

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Wacana

Istilah wacana yang saat ini dipakai merupakan terjemahan dari kata bahasa Inggris *discourse*. Secara etimologi, kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discursus*. Diturunkan dari “*dis*” berarti “*dari; dalam arah yang berbeda*”, dan “*currere*” yang berarti “*lari*”. Sedangkan kata *le discours* dalam bahasa Prancis menurut *Dictionnaire de Linguistique* (2002 : 150) diartikan “*une unité égale ou supérieure à la phrase; il est constitué par une suite formant un message ayant un commencement et une cloture*”. Wacana ialah unit yang sama dengan atau lebih besar dari kalimat; wacana terdiri dari urutan yang membentuk pesan, yang memiliki pembuka dan penutup. Sedangkan menurut pendapat Sumarlam (2003 : 15), wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog, maupun secara tertulis seperti cerpen, buku, novel, surat, atau dokumen tertulis, yang dilihat dari segi bentuknya bersifat kohesif, saling terkait dan dari segi maknanya bersifat koheren dan padu.

Dalam kamus besar bahasa Prancis Larousse (2004 : 419), *le discours est suite des mots et de phrases utilisée à l'écrit ou à l'oral, par opposition à la langue en tant que système*. Wacana merupakan serangkaian kata dan kalimat yang menggunakan bahasa tulis ataupun ujaran dalam bahasa sebagai sistem. Selaras dengan pengertian tersebut, Carlson (dalam Tarigan, 2009 : 22) menyatakan bahwa wacana merupakan serangkaian ujaran yang berkesinambungan.

Berdasarkan pendapat ahli di atas terhadap wacana, maka dapat disimpulkan bahwa wacana merupakan salah satu bentuk komunikasi interaktif antara penutur dan mitra-tutur yang berbentuk lisan maupun tulisan. Di dalam wacana terdapat pesan yang disampaikan oleh pembuat wacana terhadap siapapun yang membaca, melihat, atau mendengarkan wacana tersebut. Wacana memiliki makna dan konteks, sehingga di dalamnya, terdapat unsur kohesi dan koherensi yang dapat dimaknai secara jelas.

B. Jenis-jenis Wacana

Wacana yang saat ini beredar di masyarakat dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, berdasarkan dari media yang dipakai, berdasarkan jenis penyampaiannya, bentuknya, maupun cara dan tujuan dibentuknya wacana. Berdasarkan media yang digunakan, wacana dibagi menjadi dua, yaitu wacana tulis (*written discourse*) dan wacana lisan (*spoken discourse*). Wacana tulis memiliki isi yang lebih padat, menggunakan kalimat yang utuh dan unsur kebahasaan yang lengkap, contoh jenis wacana ini antara lain, buku, novel, ensiklopedia. Wacana lisan memiliki isi yang sudah diketahui oleh kedua pihak, disampaikan melalui tuturan. Wacana jenis ini mudah ditemui pada pidato, percakapan, maupun debat.

Berdasarkan penyampaiannya, wacana dibedakan menjadi wacana langsung (*direct discourse*) dan wacana tak langsung (*indirect discourse*). Menurut Kridalaksana (1993 : 231) wacana langsung adalah kutipan yang dibatasi oleh intonasi. Sedangkan wacana tak langsung adalah pengungkapan kembali wacana tanpa mengutip harfiah kata-kata yang dipakai oleh pembuat wacana, dengan mempergunakan konstruksi gramatikal atau kata tertentu, antara lain dengan klausa subordinatif, kata ‘bahwa’, dan sebagainya.

Berdasarkan jenis atau bentuknya dibedakan menjadi wacana dialog dan wacana monolog (Sumarlam, 2003 : 17). Wacana dialog adalah wacana atau percakapan yang dilakukan langsung oleh dua orang atau lebih. Wacana ini bersifat dua arah dan masing-masing partisipan berperan di dalam komunikasi interaktif. Wacana monolog merupakan kebalikan dari wacana dialog, wacana ini disampaikan oleh seseorang tanpa melibatkan orang lain untuk berpartisipasi langsung sehingga wacana ini bersifat searah dan tidak termasuk dalam komunikasi interaktif.

Berdasarkan cara dan tujuan pemaparannya, wacana dibedakan menjadi:

1. Wacana narasi, yaitu wacana yang mementingkan urutan waktu, dituturkan oleh orang pertama atau ketiga dalam kurun waktu tertentu, berorientasi pada pelaku dan seluruh bagiannya diikat secara kronologis.
2. Wacana deskripsi, yaitu wacana yang bertujuan melukiskan, menggambarkan dengan apa adanya.
3. Wacana eksposisi atau wacana pembeberan, yaitu wacana yang tidak mementingkan waktu dan pelaku. Wacana ini berorientasi pada pokok pembicaraan, dan bagian-bagian dari wacana merupakan sesuatu yang logis.
4. Wacana argumentasi, adalah wacana yang berisi ide atau gagasan yang dilengkapi dengan data-data sebagai bukti, dengan tujuan untuk meyakinkan pembaca atau pendengar tentang kebenaran ide atau gagasannya.
5. Wacana persuasif, yaitu wacana yang bersifat ajakan atau nasihat yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca atau pendengar agar melakukan nasihat atau ajakan tersebut (Sumarlam, 2003 : 17-20)

Dari jenis-jenis wacana di atas, wacana iklan mobil *hybrid* pada majalah *Le Figaro* Edisi Bulan Agustus-Oktober 2020 termasuk dalam jenis wacana persuasif, wacana tulis, wacana monolog. Hal ini dikarenakan, di dalam wacana iklan mobil *hybrid* tersebut menggunakan gaya bahasa yang komunikatif, informatif, searah, bersifat ajakan, dan terdapat di dalam majalah. Selain itu, pemilihan diksi yang singkat memberikan tujuan kuat kepada pembaca agar tertarik pada produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian tentang analisis wacana iklan mobil *hybrid* ini untuk membantu para pembaca memahami bagaimanakah pembuat iklan mampu mempengaruhi atau mengajak pembaca sebagai calon konsumennya untuk mengambil keputusan dalam memilih produk tersebut.

C. Analisis Wacana

Analisis wacana merupakan analisis hubungan antarunsur wacana di dalam teks dan latar sosial dimana teks tersebut dibuat. Analisis wacana merupakan disiplin ilmu yang berusaha mengkaji penggunaan bahasa dalam tindak komunikasi (Stubbs, dalam Arifin dan Rani, 2000 : 8). Sedangkan menurut Baryadi (2001 : 3) analisis wacana mengkaji wacana, baik dari segi internal maupun eksternalnya. Dalam segi internalnya terdapat jenis, struktur, dan hubungan bagian-bagian wacana. Sedangkan dari segi eksternalnya, terdapat keterkaitan wacana dengan pembicara, hal yang dibicarakan, dan mitra bicara. Dengan demikian, analisis wacana memiliki tujuan untuk menjelaskan kaidah kebahasaan yang mengkonstruksi wacana, memproduksi wacana, pemahaman tentang wacana, maupun pelambangan suatu hal dalam wacana.

Menurut Samsuri (dalam Arifin & Rani, 2006 : 15) terdapat aspek-aspek dalam analisis wacana. Aspek-aspek tersebut antara lain, (a) konteks wacana, (b) topik, tema dan judul wacana, (c) kohesi dan koherensi wacana, dan (d) referensi

dan inferensi wacana. Urutan kalimat dalam bentuk lisan maupun tulisan juga termasuk ke dalam kajian analisis wacana. Kajian analisis wacana tidak terlepas pada peranan unsur bahasa dalam suatu struktur, serta hubungan antara satu kalimat dengan kalimat lainnya. Unsur-unsur yang dimaksud dapat berupa paragraf, teks bacaan, undangan, percakapan, cerpen, dan sebagainya.

Berdasarkan pendapat-pendapat ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis wacana merupakan suatu ilmu yang digunakan untuk mengkaji pemakaian bahasa, unsur-unsur bahasa, serta makna bahasa pada teks yang digunakan untuk berkomunikasi dalam sebuah wacana.

