

**ANALISIS WACANA IKLAN KESEHATAN PADA MAJALAH
FEMME ACTUELLE DENGAN PENDEKATAN MIKRO DAN
MAKROSTRUKTURAL**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan guna Memperolah Gelar
Sarjana Pendidikan



Oleh:

Luluk Krisnawati

NIM 06204241001

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA PERANCIS
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Iklan Kesehatan pada Majalah *Femme Actuelle* dengan Pendekatan Mikro dan Makrostruktural” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 19 April 2012

Pembimbing I,





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

Pembimbing II,

Dra. Siti Perdi Rahayu, M.Hum
NIP. 19630924 199001 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Iklan Kesehatan pada Majalah *Femme Actuelle* dengan Pendekatan Mikro dan Makrostruktural” ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada 4 Mei 2012 dan dinyatakan lulus.

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Dra. Alice Armini, M.Hum	Ketua Penguji		14 Mei 2012
Dra. Siti Perdi Rahayu, M.Hum	Sekretaris Penguji		11 Mei 2012
Dra. Noberta Nastiti Utami, M.Hum	Penguji I		11 Mei 2012
Drs. Rohali, M.Hum	Penguji II		11 Mei 2012

Yogyakarta, 14 Mei 2012

Fakultas Bahasa dan Seni

Dekan,



Prof. Dr. Zamzani

NIP.19550505 198011 1 001

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya

Nama : Luluk Krisnawati
NIM : 06204241001
Jurusan : 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, 19 April 2012

Penulis,



Luluk Krisnawati

MOTTO

Bergeraklah ! Kau Masih Hidup !

(Luluk Krisnawati)

PERSEMBAHAN

*Bila ada sesuatu yang dapat aku kerjakan,
maka semua itu untukmu Mama,
Mentariku...*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terimakasih secara tulus kepada:

1. Rektor UNY, Dekan FBS dan Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis yang telah memberi kesempatan dan berbagai kemudahan.
2. Bapak Drs. Rohali, H.Hum dan Ibu Dra. Siti Perdi Rahayu, M.Hum selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran memberikan arahan, dorongan, dan bimbingan disela-sela kesibukannya.
3. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis yang telah banyak memberi bekal ilmu pengetahuan.
4. *Mademoiselle* Marion yang telah memberi bantuan dan bimbingan sebagai *native* dan *experts judgement*.
5. *Mama* yang selalu penuh cinta dan kepercayaan, "*Have I Told You that I Love You?- Papa* yang selalu merindukanku, "*I'll be back^^*".
6. Teman-teman H-40 atas semua bantuan dan doanya.
7. Rekan-rekan Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis, khususnya angkatan '06 yang telah berpetualang dan menemukan kebahagiaan bersama.

Yogyakarta, 19 April 2012

Penulis,



Luluk Krisnawati

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Abstrak.....	xiii
Extrait.....	ix
Bab I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Batasan Istilah.....	9
Bab II Kajian Teori.....	12
A. Wacana.....	12
1. Teks dan Wacana.....	16
2. Jenis-jenis Wacana.....	17
B. Analisis Wacana.....	20
C. Pendekatan Mikrostruktural.....	23
1. Kohesi.....	23

a.	Kohesi Gramatikal (<i>La cohésion grammaticale</i>).....	25
1)	Referensi (<i>La référence</i>).....	25
2)	Substitusi (<i>La substitution</i>).....	32
3)	Pelesapan (<i>L'ellipse</i>).....	35
4)	Konjungsi atau Perangkaian (<i>La conjonction</i>).....	39
b.	Kohesi Leksikal (<i>La cohésion lexicale</i>).....	42
1)	Reiterasi (<i>La réitération</i>).....	42
a)	Pengulangan atau Repetisi (<i>La répétition</i>).....	42
b)	Sinonimi (<i>Le synonyme</i>).....	43
c)	Antonimi (<i>L'antonymie</i>).....	44
d)	Hiponimi (<i>L'hyponymie</i>).....	45
2)	Kolokasi.....	46
2.	Koherensi.....	47
a.	Hubungan Makna Penambahan.....	50
b.	Hubungan Makna Pertentangan.....	51
c.	Hubungan Makna Sebab.....	52
d.	Hubungan Makna Akibat.....	53
e.	Hubungan Makna Kewaktuan.....	54
f.	Hubungan Makna Persyaratan dan Pengandaian.....	55
D.	Pendekatan Makrostruktural.....	56
1.	Konteks.....	57
a.	Konteks Situasi.....	58
b.	Komponen Tutur.....	59
c.	Prinsip Penafsiran dan Analogi.....	63
2.	Inferensi.....	65
E.	Iklan.....	66
Bab III	Metode Penelitian.....	75
A.	Jenis Penelitian.....	75
B.	Data dan Sumber Data.....	75
C.	Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	76

