



**KOHESI LEKSIKAL DAN KOHESI GRAMATIKAL  
WACANA IKLAN ADVERTORIAL DAN IKLAN *DISPLAY*  
DALAM SURAT KABAR HARIAN *SUARA MERDEKA*  
EDISI JANUARI 2022**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:**

**ISMI JABAH**

**40418031**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA  
BUMIAYU  
2022**

**PENGESAHAN**

**KOHESI LEKSIKAL DAN KOHESI GRAMATIKAL  
WACANA IKLAN ADVERTORIAL DAN IKLAN *DISPLAY*  
DALAM SURAT KABAR HARIAN *SUARA MERDEKA*  
EDISI JANUARI 2022**

**SKRIPSI**

Oleh

**ISMI JABAH**

**40418031**

**Tim Penguji**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
Ketua	Dr. Winarto, M.Pd. NIDN 0612118801		<u>12 Oktober 2022</u>
Penguji 1	Cintya Nurika Irma, M.Pd. NIDN 0621109101		<u>12 Oktober 2022</u>
Penguji 2	Ririn Setyorini, M.Pd. NIDN 0601129101		<u>12 Oktober 2022</u>
Penguji 3	Mulasih, M.Pd. NIDN 0606068803		<u>12 Oktober 2022</u>

**Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan telah memenuhi  
syarat pada tanggal 14 Agustus 2022**



Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia,  
FKIP Universitas Peradaban



## PERNYATAAN ORISINILITAS DAN PUBLIKASI

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "Koehsi Leksikal dan Koehsi Gramatikal Wacana Iklan Advertorial dan Iklan *Display* dalam Surat Kabar Harian *Suara Merdeka* Edisi Januari 2022" ini adalah karya penelitian saya sendiri, bebas dari plagiarisme dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Permendiknas No. 17, Tahun 2010).
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai *author* dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya satu semester (enam bulan sejak pengesahan skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan skripsi ini, maka Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban berhak memublikasikan pada jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Bumiayu, 4 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Ismi Jabah

NIM. 40418031

## NOTA DINAS PEMBIMBING

**Yth. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia  
di Universitas Peradaban**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah saya melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap skripsi berjudul  
**“Koehsi Leksikal dan Koehsi Gramatikal Wacana Iklan Advertorial dan  
Iklan *Display* dalam Surat Kabar Harian *Suara Merdeka* Edisi Januari 2022”**  
yang ditulis oleh:

Nama : Ismi Jabah

NIM : 40418031

Jenjang : Strata Satu

Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan sebagai syarat ujian skripsi. Demikian nota dinas pembimbing ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Bumiayu,

Pembimbing



Mulasih, M.Pd.

NIDN 0606068803

## **MOTO**

Secapek apapun kita dalam kuliah, saat mengerjakan Skripsi teruslah berjuang, tuntaskan apa yang sudah kita mulai dan jangan menyerah. Lakukanlah hal kecil dengan cinta yang besar.

Percayalah, ketika niat kita baik akan ada jalan untuk kita pergi jauh lebih baik.  
Ingat, Tuhan tidak tidur. Tuhan bersama orang-orang baik.

(Ismi Jabah)

Tidak ada penelitian yang sempurna. Sidang itu “merayakan” apa yang telah dikerjakan dan diperjuangkan, termasuk ketidaksempurnaan itu. Semangat!

(Dianradika Prasti)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah Swt. atas segala berkah dan rahmat-Nya serta kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan segala kekurangannya. Skripsi ini dipersembahkan untuk

