

ANALISIS UNSUR KOHESI GRAMATIKAL DAN LEKSIKAL DALAM TIPS PRODUK PERAWATAN WAJAH PADA TABLOID NOVA

Klaudia Ovita Agnes Adhani

klaudiaovita3@gmail.com

agnes.adhani@widyamandala.ac.id

PSDKU Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur dan fungsi kohesi gramatikal dan kohesi leksikal. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif terhadap data dalam 14 wacana tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*, Oktober- November 2019. Hasil penelitian ini (1) kohesi gramatikal dalam bentuk pengacuan, penyulihan, pelesapan, dan perangkaian, (2) fungsi kohesi gramatikal untuk menyatakan kepaduan, kevariasian, keindahan, dan menghubungkan, (3) kohesi leksikal dalam bentuk repetisi, sinonim, antonim, kolokasi, dan hiponim, (4) fungsi kohesi leksikal menyatakan hal yang penting, kemiripan, pelaksanaan, dan lingkup gagasan.

Kata Kunci: Kohesi gramatikal, Kohesi Leksikal, Tips Produk Perawatan Wajah, Tabloid *Nova*.

ABSTRACT

This study aims to determine the elements and functions of grammatical cohesion and lexical cohesion. This study included descriptive qualitative research data in 14 discourse about facial care products on the Nova tabloid, October-November 2019. The results of this study (1) grammatical cohesion in the form of reference, recovery, impregnation, and sequencing, (2) grammatical cohesion function to express cohesion, variation, beauty, and linking, (3) lexical cohesion in the form of repetition, synonym, antonym, collocation, and hyponym, (4) lexical cohesion function states important things, similarity, implementation, and scope of ideas.

Keywords: Grammatical Cohesion, Lexical Cohesion, Facial Care Products Tips, Nova Tabloids.

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Bahasa adalah alat komunikasi yang berkembang sejalan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya bahasa, manusia sebagai makhluk sosial dapat saling berkomunikasi untuk menyampaikan gagasan, pendapat, keinginan, dan tujuan yang ingin disampaikan. Namun, terkadang informasi yang dituturkan oleh komunikator memiliki maksud tersembunyi. Dalam suatu bahasa, sering terjadi seseorang tidak mengutarakan maksud secara langsung. Hal yang ingin disampaikan justru disembunyikan atau dikemukakan secara implisit. Oleh karena itu, setiap orang harus berusaha memahami maksud dan makna yang diucapkan penutur terhadap mitra tutur.

Sebagai salah satu bentuk dalam sarana komunikasi, dalam penyampaian ada iklan yang diucapkan secara lisan, seperti melalui radio televisi, dan ada juga muncul dalam tulisan, seperti di surat kabar, tabloid, dan majalah. Bahan yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk dan penawarannya dikenal sebagai bahasa iklan. Dalam iklan banyak dijumpai bentuk kalimat yang berfungsi untuk membujuk, sehingga mendorong khalayak tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.

Iklan adalah sebagai „sebuah teks sistem tanda yang terorganisasikan menurut kode-kode yang merefleksikan nilai-nilai tertentu, sikap, dan juga keyakinan tertentu. Setiap pesan dalam iklan memiliki dua tingkat makna, yaitu makna yang dikemukakan secara eksplisit di permukaan dan makna yang dikemukakan secara implisit di balik permukaan tampilan iklan“ (Noviani, 2002: 79).

Tips produk perawatan wajah adalah salah satu yang utama diminati para perempuan. Dengan adanya tips tentang produk perawatan wajah tersebut perempuan atau konsumen dapat mengetahui dengan cepat mana produk keluaran terbaru. Dalam tips produk perawatan wajah di tabloid *Nova* terdapat berbagai produk kecantikan dan berbagai tips mengenai cara merawat tubuh dari ujung kepala hingga ujung kaki.

Pemakaian bahasa dalam iklan menuntut suatu kecermatan agar bahasa itu dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat mencapai sasaran yang dikehendaki secara baik. Kecermatan itu terutama menyangkut bentuk bahasa dan cara penyampaiannya. Dalam bentuk bahasa, pemakaian bahasa iklan harus betul-betul memperhatikan struktur frasa, kalimat, dan wacana. Bahasa yang digunakan dalam iklan tentang tips diharapkan dapat dimengerti oleh para konsumen sehingga dapat menarik perhatian mereka terhadap suatu produk yang ditawarkan. Iklan tips sengaja dibuat menarik untuk sebuah produk yang ditawarkan. Tujuan dibuatnya tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* adalah untuk membujuk atau mendorong perempuan sehingga tertarik menggunakan produk perawatan wajah.

Bentuk bahasa iklan harus bersifat persuasif. Bahasa iklan harus mampu memberi gambaran kepada konsumen, yaitu dengan memberi suatu gambaran yang jelas mengenai kelebihan, keunggulan, dan keistimewaan dari produk perawatan wajah yang ditawarkan. Dengan demikian faktor kreativitas sangat penting dalam periklanan, yakni dengan “apa yang dikatakan” (isi pesan) dan “bagaimana mengatakannya” atau penyajian (Rodiosunu, 1998: 214).

Tabloid *Nova* menyajikan tips-tips tentang produk kosmetik atau produk perawatan wajah keluaran terbaru, baik buatan Indonesia maupun buatan luar negeri. Salah satunya tentang produk perawatan wajah.

Pada tips produk perawatan wajah tiap produk dijelaskan kegunaan penggunaan produk, kandungan produk, dan harga produk. Dengan adanya penjelasan kegunaan, penggunaan kandungan, dan harga produk, diharapkan dapat membantu peminat agar tertarik untuk mencoba produk perawatan wajah, para peminat dapat menentukan produk yang akan mereka beli sesuai dengan jenis kulit. Pada produk terdapat penjelasan tentang kandungan tiap-tiap produk. Pembeli diharapkan mengerti produk yang akan mereka gunakan, misalnya dengan bahan dasar alami, baik untuk perawatan wajah. Penggunaan bahasa yang menarik dalam iklan dapat menciptakan suatu produk pencitraan yang baik maka penawaran dapat dilakukan melalui iklan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui unsur kohesi gramatikal, fungsi kohesi gramatikal, unsur kohesi leksikal, dan fungsi kohesi leksikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, wacana merupakan satuan bahasa yang paling besar, yang digunakan sebagai komunikasi. Dalam penelitian ini, yang dianalisis dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*, dari segi keutuhan wacana adalah kohesi gramatikal meliputi (a) pengacuan (referensi), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelesapan (elepsis), dan (d) perangkaian (konjungsi). Kohesi leksikal meliputi (a) repetisi (pengulangan), (b) sinonim (padan makna), (c) antonim (lawan makna), (d) kolokasi (sanding kata), (e) hiponimi (hubungan atas-bawah), (f) ekuivalensi (kesepadanan).

