

## Kohesi Gramatikal Wacana Iklan dalam Surat Kabar Kompas

Rita Tanduk

*Dosen Fak. KIP-UKI Toraja*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan piranti kohesi gramatikal wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar *Kompas* edisi November-Desember 2012

Manfaat dari penelitian ini adalah (1) Sebagai pedoman atau acuan bagi penikmat-penikmat bahasa khususnya di bidang analisis wacana.(2) Memberikan sumber utama bagi peneliti sendiri memahami tentang analisis wacana, (3) Sebagai kontribusi untuk pengembangan ilmu di bidang bahasa, khususnya kelengkapan literatur di perpustakaan UKI Toraja.

Jenis penelitian ini lebih mengarah pada jenis penelitian kualitatif yaitu data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan prosedur untuk menghasilkan data deskriptif, yakni penggunaan piranti kohesi gramatikal wacana iklan dalam surat kabar *Kompas* yang terbit pada edisi 28-29 November dan Desember 2012. Sumber data dalam penelitian ini ialah diperoleh dari surat kabar *Kompas*, yang terbit pada edisi 28-29 November dan Desember 2012. Adapun teknik penelitian ini menggunakan: *teknik observasi* dilakukan untuk menjejaki dan memperoleh gambaran yang lebih jelas, dan mengamati keadaan yang wajar dan yang sebenarnya tanpa usaha disengaja untuk mempengaruhi, mengatur atau memanipulasinya; *teknik dokumentasi* yaitu teknik lanjutan dari teknik observasi adalah teknik dokumentasi yakni teknik yang mengumpulkan semua pemerolehan data dari lapangan misalnya melalui teknik catat yang bertujuan untuk mencatat data-data penelitian yang diperoleh dari wacana iklan surat kabar *Kompas* yang berupa penggunaan piranti kohesi gramatikal.

Simpulan hasil penelitian yaitu penggunaan kohesi gramatikal wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar *Kompas* yang diterbitkan pada tanggal 28-29 November dan Desember 2012. Penanda kohesi gramatikal yang ditemukan secara bervariasi, diantaranya: kohesi gramatikal yang berupa kategori: *pronomina, konjungsi (koordinatif, temporal, dan kausal)*

Kata Kunci : Iklan, Kohesi Gramatikal, Kompas

### PENDAHULUAN

Dalam proses belajar bahasa analisis wacana sangat berperan penting, terutama keterampilan bahasa yang bersifat produktif, misalnya bertutur kata dan menulis. Dalam wacana kita mengenal istilah keutuhan (*unity*) dan keruntutan (*coherence*) baik dalam satu paragraf, maupun dalam satu karangan utuh dalam menulis.

Besarnya peranan analisis wacana dalam proses belajar keterampilan berbahasa (baik yang bersifat rekognitif maupun yang bersifat produktif) juga diperkuat oleh salah satu aspek pragmatik yang disebut teori implikatur. Dalam analisis wacana dapat berupa teks, baik teks lisan maupun teks tulis. Teks di sini mengacu pada bentuk transkripsi rangkaian kalimat ataupun ujaran, seperti yang telah dipaparkan di atas, kalimat digunakan dalam ragam bahasa tulis sedangkan ujaran digunakan untuk mengacu pada kalimat dalam ragam bahasa lisan.

Sebagai objek kajian dan penelitian kebahasaan, wacana dapat diteliti dari berbagai segi. Analisis wacana mengkaji wacana baik dari segi internal maupun eksternalnya. Dari *segi internal* yaitu wacana dikaji dari jenis, struktur, dan hubungan bagian-bagian wacana; sedangkan dari *segi eksternal*, wacana dikaji dari segi keterkaitan wacana itu dengan pembicara, hal yang dibicarakan dan mitra bicara. Kedua kajian tersebut merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat keterbacaan dan keterpahaman wacana yang disebut sebagai istilah kohesi dan koherensinya. *Kohesi* berkaitan dengan kepaduan atau keutuhan, sedangkan *koherensi* lebih cenderung kepada pertalian dan hubungan di dalam wacana.

