beberapa penulis naskah iklan menggunakan trik-trik khusus untuk menimbulkan perhatian calon pembeli, salah satunya menggunakan slogan yang mudah diingat sebagai *headline*.

### 2. *Subheadline*

Sebuah *headline* mengatakan sesuatu yang sangat penting kepada calon pembeli, baik dalam suatu kalimat yang panjang atau pendek. *Subheadline* adalah penjelasan singkat dari *headline*.

### 3. *Bodycopy*

*Bodycopy* atau perluasan merupakan penjelasan rinci dari sebuah produk yang ditawarkan. Apa yang ditulis dan seberapa rinci sebenarnya tergantung pada seberapa banyak informasi yang disampaikan oleh produsen, atau yang dibutuhkan oleh calon pembeli pada saat itu sebagai satu tahap di dalam proses pembelian.

Sementara itu Janich via Suparmudji (2016: 24), komponen pembentuk iklan dibagi menjadi 6 bagian, yaitu:

1. Pokok berita atau *headline*, merupakan bagian sentral elemen yang terletak di samping gambar, dapat berupa kalimat yang pendek atau panjang, tetapi tidak selalu di awal kalimat dan biasanya ditulis dengan menggunakan huruf besar untuk menarik perhatian pembaca.
2. Teks iklan atau *copy*, *textbody*, atau *bodycopy* merupakan bagian naskah atau teks iklan yang memberi penjelasan lebih lanjut terkait produk yang diiklankan.
3. Slogan, digunakan untuk membentuk citra dari benda yang diiklankan. Slogan dapat berbentuk kalimat pendek atau panjang.
4. Nama produk, merupakan nama produk yang diiklankan yang memberikan citra dan ciri khas tertentu serta bersifat orisinal, ekspresif, dan menaikkan citra.
5. Bentuk-bentuk teks iklan, penjelasan yang lebih terperinci yang terdapat pada iklan seperti kontak produsen suatu produk.
6. Elemen gambar, gambar produk yang diiklankan, yang menarik perhatian pembaca.

**Nouveautés Apple**

PRODUITS INNOVANTS & TENDANCE,  
DÉCOUVREZ VITE LES NOUVEAUTÉS DE LA MARQUE APPLE  
DISPONIBLES DANS VOTRE MAGASIN AUCHAN ET SUR [auchan.fr](http://auchan.fr)

**Nouvel iPod Shuffle**  
Taille minimale. Capacité maximale.

FONCTION VOICEOVER : votre lecteur vous parle !  
CAPACITÉ DE 4 GO : jusqu'à 1000 titres !

EN SAVOIR PLUS

**79 €** + Eco part 0,10 € = 79,10 €

**Nouvel iMac**  
Superbes graphismes. Performances améliorées.

CAPACITÉ MÉMOIRE : jusqu'à 4Go de mémoire vive  
& 1 disque dur de 640Go !  
ECRAN SOMPTUEUX : affichage panoramique ultra-brillant !

EN SAVOIR PLUS

- INTEL CORE 2 DUO 2,66 GHZ  
- ÉCRAN 24"  
- GRAPHISME NVIDIA

**1399 €** + Eco part 0,75 € = 1399,75 €

Retrouvez tous nos produits Apple dans notre boutique [Cliquez ici !](#)

Headline

Subheadline

Bodycopy

Gambar 2: struktur iklan

## E. Analisis Komponensial

*L'analyse Componentielle est une procédure visant à établir la configuration des unités minimales de signification (composants sémantiques, traits sémantiques, ou sèmes) à l'intérieur de l'unité lexicale (morphème lexical ou mot) (Dubois, dkk., 1973 : 105) 'Analisis Komponensial adalah sebuah prosedur untuk membentuk konfigurasi dari unit-unit terkecil makna (komponen semantik, ciri-ciri semantik, atau seme) di dalam unit leksikal (morfem leksikal atau kata)'. Chaer (2013: 114) mengemukakan bahwa analisis komponensial adalah analisis komponen makna yang terbentuk dari satu atau beberapa unsur yang membentuk makna kata atau makna unsur leksikal tersebut.*

## **F. Penelitian Yang Relevan**

1. Gaya Bahasa dan Aspek Pencitraan Iklan Perabot Rumah Tangga pada Situs Internet oleh Alisani Dekoranita jurusan Pendidikan Bahasa Prancis Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2013. Penelitian ini mengkaji tentang gaya bahasa dan aspek pencitraan dalam iklan perabot rumah tangga berbahasa Prancis pada situs internet. Data dalam penelitian ini adalah slogan yang mengandung gaya bahasa dan kalimat-kalimat iklan yang mengandung aspek pencitraan dalam iklan perabot berat elektronik rumah tangga yang diperoleh dari situs internet tertentu tahun 2011-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) adanya beragam tipe-tipe gaya bahasa dalam slogan iklan perabot berat elektronik rumah tangga, yang terdiri atas 9 hiperbola, 9 metonimia, 3 personifikasi, 5 sinekdoke, 3 aritesis, 1 metafora, 3 asonansi, 1 aliterasi, 3 parisos, 3 elipsis, 3 apocope, 1 anafora, 1 silepsis, dan 1 mesodiplosis. (2) aspek pencitraan dalam kalimat iklan perabot berat elektronik rumah tangga terdiri atas 65 pencitraan karakteristik produk, 39 pencitraan harga dan mutu, 15 pencitraan kegunaan, 5 pencitraan pemakainya, dan 8 pencitraan simbol budaya.

2. Diksi Dalam Gaya Bahasa Pada Komik Cubitus Karya Dupa oleh Whida Abilia Fahrianty jurusan Pendidikan Bahasa Prancis Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2017. Penelitian ini mengkaji tentang diksi dan gaya bahasa dalam komik cubitus karya dupa. Hasil dari penelitian ini adalah (1) adanya 11 jenis diksi yang ditemukan dalam komik cubitus karya dupa, yaitu denotasi, konotasi, kata abstrak, kata konkrit, kata umum, kata khusus, kata ilmiah, kata

populer, kata slang, kata asing, dan kata serapan. Diksi yang paling dominan adalah denotasi yang terdapat pada 34 data, sedangkan diksi yang paling sedikit digunakan adalah diksi kata ilmiah dan kata abstrak yang masing-masing hanya ditemukan 1 data saja. (2) adanya 20 jenis gaya bahasa yang digunakan dalam komik cubitus karya dupa, yaitu aliterasi, asonansi, anastrof, apostrof, asidenton, ellipsis, pleonasme, prolepsis/antisipasi, ertosis/pertanyaan retorik, koreksio/ epanortosis, hiperbola, paradoks, periphraasis, simile, metafora, personifikasi, inuendo, metonimia, hipalase, dan ironi. Gaya bahasa yang paling dominan adalah anastrof yang terdapat pada 11 data, sedangkan gaya bahasa yang paling sedikit digunakan adalah metonimia, hipalase, dan ironi yang masing-masing hanya ditemukan 1 data saja.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Moleong (2010: 6) memaparkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Berdasarkan definisi di atas, maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis ragam gaya bahasa dan mendeskripsikan makna gaya bahasa dalam iklan *Apple* yang diambil dari situs internet dengan menggunakan teori gaya bahasa dan teori makna.

#### **B. Data dan Sumber Data**

Menurut Sudaryanto (1990: 3) data dapat diidentifikasi atau dijabatikan sebagai bahan penelitian dan bukan objek penelitian, data bukanlah bahan mentah melainkan bahan jadi. Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2013:172).

Dalam penelitian ini, yang menjadi data ialah satuan lingual yang mengandung gaya bahasa dan makna yang terdapat dalam tuturan yang

mengandung gaya bahasa, dan sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk *Apple* berbahasa Prancis yang diambil dari 17 situs di internet, yaitu:

1. [www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com)
2. [www.nextinpact.com](http://www.nextinpact.com)
3. [www.appsystem.fr](http://www.appsystem.fr)
4. [www.maxigadget.com](http://www.maxigadget.com)
5. [www.igen.fr](http://www.igen.fr)
6. [slice42.com](http://slice42.com)
7. [www.anthonymasure.com](http://www.anthonymasure.com)
8. [gtaequipeaa.wordpress.com](http://gtaequipeaa.wordpress.com)
9. [tpe-ppc-apple.e-monsite.com](http://tpe-ppc-apple.e-monsite.com)
10. [www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com)
11. [www.blog-note.com](http://www.blog-note.com)
12. [foiegras.canalblog.com](http://foiegras.canalblog.com)
13. [www.macg.co](http://www.macg.co)
14. [www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr)
15. [iphoneaddict.fr](http://iphoneaddict.fr)
16. [www.developpez.com](http://www.developpez.com)
17. [www.actusmediasandco.com](http://www.actusmediasandco.com)

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak dengan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), menurut Sudaryanto (2015: 203 - 204) metode simak dilakukan untuk memperoleh data yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Dalam penelitian ini metode simak dilakukan dengan cara membaca secara berulang-ulang dengan teliti iklan produk Apple berbahasa Prancis untuk menemukan permasalahan yang akan dikaji yaitu jenis gaya bahasa dan makna kalimat yang mengandung gaya bahasa. Dalam proses penyediaan data, peneliti hanya berperan sebagai pemerhati dan tidak terlibat langsung untuk menentukan pembentukan dan pemunculan calon data (Sudaryanto, 2015: 204 -205), oleh karena itu penelitian ini menggunakan teknik SBLC.

Setelah membaca secara berulang-ulang iklan produk Apple berbahasa Prancis kemudian penulis akan melakukan teknik catat, yaitu mencatat semua kata, frasa, atau kalimat yang memiliki kriteria sesuai dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini pada tabel analisis data dan mengklasifikasikannya.

Contoh tabel klasifikasi data:

**Tabel 2. Contoh Tabel Klasifikasi Data**

No.	Data	Gaya Bahasa	Makna	Ket.
15.01	<i>Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance.</i> <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a> 'dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, laptop terbaru yang terdepan'.	Polisidenton	D	Adanya pengulangan kata hubung et 'dan'. Bermakna denotatif karena menjelaskan keunggulan yang terdapat dalam produk Macbook Air.

Keterangan: No. = kode data

Data = kata, frasa, atau kalimat yang diperoleh dari wacana iklan

Gaya bahasa = jenis gaya bahasa berdasarkan data yang diperoleh

Makna = Denotatif (D) atau Konotatif (K)

Ket.= penjelasan singkat

#### **D. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument penelitian adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai

kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2015: 60).

Peneliti dengan seluruh pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan dalam berbahasa Prancis untuk mengumpulkan dan menganalisis data-data dari iklan produk *Apple* berbahasa Prancis. Peneliti sendiri yang mencari, menganalisis, dan menafsirkan data yang diperoleh dan kemudian peneliti juga yang akan memaparkan hasil penelitiannya.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini ada dua permasalahan yang akan dikaji, yang pertama yaitu jenis gaya bahasa yang terdapat pada iklan *Apple* di situs internet dan yang kedua ialah makna yang terdapat pada tuturan yang mengandung gaya bahasa pada iklan *Apple* di situs internet.

Metode yang digunakan untuk menganalisis gaya bahasa ialah analisis komponensial, metode padan referensial, metode padan fonetis artikulatoris dengan teknik PUP, dan metode agih dengan teknik perluas, teknik sisip, dan teknik baca markah, menyesuaikan dengan karakteristik data yang ada.

Menurut Sudaryanto (2015:15), metode padan referensial adalah suatu metode yang alat penentunya ialah kenyataan yang ditunjuk atau diacu oleh bahasa atau *referent* bahasa dan metode padan fonetis artikulatoris adalah suatu metode yang alat penentunya organ pembentuk bahasa atau organ wicara. Metode agih adalah metode yang alat penentunya merupakan bagian dari bahasa itu sendiri (Sudaryanto, 2015: 18). Menurut Sudaryanto, teknik perluas adalah teknik

analisis yang berupa perluasan satuan lingual data (2015: 69), teknik sisi adalah teknik analisis yang berupa perluasan di tengah terhadap satuan lingual data (2015: 81), dan teknik baca markah adalah teknik analisis yang dilakukan dengan cara melihat langsung pemarkah yang dimaksud (2015: 129).

Menurut Chaer (2013: 114) analisis komponensial adalah analisis komponen makna yang terbentuk dari satu atau beberapa unsur yang membentuk makna kata atau makna unsur leksikal tersebut.

Contoh analisis data di bawah ini menunjukkan adanya penggunaan gaya bahasa polisidenton yang ditunjukkan dengan pengulangan kata hubung *et*:



Gambar 3: contoh gaya bahasa polisidenton bermakna denotatif

- (58) *“Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance”*.  
(www.laptopspirit.fr)  
'dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, laptop terbaru yang terdepan.

Untuk menganalisis makna yang terdapat dalam tuturan yang mengandung gaya bahasa menggunakan metode padan referensial. Menurut Sudaryanto (2015:15), metode padan referensial adalah suatu metode yang alat penentunya ialah kenyataan yang ditunjuk atau diacu oleh bahasa atau *referent* bahasa. Dalam penelitian ini yang menjadi alat penentu adalah kamus.

Pada data (58), tuturan tersebut bermakna denotative karena bertujuan untuk memberikan penjelasan yang mendetail tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh *MacBook Air*.

#### **F. Validitas Dan Reliabilitas Data**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2013 : 267). Penelitian ini menggunakan validitas semantis, menurut Zuchdi (1993:75) validitas semantik mengukur tingkat kesensitifan suatu teknik terhadap makna-makna simbolik yang relevan dengan konteks tertentu.

Selain dilakukan validitas, perlu dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi hasil penelitian jika diuji pada waktu yang berbeda. Upaya yang dilakukan adalah dengan membaca data secara berulang-ulang. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan stabilitas *expert-judgment*. Menurut Eriyanto (2013: 284), stabilitas merupakan derajat sejauh mana alat ukur menghasilkan temuan yang tidak berbeda atau tidak berubah sepanjang waktu.

Jika dalam menganalisis peneliti mengalami keraguan maka akan dikonsultasikan dengan dosen pembimbing yaitu, drs.Rohali, M.Hum.

## **BAB IV**

### **JENIS DAN MAKNA GAYA BAHASA PADA IKLAN *APPLE***

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 69 data yang terdiri atas 19 iklan dan 17 jenis gaya bahasa. Pada penelitian ini juga diketahui adanya makna denotatif dan makna konotatif yang terdapat pada tuturan yang mengandung gaya bahasa dalam iklan *Apple* di situs internet.

Dari 69 data yang ada, yang paling dominan adalah gaya bahasa asonansi yaitu sebanyak 15 data. Penggunaan gaya bahasa ini dimaksudkan untuk memberikan kesan indah pada wacana iklan ketika diucapkan. Makna yang paling dominan adalah makna denotatif yaitu sebanyak 38 data. Penggunaan makna denotatif ini dimaksudkan untuk memudahkan calon pembeli dalam memahami penjelasan tentang produk yang diiklankan, karena dalam iklan tersebut banyak mengandung istilah-istilah yang berkaitan dengan teknologi.

Berikut ini peneliti akan memaparkan jenis-jenis gaya bahasa dan makna yang terdapat dalam tuturan yang mengandung gaya bahasa pada iklan produk *Apple* di situs internet. Dalam bab ini pembahasan jenis gaya bahasa dan makna yang terdapat pada tuturan yang mengandung gaya bahasa dilakukan secara integral.

#### **A. Asonansi**

Asonansi adalah jenis gaya bahasa yang berwujud pengulangan bunyi vokal yang sama dalam satu kalimat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat dua jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa asonansi, yaitu gaya

bahasa asonansi bermakna denotatif dan gaya bahasa asonansi bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### 1. Gaya Bahasa Asonansi Bermakna Denotatif

Makna denotatif adalah makna sebenarnya dari sebuah kata, makna obyektif, yang terdapat dalam kamus. Penggunaan gaya bahasa asonansi bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:

Gambar 4 : gaya bahasa asonansi bermakna denotatif

(62) *Découvrez vite les nouveautés,...*

[dekuvɛ vit le nuvote...]

([www.maxigadget.com](http://www.maxigadget.com))

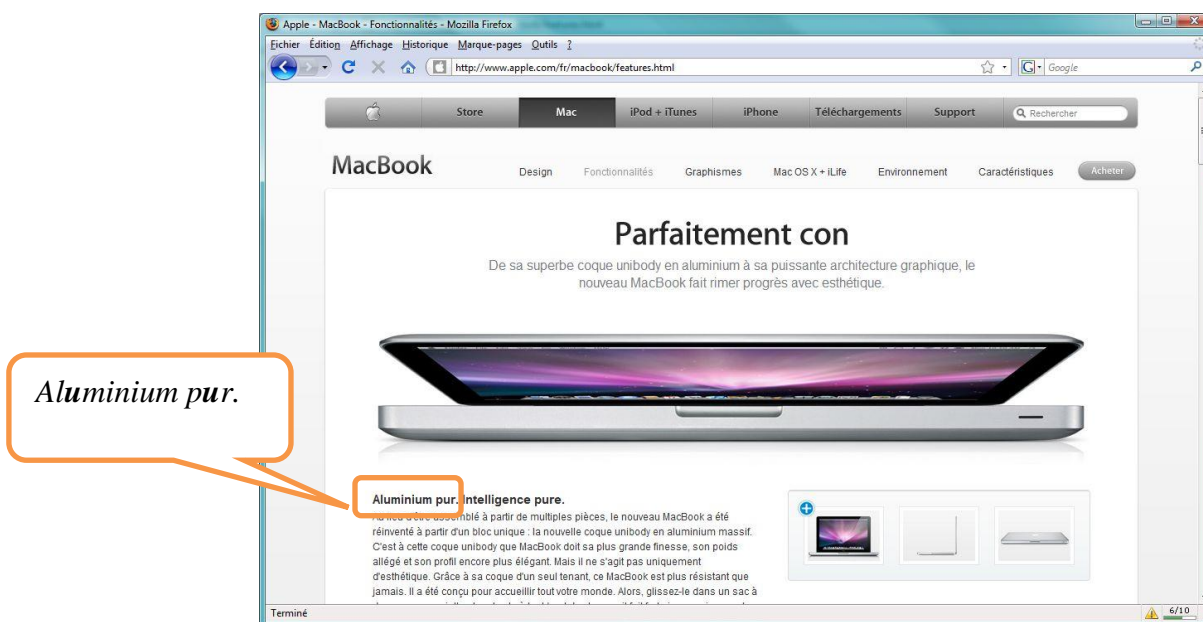
‘Temukan segera produk-produk terbaru ...’.

Data (62) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan vokal [e] yang terdapat pada kata *découvrez*, *les*, dan *nouveautés*.