3. Rumusan Masalah

Masalah yang diteliti perlu diidentifikasi secara terperinci dirumuskan dalam pernyataan yang operasional. Perumusan masalah sekaligus mempertegas ruang lingkup objek yang diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut: (1) Unsur kohesi gramatikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*? (2) Fungsi kohesi gramatikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*? (3) Unsur kohesi leksikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*? (4) Fungsi kohesi

leksikal apa saja yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*?

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut. (1) Mengetahui unsur kohesi gramatikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* (2) Mengetahui fungsi kohesi gramatikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*. (3) Mengetahui unsur kohesi leksikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*. (4) Mengetahui fungsi kohesi leksikal yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang kohesi gramatikal dan kohesi leksikal yang digunakan dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan tentang sebuah wacana bahasa Indonesia dalam iklan tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*. Dengan adanya pengetahuan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya. Peneliti juga memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam lagi mengenai tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

B. Kajian Teori

Ada beberapa teori yang digunakan untuk mengkaji wacana dalam tips produk perawatan wajah tabloid *Nova*, yaitu pengertian wacana, kohesi gramatikal, kohesi leksikal, fungsi kohesi gramatikal, dan fungsi kohesi leksikal dalam tabloid *Nova*. Berikut uraian teori-teori yang terkait dengan penelitian.

1. Pengertian Wacana

Tarigan (1987: 25) mengatakan bahwa wacana adalah “satuan bahasa terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang berkesinambungan yang mempunyai awal dan akhir nyata”.

2. Jenis Wacana

Sumarlam, ed. (2003: 15-17) mengatakan bahwa wacana dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, yaitu berdasarkan tertulis atau tidaknya wacana, berdasarkan langsung atau tidaknya pengungkapan wacana, berdasarkan cara penuturan wacana, dan berdasarkan bentuknya tergantung dari sudut pandang kita.

3. Pengertian Kohesi Gramatikal

Kohesi gramatikal adalah unsur wacana yang berkaitan dengan segi bentuk atau struktur lahir wacana. Alat kohesi gramatikal merupakan alat penanda kohesi yang melibatkan penggunaan unsur-unsur kaidah bahasa.

Secara umum kohesi gramatikal terdiri atas (a) pengacuan (referensi), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelepasan (elepsis), dan (d) perangkaian (konjungsi) (Sumarlam, ed., 2003: 23).

4. Jenis Kohesi Gramatikal

a. Pengacuan (Referensi)

Pengacuan atau referensi adalah salah satu bentuk kohesgramatikal yang berupa satuan lingual tertentu yang mengacu pada satuan lingual lain (atau satuan acuan) yang mendahului atau mengikutnya. Berdasarkan arah atau referensi itu ada yang menunjuk sebelah kiri (referensi anaforis) dan ada yang menunjuk ke arah kanan (referensi kataforis) (Sumarlam, ed., 2003: 23).

Pengacuan anaforis adalah salah satu kohesi gramatikal yang berupa satuan lingual tertentu yang mengacu satuan lingual lain.

1) Pronomina Persona

Pronomina persona adalah pronomina yang mengacu manusia, pronomina persona dapat mengacu diri sendiri (pronomina persona pertama), orang yang diajak bicara (pronomina persona kedua), atau mengacu pada orang yang dibicarakan (pronomina persona ketiga) (Sumarlam, ed., 2003: 24).

2) Pengacuan Demonstratif

Pengacuan demonstratif (kata ganti petunjuk) dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pronomina demonstratif waktu (*temporal*) dan pronomina demonstratif tempat (*lokasional*). Pronomina demonstratif waktu yang ada mengacu waktu kini (seperti *kini* dan *sekarang*), lampau (seperti *kemarin* dan *dulu*), akan datang (seperti *besok* dan yang *akan datang*), dan waktu netral (seperti *pagi* dan *siang*). (Sumarlam, ed., 2003: 25).

3) Pengacuan Komparatif (Perbandingan)

Pengacuan komparatif (perbandingan) ialah salah satu jenis kohesi gramatikal yang bersifat membandingkan dua hal atau lebih yang mempunyai kemiripan atau kesamaan dari segi bentuk atau wujud, sikap, watak, perilaku, dan sebagainya (Sumarlam, ed., 2003: 27).

b. Penyulihan (Substitusi)

Penyulihan atau substitusi ialah salah satu jenis kohesi gramatikal yang berupa penggantian satuan lingual tertentu (yang telah disebut) dengan satuan lingual lain dalam wacana untuk memperoleh unsur pembeda (Sumarlam, ed., 2003: 28). Dilihat dari segi satuan lingualnya, sebagai berikut:

1) Substitusi Nominal

Substitusi nominal ialah penggantian satuan lingual yang berkategori nomina (kata benda) dengan satuan lingual lain yang juga berkategori nomina (Sumarlam, ed., 2003: 28).

2) Substitusi Verba

Substitusi Verba ialah penggantian satuan lingual yang berkategori verba (kata kerja) dengan satuan lingual lainnya yang juga berkategori verba. (Sumarlam, ed., 2003: 29).

3) Substitusi Frasal

Substitusi Frasal ialah penggantian satuan lingual tertentu yang berupa kata atau frasa dengan satuan lingual lainnya yang berupa frasa (Sumarlam, ed., 2003: 29).