Piranti atau penanda kohesi dan koherensi memiliki hubungan yang sangat erat dan memiliki cakupan yang cukup luas. Salah satu cakupan yang luas itu ialah piranti kohesi, yang melingkupi dua kategori besar yaitu pertama: kohesi gramatikal

(*pronomina, substitusi, elipsis, dan konjungsi*); dan kedua: kohesi leksikal (Halliday dalam Juanda, 2006). Dimana kedua cakupan kohesi tersebut, banyak dijumpai pada penggunaan dalam jenis-jenis wacana.

Jika dilihat dari segi jenisnya, wacana berdasarkan segi penyusunannya terbagi atas lima bagian (Juanda, 2011: 33-80). Salah satu diantara kelima wacana tersebut, yang menjadi perhatian penulis ialah jenis *wacana hortotorik*, yang jika ditinjau dari segi bentuknya banyak berisi tentang wacana iklan. Wacana hortotorik ialah tuturan yang isinya bersifat ajakan atau nasihat, kadang-kadang tuturan memperkuat keputusan agar lebih meyakinkan. Wacana hortotorik juga tampak dalam iklan baik secara lisan maupun secara tulisan (Juanda, 2011: 80). Misalnya cara pengiklanan menuntut calon konsumen untuk bertindak secara cepat, misalnya “Dapatkan segera, persediaan terbatas”.

Salah satu tujuan dalam wacana iklan adalah menarik perhatian. Untuk itu, diperlukan pesan-pesan iklan yang menarik dan penting sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen. Maka, berdasarkan teori tersebut peneliti tertarik untuk menganalisis wacana iklan yang digunakan dalam surat kabar *Kompas* yang ditinjau dari segi piranti kohesinya. Mengingat penelitian ini masih jarang untuk diteliti, maka semangat penulis untuk menganalisis bidang kajian tersebut sangatlah besar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini lebih mengarah pada jenis *penelitian kualitatif*, data kualitatif dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan prosedur untuk menghasilkan data deskriptif, yakni penggunaan piranti kohesi gramatikal wacana iklan dalam surat kabar *Kompas* yang terbit pada edisi November-Desember 2012. Penelitian ini lebih mengarah pada jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Adapun *sumber data* dalam penelitian ini ialah diperoleh dari surat kabar *Kompas*, yang diterbitkan pada edisi 28-29 November dan 28-29 Desember 2012. *Teknik observasi*, teknik yang peneliti gunakan tersebut bertujuan untuk mengamati keseluruhan wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar *Kompas* tentang penggunaan piranti kohesi gramatikal; *Teknik Observasi* yaitu teknik yang mengumpulkan semua pemerolehan data dari lapangan misalnya melalui teknik catat yang bertujuan untuk mencatat data-data penelitian yang diperoleh dari wacana iklan

melalui surat kabar *Kompas* yang berupa penggunaan piranti kohesi gramatikal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik yang khusus untuk menganalisis data yang diperoleh, yakni dengan: (1) Mengidentifikasi penggunaan piranti kohesi gramatikal wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar *Kompas* edisi November-Desember 2012; (2) Menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan piranti kohesi gramatikal yang terdapat dalam surat kabar *Kompas* edisi November-Desember 2012.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data Penelitian

Untuk lebih memahami penggunaan piranti kohesi gramatikal wacana iklan dalam surat kabar *Kompas*, berikut diuraikan satu per satu di bawah ini:

Data dari Kompas, tanggal, 28 November 2012:

1. Tabungan Panin dengan bangga mempersembahkan hadiah super besar dari Panin Super Bonanza. Siapapun berkesempatan memenangkan hadiah utama uang tunai sebesar Rp 3 Miliar, hadiah bulanan uang tunai sebesar Rp 1 Milyar untuk 1 orang pemenang, serta 90 unit motor Honda Beat CW. Bergabunglah dengan tabungan Panin, tingkatkan saldo anda, dan jadilah pemenang. (Data 1)