Berlandaskan aspek-aspek di atas maka wacana iklan mobil *hybrid* dalam majalah *Le Figaro* Edisi Agustus-Oktober 2020 dapat dianalisis melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan mikrostruktural dan makrostruktural. Pada pendekatan mikrostruktural, struktur kebahasaan akan dikaji. Sedangkan pendekatan makrostruktural digunakan untuk mengkaji konteks situasi berupa komponen-komponen iklan seperti judul, subjudul, ilustrasi, warna, dan logo yang terdapat dalam wacana iklan.

D. Pendekatan Mikrostruktural

Kohesi menurut Wiyanto (2004 : 32) di dalam sebuah paragraf adalah ketertarikan antarkalimat sehingga kalimat-kalimat tersebut tidak saling bertentangan, tetapi tampak menyatu dan bersama-sama mendukung pokok pikiran paragraf. Paragraf yang demikian disebut sebagai paragraf yang padu (kohesif).

Sedangkan menurut Keraf (dalam Mulyana 2005 : 30) koherensi adalah kekompakan hubungan antarkalimat dalam sebuah wacana. Koherensi juga merupakan hubungan timbal balik yang serasi antarunsur dalam kalimat.

Kohesi dan koherensi dalam sebuah wacana memiliki peran untuk memelihara keterkaitan antarkalimat, sehingga wacana menjadi padu. Kohesi dan koherensi bukanlah sekumpulan kalimat yang setiap kalimatnya mengandung pokok pembicaraan yang berbeda, melainkan unsur-unsur dalam teks wacana harus menyatakan keterkaitan di dalamnya.

1. Kohesi

Kohesi dalam sebuah wacana merupakan unsur penting, karena kohesi juga merupakan wadah kalimat-kalimat agar menjadi padu. Mulyana (2005 : 26) menyatakan bahwa kohesi dalam wacana diartikan sebagai kepaduan bentuk secara struktural yang membentuk ikatan sintaktikal. Kohesi-kohesi pada dasarnya mengacu pada hubungan bentuk sehingga unsur-unsur wacana (kata atau kalimat) yang digunakan untuk menyusun suatu wacana memiliki keterkaitan secara padu dan utuh.

Di dalam sebuah wacana terdapat aspek-aspek gramatikal yang mendukung wacana menjadi sebuah wacana yang padu. Secara rinci, (Sumarlam, 2003 : 23) menjabarkan aspek-aspek gramatikal wacana menjadi sebagai berikut: pengacuan (*reference*), penyulihan (*substitution*), pelesapan (*ellipsis*), dan perangkaian (*conjunction*). Berikut penjelasan keempat aspek gramatikal tersebut disertai dengan contohnya.

a. Pengacuan (*Reference*)

Pengacuan atau referensi merupakan hubungan antara kata dengan acuannya. Kata acuannya disebut dengan deiksis, sedangkan unsur-unsur yang diacu disebut dengan antesedan (Sudaryat, 2009 : 153).

Menurut Sumarlam (2003 : 23) kohesi referensi dibedakan menjadi dua berdasarkan posisi acuannya, yaitu pengacuan endofora (tekstual) yaitu apabila acuannya terdapat dalam teks wacana dan eksofora (situasional) apabila acuannya berada di luar teks wacana.

Pengacuan endofora dibedakan lagi menjadi dua bentuk berdasarkan posisi pengacuannya, yaitu pengacuan anaforis merupakan satuan lingual tertentu yang mengacu pada satuan lingual yang mendahuluinya, atau mengacu pada antesedan di sebelah kiri. Sedangkan pengacuan kataforis yang merupakan satuan lingual tertentu yang mengacu pada satuan lingual yang disebutkan setelahnya atau di sebelah kanan. (Sumarlam, 2003 : 24).

Contoh kohesi gramatikal pengacuan endofora yang bersifat anaforis, sebagai berikut.

(3) “**Pak RT**, saya terpaksa minta berhenti”, kata Basuki bendaharaku yang pandai mencari uang itu.

(Sumarlam, 2003 : 24)

Pada contoh (3) di atas, satuan lingual *-ku* pada kata *bendaharaku* mengacu pada kata *Pak RT* yang sudah disebutkan terlebih dahulu atau antesedannya berada di sebelah kiri. Dengan begitu maka *-ku* merupakan jenis kohesi gramatikal pengacuan endofora yang bersifat anaforis.

Sedangkan contoh kohesi gramatikal pengacuan endofora yang bersifat kataforis, sebagai berikut.

(4) “hai, Sri! **Aku** kemarin melihat kamu boncengan dengan Djati, ke mana?” tanya **Dewi** ingin sekali tahu.

(Sumarlam, 2003 : 24)

Pada contoh (4) di atas terdapat kata *aku* yaitu sebagai acuan pada satuan lingual yang berada di sebelah kanan, yaitu pada kata *Dewi*. Dengan demikian, pada contoh (4) di atas terdapat kohesi gramatikal endofora yang bersifat kataforis.

Satuan lingual tertentu yang mengacu pada satuan lingual lain dapat berupa persona (pronomina), demonstratif (kata ganti penunjuk), dan komparatif (satuan lingual pembandingan). Dengan demikian, jenis kohesi gramatikal pengacuan atau referensi tersebut diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu pengacuan persona, pengacuan demonstratif dan pengacuan komparatif (Sumarlam, 2003 : 24).

1) Pengacuan Persona

Pengacuan persona dapat terwujud dengan adanya pronomina persona yang meliputi persona pertama (persona I), kedua (persona II), dan ketiga (persona III), baik tunggal maupun jamak. Pronomina persona tunggal ada yang berupa bentuk bebas (morfem bebas) dan ada pula yang terikat (morfem terikat). Selanjutnya ada yang berupa bentuk terikat ada yang melekat di sebelah kiri (lekat kiri) dan ada yang melekat di sebelah kanan (lekat kanan) (Sumarlam, 2003 : 24).

Di dalam bahasa Prancis, pengacuan persona dapat ditemukan dalam bentuk pronomina persona (*les pronoms personnels*) yang terdiri dari *les pronoms sujets*, *les pronoms toniques*, *les pronoms complements*, dan kata kepemilikan (*les*

adjectifs possessifs). *Les pronom sujets* tersebut meliputi *je, tu, il/elle (singulier)*, dan *nous, vous, ils/elles (pluriel)*. *Les pronoms toniques* meliputi *moi, toi, lui/elle (singulier)* dan *nous, vous, eux/elles (pluriel)*. *Les pronoms complements* meliputi *en, le, la, les, lui/leur, me, te, nous, vous*. *Les adjectif possessifs* dapat berupa *mon, ton, son (M/S), ma, ta, sa (F/S), mes, tes, ses (M/F/P), notre, votre, leur (M/F/S), nos, vos, leurs (M/F/P)* (Delatour, 2004 : 55, 73-75). Berikut contoh penggunaannya dalam bahasa Prancis:

(5) *J'ai **une copine**. Elle est très gentille.*

Saya mempunyai seorang pacar. Dia sangat baik.

(*Lingolia Francais*)

Pada contoh (5) di atas, terdapat pemarkah satuan lingual “*elle*” yang mengacu pada satuan lingual yang berada di sebelah kiri. Antesedan pada tuturan (5) di atas yaitu pada kata “*une copine*”. Dengan ciri tersebut di atas, maka pronomina “*elle*” merupakan jenis kohesi gramatikal pengacuan endofora yang bersifat anaforis.

2) Pengacuan Demonstratif

Pengacuan demonstratif dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pronomina demonstratif waktu (temporal) dan pronominal demonstratif tempat (lokasional). Pronomina waktu mengacu pada latar waktu lampau, waktu sekarang, waktu yang akan datang, dan waktu netral. Sementara pronominal tempat mengacu pada latar lokasi yang dekat dengan penutur, lokasi yang jauh dari penutur, dan lokasi yang secara eksplisit merujuk pada suatu tempat (Sumarlam 2003 : 25-26).

Pengacuan demonstratif dapat diamati pada contoh berikut.

