
BAHASA

NO. 89 TH XL 2014 ISSN : 085-8515 Periode Januari – Maret 2014

THE
Character Building
UNIVERSITY



**FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
MEDAN**

DAFTAR ISI

	Halaman
Pengantar	i
Daftar Isi	ii
1. Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel Sanggup Baru	1
2. Linguistik Dan Membaca Johan Sinulingga	13
3. Bagaimana Cara Pengajar Dalam Mendorong Pelajar Memanfaatkan Internet Dalam Kehidupannya Linda Aruan	28
4. Mengkaji Fiksi Dengan Pendekatan Struktural Melalui Teknik Membaca Formula 5 S Fitriani Lubis, Muharrina Harahap	35
5. Analisis prinsip kerjasama grice pada program talk show kick andy “jodoh di ujung jari” Pengadilen Sembiring	44
6. Analisis Penerapan Teori Proporsi Dan Perspektif Pada Gambar Bentuk Benda Kubistik Karya Mahasiswa Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Medan Mesra	52
7. Analisis Wacana Iklan Trans Tv (Tinjauan Kohesi Dan Koherensi) Anni Holila Pulungan	66
8. Deskripsi Fonotaktik Bahasa Sunda Elvi Syahrin	77
9. Penerapan Model Problem Based Instruction Untuk Meningkatkan Kemampuan Menganalisis Unsur Intrinsik Novel ‘Menggapai Matahari’ Karya Adnan Katino Pada Mahasiswa Jurusan Bahasa Dan Sastra Indonesia Fbs Unimed Tahun Perkuliahan 2011/2012 Hendra Kurnia Pulungan, Tingkos Sinurat	88
10. Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual Meisuri	97

PENGANTAR

Pada edisi ini terbitan Bahas dimulai dengan bahasan *Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel* dibahas oleh **Sanggup Barus**, *Linguistik Dan Membaca*, oleh **Johan Sinulingga**, *Bagaimana Cara Pengajar Dalam Mendorong Pelajar Memanfaatkan Internet Dalam Kehidupannya* dibahas oleh **Linda Aruan**, *Mengkaji Fiksi Dengan Pendekatan Struktural Melalui Teknik Membaca Formula 5 S*, oleh **Fitriani Lubis**, **Muharrina Harahap**.

Selanjutnya, **Pengadilen Sembiring** membahas tentang *Analisis prinsip kerjasama grice pada program talk show kick andy “jodoh di ujung jari”*. *Antonim Dalam Bahasa Jepang, Analisis Penerapan Teori Proporsi Dan Perspektif Pada Gambar Bentuk Benda Kubistis Karya Mahasiswa Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Medan* dilanjutkan oleh **Mesra**. *Analisis Wacana Iklan Trans Tv (Tinjauan Kohesi Dan Koherensi)* dibahas oleh **Anni Holila Pulungan**.

Kemudian Bahas pada periode ini ditutup oleh tulisan **Elvi Syahrin** *Deskripsi Fonotaktik Bahasa Sunda*, kemudian **Hendra Kurnia Pulungan**, **Tingkos Sinurat** membahas *Penerapan Model Problem Based Instruction Untuk Meningkatkan Kemampuan Menganalisis Unsur Intrinsik Novel ‘Menggapai Matahari’ Karya Adnan Katino Pada Mahasiswa Jurusan Bahasa Dan Sastra Indonesia FBS Unimed Tahun Perkuliahan 2011/2012*, dan dilanjutkan oleh **Meisuri** membahas tentang *Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual*.

Medan, Maret 2014

I/Zul
Redaktur

THE
Character Building
UNIVERSITY

ANALISIS WACANA IKLAN TRANS TV (TINJAUAN KOHESI DAN KOHERENSI)

Anni Holila Pulungan
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Kajian ini merupakan kajian yang berfokus pada penganalisisan wacana iklan. Iklan-iklan yang dianalisis ini ditinjau dari segi kohesi dan koherensinya yang berasal dari salah satu televisi swasta, yaitu Trans TV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif sinkronis dan teknik analisisnya adalah teknik padan. Data wacana iklan bersumber pada bahasa lisan yang diambil dari wacana iklan televisi swasta yaitu Trans TV. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga tipe dasar yakni tipe A dengan tipe dasar pembentuk kohesif yang memiliki delapan subtipe. Tipe B dengan tipe dasar wacana kohesif dengan daya koheren yang memiliki tiga subtipe. Tipe C yaitu daya koheren pada wacana yang tidak kohesif. Daya kohesi berupa pemarkah leksikal dan gramatikal. Topik yang diiklankan merupakan kata kunci dalam wacana yang bersangkutan.

