

## RESUMÉ

**Winanta br. Marpaung. NIM 208331026. Analyse De L'utilisation De La Langue Familière Dans les Publicités du CNED (Centre National D'enseignement A Distance) Française. Mémoire. Section Française, Département Des Langues Étrangères, Faculté Des Langues et Des Arts, Universitas Negeri Medan, 2020.**

Le but de cette recherche a pour retrouver les caractéristiques de La langue familière utilisé dans les publicités du CNED (Centre National d'Enseignement à Distance). L'utilisation de cette méthode de recherche utilise des méthodes descriptives. Ensuite, tous les résultats de l'étude ont été réalisés en décrivant le vocabulaire de la langue utilisé dans l'annonce.

Les étapes de cette recherche sont: 1. Lire le texte en français dans la publicité du CNED 2018, Rechercher le vocabulaire de la langue familier, Analyser et classer les caractéristiques de la langue familière dans les publicités du CNED, Faire des conclusions et des suggestions.

Sur les résultats de recherche obtenus dans les annonces CNED (Centre National d'Enseignement à Distance) sous forme lexicale, il existe 15 mots en caractéristique de "vocabulaire Rélache (1 anacoluth, 1 thématization, 1 juxtaposition, 5 interjection,)", 8 mots de caractéristique du "nombreuse d'abréviation", 2 vocabulaires en caractéristique du remplaceur " nous-on "et le caractéristique d'élimination de" ne" dans les phrases négatives composées 1 mots. le nombre de types de lexical est environ 33 mots. Dans L'utilisation des types de grammatical, il y en a 2, à savoir: la caractéristique des phrases interrogatives sont à la fin de la phrase ". Il y a 1 mot, et dans le caractéristique " d'absence de "pas" il y a 1 mot. ainsi, le total de 2 mots sont utilisés dans les types grammaticaux. Et ils existe 2 éléments d'importants qui doivent accentuer de la langue familière dans les publicités du CNED sont lexicale et grammaticale.

**Mots Clés: analyse, la langue familière, les publicités du cned (centre national d'enseignement à distance).**

## ABSTRAK

**Winanta br. Marpaung. NIM. 208331026. Analisis Penggunaan *La Langue Familier* Pada *La publicité Du Cned (Centre National D'enseignement A Distance) Française*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa Prancis, Jurusan Bahasa Asing, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, 2020.**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat menemukan karakteristik *la langue familière* yang digunakan pada iklan CNED (Centre National d'Enseignement à Distance). Penggunaan metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Maka semua hasil penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan kosakata *la langue familière* yang digunakan pada iklan tersebut. Tahap pada penelitian ini adalah 1. Baca teks dalam bahasa Prancis di iklan CNED 201, Cari kosakata *la langue familier*, Analisis kosakata yang digunakan, Menganalisis dan mengklasifikasikan karakteristik *la langue familière* pada iklan CNED, Buat hasil analisis, Buat kesimpulan dan saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat pada iklan CNED (Centre National d'Enseignement à Distance) dalam bentuk leksikal terdapat penggunaan 15 kosakata pada "vocabulaire Rélache (1 anacoluth, 1 thématization, 1 juxtaposition, 5 interjection,)", 8 kosakata "nombreuse d'abrévation", 2 kosakata pada remplacez "nous-on" et élimination de "ne" en phrases négatives composées 1 kosakata. kosakata jenis kosakata leksikal sekitar 32 kosakata. Penggunaan pada jenis kosakata grammatikal, terdapat 2 jenis, yaitu: kalimat interogatif terdapat diakhir kalimat".terdapat 1 kosakata, et dan pada jenis " absence de "pas" terdapat 2 kosakata. jadi, jumlah 3 kosakata yang digunakan pada jenis grammatikal. *La langue familière* Pada iklan CNED terdapat dua element penting yaitu; leksikal dan grammatikal.

**Kata kunci : analisis, *la langue familier, la publicité du cned (centre national d'enseignement à distance.***