(6) *Peringatan 57 tahun Indonesia merdeka pada tahun 2002 ini akan diramaikan dengan pergelaran pesta kembang api di ibu kota Jakarta*

(Sumarlam, 2003 : 26)

Pada contoh (6) di atas terdapat pengacuan waktu yang berupa demonstratif waktu sekarang, yaitu pada kata *ini* yang merujuk pada waktu sekarang (dalam contoh maksudnya tahun 2002). Kalimat tersebut bertujuan untuk memberikan informasi terhadap orang lain. Antesedan berada di sebelah kiri, dengan demikian kalimat tersebut termasuk dalam pengacuan demonstratif endofora yang bersifat anaforis

Di dalam bahasa Prancis, terdapat *le pronom demonstratifs* yang dapat merujuk pada latar waktu dan tempat, meliputi *ce, ceci, celui, celle, ceux, celles, celui-ci, celle-ci, celui-là, celle-là, ceux-ci, ceux-là, celles ci, dan celles-là* (Bescherelle *Le Grammaire pour tous*, 2006 : 210). Contoh penggunaan *les pronom demonstratifs* seperti berikut.

(7) - *ce mouton est mignon.*

- *Lequel? Celui-ci ou celui-là?*

- Domba itu lucu.

- Yang mana? Yang ini atau yang itu?

(dari *francais.lingolia*)

Pada contoh (7) di atas, terdapat penggunaan pengacuan demonstratif lokasional yang ditandai dengan kata *celui-ci* dan *celui-là*. Penanda tersebut mengacu pada *ce mouton* yang telah disebutkan sebelumnya. Penanya

menanyakan domba yang mana. *Celui-ci* dapat diartikan dengan sesuatu yang lebih dekat, sedangkan *celui-là* untuk sesuatu yang lokasinya lebih jauh.

3) Pengacuan Komparatif

Pengacuan komparatif atau perbandingan merupakan salah satu jenis kohesi gramatikal untuk membandingkan dua hal atau lebih yang memiliki kesamaan dari segi wujud, sikap, watak, perilaku, dan sebagainya. Kata-kata yang sering digunakan sebagai acuan untuk membandingkan, antara lain *seperti*, *bagai*, *laksana*, *bagaikan*, *persis seperti*, dan sebagainya (Sumarlam, 2003 : 27-28).

(8) **Tidak berbeda dengan** ibunya, Nita itu orangnya cantik, ramah, dan lemah lembut.

(Sumarlam, 2003 : 28)

Pada contoh (8) di atas, penggunaan satuan lingual “*tidak berbeda dengan*” mengacu pada antesedan yang sudah disebutkan di sebelah kanan yaitu “*Nita*”. Fungsi pengacuan komparatif ini untuk membandingkan ciri-ciri Nita yang sama persis dengan ibunya. Dengan begitu contoh tersebut merupakan kohesi gramatikal yang bersifat kataforis.

Sedangkan penggunaannya dalam bahasa Prancis, pengacuan komparatif ditandai dengan konstruksi gramatikal seperti *plus...que*, *moins...que*, *aussi...que*, *meilleur...que*, *autant...que*, dan sebagainya (Le Nouveau Bescherelle 3, 1984: 25). Berikut contoh pengacuan komparatif dalam bahasa Prancis.

(9) *Ils sont aussi contents que moi.*

Mereka sama bahagianya seperti saya.

(Lawless French)

Pada contoh (9) di atas terdapat penggunaan pengacuan komparatif yang ditandai dengan “*aussi...que*”. Penggunaan tersebut menunjukkan bahwa “*moi*” juga merasa sama bahagiannya jika dibandingkan dengan “*ils*”.

b. Penyulihan (*Substitution*)

Penyulihan adalah salah satu jenis kohesi gramatikal yang berupa perubahan satuan lingual tertentu (yang telah disebut sebelumnya) dengan satuan lingual yang lain dalam wacana untuk memperoleh unsur pembeda. Penyulihan dibedakan menjadi empat jenis dilihat dari segi satuan lingualnya, yaitu substitusi nominal, verbal, frasal, dan klausal (Sumarlam, 2003 : 28)

1) Substitusi Nominal

Substitusi nominal adalah penggantian satuan lingual nominal dengan satuan lingual nominal lain (Sumarlam, 2003 : 28). Berikut contoh penggunaan substitusi nomina.

(10)“Om, **Hp** nya juga jatuh.” Jasmine membungkuk mengambil **telepon genggam** di pasir, menjulurkannya lagi ke orang itu”.

(Tere Liye, 2011 :11)

Pada contoh (10) di atas terdapat penggantian nominal “Hp” dengan satuan nominal lain, yaitu “telepon genggam”. Penggantian ini disebut substitusi nominal, karena unsur-unsur yang terlibat dalam proses ini berkategori nominal

Substitusi nominal dalam bahasa Prancis dapat dilihat pada contoh berikut.

(11) *J'aime les œufs. C'est un aliment très riches en protéines.*

Saya suka telur. Itu adalah makanan yang kaya akan protein.

(Fajri Indah, 2016 : 24)

Pada contoh (11) di atas, dapat dilihat penggunaan substitusi nominal pada satuan lingual telur-telur “*les œufs*” yang sudah disebut lebih dahulu, lalu digantikan oleh satuan lingual nominal lain, yaitu makanan yang kaya akan protein “*un aliment très riches en protéines*” yang disebutkan kemudian.

2) Substitusi Verbal

Substitusi verbal adalah penggantian satuan lingual yang berkategori kata kerja dengan satuan lingual lain yang juga berkategori kata kerja (Sumarlam, 2003 : 29). Berikut contoh substitusi verbal.

(12) Kita kadang **berusaha** dengan setengah hati, padahal jika kita mau **berikhtiar** dengan sungguh-sungguh tentu akan menjadi lebih baik hasilnya.

(Sumarlam, 2003 : 29)

Pada contoh (12) dapat dilihat penggantian satuan lingual “berusaha” dengan kata kerja lain yaitu “berikhtiar”. Kedua kata kerja tersebut setara.

Kemudian contoh penggunaan substitusi verbal dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(13) *Les paysans **cultivent** le riz dans les rizières. Ils semblaient épuisés parce qu'ils **travaillent** depuis ce matin.*

Para petani menanam padi di sawah. Mereka tampak kelelahan karena mereka bekerja sejak pagi tadi.

(Fajri Indah, 2016 : 25)

Pada contoh (13) dapat kita lihat substitusi verba yang terjadi pada satuan lingual menanam “*cultivent*” digantikan dengan verba bekerja “*travaillent*”.

3) Substitusi Frasal

Substitusi frasal adalah penanda kohesi berupa kata atau frasa yang digantikan dengan satuan lingual lain yang serupa (Sumarlam, 2003 : 29). Penggunaan penanda substitusi frasal tampak pada contoh berikut.

(14) Pembawa acara menyebutkan nama **Sakura**. Mengenalkan **gadis kecil itu** dengan sejarah itu.

(Tere Liye, 2011 : 229)

Pada contoh (14) di atas menunjukkan adanya bentuk substitusi frasal. Frasa “Sakura” yang sebelumnya telah disebutkan, digantikan dengan satuan lingual lain yang juga berupa frasa, yaitu “gadis kecil itu”. Hal ini juga bisa dilakukan untuk mengurangi kemonotonan yang terdapat dalam wacana. Untuk contoh dalam bahasa Prancis seperti berikut.

(15) *Nous sommes allés à **Paris**. Nous avons rencontré M. Dupont à **la capitale de France**.*

Kami pergi ke Paris. Kami bertemu dengan Tuan Dupont di Ibukota Prancis.

(Fajri Indah, 2016 : 26)

Pada contoh (15) di atas, frasa “Paris” digantikan dengan satuan lingual lain yaitu Ibukota Prancis “*la capitale de France*” yang disebutkan sesudahnya.

4) Substitusi Klausal

Substitusi klausal adalah penggantian satuan lingual tertentu yang berupa klausa atau kalimat dengan satuan lingual lainnya yang berupa kata, frasa, maupun kalimat (Sumarlam, 2003 : 30). Berikut contoh substitusi klausal.