1. Kedua orang tua, Bapak Zainal Arifin dan Ibu Torisah yang telah mendidik, memberikan motivasi, dukungan, mendoakan, memberi kasih dan sayang untuk keberhasilan mengerjakan skripsi dengan baik dan lancar, semoga kalian bangga melihat saya;
2. Kakak kandung Mbak Mas'amah beserta Suami Mas Eko, sahabat kecil Dini Fika Sari dan A'izul Istiqomah serta keluarga yang telah memberikan motivasi, mendoakan, dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini;
3. Sahabat-sahabat yang saya banggakan dan sayangi, PBIN Karyawan Maya, Inok, Linda, Eko, PBIN Reguler Risna, Pedri, Nurul, Vitan, PGSD Karyawan Atik, Fidoh, Yunda, Hasan, Afif, Novi, Teknik Informatika Karyawan Mahmud, Buntas, Teknik Informatika Reguler Rafli, Dede, Manajemen Karyawan Rini, Sulis, Herman, Sani, Manajemen Reguler Gian, dan Akuntansi Karyawan Sofi, serta seluruh mahasiswa di Universitas Peradaban yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu;
4. Ibu Mulasih, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah memberi semangat, arahan, dan motivasi sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar dan selesai tepat waktu.

## ABSTRAK

**Jabah, Ismi.** 2022. “Kohesi Leksikal dan Kohesi Gramatikal Wacana Iklan Advertorial dan Iklan *Display* dalam Surat Kabar Harian *Suara Merdeka* Edisi Januari 2022”. Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban. Dosen Pembimbing: Mulasih, M.Pd.

**Kata kunci:** leksikal, gramatikal, iklan advertorial, iklan *display*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal wacana iklan advertorial dan iklan *display* dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang dianalisis berupa satuan kata, frasa, klausa dan kalimat yang mengandung bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal wacana iklan advertorial dan iklan *display*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022. Bentuk penggunaan kohesi leksikal ditemukan sebanyak 83 iklan dan kohesi gramatikal ditemukan sebanyak 42 iklan yang memuat iklan advertorial dan iklan *display*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik baca, teknik catat, dan teknik dokumentasi. Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Adapun teknik analisis data dilakukan yakni dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian ini terdapat bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal. Pertama, bentuk penggunaan kohesi leksikal wacana iklan advertorial yang meliputi repetisi, sinonim, antonim, dan hiponimi sedangkan iklan *display* yang meliputi repetisi, sinonim, antonim, hiponimi, kolokasi, dan ekuivalensi. Kedua, bentuk penggunaan kohesi gramatikal wacana iklan advertorial yang meliputi referensi dan konjungsi sedangkan iklan *display* yang meliputi referensi, elipsis, dan konjungsi. Bentuk penggunaan ini menunjukkan bahwa dalam iklan tersebut terdapat keserasian dan kepaduan antarbagian kalimat secara kohesif. Tujuan bentuk penggunaan dalam iklan ini dapat menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

## **ABSTRACT**

**Jabah, Ismi.** 2022. *Lexical Cohesion and Grammatical Cohesion of Advertorial and Display Advertising Discourse in Suara Merdeka Daily Newspaper January 2022 Edition*". Indonesian Education Study Program, Educational Sciences and Teacher Training Faculty, Peradaban University. Advisor: Mulasih, M.Pd.

**Keywords:** *lexical, grammatical, advertorial ads, display ads*

*This study aims to identify, describe, and analyze forms of using lexical cohesion, grammatical cohesion of advertorial advertisements and display advertisements in Suara Merdeka daily newspaper January 2022 edition. The type of research are used in this research qualitative research with descriptive method. The data analyzed are in the form of units of words, phrases, clauses, and sentences that contain forms of use of lexical cohesion and grammatical cohesion in the discourse of advertorial advertisements and display advertisements. The data used in this study is the daily newspaper Suara Merdeka January 2022 edition. The form of using lexical cohesion found as many as 83 advertisements and grammatical cohesion found as many as 42 advertisements containing advertorial advertisements and display advertisements. The data are collected through reading techniques, note-taking techniques, and documentation techniques. The technique of validating the data in this study is used a source triangulation technique. The technique of data analysis is carried out by means of data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. The results of this study show the use of lexical cohesion and grammatical cohesion. First, the form of using lexical cohesion in advertorial advertising discourse which includes repetition, synonyms, antonyms, and hyponymy; while display advertising which include repetition, synonyms, antonyms, hyponyms, collocation, and equivalence. Second, the form of using grammatical cohesion in advertorial advertising discourse which includes references and conjunctions; while display ads that includes references, ellipsis, and conjunctions. This form of usage shows that in the advertisement there is harmony and cohesion between the parts of cohesive sentence. The purpose of this form used in advertising can attract people's attention to buy the products or service offered.*



## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan kekuatan dan ketekunan, sehingga skripsi yang berjudul “Kohesi Leksikal dan Kohesi Gramatikal Wacana Iklan Advertorial dan Iklan *Display* dalam Surat Kabar Harian *Suara Merdeka* Edisi Januari 2022” dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pendidikan. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih setulus-tulusnya kepada

1. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Peradaban yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Peradaban;
2. Dr. Winarto, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Peradaban yang telah memberi kesempatan menyelesaikan studi di FKIP Universitas Peradaban;
3. Ibu Ririn Setyorini, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Peradaban dan selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, arahan, dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini;
4. Ibu Mulasih, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik;
5. Ibu Cintya Nurika Irma, M.Pd. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi penuntasan skripsi ini;
6. Dosen Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP di Universitas Peradaban yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan;
7. Kedua orang tua, Bapak Zainal Arifin dan Ibu Torisah yang senantiasa mendoakan, memberikan perhatian, kasih sayang, memotivasi dan memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial;
8. Kakak Mas'amah beserta suami yang telah memberikan perhatian, dukungan, dan senantiasa mendoakan;

9. Keluarga kedua, Karyawan Klinik Utama Rizqina Benda yang telah memotivasi dan memberikan semangat;
10. Civitas Akademika Universitas Peradaban;
11. Teman-teman Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat;
12. Terima kasih untuk teman-teman dan sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas motivasi dan doa yang tidak pernah putus diberikan kepada penulis.

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dalam pembuatan penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penggunanya sesuai dengan program studi Pendidikan Bahasa Indonesia dan sebagai acuan peneliti selanjutnya.

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINILITAS DAN PUBLIKASI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR .....	9
A. Landasan Teori .....	9
B. Penelitian Relevan .....	24
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B. Pendekatan Penelitian .....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data .....	33
E. Keabsahan Data .....	37

F. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan.....	117
BAB V PENUTUP.....	133
A. Simpulan.....	133
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Jenis kegiatan dan Waktu penelitian .....	30
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir .....	29
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Surat Kabar Harian <i>Suara Merdeka</i> .....	142
Lampiran 2. Kartu Data Bentuk Kohesi Leksikal Wacana Iklan Advertorial ...	143
Lampiran 3. Kartu Data Bentuk Kohesi Leksikal Wacana Iklan <i>Display</i> .....	156
Lampiran 4. Kartu Data Bentuk Kohesi Gramatikal Wacana Iklan Advertorial... .....	190
Lampiran 5. Kartu Data Bentuk Kohesi Gramatikal Wacana Iklan <i>Display</i> .....	201
Lampiran 6. Biodata Penulis.....	219

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Wacana merupakan salah satu kajian dalam ilmu linguistik yang diterapkan pada kajian lain, yaitu analisis wacana. Wacana adalah satuan bahasa berdasarkan kata yang digunakan untuk berkomunikasi dalam suatu konteks sosial. Satuan bahasa merupakan deretan kata atau bentuk ujaran. Wacana dapat berbentuk lisan atau tulis dan bersifat transaksional atau interaksional (Rohana & Syamsuddin, 2015: 3). Berkaitan dengan definisi wacana, Setiawati & Roosi (2019: 5) mengemukakan bahwa wacana adalah terminologi bahasa lisan dan tulis yang menunjukkan hubungan antarbagian (kohesi), keterpaduan (koherensi), dan bermakna (konotasi) yang digunakan untuk berkomunikasi dalam konteks sosial. Lebih lanjut, Khasanah (2021: 8) menjelaskan wacana adalah rangkaian kalimat yang berkait, mengandung klausa-klausa yang berhubungan, dan membentuk suatu kesatuan.

