

Kohesi dan koherensi dalam poster larangan membeli minuman beralkohol bagi yang berusia di bawah 18 tahun di Belanda = The cohesion and coherence in posters prohibiting people under 18 years old from purchasing alcoholic beverages in Netherlands

Yessi Yolanda Guci, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423997&lokasi=lokal>

Abstrak

Kalimat perintah larangan dalam wacana pada poster-poster larangan membeli minuman beralkohol bagi orang-orang di bawah 18 tahun di Belanda rata-rata memiliki bentuk yang berbeda dari kalimat perintah larangan pada umumnya yaitu tidak diawali kata "jangan" atau "tidak boleh" dan tidak diakhiri dengan tanda seru. Poster-poster larangan tersebut pun memiliki tujuan khusus yaitu untuk melarang orang-orang di bawah umur 18 tahun untuk meminum ataupun membeli alkohol sesuai dengan peraturan pemerintah Belanda yang dikeluarkan per tanggal 1 Januari 2014. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana kepaduan wacana terbentuk pada poster-poster larangan membeli minuman beralkohol bagi yang berusia di bawah 18 tahun. Poster-poster dalam penelitian ini diambil dari website google.nl dengan kata kunci alcoholverbod onder 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana pada tujuh poster larangan membeli minuman beralkohol bagi yang berusia di bawah 18 tahun di Belanda menjadi padu karena adanya peran dari alat pemarkah kohesi (kohesi leksikal dan gramatikal) dan koherensi (tempat dan tujuan) di dalam tujuh poster larangan tersebut.

In the discourse of Dutch posters forbidding alcoholic beverages consumption for people under 18 years old, the imperative sentences stated are mostly different from the common imperative sentences. The sentences in most posters do not use imperatives such as "do not" ("jangan" in Bahasa Indonesia) or "must not" ("tidak boleh" in Bahasa Indonesia), and the sentences do not end with a exclamation mark. These posters have specific purpose that is to forbid people under 18 years old to consume or purchase alcoholic beverages in accordance with the Netherlands Government Regulation issued on January 1st, 2014. The problem that will be discussed in this thesis is how the cohesion of discourses in posters prohibiting people under 18 from purchasing alcoholic beverages is formed. The posters, which will be the focused of my research, is taken from google.nl website with the keyword alcoholverbod onder 18. The research result shows that the discourses of Dutch poster forbidding alcoholic beverages consumption for people under 18 years old are coherent due to cohesion markers (lexical and grammatical) and coherence markers (place and purpose).