

**ANALISIS WACANA IKLAN MOBIL *HYBRID*  
PADA MAJALAH *LE FIGARO* EDISI AGUSTUS-OKTOBER 2020  
PENDEKATAN MIKROSTRUKTURAL DAN MAKROSTRUKTURAL**

**SKRIPSI**

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



Diajukan Oleh:

**Bryan Repha Kusuma**

15204241033

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA PRANCIS  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 550843, 548207, Fax (0274) 548207  
Laman: fbs.uny.ac.id E-mail: [fbs@uny.ac.id](mailto:fbs@uny.ac.id)

## SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN

### UJIAN TUGAS AKHIR

FRM/FBS/

Juni 2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dra. Norberta Nastiti Utami, M.Hum

NIP : 195806081988032001

sebagai pembimbing.

Menerangkan bahwa Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Bryan Repha Kusuma

NIM : 15204241033

Judul TA : Analisis Wacana Iklan Mobil *Hybrid* Pada Majalah *Le Figaro*  
edisi Agustus-Oktober 2020

sudah layak diujikan di depan Dewan Penguji.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Pembimbing,

Dra. Norberta Nastiti Utami, M.Hum

NIP. 195806081988032001

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Wacana Iklan Mobil Hybrid Pada Majalah Le Figaro edisi Agustus-Oktober 2020* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 9 Juli 2021 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

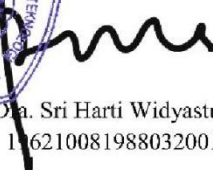
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dra. Norberta Nastiti Utami, M.Hum	Ketua Penguji		23 Agustus 2021
2. Dr. Yeni Artanti, M.Hum	Sekretaris Penguji		23 Agustus 2021
3. Dra. Siti Perdi Rahayu, M.Hum	Penguji Utama		22 Agustus 2021

Yogyakarta, 26 Agustus 2021

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta Dekan,



  
Dr. Dra. Sri Harti Widyastuti, M.Hum  
NIP. 196210081988032001

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bryan Repha Kusuma

NIM : 15204241033

Program Studi : Pendidikan Bahasa Prancis

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Judul Skripsi : **Analisis Wacana Iklan Mobil Hybrid Pada Majalah *Le Figaro* edisi Agustus-Oktober 2020**

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, 29 Juni 2021

Penulis,



Bryan Repha Kusuma  
NIM.15204241033

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“You only get one shot, do not miss your chance to blow!”*

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Keluarga saya tercinta, Bapak, Mamak, dan Adik saya.

Keluarga besar Sukarto, Mbah Sugirah, Pak lik Krisno, Bu lik Chrisna, dan  
Fathia.

Teman-teman yang saya sayangi.

Taylor Allison Swift, Marshall Bruce Mathers III, Elia Marija Lani Yelich-O’Connor, Michael Wayne Atha, dan Karen Marie Aagaard Ørsted Andersen.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Semesta Alam, Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan karya ilmiah tugas akhir skripsi ini dengan baik, untuk memenuhi sebagian tugas dan persyaratan dalam mencapai gelar sarjana pendidikan pada Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang sudah mendukung, sehingga penulisan tugas akhir skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih dengan tulus ikhlas kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes.,AIFO., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Dra. Sri Harti Widyastuti, M.Hum., Dekan Fakultas Bahasa dan Seni.
3. Dr. Roswita Lumban Tobing, M.Hum., Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis
4. Dra. Norberta Nastiti Utami, M.Hum, Dosen Pembimbing tugas akhir skripsi yang sudah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan masukan penting kepada saya dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Bahasa Prancis yang sudah memberikan banyak bekal ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya, yang mendukung saya setiap saat.
7. Teman-teman Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis angkatan 2014-2017, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang memberikan dorongan moril kepada saya.

8. Teman-teman Fakultas Bahasa dan Seni, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu hadir dan menghibur saya di masa-masa sulit.
9. Teman-teman semasa SMA, yang juga ikut memberi dukungan moril kepada saya.