Terkait wacana tulis dapat dengan mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk kajiannya yang dimuat di surat kabar. Wacana tulis merupakan jenis wacana yang dikomunikasikan secara tidak langsung atau tertulis. Hal ini dinyatakan oleh Nugraha (2015: 31) bahwa wacana tulis digunakan untuk mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengumuman dengan menuliskan di media yang disediakan. Oleh sebab itu, analisis wacana berperan sangat penting dalam proses belajar bahasa, terutama pada



keterampilan menulis. Wacana tulis dapat dengan mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari baik media cetak maupun elektronik. Lebih lanjut, Shanti (2019: 20) mengemukakan bahwa wacana tertulis atau *written discourse* merupakan wacana yang disampaikan secara tertulis melalui media cetak. Wacana tulis dapat berbentuk iklan, cerpen, novel, artikel, esai, berita atau informasi tentang apapun.

Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan atau fungsi bahasa dalam komunikasi. Melalui analisis wacana, diharapkan kita dapat mengetahui apa isi teks dalam wacana tersebut, apa pesan yang ingin disampaikan, mengapa perlu disampaikan dan bagaimana pesan tersebut dikonstruksi dan dapat dipahami (Panggabean, 2015: 6). Oleh sebab itu, untuk menjadi sebuah wacana yang utuh maka harus mengandung aspek yang menyatu dan saling terkait. Aspek-aspek keutuhan ini dikelompokkan menjadi dua elemen, yakni kohesi dan koherensi. Unsur kohesi sebagai bentuk struktur internal dalam wacana yang baik dan utuh membutuhkan kalimat yang padu. Sofyaningrum dan Nur (2021: 84) mengemukakan bahwa kohesi adalah cara satu komponen berhubungan dengan komponen yang lainnya.

Berkaitan dengan aspek keutuhan, Khasanah (2021: 13) mengklasifikasikan unsur kohesi yakni aspek leksikal dan aspek gramatikal. Sehubungan dengan hal tersebut, Nugraha (2015: 44) menjelaskan bahwa konsep dasar kohesi mengacu pada hubungan bentuk. Menurut Putriana (2020: 72) konsolidasi atau jalinan makna dalam wacana dapat dilihat pada

konsolidasi leksikal yang disebut kohesi leksikal. Lebih lanjut, Khasanah (2021: 20) mengemukakan bahwa konjugasi leksikal atau integrasi leksikal adalah hubungan leksikal antarbagian wacana untuk mencapai keselarasan struktural yang kohesif. Adapun kohesi gramatikal juga dapat menyusun sebuah wacana secara kohesif. Menurut Yunus dan Nurfidiana (2021: 13) mengemukakan bahwa kohesi gramatikal merupakan keserasian yang dapat dicapai menggunakan elemen dan aturan gramatikal. Kohesi leksikal dan kohesi gramatikal sering terjadi dalam wacana periklanan di media cetak seperti majalah dan surat kabar.

Wacana iklan harus membujuk dan melibatkan konsumen, serta wacana yang disampaikan dalam iklan harus mempunyai kepaduan makna atau koheren. Dalam konteks ini, Pujiyanto (2013: 3) menjelaskan bahwa periklanan sebagai sarana penyampaian pesan tentang suatu produk atau jasa dari pengirim pesan (lembaga/produsen) kepada penerima pesan (masyarakat) agar membuat orang terinspirasi, tertarik, menyenangkan, dan patuh. Transmisi pesan dipublikasikan secara tidak langsung melalui media massa atau media lain yang dibaca oleh masyarakat umum untuk membangkitkan reaksi dan tindakan positif. Berkaitan dengan definisi iklan, Christandian, I Wayan, & Anak (2020) mengemukakan bahwa iklan sebagai wujud komunikasi adalah bentuk komunikasi yang didasarkan pada keinginan untuk mempengaruhi pemirsa dan untuk membeli barang yang ditawarkan oleh produsen.

Sehubungan dengan iklan, menurut Jaiz (2013: 74) ada dua jenis kategori khusus iklan berdasarkan media yang digunakan yaitu iklan cetak dan iklan elektronik. Bentuk iklan cetak meliputi iklan baris, iklan kolom, iklan advertorial, dan iklan *display*, sedangkan bentuk iklan elektronik meliputi iklan radio dan iklan televisi. Penelitian ini hanya meneliti dua bentuk iklan yaitu iklan advertorial dan iklan *display*. Iklan advertorial menurut Kriyantono (2021: 262) adalah iklan bergaya cerita, seperti halnya berita pada umumnya. Perbedaannya pada perusahaan adalah harus mengenakan biaya untuk dimuat. Biasanya menandai akhir dengan kata “advertorial atau adv”. Sedangkan iklan *display* menurut Morrisan (2015: 305) merupakan iklan bergambar yang terdiri dari judul dan teks serta foto, gambar, dan representasi visual lainnya.