4) Substitusi Klausal

Substitusi Klausal ialah penggantian satuan lingual tertentu yang berupa klausa dan kalimat dengan satuan lingual lainnya yang berupa kata atau frasa (Sumarlam, ed., 2003: 29).

c. Pelesapan (Elepsis)

Pelesapan (elepsis) adalah satuan jenis kohesi gramatikal yang berupa penghilangan atau pelesapan satuan lingual tertentu yang telah disebutkan sebelumnya unsur atau satuan lingual yang dilesapkan itu dapat berupa kata, frasa, klausa, atau kalimat (Sumarlam, ed., 2003: 30).

d. Perangkaian (Konjungsi)

Perangkaian atau konjungsi adalah kata yang dipergunakan untuk menggabungkan kata dengan kata, frasa dengan frasa, klausa dengan klausa, kalimat dengan kalimat, atau paragraf dengan paragraf. Konjungsi merupakan sarana untuk mewujudkan kekohesifan sebuah wacana (Indiyastini, 2009: 54-68).

1) Konjungsi aditif

Konjungsi aditif ialah konjungsi yang menyatakan makna penambahan

2) Konjungsi Perlawanan

Konjungsi perlawanan ialah konjungsi yang menyatakan makna perlawanan.

3) Konjungsi tempo

Konjungsi tempo ialah konjungsi yang menyatakan makna waktu, yaitu waktu bersamaan dan waktu berurutan.

4) Konjungsi komparasi

Konjungsi komparasi ialah konjungsi yang menyatakan makna persamaan.

5) Konjungsi similaritas

Konjungsi similaritas ialah konjungsi yang menyatakan makna kemiripan atau kesamaan.

5. Fungsi Kohesi Gramatikal

Penggunaan alat kohesi tersebut berfungsi untuk menyatakan agar kepaduan atau kelekatan unsur-unsur dalam wacana (Sumarlam, ed., 2003: 23).

6. Pengertian Kohesi Leksikal

Kohesi leksikal adalah hubungan antarunsur dalam wacana secara semantik. Dalam hal ini, untuk menghasilkan wacana yang padu pembicara atau penulis dapat menempuhnya dengan cara memilih kata-kata yang sesuai dengan isi kewacanaan yang dimaksudkan.

Kohesi leksikal dalam wacana dapat dibedakan menjadi enam macam, yaitu: (1) repetisi (pengulangan), (2) sinonim (padan makna), (3) antonim (lawan makna), (4) kolokasi (sanding kata), (5) hiponimi (hubungan atas-bawah), (6) ekuivalensi (kesepadanan). Keenam cara untuk mencapai kepaduan wacana melalui aspek leksikal itu diuraikan sebagai berikut (Sumarlam, ed., 2003: 34).

7. Jenis Kohesi Leksikal

a. Repetisi (Pengulangan)

Repetisi adalah pengulangan satuan lingual (bunyi, suku kata, kata, atau klausa) yang sudah disebutkan diulang kemudian karena dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai (Sumarlam, ed., 2003: 34). Berdasarkan tempat satuan lingual yang diulang baris, klausa atau kalimat. Repetisi dapat dibedakan menjadi delapan macam, yaitu repetisi *epizeuksis*, *tautotes*, *anafora*, *epistrofa*, *simpleke*, *mesodiplosis*, *epanalepsis*, dan *anadiplosis* (lihat Keraf, 1994: 127-128).

1) Repetisi *Epizeuksis*

Repetisi *epizeuksis* adalah pengulangan satuan lingual (kata) yang dipentingkan beberapa kali secara berturut-turut (Sutejo, 2010: 80).

2) Repetisi *Tautotes*

Repetisi *tautotes* adalah pengulangan satuan lingual (sebuah kata) beberap kali dalam sebuah kontruksi (Sutejo, 2010: 80).

3) Repetisi *Anafora*

Repetisi *anafora* adalah pengulangan satuan lingual yang berupa kata atau frasa pertama pada tiap baris.

4) Repetisi *Epistrofa*

Repetisi *epistrofa* adalah pengulangan satuan lingual kata/frasa pada akhir baris (dalam puisi atau akhir kalimat (dalam prosa) secara berturut-turut (Sumarlam, ed., 2003: 36).

5) Repetisi *Simpleke*

Repetisi *simpleke* ialah pengulangan satuan lingual pada awal dan akhir beberapa baris/kalimat berturut-turut, seperti tampak pada contoh berikut (Sumarlam, ed., 2003: 36).

6) Repetisi *Mesodiplosis*

Repetisi *mesodiplosis* ialah satuan lingual di tengah-tengah baris atau kalimat secara berturut-turut (Sumarlam, ed., 2003: 36).

7) Repetisi *Epanalepsis*

Repetisi *epanalepsis* ialah pengulangan satuan lingual, yang kata/frasa akhir dari baris/kalimat itu merupakan suatu pengulangan kata/frasa pertama (Sumarlam, ed., 2003: 37).

8) Repetisi *Anadiplosis*

Repetisi *anadiplosis* ialah pengulangan kata/frasa terakhir dari baris/kalimat itu menjadi kata/frasa pertama pada baris/kalimat berikutnya (Sumarlam, ed., 2003: 37).

b. Sinonim (Padan Makna)

Giunto (dalam Adhani, 2017: 69) mengungkapkan tentang sinonim: Sinonimi, berasal dari bahasa Yunani *syn* bersama dan *onoma* „nama“. Kata-kata yang berbeda memiliki makna yang sama atau mirip, namun demikian sulit ditemukan dua kata yang memiliki makna yang seratus persen sama atau bersifat mutlak.

c. Antonim (Lawan Makna)

Kata-kata yang maknanya terasa saling berlawanan bisa disebut dengan antonim, dari kata Yunani *anti* lawan dan *onoma* „nama“.

d. Kolokasi (Sanding Kata)

Sanding kata atau kolokasi adalah asosiasi tetap antara dua kata dan kata lainnya di lingkungan yang sama (KBBI, 2008: 716). Selanjutnya, (dalam Sumarlam, ed., 2003: 43).

e. Hiponim (Hubungan Atas-Bawah)

Hiponim adalah hubungan antara makna dan kata yang memiliki tingkatan hirarkis dari atas ke bawah, sehingga ada kata yang berada pada kelas atas disebut superordinat atau hipernim dan kelas bawah disebut hiponim (Giunto, dalam Adhani, 2017: 76).

f. Ekuivalensi (Kesepadanan)

Ekuivalensi atau kesepadanan adalah keadaan sebanding (senilai, sederajat, seharga, sama arti, sama banyak, keadaan sepadan, makna yang sangat berdekatan (KBBI, 2008: 361).