Kata Kunci: *wacana iklan, kohesi, koherensi*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu sarana komunikasi, baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa iklan merupakan salah satu wujud Ragam Bahasa Jurnalistik (RBJ) yaitu ragam bahasa yang digunakan oleh insan kreatif, dalam hal ini para pembuat atau pendesain iklan. Ragam bahasa tersebut mengandung daya informatif persuasif yang secara konsensus harus memilih kata-kata yang dimengerti oleh khalayak penonton televisi. RBJ juga mempunyai sifat khas yang menjadi karakteristiknya yakni singkat, lancar, padat, sederhana, lugas, netral, dan menarik.

Sebagai salah satu wujud dari ragam bahasa jurnalistik, bahasa iklan memiliki sebuah bentuk komunikasi yang khusus. Bahasa iklan merupakan bahasa yang dipakai untuk menyampaikan segala bentuk pesan tentang suatu produk di berbagai media, baik elektronik maupun media cetak, yang ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sebagai sebuah bentuk komunikasi atau pesan suatu produk, iklan dapat menjadi alat untuk menarik perhatian (*attention-getting advice*). Warna, ilustrasi, judul, teks, dan logo suatu iklan (dalam hal ini iklan di televisi) dapat digunakan sebagai sarana bagi biro jasa periklanan untuk memberikan kesan kepada target penonton, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Iklan sebagai sarana promosi yang sifatnya mencari keuntungan, diupayakan penyusunan sebuah wacana iklan yang dapat menarik perhatian penonton dan pesan yang dikandungnya dapat diterima oleh kelompok masyarakat sasaran yang pada gilirannya kelompok tersebut dapat memberikan umpan balik berupa keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Iklan di televisi menggunakan sarana media audio dan visual. Detail-detail visual seperti gerakan kamera, lokasi, penyutradaraan para aktor dan kata-kata yang tepat

diperlihatkan di layar yang disertai semua detail audio, termasuk 'voice over'. Perpaduan audio dan visual yang membentuk sebuah wacana yang utuh tentu menimbulkan pemakaian upaya koheren yang menarik. Untuk membentuk wacana iklan yang padu, pemakaian bahasanya diupayakan mempunyai keruntutan bentuk, sehingga memiliki pemarkah kohesif. Agar wacana iklan menjadi kreatif dan cerdas secara visual diperlihatkan ide tersebut. Informasi atau pesan yang ingin disampaikan kepada penonton tidak hanya cukup melalui wacana yang kohesif saja. Detail-detail visual akan membantu untuk menyampaikan pesan atau tujuan komunikator kepada komunikan. Dilatarbelakangi oleh hal-hal di atas, penelitian mengenai kohesi dan koherensi wacana iklan di televisi (Trans TV) menarik untuk dilakukan.

WACANA

Para ahli bahasa sampai saat ini masih memiliki pandangan yang beragam mengenai definisi wacana. Cook (1989:6-7) mengemukakan bahwa wacana merupakan suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulis (cf. Brown dan Yule, 1983; Widdowson, 1981; Halliday dan Hasan, 1979). Wacana merupakan rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain untuk membentuk satu kesatuan. Kalimat yang pertama menyebabkan timbulnya kalimat yang kedua, kalimat yang kedua menjadi rujukan kalimat yang ketiga dan seterusnya.

Didasarkan pada pemahaman definisi di atas, bermakna bahwa bentuk wacana diisyaratkan melebihi tataran kalimat, di samping itu harus bersifat koheren. Pendapat tersebut tidak mempertimbangkan bahwa banyak wacana yang tidak lengkap maupun utuh dari segi bentuknya. Selanjutnya, Brown dan Yule (1996) mengungkapkan bahwa "*The analysis of discourse is, necessarily, the analysis of language in use*". Dari definisi yang singkat tersebut diketahui bahwa analisis wacana adalah analisis atas bahasa yang digunakan. Ini berarti mereka bertitik tolak dari segi fungsi bahasa; yang bermakna analisis wacana mengkaji untuk apa bahasa itu digunakan. Dalam analisisnya kedua pakar itu memfokuskan bahasa pada dua fungsi yaitu (1) fungsi transaksional, merupakan fungsi bahasa untuk mengungkapkan 'isi', (2) fungsi interaksional adalah fungsi bahasa yang terlibat dalam pengungkapan hubungan-hubungan sosial dan sikap-sikap pribadi.

KOHESI DAN KOHERENSI

Pada hakikatnya wacana yang baik itu memiliki hubungan kohesi dan koherensi antara kalimat sebelumnya dengan kalimat sesudahnya atau hubungan antarkalimat. Kohesi mengacu pada aspek formal bahasa yakni struktural dan leksikalnya (Widdowson, 1978). Moeliono (1990) mengemukakan bahwa kohesi leksikal adalah hubungan antara satuan-satuan bahasa melalui unsur-unsur pengikat dalam wacana. Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh para pakar bahasa tersebut dapat disimpulkan bahwa kohesi adalah ikatan bentuk-bentuk bahasa. Adanya pertalian yang sesuai antara apa yang telah dikatakan dengan apa yang dinyatakan terdahulu.