(16) “**Aku tidak pernah merasakan bagaimana indah
dicintai seorang lelaki seperti kau mencintai Rosie.**
Entahlah apakah **itu** menyenangkan atau menakutkan.”

(Tere Liye, 2011 : 239)

Pada contoh tersebut, klausa “*Aku tidak pernah merasakan bagaimana indah
dicintai seorang lelaki seperti kau mencintai Rosie*” digantikan dengan satuan lingual lain yaitu “*itu*”. Frasa *itu* merupakan unsur pengganti satuan lingual lainnya.

Sedangkan contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(17) *C’est une machine qui bat le blé. Mon père a cette batteuse.*

Mesin itulah yang digunakan untuk menumbuk gandum.
Ayahku memiliki mesinnya.

(Lestari. 2014 : 32)

Pada contoh (17) terdapat substitusi klausal ditandai dengan satuan lingual mesin “*batteuse*” disubstitusi dengan satuan lingual lain yaitu kalimat “*C’est une machine qui bat le blé*”. Substitusi ini digunakan untuk menghindari kemonotonan dalam sebuah kalimat.

c. Pelesapan (*Ellipsis*)

Pelesapan merupakan salah satu jenis kohesi gramatikal yang berupa penghilangan unsur tertentu yang telah disebutkan sebelumnya (Sumarlam, 30 : 2019). Unsur yang dilesapkan bisa berupa kata benda, kata kerja, frasa, klausa, maupun kalimat. Di dalam sebuah wacana, unsur yang dilesapkan ditandai dengan tanda konstituen zero (\emptyset) di tempat terjadinya pelesapan tersebut.

Fungsi pelesapan dalam sebuah wacana antara lain untuk (1) keefektifan dalam sebuah kalimat, (2) efisiensi, mencapai nilai ekonomis dalam penggunaan bahasa, (3) mencapai aspek wacana yang padu, (4) pembaca dan pendengar dapat mengaktifkan pikirannya terhadap hal-hal yang tidak diungkapkan dalam satuan bahasa, (5) kepraktisan berbahasa, terutama dalam berkomunikasi secara lisan (Sumarlam. 2003 : 30). Berikut contoh pelesapan yang terdapat dalam kalimat.

(18) Karena Ø sakit, Pak Andi tidak masuk kantor.

(Alwi dkk. 2003 : 415)

Pada contoh (18) di atas terdapat pelesapan satuan lingual nomina, yaitu pada frasa “Pak Andi” yang berfungsi sebagai pelaku tindakan pada kalimat tersebut. Tanda konstituen zero tersebut menggantikan satuan lingual *Pak Andi* sehingga frasa tersebut tidak perlu dihadirkan di awal kalimat untuk menghemat. Berikut contoh penggunaannya dalam bahasa Prancis.

(19) *J’habite au cinquième Ø.*

Saya tinggal di lantai lima.

(Lestari, 2014 : 34)

Pada contoh (19) di atas terdapat pelesapan satuan lingual nomina pada kata lantai “*étage*”. Kata kelima “*cinquième*” merupakan bentuk tuturan yang umum digunakan untuk mengatakan tingkatan pada tempat tinggal, khususnya apartemen. Kata tersebut akan menjadi utuh jika ditulis tanpa adanya pelesapan.

(19a) *J’habite au cinquième étage.*

Saya tinggal di lantai lima.

Contoh pelesapan verbal bisa dilihat dalam contoh berikut.

(20) *Chacun prend ce qui lui tombé sous la main; Jacques Ø une pioche, Charles Ø une fourche et Étienne Ø un gros caillou.*

Masing-masing dari mereka mengambil apa yang ada di tangannya. Jacques cangkul, Charles garpu, Étienne pecahan batu.

(20a) *Chacun prend ce qui lui tombé sous la main; Jacques **prend** une pioche, Charles **prend** une fourche et Étienne **prend** un gros caillou.*

Masing-masing dari mereka mengambil apa yang ada di tangannya. Jacques mengambil cangkul, Charles mengambil garpu, Étienne mengambil pecahan batu.

(Dictionnaire de Linguistique, 2002 : 174)

Pada contoh (20) di atas terdapat pelepasan satuan lingual verba atau kata kerja mengambil “*prend*”. Kata kerja tersebut dihapuskan sehingga tidak perlu ada pengulangan yang terjadi seperti pada contoh (20a)

d. Perangkaian (*Conjunction*)

Menurut *Dictionnaire de Linguistique* (2002 : 110), Konjungsi diartikan, “*conjonction est une opération syntaxique consistant à réunir deux phrases afin de produire un énoncé unique*”. Konjungsi adalah pembuatan dua kalimat bersama-sama untuk menghasilkan sebuah pernyataan tunggal. Perangkaian atau konjungsi adalah salah satu kohesi gramatikal yang dilakukan dengan cara menghubungkan salah satu unsur dengan unsur lainnya dalam wacana, dapat berupa kata, frasa, klausa, kalimat, maupun paragraf (Sumarlam 2003 : 32).

Konjungsi dibedakan menjadi empat belas bentuk, yaitu (1) konjungsi sebab-akibat, (2) konjungsi pertentangan, (3) konjungsi kelebihan atau ekksesif, (4) konjungsi perkecualian atau ekseptif, (5) konjungsi konsesif, (6) konjungsi tujuan, (7) konjungsi penambahan atau aditif, (8) konjungsi pilihan atau alternative, (9) konjungsi harapan atau optative, (10) konjungsi urutan atau sekuensial, (11) konjungsi perlawanan, (12) konjungsi waktu, (13) konjungsi syarat, dan (14) konjungsi cara (Sumarlam, 2003 : 33).

Di dalam bahasa Prancis terdapat konjungsi koordinatif (*les conjonctions de coordination*) dan konjungsi subordinatif. (*les conjonctions de subordination*)

1) Konjungsi Koordinatif

Konjungsi koordinatif berfungsi untuk menghubungkan kata, frasa, preposisi, atau kalimat yang kedudukannya setara. Konjungsi koordinatif meliputi *et, ni, ou, mais, donc, car, or*, dan lain sebagainya (*Bescherelle Grammaire pour tous*, 2006 : 200). Contoh penggunaan konjungsi koordinatif seperti berikut.

(21) *Le frère et la sœur sont en colonie de vacances*

Kakak dan Adik berada di perkemahan musim panas.

(*Francais Facile*)

Pada contoh (21) di atas, terdapat konjungsi dan “*et*” yang menghubungkan kata kakak “*Le frère*” dan adik “*la sœur*” yang memiliki kedudukan setara dimana mereka berada di perkemahan musim panas.

2) Konjungsi Subordinatif

Konjungsi subordinatif menghubungkan antara dua atau lebih kata, frasa, atau kalimat yang kedudukannya tidak sama. Berbanding terbalik dengan

konjungsi koordinatif, konjungsi subordinatif memiliki beberapa hubungan makna, antara lain (1) hubungan sebab yang ditandai oleh *parce que, comme, puisque*, dsb., (2) hubungan akibat yang ditandai dengan *que, des sort que, de façon de*, dsb., (3) hubungan pertentangan yang ditandai dengan *bien que, quoique, encore que*, (4) hubungan perbandingan yang ditandai dengan *comme, même que, ainsi que, autant que, comme si*, dsb., (5) hubungan pengandaian yang ditandai dengan *si, au cas ou, suppose que, à condition que*, (6) hubungan waktu yang ditandai dengan *quand, lorsque, avant que, depuis que*, (7) hubungan ditujukan yang ditandai dengan *afin que, pour que, de pour que*, dll. (Dubois, 2002 : 110). Penggunaan konjungsi subordinatif ini dapat dilihat pada contoh berikut.

(22) ***Bien que tu sois en retard, je ne suis pas fâché.***

Walaupun kamu datang terlambat, saya tidak marah.

(Kwiziq)

Pada contoh (22) di atas terdapat hubungan bertolakbelakang yang ditandai dengan kata walaupun “*bien que*” yang menghubungkan kalimat “*tu sois en retard*” dengan kalimat “*je ne suis pas fâché*”.

e. **Pengulangan (*Reiterasi*)**

Reiterasi atau pengulangan merupakan salah satu cara untuk menciptakan keutuhan wacana. Pengulangan lebih mudah digunakan tetapi dalam jumlah yang terbatas, karena penggunaan yang berlebihan dapat mengganggu bentuk wacana itu sendiri (Rani, 2006 : 130).