8. Fungsi Kohesi Leksikal

Penggunaan alat kohesi leksikal tersebut berfungsi untuk menyatakan agar kepaduan dan kelekatan karena hubungan makna (Sumarlam, ed., 2003: 34).

9. Pengertian Iklan

Pengertian iklan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2008: 521) dijelaskan bahwa iklan merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

10. Peran Iklan

Iklan dapat dijelaskan berdasarkan peranan dan fungsi yang dimainkannya dalam dunia dan masyarakat. Wells (dalam Sumarlam, 2003: 5) menyatakan bahwa iklan mengandung empat peran yang berbeda, yaitu, peran pemasaran, komunikasi, ekonomi dan sosial:

a. Peran Pemasaran (*Marketing Role*)

Pemasaran merupakan strategi yang digunakan oleh dunia usaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap barang dan jasa. Hal ini sejalan dengan fungsi iklan yang berusaha memuaskan atau menawarkan produk dan jasa.

b. Peran Komunikasi (*Communication Role*)

Iklan ini merupakan komunikasi masa untuk menyampaikan tipe informasi yang berbeda untuk mempertemukan antara konsumen dan produsen.

c. Peran Ekonomi (*Economic Role*)

Dengan adanya iklan, konsumen dapat memilih produk secara selektif dengan mutu yang lebih baik dan dengan harga yang lebih mudah.

d. Peran Sosial (*Social Role*)

Iklan merupakan kekuatan yang kehadirannya sangat terasa dalam kehidupan sehari-hari.

11. Tips Kecantikan

Berikut adalah beberapa tips alami untuk menjaga kesehatan kulit Anda, agar wajah Anda tetap kencang dan awet muda:

1. Rutin Membersihkan wajah dan menggunakan pelembab
2. Tidur cukup
3. Lindungi kulit dari paparan sinar matahari

4. Kendalikan stres
5. Konsumsi makanan yang sehat dan bergizi dan cukupi kebutuhan air putih
6. Hindari konsumsi alkohol
7. Jangan merokok

<http://www.thebodyshop.co.id/blog/tips-merawat-kecantikan-kulit-wajah-agar-tetap-sehat-dan-kencang>

13. Pengertian Tabloid

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2008: 1371) tabloid dikatakan sebagai surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat, dan bergambar, mudah dibaca umum; surat kabar sensasi; surat kabar kuning.

14. Tabloid Nova

Dalam ([https://id.wikipedia.org/wiki/Nova_\(tabloid\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Nova_(tabloid))) dinyatakan bahwa tabloid *Nova* adalah:

Tabloid *Nova* adalah sebuah tabloid yang isinya termasuk tentang musik, televisi dan hiburan, diterbitkan oleh Perusahaan NOVA GROUP. Tabloid ini pertama kali terbit pada tahun 1988. Tabloid ini berfokus pada isi tentang dunia wanita. Tabloid ini umumnya menyediakan informasi hiburan seperti sinetron, film, musik, makanan, dan lain-lain. Tabloid ini juga dibaca oleh pria.

C. Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini dipaparkan beberapa aspek yang digunakan dalam penelitian. Aspek-aspek metode penelitian ini meliputi (1) bentuk penelitian, (2) tempat dan waktu penelitian, (3) data dan sumber data, (4) instrumen penelitian, (5) teknik pengumpulan data, (6) teknik analisis data.

1. Bentuk Penelitian

Berdasarkan masalah yang diajukan, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014: 24, Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2010: 24)

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan, karena itu peneliti tidak memerlukan tempat dan waktu khusus untuk melakukan penelitian. Penelitian ini bisa dilakukan di rumah, di Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, atau tempat yang memungkinkan, dan mendukung untuk memperlancar kerja penelitian.

b. Waktu

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan sejak proposal ini disetujui sampai dengan penyusunan skripsi ini, sesuai dengan jadwal yang ditentukan peneliti sendiri.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Menurut Arikunto (2002: 96) data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk keperluan. Data penelitian ini ada kata, frasa, klausa, kalimat dalam wacana iklan produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

b. Sumber Data

Sumber data ini diambil dari tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* edisi Oktober-November 2019. Ada 14 tips yang akan menjadi bahan penelitian, yaitu: *skincare*, *cream skin*, pelembab wajah, *eyeliner*, *eyeshadow*, lipstik *matte*, lipstik ombre, pensil alis, brush, kuas, perona mata, perona pipi, *makeup*, VCO (*virgin coconut oil*)

4. Instrumen Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti sendiri yang menjadi instrumen kunci, baik dalam pengumpulan data maupun dalam analisis data.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengambilan data digunakan dengan cara:

- a. Mengumpulkan dan mereduksi data berupa kata, frasa, klausa kalimat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.
- b. Mengelompokkan data yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* berdasarkan unsur kohesi gramatikal yang terdiri dari (a) pengacuan (referensi), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelesapan (elepsis), dan (d) perangkaian (konjungsi).
- c. Mengelompokkan data berdasarkan fungsi kohesi gramatikal yang menyatakan kepaduan unsur wacana.
- d. Mengelompokkan data yang terdapat dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* berdasarkan unsur kohesi leksikal yang terdiri dari (a) repetisi (pengulangan), (b) sinonim (padan makna), (c) antonim (lawan makna), (d) kolokasi (sanding kata), (e) hiponimi (hubungan atas-bawah), (f) ekuivalensi (kesepadanan).
- e. Mengelompokkan data berdasarkan fungsi kohesi leksikal yang menyatakan kepaduan dan kelekatan karena hubungan makna

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan peneliti yaitu:

- a. Menganalisis unsur kohesi gramatikal dengan teknik pelesapan/lesap, teknik penggantian/ganti, teknik perluasan, teknik perulangan/ulang.
- b. Menganalisis data berdasarkan fungsi kohesi gramatikal yang menyatakan kepaduan unsur wacana.
- c. Menganalisis unsur kohesi leksikal dengan teknik lanjut, yaitu (a) teknik hubung banding menyamakan (atau teknik HBS), (2) Teknik hubung banding membedakan (atau teknik HBB), dan (c) Teknik hubung banding menyamakan hal pokok (atau teknik HBSP), yang sebagai *alatnya* masing-masing menggunakan *daya* banding menyamakan, *daya* banding membedakan, dan *daya* banding menyamakan hal pokok.
- d. Menganalisis data berdasarkan fungsi kohesi leksikal yang menyatakan kepaduan dan kelekatan karena hubungan makna.
- e. Menarik kesimpulan.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian seperti yang dipaparkan dalam bab I, pada bagian hasil penelitian tentang analisis unsur kohesi gramatikal dan kohesi leksikal dalam tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*. Jumlah data yang dikumpulkan selama Oktober-November 2019 ada 93 data dalam 14 wacana tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova*.