Sebaliknya, koherensi wacana adalah hubungan logis antara bagian-bagian karangan atau antara kalimat-kalimat dalam suatu wacana atau teks. Bagian-bagian karangan yang memiliki hubungan logis akan membentuk satu kesatuan

makna. Labov (1965) menegaskan bahwa koherensi wacana semata-mata bukan hubungan logis antara kalimat-kalimat dalam wacana tetapi karena adanya reaksi tindak ujar yang terdapat dalam ujaran kedua terhadap ujaran sebelumnya. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan koherensi adalah hubungan logis antara bagian-bagian karangan antara kalimat-kalimat dalam wacana yang membentuk hirarki yang terstruktur rapi dan mendukung suatu kesatuan gagasan. Gutwinski (1976:27) mengatakan bahwa alat-alat kohesi hanya dapat menjembatani saja. Bila melalui alat-alat kohesi tidak ditemukan kekoherensian suatu wacana, maka dilakukan cara melalui kajian antarproposisi antara lain hubungan sebab akibat, hubungan aditif temporal, hubungan latar-simpulan, hubungan aplikatif, dan hubungan sarana-hasil.

MODEL STRUKTUR IKLAN

Wacana iklan memiliki tiga unsur pembentuk struktur wacana, yakni (1) bagian utama (*headline*), (2) badan (*body*), (3) penutup (*close*) (Bolen, 1984). Bagian utama iklan adalah bagian yang menyajikan pesan-pesan iklan yang penting dan menarik agar calon konsumen membelinya. Pada bagian utama iklan terkandung proposisi-proposisi berikut: proposisi yang berfokus pada keuntungan calon konsumen, proposisi berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih, proposisi yang memberi komando pada calon konsumen, proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus.

Selanjutnya, badan iklan berfokus pada menarik minat dan kesadaran calon konsumen. Dengan berdasar pada motif calon konsumen dalam membeli sesuatu, yaitu motif emosional dan rasional, maka bagian badan wacana iklan hendaknya mengandung alasan objektif (rasional) dan alasan subjektif (emosional). Misalnya cuplikan iklan yang diambil dari Analisis Wacana Kajian Bahasa dalam Pemakaian,

Wanita 1 :”Daripada beli emas *mendingan* beli susu kental manis Bendera.”
Wanita 2 :”Apa hubungannya?”
Wanita 3 :”Kita kan memperoleh dua keuntungan. Dengan minum susu kental manis Bendera anak-anak akan tumbuh sehat dan pintar. Kita juga punya kesempatan mendapat kepingan emas murni.”

Terakhir, penutup iklan berfokus pada informasi-informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diiklankan. Informasi jenis ini dinamakan butir-butir pasif. Informasi tersebut dapat berupa nomor telepon, cap dagang, dan tempat pelayanan. Informasi tersebut pada hakikatnya merupakan informasi tambahan yang penting dan apabila dihilangkan dapat menimbulkan masalah.

Dalam mengembangkan bagian penutup wacana iklan, ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu pendekatan penjualan (*selling approach*) dan butir-butir pasif. Pendekatan penjual yang dapat digunakan untuk mengakhiri bagian iklan adalah dengan cara keras dan lemah. Bentuk cara keras contohnya “*Oke buruan* sebelum habis”, sedangkan cara lemah digunakan untuk menutup wacana iklan yang bertujuan mengubah tindakan calon konsumen yang tidak mendesak sifatnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian mengenai analisis kohesi dan koherensi wacana iklan di Trans TV ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Deskriptif merupakan gambaran ciri-ciri data secara akurat sesuai dengan sifat alamiah itu sendiri. Deskripsi bermakna bahwa penelitian yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan fakta yang ada. Data yang disusun dalam tulisan ilmiah dipilih berdasarkan ciri ilmiah tertentu (Djajasudarma, 1994). Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data yang diambil dari penayangan wacana iklan Trans TV. Hal ini dimaksudkan agar seluruh iklan yang ditampilkan dapat diambil.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penggunaan pemarkah pembentuk kohesif dan koheren dalam penelitian ini diklasifikasi berdasarkan adanya wacana yang kohesif dan koheren serta adanya wacana yang tidak kohesif tetapi koheren. Wacana yang kohesif dan koheren dapat dibedakan menjadi wacana yang maknanya langsung dapat dimengerti dan wacana yang maknanya harus ditafsirkan melalui proses inferensi, interpretasi lokal dan analogi. Wacana yang artinya dapat langsung dimengerti *audience* ditemukan adanya pemarkah pembentuk kohesi yang antara lain pemarkah leksikal dan gramatikal. Ada bentuk percakapan yang ditinjau dari kata-katanya tidak kohesif tetapi dari maknanya koheren. Wacana iklan televisi selalu disertai penayangan gambar dalam menafsirkan maknanya. Dengan begitu, ada wacana yang tidak kohesif tetapi koheren sebagai akibat pemahaman yang bersifat analogi dan interpretasi lokal. Wacana iklan televisi terdiri atas tiga tipe yakni tipe A, B, dan C. Klasifikasi ini didasarkan adanya pembentuk kohesif berupa pemarkah leksikal, gramatikal dan pemarkah koheren.