Kata *Découvrez* ‘temukan’ berasal dari verba *decouvrir* ‘menemukan’ yang dikonjugasikan ke dalam bentuk imperatif untuk subjek *vous* ‘Anda atau kalian’. Kata *les* merupakan kata sandang yang digunakan untuk benda jamak. *Nouveautés* ‘terbaru’ adalah nomina yang mengalami proses derivasi dari adjektiva *nouveau* ‘baru’. Dengan demikian, kata *découvrez*, *les*, dan *nouveautés* mengandung gaya bahasa asonansi.

Tuturan (62) bermakna denotatif karena pada iklan di atas kalimat tersebut menyatakan hal yang sebenarnya yaitu mengajak para pembaca iklan untuk mencari tahu tentang produk-produk terbaru dari perusahaan *Apple*.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa asonansi yang bermakna denotatif adalah:



Gambar 5: gaya bahasa asonansi bermakna denotatif

(63) *Aluminium pur.*  
 [alyminjɔm pyʁ. ɛteliʒãs pyʁ]  
 ([www.blog-note.com](http://www.blog-note.com))  
 ‘Aluminium murni’.

Data (63) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan bunyi vokal /y/ yang terdapat pada kata *Aluminium* dan *pur*.

Dalam *larousse.fr*, kata *aluminium* berarti *metal blanc, léger, le plus employé après le fer* ‘aluminium adalah logam putih, tipis, yang paling sering digunakan setelah besi’. Kata *pur* berarti *qui est sans mélange* ‘tanpa campuran’. Dengan demikian kata *aluminium* dan *pur* mengandung gaya bahasa asonansi.

Tuturan (63) bermakna denotatif karena tuturan tersebut ingin menyatakan bahwa produk *MacBook* yang diproduksi oleh *Apple* mengandung logam aluminium yang murni.

## 2. Gaya Bahasa Asonansi Bermakna Konotatif

Makna konotatif adalah makna kiasan dari sebuah kata, makna tambahan, berkaitan dengan perasaan dan saran, berbeda berdasarkan kelompok, individu, dan konteks. Penggunaan gaya bahasa asonansi bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 6 : gaya bahasa asonansi bermakna konotatif

(64) *Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.*

[kõsyõ pãfɛt aʁmõni avɛk lajfõn sɛk s]

([www.nextinpact.com](http://www.nextinpact.com))

‘Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s’

Data (64) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Dengan analisis menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan bunyi vokal /a/ yang terdapat pada kata *parfait*, *harmonie*, *avec*, dan *l'iPhone* dan pengulangan bunyi vokal /ɔ/ yang terdapat pada kata *harmonie*; *l'iPhone*. Dengan demikian, kata *parfait*, *harmonie*, *avec*, dan *l'iPhone* mengandung gaya bahasa asonansi.

Tuturan pada data (64) bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata *harmonie*. Dalam *larousse.fr* kata *harmonie* berarti *état des relations entre des personnes ou dans un groupe humain, qui résulte de l'accord des pensées, des sentiments, des volontés* ‘bentuk relasi antar individu atau sekelompok orang yang menghasilkan keselarasan pikiran, perasaan, dan keinginan’. Dalam iklan ini, kata *harmonie* menggambarkan adanya keselarasan antara *software iOS 7* dengan *hardware iPhone 5*. Tuturan tersebut menyatakan bahwa *iOS 7* dan *iPhone 5* adalah kombinasi yang tepat.

Berikut ini adalah contoh lain penggunaan gaya bahasa asonansi yang bermakna konotatif:



Gambar 7 : gaya bahasa asonansi bermakna konotatif

(65) *Incroyablement fin et léger.*

[ɛ̃kʁajabl̃mã fɛ̃ e leʒe]

([www.maxigadget.com](http://www.maxigadget.com))

‘Luar biasa tipis dan ringan’

Data (65) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan analisis menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan bunyi vokal /ɛ̃/ yang terdapat pada kata *incroyablement* dan *fin*. Pengulangan bunyi vokal /e/ yang terdapat pada kata *et* dan *léger*. Dengan demikian kata *incroyablement*, *fin*, *et*, dan *léger* mengandung gaya bahasa asonansi.

Tuturan pada data (65) bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata *incroyablement*. Dalam *larousse.frincroyablement* berarti *de façon incroyable* ‘hal yang tidak dapat dipercaya’. Dalam iklan ini kata *incroyablement* ingin

menekankan bahwa ukuran laptop yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *MacBook* ini sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.

## B. Aliterasi

Aliterasi adalah jenis gaya bahasa yang berwujud pengulangan bunyi konsonan yang sama dalam satu kalimat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat dua jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa aliterasi, yaitu gaya bahasa aliterasi bermakna denotatif dan gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### 1. Gaya Bahasa Aliterasi Bermakna Denotatif



Gambar 8 : gaya bahasa aliterasi bermakna denotatif

(66) *Voici l'iPhone le plus sidérant.*

[vwasilajfɔ̃ lə ply sideʁɑ̃]

([www.appsystem.fr](http://www.appsystem.fr))

‘Ini iPhone yang paling mengherankan’

Data (66) *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan analisis menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena adanya pengulangan bunyi konsonan /l/ yang terdapat pada kata *l'iPhone*, *le*, dan *plus*.

Kata *l'iPhone* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*. Kata *le* merupakan kata sandang yang digunakan untuk nomina yang memiliki *genre* maskulin. Kata *plus* merupakan kata pembandingan superlatif yang menyatakan paling. Dengan demikian, kata *l'iPhone*, *le*, dan *plus* mengandung gaya bahasa aliterasi.

Tuturan (66) bermakna denotatif karena kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPhone 4s* adalah produk yang canggih sehingga memikat dan mengherankan penggunanya.

Penggunaan gaya bahasa aliterasi yang bermakna denotatif dapat ditemukan pada contoh berikut ini:



Gambar 9 : gaya bahasa aliterasi bermakna denotatif

(67) *iPhone 6s terriblement puissant.*

[ajfɔ̃sɪs tɛʁibləmɑ̃ pyisɑ̃].

(iphoneaddict.fr)

‘iPhone 6s benar-benar kuat’

Data (67) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Dengan menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena adanya pengulangan bunyi konsonan /s/

yang terdapat pada kata *sis s* dan *puissant*. Dengan demikian, kata *sis s* dan *puissant* mengandung gaya bahasa aliterasi.

Dalam *larousse.fr*, kata *puissant* berarti *qui a une grande force, intensité* ‘yang memiliki kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut menjelaskan makna sebenarnya yaitu untuk menyatakan kepada para pembaca iklan bahwa produk telepon genggam *iPhone 6s* adalah produk yang kuat dan tahan banting seperti yang terlihat pada gambar (6). Dengan demikian, tuturan pada data (67) bermakna denotatif karena adanya penggunaan kata *puissant*.

## 2. Gaya Bahasa Aliterasi Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 10 : gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif

(68) *Tellement plus dans tellement moins.*  
 [telmã ply dã telmã mwè]  
 ([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

‘begitu banyak dalam begitu kecil’.

Data (67) adalah *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan analisis menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena adanya pengulangan bunyi konsonan /l/

yang terdapat pada kata *tellement* dan *plus*, dan pengulangan bunyi konsonan /m/ yang terdapat pada kata *tellement* dan *moins*.

Dalam *larousse.fr* kata *tellement* berarti *marque l'intensité* ‘tanda kekuatan’, kata *plus* berarti *un degré supérieur* ‘tingkatan yang paling atas’, dan kata *moins* berarti *indique une chose, une quantité, une valeur, etc. moindre : plus petit* ‘menggambarkan sebuah benda, sebuah kuantitas, sebuah nilai, dan lain-lain yang kurang ; paling kecil’. Dengan demikian, tuturan (68) mengandung gaya bahasa aliterasi.

Tuturan (68) bermakna konotatif karena tuturan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam *iPhone* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif adalah:



Gambar 11 : gaya bahasa aliterasi bermakna konotatif

(69) *À part les centimètres, il ne manque rien.*

[a paʁlɛ sɑ̃timɛtʁɛ, il nə mɑ̃k ʁjɛ]

([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

‘selain sentimeter, ia tidak kurang apapun’

Data (69) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan menggunakan metode padan artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena adanya pengulangan konsonan [ʁ] yang terdapat pada kata *part* dan *centimètres*, pengulangan konsonan [l] pada kata *les* dan *il*, pengulangan konsonan [m] pada kata *centimètres* dan *manque*. Dengan demikian, data (69) mengandung gaya bahasa aliterasi.

Tuturan pada data (69) bermakna konotatif karena adanya penggunaan frasa *il ne manque rien*. Bila diartikan per kata, frasa tersebut bermakna ‘ia tidak kekurangan apapun’ yang menggambarkan adanya kesempurnaan dalam produk tablet yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPad*. Namun, pada kenyataannya setiap produk pasti memiliki kelemahan. Frasa tersebut digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.

### C. Hiperbola

Hiperbola adalah semacam gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa hiperbola, yaitu gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

#### **Gaya Bahasa Hiperbola Bermakna Konotatif**

Penggunaan gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif dapat dilihat pada data berikut:



Gambar 12 : gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif

(70) *Superbes graphismes.*  
([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘Grafis yang sangat bagus. Hasil yang baik.’

Data (70) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena ada penggunaan kata *superbe* ‘sangat bagus’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan. Kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu *bon* ‘bagus’.

Penggunaan gaya bahasa hiperbola pada data di atas menggambarkan layar yang dimiliki *iMac* adalah layar yang sangat bagus dan memiliki kinerja yang baik. Apabila data tersebut ditulis ulang menjadi:

(70a) *Bon graphismes.*

‘Grafis yang bagus’.

Pada data (70a) tidak mengandung gaya bahasa hiperbola karena kata *bon* ‘bagus’ bersifat netral.

Tuturan pada data (70) bermakna konotatif karena kata yang bercetak tebal menggambarkan bahwa layar komputer yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*

ini adalah layar yang paling bagus, tetapi pada kenyataannya layar tersebut pasti memiliki kekurangan.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif adalah:



Gambar 13 : gaya bahasa hiperbola bermakna konotatif

(71) ... *les milliers d'apps géniales et l'autonomie de 10 heures.*  
([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

‘... ribuan aplikasi mengagumkan dan mampu *standby* hingga 10 jam’

Data (71) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena ada penggunaan kata *milliers* ‘ribuan’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan, karena hingga saat ini masih belum ada *gadget* yang dapat digunakan untuk memasang ribuan aplikasi. Kata yang bercetak tebal tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu *beaucoup* ‘banyak’.

Penggunaan gaya bahasa hiperbola pada data di atas menggambarkan tablet *iPad* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* dilengkapi dengan beragam

aplikasi. Setelah dianalisis dengan menggunakan metode agih teknik ganti, maka data tersebut dapat ditulis ulang menjadi:

(71a) ... *beaucoup d'apps géniales et l'autonomie de 10 heures.*

‘... banyak aplikasi mengagumkan dan mampu *standby* hingga 10 jam’

Pada data (71a) tidak mengandung gaya bahasa hiperbola karena kata *beaucoup* ‘banyak’ bersifat netral. Dengan demikian, data (71) mengandung gaya bahasa hiperbola.

Kata *les milliers* pada tuturan (71) bermakna konotatif. Dalam *larousse.fr* kata *les milliers* berarti *environ mille* ‘ribuan’. Tuturan (71) tidak menyatakan makna yang sebenarnya, karena produk tersebut tidak dilengkapi dengan penyimpanan eksternal sehingga kapasitas penyimpanannya hanya terbatas di penyimpanan internal saja. Oleh karena itu, produk tersebut tidak dapat digunakan untuk memasang aplikasi yang berjumlah ribuan.

Dalam iklan ini penggunaan kata tersebut menyatakan bahwa produk tablet *iPad* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* memiliki kapasitas penyimpanan yang besar sehingga dapat digunakan untuk memasang berbagai jenis aplikasi.

#### **D. Metonimia**

Metonimia merupakan gaya bahasa yang menggunakan sebuah kata untuk menyatakan sebuah hal yang lain, yang mempunyai pertalian sangat dekat. Hubungan itu dapat berupa penemu untuk hasil penemuan, pemilik untuk barang

yang dimiliki, akibat untuk sebab, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat dua jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa metonimia, yaitu gaya bahasa metonimia bermakna denotatif dan gaya bahasa metonimia bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### 1. Gaya Bahasa Metonimia Bermakna Denotatif

Penggunaan gaya bahasa metonimia bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 14 : gaya bahasa metonimia bermakna denotatif

(72) *iPhone 5 un produit technologique récent.*  
([www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com))

‘iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru’.

Data (72) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena menyebutkan nama produk *iPhone 5* untuk menggantikan benda yang dimaksud, dalam hal ini adalah telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*, sehingga data (72) mengandung gaya bahasa metonimia.

Tuturan (72) bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPhone* seri yang kelima. Kalimat tersebut menyatakan bahwa produk *iPhone 5* adalah sebuah produk telepon genggam yang menggunakan teknologi terbaru.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa metonimia bermakna denotatif adalah:



Gambar 15 : gaya bahasa metonimia bermakna denotatif

(73) *Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ...*  
 ([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

‘dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru ...’.

Data (73) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena menyebutkan nama produk *Intel* untuk menggantikan benda yang dimaksud, dalam hal ini adalah *processors* yang biasanya digunakan pada laptop atau komputer, sehingga data (73) mengandung gaya bahasa metonimia.

Tuturan(73) bermakna denotatif karena mengacu kepada nama produk *processor* yang biasanya digunakan pada laptop atau komputer. Kalimat tersebut menyatakan bahwa produk laptop *MacBook Air* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* adalah sebuah produk yang dilengkapi dengan prosesor *Intel* seri terbaru.

## 2. Gaya Bahasa Metonimia Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa metonimia bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 16 : gaya bahasa metonimia bermakna konotatif

(74) *Découvrez vite les nouveautés de la marque **Apple**.*  
([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘Temukan segera produk-produk terbaru dari Apple’

Data (74) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena menyebutkan nama produk *Apple* untuk menggantikan benda yang dimaksud, dalam hal ini adalah perusahaan yang memproduksi telepon genggam, laptop, komputer, pemutar musik, dan tablet, sehingga data (74) mengandung gaya bahasa metonimia.

Tuturan (74) bermakna konotatif karena dalam bahasa Inggris, kata *Apple* bermakna buah apel, tetapi pada iklan tersebut kata *Apple* tidak bermakna buah apel dalam arti yang sesungguhnya, melainkan untuk menyebut sebuah perusahaan penghasil *gadget* dari Amerika yang memproduksi beragam *gadget* seperti: telepon genggam yang lebih dikenal dengan nama *iPhone*, tablet yang lebih dikenal dengan nama *iPad*, laptop yang lebih dikenal dengan nama

*MacBook*, pemutar musik yang lebih dikenal dengan *iPod*, komputer yang lebih dikenal dengan *iMac*.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa metonimia bermakna konotatif adalah:



Gambar 17 : gaya bahasa metonimia bermakna konotatif

(75) *Retrouvez tous nos produits **Apple** dans notre boutique*  
([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘temukan kembali semua produk *Apple* kami pada toko kami’.

Data (75) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Data tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena menyebutkan nama produk *Apple* untuk menggantikan benda yang dimaksud, dalam hal ini adalah perusahaan *Apple* yang memproduksi telepon genggam, laptop, komputer, pemutar musik, dan tablet, sehingga data (74) mengandung gaya bahasa metonimia.

Tuturan (75) bermakna konotatif karena dalam bahasa Inggris, kata *Apple* bermakna buah apel, tetapi pada iklan tersebut kata *Apple* tidak bermakna buah apel dalam arti yang sesungguhnya, melainkan untuk menyebut sebuah perusahaan penghasil *gadget* dari Amerika yang memproduksi beragam *gadget* seperti: telepon genggam yang lebih dikenal dengan nama *iPhone*, tablet yang lebih dikenal dengan nama *iPad*, laptop yang lebih dikenal dengan nama

*MacBook*, pemutar musik yang lebih dikenal dengan *iPod*, komputer yang lebih dikenal dengan *iMac*.

## E. Elipsis

Elipsis adalah suatu gaya bahasa yang berwujud menghilangkan suatu unsur kalimat yang dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar, sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat dua jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa elipsis, yaitu gaya bahasa elipsis bermakna denotatif dan gaya bahasa elipsis bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud.

### 1. Gaya Bahasa Elipsis Bermakna Denotatif

Penggunaan gaya bahasa elipsis bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 18 : gaya bahasa elipsis bermakna denotatif

(76) *iPhone 5 un produit technologique récent.*  
([www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com))

‘iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru’.

Data (76) adalah slogan dari iklan produk *Apple*. Slogan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena adanya penghilangan salah satu unsur

kalimat yaitu verba *être* ‘adalah’ yang berfungsi sebagai predikat. Dengan menggunakan metode agih teknik sisip, kalimat pada tuturan (76) menjadi sebagai berikut:

(76a) *iPhone 5 Ø un produit technologique récent.*  
[www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com)

‘iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru’.

(76b) *iPhone 5 est un produit technologique récent.*  
[www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com)

‘iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru’.

Pada data (76b) verba *être* telah dikonjugasikan ke dalam bentuk persona tunggal untuk orang ketiga yaitu *il/elle* menjadi kata *est*. Dalam tuturan (76a) *iPod Shuffle* merupakan subjek kalimat slogan tersebut yang setara dengan kata ganti *il/elle*. Penambahan verba *être* dalam tuturan (76) tidak mengubah makna sebelumnya, sehingga tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis.

Tuturan (76) bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPhone* seri yang kelima. Kalimat tersebut menyatakan bahwa produk *iPhone 5* adalah sebuah produk telepon genggam yang menggunakan teknologi terbaru.

Penggunaan gaya bahasa elipsis yang bermakna denotatif pada iklan yang lain dapat dilihat pada contoh berikut.



Gambar 19 : gaya bahasa elipsis bermakna denotatif

(77) *Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ...*  
 ([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

‘dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru ...’.

Data (77) adalah *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Slogan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena adanya penghilangan unsur kalimat yaitu subjek dan predikat. Dengan menggunakan metode agih teknik perluas, kalimat pada tuturan (77) menjadi sebagai berikut:

(77a) *Ø Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ...*  
 ([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

‘dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru ...’.

(77b) *Il est équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ...*

‘Ia dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru ...’.

Subjek pada data (77a) adalah *il* yang merupakan kata ganti persona ketiga tunggal dan mengacu kepada produk laptop *MacBook Air* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*. Predikat pada data (77a) adalah verba *être* yang telah dikongjugasikan ke dalam bentuk persona tunggal untuk orang ketiga yaitu *il/elle*

menjadi kata *est*. Penambahan subjek dan predikat dalam tuturan (77a) tidak mengubah makna sebelumnya, sehingga tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis.