Berikut ini hasil analisis kohesi gramatikal dan kohesi leksikal.

1. Kohesi Gramatikal

a. Pengacuan (Referensi)

Berdasarkan data tips perawatan wajah pada tabloid *Nova* peneliti menggunakan bentuk pronomina persona, pengacuan demonstratif, sedangkan data yang tidak ditemukan pengacuan komparatif (perbandingan).

1) Pronomina Persona

Berdasarkan data yang terkumpul dalam pronomina persona ditemukan sebanyak 8 data, yaitu *aku*, *-nya*, *kita*, *Anda*. Di bawah ini disajikan contoh pronomina persona sebagai berikut:

- (1) Secara kompleks *aku* terlihat natural tapi ada dua macam. Ada yang super natural banget dengan menggunakan *water based makeup* dan yang kedua itu yang *full coverage* banget tapi tidak kering,” terang *Chelsea*. (NOVA No 1654/XXXII hal 7).

Data (1) terdapat kata *aku* mengacu nama orang, yaitu *Chelsea*. Termasuk pengacuan endofora yang bersifat kataforis, karena acuannya berada di sebelah kanan.

2) Pengacuan Demonstratif

Pengacuan demonstratif terdapat dua jenis, yaitu demonstratif waktu dan tempat.

a. Pengacuan Pronomina Demonstratif Waktu (Temporal)

Berdasarkan pengacuan pronomina waktu (*temporal*) data yang ditemukan, yaitu *3 tahun terakhir, kadang-kadang, minimal 2-3 kali dan sebulan, tren beauty 2020 nanti, setiap hari, dan kini* sebanyak 8 data. Di bawah ini disajikan contoh pronomina demonstratif waktu sebagai berikut:

(2) Apalagi *3 tahun terakhir ini* tren bibir penuh dan bervolume menjadi acuan kaum hawa untuk tampil cantik. (NOVA No 1654/XXXII hal 7)

Pada data (2) terdapat pronomina demonstratif *3 tahun terakhir ini* dari *tahun 2016-2019*. Pengacuan ini merupakan pengacuan endofora yang bersifat anaforis, karena acuannya berada di sebelah kiri dan mengacu waktu lampau, yaitu menyatakan sesuatu yang sudah terjadi.

b. Pengacuan Pronomina Demonstratif Tempat (Lokasional)

Berdasarkan pengacuan pronomina tempat (*Lokasional*) data yang ditemukan sebanyak 7 data, yaitu *sini, itu, ini*. Di bawah ini disajikan contoh pronomina demonstratif tempat sebagai berikut:

(3) Nah, tips dari Chelsea adalah gunakan *brush* yang bersih untuk membaurkan (*blend*) warna *eyeshadow*. Bersih di *sini* dalam artian belum dipakai untuk warna lain. Ya. (NOVA No 1654/XXXII hal 9)

Pada data (3) terdapat pronomina *sini* yang mengacu *brush* sesuatu yang dekat dengan pembaca. Pengacuan ini merupakan sesuatu yang ada di dalam teks yang termasuk pengacuan endofora bersifat anaforis, karena acuannya berada di sebelah kiri.

b. Penyulihan (Substitusi)

Berdasarkan penyulihan (substitusi) data yang ditemukan sebanyak 1 data, yaitu *VCO*. Di bawah ini disajikan contoh penyulihan (substitusi) sebagai berikut:

(4) Anda familiar dengan yang namanya *VCO* (Virgin Coconut Oil)? Banyak orang meminumnya untuk kesehatan. (NOVA No 1650/XXXII hal 19)

Data (4) penyulihan (substitusi) satuan lingual nomina *VCO* yang digantikan oleh bentuk *-nya*. Dalam penyulihan (substitusi) tersebut digunakan untuk variasi bentuk, agar tidak membosankan.

c. Pelesapan (Elepsis)

Berdasarkan pelesapan (*elepsis*) data yang ditemukan sebanyak 4 data, yaitu *alis, kelopak mata, kulit, makeup dan skincare*. Di bawah ini disajikan contoh pelesapan (elepsis) sebagai berikut:

(5) Dari sananya memang sudah seperti itu *alis*. Jadi saat kitamembuat *alis*, tak masalah bila ϕ tak sama persis. (NOVA No 1651/XXXII hal 9)

Data (5) terdapat pelesapan satuan lingual yang berupa kata *alis* berfungsi sebagai subjek atau pelaku tindakan tuturan. Subjek yang sama dilesapkan sebanyak dua kali, yaitu sebelum kata *jadi* pada klausa pertama, sebelum kata *tak*, dan klausa kedua sebelum kata *tak*. Pelesapan pada data tersebut dapat direpresentasikan apabila tuturan itu kembali dituliskan dalam bentuk lengkaptanpa adanya pelesapan.

d. Perangkaian (Konjungsi)

1) Konjungsi aditif

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 12 data, yaitu *dan, juga, selain*. Di bawah ini disajikan contoh konjungsi aditif sebagai berikut:

(6) Memang sulit bila punya kulit wajah yang berminyak *dan* mudah berjerawat. (NOVA No 1651/XXXII hal 9)

Data (6) terdapat kata penghubung *dan* menyatakan penambahan yang menghubungkan antara kata *kiri dan kanan* dalam kalimat tunggal.