Salah satu surat kabar yang kini telah menjadi surat kabar nasional yaitu surat kabar harian *Suara Merdeka* memuat iklan yang dipilih sebagai objek penelitian karena menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami dan sederhana dengan makna yang berbeda namun relevan untuk membentuk konteks yang koheren dan struktural untuk iklan serta dapat dipahami oleh semua orang. Surat kabar harian ini mendistribusikan korannya ke berbagai daerah yang sudah terkenal di pulau Jawa. Iklan di surat kabar harian ini akan menjadi pilihan menarik bagi pengiklan untuk menjangkau geografi tertentu dan target pengguna di dalam dan sekitar Jawa Tengah. Iklan selama periode ini juga dimaksudkan untuk memasarkan produk yang akan dijual. Selain tujuan tersebut, iklan hadir dalam berbagai format grafik yang sangat menarik

dan artistik. Hal ini dilakukan dengan menggunakan teknik cetak yang semakin modern, sehingga bentuknya sudah menjadi sebuah seni bukan hanya huruf.

Kajian iklan pernah diteliti oleh Alade, S. (2018) yang memiliki persamaan menganalisis iklan pada surat kabar, perbedaan pada kajian wacana yang meliputi unsur internal dan unsur eksternal, kemudian pada objek penelitian yakni iklan baris. Penelitian lain dilakukan oleh Sulaksono, D. (2019), persamaannya menganalisis aspek gramatikal dan aspek leksikal dalam surat kabar, sedangkan perbedaan pada objek penelitian yakni wujud iklan kecil. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Christandian, P. T. A., I Wayan, S., & Anak A. P. P. (2020) perbedaan pada objek penelitian yakni wujud iklan minuman. Adapun ketiga penelitian tersebut dapat menjadi bahan acuan sehingga pada penelitian ini memperoleh pembaharuan objek penelitian yakni menggunakan wujud iklan advertorial dan iklan *display*.

Ragam iklan yang terdapat dalam surat kabar harian *Suara Merdeka*, pertama, iklan advertorial meliputi iklan perkembangan daerah contoh: "...Susanto Markonyik, menilai telah terjadi pergeseran pagelaran ketoprak dulu dengan sekarang." (SM/27: 11), dan iklan korporat contoh: "...Elektrik PLN Risco Herlambang optimis timnya bisa meraih prestasi." (SM /11: 9) Kedua, iklan *display* meliputi iklan pengumuman contoh: "Jika setelah 30 (tiga puluh) hari tidak ada keberatan terhadap permohonan..." (SM/4: 18), iklan penjualan barang atau jasa contoh: "Dalam memilih tisu basah beralkohol, sebaiknya diperhatikan petunjuk..." (SM/11: 8), iklan ucapan

selamat contoh: “Selamat dan Sukses HUT PT. Semen Gresik.” (SM/10: 20), dan iklan ucapan duka cita contoh: “Semoga Almarhum Husnul Khotimah dan mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah SWT...” (SM/27: 9).

Subiklan merupakan salah satu sub yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, agar dapat mengetahui bagaimana kepaduan bentuk struktural antarbagian kalimat agar menjadi satu kesatuan yang baik dan utuh. Secara garis besar, beberapa jenis wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022 memiliki fungsi masing-masing yakni memperkenalkan, menginformasikan, dan memberitahukan produk atau suatu hal yang dianggap penting agar konsumen dapat mengetahui dan tertarik pada iklan yang ditayangkan.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan inti penelitian yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Berkaitan dengan latar belakang permasalahan di atas, maka penelitian ini berfokus pada bentuk penggunaan kohesi leksikal seperti repetisi atau pengulangan, sinonim atau padan kata, antonim atau lawan kata, hiponimi, kolokasi, dan ekuivalensi. Kemudian, penelitian ini juga berfokus pada bentuk penggunaan kohesi gramatikal yang berupa referensi, substitusi, elipsis, dan konjungsi dalam wacana iklan advertorial dan iklan *display* dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* media cetak tanggal 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, dan 31 Januari 2022.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk penggunaan kohesi leksikal wacana iklan advertorial dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022?
2. Bagaimana bentuk penggunaan kohesi leksikal wacana iklan *display* dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022?
3. Bagaimana bentuk penggunaan kohesi gramatikal wacana iklan advertorial dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022?
4. Bagaimana bentuk penggunaan kohesi gramatikal wacana iklan *display* dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis sebagai berikut:

1. Penggunaan jenis kohesi leksikal wacana iklan advertorial dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022;
2. Penggunaan jenis kohesi leksikal wacana iklan *display* dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022;
3. Penggunaan jenis kohesi gramatikal wacana iklan advertorial dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022; dan
4. Penggunaan jenis kohesi gramatikal wacana iklan advertorial dalam surat kabar harian *Suara Merdeka* edisi Januari 2022.

## E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu untuk mengembangkan analisis wacana iklan khususnya dalam mengkaji bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal dalam surat kabar. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan serta dapat dijadikan sebagai referensi terkait bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal wacana iklan dalam surat kabar.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini untuk memperkaya ilmu pada bidang bahasa diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bentuk kohesi leksikal dan kohesi gramatikal wacana iklan dalam surat kabar harian *Suara Merdeka*.

#### b. Bagi Pembaca

Penelitian ini juga dapat menjadi pengetahuan bagi pembaca yang membaca iklan melalui bentuk penggunaan kohesi leksikal dan kohesi gramatikal yang dijelaskan dalam penelitian ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, PENELITIAN YANG RELEVAN, DAN KERANGKA BERPIKIR**

#### **A. Landasan Teori**

Landasan teori merupakan penjelasan terkait dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini dan berfungsi sebagai bahan acuan dalam pengerjaan penelitian. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

##### **1. Pengertian Wacana**

Wacana harus memiliki hubungan saling berkaitan dan runtut dalam setiap kalimatnya. Berkaitan dengan wacana, Surastina (2018: 1) mengemukakan bahwa wacana adalah rangkaian kalimat paling lengkap atau tertinggi yang mengandung unsur kohesi dan koherensi sehingga membentuk informasi yang lengkap. Kohesi adalah perpaduan struktur, sedangkan koherensi merupakan adalah perpaduan makna. Berkaitan dengan hal tersebut, Khasanah (2021: 13) mengemukakan bahwa kohesi diartikan sebagai perpaduan bentuk yang secara struktural membentuk asosiasi sintaksis, sedangkan koherensi mengandung makna pertalian, dalam konsep wacana yang berarti pertalian makna dalam kalimat.



Hubungan yang koheren adalah suatu rangkaian peristiwa dan ide yang tertera dengan baik (Sofyaningrum & Nur, 2021: 82). Dalam komunikasi sehari-hari, salah satu alat yang paling sering digunakan adalah bahasa, baik bahasa lisan maupun tulisan (Kusmiarti, Ira, & Noermanzah, 2020). Terkait dengan wacana menurut Tambunan (2022: 67) merupakan wujud komunikasi verbal yang dapat menjangkau berbagai kelas pembaca. Wacana dibagi menjadi dua yaitu wacana lisan dan wacana tulisan. Wacana lisan melibatkan pembicara dan lawan bicara sedangkan wacana tulisan melibatkan penulis dan pembaca.

Dalam kehidupan sehari-hari bahasa digunakan untuk berkomunikasi secara langsung atau tidak langsung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wacana merupakan satuan bahasa tertinggi dan terlengkap dengan susunan kebahasaan yang disajikan dalam bentuk tulisan seperti novel, buku, cerpen, artikel dan lain-lain, sedangkan dalam bentuk lisan seperti ceramah, pidato, dialog dan lain-lain dalam suatu konteks peristiwa secara umum dan secara khusus. Dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana tulis yakni pada surat kabar harian *Suara Merdeka*.