Tuturan (77) bermakna denotatif karena tuturan tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu untuk menjelaskan tentang salah satu seri laptop yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* dan lebih dikenal dengan istilah *MacBook Air*.

## 2. Gaya Bahasa Elipsis Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa elipsis bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 20 : gaya bahasa elipsis bermakna konotatif

(78) *iOS 7. Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.*

([www.nextinpact.com](http://www.nextinpact.com))

'iOS7. raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.

Data (78) adalah *headline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena adanya penghilangan salah satu unsur

kalimat yaitu predikat. Dengan menggunakan metode agih teknik sisip, kalimat pada tuturan (78a) menjadi sebagai berikut:

(78a) *iOS 7.Ø Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.*

‘iOS7. raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.

(78b) *iOS 7 a conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.*

([www.nextinpact.com](http://www.nextinpact.com))

‘iOS7 meraih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.

Predikat pada data (78a) adalah verba *auxiliare avoir* yang telah dikonjugasikan ke dalam bentuk persona tunggal untuk orang ketiga yaitu *il/elle* menjadi kata *a*. Dalam tuturan (78a) *iOS 7* merupakan subjek kalimat tersebut yang setara dengan kata ganti *il/elle*. Penambahan verba *auxiliare avoir* dalam tuturan (78b) tidak mengubah makna sebelumnya, sehingga tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis.

Tuturan (78) bermakna konotatif karena dalam [larousse.fr](http://larousse.fr) kata *harmonie* berarti *état des relations entre des personnes ou dans un groupe humain, qui résulte de l'accord des pensées, des sentiments, des volontés* ‘bentuk relasi antar individu atau sekelompok orang yang menghasilkan keselarasan pikiran, perasaan, dan keinginan’. Dalam iklan ini, kata *harmonie* menggambarkan adanya keselarasan antara *software iOS 7* dengan *hardware iPhone 5*. Tuturan tersebut menyatakan bahwa *iOS 7* dan *iPhone 5* adalah kombinasi yang tepat.

## F. Personifikasi

Personifikasi adalah semacam gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati atau barang-barang yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki

sifat-sifat kemanusiaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa personifikasi, yaitu gaya bahasa personifikasi bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Personifikasi Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa personifikasi bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 21 : gaya bahasa personifikasi bermakna konotatif

(79) *Votre lecture vous **parle**.*

([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘pembaca anda mengatakan pada anda’.

Data (79) adalah *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa personifikasi karena adanya penggunaan kata *parle* ‘mengatakan’ yang merupakan verba yang hanya dapat dilakukan oleh manusia.

Berikut adalah analisis dari data (79):

**Tabel 3. Fitur Semantik Leksem *iPod* dan *Une Personne***

<i>Lèxemes</i> \ <i>Sèmes</i>	S1 <i>Animé</i> ‘hidup’	S2 <i>Humaine</i> ‘insani’	S3 <i>Parle</i> ‘bicara’
<i>iPod Shuffle</i> ( <i>le nom de produit</i> ‘nama produk’)	-	-	-
<i>Personne</i> ‘manusia’	+	+	+

Dari analisis komponensial di atas, terdapat dua *sèmes humaine* ‘insani’, dan *animé* ‘hidup’. *Lexème* pertama tidak memiliki *sèmes humaine* ‘insani’ dan *animé* ‘hidup’. *Lexème* kedua mempunyai *sèmes humaine* ‘insani’ dan *animé* ‘hidup’. Dalam konteks ini *iPod* dipadankan dengan fitur insani sehingga memiliki fitur *humaine* dan *animé*. Dengan demikian, data (79) mengandung gaya bahasa personifikasi.

Tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata *parle*. *Parle* berasal dari verba *parler* yang dikonjugasikan ke dalam bentuk persona ketiga tunggal. Dalam *larousse.fr*, *parler* berarti *discuter avec quelqu’un au sujet de quelque chose ou de quelqu’un, sur un thème* ‘berbicara dengan seseorang tentang sesuatu atau seseorang, mengenai sebuah tema’. Dalam iklan ini yang dapat berbicara atau mengatakan sesuatu adalah sebuah pemutar musik yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* yaitu *iPod Shuffle* yang dilengkapi dengan fitur *voiceover* untuk memudahkan pengguna disabilitas dalam menggunakan *iPod Shuffle*, sehingga tuturan (79) bermakna konotatif.

## G. Repetisi

Repetisi adalah pengulangan bunyi, suku kata, kata, atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa repetisi, yaitu gaya bahasa repetisi bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Repetisi Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa repetisi bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 22 : gaya bahasa repetisi bermakna konotatif

(80) Tellement plus dans tellement moins.

I

II

([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

‘begitu banyak dalam begitu kecil’.

Data (80) adalah *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa repetisi karena adanya pengulangan kata *tellement* sebanyak 2 kali.

Tuturan (80) bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam

*iPhone* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa repetisi bermakna konotatif adalah:



Gambar 23 : gaya bahasa repetisi bermakna konotatif

(81) *Le tout en un ultime tout puissant.*

([www.anthonymasure.com](http://www.anthonymasure.com))

‘segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serbabisa’.

Data (81) adalah *headline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa repetisi karena adanya pengulangan kata *tout* ‘semua’ sebanyak dua kali.

Tuturan (81) bermakna konotatif karena kata adanya penggunaan kata *ultime*. Kata *ultime* dalam bahasa Inggris disebut *ultimate* dan bermakna fitur yang paling canggih atau yang terbaik. Dalam iklan ini tuturan tersebut menggambarkan bahwa produk komputer *iMac* yang diproduksi oleh perusahaan

*Apple* merupakan produk yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih dan semua yang dibutuhkan oleh pengguna telah tersedia dalam produk ini.

## H. Paranomasia

Paranomasia adalah kiasan dengan mempergunakan kemiripan bunyi. Ia merupakan permainan kata yang didasarkan pada kemiripan bunyi, tetapi terdapat perbedaan besar dalam maknanya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa paranomasia, yaitu gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Paranomasia Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 24 : gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif

(82) *iPhone 6s terriblement puissant.*

[ajfɔn sis s tɛʁiblɛmɑ̃ pyisɑ̃].

(iphoneaddict.fr)

‘iPhone 6s benar-benar kuat’.

Data (82) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa paranomasia karena adanya kesamaan bunyi vokal [ã] yang terdapat pada kata *terriblement* dan *puissant*. Dengan demikian, kata *terriblement* dan *puissant* mengandung gaya bahasa paranomasia.

Tuturan pada data (82) bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata *terriblement*. Dalam *larousse.fr*, kata *terriblement* berarti *indique une grande intensité* ‘menyatakan kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam *iPhone* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* merupakan produk kuat dan tahan banting.’

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif adalah:



Gambar 25 : gaya bahasa paranomasia bermakna konotatif  
(83) *Le tout en un ultime tout puissant.*

[lə tu ã ã yltim tu pũisã]

([www.anthonymasure.com](http://www.anthonymasure.com))

‘segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serba bisa’.

Data (83) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa paranomasia karena adanya kesamaan bunyi vokal [ã] yang terdapat pada kata *en* dan *puissant*. Dengan demikian, kata *en* dan *puissant* mengandung gaya bahasa paranomasia.

Tuturan pada data (83) bermakna konotatif karena kata adanya penggunaan kata *ultime*. Kata *ultime* dalam bahasa Inggris disebut *ultimate* dan bermakna fitur yang paling canggih atau yang terbaik. Dalam iklan ini tuturan tersebut menggambarkan bahwa produk komputer *iMac* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* merupakan produk yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih dan semua yang dibutuhkan oleh pengguna telah tersedia dalam produk ini.

## **I. Periphrasis**

Periphrasis adalah gaya bahasa yang mirip dengan pleonasme, yaitu mempergunakan kata lebih banyak dari yang diperlukan. Perbedaannya terletak dalam hal bahwa kata-kata yang berkelebihan itu sebenarnya dapat diganti dengan satu kata saja. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa periphrasis, yaitu gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### **Gaya Bahasa Periphrasis Bermakna Konotatif**

Penggunaan gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 26 : gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif

(84) *À son summum.*  
 ([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

‘laptop sehari-sehari. Berada di puncaknya’.

Data (84) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Tutaran tersebut mengandung gaya bahasa periphrasis karena kata yang bercetak tebal berarti pada puncaknya dan dapat diganti dengan satu kata saja yaitu *le meillure* ‘terbaik’.

Tutaran (84) bermakna konotatif karena ada penggunaan kata *summum*. Dalam *larousse.fr*, kata *summum* berarti *le plus haut degré dans un domaine* ‘titik tertinggi di satu daerah’. Tutaran (84) tidak menyatakan makna yang sebenarnya, karena seharusnya kata *summum* digunakan untuk menyatakan puncak, tetapi di dalam konteks iklan ini tuturan tersebut menyatakan bahwa produk laptop *MacBook Air* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* merupakan produk terbaik di kelasnya.

Contoh lain penggunaan gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif dapat dilihat pada data berikut:



Gambar 27 : gaya bahasa periphrasis bermakna konotatif

(85) ..., *il ne manque rien*.

([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

‘...ia tidak kurang apapun’.

Data (85) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa periphrasis karena kalimat yang bercetak tebal berarti tidak kurang sesuatu pun dan dapat diganti dengan satu kata saja yaitu *parfait* ‘sempurna’.

Tuturan (85) bermakna konotatif karena ada penggunaan kalimat *il ne manque rien*. Bila diartikan per kata, kalimat tersebut bermakna ‘ia tidak kekurangan apapun’ yang menggambarkan adanya kesempurnaan dalam produk tablet yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPad Air*. Namun, pada kenyataannya setiap produk pasti memiliki kelemahan. Frasa tersebut digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.

## J. Epistrof

Epistrof adalah gaya bahasa repetisi yang berupa perulangan kata atau frase pada akhir baris atau kalimat berurutan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat dua jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa

periphrasis, yaitu gaya bahasa epistrof bermakna denotatif dan gaya bahasa epistrof bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### 1. Gaya Bahasa Epistrof Bermakna Denotatif

Penggunaan gaya bahasa epistrof bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 28 : gaya bahasa epistrof bermakna denotatif

(86) *Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.*

I

II

(gtaequipeaa.wordpress.com)

‘ini iPhone baru. Dan iPhone baru.

Data (86) merupakan *headlinedari* iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa epistrof karena ada pengulangan frasa *le nouvel iPhone* di akhir kalimat pertama dan kalimat kedua.

Kata *le* merupakan kata sandang yang digunakan pada nomina yang memiliki *genre* maskulin. Kata *nouvel* ‘baru’ merupakan sebuah nomina, dan kata *iPhone* merupakan sebuah produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*.

Tuturan (86) bermakna denotatif karena frasa *le nouvel iPhone* ‘iPhone baru’ mengacu pada produk telepon genggam yang diproduksi oleh *Apple*, yaitu *iPhone* dan memberikan penekanan bahwa *iPhone* tersebut adalah produk keluaran terbaru.

## 2. Gaya Bahasa Epistrof Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa epistrof bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:

The image shows a screenshot of the Apple website for the MacBook, specifically the 'Fonctionnalités' (Features) page in French. The main headline is 'Parfaitement con' (Perfectly con), with a sub-headline: 'De sa superbe coque unibody en aluminium à sa puissante architecture graphique, le nouveau MacBook fait rimer progrès avec esthétique.' (From its superb unibody aluminum case to its powerful graphic architecture, the new MacBook rhymes progress with aesthetics). Below the headline is a high-quality image of the MacBook. A callout bubble on the left points to the text 'Aluminium pur. Intelligence pure.' (Pure aluminum. Pure intelligence.). Another callout bubble at the bottom points to the same text, which is also highlighted in the original image. The text below the image reads: 'Au lieu d'être assemblée à partir de multiples pièces, le nouveau MacBook a été réinventé à partir d'un bloc unique : la nouvelle coque unibody en aluminium massif. C'est à cette coque unibody que MacBook doit sa plus grande finesse, son poids allégé et son profil encore plus élégant. Mais il ne s'agit pas uniquement d'esthétique. Grâce à sa coque d'un seul tenant, ce MacBook est plus résistant que jamais. Il a été conçu pour accueillir tout votre monde. Alors, glissez-le dans un sac à Terminé'.

Gambar 29 : gaya bahasa epistrof bermakna konotatif

(87) *Aluminium pur. Intelligence pure.*

([www.blog-note.com](http://www.blog-note.com))

‘aluminium murni. Kecerdasan murni’.

Data (87) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa epistrof karena ada pengulangan kata *pur* dan *pure* ‘murni’ di akhir kalimat yang menimbulkan adanya kesan keindahan.

Tuturan (87) bermakna konotatif karena kata *intelligence* merupakan nomina yang memiliki *genre* feminim dan berarti ‘kecerdasan’. Namun, dalam iklan ini kata *intelligence* bukan bermakna sebenarnya tetapi menggambarkan bahwa *Macbook* merupakan produk yang sangat canggih dan dianggap sebagai produk yang cerdas sehingga dapat memudahkan penggunaanya dalam beraktifitas.

#### **K. Anafora**

Anafora adalah repetisi yang berwujud pengulangan kata pertama pada tiap baris atau kalimat berikutnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa anafora, yaitu gaya bahasa anafora bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

#### **Gaya Bahasa Anafora Bermakna Konotatif**

Penggunaan gaya bahasa anafora bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 30 : gaya bahasa anafora bermakna konotatif

(88) ***Le plus** fin, **le plus** léger, et **le plus** sophistiqué des ordinateurs portables Mac.*

(slice42.com)

‘paling tipis, paling ringan, dan paling canggih dari *Mac*’.

Data (88) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa anafora karena ada pengulangan *le plus* di awal kalimat.

Tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata *sophistiqué* ‘canggih’ yang menunjukkan bahwa produk ini adalah produk yang paling canggih, tetapi, secanggih apapun produknya pasti akan memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, sehingga data (88) mengandung makna konotatif.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa anafora bermakna konotatif adalah:



Gambar 31 : gaya bahasa anafora bermakna konotatif

(89) ***Plus fin, plus léger***

I            II

([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

‘lebih tipis, lebih ringan’

Data (89) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa anafora karena adanya pengulangan kata *plus* sebanyak dua kali di awal kalimat.

Tuturan (89) bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam *iPhone* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.

#### L. Antitesis

Antitesis merupakan sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kata-kata atau sekelompok kata yang berlawanan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna

yang terkandung dalam gaya bahasa antitesis, yaitu gaya bahasa antitesis bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Antitesis Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa antitesis bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 32 : gaya bahasa antitesis bermakna denotatif

(90) *iPad Air qui peut le **plus**, pèse le **moins**.*  
(forum.hardware.fr)

‘iPad Air yang bisa lebih banyak, ukuran lebih ringan’.

Data (90) merupakan *headline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa antitesis karena ada penggunaan dua kata yang bertentangan dalam kalimat yang sama yaitu kata *plus* ‘lebih’ dan *moins* ‘kurang’.

Tuturan (90) bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menjelaskan makna yang sebenarnya. Tuturan tersebut menyatakan kelebihan dari tablet yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* atau yang lebih dikenal dengan istilah *iPad* memiliki banyak kemampuan meskipun berukuran kecil.

Iklan lain yang menggunakan gaya bahasa antitesis bermakna konotatif adalah:



Gambar 33 : gaya bahasa antitesis bermakna konotatif

(91) *Tellement plus dans tellement moins.*  
([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

‘begitu banyak dalam begitu kecil’.

Data (91) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa antitesis karena ada penggunaan dua kata yang bertentangan dalam kalimat yang sama yaitu kata *plus* ‘lebih’ dan *moins* ‘kurang’.

Tuturan (91) bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam *iPhone* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.

### M. Parisos

Parisos adalah kesamaan ritme dari dua bagian dalam sebuah kalimat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung

dalam gaya bahasa parisos, yaitu gaya bahasa parisos bermakna konotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### 1. Gaya Bahasa Parisos Bermakna Konotatif

Penggunaan gaya bahasa parisos bermakna konotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 34 : gaya bahasa parisos bermakna konotatif

(92) *Taille minimale. Capacité maximale.*

[tajminimal. Kapasite maksimal]

([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘ukuran paling kecil. Kapasitas paling besar’.

Data (92) merupakan *subheadline* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa parisos karena adanya persamaan ritme pada akhir kalimat yaitu [mal] pada kata *minimale* dan *maximale*. Dengan demikian data (92) mengandung gaya bahasa parisos.

Tuturan (92) bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam

pemutar musik *iPod Shuffle* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple* memiliki bentuk yang sangat kecil tetapi memiliki daya tampung yang besar.

## 2. Gaya Bahasa Parisos Bermakna Denotatif

Penggunaan gaya bahasa parisos yang bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh berikut:



Gambar 35 : gaya bahasa parisos bermakna denotatif

(93) *Nous avons tout **affiné**, tout **repensé**, et même tout **réinventé**, ....*  
([www.macg.co](http://www.macg.co))

‘kami telah memurnikan semuanya kembali, memikirkannya, dan menemukan kembali, ...’.

Data (93) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Dengan metode padan fonetis artikulatoris, maka diketahui bahwa data tersebut mengandung gaya bahasa parisos karena adanya persamaan ritme pada akhir kalimat yaitu [e] pada kata *affiné*, *repensé*, dan *réinventé*. Dengan demikian data (93) mengandung gaya bahasa parisos.

Tuturan (93) bermakna denotatif karena mengandung makna yang sebenarnya yaitu memberi penjelasan tentang produk komputer terbaru yang

diproduksi *Apple* atau yang disebut *iMac*. Kalimat tersebut menggambarkan bahwa perusahaan *Apple* telah memperbarui produk *iMac* secara keseluruhan baik *hardware* maupun *software*nya.

## N. Sinekdoke Totum Pro Parte

Sinekdoke Totum Pro Parte adalah semacam bahasa figuratif yang menggunakan keseluruhan untuk menyatakan sebagian. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa sinekdoke totum pro parte, yaitu gaya bahasa sinekdoke totum pro parte bermakna denotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Sinekdoke Totum Pro Parte Bermakna Denotatif

Penggunaan gaya bahasa parisos bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:

**Nouveautés Apple**

PRODUITS INNOVANTS & TENDANCE,  
DÉCOUVREZ VITE LES NOUVEAUTÉS DE LA MARQUE APPLE  
DISPONIBLES DANS VOTRE MAGASIN AUCHAN ET SUR [auchan.fr](http://auchan.fr)

**Nouvel iPod Shuffle**  
Taille minimale. Capacité maximale.

FONCTION VOICEOVER : votre lecteur vous parle !  
CAPACITÉ DE 4 GO : jusqu'à 1000 titres !