2) Konjungsi perlawanan

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 7 data, yaitu *tapi, tetapi, hanya, meski, namun*. Di bawah ini disajikan konjungsi perlawanan persona sebagai

berikut:

- (7) Nah, untuk membersihkan wajah dari VCO, Anda menggunakan kapas bersih. *Tapi* ini sedikit sulit, karena kapas tak bisa “mengangkat” minyak dengan mudah. (NOVA No 1650/XXXII hal 19)

Data (7) terdapat kata penghubung *tapi* yang menghubungkan klausa dengan klausa *membersihkan wajah dari VCO, Anda menggunakan kapas bersih. Tapi ini sedikit sulit, karena kapas tak bisa “mengangkat” minyak dengan mudah* dalam paragraf yang termasuk perlawanan atau pertentangan.

2) Konjungsi tempo

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 8 data, yaitu *ketika, sementara, setelah*. Di bawah ini disajikan contoh konjungsi tempo sebagai berikut:

- (8) Rajinlah menggunakan *losion* setiap hari, terutama pagi hari *setelah* mandi. (NOVA No 1652/XXXII hal 7)

Data (8) terdapat kata hubung *setelah* yang menghubungkan kata *rajinlah menggunakan losion setiap hari, terutama pagi hari setelah mandi* sehingga membentuk klausa dengan kalimat majemuk.

3) Konjungsi similaritas

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 6 data, yaitu *seperti*. Di bawah ini disajikan contoh konjungsi similaritas sebagai berikut:

- (9) Mengetahui kandungan formula pada produk *skincare* memang penting, apalagi kalau kita sudah tahu tampilan kulit *seperti* apa yang kita butuhkan atau inginkan. (NOVA No 1654/XXXII hal 8)

Data (9) terdapat kata hubung *seperti* yang menghubungkan kata *produk skincare memang penting, apalagi kalau kita sudah tahu tampilan kulit seperti apa yang kita butuhkan atau inginkan* dalam kalimat majemuk tunggal yang menyatakan kemiripan atau kesamaan.

2. Fungsi Kohesi Gramatikal

Penggunaan alat kohesi tersebut berfungsi untuk menyatakan agar kepaduan atau kelekatan unsur-unsur dalam wacana.

a. Pengacuan (Referensi)

Penulis dalam tips perawatan wajah pada tabloid *Nova* menggunakan bentuk pronomina persona, pengacuan demonstratif, sedangkan data yang tidak ditemukan pengacuan komparatif (perbandingan).

1) Pronomina Persona

Pengacuan pronominal persona yang ditemukan adalah *aku* yang mengacu kata *Chelsea*. Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (10) “Secara kompleks *aku* melihat natural tapi ada duamacam. Ada yang super natural banget dengan menggunakan *water based makeup* dan yang keduanya yang full *coverage* banget tapi tidak kering,” terang Chelsea. (hal 7)

Pengacuan pronominal persona tersebut digunakan untuk menyatakan kepaduan dengan menggunakan kevariasian sekaligus keringkasannya yang berkaitan dengan persamaan bunyi, termasuk di dalamnya demi keindahan.

2) Pengacuan Demonstratif

a. Pengacuan Pronominal Demonstratif Waktu

Pengacuan pronominal demonstratif waktu yang ditemukan adalah frasa *3 tahun terakhir ini* yang menyatakan waktu. Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (11) Apalagi *3 tahun terakhir ini* tren bibir penuh dan bervolume menjadi acuan kaum hawa untuk tampil cantik. (hal 7)

Pengacuan pronominal demonstratif waktu tersebut digunakan untuk penekanan yang berhubungan dengan waktu.

b. Pengacuan Pronomina Demonstratif Tempat

Pengacuan pronominal demonstratif tempat yang ditemukan adalah frasa *sini* yang menyatakan tempat. Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (12) Nah, tips dari Chelsea adalah gunakan *brush* yang bersih untuk membaurkan (*blend*) warna *eyeshadow*. Bersih di *sini* dalam artian belum dipakai untuk warna lain. Ya. (hal 9)

Pengacuan pronominal demonstratif tempat tersebut digunakan untuk penekanan yang berhubungan dengan tempat.

b. Penyulihan (Substitusi)

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (13) Anda sudah familiar dengan yang namanya *VCO* (*Vir coconut oil*)? Banyak orang meminumnya untuk kesehatan. (hal 19)

Penyulihan (substitusi) tersebut digunakan untuk kevariasian bentuk, dan mengurangi pengulangan bentuk yang sama agar tidak membosankan.

c. Pelesapan (Elepsis)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (14) Dari sananya memang sudah seperti itu *alis*. Jadi saat kita membuat *alis*, tak masalah bila ϕ tak sama persis. (hal 9)

- (14a) Dari sananya memang sudah seperti itu *alis*. Jadi saat kita membuat *alis*, tak masalah bila (*alis*) ϕ tak sama persis

Pelesapan (elepsis) tersebut digunakan untuk kehematan penggunaan kata-kata, selain untuk kevariasian, pengulangan kata atau frasa *alis* yang sudah disebutkan secara berulang dapat menyebabkan kemonotonan.

d. Perangkaian (Konjungsi)

1) Konjungsi Aditif

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (15) Memang sulit bila punya kulit wajah yang berminyak *dan* mudah berjerawat. (hal 9)

Konjungsi aditif tersebut digunakan untuk menghubungkan klausa dengan klausa *kulit wajah yang berminyak dan mudah berjerawat*. Dari hubungan antara kata, frasa, kalimat, sampai dengan hubungan antarparagraf sehingga menimbulkan makna yang kohesif.

2) Konjungsi Perlawanan

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (16) Nah, untuk membersihkan wajah dari *VCO*, Anda menggunakan kapas bersih. *Tapi* ini sedikit sulit, karena kapas tak bisa “menggangkat” minyak dengan mudah. (hal 19)

Konjungsi perlawanan tersebut digunakan untuk menghubungkan klausa dengan klausa *membersihkan wajah dari VCO, Anda menggunakan kapas bersih. Tapi ini sedikit sulit, karena kapas tak bisa “menggangkat” minyak dengan mudah*. Dari hubungan antara kata, frasa, kalimat, sampai dengan hubungan antar paragraf sehingga menimbulkan makna yang kohesif.