D. Teknik Analisis Data.....	81
E. Keabsahan Data	86
Bab IV Analisis Mikro dan Makro Struktural Iklan Kesehatan.....	89
A. Analisis Mikrostruktural.....	89
1. Piranti Kohesi.....	89
2. Piranti Koherensi.....	102
B. Analisis Makrostruktural.....	112
1. Iklan <i>Arnigel</i>	112
2. Iklan <i>Maalox Maux d'estomac</i>	125
3. Iklan <i>MycoApaisyl</i>	136
4. Iklan <i>MAGNÉVieB6</i>	143
Bab V Penutup.....	151
A. Simpulan.....	151
B. Implikasi.....	152
C. Saran.....	152
Daftar Pustaka.....	158
Lampiran.....	163

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Iklan <i>Dermophil</i>	68
Gambar 2. Logo <i>Dermophil</i>	71
Gambar 3. Iklan <i>Maalox Maux d'estomac</i>	84
Gambar 4. Iklan <i>Arnigel</i>	112
Gambar 4a. Tulisan <i>Bosses?</i> 'Benjol' yang merupakan bagian dari judul teks	114
Gambar 4b. Ilustrasi berupa gambar wanita sedang memaku disertai dengan tulisan <i>Coups?</i> 'Bonyok'	116
Gambar 4c. Ilustrasi berupa gambar remaja sedang bermain <i>skateboard</i> disertai tulisan <i>Bleus?</i> 'Lebam'	116
Gambar 4d. Ilustrasi berupa gambar anak sedang bermain mobil- mobilan disertai tulisan <i>Bosses?</i> 'Bonjol'	116
Gambar 4e. Penunjukan foto produk	120
Gambar 4f. Logo Perusahaan <i>Laboratoire Boiron</i>	123
Gambar 5. Iklan <i>Maalox Maux d'estomac</i>	125
Gambar 5a. Ilustrasi berupa gambar satu set <i>table setting</i>	128
Gambar 5b. Penunjukan foto produk	128
Gambar 5b.1. <i>Maalox Maux d'estomac</i> biasa (mengandung gula)	130
Gambar 5b.2. <i>Maalox Maux d'estomac</i> tanpa gula (<i>sans sucre</i>) .	130
Gambar 5c. Logo Perusahaan <i>Sanofi-Aventis</i>	134
Gambar 6. Iklan <i>MycoApaisyl</i>	136
Gambar 6a. Ilustrasi berupa sepasang kaki remaja putri menapak di atas rumput	139
Gambar 6b. Penunjukan foto produk	139
Gambar 7. Iklan <i>MagnéVieB6</i>	144

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Contoh Tabel Klasifikasi Data Wacana Iklan <i>Arnigel</i>	77
Tabel 2. Piranti Kohesi dalam Wacana Iklan Kesehatan (<i>Arnigel, Maalox Maux d'estomac, MycoApaisyl, dan MagnéVieB6</i>)	89
Tabel 3. Piranti Koherensi dalam Wacana Iklan Kesehatan (<i>Arnigel, Maalox Maux d'estomac, MycoApaisyl, dan MagnéVieB6</i>)	90

Analisis Wacana Iklan Kesehatan pada Majalah *Femme Actuelle* dengan Pendekatan Mikro dan Makrostruktural

Oleh Luluk Krisnawati
NIM 06204241001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan piranti kohesi wacana iklan kesehatan pada majalah *Femme Actuelle*, (2) mendeskripsikan piranti koherensi wacana iklan kesehatan pada majalah *Femme Actuelle*, dan (3) mendeskripsikan konteks situasi wacana iklan kesehatan pada majalah *Femme Actuelle*.