1. Kohesi Tipe A

Kohesi tipe A dengan pemarkah leksikal dan pemarkah gramatikal sebagai tipe dasar memiliki delapan sub tipe yakni pengulangan leksikal, hiponim, kombinasi pengulangan leksikal, anafora, kombinasi pengulangan leksikal, konjungsi dan anafora, kombinasi pengulangan leksikal dan konjungsi, kombinasi referensi yang bersifat eksofora dan pengulangan, dan kombinasi pengulangan leksikal dan paralelisme.

a. Pengulangan Leksikal

Bentuk pengulangan merupakan ulangan kata dan frasa baik secara keseluruhan maupun sebagian. Bentuk yang diulang dan pengulangannya menunjukkan makna yang berhubungan, sehingga pengulangan leksikal itu merupakan alat kohesif yang mendukung keutuhan wacana. Dengan begitu, pengulangan dapat berfungsi sebagai pemarkah kohesi antarkalimat dan antarklausa terutama untuk memberi penekanan pada isi atau maksud yang disampaikan. Wacana yang termasuk dalam tipe ini dapat dilihat dalam data berikut.

1. (31) Sehat...bermain...melompat...di udara...*Scots emulsion*, ku tumbuh sehat.
Scots emulsion mengandung dha, vitamin A & D, kalsium & DHA yang

berguna untuk kesehatan dan pertumbuhan. *Scots emulsion* tumbuh sehat, tumbuh kuat.

Berdasarkan data (31) di atas terlihat adanya bentuk perulangan *scots emulsion*. *Scots emulsion* pada kalimat *scots emulsion* *kutumbuh sehat* menduduki fungsi subjek. Pada kalimat *scots emulsion* *mengandung dha, vitamin A & D, kalsium & DHA yang berguna untuk kesehatan dan pertumbuhan*, dan kalimat *scots emulsion* *tumbuh sehat, tumbuh kuat* juga menduduki fungsi yang sama yakni berfungsi sebagai subjek. *Scots emulsion* merupakan kata yang diulang yang merupakan kata kunci dalam wacana tersebut. Bentuk ini dapat dijelaskan dengan melihat kalimat *scots emulsion* *ku tumbuh sehat* dan *scots emulsion* *mengandung DHA, vitamin dan A & D, kalsium dan DHA yang berguna untuk kesehatan dan pertumbuhan* sehingga pendengar memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan jelas mengenai perihal *scots emulsion* itu. Perulangan leksikal *Scots emulsion* pada wacana (31) tersebut juga memiliki daya kohesif di mana kalimat pertama, kedua, dan ketiga memiliki pertautan antara yang satu dengan yang lainnya.

b. Hiponim

Hiponim adalah kesatuan atau kelas yang sama dari beberapa kata atau kelompok kata yang memiliki filter yang sama. Penggunaan bentuk kata atau kelompok kata yang berhiponim adalah untuk mengemukakan sesuatu secara lebih rinci. Berikut datanya.

2. (28) Formula anti proteksi, melindungi gigi luar dan dalam. Dari luar membersihkan. Ekstra kalsium memulihkan lubang mikro dan *flouride* melindungi email gigi. Dari dalam kekuatan melindungi gusi dari bakteri *Sensodyne* melindungi semuanya.

Pada data (28) tersebut dapat diketahui bentuk-bentuk yang berhiponim adalah *sensodyne*, *formula anti proteksi*, *ekstra kalsium*, dan *flouride*. Keseluruhan bentuk data (28) itu berada pada kelas yang sama yaitu membersihkan gigi. *Formula anti proteksi* pada kalimat *Formula anti proteksi, melindungi gigi luar dan dalam*. Dari luar membersihkan menduduki fungsi subjek. Ekstra kalsium pada kalimat *ekstra kalsium memulihkan lubang mikro dan flouride* pada kalimat *flouride melindungi email gigi dari dalam kekuatan melindungi gusi dari bakteri* keduanya juga menduduki fungsi subjek. *Sensodyne* melindungi semuanya. Bentuk-bentuk hiponim tersebut hadir pada kalimat yang berbeda yang memiliki fungsi sebagai pemarkah antarkalimat.

c. Paralelisme

Paralelisme adalah penyejajaran bentuk dalam suatu konstruksi. Penyejajaran tersebut dapat berupa kata, frasa atau kalimat yang berdekatan. Oleh sebab itu, paralelisme juga berfungsi sebagai pemarkah kohesi wacana. Di bawah ini akan dipaparkan data yang termasuk paralelisme.