EN SAVOIR PLUS

**79 €** + Eco part 0,10 € = 79,10 €

Gambar 36 : gaya bahasa sinekdoke totum pro parte bermakna denotatif

(94) *Votre lecture vous parle*  
 ([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

‘pembaca anda mengatakan pada anda’

Data (94) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa sinekdoke totum pro parte karena ada penggunaan kata ganti *vous* ‘Anda’ yang mengacu kepada semua orang. Sementara, dalam iklan ini ditujukan hanya untuk pengguna produk *Apple* saja.

Tuturan (94) bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya dan menyatakan bahwa alat pemutar musik *iPod Shuffle* dilengkapi dengan fitur *voiceover* untuk memudahkan pengguna disabilitas dalam menggunakan *iPod Shuffle*.

## **O. Silepsis**

Silepsis merupakan gaya bahasa konstruksinya secara gramatikal benar, tetapi secara semantik tidak benar. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa silepsis, yaitu gaya bahasa silepsis bermakna denotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### **Gaya Bahasa Silepsis Bermakna Denotatif**

Makna denotatif adalah makna sebenarnya dari sebuah kata, makna obyektif, yang terdapat dalam kamus. Penggunaan gaya bahasa silepsis bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:

Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.

iPhone 5s  
A partir de 709 €

iPhone 5c

**Voir le panier pour les informations de livraison.**

Achetez dès maintenant et bénéficiez de la livraison gratuite. Voir le panier pour les informations de livraison. Vérifiez leur disponibilité dans votre Apple Store. Ou rendez-vous chez un Revendeur Agréé.

Gambar 37 : gaya bahasa silepsis bermakna denotatif

(95) **Voir le panier pour les informations de livraison.**  
(gtaequipeaa.wordpress.com)

‘lihat keranjang untuk informasi pengiriman’.

Data (95) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa silepsis karena ada kesalahan gramatikal dalam penulisan verba *voir* yang tidak dikonjugasikan. Seharusnya verba tersebut dikonjugasikan dalam bentuk imperatif untuk orang kedua tunggal atau jamak yaitu *voyez*. Dengan demikian data (95) mengandung gaya bahasa silepsis.

Tuturan (95) bermakna denotatif karena kata yang bercetak tebal mengacu kepada hal yang sebenarnya yaitu verba tindakan yang berarti lihat. Dalam iklan ini, kata *voir* digunakan agar konsumen melihat informasi yang telah disediakan oleh produsen terkait detail pemesanan dan pengiriman produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*, yaitu *iPhone 5s* dan *5c*.

## P. Polisindenton

Polisindenton, merupakan kebalikan dari asidenton. Beberapa kata, frasa, atau klausa yang berurutan dihubungkan satu sama lain dengan kata-kata sambung. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa polisindenton, yaitu gaya bahasa polisindenton bermakna denotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### Gaya Bahasa Polisindenton Bermakna Denotatif

Makna denotatif adalah makna sebenarnya dari sebuah kata, makna obyektif, yang terdapat dalam kamus. Penggunaan gaya bahasa polisindenton bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:

Design Fonctionnalités Performances OS X Lion Apps intégrées Caractéristiques techniques [Acheter](#)

**MacBook Air**  
Maintenant, il est encore plus rapide qu'il en a l'air.

Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide le portable ultime prend encore de l'avance.

11 pouces à partir de 1 049 €  
13 pouces à partir de 1 249 €

Gambar 38 : gaya bahasa polisindenton bermakna denotatif

(96) *Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, ...*

I

II

([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

‘dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, ...’.

Data (96) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa polisindeton karena ada pengulangan konjungsi *et* ‘dan’.

Tuturan(96) bermakna denotatif karena kata yang bercetak tebal bermakna yang sebenarnya dan menggabungkan kedua kalimat yang setara untuk menjelaskan keunggulan yang terdapat dalam produk laptop *Macbook Air* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*.

### **Q. Apocope**

Apokop adalah dalam bahasa lisan pemotongan fonem atau suku kata di akhir kata. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat satu jenis makna yang terkandung dalam gaya bahasa apocope, yaitu gaya bahasa *apocope* bermakna denotatif. Berikut adalah pembahasan data yang dimaksud:

### **Gaya Bahasa Apocope Bermakna Denotatif**

Makna denotatif adalah makna sebenarnya dari sebuah kata, makna obyektif, yang terdapat dalam kamus. Penggunaan gaya bahasa *apocope* bermakna denotatif dapat dilihat pada contoh data berikut:



Gambar 39 : gaya bahasa apocope bermakna denotatif

(97) ... *les milliers d'apps géniales et l'autonomie de 10 heures.*

([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

‘... ribuan aplikasi dan mampu standby hingga 10 jam’

Data (97) merupakan *bodycopy* dari iklan produk *Apple*. Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa *apocope* karena adanya pemenggalan suku kata pada kata *applications* menjadi kata *apps*. Dalam *larousse.fr* kata *application* berarti *programme ou ensemble de programmes destiné à aider l'utilisateur d'un ordinateur pour le traitement d'une tâche précise* ‘aplikasi adalah sebuah program atau kumpulan program yang dibuat untuk membantu pengguna komputer untuk mengerjakan sesuatu’. *Application* [aplikasjə] terdiri dari empat *syllabe* ‘suku kata’ yaitu [a/pli/ka/sjə], sedangkan kata *apps* hanya terdiri dari satu *syllabe* ‘suku kata’ yaitu [aps]. Dengan menggunakan teknik perluas, maka data (97a) menjadi sebagai berikut :

(97a) ... *les milliers d'applications géniales et l'autonomie de 10 heures.*

([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

‘... ribuan aplikasi dan mampu standby hingga 10 jam’

Tuturan (97) bermakna denotatif karena menggambarkan makna yang sebenarnya yaitu aplikasi atau *software* yang ada pada tablet *iPad* yang diproduksi oleh perusahaan *Apple*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Ditemukan 17 jenis gaya bahasa dari iklan produk *Apple* berbahasa Prancis yang diteliti. Jenis gaya bahasa yang ditemukan yaitu aliterasi, asonansi, elipsis, hiperbola, perifrasis, personifikasi, metonimia, antithesis, silepsis, paranomasia, repetisi, polisindeton, parisos, sinekdoke totum pro parte, apocope, anaphora, dan epistrof. Gaya bahasa yang paling banyak digunakan adalah asonansi dengan jumlah data sebanyak 15 data, sedangkan silepsis, polisindeton, apocope, personifikasi, dan sinekdoke totum pro parte merupakan gaya bahasa yang paling sedikit digunakan dengan jumlah data masing-masing 1 data.
2. Dari 69 data yang dianalisis, ditemukan sebanyak 38 data yang mengandung makna denotatif dan 31 data mengandung makna konotatif. Penggunaan makna denotatif ini dimaksudkan untuk memudahkan calon pembeli dalam memahami penjelasan tentang produk yang diiklankan, karena dalam iklan tersebut banyak mengandung istilah-istilah yang berkaitan dengan teknologi.

#### **B. Implikasi**

Hasil penelitian ini dapat digunakan dalam pembelajaran bahasa Prancis, khususnya untuk keterampilan membaca (*compréhension ecrit*). Iklan berbahasa

Prancis dapat digunakan sebagai materi pembelajaran agar peserta didik dapat membaca dan memahami sebuah teks, menentukan informasi umum dan khusus dari sebuah teks secara tepat dan benar, serta dapat memperkaya kosakata peserta didik.

### **C. Saran**

Dalam penelitian ini ada beberapa masalah yang masih belum diteliti, yaitu fungsi gaya bahasa yang terkandung dalam iklan produk *Apple* berbahasa Prancis dan aspek pencitraan yang terdapat dalam iklan produk *Apple* berbahasa Prancis. Oleh karena itu, para peneliti yang selanjutnya dapat meneliti tentang kedua bagian tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi.2013.*Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineka Cipta
- Chaer, Abdul.2013.*Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*.Jakarta: Rineka Cipta
- Dubois.2002.*Dictonnaire de Linguistique*.Paris: Librairie Larousse
- Eriyanto.2013.*Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*.Jakarta : PT. Prenada Media Group.
- Keraf, Gorys. 2009.*Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Leech, Geoffrey.1981.*Semantics: The Study of Meaning Second Edition-Revise and Updated*.Great Britain: Richard Clay (The Chauser Press) Ltd.
- Moleong, Lexy J.2010.*Metodologi Penelitian Kualitatif*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Peyroutet, Claude.1994.*Style et Rhétorique*.
- Prastowo, Andi.2012.*Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Sudaryanto.1990.*Aneka Konsep Kedataan Lingual dalam Linguistik*.Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudaryanto.2015.*Metode dan Teknik Analisis Bahasa*.Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono.2013.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono.2015.*Memahami Penelitian Kualitatif*.Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tarigan, Henry Guntur.2013.*Pengajaran Gaya Bahasa*.Bandung: Penerbit Angkasa
- Verhaar.2012.*Asas-asas Linguistik Umum*.Yogyakarta: UGM Press
- Wijana, I Dewa Putu.2015.*Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Program Studi S2 Linguistik FIB UGM dan Pustaka Pelajar.
- Zuchdi, Darmiyati. 1993. *Panduan Penelitian Analisis Konten*. Yogyakarta: IKIP Yogyakarta.

<https://etudes-litteraires.com/figures-de-style/metaphore.php> diakses pada tanggal 10 April 2017  
pukul 11.50

<https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-2/exercice-francais-52704.php>  
diakses pada tanggal 10 April 2017 pukul 11.55

<https://www.francaisfacile.com/exercices/exercice-francais-2/exercice-francais-42796.php>  
diakses pada tanggal 10 April 2017 pukul 11.58

<https://www.petite-entreprise.net/P-1722-85-G1-la-publicite-definition.html> diakses pada tanggal  
11 April 2017 pukul 09.53

[http://www.french.hku.hk/dcmScreen/lang3033/lang3033\\_tropes\\_g\\_z.html](http://www.french.hku.hk/dcmScreen/lang3033/lang3033_tropes_g_z.html) diakses pada tanggal  
11 April 2017 pukul 09.55

<https://www.slideshare.net/mobile/vsundarraman/basic-of-advertising> diakses pada tanggal 11  
April 2017 pukul 10.01

<http://www.poetica.fr/poeme-279/liberte-paul-eluard/> diakses pada tanggal 11 April 2017 pukul  
10.05

<http://sastranesia.com/sajak-kenalan-lamamu-oleh-ws-rendra/> diakses pada tanggal 11 April 2017  
pukul 10.13

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Napol%C3%A9on\\_Ier](https://fr.wikipedia.org/wiki/Napol%C3%A9on_Ier) diakses pada tanggal 11 April 2017 pukul  
10.15

[https://id.wikipedia.org/wiki/Hamengkubuwana\\_IX](https://id.wikipedia.org/wiki/Hamengkubuwana_IX) diakses pada tanggal 11 April 2017 pukul  
10.18

- Data 1: [https://www.mac4ever.com/actu/43770\\_auchan-fait-la-pub-d-apple](https://www.mac4ever.com/actu/43770_auchan-fait-la-pub-d-apple) diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.20
- Data 2: <https://m.nextinpact.com/news/82402-apple-ouvre-portes-aux-applications-64-bits-pour-iphone-5s.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.23
- Data 3: <https://www.appsystem.fr/39275/de-nouveaux-spots-publicitaires-pour-liphone-4s/> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.27
- Data 4: <http://www.maxigadget.com/2012/06/video-nouveau-macbook-pro-retina-publicite-every-dimension.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.33
- Data 5: <http://www.mauvaisoeil.com/2011/10/la-nouvelle-publicite-du-iphone-5.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.36
- Data 6: <http://www.igen.fr/tests/2012/11/test-de-lipad-mini-85685/page/0/3> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.40
- Data 7: <http://tpe-ppc-apple.e-monsite.com/pages/strategie/publicite.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.44
- Data 8: <http://www.laptopspirit.fr/111975/wwdc-2012-apple-devoile-ses-nouveaux-macbook-pro-dont-un-avec-dalle-retina.html> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 15.49
- Data 9: <https://www.blog-note.com/numero-dans-mon-q-motorola-telephone-mobile/> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 16.03
- Data 10: <https://slice42.com/breves/2015/05/apple-fait-la-pub-du-nouveau-macbook-pourtant-indisponible-12532/> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.36
- Data 11: [http://foiegras.canalblog.com/albums/book\\_et\\_travaux/photos/26738731-annonce\\_magazine\\_ipod\\_shuffle\\_2\\_.html](http://foiegras.canalblog.com/albums/book_et_travaux/photos/26738731-annonce_magazine_ipod_shuffle_2_.html) diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.43

- Data 12: <https://www.psy4tech.com/microsoft-surface-laptop-un-beau-concurrent-au-macbook-pro-dapple/> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.40
- Data 13: <http://www.laptopspirit.fr/111975/wwdc-2012-apple-devoile-ses-nouveaux-macbook-pro-dont-un-avec-dalle-retina.html> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.43
- Data 14: <http://iphoneaddict.fr/post/news-169187-apple-pub-liphone-6s-lapp-store> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.47
- Data 15: <http://www.developpez.com/actu/47483/L-iPhone-5-un-ecran-plus-grand-et-une-nouvelle-connectique-il-arrivera-le-21-septembre-aux-memes-prix-que-l-iPhone-4s/> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.51
- Data 16: <http://www.laptopspirit.fr/111975/wwdc-2012-apple-devoile-ses-nouveaux-macbook-pro-dont-un-avec-dalle-retina.html> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.55
- Data 17: <http://www.laptopspirit.fr/101883/apple-un-macbook-air-15-pouces-debut-2012-pour-contrer-les-ultrabooks.html> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 13.30
- Data 18: <http://www.anthonymasure.com/en/articles/2012-04-braun-apple> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 13.43
- Data 19: <https://www.macg.co/mat%C3%A9riel/2012/11/t%C3%A9moignages-imac-vs-mac-mini-le-petit-ordinateur-dapple-la-cote-76907> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.47
- Data 20: <https://gtaequipeaa.wordpress.com/2015/11/17/les-strategies-marketing-secrete-dapple/> diakses pada tanggal 16 Desember 2016 pukul 12.57

## LES STYLES ÁUX PUBLICITÉS D'APPLE SUR L'INTERNET

Par: Gretty Lady Andria  
13204244014

### Résumé

#### A. INTRODUCTION

L'homme est la personne sociale. Il utilise la langue pour se communiquer. L'un des activités de communication dans la vie quotidienne est la publicité. On utilise la publicité pour informer les nouveaux produits aux consommateurs. Aujourd'hui, on peut la trouver sur l'internet facilement. Pour attirer les consommateurs, les producteurs font la publicité en utilisant les styles. Dans cette recherche, on analyse les publicités d'*Apple* sur l'internet. *Apple* est une entreprise américaine qui produit des portables, des ordinateurs, des tablettes, et des iPods. Ses produits sont en haut qualité.

Les problèmes à-expliquer dans cette recherche sont: (1) quels sont les types du style aux publicités de produits *Apple* sur l'internet? (2) quel est le sens qui contient dans les styles aux publicités d'*Apple* sur l'internet? Tandis que les buts de cette recherche sont: (1) décrire les types du style aux publicités d'*Apple* sur l'internet. (2) décrire le sens qui contiennent dans les styles aux publicités d'*Apple* sur l'internet.

#### B. DEVELOPPEMENT

Le style est le choix fait par les usagers dans tous les comportements de la langue (Dubois, 2002 : 447). Selon Keraf (2009 : 112), le style est la maîtrise

d'écrire ou d'utiliser des mots esthétiquement. Dans [larousse.fr](http://larousse.fr), le style est la forme de langage fonctionnel usitée dans une activité de type administratif, commercial, etc. D'après Dale (et al) (via Tarigan 2013 : 4), le style est la langue qui est utilisée pour donner des effets par introduire ou comparer quelque chose. Basé de ces arguments, on peut conclure que le style est l'application de la langue dans un contexte pour comparer quelque chose et donner une belle impression.

Cette recherche étudie le sens dénotatif et connotatif. Le sens dénotatif est le sens dénoté d'un mot, son sens objectif, livré par dictionnaire (Peyroutet, 1994 : 12). Chaer (2013 :65-66) définit que le sens dénotatif est le sens sur les informations réelle. D'après Peyroutet (1994 : 12), le sens connotatif est le sens connoté d'un mot, un sens seconde, affectif et suggéré, variable selon les groupes, les individus, le contexte. Selon Wijana (2015 : 25-26), le sens connotatif est le sens émotif dans un mot.

La publicité désigne l'ensemble des actions mises en oeuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour se faire connaître et communiquer sur ses produits et/ou prestations afin d'en promouvoir la vente ([petits-entreprise.net](http://petits-entreprise.net)). Dans le site [slideshare.net](http://slideshare.net), la publicité distribue les informations persuasives sur un produit, un service, ou une idée au média varié. Sur la base de ces arguments on peut conclure que la publicité est une activité persuasive et payant qui est faite par les producteurs pour introduire ses produits à la société.

On utilise la méthode de lire attentivement pour recueillir des données. Ensuite, on applique la technique d'observation non-participante (SBLC) et la technique de noter. On analyse es styles en utilisant l'analyse componentielle, la

méthode d'identification référentielle, la méthode d'identification articulatoire, et la méthode de distributionnelle avec la technique d'extension, la technique de l'insertion, et la technique de lire de marque. On utilise la méthode d'identification référentielle pour analyser les sens. Dans cette recherche, on applique la validité sémantique.

Les résultats de la recherche indiquent qu'il y a 69 données qui comportent des styles et les sens denotatifs et connotatifs. Il y a 17 types de styles qui se trouvent dans cette recherche, ce sont l'allitérations, l'assonance, l'ellips, l'hyperbole, la périphrase, la personnification, la métonymie, l'antithèse, la syllepse, la paranomase, la répétition, la polysyndète, la parisose, la synecdoque, l'apocope, l'anaphore et l'epiphore. L'assonance (15 données) est le style le plus dominant dans cette recherche, tandis que le style le moins dominants sont la syllepse, la polysyndète, l'apocope, la personnification et la synecdoque (1 donnée). Le sens le plus dominant est le sens dénotatif (38 données) tandis que le sens le moins dominant est le sens connotatif (31 données).

### **C. LES TYPES DU STYLE**

Ces sont l'explication sur les types du style et les sens aux publicités d'*Apple* sur l'internet.