Data penelitian ini diperoleh dari majalah *Femme Actuelle* yang terbit pada bulan April 2010 yang meliputi edisi N^o1332, edisi N^o1333, dan edisi N^o1334. Data diperoleh dengan teknik simak bebas libat cakap. Data dianalisis dengan metode agih untuk mendeskripsikan piranti kohesi dan koherensi, dan metode padan referensial untuk mendeskripsikan konteks situasi. Keabsahan data diperoleh melalui validitas isi dan pertimbangan ahli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana iklan kesehatan pada majalah *Femme Actuelle* adalah wacana yang baik karena mengandung kepaduan makna dan kerapian bentuk. Berdasarkan analisis mikrostruktural diketahui bahwa wacana iklan mengandung kohesi dan koherensi yang bervariasi, yaitu referensi, substitusi, elipsis, konjungsi, repetisi, hiponimi, kolokasi, hubungan makna penambahan, hubungan makna sebab, dan hubungan makna persyaratan dan pengandaian. Berdasarkan analisis makrostruktural diketahui bahwa wacana iklan kesehatan selalu menampilkan foto produk yang dapat menggambarkan produk secara umum. Warna yang dominan adalah biru, hijau, kuning, dan putih. Wacana iklan juga selalu menggunakan ilustrasi yang dapat menjelaskan pesan produk. Judul pada wacana iklan kesehatan mengandung berbagai proposisi yang berbeda, yaitu proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu pada calon konsumen, proposisi berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih, dan proposisi yang menekankan keuntungan calon konsumen. Semua teks iklan kesehatan memberikan informasi yang lebih khusus dan terperinci dari judul tentang produk.

L'Analyse du Discours Publicitaire de la Santé dans le Magazine Femme Actuelle par L'Approche Micro et Macrostructurale

Par Luluk Krisnawati
NIM 06204241001

EXTRAIT

L'objectif de cette recherche est (1) de décrire la cohésion (2) et la cohérence du texte des discours publicitaires de santé dans le magazine *Femme Actuelle*, et enfin (3) de décrire le contexte situationnel du discours publicitaire de santé dans ce magazine.

Les données de cette recherche sont collectées du magazine *Femme Actuelle* publié en Avril 2010 contenant l'édition N°1332, N°1333, et N°1334. Elles sont obtenues en utilisant la technique de lecture attentive. On emploie la méthode distributionnelle pour décrire la cohésion et la cohérence du texte, et la méthode d'identification par la référence pour décrire le contexte situationnel. La validité des données est obtenue par la validité de contenance. La fidélité des données est obtenue par la validité de contenance et le jugement d'experts.

Les résultats de la recherche indiquent que les discours publicitaires de santé sont de bons discours, soutiennent de l'unité de sens et de la propreté de la forme. Les discours publicitaires, par l'analyse microstructurale, ont une cohésion et une cohérence variées. Ce sont la référence, la substitution, l'ellipse, la conjonction, la répétition, l'hyponymie, la collocation, le rapport d'addition, le rapport de cause, le rapport de temps, et le rapport de condition ou de supposition. Les discours publicitaires, par l'analyse macrostructurale, ont des façons variées pour transmettre leur message aux destinataires. Pour ce faire, ils présentent tout d'abord toujours l'image du produit où sont représentés leurs produits en général. Les couleurs dominantes sont le bleu, le vert, le jaune, et le blanc. Puis, ils utilisent l'illustration qui peut expliquer le message du produit. En plus, le titre dans ces publicités a quelques propositions: celles qui provoquent la curiosité de futurs consommateurs, celles qui sont sous forme de questions pour attirer l'attention des consommateurs, celles qui pressent l'avantage que le consommateur va gagner. Tous les textes publicitaires donnent une information plus spécifique que le titre et plus détaillée sur les produits.