1) Repetisi

Repetisi merupakan pengulangan satuan lingual yang berupa bunyi, suku kata, kata, maupun bagian kalimat yang dianggap penting untuk penekanan dalam sebuah konteks yang sesuai (Sumarlam, 2003 : 35). Pengulangan berarti mempertahankan ide atau topik kalimat dengan kalimat sebelumnya yang diulang. Penggunaan repetisi dapat dilihat pada contoh berikut.

(23) Kita harus **kerja, kerja, dan kerja**.

(Pidato Presiden 2014)

Pada contoh (23) di atas terdapat repetisi pada kata “kerja” yang diulang sebanyak tiga kali. Pengulangan tersebut dimaksudkan untuk memberikan penekanan kalimat yang dianggap penting.

Pada bahasa Prancis dapat dilihat pada contoh berikut.

(24) *La terre était grise, le blé était gris, le ciel était gris.*

Bumi berwarna abu-abu, gandum berwarna abu-abu, langit berwarna abu-abu.

(Giono, 1953)

Pada contoh (23) di atas, terdapat repetisi atau pengulangan terhadap satuan lingual artikel, verba, dan nomina. Pada artikel “*la*” diulang sebanyak tiga kali, verba *être* yang dikonjugasikan ke dalam bentuk *imparfait* sehingga berubah menjadi “*était*” diulang sebanyak tiga kali. Bentuk keterangan warna abu-abu “*gris*” diulang sebanyak tiga kali.

2) Sinonim

Sinonim merupakan padanan kata untuk benda atau hal yang sama, atau ungkapan yang maknanya kurang lebih sama (Chaer dalam Sumarlam, 2003 : 39). Sinonim berfungsi menjalin hubungan makna yang sepadan. Contoh penggunaan sinonim seperti berikut.

- (25) Seorang pemimpin harus berlaku **adil** terhadap bawahannya. Apabila hal tersebut dilakukan, ia adalah sosok pemimpin yang **lurus dan jujur**.

(Thesaurus Bahasa Indonesia)

Pada contoh (25) di atas, wacana tersebut didukung oleh unsur leksikal berupa sinonim antara kata “adil” dengan kata “lurus dan jujur”. Kedua kata tersebut memiliki makna yang setingkat dan mendukung kepaduan wacana tersebut. Sedangkan contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

- (26) *J'habite dans une petite **maison**. Ce **bâtiment** me protège de tout*

Saya tinggal di dalam rumah kecil. Bangunan itu melindungiku sepenuhnya.

(Alkhatib, 2012 : 56)

Pada contoh (26) di atas, wacana tersebut didukung oleh aspek leksikal sinonim antara kata rumah “*maison*” dengan kata bangunan “*bâtiment*”. Penggunaan tersebut juga berfungsi agar tidak terjadi pengulangan dengan kata yang sama dalam satu kalimat.

3) Antonim

Antonim merupakan lawan makna atau oposisi makna. Pengertian antonim mencakup konsep yang benar-benar berlawanan hingga kontras. Penggunaan antonim dapat dilihat pada contoh berikut.

(27) **Hidup** dan **matinya** perusahaan tergantung dari usaha kita.

(Sumarlam, 2003 : 41)

Pada contoh (27) di atas dapat kita lihat bentuk antonim antara satuan lingual “hidup” dan “mati”. Kedua frasa tersebut bertolak belakang maknanya namun masih dalam lingkup konteks yang masih dekat. Sedangkan untuk penggunaannya dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(28) *C'est fou ce temps, hier il faisait **chaud** et aujourd'hui il fait **froid**.*

Sangat menyebalkan cuacanya, kemarin panas tetapi hari ini dingin.

(*Francais Facile*)

Pada contoh (27) di atas terdapat kata sifat panas “*chaud*” yang bertolak belakang maknanya dengan kata dingin “*froid*”.

4) Hiponim

Hiponim dapat diartikan sebagai satuan bahasa mencakup kata, frasa, dan kalimat yang maknanya dianggap sebagai bagian dari makna satuan lain. Hiponim adalah semacam relasi antarkata yang berwujud atas-bawah, terdapat pasangan kata yang saling berhubungan antara yang lebih kecil dengan yang lebih besar. Sebagai contoh, kata *buaya* berhiponim pada kata *amfibi*. *Jingga*

berhiponim pada satuan *warna*. Penggunaan hiponim terdapat pada contoh berikut.

(29) *La Planche à roulette est un sport extreme.*

Permainan papan seluncur merupakan olahraga ekstrim.

(Cruse 2014 : 162)

Pada contoh (29) di atas, terdapat kata papan seluncur “*La Planche à roulette*” yang berhiponim dengan kata olahraga ekstrim “*sport extreme*”. Kata *sport extreme* merupakan unsur bahasa yang bermakna generik atau subordinat, sedangkan frasa *La Planche à roulette* bermakna spesifik atau hiponim.

f. Kolokasi

Kolokasi atau sanding kata merupakan bentuk asosiasi tertentu dalam memilih kata yang cenderung digunakan secara berdampingan. Kata-kata yang berkolokasi cenderung dipakai dalam satu domain atau jaringan tertentu (Sumarlam, 2003 : 44). Penggunaan kolokasi dapat dilihat pada contoh berikut.

(30) Waktu aku masih kecil, ayah sering mengajakku ke *sawah*. Ayah adalah seorang *petani* yang sukses. Dengan *lahan yang luas* dan *bibit padi* yang berkualitas serta didukung *sistem pengolahan* yang sempurna maka *panen* pun melimpah. Dari *hasil panen* itu pula keluarga ayahku mampu bertahan hidup secara layak.

(Sumarlam, 2003 : 44)

Pada contoh (30) di atas terdapat kata-kata yang saling berdampingan, antara lain *sawah* yang berkolokasi dengan kata *petani*, *lahan yang luas*, *bibit padi*, *sistem pengolahan*, *panen*, dan *hasil panen*.

Menurut *Dictionnaire de Linguistique* (2002 : 93) Kolokasi adalah *la distribution établie entre les morphème lexicaux d'un énoncé, abstraction faite des relations grammaticales existant entre ces morphemes*. Kolokasi merupakan distribusi yang terbentuk antar morfem leksikal dalam sebuah ujaran, lalu abstraksi membentuk adanya hubungan antarmorfem-morfem. Penggunaannya dapat dilihat pada contoh berikut.

(31) *Pour faire des crêpes, mélanger 300 g de farine, 2 cuillerées de soupe de sucre, et une pincée de sel. Ajouter à un 4 des oeufs. Verser peu à peu 1 litre de lait. Mélanger pour obtenir une pâte lisse. Ajouter 50 g de beurre fondu, et laisser reposer 2h environ. Chauffer le poêle avec un peu de beurre. Verser un peu de pâte, étaler. Faire cuire 2 minutes. Retourner-la, et faire cuire 2 minutes encore.*

Untuk membuat crêpes, campur 300g tepung, 2 sendok makan gula, dan sejumput garam. Tambahkan 4 butir telur. Tuangkan susu sedikit demi sedikit sebanyak 1 L. Campur agar membentuk sebuah adonan. Tambahkan 50g mentega cair. Diamkan selama kurang lebih dua jam. Panaskan wajan dengan sedikit margarin. Tuangkan adonan, ratakan. Masak selama dua menit, balik dan diamkan selama dua menit.

(Lestari, 2014 : 41)

Pada contoh (31) di atas banyak ditemukan kata-kata yang saling berkolokasi, yaitu tepung “*farine*”, gula “*sucre*”, garam “*sel*”, telur “*oeufs*”, susu “*lait*”, dan mentega cair “*beurre fondu*”.