Pada wacana iklan (1), penggunaan piranti kohesi gramatikal ditandai dengan *ponomina* dan *konjungsi*. Penggunaan *pronomina* pada kutipan wacana di atas nampak pada kata anda. Kata tersebut berfungsi sebagai pengganti kata persona orang kedua, yang tak lain ditujukan kepada pembaca atau para konsumen. Lain pula dengan penggunaan piranti yang kedua yaitu, *konjungsi koordinatif dan* yang nampak pada kalimat terakhir wacana di atas. Konjungsi dan yang digunakan berfungsi sebagai penghubung satu klausa dengan klausa yang lain, dan menyatakan hal-hal yang sejajar.

2. Mesin cuci Samsung memberikan garansi 11 tahun pada motor. Garansi ini memberikan kepuasan istimewa bagi anda yang memilih mesin cuci dari Samsung. (Data 2)

Piranti kohesi gramatikal pada wacana iklan (2), ditandai dengan penggunaan *pronomina*. *Pronomina* yang disebut di atas, yaitu menunjuk kepada kata anda sebagai pengganti persona kedua. Orang kedua yang disebut pada kutipan wacana di atas, menunjuk kepada pembaca dan konsumen itu sendiri.

Hal tersebut bertujuan agar para pembaca atau konsumen dapat tertarik terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi seolah-olah pembaca dapat merasakan langsung apa yang ditawarkan menjadi miliknya.

3. Ketika bisnis berhasil, kehidupan berkembang. Pada tahun 2009, kami berinisiatif menjadi yang pertama untuk bermitra dengan Word Bank Group dalam meningkatkan arus perdagangan global. Sejak itu, kami terus produktif mendukung pertumbuhan pasar di negara-negara tempat kami beroperasi. Sebagaimana perdagangan adalah denyut nadi kehidupan ekonomi lokal komitmen kami lebih dari sekedar melindungi bisnis. Komitmen kami adalah untuk mendukung pertumbuhan masyarakat yang bergantung pada ekonomi lokal. (Data 3)  
Penggunaan piranti kohesi gramatikal pada wacana iklan (3) ditandai dan didominasi oleh *pronomina* kami. Kata kami yang digunakan dalam wacana iklan di atas, berfungsi sebagai pengganti diri dari orang pertama jamak yaitu menunjuk kepada nama produsen atau yang membuat iklan tersebut
4. Sanken Digital SWH adalah solusiterbaik, hemat, dan menguntungkan. Nikmati kemudahan memiliki SANKEN SWH melalui program cicilan nol persen tanpa DP. Dapatkan sensasi kesegaran alami dan kenikmatan mandi air panas gratis yang sehat. (Data 6)  
Penggunaan piranti kohesi gramatikal pada wacana iklan (6), ditandai dengan konjungsi dan. Penggunaan konjungsi dan dalam wacana iklan di atas, menyatakan atau memberikan keterangan bahwa ada kata-kata maupun klausa yang kedudukannya sejajar dalam kalimat. Hal itu nampak pada kalimat pertama dan terakhir.

Data dari Kompas, tanggal 29 November 2012

5. Awali hari dengan lezatnya breakfast menu baru, Chichen Muffin. Daging ayam yang digoreng dan disajikan dengan saus spesial dalam setangkup. English Muffin panggang sempurna untuk awali hari barumu (Data 7).

Pada kutipan wacana iklan (7) di atas, piranti kohesi gramatikal ditandai dengan penggunaan *konjungsi koordinatif* dan *pronominal* (kata ganti empunya/milik). Penggunaan *konjungsi koordinatif* dan berfungsi untuk menyatakan hal-hal yang sejajar antara satu klausa dengan kalusa yang

lain. Selain itu, ada pula penggunaan *pronomina* seperti enklitik -mu pada kata barumu yang menunjuk kepada pembaca atau konsumen. Kedua penanda tersebut turut melengkapi kalimat dari wacana iklan di atas, agar terkesan menarik dan isinya mudah dipahami oleh pembaca.

