

Struktur tematis dalam teks iklan berbahasa Prancis

Karyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158360&lokasi=lokal>

Abstrak

Teks merupakan rangkaian kalimat yang saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan makna. Salah satu keadaan yang dapat menunjukkan hubungan antarkalimat dalam teks adalah dengan melihat struktur tematis teks tersebut. Struktur tematis tidak hanya menunjukkan penyebaran unsur-unsur tema dan rema dalam teks namun juga memperlihatkan bagaimana unsur-unsur tema tersebut tersusun dan terkait dalam teks.

Skripsi ini mengupas struktur tematis yang terdapat dalam tubuh teks iklan berbahasa Prancis. Alasan pemilihan data tersebut adalah karena tubuh teks iklan merupakan bagian yang paling menunjukkan sifat iklan yang informatif dan persuasif sehingga menarik untuk dilihat struktur tematisnya.

Penelitian dilakukan dengan menganalisis data berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Combettes mengenai struktur tematis (istilah struktur tematis merupakan terjemahan istilah *progression thematique* dari Combettes). Data yang terkumpul berjumlah 42 teks iklan yang diambil dari majalah-majalah Prancis terbitan tahun 1995-1996 dan terdiri dari 6 jenis iklan; perawatan kecantikan (9), mobil (6), produk elektronik (8), minuman (6), makanan (5) dan asesoris (8).

Teori yang dikemukakan oleh Combettes pada mulanya menerangkan mengenai indikator unsur tema dan rema, yaitu konteks (indikator utama dalam teks), urutan unsur kalimat, penambahan tanda semantis dan intonasi) dan mengemukakan juga tentang bentuk-bentuk yang merupakan penanda unsur tema yaitu repetisi, pronominalisasi dan substitusi leksikal yang pada umumnya didahului oleh artikula tentu, demonstratif atau posesif. Setelah mengetahui indikator dan penanda tersebut, kita baru dapat mencari struktur tematisnya.

Jenis-jenis struktur tematis menurut Combettes adalah struktur linear (tema kalimat berasal dari rema kalimat sebelumnya), konstan yang menampilkan tema yang sama pada setiap kalimatnya, turunan (tema atau rema kalimat diturunkan menjadi sub-subtema pada kalimat berikutnya), kombinasi dan struktur tematis terputus di mana tema suatu kalimat tidak dapat dihubungkan secara langsung pada tema atau rema sebelumnya.

Jenis struktur tematis yang diturunkan pada data sebanyak 8 jenis, yaitu linear, konstan, kombinasi turunan dan konstan, kombinasi turunan dan linear, kombinasi linear dan konstan, kombinasi 3 jenis struktur, kombinasi 4 jenis struktur dan kombinasi lain (struktur linear dengan struktur lain).

Analisis pada data juga menunjukkan adanya dua jenis struktur tematis yang tidak disebutkan dalam teori, yaitu struktur Banda yang terdapat pada kombinasi linear-konstan, di mana suatu kalimat yang memiliki

lebih dari satu tema memperlihatkan sekaligus dua jenis struktur tematis (linear dan konstan) dan struktur lain, yaitu tema suatu kalimat mengulang kalimat sebelumnya secara keseluruhan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jenis struktur yang paling dominan adalah kombinasi struktur linear dan konstan (sebanyak 50%) dan tidak ditemukan adanya hubungan atau keterkaitan antara jenis iklan dengan jenis struktur tematis karena suatu jenis iklan memiliki paling sedikit dua variasi jenis struktur tematis.

Seperti layaknya semua karya di dunia ini, maka skripsi ini pun masih terdapat kekurangan. Terbatasnya data tidak dapat memperjelas beberapa kecenderungan yang ditemukan dalam analisis sehingga hal itu tidak dapat ditarik sebagai kesimpulan. Oleh karena itu, penelitian dengan jumlah atau jenis data yang lebih banyak mungkin akan dapat menemukan keteraturan-keteraturan yang lebih mutlak dari struktur tematis pada teks iklan berbahasa Prancis.