

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mikrostruktural dan makrostruktural wacana iklan produk pakaian kerja dalam majalah *Femme Actuelle* pada bab IV dan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa

1. jenis penanda kohesi yang ditemukan meliputi jenis kohesi gramatikal yang meliputi pengacuan (*la référence*), penyulihan (*la substitution*), pelepasan (*l'ellipse*), serta perangkaian (*le conjonction*), dan jenis kohesi leksikal yang meliputi pengulangan (*la répétition*), padan kata (*le synonyme*), kolokasi (*la collocation*), serta hubungan atas-bawah (*l'hyponyme*).
2. jenis penanda hubungan semantis atau koherensi yang ditemukan meliputi hubungan makna tujuan (*le but*) dan hubungan makna aditif (*l'addition*).
3. melalui analisis konteks situasi diketahui bahwa judul iklan disesuaikan dengan model pakaian kerja yang diiklankan, sedangkan teks iklan berisi tentang deskripsi pakaian kerja, bahan yang digunakan, merek dagang, serta harga produk. Melalui ilustrasi iklan diketahui bahwa seluruh produk pakaian kerja dalam majalah *Femme Actuelle* merupakan pakaian dengan model jas, serta latar iklan di dalam sebuah kantor dan di atas catwalk. Sedangkan, melalui analisis konteks sosial budaya diketahui bahwa perkembangan model pakaian kerja untuk wanita ini dikarenakan adanya kesetaraan jender dan semakin banyaknya wanita yang bekerja. Rancangan Yves Saint Laurent ini mendukung perubahan peran perempuan dalam masyarakat, yang dahulu sebelum adanya revolusi Prancis

hanya bekerja di sektor domestik, seperti ibu rumah tangga dan buruh pabrik yang kurang diperhatikan upah dan jam kerjanya. Namun kini banyak wanita yang bekerja di sektor publik, seperti pegawai pemerintahan dan wanita karier yang bekerja di perkantoran.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa jenis penanda kohesi yang lebih banyak digunakan adalah kohesi gramatikal. Hal ini dikarenakan kohesi gramatikal dituntut keberadaannya dalam memenuhi persyaratan-persyaratan gramatikal daripada kohesi leksikal. Jenis penanda kohesi yang paling banyak digunakan yaitu konjungsi (8 data dari 21 data) dan penanda kohesi yang paling sedikit digunakan adalah substitusi, sinonim, repetisi, hiponim, dan kolokasi dengan masing-masing 1 data.

Koherensi yang paling dominan pada wacana iklan produk pakaian kerja dalam majalah *Femme Actuelle* adalah koherensi aditif yaitu 8 kalimat. Pemarkah koherensi aditif yang paling banyak digunakan yaitu konjungsi *et*.

B. Saran

Penelitian dengan objek wacana iklan ini hanya terbatas pada struktur mikro yaitu kohesi dan koherensi, serta struktur makro yaitu konteks situasi dan konteks sosial budaya saja. Bagi calon peneliti selanjutnya, agar lebih mendalam dan menyempurnakan penelitian mengenai analisis wacana, khususnya dalam kajian pragmatik, atau kajian sosiopragmatik.

C. Implikasi

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, maka hasil yang ditemukan memiliki implikasi berupa informasi bahwa jenis penanda kohesi dan koherensi dalam majalah yang cukup bervariasi, dapat memberi tambahan pengetahuan pada mahasiswa tentang penanda hubung. Konteks situasi dalam iklan yang berupa judul, teks iklan, warna, dan ilustrasi digunakan oleh perusahaan atau pembuat iklan untuk kepentingan komunikasi dan komersil. Sedangkan, konteks sosial-budaya iklan mendukung adanya kesetaraan jender antara pria dan wanita.