6. Pemenang hadiah undian periode 1-31 Oktober 2012 ini sudah membuktikan gampangnya jadi pemenang mandiri fiesta. Kini giliran anda! Kumpulkan terus fiestapoin anda untuk memenangkan hadiah undian dan tukarkan dengan hadiah langsung. Tingkatkan terus transaksi dan saldo Anda untuk mendapatkan fiestapoin sebanyak-banyaknya. (Data 9)

Pada wacana iklan (9) piranti kohesi gramatikal yang terdapat pada kutipan wacana di atas, ditandai dengan penggunaan *pronomina* dan *konjungsi*. Penggunaan *pronomina* pada kutipan wacana iklan tersebut ditandai dengan kata anda yang berfungsi sebagai kata ganti persona kedua, yang ditujukan kepada pembaca. Selain *pronomina*, ada pula penggunaan kata dan sebagai *konjungsi koordinatif* yang berfungsi untuk menyatakan hal-hal yang sejajar atau sederajat dalam kalimat.

7. One stop solution, untuk kaya raya melalui bisnis properti...! 4 keuntungan sekaligus akan anda dapatkan: ilmu praktis dari pakar properti, partner dari sesama Alumnus, bantuan akses dari BANK, gratis konsultasi sampai Anda kaya raya. (Data 10)

Pada wacana iklan (10), penggunaan kohesi gramatikal ditandai dengan *pronomina*. Penggunaan *pronomina* anda pada wacana tersebut, melengkapi makna bahasa yang digunakan. Hal ini dilakukan agar konsumen atau pembacanya lebih tertarik untuk memiliki apa yang ditunjukkan kepadanya. Penggunaan *pronomina* tersebut, juga sebagai penekanan bahwa tawaran yang diberikan khusus bagi orang-orang atau pembaca yang berminat.

8. Khusus untuk pembelian suzuki Carry PU dan SX4, bunga berlaku sampai dengan 2 tahun khusus untuk pembelian Suzuki APV Arena. Khusus Jabotabek. Syarat dan ketentuan berlaku. (Data 14)

Wacana iklan (14) penggunaan kohesi gramatikal ditandai dengan *konjungsi koordinatif*. Konjungsi tersebut nampak pada penggunaan kata dan. Kata dan yang

digunakan itu, berfungsi sebagai penghubung satu kata dengan kata yang lain yang menyatakan kesetaraan atau sejajar dalam kalimat.

9. Dunia senantiasa berubah begitupun Anda. Perubahan adalah sebuah kepastian. Pastikan anda mendapatkan yang terbaik. Akses ke pengalaman dari jaringan di 28 negara Asia Pasifik, mendukung Relationship Manager kami memberi solusi finansial kepada anda dan keluarga. (Data 15)

Piranti kohesi gramatikal dalam wacana iklan (15) di atas, nampak pada penggunaan pronomina anda dan kami. Penggunaan kedua pronomina itu, menunjuk kepada produsen dan konsumen itu sendiri. Perbedaannya keduanya ialah pada kata anda yang berarti menunjuk kepada pembaca, sedangkan pronomina kami menunjuk kembali kepada penulis atau konsumen itu sendiri.

10. Buka rekening dan dapatkan voucher travel, juga kesempatan menyaksikan semifinal Pria Australia Open (berlaku hingga 10 Desember 2012). Mulailah perjalanan perbankan anda dengan A-Z Review sekarang. (Data 16)

Pada wacana iklan (16) penggunaan kohesi gramatikal ditandai dengan *konjungsi dan pronomina*. Kedua piranti kohesi itu, nampak pada penggunaan kata dan sebagai *konjungsi koordinatif* yang menyatakan bahwa ada hal yang sejajar atau sama disampaikan. Berbeda pula dengan penggunaan *pronomina* yang nampak pada kata anda, yaitu berfungsi untuk menunjuk seseorang. Orang yang ditunjuk dalam wacana di atas ialah pembaca atau konsumen yang mengngingkan penawaran itu.