Dengan bantuan dan dorongan dari pihak-pihak yang sudah saya sebutkan di atas, terbentuklah karya ilmiah ini yang dapat saya sembahkan. Saya menyadari, masih terdapat kekurangan di dalamnya, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan karya ilmiah ini. Sehingga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bryan', with a long horizontal stroke extending to the right.

Bryan Repha Kusuma

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
EXTRAIT.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II: KAJIAN TEORI .....	9
A. Wacana .....	9
B. Jenis-jenis Wacana .....	10
C. Analisis Wacana .....	12
D. Pendekatan Mikrostruktural .....	13
1. Kohesi .....	14
a. Pengacuan ( <i>Reference</i> ) .....	15
1) Pengacuan persona .....	16
2) Pengacuan demonstratif .....	17
3) Pengacuan komparatif.....	19



b.	Penyulihan ( <i>Substitution</i> ).....	20
1)	Substitusi normal .....	20
2)	Substitusi verbal .....	21
3)	Substisusi frasal.....	22
4)	Substisusi klausal .....	23
c.	Pelesapan ( <i>Ellipsys</i> ) .....	24
d.	Perangkaian ( <i>Conjonction</i> ) .....	26
1)	Konjungsi koordinatif .....	26
2)	Konjungsi subordinatif .....	27
e.	Pengulangan ( <i>Reiterasi</i> ) .....	28
1)	Repetisi .....	28
2)	Sinonim .....	29
3)	Antonim .....	30
4)	Hiponim .....	31
f.	Kolokasi .....	31
2.	Koherensi .....	33
a.	Hubungan Makna Penambahan ( <i>Le Rapport d'Addition</i> ) .....	34
b.	Hubungan Makna Sebab ( <i>Le Rapport de Cause</i> ) .....	35
c.	Hubungan Makna Akibat ( <i>Le Rapport de Conséquence</i> ) .....	35
d.	Hubungan Makna Tujuan ( <i>Le Rapport de But</i> ) .....	36
e.	Hubungan Makna Kewaktuan ( <i>Le Rapport de Temps</i> ) .....	37
f.	Hubungan Makna Eksplikatif ( <i>Le Rapport d'Explication</i> ) .....	37
E.	Pendekatan Makrostruktural .....	38
1.	Konteks .....	39
a.	Konteks situasi.....	39
1)	Judul .....	39
2)	Subjudul .....	39
3)	Teks .....	40
4)	Ilustrasi .....	40
5)	Warna .....	40
a)	Merah .....	40
b)	Oranye .....	41

c) Kuning .....	41
d) Biru .....	41
e) Hijau .....	41
f) Hitam .....	41
g) Putih .....	42
h) Coklat .....	42
i) Ungu .....	42
j) Logo .....	42
b. Prinsip Penafsiran .....	42
1) Prinsip Penafsiran Personal .....	42
2) Prinsip Penafsiran Lokasional .....	43
3) Prinsip Penafsiran Temporal .....	44
4) Prinsip Analogi .....	45
2. Inferensi .....	46
F. Iklan .....	48
BAB III: METODE PENELITIAN .....	50
A. Jenis Penelitian .....	50
B. Data dan Sumber Penelitian .....	50
C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	51
D. Metode dan Teknik Analisis Data .....	56
E. Keabsahan Data .....	61
BAB IV: ANALISIS KOHESI, KOHERENSI, DAN KONTEKS SITUASI .....	63
A. Hasil Penelitian .....	63
B. Pembahasan .....	64
1. Analisis Mikrostruktural .....	64
a. Kohesi Gramatikal Pengacuan .....	64
1) Pengacuan persona .....	64

