

Struktur dan strategi argumentasi dalam teks iklan berbahasa Perancis

Esti Lestari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158383&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebuah teks iklan berbahasa Perancis memiliki suatu struktur dan strategi argumentasi. Tujuannya ialah untuk mengetahui struktur dan strategi argumentasi yang sering digunakan dalam iklan ruang lingkupnya teks iklan tertulis yang terdapat dalam berbagai majalah berbahasa Perancis. Metode penelitian korpus digunakan dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa 19 iklan mengikuti pola Pierre Colombier, sedangkan 56 iklan lainnya memakai struktur argumentasi yang lebih bervariasi dari pola Pierre Colombier. Variasi struktur argumentasi yang ditemukan berjumlah 6 struktur. Strategi argumentasi yang paling banyak dipakai dalam iklan adalah strategi argumentasi membujuk, sedangkan 30 iklan lainnya memakai strategi campuran, yaitu strategi argumentasi yang merupakan perpaduan antara strategi argumentasi memujuk dan strategi argumentasi meyakinkan. Dapat dikatakan bahwa struktur argumentasi iklan sangat bervariasi; penciptaan iklan tidak dapat dibatasi pada pola tertentu saja. Strategi argumentasi membujuk memperlihatkan bahwa pengirim memakai selera pribadi sebagai dasar pemilihan produk yang ditawarkan. Secara keseluruhan penelitian struktur dan strategi argumentasi iklan menunjukkan adanya penyimpangan dari teori yang dipakai.