Dalam proses pembelajaran, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu dalam mata pelajaran atau mata kuliah *Expression Écrite*. Pengajar dapat menggunakan kalimat-kalimat yang mengandung kohesi dan koherensi dalam wacana iklan tersebut untuk dijadikan contoh dalam membuat kalimat yang baik. Selain itu, analisis makrostruktural berhubungan dengan makna iklan sehingga hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengajaran semantik dan hasil analisis sosial budaya dapat pula dimanfaatkan dalam mata pelajaran atau mata kuliah *Civilisation Française*, sehingga siswa SMA atau mahasiswa dapat lebih mengenal kondisi sosial-budaya masyarakat Prancis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, L. 2011. *Skripsi Ujaran Interpersonal dalam Wacana Kelas*. dalam repository.usu.ac.id.
- Arifin, Bustanul dan Abdul Rani. 2000. *Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat.
- Atienza, Vina M.W. 2006. *Skripsi Analisis Semiotik Iklan Mobil Segment Citadine di Majalah Géo Edisi Juli-Desember 2005*. FPBS UNY.
- Agustrijanto. 2006. *Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- BECHERELLE-3. 1990. *La Grammaire pour Tous*. Paris: HATIER.
- Dyer, Gillian. 1982. *Advertising as Communication*. London: Routledge.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gardes-Tamine, Joëlle. 1998. *La Grammaire 2 Syntaxe*. Paris: Armand Colin.
- Halliday, M.A.K dan Hassan, R. 1976. *Cohesion in English*. London: Longman.
- _____. 1994. *Bahasa, Konteks, dan Teks. Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hymes. Dell. 1972. *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Kartomihardjo, Soeseno. 1993. "Analisis Wacana dengan Penerapannya pada Beberapa Wacana", dalam Bambang Kaswanti Purwo (Editor). PELLBA 6. Yogyakarta: Kanisius.
- Kasali, Renald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU Ekonomi UI.
- Kridalaksana, Harimurti. 1983. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Kusumarini, Santi. 2006. *Skripsi Kohesi dan Koherensi dalam Cerpen Boule de Suif Karya Guy de Maupassant*. FPBS UNY.
- Larousse. 2009. *Dictionnaire Maxipoche 2010*. Paris: Larousse.

- Mangieneau, Dominique. 1994. *Syntax du Français : Les Fundamentaux*. Paris : Hachette.
- Mastoyo, Tri Jati Kesuma. 2007. *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvatibooks.
- Majalah *Femme Actuelle* No 1234. Paris yang terbit bulan Mei 2008.
- _____ No. 1326. Paris yang terbit bulan Februari 2010.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monnerie, Annie. 1987. *Le Français au Présent*. Paris: Didier/ Hatier.
- Mulyana. 2005. *Kajian wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nababan, P.W.J. 1991. *Sosiolinguistik; Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Poespo, Goet. 2000. *Aneka Krah (Collars)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Riyanto, Arifah. A. 2003. *Modul Dasar Busana*. FPTK UPI.
- Robert, Paul. 1976. *Petit Robert*. Paris: SNL.
- Saragih, A. 2005. *Bahasa dalam Konteks Sosial*. Medan: FBS Unimed. dalam repository.usu.ac.id
- Schmitt, M.P dan Viala, A. 1982. *Savoir-Lire Précis de la Lecture Critique*. Paris: Didier.
- Shimp, Terence. 2003. *Komunikasi Periklanan*. Bandung: Erlangga.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Soekarno. 2004. *Panduan Membuat Desain Ilustrasi Busana (Teknik Dasar, Terampil, dan Mahir)* dalam <http://books.google.co.id>.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Sudaryat. 2009. *Makna dalam Wacana*. Bandung: CV. Yrama Widya.

Sumarlam, 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Solo: Pustaka Cakra Surakarta.

Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Zuchdi, D, Msi. 1993. *Panduan Penelitian Analisis Konten*. Yogyakarta: FPBS IKIP.

digilib.unnes.ac.id/gsd/collect/skripsi/index/assoc/HASH011e/.../doc.pdf

<http://ejournal.unud.ac.id/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Anaphora>

<http://books.google.co.id>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pakaian>

<http://kosmo.vivanews.com/news>

<http://vivanews.com/>

www.digilib.stisitelkom.ac.id/i