2) Pengacuan komparatif .....	65
b. Kohesi Gramatikal Penyulihan .....	65
1) Substitusi verbal .....	65
c. Kohesi Gramatikal Pelesapan .....	66
d. Kohesi Gramatikal Perangkaian .....	67
1) Konjungsi koordinatif .....	67
e. Kohesi Gramatikal Pengulangan .....	68
1) Hiponim .....	68
f. Kohesi Gramatikal Kolokasi .....	68
g. Koherensi Hubungan Makna Penambahan .....	69
h. Koherensi Hubungan Makna Tujuan .....	70
i. Koherensi Hubungan Makna Kewaktuan .....	71
j. Koherensi Hubungan Makna Eksplikatif .....	71
2. Analisis Makrostruktural .....	72
a. Iklan Mobil <i>Hybrid Suzuki Partenaitre Officiel</i> .....	72
b. Iklan Mobil <i>Hybrid Audi</i> .....	76
c. Iklan Mobil <i>Hybrid Suzuki Vitara</i> .....	80
d. Iklan Mobil <i>Hybrid Volvo</i> .....	84
e. Iklan Mobil <i>Hybrid Jeep</i> .....	87
BAB V: PENUTUP .....	91
A. Kesimpulan .....	91
B. Implikasi .....	92
C. Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	94
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Contoh Tabel Klasifikasi Data Mikrostruktural Iklan Mobil <i>Suzuki Partenaire Officiel</i> .....	52
Tabel 2: Contoh Tabel Klasifikasi Data Makrostruktural Iklan Mobil <i>Suzuki Partenaire Officiel</i> .....	53
Tabel 3: Klasifikasi Data Analisis Mikrostruktural Iklan <i>Suzuki Partenaire Officiel</i> ...	107
Tabel 4: Klasifikasi Data Analisis Makrostruktural Iklan <i>Suzuki Partenaire Officiel</i> ..	109
Tabel 5: Klasifikasi Data Analisis Mikrostruktural Iklan <i>Audi</i> .....	112
Tabel 6: Klasifikasi Data Analisis Makrostruktural Iklan <i>Audi</i> .....	114
Tabel 7: Klasifikasi Data Analisis Mikrostruktural Iklan <i>Suzuki Vitara</i> .....	117
Tabel 8: Klasifikasi Data Analisis Makrostruktural Iklan <i>Suzuki Vitara</i> .....	119
Tabel 9: Klasifikasi Data Analisis Mikrostruktural Iklan <i>Volvo</i> .....	122
Tabel 10: Klasifikasi Data Analisis Makrostruktural Iklan <i>Volvo</i> .....	124
Tabel 11: Klasifikasi Data Analisis Mikrostruktural Iklan <i>Jeep</i> .....	126
Tabel 12: Klasifikasi Data Analisis Makrostruktural Iklan <i>Jeep</i> .....	128

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Iklan mobil <i>hybrid PEUGEOT</i> .....	4
Gambar 2: Iklan mobil <i>Nouvelle Golf</i> .....	47
Gambar 3: Iklan mobil <i>hybrid Suzuki Partenaire Officiel</i> .....	131
Gambar 4: Iklan mobil <i>hybrid Audi</i> .....	132
Gambar 5: Iklan mobil <i>hybrid Suzuki Vitara</i> .....	133
Gambar 6: Iklan mobil <i>hybrid Volvo</i> .....	134
Gambar 7: Iklan mobil <i>hybrid Jeep</i> .....	135

**ANALISIS WACANA IKLAN MOBIL *HYBRID*  
PADA MAJALAH *LE FIGARO* EDISI AGUSTUS-OKTOBER 2020  
PENDEKATAN MIKROSTRUKTURAL DAN MAKROSTRUKTURAL**

Oleh

**Bryan Repha Kusuma**  
NIM.15204241033

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk penanda kohesi dan koherensi serta konteks situasi dalam wacana iklan mobil *hybrid* pada majalah *Le Figaro* edisi bulan Agustus sampai dengan Oktober 2020.