11. Mandala banting harga lagi akhir tahun diskon sampai 80%. Rute domestik dari Jakarta. Pesan sebelum 5 Desember 2012. (Data 17)

Penggunaan piranti kohesi gramatikal yang terdapat pada wacana iklan (17), ditandai pada *konjungsi temporal*. Konjungsi temporal yang dimaksud ialah pada kata sebelum, berfungsi untuk menyatakan adanya hubungan *waktu*. Penandaan *konjungsi temporal* yang disampaikan dalam wacana iklan di atas, ditekankan pada penggunaan kata sebelum yang mengisyaratkan bahwa *waktu* yang diberikan atau ditawarkan kepada konsumen itu terbatas.

12. Ikuti kompetisi WMM dan MYT 2012. Saksikan setiap Kamis, pukul 21.00 WIB di Kompas TV. Ayo ikuti jejak sukses mereka! (Data 18)

Pada wacana iklan (18) penggunaan kohesi gramatikal ditandai dengan *konjungsi dan pronomina*. *Konjungsi koordinatif* yang digunakan dalam wacana iklan di atas, ditandai dengan penggunaan kata dan yang menyatakan bahwa kata atau klausa yang ditulis sejajar atau sederajat dalam hal makna. Begitu pula halnya dengan penggunaan pronomina mereka yang disebut dalam wacana iklan di atas, yaitu menunjuk kepada orang ketiga, di luar pembaca itu sendiri. Penggunaan kata mereka menambah makna tersendiri dalam wacana iklan tersebut, yaitu agar pembaca diyakinkan dengan pengalaman yang dialami oleh konsumen sebelumnya tentang kesuksesan mengikuti WMM dan MYT.

13. Beli 1 dapat 2 berlaku hingga 15 Desember 2012, untuk semua Bii kartu kredit. Beli Jcoccino Berry atau Cappucino Avocado atau Winter Hot Choco gratis minuman apapun dengan harga sama atau lebih murah. Free upsize setiap hari sampai dengan 30 April 2013. (Data 19)

Piranti kohesi gramatikal yang digunakan dalam wacana iklan (19), ditandai dengan *konjungsi koordinatif*. Penggunaan *konjungsi koordinatif* atau dalam wacana iklan sebagai kata penghubung yang menyatakan adanya kesetaraan satu kata dengan kata yang lain. Pada wacana iklan di atas, salah satu keunikannya ialah didominasi dengan penggunaan *konjungsi* atau.

14. Belanja di Singapura dapatkan voucher S\$ 150 Marina Bay Sands. Voucher Marina Bay Sands S\$50 untuk setiap transaksi S\$400. Nikmati keistimewaan bertransaksi di Singapura: kurs tukar rendah, cicilan 0% 3 bulan, diskon di restoran dan outlet ternama. (Data 20)

Penggunaan kohesi gramatikal dalam wacana iklan (20) ditandai dengan *konjungsi koordinatif*. Penggunaan *konjungsi* yang dimaksud ialah nampak pada kata dan yang terdapat pada akhir kalimat kutipan wacana di atas. Kata dan di sini, berfungsi untuk menyatakan bahwa ada hal-hal yang sama atau sejajar dikemukakan. Kata tersebut pula sebagai penghubung antara satu kata dengan kata atau frase yang lain dalam kalimat.