2. Koherensi

Menurut Vigner (1982 : 55) *Si l'on admet qu'un texte est cohérent, que les phrases qui le constituent s'enchaînent effectivement, quel que soit par ailleurs le mode de progression thématique adopté, cela signifie, d'un point de vue formel qu'un certain nombre d'éléments de récurrence, à intervalles variables et sous des aspects divers, se manifesteront tout au long du texte.* Sebuah teks akan menjadi koheren apabila kalimat-kalimat penyusunnya berkaitan secara efektif, terlepas dari perkembangan tematik yang digunakan, hal ini menunjukkan bahwa beberapa unsur yang muncul sampai interval yang bervariasi dan melalui aspek berbeda-beda, terwujud dalam sepanjang teks. Koherensi merupakan kepaduan hubungan maknawi antara bagian-bagian dalam sebuah wacana. Dengan kata lain koherensi mengandung makna pertalian (Tarigan, 2009 : 92).

Menurut Harimurti Kridalaksana (dalam Tarigan, 2009 : 105) dalam sebuah teks dapat memiliki lima belas hubungan makna, yaitu (1) hubungan sebab-akibat, (2) hubungan alasan-akibat, (3) hubungan sarana-hasil, (4) hubungan sarana-tujuan, (5) hubungan latar-kesimpulan, (6) hubungan hasil-kegagalan, (7) hubungan syarat-hasil, (8) hubungan perbandingan, (9) hubungan parafrastis, (10) hubungan amplikatif, (11) hubungan aditif temporal, (12) hubungan aditif nontemporal, (13) hubungan indentifikasi, (14) hubungan generik-spesifik, dan (15) hubungan ibarat.

Dari pendapat-pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mendapatkan sebuah wacana yang baik dan utuh, maka diperlukan aspek-aspek koherensi yang didukung sarana koherensif paragraf dan hubungan pertalian

makna. Secara garis besar, koherensi dalam sebuah wacana, meliputi (a) hubungan penambahan, (b) hubungan makna sebab, (c) hubungan makna akibat, (d) hubungan makna tujuan, (e) hubungan makna waktu, (f) hubungan makna eksplikatif.

a. Hubungan Makna Penambahan (*Le Rapport d'Addition*)

Hubungan penambahan timbul karena penggabungan beberapa tindakan atau keadaan yang dinyatakan dalam dua kalimat atau lebih. Hubungan ini ditandai dengan penanda hubungan *et, ou, puis, en outre, de plus*, dan lainnya (*Le Nouveau Bescherelle* 3, 1984 : 229) Hubungan makna penambahan atau aditif terjadi apabila salah satu kalimat atau bagian wacana yang mengungkapkan tambahan informasi terhadap yang telah disampaikan sebelumnya (Rohali dan Rahayu, 2000 : 53).. Contoh penggunaannya sebagai berikut.

(32) *On peut avoir un métier intéressant et bien payé.*

Kita bisa mendapatkan pekerjaan yang menarik dan gaji yang baik.

(Wati, 2006 : 36)

Pada contoh (32) di atas terdapat konjungsi dan “*et*” yang berfungsi untuk menandai adanya pertalian makna aditif antarfrasa *un métier intéressant* dan *bien payé*.

b. Hubungan Makna Sebab (*Le Rapport de Cause*)

Hubungan makna sebab merupakan hubungan yang mengungkapkan sebab terjadinya suatu peristiwa atau tindakan dalam salah sebuah kalimat atau bagian wacana (Rohali dan Rahayu, 2000: 47).

Di dalam bahasa Prancis, hubungan makna sebab ditandai dengan munculnya beberapa pemarkah seperti *parce que, puisque, comme, car, en raison de, étant donné de, à cause de*, dan sebagainya (Bescherelle Grammaire pour tous, 2006 : 199). Berikut contoh penggunaannya.

(33) **Comme** le jardin est petit, nous n'avons pas d'arbres.

Mengingat tamannya terlalu sempit. Kami tidak memiliki pohon.

(Le Nouveau Bescherelle 3, 1984 : 229)

Pada contoh (33) di atas, penggunaan satuan lingual “*comme*” menandakan makna sebab pada kalimat “*le jardin est petit*”. Yang berakibat pada kalimat selanjutnya bahwa “*nous n'avons pas d'arbres*”.

c. Hubungan Makna Akibat (*Le Rapport de Conséquence*)

Hubungan makna akibat adalah hubungan yang menyatakan akibat dari terjadinya suatu peristiwa atau tindakan dalam suatu kalimat atau bagian wacana (Rohali dan Rahayu, 2000: 48).

Penanda hubungan akibat di dalam bahasa Prancis antara lain, *si bien que, de sorte que, c'est pourquoi, donc, alors, tant que, à tel point que, de telle manière que, de telle sorte que*, dan lain-lain (Monnerie, 1990 : 174).

Contoh penggunaannya adalah sebagai berikut.

(34) *Je n'ai pas un travail, c'est pourquoi je n'ai pas assez d'argent.*

Saya tidak bekerja, itulah mengapa saya tidak memiliki cukup uang.

Pada contoh (34) di atas, terdapat hubungan makna akibat yang ditandai dengan pemarkah konjungsi “*c’est pourquoi*”. Frasa “*je n’ai pas assez d’argent*” merupakan akibat yang dihasilkan dari frasa “*Je n’ai pas un travail*”.

d. Hubungan Makna Tujuan (*Le Rapport de But*)

Hubungan makna tujuan terjadi apabila salah satu kalimat atau bagian dari sebuah wacana menyatakan tujuan dari suatu peristiwa atau tindakan dalam wacana tersebut (Rohali dan Rahayu, 2000: 51). Penanda hubungan yang menandai hubungan makna tujuan adalah *pour que*, *afin que*, *de façon que*, *, en vue de*, *pour que...ne pas*, *de peur que*, *de crainte que...ne*, *de manière que*, dan lain-lain, (Monnerie, 1990: 179).

Contoh penggunaannya dapat dilihat pada contoh berikut.

(35) *J’ai mis la radio plus fort pour que Monique puisse entendre.*

Saya menyalakan radio lebih keras agar supaya Monique dapat mendengar.

(Monnerie, 1990: 178)

Pada contoh (35) di atas, kalimat “*J’ai mis la radio plus fort*” memiliki tujuan pada kalimat selanjutnya yaitu “*Monique puisse entendre*” yang ditandai dengan konjungsi agar supaya “*pour que*”.

e. Hubungan Makna Kewaktuan (*Le Rapport de Temps*)

Hubungan makna kewaktuan menurut Rohali dan Rahayu (2000 : 46) adalah hubungan yang mengungkapkan informasi dari salah satu tuturan atau kalimat yang menyatakan tentang waktu terjadinya peristiwa atau dilaksanakannya perbuatan yang disebutkan dalam tuturan atau kalimat. Penanda

pertalian makna hubungan waktu dalam bahasa Prancis seperti *quand-lorsque*, *pendant que*, *tant que*, *aussitôt que*, *après que*, *une fois que*, *depuis que*, *depuis le moment où*, *avant que*, *au moment où*, *chaque fois que*, *maintenant*, *toujours*, *en attendant que-jusqu'à ce que*, dan lain-lain (Monnerie, 1990: 167).

Contoh penggunaannya dapat dilihat sebagai berikut.

(36) *Je suis partie **avant qu'**il fasse nuit.*

Saya pergi sebelum gelap.

(Monnerie, 1990 : 164)

Pada contoh (36) di atas terdapat konjungsi “*avant que*” untuk menandakan hubungan makna kewaktuan yang menghubungkan kejadian *je suis partie* yang terjadi setelah kejadian frasa *il fasse nuit*.

f. Hubungan Makna Eksplikatif (*Le Rapport d'Explication*)

Hubungan makna eksplikatif atau penjelasan dapat terjadi jika kalimat atau bagian wacana menyatakan penjelasan atau sebagai pelengkap kalimat lain (Rohali dan Rahayu, 2000: 53). Di dalam bahasa Prancis, hal ini ditandai dengan konjungsi seperti “*que*” jika menerangkan verba. Sementara pronomina relatif yang menerangkan nomina antara lain *que*, *qui*, *donc*, *où*, *c'est à dire*, dll (*Le Nouveau Bescherelle*, 1984 : 221-222).

Contohnya sebagai berikut.