Subjek pada penelitian ini adalah seluruh kata, frasa, klausa maupun kalimat yang terdapat pada wacana iklan mobil *hybrid*. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah unsur-unsur mikrostruktural, yaitu kohesi dan koherensi, serta unsur-unsur makrostruktural, yaitu konteks situasi yang terdapat dalam iklan mobil *hybrid*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata, frasa, dan kalimat yang mengandung unsur kohesi dan koherensi beserta judul, subjudul, teks, logo, ilustrasi, dan warna yang merupakan konteks situasi dalam iklan mobil *hybrid* pada majalah *Le Figaro* edisi Agustus-Oktober 2020. Data tersebut diperoleh dengan menggunakan teknik Simak Bebas Libat Cakap. Metode agih digunakan untuk menganalisis bentuk penanda kohesi dan koherensi. Untuk menganalisis unsur-unsur makrostruktural yaitu konteks situasi wacana iklan, digunakan metode padan dengan teknik hubung banding. Keabsahan data penelitian ini didasarkan pertimbangan ahli.

Dari hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa iklan-iklan mobil *hybrid* pada majalah *Le Figaro* merupakan wacana yang mengandung unsur-unsur kohesi, berupa: 1) kohesi pengacuan, 2) kohesi penyulihan, 3) kohesi pelepasan, 4) kohesi perangkaian, 5) kohesi pengulangan, dan 6) kohesi kolokasi. Dari hasil penelitian juga didapatkan unsur koherensi: 1) hubungan makna penambahan, 2) hubungan makna tujuan, 3) hubungan makna kewaktuan, dan 4) hubungan makna eksplikatif. Berdasarkan analisis secara makrostruktural, iklan mobil *hybrid* ini menargetkan konsumen menengah ke atas yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terkait penggunaan kendaraan ramah lingkungan dan emisi gas buang yang rendah.

**Kata kunci:** analisis wacana, wacana iklan, mobil *hybrid*

**L'ANALYSE DU DISCOURS PUBLICITAIRE DE LA VOITURE  
HYBRIDE DANS LE MAGAZINE *LE FIGARO* ÉDITION AOÛT À  
OCTOBRE 2020  
(L'APPROCHE MICROSTRUCTURALE ET MACROSTRUCTURALE)**

Par  
**Bryan Repha Kusuma**  
NIM.15204241033

**EXTRAIT**

Cette recherche a pour but de décrire les formes de cohésion, de cohérence, et le contexte situationnel du texte du discours publicitaire de voiture hybride dans le magazine *Le Figaro* édition août à octobre 2020.

Le sujet de la recherche est tous les mots, les groupes de mots, et les phrases dans le discours publicitaire de voiture hybride. Tandis que l'objet de la recherche est les éléments microstructuraux en forme de cohésion et de cohérence, et les éléments macrostructuraux en forme du contexte situationnel. Les données d'analyse sont les mots, les groupes de mots, et les phrases qui ont les marques de cohésion et de cohérence, avec le contexte situationnel dans le discours publicitaire de voiture hybride dans le magazine *Le Figaro* édition Août à Octobre 2020. Les données d'analyse sont obtenues en utilisant la technique de lecture attentive. Pour analyser les données, le chercheur utilise la méthode de distribution pour décrire les formes de cohésion et cohérence. Pour décrire les éléments macrostructuraux concernant le contexte de la situation du discours publicitaire, le chercheur utilise la méthode d'équivalence.

Le résultat de la recherche indiquent que les discours publicitaires de voiture hybride dans le magazine *Le Figaro* se composent des éléments de cohésion consistant, i.e: 1) la référence, 2) la substitution, 3) l'ellipse, 4) la conjonction, 5) la répétition, et 6) la collocation. Les éléments de cohérence consistant, i.e: 1) le rapport d'addition, 2) le rapport de but, 3) le rapport de temps, 4) le rapport d'explication. Par le résultat d'analyse microstructuraux, il existe que le discours publicitaire de voiture hybride vise aux utilisateurs du niveau moyens au supérieurs ayant un niveau de conscience élevé à l'utilisation de véhicules respectueux de l'environnement.

**Mots-clé:** *l'analyse du discours, discours publicitaire, voiture hybride*