Sumber Data pada Kompas, Tanggal 26 Desember 2012

15. Apapun mata uang anda transfer, mandiri saja. Nikmati keuntungan mandiri money transfer untuk transfer uang ke seluruh dunia dengan

cepat dan aman. Dengan kurs yang kompetitif untuk lebih dari 125 jenis mata uang, jaringan terluas di Indonesia dan lebih dari 1200 mitra kerjasama di seluruh dunia, mandiri money transfer siap mendukung suksesnya transaksi bisnis anda. Apapun keinginan anda, mandiri saja. (Kompas, 2012: 7)

Pada wacana iklan (22) penggunaan penanda kohesi gramatikal ditandai dengan *pronomina* dan *konjungsi koordinatif*. Pronomina yang digunakan dalam wacana di atas adalah kata ganti diri orang kedua tunggal yang nampak pada kata anda, sedangkan konjungsi koordinatif yang digunakan adalah kata dan yang berfungsi menghubungkan kalimat satu dengan kalimat yang lainnya dalam wacana. Kedua piranti itu merupakan bagian pelengkap yang menghubungkan atau mempererat makna tuturan dalam wacana sehingga mudah dimengerti dan dipahami.

16. Karena anda, Honda No. 1 Terima kasih masyarakat Indonesia. Lebih dari penghargaan, ini adalah kebahagiaan. Berkat dukungan dan kepercayaan anda, honda bangga menjadi no. 1 di Indonesia. Dengan semangat satu hati kita raih semangat dan harapan baru demi masa depan yang lebih baik. (Kompas, 2012: 16)

Piranti kohesi gramatikal pada wacana iklan (23) ditandai dengan penggunaan *konjungsi kausal*, *koordinatif* dan *pronomina*. *Konjungsi kausal* nampak pada kata karena berfungsi untuk menerangkan adanya sebab atau akibat yang ditimbulkan dari sesuatu hal, yakni menjelaskan bahwa dengan pengguna honda membuat produksi honda mendapatkan penghargaan. Selain itu, penggunaan pronomina ditandai dengan kata anda sebagai kata ganti diri kedua tunggal dan kita sebagai pertama jamak yang tak lain menunjuk kepada konsumen atau pengguna honda. Sedangkan konjungsi koordinatif dan berfungsi menyatakan hal yang setara atau sederajat kedudukannya dalam wacana.

17. Senangnya bisa berlibur dengan lebih hemat dan menyenangkan. Gunakan kartu kredit visa Business gold atau visa business platinum standard caracetered anda untuk bertransaksi minimal Rp. 75.000 per bulan selama dua bulan berturut-turut, dan nikmati hadiah langsung berupa travel voucher promo; 1 Desember 2012-31 Januari 2013. (Kompas, 2012: 17)

Pada wacana iklan (24) ditandai dengan piranti kohesi gramatikal yaitu penggunaan *konjungsi koordinatif*. Konjungsi koordinatif nampak pada penggunaan kata dan dan atau. Kedua piranti kohesi tersebut digunakan dalam wacana dengan tujuan agar hubungan antara kata dengan kata, kalimat dengan kalimat dapat bertalian satu dengan yang lainnya membentuk satu kesatuan arti atau makna, juga menjelaskan hal-hal yang sejajar dalam wacana.

18. Avrist investement plus solusi tepat untuk hari tua bahagia. Hari tua bukanlah akhir kehidupan anda, melainkan awal dari tahun-tahun yang membahagiakan bersama keluarga. Kini saatnya anda mempersiapkan dana hari tua anda melalui cara yang menguntungkan. (Kompas, 2012: 19)

Penggunaan kohesi gramatikal dalam wacana iklan (25) ditandai dengan penggunaan pronomina. Pronomina yang nampak dalam wacana di atas adalah kata ganti diri anda sebagai orang kedua tunggal. Konjungsi yang digunakan dalam wacana di atas menunjuk kepada konsumen yang telah menikmati produk atau jasa yang telah ditawarkan.