3. (14) “Siapa bilang kulit berminyak tidak perlu pelembab. Saat kelembaban hilang, kulit lebih banyak memproduksi minyak. Agar tetap lembab. *Ponds*

multi care moisturizer menjadikan kulit berminyak tampak lebih putih dan tidak berkilat.

Kalimat *Ponds multi care moisturizer menjadikan kulit berminyak tampak lebih putih dan tidak berkilat* yang terdapat dalam data (14) merupakan kalimat yang terdiri atas dua klausa. Klausa pertama adalah *Ponds multi care moisturizer menjadikan kulit berminyak tampak lebih putih*. Klausa pertama ini memiliki bentuk paralelisme *tampak lebih putih* yang menduduki fungsi objek, yaitu objek pertama. Klausa kedua adalah *Ponds multi care moisturizer menjadikan kulit berminyak tampak tidak berkilat*. Sementara, klausa kedua ini memiliki paralelisme *tidak berkilat* yang menduduki fungsi objek, yakni objek kedua. *Tampak lebih putih dan tidak berkilat* adalah bentuk paralelisme yang berfungsi sebagai pemarkah antarklausa.

d. Kombinasi Pengulangan Leksikal dan Anafora

Referensi merupakan ungkapan kebahasaan yang dipakai oleh seorang pembicara atau penulis untuk mengacu pada hal-hal yang dibicarakan. Bentuk referensi tersebut dapat berupa endofora (anafora dan katafora) yang bersifat tekstual yang berada dalam teks. Anafora referensinya mengacu ke dapan, sedangkan katafora referensinya mengacu ke belakang. Berikut pemaparannya.

4. (6) "Bahkan lubang sekecil apapun bisa jadi masalah besar. Pepsodent mencegah gigi berlubang. Formula kalsium gandanya mampu menggantikan kalsium yang hilang dan mencegah gigi berlubang. Pepsodent pencegah gigi berlubang, makan, minum, hidup lebih baik dengan pepsodent.

Kata ganti-nya pada kata gandanya yang menjadi keterangan pada kalimat *Formula kalsium gandanya mampu menggantikan kalsium yang hilang dan mencegah gigi berlubang* merujuk pada *Pepsodent* yang menjadi subjek pada kalimat tersebut. *Pepsodent* pada wacana tersebut adalah kata kunci. Hal ini dapat diterangkan dengan melihat kalimat-kalimat yang mengandung leksikal *lubang sekecil apapun bisa jadi masalah besar* dan *pencegah gigi berlubang*. Kalimat-kalimat itu merupakan keterangan tentang keadaan manfaat *Pepsodent* sehingga diharapkan para pendengar dapat memperoleh gambaran yang lengkap mengenai *Pepsodent*.

e. Kombinasi Pengulangan Leksikal, Konjungsi dan Anafora

Data di bawah ini menunjukkan adanya kombinasi pengulangan leksikal, konjungsi dan anafora.

5. (10) "Anda pikir tulang anda kuat? Pikir sekali lagi. Tulang ada dua lapisan. Lapisan luar yang kuat dan lapisan dalam yang lemah, serta mudah rapuh dari dalam. Baru, Anlene dengan nano kalsium. Nano kalsium seratus kali lebih kecil dibandingkan kalsium biasa. Anlene dengan nano kalsium membantu memperkuat tulang dari dalam. Agar tulang anda benar-benar kuat. Baru ! Anlene dengan nano kalsium.

Kata ganti *Anda* pada data (10) *Anda pikir tulang anda kuat?* Adalah subjek dari kalimat tersebut. Pada kalimat ini terdapat bentuk leksikal anafora *Anda*. Kata ganti itu bukan merupakan kata kunci pada wacana tersebut. Kata kuncinya adalah

Tulang. Ini dapat dijelaskan melalui pengembangan leksikal Tulang yang terdapat pada kalimat pertama yaitu *Anda pikir tulang anda kuat ?* yang mengajukan pendapat, yang dilanjutkan dengan *Tulang ada dua lapisan. Lapisan luar yang kuat dan lapisan dalam yang lemah, serta mudah rapuh dari dalam* yang mengemukakan pemberian informasi. Bentuk perulangan pada kalimat itu berfungsi sebagai pemarkah antarkalimat.

Konjungsi *dan* dan *serta* yang terdapat dalam data (10) berfungsi untuk menggabungkan tiga klausa yang setara. Klausa pertama adalah lapisan luar yang kuat, klausa yang kedua adalah lapisan dalam yang lemah, sedangkan klausa ketiga adalah mudah rapuh dari dalam. Klausa yang dimarkahi dengan konjungsi *dan*, *serta* berfungsi untuk menghubungkan antara satu kalimat dengan kalimat lainnya.