(37) *Il n'y a plus d'eau, **c'est à dire** nous allons mourir de soif.*

Tidak ada cukup air. Artinya kita akan mati kehausan.

(*Le Nouveau Bescherelle*, 1984 : 222)

Hubungan makna eksplikatif pada contoh di atas ditandai dengan hadirnya kata “*c’est à dire*”. Menghubungkan frasa “*nous allons mourir de soif*” yang menjelaskan frasa sebelumnya yaitu “*Il n’y a plus d’eau*”.

E. Pendekatan Makrostruktural

Analisis makrostruktural memiliki pengertian yang sama dengan analisis konteks. Konteks akan memasukkan semua situasi dan hal yang berada di luar teks dan memengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi di mana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksud, dan sebagainya (Eriyanto, 2003 : 9). Pendekatan ini menganalisis susunan wacana secara umum untuk memahami teks wacana secara keseluruhan, yang meliputi unsur-unsur struktur tekstual, sistem leksis, dan konteks. Dalam hal ini, konteks yang dimaksud adalah konteks situasi iklan, melingkupi komponen-komponen yang terdapat dalam keseluruhan lingkungan wacana tersebut. Konteks situasi dapat dianalisis dengan berbagai prinsip penafsiran yaitu: prinsip penafsiran personal, prinsip penafsiran lokal, prinsip penafsiran temporal, dan prinsip analogi (Sumarlam, 2003 : 47). Prinsip-prinsip ini akan dilengkapi dengan teori aspek-aspek linguistik dan non-linguistik di bawah.

Untuk dapat memahami keseluruhan wacana dalam majalah *Le Figaro* yang kohesif dan koheren, maka diperlukan pemahaman terhadap konteks situasi dan budaya yang berada pada wacana tersebut. Pada penelitian ini akan dipusatkan pada analisis konteks situasi iklan yang berkaitan dengan komponen judul wacana, isi teks, ilustrasi, warna dan logo. Berikut uraian terkait komponen-komponen pada iklan.

1. Konteks

Konteks wacana merupakan aspek-aspek internal wacana dan segala sesuatu yang segala eksternal melingkupi sebuah wacana (Sumarlam, 2003 : 47). Pada sub ini akan dibahas lebih lanjut mengenai konteks situasi, prinsip penafsiran, dan inferensi.

a. Konteks Situasi

Konteks situasi merupakan keseluruhan unsur pembentuk iklan, yaitu aspek linguistik dan aspek non-linguistik. Aspek linguistik pada iklan dapat berupa judul, subjudul, dan teks iklan. Sedangkan, aspek non-linguistik dapat berupa ilustrasi, logo, tipografi dan warna (Tinarbuko, 2008: 9)

1) Judul

Judul adalah ujung tombak dalam sebuah iklan. Judul yang dapat menjadi daya tarik konsumen sangatlah istimewa kedudukannya. Menurut Cadet (2001 : 114) *attire rapidement le lecture, accroche son interet, par l'écart en disant le connaître de ce que le lecture s'attend à voir, par l'hyperbole, l'esageration.* Judul secara langsung dapat menarik minat pembaca dan memikat perhatiannya, melalui bahasa yang berkata sebaliknya dengan apa yang dilihat pembaca, menggunakan hiperbola atau sesuatu yang dilebih-lebihkan. Judul iklan mampu mengenalkan secara langsung produk yang ditawarkan, sehingga pemilihan judul sangatlah penting dalam hal ini.

2) Subjudul

Subjudul hadir untuk melengkapi judul iklan. Pada subjudul berisi informasi tambahan yang tidak ada di dalam judul iklan. Posisi subjudul juga tidak berjauhan dengan judul, yang biasanya terletak di bawah judul. Menurut

Hardiyanto (2009 : 3) subjudul dapat berfungsi sebagai pemberi informasi tambahan yang menjelaskan judul.

3) Teks

Isi teks pada iklan berfungsi untuk memberikan informasi terkait iklan. Isi teks harus membujuk pembaca untuk membeli produk tersebut. Terdapat kalimat pernyataan pada teks terdiri dari kalimat deskriptif, naratif, maupun persuasif. Kalimat pertanyaan untuk menguatkan, dan kalimat seru untuk membujuk calon konsumen.

4) Ilustrasi

Ilustrasi pada masa sekarang juga menjadi hal yang patut diperhitungkan untuk membujuk konsumen. Dengan melihat ilustrasi, konsumen lebih cepat memahami isi iklan dan pesan yang dibawa. Ilustrasi dapat berbentuk foto, video, sketsa, lukisan, dan lainnya. Dengan begitu, ilustrasi perlu dibuat semenarik mungkin dengan tata warna, komposisi, dan kecerahan gambar yang baik (Hardiyanto, 2009 : 3)

5) Warna

Menurut Walter Margulier (dalam Sandage & Fry Burger, 1960 : 274) beberapa makna atau kesan dapat ditimbulkan dari beberapa warna secara umum.

a) Merah

Warna merah memiliki aura yang kuat, memberi arti gairah dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi, warna merah menjadi simbol keberanian, kekuatan dan energi, juga gairah untuk melakukan tindakan, serta melambangkan kegembiraan maupun kehidupan (C. S Jones).

b) Oranye

Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat serta merupakan simbol petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi.

c) Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Warna ini juga mengandung arti optimis, semangat dan keceriaan.

d) Biru

Di dalam dunia bisnis, warna biru disebut juga sebagai warna *corporate* karena banyak perusahaan besar menggunakan biru sebagai warna utamanya. Hal tersebut dikarenakan warna biru mampu memberi kesan integritas dan profesionalitas.

e) Hijau

Warna hijau adalah warna yang serupa dengan alam dan mampu memberi pola pikir suasana yang santai, berkesan segar dan membumi.

f) Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan menakutkan, gelap, suram dan penuh misteri namun juga melambangkan keanggunan, kemakmuran, dan juga merupakan warna yang *independent*.

g) Putih

Warna putih memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Warna putih memberi kesan bersih, murni, dan steril tanpa campuran apapun.

h) Coklat

Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur tanah bumi. Dominasi dengan warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman.

i) Ungu

Warna ungu diartikan sebagai warna yang mewah, melambangkan keagungan dan kebijaksanaan.

6) Logo

Logo merupakan tanda pengenal sebuah produk. Logo memiliki arti dari perusahaan, perkumpulan, produk, dan hal lainnya yang menjadi pengganti dari nama produk sebenarnya. Sebuah logo haruslah unik, karena setiap produk memiliki ciri logo mereka masing-masing.

b. Prinsip Penafsiran

Prinsip-prinsip penafsiran dan analogi dapat digunakan untuk memahami konteks situasi dalam sebuah wacana. Prinsip-prinsip tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1) Prinsip Penafsiran Personal

Prinsip penafsiran personal berkaitan dengan siapa sesungguhnya yang menjadi partisipan di dalam suatu wacana. Berkaitan dengan itu kiranya perlu

pula ditambahkan ciri-ciri fisik dan non-fisik, termasuk umur dan kondisi (Sumarlam, 2003 : 48). Contoh penggunaan prinsip personal sebagai berikut.

(38) “Kau cantik sekali hari ini”

(Sumarlam, 2003 : 48)

Contoh di atas yang menjadi kunci pokok adalah mitra tutur. Jika kalimat itu ditujukan kepada mitra tutur seorang anak perempuan 3 tahun, akan berbeda makna dan tanggapan jika kalimat itu disampaikan kepada gadis berumur 17 tahun. Akan berbeda pula apabila kalimat yang sama disampaikan kepada seorang nenek berumur 70 tahun. Contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(39) *Une petite fille se mit à écrire*
Pour elle seul
le plus beau poème
Elle n'avait pas appris l'orthographe

Seorang gadis kecil mulai menulis
Untuk dirinya sendiri
Puisi yang paling bagus
Dia tidak belajar cara menulis.

(René-Guy Cadou)

Contoh (39) tersebut merupakan penggalan puisi yang berjudul *Cherche ta vie*. Berdasarkan prinsip penafsiran personal pada bait tersebut ditafsirkan sebagai seorang anak perempuan yang berusaha untuk menulis puisi, dijelaskan pada frasa *une petite fille* dan pada kata *elle*.