## **2. Kohesi Leksikal**

Aspek penting dalam sebuah wacana diantaranya adalah kohesi. Nugraha (2015: 39) mengemukakan bahwa kohesi leksikal adalah hubungan leksikal antarbagian wacana untuk mencapai keselarasan atau validitas

struktural. Memahami kohesivitas ini perlu pengetahuan dan penguasaan aturan bahasa, wawasan realitas, dan proses berpikir. Kohesi membantu membuat wacana lebih mudah dipahami. Kohesi leksikal menempatkan posisinya secara tepat agar mampu memberikan tekanan dan penegasan dalam sebuah wacana untuk menggambarkan persamaan, perbedaan/kontradiksi, peran, hasil, posisi, dan interaksi. Konsep dasar kohesi mengacu pada hubungan bentuk. Lebih lanjut, Azis (2015: 76) mengemukakan bahwa kohesi leksikal atau perpaduan leksikal adalah hubungan leksikal antarbagian wacana untuk memperoleh keserasian struktur secara kohesif.

Kohesi sebagai bentuk struktur internal pada wacana yang baik dan lengkap harus membutuhkan kalimat yang padu. Berkaitan dengan kohesi leksikal, Khasanah (2021: 20-21) mengemukakan bahwa kohesi leksikal atau perpaduan leksikal adalah hubungan leksikal antara bagian-bagian wacana untuk mencapai keselarasan struktural yang kohesif. Tujuan penggunaan aspek leksikal adalah untuk mencapai kekuatan semantik bahasa, kejelasan informasi, dan efek estetis bahasa lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kohesi leksikal adalah hubungan leksikal antarbagian wacana yang memiliki kesepadanan atau struktural dengan membentuk sintaksial yang kohesif.

Wacana menggunakan kohesi leksikal untuk membangun keserasiannya. Tonang (2020) mengemukakan bahwa konjugasi leksikal atau integrasi leksikal adalah hubungan antara bagian-bagian wacana.

Nugraha (2015: 39) mengklasifikasikan unsur-unsur kohesi leksikal yang terdiri dari repetisi, sinonim, antonim, hiponimi, kolokasi, dan ekuivalensi.

a. Repetisi (Pengulangan)

Repetisi menurut Nugraha (2015: 40) adalah pengulangan satuan kebahasaan sebagai kata, frasa, kalimat yang serupa dalam kalimat berikutnya untuk memberi aksentuasi pada seting yang tepat. Ditunjukkan dengan letak komponen bahasa yang diulang dalam satu baris, syarat atau kalimat, Khasanah (2021: 21-26) mengklasifikasikan repetisi menjadi delapan jenis meliputi: repetisi epizeuksis, repetisi tautotes, repetisi anaphora, repetisi epistrofa, repetisi simploke, repetisi mesodiplosis, repetisi epanalepsis, dan repetisi anadiplosis. Contoh: “Jika setelah 30 (tiga puluh) hari tidak ada keberatan terhadap permohonan penggantian **Sertipikat** tersebut di atas, maka **Sertipikat** pengganti akan diterbitkan dan berlaku sah menurut hukum dan **Sertipikat** yang dinyatakan hilang tidak berlaku lagi” (SM/3: 12). Pada kutipan wacana tersebut merupakan pemakaian repetisi tautotes.

b. Sinonim (Padan Kata)

Sinonim membantu membangun hubungan makna antara satuan linguistik. Sinonim membantu menetapkan makna yang tepat antara satuan linguistik dalam wacana (Setiawati & Roosi 2019: 21). Sinonim dapat diklasifikasikan menjadi lima jenis berdasarkan

bentuk linguistiknya: 1) sinonim antara morfem bebas dan morfem terikat, 2) sinonim antara kata dengan kata, 3) sinonim kata dengan frasa atau sebaliknya, 4) sinonim frasa dengan frasa, dan 5) sinonim klausa dengan kalimat atau kalimat dengan klausa. Contoh: “Pada ajang IGA 2021 ini, **Kemendagri** memberikan penghargaan berupa piagam dan trofi kepada sejumlah daerah yang dinilai paling inovatif sesuai kategorinya...” (SM/4: 9). Pada kutipan wacana tersebut merupakan pemakaian sinonim antara morfem bebas dan morfem terikat.