Pada kalimat *Baru ! Anlene dengan nano kalsium* di sini juga terdapat bentuk konjungsi *dengan*. Konjungsi ini berfungsi untuk menghubungkan nomina pertama yaitu *Anlene* dan nomina kedua yakni *Nano kalsium*. Selanjutnya, pada kalimat *Nano kalsium seratus kali lebih kecil dibandingkan*. Konjungsi ini berfungsi untuk membandingkan sebuah bentuk tuturan. *Anlene dengan nano kalsium membantu memperkuat tulang dari dalam*. Konjungsi pada kalimat ini tampak adanya konjungsi *dengan* dan *dari*. Konjungsi *dengan* berfungsi untuk menghubungkan antara nomina *Anlene* dan *Nano kalsium*, sedangkan konjungsi *dari* menunjukkan asal. Pemarkah *Agar* pada *Agar tulang anda benar-benar kuat* berfungsi untuk menyatakan hasil. *Baru ! Anlene dengan nano kalsium*. Pada kalimat terakhir ini juga ditemukan adanya konjungsi *dengan* yang berfungsi untuk menghubungkan antara satu kata dengan kata lainnya.

f. Kombinasi Pengulangan Leksikal dan Konjungsi

Kombinasi pengulangan leksikal dan konjungsi dapat dilihat pada data berikut.

6. (39) Anakku flu, pilek, batuk juga. Flu dan batuk pada anak yang khas.... Bisa untuk flu atau batuk saja. Bodrexin flu dan batuk. Flu dan batuk reda, si kecil kembali ceria.

Pemarkah dan pada data (39) berfungsi untuk menggabungkan dua klausa yang setara. Data di atas menunjukkan adanya dua bentuk klausa yaitu *Flu pada anak yang khas....* merupakan klausa pertama sebagai klausa inti dan *Batuk pada anak yang khas....* adalah klausa kedua yang bukan klausa inti. *Flu* menduduki fungsi subjek demikian juga dengan *Batuk*. Data (39) juga menunjukkan adanya dua bentuk pemarkah yaitu *untuk* dan *atau*. Kalimat selanjutnya, pada *Bodrexin flu dan batuk* dapat diamati adanya bentuk konjungsi *dan*. Klausa pertama *Bodrexin flu* menduduki fungsi subjek, klausa kedua *Bodrexin batuk* juga menduduki fungsi subjek. Pada data ini terdapat predikat yang dilesapkan yaitu *meredakan*. Jadi kalimat secara keseluruhannya adalah *Bodrexin flu dan batuk meredakan batuk si kecil*.

g. Kombinasi Referensi yang Bersifat Eksofora dan Pengulangan

Kombinasi referensi-ku, kita, anda ini (bersifat eksofora) dan pengulangan terdapat dalam data di bawah ini.

7. (8) “Aku duks hitam. Hitam itu memukau. Tampil memukau untuk tanpa ketombe. Dengan clear tak ada lagi ketombe. Aku percaya clear. Ketombe tak datang lagi. “My name’s Rhein....Clear tak ada lagi ketombe.

Data (8) tampak adanya pronomina persona pertama tunggal *Aku* merujuk pada pembicara. Pronomina ini bersifat deiktis. *Clear* pada data (8) merupakan bentuk perulangan dan ternyata sebagai kata kunci dalam wacana tersebut. Hal ini dapat dilihat pada kalimat *Dengan clear tak ada lagi ketombe. Aku percaya clear. Ketombe tak datang lagi. “My name’s Rhein Clear tak ada lagi ketombe.* Kalimat-kalimat itu merupakan pengembangan leksikal *Clear*. Keseluruhannya berfungsi menjelaskan fungsi atau kegunaan *Clear*. Perulangan *Clear* pada data (8) merupakan daya kohesif. Ini dapat diketahui dari pemarkah leksikal *Clear* pada kalimat *Dengan clear tak ada lagi ketombe. Aku percaya clear. Clear tak ada lagi ketombe* mengacu pada makna yang sama yaitu ‘nama salah satu jenis pembersih (shampoo) rambut’.

- h. Kombinasi Pengulangan Leksikal dan Paralelisme

Data berikut merupakan kombinasi pengulangan leksikal dan paralelisme.

8. (58) Mata merah, pedih, dan gatal. Braitto tetes mata sekali pakai. Braitto menakjubkan yang menjaga mata anda. Produksi konimex.

Mata merah, pedih dan gatal adalah kalimat yang terdiri atas dua klausa. Klausa pertama adalah *mata merah* dimana *merah* sebagai predikat pertama. Klausa kedua adalah *mata pedih* dan *pedih* sebagai predikat kedua. Klausa ketiga adalah *mata gatal* dimana *gatal* sebagai predikat ketiga. *Merah, pedih dan gatal* adalah bentuk yang berparalelisme dan berfungsi sebagai pemarkah antarklausa karena bentuk tersebut sebagai predikat pada klausa berbeda.