3) Konjungsi Tempo

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (17) Rajinlah menggunakan *losion* setiap hari terutama pagihari *setelah* mandi. (hal 7)

Konjungsi tempo tersebut digunakan untuk menghubungkan kata *losion setiap hari terutama pagi hari setelah mandi*. Dari hubungan antara kata, frasa, kalimat, sampai dengan hubungan antar paragraf sehingga menimbulkan makna yang kohesif.

4) Konjungsi Similaritas

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

- (18) Mengetahui kandungan formula pada produk *skincare* memang penting, apalagi kalau kita sudah tahu tampilan kulit *seperti* apa yang kita butuhkan atau

inginkan. (NOVA No 1654/XXXII hal 8)

Konjungsi similaritas tersebut digunakan untuk menghubungkan kata *produk skincare memang penting, apalagi kalau kita sudah tahu tampilan kulit seperti apa yang kita butuhkan atau inginkan*. Dari hubungan antara kata, frasa, kalimat, sampai dengan hubungan anatar paragraf sehingga menimbulkan makna yang kohesif.

3. Kohesi Leksikal

a. Repetisi (Pengulangan)

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 10 data, yaitu *pelembab, alis, Anda, bibir, eyeliner, eyeshadow, kulit, lebih, pelembab*. Di bawah ini disajikan contoh repetisi (pengulangan) sebagai berikut:

(19) Kulit kering: jangan lupa rutin memakai *pelembab*. Tanpa *pelembab*, kulit akan lebih cepat kehilangan elastisitasnya. (NOVA No 1653/XXXII hal 9)

Data (19) Terdapat pengulangan kata *pelembab* yang termasuk pengulangan *epizeuksis*, karena kata *Anda* dan *eyeshadow* diulang beberapa kali secara berturut-turut tetapi dalam satu kalimat untuk menunjukkan bahwa bahasa yang diulang tersebut merupakan bentuk bahasa yang penting. Selain itu perulangan juga mendukung keindahan dalam konteks kalimat.

b. Sinonim (Padan Makna)

Dalam penelitian ini berdasarkan data yang dianalisis ditemukan sebanyak 1 data, yaitu *basah*, dan *lembab*. Di bawah ini disajikan contoh sinonim (padan makna) sebagai berikut:

(20) Pasalnya, kuas sangat mudah kotor karena selalu terkena bahan-bahan *makeup*. Apalagi, kuas untuk *foundation* yang cenderung *basah* dan *lembab*. (NOVA No 1653/XXXII hal 9)

Data (20) terdapat sinonim kata *basah* dan *lembab* mempunyai makna sama atau mirip.

c. Antonim (Lawan Makna)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan sebanyak 3 data, yaitu *bawah* dan *atas, sulit* dan *mudah, tipis* dan *tebal*. Di bawah ini disajikan contoh antonim (lawan makna) sebagai berikut:

(21) Aplikasikan *eyelinertipis* saja. Karena bila sudah fokus pada matalalu *eyeliner* masih juga *tebal*, terkesan jadi terlalu banyak yang dimainkan. (NOVA No 1653/XXXII hal 9)

Data (21) terdapat antonim, yaitu kata *tipis* dan *tebal* yang termasuk jenis antonim bertingkat menyatakan sesuatu yang berlawanan, namun menjadi indah bila dipertentangkan seperti *tipis* dan *tebal*.

d. Kolokasi (Sanding Kata)

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 1 data, yaitu *foundation, cencealer, lalu bedak*. Di bawah ini disajikan contoh kolokasi (sanding kata) sebagai berikut:

(22) Tiba-tiba diajak teman untuk hangout? Wah, harus dandan cepat, nih! Pakai *foundation, cencealer, lalu bedak*, ah terlalu lama. (NOVA No 1650/XXXII hal 9)

Data (22) terdapat hubungan kata-kata dalam lingkup yang sama, yaitu *foundation, cencealer, lalu bedak* yang berkolokasi dengan alat berias.

e. Hiponim (Hubungan Atas-Bawah)

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan sebanyak 3 data, yaitu *warna cokelat, biru tua, ungu, hingga abu-abu, flawless, glowing*, dan *ruam, alergi*, atau *jerawat*. Di bawah ini disajikan contoh hiponim (hubungan atas-bawah) sebagai berikut:

(23) Tren *warna spooky* diprediksi akan menjadi primadona, khususnya untuk warna *makeup* di bagian mata. Warna yang bakal tren mulai dari warna cokelat, biru tua, ungu, hingga abu-abu. (NOVA No 1654/XXXII hal 9)

Dalam data (23) terdapat hubungan atas-bawah *warna* yaitu, dengan warna *cokelat*,

biru tua, ungu, hingga abu-abu.

Keindahan dapat digambarkan dengan varian kata yang ada dalam hubungan satu kelas seperti hubungan atas-bawah yang terkait dengan *warna*, menimbulkan dampak keindahan karena kevariasian.

4. Fungsi Kohesi Leksikal

Penggunaan alat kohesi leksikal tersebut berfungsi untuk menyatakan agar kepaduan dan kelekatan karena hubungan makna.

a. Repetisi (Pengulangan)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan kalimat sebagai berikut:

(24) Kulit kering: jangan lupa rutin memakai *pelembab*. Tanpa *pelembab*, kulit akan lebih cepat kehilangan elastisitasnya. (hal 9)

Repetisi (pengulangan) tersebut digunakan oleh penulis untuk menunjukkan bahwa bentuk bahasa yang diulang tersebut merupakan bentuk bahasa yang penting. Selain itu pengulangan juga memberikan tekanan dalam konteks kalimat.

b. Sinonim (Padan Makna)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan kalimat sebagai berikut:

(25) Pasalnya, kuas sangat mudah kotor karena selalu terkena bahan-bahan *makeup*. Apalagi, kuas untuk *foundation* yang cenderung *basah* dan *lembab*. (hal 9)

Sinonim (padan makna) tersebut digunakan untuk menyatakan sesuatu yang mirip, namun menjadi indah bila dipertentangkan, seperti *basah* dan *lembab*.

c. Antonim (Lawan Makna)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan kalimat sebagai berikut:

