

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada wacana iklan mobil *hybrid* pada majalah *Le Figaro* edisi bulan Agustus sampai Oktober 2020 yang meliputi wacana iklan merk *Suzuki*, *Audi*, *VOLVO*, dan *Jeep* dengan menggunakan analisis mikrostruktural dan makrostruktural, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa wacana iklan mobil *hybrid* tersebut merupakan wacana iklan yang padu karena didukung penggunaan penanda kohesi dan koherensi di dalamnya. Di dalam wacana iklan tersebut juga terdapat konteks situasi yang mendukung kepaduan wacana. Konteks situasi tersebut meliputi aspek tulis berupa judul, subjudul, teks iklan, ilustrasi, warna, dan logo yang memudahkan pembaca dalam memahami pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan.

Dalam analisis wacana iklan secara mikrostruktural dapat disimpulkan bahwa terdapat penanda kohesi yang ditemukan dalam wacana tersebut, antara lain penggunaan kohesi pengacuan (referensi) sebanyak 6 data, penyulihan (substitusi) berupa substitusi verbal sebanyak 2 data, pelesapan (ellipsis) sebanyak 1 data, perangkaian (konjungsi) berupa konjungsi koordinatif sebanyak 1 data, kohesi leksikal pengulangan (reiterasi) sebanyak 1 data, dan kolokasi sebanyak 1 data. Dari data yang diperoleh, banyak ditemukan penggunaan kohesi pengacuan atau referensi. Hal ini menandakan bahwa wacana iklan menggunakan bahasa yang jelas, lugas, dan mudah dipahami oleh calon konsumen.

Selain itu, piranti koherensi yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi hubungan makna penambahan sebanyak 2 data, hubungan makna tujuan sebanyak

1 data, hubungan makna kewaktuan sebanyak 2 data, dan hubungan makna eksplikatif sebanyak 1 data. Dari data yang diperoleh, banyak ditemukan penggunaan hubungan makna penambahan dan makna kewaktuan yang menandakan wacana iklan mobil *hybrid* berisi kalimat yang informatif, faktual, berisi unsur hiburan dan jelas penyampaiannya.

Berdasarkan hasil analisis makrostruktural yang meliputi aspek tulis berupa judul, subjudul, teks, ilustrasi, warna, dan logo iklan didapati penggunaan mesin *hybrid* pada kelima iklan mobil tersebut. Kelima iklan tersebut memberikan informasi terkait mobil *hybrid* yang saat ini produsen pasarkan karena mobil *hybrid* merupakan mobil masa depan yang ramah lingkungan dan juga hemat bahan bakar. Konsumen mobil *hybrid* berada pada kalangan menengah ke atas, yang dinilai sudah cukup mampu untuk mengerti penghematan energi, hal ini ditandai dari ilustrasi-ilustrasi yang diberikan dalam wacana iklan yang menampilkan sosok berpakaian elegan dan desain-desain mobil maupun bangunan sebagai latar yang futuristik namun sederhana. Logo-logo merk produsen juga beragam dengan berbagai bentuk yang mencirikan produsen kendaraan bermotor.

B. Implikasi

Hasil penelitian dan analisis ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pembelajaran bahasa Prancis sebagai materi tambahan bahan ajar keterampilan menulis maupun membaca. Hasil penelitian yang menggunakan analisis mikrostruktural menunjukkan adanya berbagai penanda kohesi leksikal dan gramatikal yang dapat digunakan siswa dalam memahami bermacam-macam konjungsi, pronomina, ataupun adjektiva yang digunakan untuk membentuk kalimat dalam bahasa Prancis.

C. Saran

Kajian wacana iklan hanyalah bagian kecil dari sekian banyak jenis kajian wacana yang ada. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan untuk melakukan pembahasan yang mendalam tentang analisis konteks sosial dan budaya dalam wacana iklan. Penelitian ini hanya difokuskan pada analisis mikrostruktural berupa kohesi dan koherensi serta analisis makrostruktural berupa konteks situasi. Untuk calon peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai fungsi kohesi dan koherensi maupun konteks sosial dan budaya guna menyempurnakan penelitian yang sejenis dan memperkaya sumber acuan yang digunakan dalam bidang analisis wacana iklan.