Braitto pada wacana tersebut adalah bentuk perulangan dan merupakan kata kunci. Hal ini dapat dilihat melalui pengembangan leksikal *Braitto* yang menyatakan penjelasan dan khasiatnya yaitu pada kalimat *Braitto tetes mata sekali pakai* dan kalimat *Braitto menakjubkan yang menjaga mata anda*. Perulangan *Braitto* merupakan daya kohesif. Ini tampak pada leksikal *Braitto* pada kalimat *Braitto menakjubkan yang menjaga mata anda* memiliki persamaan makna yaitu ‘nama suatu jenis obat mata’.

9. Koheren pada Wacana Kohesif Tipe B

Koheren pada wacana kohesif tipe B sebagai tipe dasar mempunyai tiga sub tipe yaitu inferensi pada wacana kohesif, interpretasi lokal dan analogi pada wacana kohesif, dan interpretasi lokal pada wacana yang kohesif.

- a. Inferensi pada Wacana yang Kohesif

Inferensi adalah proses yang harus dilakukan oleh pendengar atau pembaca untuk melihat makna yang secara harfiah tidak terdapat pada wacana yang diungkapkan oleh pembicara atau penulis. Dalam penelitian ini ditemukan adanya kelompok wacana yang memiliki pemarkah kohesif akan tetapi *audience* dalam menafsirkan maknanya harus melakukan proses inferensi. Perhatikan data berikut.

1. (48) A: “Pokoknya aku malam ini rapat !”
 B: “Rapat...rapat...tiap hari rapat melulu...”
 C: “Oalah kalau suamimu lagi nggak kerasan di rumah pasti ada apa-apanya.”
 B: “Nggak rapat, mas?”
 A: “Enakan rapat di rumah”
 B: “Ramuan madura”

Kalimat pertama pada data (48) *Pokoknya aku malam ini rapat* dan kalimat kedua *Rapat...rapat tiap hari rapat melulu* adalah dua kalimat yang kohesif pada data tersebut dan terlihat juga adanya bentuk pengulangan leksikal rapat. Kalimat ketiga pada data (48) *Oalah kalau suamimu lagi nggak kerasan di rumah pasti ada apa-apanya* diucapkan C seorang perempuan tua sambil memegang bungkus jamu Ramuan Madura. Sementara itu, kalimat kedua data (48) diucapkan oleh seorang perempuan dengan nada tinggi dan tampak kesal. Pada situasi yang demikian dengan menggunakan pengalaman yang dipunyai, kita dapat melakukan inferensi bahwa tuturan C pada kalimat keempat bisa ditafsirkan sebagai sebuah saran karena hubungan B dan A sedang tidak harmonis. Melalui proses inferensi kalimat pertama, kedua dan keempat akan tetap koheren. Kalimat keempat *Enggak rapat, mas?* Dan kalimat *Enakan rapat di rumah* adalah dua kalimat yang kohesif. Upaya kohesif pada kalimat tersebut terlihat pada pengulangan leksikal rapat. Kalimat keempat diucapkan oleh B dengan tersenyum sambil menggandeng A. Kalimat kelima data (48) diucapkan oleh A sambil membalas senyum B. Dengan melihat konteks yang mendukung wacana tersebut kalimat Ramuan Madura dengan kalimat-kalimat sebelumnya secara keseluruhan tetap koheren.

B. Bagian pada Iklan

Bagian Utama (*Headline*) pada Iklan

Data di bawah ini adalah naskah iklan data (20 dan 57) dengan adaptasi sederhana untuk televisi.

(20)	Visual	Audio
	Seorang laki-laki berambut kriting sedang bermain gitar dan mengunyah permen	“Beraneka warna dalam hidupku...” Seperti ku saat makan permen yang kusuka...Nano....Nano....
	Tayangan lanjutan	Manis asam....asin....ramai rasanya.....
	Laki-laki itu makan permen sambil bernyanyi	Ada asin....ada asam...ada...ada...saja....
(57)	Visual	Audio
	Seorang laki-laki setengah baya dengan baya dengan pakaian seragam dokter sedang meyakinkan	Sensasional....sensasional....semua setuju Pepsodent baking soda pasta gigi yang dianjurkan oleh

bahwa Pepsodent disetujui oleh *dokter gigi Amerika. Hasilnya gigi-gigi semua orang tetap bersedih, sehat dan kuat. Pepsodent baking soda.* (Laki-laki memberi keyakinan.)