(26) Aplikasikan *eyeliner tipis* saja. Karena bila sudah fokus pada mata lalu *eyeliner* masih juga *tebal*, terkesan jadi terlalu banyak yang dimainkan. (hal 9)

Antonim (lawan makna) tersebut digunakan untuk menyatakan sesuatu yang berlawanan, namun menjadi indah bila dipertentangkan, seperti *tipis* dan *tebal*.

d. Kolokasi (Sanding Kata)

Berdasarkan data yang terkumpul ditemukan kalimat sebagai berikut:

(27) Tiba-tiba diajak teman untuk hangout? Wah, harus dandan cepat, nih! Pakai *foundation, concealer, lalu bedak*, ah terlalu lama. (hal 9)

Kolokasi (sanding kata) tersebut digunakan untuk menunjukkan lingkup gagasan yang terangkum dalam lingkup tertentu.

e. Hiperonim (Hubungan Atas-Bawah)

Berdasarkan data yang dianalisis ditemukan kalimat sebagai berikut:

(28) Tren *warna spooky* diprediksi akan menjadi primadona, khususnya untuk warna *makeup* dibagian mata. Warna yang bakal tren mulai dari *warna cokelat, biru tua, ungu, hingga abu-abu*. (9)

Hiperonim (Hubungan Atas-Bawah) tersebut digunakan untuk keindahan dapat digambarkan dengan varian kata yang ada dalam hubungan satu kelas seperti hubungan atas-bawah yang terkait dengan *warna* menimbulkan dampak yang berwarna gelap.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. (1) Unsur kohesi gramatikal dianalisis berdasarkan empat aspek, yaitu: (a) pengacuan (referensi), meliputi pronomina persona, pengacuan demonstratif yang meliputi, pengacuan pronomina demonstratif waktu (temporal), pengacuan pronomina demonstratif tempat (lokasional), (b) penyulihan (substitusi), (c) pelepasan (elepsis), (d) perangkaian (konjungsi), yaitu: konjungsi aditif, konjungsi perlawanan, konjungsi tempo, dan konjungsi similaritas, (2) Fungsi kohesi gramatikal dianalisis berdasarkan empat aspek, yaitu (a) pengacuan (referensi), digunakan untuk menyatakan kepaduan dengan menggunakan kevariasian sekaligus keringkasan yang berkaitan dengan persamaan bunyi, termasuk di dalamnya demi keindahan. (b) penyulihan (substitusi), digunakan

untuk kevariasian bentuk, dan mengurangi pengulangan bentuk yang sama agar tidak membosankan. (c) pelesapan (elepsis) digunakan untuk kehematan penggunaan kata-kata, selain untuk kevariasian, pengulangan kata atau frasa yang sudah disebutkan secara berulang dapat menyebabkan kemonotonan. Selanjutnya (d) perangkaian (konjungsi) digunakan untuk menghubungkan unsur yang satu dengan unsur yang lain. Dari hubungan antara kata, frasa, kalimat, sampai dengan hubungan anatarparagraf sehingga menimbulkan makna yang kohesif. (3) Unsur kohesi leksikal dianalisis berdasarkan lima aspek, yaitu (a) repetisi (pengulangan), (b) sinonim (padan makna), (c) antonim (lawan makna), (d) kolokasi (sanding kata), dan (e) hiponimi (atas-bawah), (4) Fungsi kohesi leksikal dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan empat aspek, yaitu meliputi: (a) repetisi (pengulangan) digunakan untuk menunjukkan bahwa bentuk bahasa yang diulang merupakan bentuk bahasa yang penting. Selain itu pengulangan juga memberikan tekanan dalam konteks kalimat, (b) sinonim (padan makna) digunakan untuk menyatakan sesuatu yang mirip, namun menjadi indah bila dipertentangkan, (c) antonim (lawan makna) digunakan untuk menyatakan sesuatu yang berlawanan, namun menjadi indah biladipertentangkan, (d) kolokasi (sanding) digunakan untuk menunjukkan lingkup gagasan yang terangkum dalam lingkup tertentu. (e) hiponimi (atas-bawah) digunakan untuk keindahan dapat digambarkan dengan varian kata yang ada dalam hubungan satu kelas.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dikemukakan saran-saran yang sekiranya dapat membantu dan bermanfaat bagi para pembaca, dan peneliti selanjutnya.

a. Bagi Pembaca

Berdasarkan hasil penelitian ini, pembaca sebagai penikmat wacana tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* perlu keseriusan, pemahaman, dan ketelitian yang baik mengenai unsur kohesi gramatikal dan kohesi leksikal. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan bahan rujukan, inspirasi dan sebagai acuan untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya, dengan menggunakan tips produk perawatan wajah pada tabloid *Nova* dilihat dari aspek lainnya.

Daftar Pustaka

- Adhani, Agnes. 2017. *Kosakata Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Textium
- Aminuddin, 1990. *Pengembangan Penelitian Kualitatif: dalam Bidang Bahasan Sastra*. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh (YA3).
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Nova_\(tabloid\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Nova_(tabloid)). Diunduh 23 Oktober 2018
- <https://salamadian.com/pengertian-jenismacam-iklan/>. Diunduh 20 Oktober 2018
- <http://www.thebodyshop.co.id/blog/tips-merawat-kecantikan-kulit-wajah-agar-tetap-sehat-dan-kencang>. Diunduh 8 Mei 2020
- Indiyastini. 2009. *Kohesi dan Koherensi*. Jakarta: Departement Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keraf, Gorys. 1994. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Berbahasa*. Jakarta: Gramedia
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: PustakaCakra.
- Rodiosunu. 1998. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis Edisi 2*.

- Yogyakarta: BPFE.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wacana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono, 2014. *Memahami Pendekatan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta. Sumarlam (ed). 2003. *Teori dan Paktik: Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra. Sutedjo. 2004. “Keunikan Bahasa Pengucapan Ayu Utami dalam Saman: Sebuah Kajian Pendekatan Stilistika” dalam *23 Naskah Terbaik Lomba Mengulas Karya Sastra*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Dirjend Dikmenum Bagian Proyek Peningkatan Perpustakaan Sekolah Pelajaran Sastra.
- Tarigan, Henry Guntur, 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.