19. Saatnya bermain sambil belajar dengan bercengkrama dengan pembendaharaan kata. Temukan kata, koleksi kata terbaru, dan simpan dalam memori pikiran. Penasaran? Ikuti kuisnya bersama Kak Irgi di temukan kata. (Kompas, 2012: 35)

Pada wacana iklan (26), piranti kohesi gramatikal yang digunakan adalah konjungsi koordinatif. Konjungsi koordinatif dan dalam wacana iklan di atas berfungsi sebagai kata penghubung yang mempertalikan satu kata dengan kata yang lainnya sehingga terkait hubungan yang erat yang menjelaskan hal-hal yang sejajar atau setara dalam kalimat.

Sumber Data pada Kompas, Tanggal 28 Desember 2012

20. Cara memasak super cepat dan hemat. Kompor gas premium Sanken Deluxe Series berteknologi pengapian Blue Whirejet "Si Api bMuter". Mampu menghasilkan panas lebih merata sehingga masakan lebih cepat matang dan pemakaian gas lebih hingga 30%. Permukaan kaca tahan panas berpenampilan mewah, elegan dan sangat mudah dibersihkan. Sanken Deluxe Series adalah pilihan untuk dapur yang lebih bersih. (Kompas, 2012: 5)

Piranti kohesi gramatikal dalam wacana iklan (27) ditandai dengan penggunaan konjungsi koordinatif. Konjungsi itu nampak pada kata dan yang kemunculannya dominan dalam wacana. Kata dan dalam wacana berfungsi untuk menghubungkan kata atau kalimat yang satu dengan lainnya membentuk kesatuan atau pertalian makna.

21. Lebih dekat ke manapun yang anda inginkan di Singapura. Lebih dekat berarti berbagai lokasi pariwisata dapat diakses dengan mudah, semudah presentasi anda berikutnya. (Kompas, 2012: 9)

Penggunaan piranti kohesi gramatikal pada wacana iklan (28) ditandai dengan pronomina. Pronomina yang dimaksud yaitu nampak pada kata anda. Kata anda sebagai kata ganti diri kedua tunggal yang berfungsi menerangkan dan menunjuk kepada para konsumen yang ingin menikmati pariwisata di Singapura. Penggunaan kata tersebut dirasa lebih umum untuk orang yang baru dikenali dalam situasi apapun dan kesannya lebih sopan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil temuan dan analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, diperoleh simpulan bahwa penggunaan kohesi gramatikal wacana iklan yang terdapat dalam surat kabar Kompas yang diterbitkan pada bulan November-Desember 2012 berjumlah 21 data. Pada wacana iklan tersebut, sejumlah data memiliki penanda kohesi gramatikal yang bervariasi, diantaranya: kohesi gramatikal yang berupa kategori:

*pronomina (dia, ia, anda, kita, mereka, kami, dan enklitik -nya); konjungsi (koordinatif, temporal, dan kausal).*

### Saran

Analisis suatu wacana sangatlah luas bidang kajiannya. Namun melalui penulisan ini, penulis tidak dapat menjabarkannya secara luas. Oleh karena itu, untuk memperkaya ilmu di bidang bahasa, perlu pemahaman dan penelusuran penelitian yang matang. Dengan demikian dibutuhkan pemikiran yang matang pula dari penikmat bahasa untuk melanjutkan penelitian tersebut dengan materi atau kajian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi Hasan, dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa dan Balai Pustaka.
- Darma, Yoce Aliyah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yrama Widya.
- Juanda. 2011. *Analisis Wacana*. Makassar: UNM Makassar.
- Mahsun. 2006. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Grafindo Persada
- Mukhtar, dkk. 1998. *Pragmatik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Pranowo. 1996. *Analisis Pengajaran Bahasa*. Yogyakarta: University Press.
- Sugirah dan Juanda. 2006. *Analisis Wacana*. Makassar: UNM Makassar
- Surya, Sutan. 2006. *Panduan Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Yogyakarta.: Pustaka Pena.
- Umar Husein. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.