#### **1. L'assonance**

L'assonance est une répétition de voyelles. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans l'assonance. Ils sont le sens dénotatif et le sens connotatif. Le sens dénotatif est le sens dénoté d'un mot, son sens objectif,

livré par dictionnaire. Voici quelques une de publicités d'*Apple* qui contient l'assonance et le sens denotatif :

- (1) **Découvrez vite les nouveautés...**  
 [dekuvœ vit le nuvote ...]  
 ([www.maxigadget.com](http://www.maxigadget.com))

Cette phrase est le style d'assonance parce qu'il y a la répétition de la voyelles [e] dans les mots : découvrez, les, nouveautés. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'il a un sens objectif. Le mot *découverte* (inf. *découvrir*). Dans [larousse.fr](http://larousse.fr), le mot découvrir signifie trouver la chose. Le mot *les nouveautés* signifie une chose nouvelle.

Le sens connotatif est le sens connoté d'un mot, un sens seconde, affectif et suggéré, variable selon les groupes, les individus, le contexte. Voici quelques une de publicités d'*Apple* qui contient l'assonance et le sens connotatif :

- (2) **Incroyablement fin** et léger.  
 [ɛ̃kʁajabl̃m̃ fɛ̃ e leʒe]  
 ([www.maxigadget.com](http://www.maxigadget.com))

Cette phrase est le style l'assonance parce qu'il y a la répétition de la voyelles nasale [ɛ̃] dans les mots : **incroyablement** et **fin**. Cette phrase a un sens connotatif, parce que dans le site [larousse.fr](http://larousse.fr), incroyablement indique de façon incroyable. Au contexte de cette phrase, le mot incroyablement a le sens figuratif, c'est-à-dire très fin et léger.

## 2. L'allitération

L'allitération est une répétition de consonne. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans l'allitération. Ils sont le sens dénotatif et le sens connotatif. Voici quelques une de publicités d'*Apple* qui contient l'allitération et le sens denotatif :

(3) Voici l'iPhone le plus sidérant.

[vwasi lajfon lə ply sideʁɑ̃]

([www.appsystem.fr](http://www.appsystem.fr))

Cette phrase est le style d'allitération parcequ'il y a la répétition de la consonne [l] dans les mots : l'iPhone, le, plus. Cette phrase contient le sens dénotatif parcequ'il a un sens objectif. Le mot *l'iPhone* signifie un portable qui est produit par *Apple*. Le mot *le plus* est un degré supérieur (larousse.fr).

Voici quelques une de publicités d'*Apple* qui contient l'assonance et le sens connotatif :

(4) **Tellement plus** dans **tellement moins**.

[telmɑ̃ ply dɑ̃ telmɑ̃ mwɛ̃]

([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

Cette phrase est le style d'allitération parce qu'il y a la répétition de consonne [m] dans les mots : **tellement** et **moins**. Cette phrase a un sens connotatif, parce que dans larousse.fr, le mot *tellement* est la marque d'intensité. Le mot *moins* indique une chose, une quantité, une valeur, etc. moindre: plus petit. Selon le contexte de cette phrase, il a le sens figuratif, c'est-à-dire ce produit a une grande capacité bien qu'il est petit.

### 3. L'hyperbole

L'hyperbole est un écart de style fondé sur la substitution d'un mot ou d'une expression B à un mot ou une expression A normalement attendu, de façon à exagérer : B dit plus que A. Sur la base de résultat, il y a un type du sens qui contiennent dans l'hyperbole. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'hyperbole et le sens connotatif :

- (5) ... **les milliers** d'applications géniales et l'autonomie de 10 heures.  
([www.igen.fr](http://www.igen.fr))

Cette phrase est le style d'hyperbole parce qu'il y a un mot qui contient l'exagération **les milliers**. On peut remplacer le mot les milliers par le mot beaucoup. Cette phrase a un sens connotatif, parce que selon [larousse.fr](http://larousse.fr), les milliers indique un environ mille. Selon le contexte, cette phrase veut dire que ce produit a une grande capacité qui peut installer beaucoup d'applications.

### 4. La métonymie

La métonymie est un écart paradigmatique par lequel on remplace un signe linguistique normalement attendu (A) par un autre (B), selon un rapport de contiguïté ou de cause à effet entre A et B. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans la métonymie. Ils sont le sens dénotatif et le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la métonymie et le sens dénotatif :

- (6) **iPhone 5** un produit technologique récent.  
([www.mauvaisoeil.com](http://www.mauvaisoeil.com))

Cette phrase est le style de la métonymie parce qu'il y a un mot qui remplace d'autre mot. Le mot iPhone remplace le mot un portable qui est produit

par *Apple*. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'il a un sens objectif. Le mot *l'iPhone* signifie un portable qui est produit par *Apple*.

Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la métonymie et le sens connotatif :

(7) Retrouvez tous nos produits **Apple** dans notre boutique  
([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

Cette phrase est le style de la métonymie parce qu'il y a un mot qui remplace d'autre mot. Le mot *Apple* remplace le mot un entreprise qui produit des portables, des ordinateurs, des tablettes, et des iPod. Cette phrase contient le sens connotatif parce que le mot *Apple* indique l'un de fruit 'la pomme', mais dans cette phrase il veut dire l'entreprise qui produit des portables, des ordinateurs, des tablettes, et des iPod.

## 5. L'ellipse

L'ellipse est toute suppression d'un ou de plusieurs mots dans une phrase. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans l'ellipse. Ils sont le sens dénotatif et le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'ellipse et le sens dénotatif :

(8) **Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ....**  
([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

Cette phrase est le style de l'ellipse parce qu'il y a la suppression du sujet et verbe. L'apparition du sujet et du verbe dans la phrase (8a) ne change pas le sens. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif. Si on écrit le phrase avec le sujet et le verbe, elle devient :

(8a) **Il est** équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri ...

Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'ellipse et le sens connotatif :

(9) **iOS 7. Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.**  
([www.nextinpact.com](http://www.nextinpact.com))

Cette phrase est le style de l'ellipse parce qu'il y a la suppression du verbe avoir. Si on écrit le phrase avec le verbe avoir, elle devient :

(9a) **iOS 7 a conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.**

L'apparition du sujet et du verbe dans la phrase (5a) ne change pas le sens. Cette phrase a un sens connotatif parce qu'il y a le mot *harmonie*. Dans [larousse.fr](http://larousse.fr) l'harmonie est l'état des relations entre des personnes ou dans un groupe humain, qui résulte de l'accord des pensées, des sentiments, des volontés. Selon le contexte, cette phrase veut dire que iOS 7 et l'iPhone 5 sont une parfaite combinaison.

## 6. La personnification

La personnification ce procédé de substitution permet de donner figure humaine aux abstractions, aux animaux, aux objets. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans la personnification. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la personnification et le sens connotatif :

(10) Votre lecture vous **parle**.  
([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

Cette phrase est le style de la personnification parce qu'il y a le mot *parle*. Ce mot viens de mot parler. Selon larousse.fr, le mot parler est la discussion avec quelqu'un au sujet de quelque chose ou de quelqu'un, sur un thème. Cette phrase a un sens connotatif parce que selon le contexte, celui qui peut parler est l'iPod Shuffle qui a une fonction *voiceover*.

## 7. La répétition

La répétition, le même mot est réécrit plusieurs fois. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans la répétition. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la répétition et le sens connotatif :

(11) Tellement plus dans tellement moins.

I

II

([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

Cette phrase est le style de la répétition parce que le mot *tellement* apparu deux fois. Cette phrase a un sens connotatif, parce que dans le site larousse.fr, tellement est la marque d'intensité, plus est un degré supérieur, moins indique une chose, une quantité, une valeur, etc. moindre: plus petit. Selon le contexte de cette phrase, il a le sens figuratif, c'est-à-dire ce produit a une grande capacité bien qu'il est petit.

## 8. La paranomase

La paranomase, c'est la suite de mots différents par le sens mais contenant plusieurs phonèmes communs. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui

contiennent dans la paranomase. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la paranomase et le sens connotatif :

(12) *iPhone 6s terriblement puissant.*

[ajfɔ̃n sis s tɛʁibləmɑ̃ pyisɑ̃].

([iphoneaddict.fr](http://iphoneaddict.fr))

Cette phrase est le style de la paranomase parce qu'il y a le son identique [ɑ̃] dans le mot **terriblement** et **puissant**. Cette phrase a un sens connotatif, parce que dans le site [larousse.fr](http://larousse.fr), terriblement indique une grande intensité. Selon le contexte, cette phrase veut dire que ce portable est très solide.

## 9. La périphrase

La périphrase donner la définition d'un mot au lieu de dire ce mot. Sur la base de résultat, il y a un type du sens qui contient dans la périphrase. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la périphrase et le sens connotatif :

(13) *À son summum.*

([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

Cette phrase a un style de périphrase parce qu'on peut remplacer le groupe de mots à *son summum* avec le mot *le meilleure*. Cette phrase a un sens connotatif, parce que dans [larousse.fr](http://larousse.fr), le mot summum indique le plus haut degré dans un domaine. Selon le contexte, il veut dire que ce produit est le meilleure.

## 10. L'épiphore

L'épiphore est une répétition des mots en fin des phrases. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans l'épiphore. Ils sont le sens

dénotatif et le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'épiphore. et le sens dénotatif :

(14) Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.  
   I  II  
 (gtaequipeaa.wordpress.com)

Cette phrase est le style de l'épiphore parce qu'il y a la répétition des groupes de mots à la fin de phrase. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif.

Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'épiphore. et le sens connotatif :

(15) Aluminium pur. Intelligence pure.  
   I  II  
 ([www.blog-note.com](http://www.blog-note.com))

Cette phrase est le style de l'épiphore parce qu'il y a la répétition des groupes de mots à la fin de phrase. Cette phrase a un sens connotatif, parce que le mot *intelligence* dans cette phrase indique que ce produit est très sophistiqué et avancée.

## 11. L'anaphore

L'anaphore est la répétition d'un mot ou d'un groupe en début de phrases. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans l'anaphore. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'anaphore et le sens connotatif :

(16) Plus fin, plus léger  
   I  II  
 ([www.developpez.com](http://www.developpez.com))

Cette phrase est le style de l'anaphore parce qu'il y a la répétition des groupes de mots au début de phrase. Cette phrase a un sens connotatif, parce que selon le contexte de cette phrase, le mot plus a le sens figuratif, c'est-à-dire ce produit a une grande capacité bien qu'il est petit.

## 12. L'antithèse

L'antithèse est rapprochement de deux choses opposées dans une phrases ou un texte. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans l'antithèse. Il est le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'antithèse et le sens connotatif :

(17) *iPad Air qui peut le **plus**, pèse le **moins**.*  
(forum.hardware.fr)

Cette phrase est le style de l'antithèse parce qu'il y a les mots opposé dans cette phrase. Dans ce contexte, cette phrase a le sens figuratif, c'est-à-dire ce produit a une grande capacité bien qu'il est petit.

## 13. La parisose

La parisose est equilibre rythmique des deux membres d'une phrase. Sur la base de résultat, il y a deux types du sens qui contiennent dans la parisose. Ils sont le sens dénotatif et le sens connotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la parisose et le sens dénotatif :

(18) *Nous avons tout **affiné**, tout **repensé**, et même tout **reinventé**, ....*  
([www.macg.co](http://www.macg.co))

Cette phrase est le style de la pariosose parce qu'il y a les equilibre rythmique dans cette phrase. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif.

Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la pariosose et le sens connotatif :

(19) *Taille minimale. Capacité maximale.*  
 [taj minimal. Kapasite maksimal]  
 ([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

Cette phrase est lestyle la pariosose parcequ'il y a les equilibre rythmique dans cette phrase. Au contexte de cette phrase, le mot *minimale* et *maximale* ont le sens figuratif, c'est-à-dire ce produit a une grande capacité bien qu'il est petit.

#### 14. La synecdoque

La synecdoque particularisante est la substitution de l'ensemble A par l'élément B auquel lui appartient ; la synecdoque généralisante est la substitution de l'élément A par l'ensemble B. L'élément A est inclus dans l'ensemble B. Sur la base de résultat, il y a un type du sens qui contient dans la synecdoque. Il est le sens dénotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la synecdoque et le sens dénotatif :

(20) *Votre lecture vous parle*  
 ([www.mac4ever.com](http://www.mac4ever.com))

Cette phrase est le style de la synecdoque généralisante parce qu'il y a le mot *vous* qui indique tout le monde. Dans ce contexte, le mot *vous* indique pour les consommateurs d'*Apple*. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif.

## 15. La syllepse

La syllepse c'est une rupture de la construction grammaticale. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans la syllepse. Il est le sens dénotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la syllepse et le sens dénotatif :

(21) **Voir** le panier pour les informations de livraison.  
(gtaequipeaa.wordpress.com)

Cette phrase est le style de la syllepse parce qu'il n'y a pas de sujet et le verbe *voir* n'est pas conjugué. Dans la phrase française, il faut contenir le sujet et le verbe conjugué. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif. Dans [larousse.fr](http://larousse.fr), le mot *voir* signifie regarder, examiner quelque chose.

## 16. La polysyndète

Polysyndète c'est le contraire de l'asyndète, c'est-à-dire qu'il y a une exagération des mots de liaison. Sur la base de résultat, il y a un types du sens qui contiennent dans la polysyndète. Il est le sens dénotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient la polysyndète et le sens dénotatif :

(22) Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un  
I II  
stockage flash plus rapide, ...  
([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

Cette phrase est le style de la polysyndète parce qu'il y a la conjonction *et* apparu deux fois dans la même phrase. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif. Le mot *et* signifie une liaison entre deux mots, deux groupes de mots ou deux propositions ([larousse.fr](http://larousse.fr)).

## 17. L'apocope

L'apocope, à l'oral, suppression de phonèmes ou de syllabes à la fin d'un mot. À l'écrit, suppression de lettres ou de syllabes. Sur la base de résultat, il y a un type du sens qui contient dans l'apocope. Il est le sens dénotatif. Voici quelques une de publicités *d'Apple* qui contient l'apocope et le sens dénotatif :

(23) ... les milliers d'**apps** géniales et l'autonomie de 10 heures.  
 ([www.igen.fr](http://www.igen.fr))  
 ([www.laptopspirit.fr](http://www.laptopspirit.fr))

Cette phrase est le style de l'apocope parce qu'il y a la suppression de syllabes dans le mot *apps*. Ce mot vient de mot *applications*. Cette phrase contient le sens dénotatif parce qu'elle a un sens objectif. Dans [larousse.fr](http://larousse.fr), le mot *application* signifie la programme ou ensemble de programme destiné à aider l'utilisateur d'un ordinateur pour le traitement d'une tâche précise.

## D. CONCLUSION

Les résultats de la recherche indiquent qu'il y a 69 données qui comportent des styles et les sens tant denotative que connotative. Il y a 17 types types de styles qui se trouvent dans cette recherche, ce sont l'allitérations, l'assonance, l'ellips, l'hyperbole, la périphrase, la personnification, la métonymie, l'antithèse, la syllepse, la paranomase, la répétition, la polysyndète, la parisose, la synecdoque, l'apocope, l'anaphore et l'epiphore.

Sur la base de résultat, il y a quelques problèmes qui n'est pas encore analysé. Ces sont la fonction du style et l'image aux publicités *d'Apple* en français

sur le site internet. On espère que les futurs chercheurs peut analyser ces problèmes.

Tabel klasifikasi data:

No.	Kode Data	Data	Gaya Bahasa	Makna	Keterangan
1.	1.01	<p><b>Produits innovants &amp; tendance</b>            [pʁɔdyi inovã e tãdãs]            (<a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>)            ‘produk-produk inovatif dan trendi’</p>	Asonansi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan vokal [ɔ] dan [i], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Produits</i></li> <li>• <i>Innovants</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [ã], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Innovants</i></li> <li>• <i>Tendance</i></li> </ul> <p>Kata <i>produits</i> ‘produk’ merupakan nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin dan kata <i>innovants</i> ‘inovatif’ merupakan adjektiva yang digunakan untuk nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin. Kata <i>tendance</i> ‘trendi’ merupakan adjektiva yang memiliki <i>genre</i> maskulin. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengungkapkan makna yang sebenarnya yaitu untuk menyatakan bahwa produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> adalah produk-produk yang inovatif dan trendi.</p>