c. Antonim (Lawan Kata)

Antonim menurut Nugraha (2015: 42) adalah lawan kata, hubungan antarkata yang berlawanan (berposisi). Berkaitan dengan antonim, Setiawati & Roosi, (2019: 21) menegaskan bahwa antonim merupakan istilah yang digunakan untuk menyatakan kata yang berposisi sehingga antonim dapat disebut dengan oposisi makna. Antonim diklasifikasikan menjadi lima jenis berdasarkan sifatnya, yaitu oposisi mutlak, oposisi kutub, oposisi hubungan, oposisi hirarkial, dan oposisi majemuk. Contoh: “Kondisi **tanah** dan **bangunan** yang dijual dalam kondisi sesungguhnya sesuai lokasi dan dengan semua cacat dan kekurangannya (tidak termasuk mesin dan peralatan). Kami menganjurkan peminat untuk melihat dan memeriksa obyek yang bersangkutan sebelum pelaksanaan lelang.”

(SM/ID/6: 19). Pada kutipan wacana tersebut merupakan pemakaian antonim.

d. Hiponimi

Hiponimi adalah satuan bahasa atau hubungan antarkata dengan yang bermakna khusus dan kata yang bermakna umum. Satuan lingual yang berhiponimi itu disebut “hipernim” atau “superordinat” (Nugraha, 2015: 42). Hiponimi merupakan satuan linguistik yang maknanya dianggap sebagai bagian dari makna satuan linguistik yang lain. Contoh: “Bagus Surgical Mask Duckbill tersedia dengan tiga **warna** yang elegan, yaitu **putih**, **pink**, dan **hitam**. Bagus surgical Mask tersedia dengan warna biru dan *pink*, sedangkan Bagus PiPi Kids Surgical Mask tersedia dengan desain karakter yang lucu dan imut bagi anak-anak.” (SM/ID/4: 8). Pada kutipan wacana tersebut merupakan pemakaian hiponimi.

e. Kolokasi (Sanding Kata)

Kolokasi adalah hubungan antar kata yang digunakan dalam lingkungan yang sama atau yang berdekatan (Nugraha, 2015: 43). Kata yang berdekatan tersebut yakni kata-kata yang digunakan pada satuan tertentu atau kata umum ke khusus. Contoh: “Tata cara mengikuti lelang dapat dilihat pada menu “**Tata Cara** dan **prosedur** dan **Panduan** Penggunaan” pada domain tersebut.” (SM/ID/4: 12). Pada kutipan wacana tersebut merupakan pemakaian kolokasi.

f. Ekuivalensi

Ekuivalensi menurut Nugraha (2015: 43) adalah kesepadanan antara satuan kebahasaan tertentu dengan kebahasaan lainnya dalam suatu konteks. Hubungan ekuivalensi dibuktikan dengan menghubungkan hasil proses afiksasi dari morfem-morfem yang sama. Contoh: “Kepada siapa yang **berkeberatan** atas permohonan hak atas tanah tersebut diatas dapat mengajukan **keberatan** secara tertulis kepada Kepala Kantor Pertahanan Kabupaten Wonosobo Jln. Pasukan Ronggolawe...” (SM/ID/31: 13). Pada kata *berkeberatan* dan *keberatan* termasuk ekuivalensi yang memiliki kata dasar *berat*.

### 3. Kohesi Gramatikal

Hubungan bahasa dalam wacana dapat terbentuk karena adanya kohesi gramatikal. Menurut Dirgantara (2012: 26) analisis kohesi gramatikal adalah analisis segi bentuk atau struktur wacana. Maka dari itu, kohesi gramatikal menjadi bagian penting dalam membentuk makna utuh suatu wacana. Berkaitan dengan definisi kohesi gramatikal, Yanti, dkk. (2022: 106) mengemukakan bahwa kohesi gramatikal adalah kohesi yang membangun gramatik wacana. Sementara menurut Yunus dan Nurfidiana (2021: 13) kohesi gramatikal adalah kepaduan yang dicapai dengan menggunakan elemen dan aturan gramatikal.