Berdasarkan naskah iklan data (20) dan data (57) dengan adaptasi sederhana untuk televisi bagian *headline* (bagian utama) kelihatan lebih jelas. Bagian *headline* yang digunakan pada iklan (20) terdapat pada bagian tuturan *Beraneka warna dalam hidupku*, sementara itu pada iklan (57) terdapat pada tuturan *sensasional...sensasional....*

Bagian *Body* pada Iklan

Berdasarkan naskah iklan data (20) dan data (57) dengan adaptasi sederhana untuk televisi, bagian *body* kelihatan jelas. Bagian *body* yang digunakan pada iklan (20) terdapat pada bagian tuturan *Seperti ku saat makan permen yang kusuka....Nano...Nano....Manis asam...asin...ramai rasanya....* sedangkan bagian *body* yang digunakan pada data (57) adalah *Pepsodent baking soda pasta gigi yang dianjurkan oleh dokter gigi Amerika. Hasilnya gigi-gigi tetap bersedih, sehat dan kuat.*

Bagian Penutup (*Close*)

Berdasarkan naskah iklan data (20) dan data (57) dengan adaptasi sederhana untuk televisi, bagian *close* kelihatan lebih jelas. Bagian *close* pada iklan (2) terdapat pada *“gambar mobil box yang biasanya digunakan untuk mengantar pepsodent ke toko-toko”*. Bagian *close* pada iklan (57) terdapat pada tayangan seorang pemuda yang bermain gitar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dan Saran

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian ini adalah kohesi pada wacana iklan televisi Trans yang ditemukan adalah berupa kohesi leksikal yang terdiri atas pengulangan, hiponim dan paralelisme dan kohesi gramatikal yang terdiri dari anafora, referensi eksofora dan konjungsi. Koheren yang ditemukan pada wacana iklan televisi Trans adalah berupa interpretasi lokal, proses inferensi, analogi dan ko-teks. Wacana iklan televisi Trans memiliki pola struktur yang bervariasi, yaitu wacana kohesif dan maknanya langsung bisa dimengerti dan maknanya harus ditafsirkan melalui koheren yaitu proses interpretasi lokal, analogi, inferensi yang didukung oleh faktor gambar dan sikap pembicara, serta wacana yang tidak kohesif dan proses interpretasi lokal, inferensi, ko-teks sebagai upaya koherennya. Selanjutnya, penelitian lanjutan masih perlu dilakukan misalnya dengan meneliti wacana iklan televisi Trans dalam kurun waktu yang berbeda maka dimungkinkan masih banyak ditemukan tipe-tipe penggunaan pemarkah kohesi dan koherensi yang baru. Hal ini berkaitan dengan perubahan model pada periode tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Brown, Gillian dan George Yule. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Cook, Guy. 1989. *Discourse*. Oxford: Oxford University Press.

Djajasudarama, T. Fatimah. 1994. *Wacana Pemahaman dan Hubungan antar Unsur*. Bandung: PT. Eresco

Gutwinski, W. 1976. *Cohesion in Literature Texts*. The Hague: Mouton.

Halliday, M.A.K. dan Ruqaiya Hasan. 1976. *Cohesion in English*. London, New York: Longman.

Kartomiharjo, Soeseno. 1993. *Analisis Wacana dengan Penerapannya pada Beberapa Wacana*. PELLBA 6.

Lyons, Jhon. 1977. *Semantics* (Volume 2). Cambridge: Cambridge University Press.

Sekilas tentang penulis : Dr. Anni Holila Pulungan, M.Hum. adalah dosen pada Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris FBS Unimed.



PENGANTAR

Pada edisi ini terbitan Bahas dimulai dengan bahasan *Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel Strategi Pembelajaran Siklus Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran Menulis Artikel* dibahas oleh **Sanggup Barus**, *Linguistik Dan Membaca*, oleh **Johan Sinulingga**, *Bagaimana Cara Pengajar Dalam Mendorong Pelajar Memanfaatkan Internet Dalam Kehidupannya* dibahas oleh **Linda Aruan**, *Mengkaji Fiksi Dengan Pendekatan Struktural Melalui Teknik Membaca Formula 5 S*, oleh **Fitriani Lubis**, **Muharrina Harahap**.

Selanjutnya, **Pengadilen Sembiring** membahas tentang *Analisis prinsip kerjasama grice pada program talk show kick andy “jodoh di ujung jari”*. *Antonim Dalam Bahasa Jepang, Analisis Penerapan Teori Proporsi Dan Perspektif Pada Gambar Bentuk Benda Kubistis Karya Mahasiswa Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Medan* dilanjutkan oleh **Mesra**. *Analisis Wacana Iklan Trans Tv (Tinjauan Kohesi Dan Koherensi)* dibahas oleh **Anni Holila Pulungan**.

Kemudian Bahas pada periode ini ditutup oleh tulisan **Elvi Syahrin** *Deskripsi Fonotaktik Bahasa Sunda*, kemudian **Hendra Kurnia Pulungan**, **Tingkos Sinurat** membahas *Penerapan Model Problem Based Instruction Untuk Meningkatkan Kemampuan Menganalisis Unsur Intrinsik Novel ‘Menggapai Matahari’ Karya Adnan Katino Pada Mahasiswa Jurusan Bahasa Dan Sastra Indonesia FBS Unimed Tahun Perkuliahan 2011/2012*, dan dilanjutkan oleh **Meisuri** membahas tentang *Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual Pemerolehan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Kedua Dalam Konteks Pendidikan Bilingual*.

Medan, Maret 2014

I/Zul
Redaktur

THE
Character Building
UNIVERSITY