2) Prinsip Penafsiran Lokasional

Prinsip ini berkaitan dengan penafsiran tempat dan lokasi terjadinya suatu situasi dalam rangka memahami wacana.

(40) Pancasila menjadi dasar negara kami **di sini**.

(Sumarlam, 2003 : 49)

Pada contoh tersebut terdapat kata “di sini” yang belum jelas lokasinya. Berdasarkan konteks kata yang mendahuluinya, yaitu *Pancasila* dan *dasar negara*, maka kata “di sini” dapat ditafsirkan sebagai “Indonesia”. Sebab realitas menunjukkan bahwa negara yang menggunakan Pancasila sebagai dasar negara hanyalah Indonesia. Contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(41) “*Dépêche-toi! Le train va bientôt partir!*”

“Cepatlah! Keretanya akan segera berangkat!”

Pada contoh (41) di atas, berdasarkan konteks kalimat dalam kata *le train*, tempat situasi kejadian tersebut adalah di stasiun kereta api.

3) Prinsip Penafsiran Temporal

Prinsip penafsiran ini berkaitan dengan pemahaman mengenai waktu. Berdasarkan konteksnya kita dapat menafsirkan kapan atau berapa lama waktu terjadinya suatu situasi (Sumarlam, 2003 : 49). Berikut contohnya.

(42) Mari kita **sekarang** makan dulu.

(Sumarlam, 2003 :49)

Pada contoh di atas, rentangan waktu yang ditunjukkan pada kata “sekarang” memiliki rentangan waktu kira-kira seperempat hingga setengah jam, setara dengan lama waktu yang dibutuhkan untuk makan bersama. Contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(43) *Je prie les roses, je prie les bois*
Les virtuoses, n'importe quoi

*Je prie l'hiver quand il s'en va
L'été, les étoiles et la mer
Et le soleil et ses éclats*

“Saya berdoa pada mawar-mawar, saya berdoa pada hutan
pada seniman-seniman, apa saja
saya berdoa ketika musim dingin hilang
musim panas, bintang-bintang dan laut
dan matahari dan cahaya-cahayanya”

(Rohali dan Rahayu, 2000 :175)

Contoh (43) di atas tergambar penafsiran temporal yang menunjukkan waktu malam dan siang, serta di akhir musim dingin dan musim panas. Berdasarkan tafsir dari kalimat pada lirik lagu tersebut.

4) Prinsip Analogi

Prinsip analogi digunakan sebagai dasar untuk memahami makna dan mengidentifikasi maksud dari sebuah wacana. Contohnya sebagai berikut

(44) Itu merupakan **pukulan** terpahit bagi Mike Tyson yang pernah dia alami.

(45) Itu merupakan **pukulan** terpahit bagi Mike Tyson yang pernah dia alami dari sekian banyak promotor yang mensponsorinya.

(Sumarlam, 2003 : 50)

Pada kedua contoh di atas terdapat perbedaan makna diantara keduanya. Kata “pukulan” pada kalimat (44) berarti pukulan fisik dalam tinju. Mike Tyson sendiri adalah atlet tinju. Kata “pukulan” pada kalimat (45) berarti bukan pukulan fisik, tetapi pukulan mental. Contoh dalam bahasa Prancis sebagai berikut.

(46) “*Je prie la paix, l’inspérée*
Les “Notre Père” n’ont rien donné”

“Saya berdoa untuk perdamaian, tak disangka
Tuhan kami sama sekali tidak memberikan”

Pada contoh di atas prinsip penafsiran analogi terdapat pada frasa *Notre Père*. Secara harfiah kata tersebut berarti “Ayah kami”. Namun dalam contoh di atas, kata tersebut dianalogikan dan memiliki arti “Tuhan”. Karena konteks situasional dalam contoh tersebut tokoh “saya” sedang berdoa kepada Tuhan.

2. Inferensi

Inferensi adalah proses yang harus dilakukan oleh komunikan (pembaca/pendengar/mitra tutur) untuk memahami makna yang secara harfiah tidak terdapat dalam wacana yang diungkapkan oleh komunikator (penulis/pembicara/penutur) (Sumarlam, 2003 : 51). Untuk memahami inferensi dengan baik, maka komunikan harus memahami konteks situasi dengan baik. Berikut contoh inferensi dalam wacana iklan.



Gambar 2: Iklan mobil *Nouvelle Golf*

Pada contoh iklan mobil *Nouvelle Golf* di atas, terdapat teks iklan *La vie en Golf* yang berarti “Kehidupan di dalam mobil *Golf*”. *Golf* sendiri merupakan jenis mobil dari merk produsen *Volkswagen* asal Jerman. Pada ilustrasi terdapat sepasang suami istri (ditandai dengan cincin di jari manis) sedang berpegangan tangan dan bersantai di dalam mobil (ditandai dengan posisi kaki wanita yang berada di atas *dashboard* mobil) menikmati matahari terbenam. Lokasi yang terdapat pada ilustrasi berada di padang rumput dengan waktu matahari terbenam, terlihat dari sinar matahari yang berwarna oranye. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa mobil ini ingin mengajak para calon konsumennya untuk membeli mobil ini agar dapat merasakan kehidupan berkeluarga yang lebih baik bersama *Nouvelle Golf* ini hingga usia senja.

F. Iklan

Dalam kamus *Le Petit Larousse* (1989 : 795) *Illustré Publicité activité ayant pour objet de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser un service, etc.* Iklan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu merek, mengajak calon konsumen untuk membeli suatu produk, menggunakan layanan dan lain sebagainya. Produsen akan membuat iklan semenarik mungkin agar dapat memikat calon konsumen, selain itu iklan yang menarik akan mencerminkan kondisi suatu barang yang ditawarkan, apakah layak untuk dibeli atau tidak.

Iklan merupakan penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merk, perusahaan, atau jasa yang dilakukan dengan bayaran tertentu (Peter dan Olson, 2000 : 181). Sedangkan menurut Suhandang (2010 : 13) Iklan merupakan suatu proses komunikasi massa yang melibatkan sponsor tertentu, yakni pihak pembuat iklan, yang membayar jasa sebuah media massa atas penyiaran iklan, dan konsumen. Hal ini menandakan bahwa iklan adalah bentuk komunikasi jual beli antara produsen dan calon konsumen.

Untuk menarik minat konsumen agar membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan, pembuatan iklan haruslah diperhatikan. Bahasa iklan harus menggugah, menarik, dan memberi informasi yang dibutuhkan konsumen. Menurut Kasali (1992 : 87) terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam membuat naskah iklan, yaitu (1) singkat dan padat, kata-kata yang dipilih hendaknya bersifat komunikatif dan dapat menggiring calon pembeli pada alur pemikiran yang jernih, (2) sederhana dan sopan, seorang penulis naskah tidak boleh menyinggung perasaan publik. Sasaran dalam pengiklanan sangatlah penting. Produsen harus tahu kemana dan kepada siapa iklan yang dibuat akan ditujukan, agar tidak menjadi salah sasaran.

Pada penelitian ini, iklan yang digunakan adalah iklan mobil *hybrid* yang ada pada majalah *Le Figaro* edisi bulan Agustus-Oktober 2020. Iklan mobil *hybrid* ini dibuat oleh beragam produsen mobil dengan merk yang berbeda.

Pada dewasa ini, produsen berlomba-lomba untuk menciptakan mobil yang lebih ramah lingkungan, dengan emisi gas buang yang lebih rendah dibandingkan mobil konvensional. Sehingga terciptalah mobil *hybrid* ini. Disamping itu, iklan yang menjadi daya tarik produk, juga ikut mengalami perubahan. Tema iklan yang futuristik menjadi acuan untuk mendukung penjualan produk mobil *hybrid* ini. Iklan mobil *hybrid* ini ditujukan kepada kelas masyarakat menengah ke atas yang sanggup untuk membeli mobil *hybrid*, juga sadar akan pengaruh gas buang kendaraan terhadap lingkungan sekitar.