2.	1.02	<p><i>Découvrez vite les nouveautés,</i>  ...[dekuvʁe vit le nuvoté...]  (<a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>)  ‘Temukan segera produk-produk terbaru ...’</p>	Asonansi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena adanya pengulangan vokal [e] pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Découvrez</i></li> <li>• <i>Les</i></li> <li>• <i>Nouveautés</i></li> </ul> <p>Kata <i>Découvrez</i> ‘temukan’ berasal dari verba <i>decouvrir</i> ‘menemukan’ yang dikonjugasikan ke dalam bentuk imperatif untuk subjek <i>vous</i> ‘Anda atau kalian’. Kata <i>les</i> merupakan kata sandang yang digunakan untuk benda jamak. <i>Nouveautés</i> ‘terbaru’ adalah nomina yang mengalami proses derivasi dari adjektiva <i>nouveau</i> ‘baru’. Kata <i>découvrez les nouveautés</i> bermakna denotatif karena kata tersebut bermakna ajakan terhadap para pembaca iklan untuk mencari tahu tentang produk-produk terbaru dari perusahaan <i>Apple</i>.</p>
3.	1.03	<p>... <i>de la marque Apple.</i>  [...də la maʁk apəl]  (<a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>)  ‘... produk-produk terbaru dari Apple’</p>	Asonansi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [a] pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>La</i></li> <li>• <i>Marque</i></li> <li>• <i>Apple</i></li> </ul> <p>Kata <i>la marque Apple</i> bermakna denotatif karena kata tersebut mengacu kepada sebuah nama produk <i>gadget</i> asal Amerika yaitu <i>Apple</i>. Perusahaan <i>Apple</i> merupakan</p>

					penghasil <i>gadget</i> seperti telepon genggam yang lebih dikenal dengan nama <i>iPhone</i> , tablet yang lebih dikenal dengan nama <i>iPad</i> , laptop yang lebih dikenal dengan nama <i>MacBook</i> , pemutar musik yang lebih dikenal dengan <i>iPod</i> , komputer yang lebih dikenal dengan <i>iMac</i> .
4.	1.04	<p><i>Découvrez vite les nouveautés de la marque Apple.</i>          [dekuv<b>v</b>e vit le nuvotɛ də la ma<b>ʁ</b>k apəl]          (<a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>)          ‘Temukan segera produk-produk terbaru dari Apple’</p>	Aliterasi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [ʁ] pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Découvrez</i></li> <li>• <i>Marque</i></li> </ul> <p>Kata <i>Découvrez</i> ‘menemukan’ berasal dari verba <i>decouvrir</i> yang dikonjugasikan ke dalam bentuk imperatif untuk subjek <i>vous</i> ‘Anda atau kalian’. Kata <i>marque</i> bermakna sebagai nama produk. Kedua kata tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada hal yang sebenarnya.</p>
5.	1.05	<p><i>Découvrez vite les nouveautés de la marque <b>Apple</b>.</i>          (<a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>)          ‘Temukan segera produk-produk terbaru dari Apple’</p>	Metonimia	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena kata yang bercetak tebal memiliki kesamaan dengan kata <i>Apple</i> dalam Bahasa Inggris, kesamaan tersebut juga ditunjukkan dalam logo yang digunakan oleh perusahaan <i>Apple</i> yang berbentuk buah apel. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena dalam Bahasa Inggris, kata <i>Apple</i> bermakna buah apel, tetapi pada iklan tersebut kata <i>Apple</i> tidak</p>

					bermakna buah apel dalam arti yang sesungguhnya, melainkan untuk menyebut sebuah perusahaan penghasil <i>gadget</i> dari Amerika yang memproduksi beragam <i>gadget</i> seperti: telepon genggam yang lebih dikenal dengan nama <i>iPhone</i> , tablet yang lebih dikenal dengan nama <i>iPad</i> , laptop yang lebih dikenal dengan nama <i>MacBook</i> , pemutar musik yang lebih dikenal dengan <i>iPod</i> , komputer yang lebih dikenal dengan <i>iMac</i> .
6.	1.06.	<i>Taille minimale. Capacité maximale.</i> [taj minimal. Kapasite maksimal] ( <a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a> ) 'ukuran paling kecil. Kapasiitas paling besar'.	Parisos	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa parisos karena adanya pengulangan ritme di akhir kalimat pada kata <i>minimale</i> dan <i>maximale</i> untuk memberikan kesan indah. Tuturan pada iklan tersebut bermakna denotatif karena tuturan tersebut menyatakan bahwa pemutar musik <i>iPod Shuffle</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> meskipun memiliki bentuk yang sangat kecil tetapi memiliki daya tampung yang besar.
7.	1.07	<i>Votre lecture vous parle</i> ( <a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a> ) 'pembaca anda mengatakan pada anda'	Personifikasi	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa personifikasi karena adanya penggunaan kata <i>parle</i> 'mengatakan' yang merupakan verba yang hanya dapat dilakukan oleh manusia. Tuturan tersebut bermakna konotatif. Dalam konteks iklan ini yang dapat berbicara atau mengatakan sesuatu

					adalah sebuah pemutar musik yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> yaitu <i>iPod Shuffle</i> yang dilengkapi dengan fitur <i>voiceover</i> untuk memudahkan pengguna disabilitas dalam menggunakan <i>iPod Shuffle</i> .
8.	1.08	<i>Votre lecture vous parle</i> ( <a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a> ) 'pembaca anda mengatakan pada anda'	Sinekdoke  totum pro  parte	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa sinekdoke totem pro parte karena ada penggunaan kata ganti <i>vous</i> 'Anda' yang mengacu kepada semua orang. Sementara, dalam iklan ini ditujukan hanya untuk pengguna produk <i>Apple</i> saja. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya dan menyatakan bahwa alat pemutar musik <i>iPod Shuffle</i> dilengkapi dengan fitur <i>voiceover</i> untuk memudahkan pengguna disabilitas dalam menggunakan <i>iPod Shuffle</i> .
9.	1.09	<i>Superbes graphismes. Perfomance améliorées.</i> ( <a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a> ) 'grafis yang sangat bagus. Hasil yang baik.'	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena adanya penggunaan kata <i>superbes</i> 'sangat bagus' yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan kata yang lebih netral yaitu <i>bon</i> 'bagus'. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena kata yang bercetak tebal menggambarkan bahwa layar komputer yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> ini adalah layar yang

					paling bagus, tetapi pada kenyataannya layar tersebut pasti memiliki kekurangan.
10.	1.10	<p><i>Retrouvez tous nos produits <b>Apple</b> dans notre boutique</i>  <a href="http://www.mac4ever.com">www.mac4ever.com</a>          ‘temukan kembali semua produk <i>Apple</i> kami pada toko kami’.</p>	Metonimia	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena kata yang bercetak tebal memiliki kesamaan dengan kata <i>Apple</i> dalam Bahasa Inggris, kesamaan tersebut juga ditunjukkan dalam logo yang digunakan oleh perusahaan <i>Apple</i> yang berbentuk buah apel. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena dalam Bahasa Inggris, kata <i>Apple</i> bermakna buah apel, tetapi pada iklan tersebut kata <i>Apple</i> tidak bermakna buah apel dalam arti yang sesungguhnya, melainkan untuk menyebut sebuah perusahaan penghasil <i>gadget</i> dari Amerika yang memproduksi beragam <i>gadget</i> seperti: telepon genggam yang lebih dikenal dengan nama <i>iPhone</i>, tablet yang lebih dikenal dengan nama <i>iPad</i>, laptop yang lebih dikenal dengan nama <i>MacBook</i>, pemutar musik yang lebih dikenal dengan <i>iPod</i>, komputer yang lebih dikenal dengan <i>iMac</i>.</p>
11.	2.01.	<p><i>Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.</i>          [kɔ̃sy ɑ̃ paʁfɛt aʁmɔni avɛk lajʃɔn sɛ̃k s]  <a href="http://www.nextinpact.com">www.nextinpact.com</a>          Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.</p>	Aliterasi	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [ʁ] pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Parfait</i></li> <li>• <i>Harmonie</i></li> </ul> <p>Bermakna konotatif karena kata <i>harmonie</i></p>

					dalam kamus <i>Larousse de Poche</i> bermakna keselarasan nada atau bunyi. Dalam iklan ini, kata <i>harmonie</i> menggambarkan keselarasan. Dalam iklan ini, kata <i>harmonie</i> menggambarkan adanya keselarasan antara <i>software iOS 7</i> dengan <i>hardware iPhone 5</i> . Tuturan tersebut menyatakan bahwa <i>iOS 7</i> dan <i>iPhone 5</i> adalah kombinasi yang tepat.
12.	2.02	<p><i>Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.</i>  [kösy ä pärfet aʁmɔni avək lajʁɔn sɛk s]  <a href="http://www.nextinpact.com">www.nextinpact.com</a>  Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.</p>	Aliterasi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [k] pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Conçu</i></li> <li>• <i>Avec</i></li> <li>• <i>5s</i></li> </ul> <p>Tuturan tersebut memiliki makna denotatif karena kata <i>conçu</i> berasal dari verba <i>concevoir</i> yang dikonjugasikan ke dalam bentuk <i>participe passé</i>. Kata <i>avec</i> ‘dengan’ merupakan preposisi. Kata <i>5s</i> merupakan kata bilangan yang berarti 5. Dalam iklan ini, kata <i>5s</i> mengacu kepada <i>iPhone</i> seri yang kelima.</p>
13.	2.03.	<p><i>Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.</i>  [kösy ä pärfet aʁmɔni avək lajʁɔn sɛk s]  <a href="http://www.nextinpact.com">www.nextinpact.com</a>  Raih keselarasan yang sempurna dengan</p>	Asonansi	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [a] pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Parfait</i></li> <li>• <i>Harmonie</i></li> <li>• <i>Avec</i></li> </ul>

		iPhone 5s.			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>L'iPhone</i></li> </ul> Pengulangan vokal [ɔ] pada kata : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Harmonie</i></li> <li>• <i>L'iPhone</i></li> </ul> Bermakna konotatif karena dalam larousse.fr kata <i>harmonie</i> berarti <i>état des relations entre des personnes ou dans un groupe humain, qui résulte de l'accord des pensées, des sentiments, des volontés</i> 'bentuk relasi antar individu atau sekelompok orang yang menghasilkan keselarasan pikiran, perasaan, dan keinginan'. Dalam iklan ini, kata <i>harmonie</i> menggambarkan adanya keselarasan antara <i>software iOS 7</i> dengan <i>hardware iPhone 5</i> . Tutaran tersebut menyatakan bahwa <i>iOS 7</i> dan <i>iPhone 5</i> adalah kombinasi yang tepat.
14.	2.04.	<b><i>iOS 7. Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.</i></b> <a href="http://www.nextinpact.com">www.nextinpact.com</a> Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.	Elipsis	K	Tutaran tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada salah satu unsur kalimat yang dihilangkan yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tutaran tersebut bermakna konotatif karena dalam larousse.fr kata <i>harmonie</i> berarti <i>état des relations entre des personnes ou dans un groupe humain, qui résulte de l'accord des pensées, des sentiments, des volontés</i> 'bentuk relasi antar individu atau sekelompok orang yang menghasilkan keselarasan pikiran, perasaan, dan

					keinginan'. Dalam iklan ini, kata <i>harmonie</i> menggambarkan adanya keselarasan antara <i>software iOS 7</i> dengan <i>hardware iPhone 5</i> . Tutaran tersebut menyatakan bahwa <i>iOS 7</i> dan <i>iPhone 5</i> adalah kombinasi yang tepat.
15.	2.05.	<p><i>Conçu en parfait harmonie avec l'iPhone 5s.</i>  <a href="http://www.nextinpact.com">www.nextinpact.com</a></p> <p>Raih keselarasan yang sempurna dengan iPhone 5s.</p>	Metonimia	D	Tutaran tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada salah satu produk yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu telepon genggam yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> . Tutaran tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> .
16.	3.01	<p><i>Voici l'iPhone le plus sidérant.</i>          [vwasi lajfon lə ply sideʁɑ̃]  <a href="http://www.appsystem.fr">www.appsystem.fr</a></p> <p>'Ini iPhone yang paling mengherankan'</p>	Aliterasi	D	<p>Tutaran tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [l] pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>l'iPhone</i></li> <li>• <i>le</i></li> <li>• <i>plus</i></li> </ul> <p>tutaran tersebut bermakna denotatif karena kata <i>l'iPhone</i> merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i>. Kata <i>le</i> merupakan kata sandang yang digunakan untuk nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin. Kata <i>plus</i> merupakan kata pembanding superlatif</p>

					yang menyatakan paling. Kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone 4</i> adalah produk yang canggih sehingga memikat dan mengherankan penggunanya.
17.	3.02.	<p><i>Voici l'iPhone le plus sidérant.</i> [vwasi lajfon lə ply sideɾɑ̃] (<a href="http://www.appsystem.fr">www.appsystem.fr</a>) 'Ini iPhone yang sangat mencengangkan'</p>	Asonansi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [a] pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voici</i></li> <li>• <i>L'iPhone</i></li> </ul> <p>Tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata <i>voici</i> merupakan preposisi dan digunakan untuk menunjuk sesuatu yang dekat. Kata <i>iPhone</i> merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i>. Kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i>, yaitu <i>iPhone 4</i> adalah produk yang canggih sehingga memikat dan mengherankan penggunanya.</p>
18.	3.03.	<p><i>Voici l'iPhone le plus sidérant.</i> [vwasi lajfon lə ply sideɾɑ̃] (<a href="http://www.appsystem.fr">www.appsystem.fr</a>) 'Ini iPhone yang sangat mencengangkan'</p>	Asonansi	D	<p>Pengulangan vokal [i] pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voici</i></li> <li>• <i>Sidérant</i></li> </ul> <p>Tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata <i>voici</i> merupakan preposisi dan digunakan untuk menunjuk sesuatu yang dekat. Kata <i>sidérant</i> merupakan adjektiva</p>

					dari verba <i>sidérer</i> ‘membuat heran’. Kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone 4</i> adalah produk yang canggih sehingga memikat dan mengherankan penggunanya.
19.	3.04.	<i>Voici l’iPhone le plus sidérant.</i> ( <a href="http://www.appsystem.fr">www.appsystem.fr</a> ) ‘Ini iPhone yang sangat mengherankan’	Metonimia	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada salah satu produk yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu telepon genggam yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> . Kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone 4</i> adalah produk yang canggih sehingga memikat dan mengherankan penggunanya.
20.	3.05.	<i>Voici l’iPhone le plus sidérant.</i> ( <a href="http://www.appsystem.fr">www.appsystem.fr</a> ) ‘Ini iPhone yang sangat mengherankan’	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena adanya penggunaan kata <i>sidérant</i> ‘mengherankan’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>avancé</i> ‘canggih’. Bermakna konotatif karena dalam kamus kata <i>sidérant</i>

					bermakna ‘mengherankan’, tetapi dalam iklan ini kata <i>sidérant</i> ingin menekankan bahwa produk telepon genggam <i>iPhone</i> seri yang keempat ini adalah produk yang canggih sehingga dapat memukau penggunanya.
21.	4.01.	<b><i>Incroyablement fin et léger.</i></b> ( <a href="http://www.maxigadget.com">www.maxigadget.com</a> ) ‘luar biasa tipis dan ringan’	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata <i>incroyablement</i> ‘tidak dapat dipercaya’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>très</i> ‘sangat’. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena dalam kamus Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono kata <i>incroyablement</i> bermakna ‘tidak dapat dipercaya’, tetapi dalam iklan ini kata <i>incroyablement</i> ingin menekankan bahwa ukuran laptop yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>MacBook</i> ini sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.
22.	4.02.	<b><i>Incroyablement fin et léger.</i></b> [ɛ̃kʁajabl̃mɑ̃ fɛ̃ e leʒe] ( <a href="http://www.maxigadget.com">www.maxigadget.com</a> ) ‘Luar biasa tipis dan ringan’	Asonansi	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [ɛ̃] pada kata : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><i>Incroyablement</i></b></li> <li>• <b><i>Fin</i></b></li> </ul> Pengulangan vokal [e] pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><i>Et</i></b></li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Léger</i></li> </ul> <p>Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>incroyablement</i>. Dalam kamus Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono kata <i>incroyablement</i> bermakna ‘tidak dapat dipercaya’, tetapi dalam iklan ini kata <i>incroyablement</i> ingin menekankan bahwa ukuran laptop yang diproduksi oleh <i>Apple</i>, yaitu <i>MacBook</i> ini sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.</p>
23.	4.03.	<p><i>Incroyablement fin et léger.</i> [ɛ̃kʁajabl̃mã fɛ̃ e lɛʒɛ] (<a href="http://www.maxigadget.com">www.maxigadget.com</a>) ‘Luar biasa tipis dan ringan’</p>	Aliterasi	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [l] pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Incroyablement</i></li> <li>• <i>Léger</i></li> </ul> <p>Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>incroyablement</i>. Dalam kamus Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono kata <i>incroyablement</i> bermakna ‘tidak dapat dipercaya’, tetapi dalam iklan ini kata <i>incroyablement</i> ingin menekankan bahwa ukuran laptop yang diproduksi oleh <i>Apple</i>, yaitu <i>MacBook</i> ini sangat tipis dan ringan sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.</p>

24.	5.01.	<i>iPhone 5 un produit technologique récent.</i> ( <a href="http://www.mauvaisoeil.com">www.mauvaisoeil.com</a> ) 'iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru'.	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada salah satu unsur kalimat yang dihilangkan yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena tuturan tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone</i> seri yang kelima. Kalimat tersebut menyatakan bahwa produk <i>iPhone 5</i> adalah sebuah produk telepon genggam yang menggunakan teknologi terbaru.
25.	5.02.	<i>iPhone 5 un produit technologique récent.</i> ( <a href="http://www.mauvaisoeil.com">www.mauvaisoeil.com</a> ) 'iPhone 5 sebuah produk teknologi terbaru'.	Metonimia	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada salah satu produk yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu telepon genggam yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone</i> seri yang kelima. Kalimat tersebut menyatakan bahwa produk <i>iPhone 5</i> adalah sebuah produk telepon genggam yang menggunakan teknologi terbaru.
26.	6.01.	<i>À part les centimètres, il ne manque rien.</i> ( <a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a> )	Periphrasis	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa periphrasis karena kata yang bercetak tebal berarti tidak kurang sesuatu pun dan dapat

		‘selain sentimeter, ia tidak kurang apapun’.			diganti dengan satu kata saja yaitu <i>parfait</i> ‘sempurna’. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena ada penggunaan frasa <i>il ne manque rien</i> . Bila diartikan per kata, frasa tersebut bermakna ‘ia tidak kekurangan apapun’ yang menggambarkan adanya kesempurnaan dalam produk tablet yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPad Air</i> . Namun, pada kenyataannya setiap produk pasti memiliki kelemahan. Frasa tersebut digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.
27.	6.02.	<p><i>À part les centimètres, il ne manque rien.</i></p> <p>[a paʁ le sɑ̃timɛtrɛ, il nə mɑ̃k ʁjɛ]</p> <p>(<a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a>)</p> <p>‘selain sentimeter, ia tidak kurang apapun’.</p>	Asonansi	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [a], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>À</i></li> <li>• <i>Part</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [ə], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Centimètres</i></li> <li>• <i>Ne</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [i], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Il</i></li> <li>• <i>Centimètres</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [ɑ̃], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Centimètres</i></li> <li>• <i>Manque</i></li> </ul> <p>Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan frasa</p>

					<i>il ne manque rien</i> . Bila diartikan per kata, frasa tersebut bermakna ‘ia tidak kekurangan apapun’ yang menggambarkan adanya kesempurnaan dalam produk tablet yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPad</i> . Namun, pada kenyataannya setiap produk pasti memiliki kelemahan. Frasa tersebut digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.
28.	6.03	<p><i>À part les centimètres, il ne manque rien.</i>          [a paʁ le sɑ̃timɛtʁə, il nə mɑ̃k ʁjɛ̃]  <a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a>          ‘selain sentimeter, ia tidak kurang apapun’.</p>	Aliterasi	K	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [ʁ], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Part</i></li> <li>• <i>Centimètres</i></li> </ul> <p>Pengulangan konsonan [l], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Il</i></li> <li>• <i>Les</i></li> </ul> <p>Pengulangan konsonan [m], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Centimètres</i></li> <li>• <i>Manque</i></li> </ul> <p>Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan frasa <i>il ne manque rien</i>. Bila diartikan per kata, frasa tersebut bermakna ‘ia tidak kekurangan apapun’ yang menggambarkan adanya kesempurnaan dalam produk tablet yang diproduksi oleh <i>Apple</i>, yaitu <i>iPad</i>. Namun, pada kenyataannya setiap produk</p>

					pasti memiliki kelemahan. Frasa tersebut digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut.
29.	6.04	<p><i>Le superbe écran, les performances rapides et fluides , l'appareil photo iSight, ...</i>  <a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a>          'layar yang sangat bagus, hasil yang cepat dan lancar, aplikasi iSight ...'</p>	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata <i>superbe</i> 'sangat bagus' yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>bon</i> 'bagus'. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena kata yang bercetak tebal tidak mengungkapkan makna yang sebenarnya dan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli produk tablet <i>iPad</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> .
30.	6.05	<p><i>... les milliers d'applications géniales et l'autonomie de 10 heures.</i>  <a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a>          '... ribuan aplikasi dan mampu <i>standby</i> hingga 10 jam'</p>	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata <i>milliers</i> 'ribuan' yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>beaucoup</i> 'banyak'. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena kata <i>les milliers</i> di dalam kamus Prancis – Indonesia berarti ribuan, tetapi dalam iklan ini penggunaan kata tersebut menggambarkan bahwa produk tablet <i>iPad</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> dilengkapi dengan beragam aplikasi dalam

					jumlah banyak.
31.	6.06.	<p>... les milliers d'<b>apps</b> géniales et l'autonomie de 10 heures.  <a href="http://www.igen.fr">www.igen.fr</a>          '... ribuan aplikasi dan mampu standby hingga 10 jam'</p>	Apocope	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa apocope karena adanya pemenggalan suku kata pada kata <i>applications</i> menjadi kata <i>apps</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena menggambarkan makna yang sebenarnya yaitu aplikasi atau <i>software</i> yang ada pada tablet <i>iPad</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> .
32.	7.01	<p><i>Un appareil magique et révolutionnaire, à un prix incroyable. À partir de 549\$.</i>  <a href="http://tpe-ppc-apple.e-monsite.com">tpe-ppc-apple.e-monsite.com</a>          'sebuah alat sakti dan revolusioner di harga yang tidak dapat dipercaya. Mulai dari 549\$'.</p>	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata <i>incroyable</i> 'tidak dapat dipercaya' yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>très</i> 'sangat'. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena dalam kamus Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono kata <i>incroyable</i> bermakna 'tidak dapat dipercaya', tetapi dalam iklan ini kata <i>incroyable</i> ingin menekankan bahwa <i>iPad</i> yang diproduksi oleh <i>Apple</i> ini dijual dengan harga yang sangat murah.
33.	8.01.	<p><i>C'est énorme ce qu'on peut cacher derrière un nanomètre.</i>  <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a>          'ini luar biasa sehingga dapat disembunyikan di belakang nanometer'</p>	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena terdapat kata <i>énorme</i> 'sangat besar' yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata tersebut dapat diganti dengan menggunakan kata yang lebih netral yaitu <i>grand</i> 'besar'. Tuturan

					tersebut bermakna konotatif karena kata <i>énorme</i> dalam kamus Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono bermakna ‘sangat besar’, tetapi dalam iklan ini kata <i>énorme</i> bertolak belakang dengan kenyataan yang ada.
34.	9.01.	<i>Aluminium pur. Intelligence pure.</i> [alyminjɔm pyʁ. ɛ̃teliʒãs pyʁ] ( <a href="http://www.blog-note.com">www.blog-note.com</a> ) ‘aluminium murni. Kecerdasan murni’.	Epistrof	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa epistrof karena ada pengulangan kata <i>pur</i> dan <i>pure</i> ‘murni’ di akhir kalimat yang menimbulkan adanya kesan keindahan. Tuturan pada kalimat kedua bermakna konotatif karena dalam kamus Bahasa Prancis – Indonesia yang disusun oleh Farida Soemargono kata <i>intelligence</i> merupakan nomina yang memiliki <i>genre</i> feminim dan berarti ‘kecerdasan’. Namun, dalam iklan ini kata <i>intelligence</i> bukan bermakna sebenarnya tetapi menggambarkan bahwa <i>Macbook</i> merupakan produk yang sangat canggih dan dianggap sebagai produk yang cerdas sehingga dapat memudahkan penggunaanya dalam beraktifitas.
35.	9.02.	<i>Aluminium pur. Intelligence pure.</i> [alyminjɔm pyʁ. ɛ̃teliʒãs pyʁ] ( <a href="http://www.blog-note.com">www.blog-note.com</a> ) ‘aluminium murni. Kecerdasan murni’.	Asonansi	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan vokal [y], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Aluminium</i></li> <li>• <i>Pur</i></li> </ul> Dalam larousse.fr, kata <i>aluminium</i> berarti

					<i>metal blanc, léger, le plus employé après le fer</i> ‘aluminium adalah logam putih, tipis, yang paling sering digunakan setelah besi’. Kata <i>pur</i> berarti <i>qui est sans mélange</i> ‘tanpa campuran’. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena ingin menyatakan bahwa produk <i>MacBook</i> yang diproduksi oleh <i>Apple</i> mengandung logam aluminium yang murni.
36.	10.01	<b><i>Le plus fin, le plus léger, et le plus sophistiqué des ordinateurs portables Mac.</i></b> (slice42.com) ‘paling tipis, paling ringan, dan paling dari <i>Mac</i> ’.	Anafora	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa anafora karena ada pengulangan <i>le plus</i> di awal kalimat. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>sophistiqué</i> ‘canggih’ yang menunjukkan bahwa produk ini adalah produk yang paling canggih, tetapi, secanggih apapun produknya pasti akan memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing
37.	11.01	<b><i>iPod Shuffle, le plus petit lecture de musique digitale du monde.</i></b> (foiegras.canalblog.com) ‘iPod Shuffle, pemutar musik digital terkecil di dunia’.	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada salah satu unsur kalimat yang dihilangkan yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena tuturan tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu untuk menjelaskan tentang sebuah pemutar musik digital yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> dan lebih dikenal dengan istilah <i>iPod</i> .

38.	12.01.	<i>iPad Air qui peut le plus, pèse le moins.</i> (forum.hardware.fr) 'iPad Air yang bisa lebih banyak, lebih ringan'.	Antitesis	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa antithesis karena ada penggunaan dua kata yang bertentangan dalam kalimat yang sama yaitu kata <i>plus</i> 'lebih' dan <i>moins</i> 'kurang'. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menjelaskan makna yang sebenarnya. Tuturan tersebut menyatakan kelebihan dari tablet yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> atau yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPad</i> memiliki banyak kemampuan meskipun berukuran kecil
39.	12.02.	<i>iPad Air qui peut le plus pèse le moins.</i> [ajpad ɛʁ ki pø lə ply pɛs lə mwɛ̃] (forum.hardware.fr) 'iPad Air yang bisa lebih banyak lebih ringan'.	Asonansi	D	Adanya pengulangan vokal [ɛ], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Air</i></li> <li>• <i>Pèse</i></li> </ul> Pengulangan vokal [ə], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Le</i></li> </ul> Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena kedua kata yang bercetak tebal menjelaskan makna yang sebenarnya dan menyatakan kelebihan dari tablet yang diproduksi oleh <i>Apple</i> atau yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPad</i> memiliki banyak kemampuan meskipun berukuran kecil.
40.	12.03.	<i>iPad Air qui peut le plus pèse le moins.</i> [ajpad ɛʁ ki pø lə ply pɛs lə mwɛ̃] (forum.hardware.fr) 'iPad Air yang bisa lebih banyak lebih	Aliterasi	D	Adanya pengulangan konsonan [p], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>iPad</i></li> <li>• <i>Peut</i></li> </ul>

		ringan’.			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Plus</i></li> <li>• <i>Pèse</i></li> </ul> Pengulangan konsonan [l], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Le</i></li> <li>• <i>Plus</i></li> </ul> Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena kedua kata yang bercetak tebal menjelaskan makna yang sebenarnya dan menyatakan kelebihan dari tablet yang diproduksi oleh <i>Apple</i> atau yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPad</i> memiliki banyak kemampuan meskipun berukuran kecil.
41.	13.01.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> (iphoneaddict.fr) ‘iPhone 6s bennar-benar kuat’.	Metonimia	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada salah satu produk yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> , yaitu telepon genggam yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> seri keenam.
42.	13.02.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> (iphoneaddict.fr) ‘iPhone 6s bennar-benar kuat’.	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada salah satu unsur kalimat yang dihilangkan yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena tuturan

					tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu untuk menjelaskan tentang sebuah telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> dan lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> .
43.	13.03.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> [ajfɔ̃n sis s tɛʁibləmɑ̃ pyisɑ̃]. (iphoneaddict.fr) 'iPhone 6s bennar-benar kuat'.	Asonansi	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [i], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Six</i></li> <li>• <i>Terriblement</i></li> <li>• <i>Puissant</i></li> </ul> Pengulangan vokal [ɑ̃], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Terriblement</i></li> <li>• <i>Puissant</i></li> </ul> Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>puissant</i> . Dalam <i>larousse.fr</i> , kata <i>puissant</i> berarti <i>qui a une grande force, intensité</i> 'yang memiliki kekuatan sangat besar'. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam yang dikeluarkan oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang sangat canggih.
44.	13.04.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> [ajfɔ̃n sis s tɛʁibləmɑ̃ pyisɑ̃]. (iphoneaddict.fr) 'iPhone 6s bennar-benar kuat'.	Aliterasi	D	Adanya pengulangan konsonan [s], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Six</i></li> <li>• <i>S</i></li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Puissant</i> Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena adanya penggunaan kata <i>puissant</i>. Dalam Larousse.fr, kata <i>puissant</i> berarti <i>qui a une grande force, intensité</i> ‘yang memiliki kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam yang dikeluarkan oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang kuat dan tahan banting.</li> </ul>
45.	13.05.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> [ajfɔ̃n sis s tɛʁibləmɑ̃ pyisɑ̃]. (iphoneaddict.fr) ‘iPhone 6s benar-benar kuat’.	Paranomasia	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa paranomasia karena ada kesamaan bunyi pada kata <i>terriblement</i> [ɑ̃] dan <i>puissant</i> [ɑ̃]. Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>terriblement</i> . Dalam Larousse.fr, kata <i>terriblement</i> berarti <i>indique une grande intensité</i> ‘menyatakan kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam <i>iPhone</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk kuat dan tahan banting.
46.	13.06.	<i>iPhone 6s terriblement puissant.</i> (iphoneaddict.fr) ‘iPhone 6s benar-benar kuat’.	Hiperbola	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa hiperbola karena adanya penggunaan kata <i>terriblement</i> ‘benar-benar’ yang memberikan kesan melebih-lebihkan, kata

					tersebut dapat diganti dengan kata yang lebih netral yaitu <i>très</i> ‘sangat’. Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>puissant</i> . Dalam <a href="http://larousse.fr">larousse.fr</a> , kata <i>puissant</i> berarti <i>qui a une grande force, intensité</i> ‘yang memiliki kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam yang dikeluarkan oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang sangat canggih.
47.	14.01.	<b><i>Plus fin, plus léger</i></b> ( <a href="http://www.developpez.com">www.developpez.com</a> ) ‘lebih tipis, lebih ringan’	Anafora	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa anafora karena adanya pengulangan kata <i>plus</i> sebanyak dua kali di awal kalimat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena menyatakan makna sebenarnya yaitu untuk memberikan penekanan bahwa produk telepon genggam <i>iPhone 5</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan sebuah produk yang sangat tipis dan ringan.
48.	14.02.	<b><i>Tellement plus dans tellement moins.</i></b> ( <a href="http://www.developpez.com">www.developpez.com</a> ) ‘begitu banyak dalam begitu kecil’.	Antitesis	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa antithesis karena ada penggunaan dua kata yang bertentangan dalam kalimat yang sama yaitu kata <i>plus</i> ‘lebih’ dan <i>moins</i> ‘kurang’. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan

					tersebut menyatakan bahwa telepon genggam <i>iPhone</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.
49.	14.03.	<i>Tellement plus dans tellement moins.</i> [telmã ply dã telmã mwê] ( <a href="http://www.developpez.com">www.developpez.com</a> ) 'begitu banyak dalam begitu kecil'.	Asonansi	D	Adanya pengulangan vokal [ã], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tellement</i></li> <li>• <i>Dans</i></li> </ul> Pengulangan vokal [e], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tellement</i></li> </ul> Dalam <i>larousse.fr</i> kata <i>tellement</i> berarti <i>marque l'intensité</i> 'tanda kekuatan', kata <i>plus</i> berarti <i>un degré supérieur</i> 'tingkatan yang paling atas', dan kata <i>moins</i> berarti <i>indique une chose, une quantité, une valeur, etc. moindre :plus petit</i> 'menggambarkan sebuah benda, sebuah kuantitas, sebuah nilai, dan lain-lain yang kurang ; paling kecil'. Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena kedua kata yang bercetak tebal menjelaskan makna yang sebenarnya dan menyatakan kelebihan dari telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> atau yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> memiliki banyak kemampuan dan memiliki kapasitas besar

					meskipun berukuran kecil.
50.	14.04.	<i>Tellement plus dans tellement moins.</i> [telmɑ ply dɑ telmɑ mwɛ̃] ( <a href="http://www.developpez.com">www.developpez.com</a> ) 'begitu banyak dalam begitu kecil'.	Aliterasi	K	Adanya pengulangan konsonan [t], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tellement</i></li> </ul> Pengulangan konsonan [l], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tellement</i></li> <li>• <i>Plus</i></li> </ul> Pengulangan konsonan [m], pada kata: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tellement</i></li> <li>• <i>Moins</i></li> </ul> Tuturan tersebut bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam <i>iPhone</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.
51.	14.05	<i>Tellement plus dans tellement moins.</i> [telmɑ ply dɑ telmɑ mwɛ̃] ( <a href="http://www.developpez.com">www.developpez.com</a> ) 'begitu banyak dalam begitu kecil'	Repetisi	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa repetisi karena adanya pengulangan kata <i>tellement</i> sebanyak 2 kali. Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna konotatif karena tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya. Iklan tersebut menyatakan bahwa telepon genggam <i>iPhone</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> berukuran kecil, namun memiliki kapasitas besar untuk menampung beragam

					aplikasi dan data-data pengguna seperti musik, dokumen, atau foto.
52.	15.01.	<i>Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance.</i> ( <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a> ) 'dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, laptop terbaru yang terdepan'.	Polisindeton	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa polisindeton karena ada pengulangan kata hubung <i>et</i> 'dan'. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata yang bercetak tebal bermakna yang sebenarnya dan menggabungkan kedua frasa yang setara untuk menjelaskan keunggulan yang terdapat dalam produk laptop <i>Macbook Air</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> .
53.	15.02.	<i>Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance.</i> ( <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a> ) 'dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, laptop terbaru yang terdepan'.	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada penghilangan subjek kalimat, yang seharusnya ditulis <i>il</i> yang mengacu kepada produk <i>MacBook Air</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena tuturan tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu untuk menjelaskan tentang salah satu seri laptop yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> dan lebih dikenal dengan istilah <i>MacBook Air</i> .
54.	15.03.	<i>Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance.</i> ( <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a> ) 'dilengkapi dengan Intel dan grafis terbaru dan penyimpanan lebih cepat, laptop terbaru yang terdepan'.	Metonimia	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada produk <i>operating system</i> yang biasanya digunakan pada laptop atau komputer, yaitu Intel. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengacu kepada nama produk <i>operating system</i> yang biasanya

					digunakan pada laptop atau komputer.
55.	16.01.	<p><i>Le portable de tout les jours. À son summum.</i>  <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a>          ‘laptop sehari-sehari. Berada di puncaknya’.</p>	Periphrasis	K	<p>Tuturan tersebut megandung gaya bahasa periphrasis karena kata yang bercetak tebal berarti pada puncaknya dan dapat diganti dengan satu kata saja yaitu <i>le meillure</i> ‘terbaik’. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena ada penggunaan kata <i>summum</i>. Dalam <i>larousse.fr</i>, kata <i>summum</i> berarti <i>le plus haut degré dans un domaine</i> ‘titik tertinggi di satu daerah’ Tuturan tersebut tidak menyatakan makna yang sebenarnya, karena seharusnya kata <i>summum</i> digunakan untuk menyatakan puncak, tetapi di dalam konteks iklan ini tuturan tersebut menyatakan bahwa produk laptop <i>MacBook Air</i> yang diproduksi oleh perusahaa <i>Apple</i> merupakan produk terbaik di kelasnya.</p>
56.	16.02.	<p><i>Le portable de tout les jours. À son summum.</i>          [lə pɔʁtablə də tut le ʒuʁ. a sɔ̃ symɛ̃]  <a href="http://www.laptopspirit.fr">www.laptopspirit.fr</a>          ‘laptop sehari-sehari. Berada di puncaknya’.</p>	Asonansi	D	<p>Adanya pengulangan vokal [ə], pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Le</i></li> <li>• <i>Portable</i></li> <li>• <i>De</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [u], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tout</i></li> <li>• <i>Jours</i></li> </ul> <p>Tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata <i>le</i> merupakan kata sandang yang digunakan untuk nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin. Kata <i>portable</i></p>

					merupakan nomina yang mengacu kepada laptop atau telepon genggam. Dalam iklan ini kata <i>portable</i> mengacu kepada laptop yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> yaitu <i>MacBook</i> . Kata <i>de</i> ‘dari’ merupakan preposisi. Kata <i>tout</i> ‘semua’ merupakan adjektiva. Kata <i>jours</i> merupakan nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin dalam bentuk jamak. Kalimat pada iklan tersebut menyatakan bahwa laptop yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> yaitu <i>MacBook</i> adalah sebuah produk yang mudah digunakan.
57.	17.01.	<i>Le tout en un ultime tout puissant.</i> [lə tu ã æ yltim tu pɔisã] ( <a href="http://www.anthonymasure.com">www.anthonymasure.com</a> ) ‘segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serbabisa’.	Paranomasia	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa paranomasia karena ada kesamaan bunyi pada kata <i>en</i> [ã] dan <i>puissant</i> [ã]. Tuturan pada data (85) bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>puissant</i> . Dalam <i>larousse.fr</i> , kata <i>puissant</i> berarti <i>qui a une grande force, intensité</i> ‘yang memiliki kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam yang dikeluarkan oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang sangat canggih.

58.	17.02.	<p><i>Le tout en un ultime tout puissant.</i>          [lə tu ɑ̃ ɛ yltim tu puɪsɑ̃]  <a href="http://www.anthonymasure.com">www.anthonymasure.com</a>          ‘segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serbabisa’.</p>	Asonansi	K	<p>Adanya pengulangan vokal [u], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tout</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [i], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ultime</i></li> <li>• <i>Puissant</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [ɑ̃], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>En</i></li> <li>• <i>Puissant</i></li> </ul> <p>Tuturan pada data tersebut bermakna konotatif karena adanya penggunaan kata <i>puissant</i>. Dalam <i>larousse.fr</i>, kata <i>puissant</i> berarti <i>qui a une grande force, intensité</i> ‘yang memiliki kekuatan sangat besar’. Dalam iklan ini kata tersebut tidak bermakna sebenarnya tetapi ingin menunjukkan bahwa produk telepon genggam yang dikeluarkan oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang sangat canggih.</p>
59.	17.03.	<p><i>Le tout en un ultime tout puissant.</i>          [lə tu ɑ̃ ɛ yltim tu puɪsɑ̃]  <a href="http://www.anthonymasure.com">www.anthonymasure.com</a>          ‘segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serbabisa’.</p>	Aliterasi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [l], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Le</i></li> <li>• <i>Ultime</i></li> </ul> <p>Tuturan tersebut bermakna yang sebenarnya karena kata <i>le</i> merupakan kata sandang yang digunakan untuk nomina yang memiliki <i>genre</i> maskulin. Kata <i>ultime</i> merupakan nomina yang bermakna alat.</p>

					Dalam iklan ini, alat yang dimaksud yaitu komputer yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> yaitu, <i>iMac</i> .
60.	17.04.	<i>Le tout en un ultime tout puissant.</i> ( <a href="http://www.anthonymasure.com">www.anthonymasure.com</a> ) 'segalanya tersedia dalam sebuah alat yang serbabisa'.	Repetisi	K	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa repetisi karena adanya pengulangan kata <i>tout</i> 'semua' sebanyak dua kali. Tuturan tersebut bermakna konotatif karena kata adanya penggunaan kata <i>ultime</i> . Kata <i>ultime</i> dalam Bahasa Inggris disebut <i>ultimate</i> dan bermakna fitur yang paling canggih atau yang terbaik. Dalam iklan ini tuturan tersebut menggambarkan bahwa produk komputer <i>iMac</i> yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> merupakan produk yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih dan semua yang dibutuhkan oleh pengguna telah tersedia dalam produk ini.
61.	18.01.	<i>L'ordinateur de bureau dans sa forme la plus avancée.</i> ( <a href="http://www.macg.co">www.macg.co</a> ) 'komputer kantor dalam bentuk yang lebih maju'	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada salah satu unsur kalimat yang dihilangkan yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena tuturan tersebut mengacu kepada makna yang sebenarnya yaitu untuk menjelaskan tentang sebuah produk komputer yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> dan lebih dikenal dengan istilah <i>iMac</i> .
62.	18.02.	<i>Nous avons tout affiné, tout repensé, et même tout reinventé, dedans comme</i>	Repetisi	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa karena ada pengulangan kata <i>tout</i> sebanyak

		<p><i>dehors.</i>  <a href="http://www.macg.co">www.macg.co</a>  ‘kami telah memurnikan semuanya kembali, memikirkannya, dan menemukan kembali, bagian dalam seperti bagian luarnya’.</p>			<p>tiga kali. Tuturan tersebut bermakna denotatif, karena kata yang bercetak tebal menerangkan makna yang sebenarnya dan tuturan tersebut memberikan kesan adanya penekanan bahwa produk komputer yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i>, yaitu <i>iMac</i> ini mengalami pembaruan baik fiturnya maupun perangkatnya.</p>
63.	18.03.	<p><i>Nous avons tout <b>affiné</b>, tout <b>repensé</b>, et même tout <b>reinventé</b>, dedans comme dehors.</i>  [nuzaŋ tut afine, tut rapãse, e mem tut rœvãte dødã kom deɔʁ]  <a href="http://www.macg.co">www.macg.co</a>  ‘kami telah memurnikan semuanya kembali, memikirkannya, dan menemukan kembali, bagian dalam seperti bagian luarnya’.</p>	Parisos	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa parisos karena ada pengulangan ritme berupa vokal [e] di akhir kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Affiné</i></li> <li>• <i>Repensé</i></li> <li>• <i>Reinventé</i></li> </ul> <p>Kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena mengandung makna yang sebenarnya yaitu memberi penjelasan tentang produk komputer terbaru yang diproduksi <i>Apple</i> atau yang disebut <i>iMac</i>. Kalimat tersebut menggambarkan bahwa perusahaan <i>Apple</i> telah memperbarui produk <i>iMac</i> secara keseluruhan baik <i>hardware</i> maupun <i>software</i>nya.</p>
64.	19.01.	<p><i>Voici le <b>nouvel iPhone</b>. Et le <b>nouvel iPhone</b>.</i>  (gtaequipeaa.wordpress.com)  ‘ini iPhone baru. Dan iPhone baru.’</p>	Epistrof	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa epistrof karena ada pengulangan frasa <i>le nouvel iPhone</i> di akhir kalimat pertama dan kalimat kedua. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena frasa <i>le nouvel iPhone</i> ‘iPhone baru’ mengacu pada</p>

					produk telepon genggam yang diproduksi oleh <i>Apple</i> , yaitu <i>iPhone</i> dan memberikan penekanan bahwa <i>iPhone</i> tersebut adalah produk keluaran terbaru.
65.	19.02.	<p><i>Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.</i></p> <p>[vwasi lə nuvɛl ajfɔ̃n. e lə nuvɛl ajfɔ̃n] (gtaequipeaa.wordpress.com) 'ini iPhone baru. Dan iPhone baru.</p>	Asonansi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa asonansi karena ada pengulangan vokal [a], pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voici</i></li> <li>• <i>iPhone</i></li> </ul> <p>tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata <i>voici</i> dan <i>iPhone</i> merujuk kepada makna yang sebenarnya. Kata <i>voici</i> merupakan preposisi dan digunakan untuk menunjuk benda yang letaknya dekat. Kata <i>iPhone</i> mengacu kepada produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i>.</p>
66.	19.03.	<p><i>Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.</i></p> <p>[vwasi lə nuvɛl ajfɔ̃n. e lə nuvɛl ajfɔ̃n] (gtaequipeaa.wordpress.com) 'ini iPhone baru. Dan iPhone baru.</p>	Aliterasi	D	<p>Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa aliterasi karena ada pengulangan konsonan [v], pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Voici</i></li> <li>• <i>Nouvel</i></li> </ul> <p>Pengulangan vokal [l], pada kata :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Le</i></li> <li>• <i>Nouvel</i></li> </ul> <p>Pengulangan konsonan [n], pada kata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Nouvel</i></li> <li>• <i>iPhone</i></li> </ul>

					kalimat dalam tuturan tersebut bermakna denotatif karena menggambarkan makna yang sebenarnya dan menunjukkan bahwa <i>Apple</i> mengeluarkan dua seri telepon genggam baru yaitu <i>iPhone 5s</i> dan <i>iPhone 5c</i> .
67.	19.04.	<b><i>Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.</i></b> (gtaequipeaa.wordpress.com) 'ini iPhone baru. Dan iPhone baru.	Elipsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa elipsis karena ada penghilangan unsur kalimat yaitu verba <i>être</i> yang berfungsi sebagai predikat. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena menggambarkan makna yang sebenarnya dan memberikan penekanan bahwa produk telepon genggam yang sedang diiklankan merupakan produk terbaru dari perusahaan <i>Apple</i> .
68.	19.05.	<b><i>Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.</i></b> (gtaequipeaa.wordpress.com) 'ini iPhone baru. Dan iPhone baru.	Metonimia	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa metonimia karena ada penyebutan merk secara langsung yang mengacu kepada salah satu produk yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i> , yaitu telepon genggam yang lebih dikenal dengan istilah <i>iPhone</i> . Tuturan tersebut bermakna denotatif karena menggambarkan makna yang sebenarnya dan menunjukkan bahwa <i>Apple</i> mengeluarkan dua seri telepon genggam baru yaitu <i>iPhone 5s</i> dan <i>iPhone 5c</i> .
69.	19.06.	<b><i>Voir le panier pour les informations de livraison.</i></b> (gtaequipeaa.wordpress.com)	Silepsis	D	Tuturan tersebut mengandung gaya bahasa silepsis karena ada kesalahan gramatikal dalam penulisan verba <i>voir</i> yang tidak

		<p>‘lihat keranjang untuk informasi pengiriman’.</p>		<p>dikonjugasikan. Seharusnya verba tersebut dikonjugasikan dalam bentuk imperatif untuk orang kedua tunggal atau jamak yaitu <i>voyez</i>. Tuturan tersebut bermakna denotatif karena kata yang bercetak tebal mengacu kepada hal yang sebenarnya yaitu verba tindakan yang berarti lihat. Dalam iklan ini, kata <i>voir</i> digunakan agar konsumen melihat informasi yang telah disediakan oleh produsen terkait detail pemesanan dan pengiriman produk telepon genggam yang diproduksi oleh perusahaan <i>Apple</i>, yaitu <i>iPhone 5s dan 5c</i>.</p>
--	--	--	--	---

**Tabel 1. Jenis dan Makna Gaya Bahasa pada Iklan Produk *Apple* Berbahasa Prancis di Situs Internet**

No.	Jenis Gaya Bahasa	Jumlah Data	Makna Denotatif	Makna Konotatif
1.	Asonansi	15	10	5
2.	Aliterasi	11	7	4
3.	Hiperbola	8	-	8
4.	Metonimia	8	6	2
5.	Elipsis	7	6	1
6.	Repetisi	3	1	2
7.	Paronomasia	2	-	2
8.	Periphrasis	2	-	2
9.	Epistrof	2	1	1
10.	Anafora	2	1	1
11.	Antitesis	2	-	2
12.	Parisos	2	2	-
13.	Sinekdoke totum pro parte	1	1	-
14.	Silepsis	1	1	-
15.	Polisindeton	1	1	-
16.	Apocope	1	1	-
17.	Personifikasi	1	-	1
<b>Jumlah</b>		<b>69</b>	<b>38</b>	<b>31</b>

**Nouveautés Apple**

PRODUITS INNOVANTS & TENDANCE.  
 DÉCOUVREZ VITE LES NOUVEAUTÉS DE LA MARQUE APPLE  
 DISPONIBLES DANS VOTRE MAGASIN AUCHAN ET SUR [auchan.fr](http://auchan.fr)




---

**Nouvel iPod Shuffle**  
 Taille minimale. Capacité maximale.



FONCTION VOICEOVER : votre lecteur vous parle !  
 CAPACITÉ DE 4 GO : jusqu'à 1000 titres !

**79 €**  
 • Eco part 0,10 € = 79,10 €

---

**Nouvel iMac**  
 Superbes graphismes. Performances améliorées.



CAPACITÉ MÉMOIRE : jusqu'à 4Go de mémoire vive  
 & 1 disque dur de 640Go !  
 ÉCRAN SOMPTUEUX : affichage panoramique ultra-brillant !

**1399 €**  
 • Eco part 0,75 € = 1399,75 €

Retrouvez tous nos produits Apple dans notre boutique [Cliquez ici !](#)

Data 1.01 – 1.10



**iOS 7.**  
 Conçu en parfaite harmonie  
 avec l'iPhone 5S.

L'iPhone 5s est le premier smartphone 64 bits au monde. À partir de ce postulat, iOS 7 a été pensé spécialement pour l'architecture 64 bits. Il est donc aussi avancé que l'iPhone sur lequel il s'exécute.

Data 2.01 – 2.05

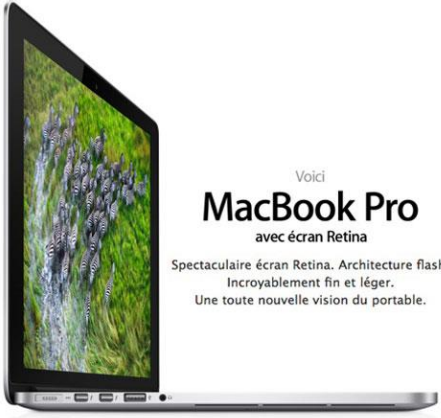


**iPhone 4 S**

Puce A5 bicœur,  
 appareil photo 8 mégapixels  
 et optiques dernier cri,  
 iOS 5, iCloud et  
 tout nouveau Siri.

Voici l'iPhone  
 le plus sidérant.

Data 3.01 – 3.05



Voici  
**MacBook Pro**  
 avec écran Retina

Spectaculaire écran Retina. Architecture flash.  
 Incroyablement fin et léger.  
 Une toute nouvelle vision du portable.

Data 4.01 – 4.03

### iPhone 5

Un produit technologique récent. Plus de choses à faire avec. Un plus gros chiffre que 4.

**Le tout nouveau iPhone, c'est juste une question d'habitude.**

- Deux antennes! Parce qu'on avait de la place en masse. La 2e est surtout décorative, par contre.
- Un piton de volume pis un autre qui fait bip quand on l'accroche.
- On pourrait ben essayer de cacher ça mais c'est pas vraiment dérangeant. En autant qu'on évite les chandails de laine.
- Pour vous orienter dans le nouvel iPhone, recevez l'aide de iRob, un robot animé qui vous demande aux 3 secondes s'il peut vous aider.
- Écrivez des courriels (eh oui!) avec Lotus Notes sans vous décourager et utilisez Pong pour vous divertir en attendant qu'ils soient envoyés.
- À la demande générale, IE6 remplace Safari.
- Trois pitons rouges!
- Une poignée pour le transporter n'importe où. Juste faire attention dans le miroir, on a un ressort ici qui progresse des petits chocs et qui a pu vraiment de scrobbliez au bout des doigts. Probablement une affaire de scatique.
- Le plus gros piton On/Off qu'on ait trouvé. En fait on voulait mettre deux pitons mais on manquait un peu de place pis le gars des magazzens avait pas fait son gros voyage.
- Le nouveau iPhone fonctionne à fil, pas à batteries! Parce qu'on peut pas savoir jusqu'où ça va si on a pas de fil. Plus d'inquiétude de manquer de batteries lorsque vous êtes pris dans le forêt du bois ou sur une petite route perdue donc, juste à trouver une prise de 220V (et une prise de téléphone) et vous voilà de retour à la civilisation!

www.mauvaissoil.com

Data 5.01 – 5.02



**Toute l'expérience iPad.**  
À part les centimètres, il ne manque rien.


Tout ce que vous adorez de l'iPad — le superbe écran, les performances rapides et fluides, l'appareil photo iSight, la caméra FaceTime, les milliers d'applications géniales et l'autonomie de 10 heures\* — vous allez l'admirer sur l'iPad mini. Et en plus, il tient dans la main.

[En savoir plus >](#)

Data 6.01 – 6.06

### iPad

Un appareil magique et révolutionnaire, à un prix incroyable. À partir de 549 \$.



Data 7.01

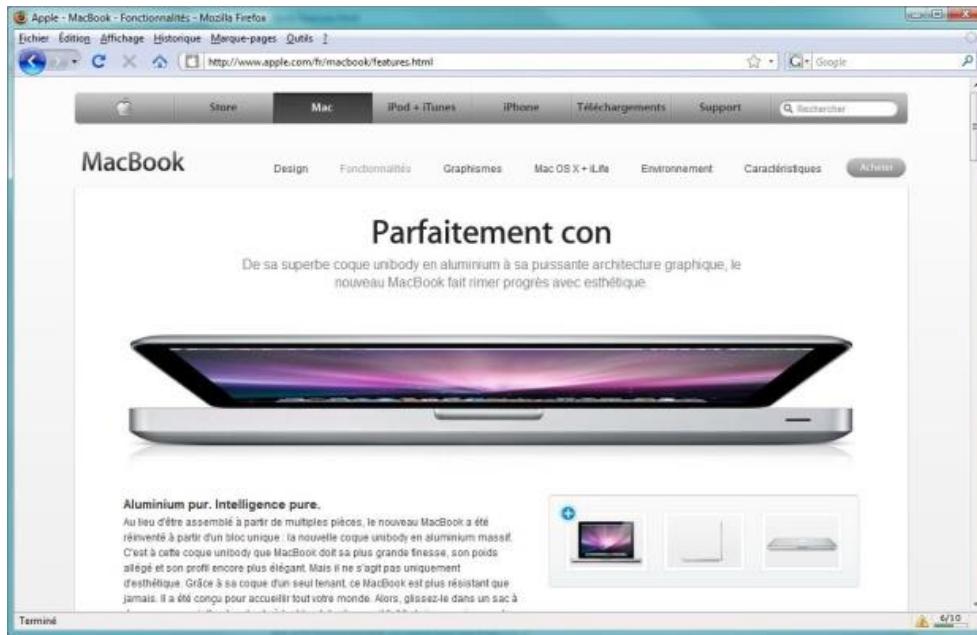
**Finesse. Légèreté. Puissance.**  
C'est énorme ce qu'on peut cacher derrière un nanomètre.

1,8 cm d'épaisseur pour 2,02 kg. Le tout nouveau MacBook Pro est pourtant doté des processeurs et graphismes les plus puissants.

[En savoir plus >](#)



Data 8.01



Data 9.01 – 9.02



## Le nouveau MacBook

Le plus fin, le plus léger et le plus sophistiqué des ordinateurs portables Mac. En or, argent et gris sidéral.  
À partir de 1 449 € TTC.

Data 10.01

**BLEU**  
**VERT**  
**ROSE**  
**ROUGE**  
**VIOLET**  
**ORANGE**

**iPod Shuffle,**  
 le plus petit lecteur de musique digitale au monde.

L'iPod shuffle 16Go vous permet de porter jusqu'à 240 chansons accrochées à votre manche, au revers de votre veste ou à la ceinture. iPod shuffle est disponible dans plusieurs capacités mémoire, pour seulement 79€. Cliquez-le et portez-le comme un signe extérieur de votre passion pour la musique.



Data 11.01



Data 12.01 – 12.03



Data 13.01 – 13.06



Data 14.01 – 14.05

MacBook Air

Design Fonctionnalités Performances OS X Lion Apps intégrées Caractéristiques techniques [Acheter](#)



## MacBook Air

Maintenant, il est encore plus rapide qu'il en a l'air.

Équipé des processeurs Intel et graphismes dernier cri et d'un stockage flash plus rapide, le portable ultime prend encore de l'avance.

11 pouces à partir de 1 049 €  
13 pouces à partir de 1 249 €

Data 15.01 – 15.03

Le portable de tous les jours. À son summum.

Sa puissance est un argument de poids... plume.



**Le tout-en-un ultime tout-puissant.**

Maintenant avec un processeur quadricœur pour charger jusqu'à trois fois plus rapidement, Thunderbolt et une caméra Face Time HD.

À partir de 1 149 €.



Data 16.01 – 16.02

Data 17.01 – 17.04



**Une toute nouvelle conception.**  
L'ordinateur de bureau dans sa forme la plus avancée.

Pour créer le design incroyablement fin du nouvel iMac, il a fallu accomplir des prouesses d'innovations technologiques tout aussi stupéfiantes. Nous avons tout affiné, tout repensé et même tout réinventé, dedans comme dehors. Il en résulte un ordinateur tout-en-un élégant, à l'avant-garde de l'art et de la technologie.

Data 18.01 – 18.03

Voici le nouvel iPhone. Et le nouvel iPhone.



iPhone 5S  
À partir de 709 €

iPhone 5C  
À partir de 609 €

Achetez dès maintenant et bénéficiez de la livraison gratuite. Voir le panier pour les informations de livraison. Vérifiez leur disponibilité dans votre Apple Store. Ou rendez-vous chez un Revendeur Agréé.

Data 19.01 – 19.06