

PERANGKAT KOHESI GRAMATIKAL WACANA DALAM AKUN INSTAGRAM C CHANNEL

Ervina Dyah Novianti

Program Studi Studi Kejepangan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga

Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan Surabaya 60286

Email: ervinadyahnovianti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang perangkat kohesi gramatikal dari 22 wacana tertulis deskripsi atau *caption* yang diunggah dalam akun Instagram C Channel (@cchannel_entertainment). C Channel adalah perusahaan *startup* video yang berfokus pada gaya hidup wanita seperti *fashion*, kecantikan, *life hack*, kuliner, dan tips berkenan. *Caption* yang dianalisis diambil dari postingan yang diunggah dari bulan Oktober sampai bulan Desember 2017. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori kohesi gramatikal Halliday dan Hassan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *caption* dalam akun Instagram C Channel memiliki unsur kohesi gramatikal yang terdiri dari elipsis sebanyak 65 data, substitusi sebanyak 13 data, dan referensi sebanyak 11 data. Penemuan tersebut menjelaskan bahwa elipsis adalah unsur kohesi gramatikal yang paling banyak digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wacana pada media sosial Instagram banyak menggunakan elipsis untuk memenuhi kebutuhan pembaca wacana sebagai pengguna ponsel akan informasi yang singkat, padat dan mudah dicerna. Bagi konsumen Instagram yang sebagian besar merupakan pengguna ponsel, wacana yang ringkas dan padat lebih praktis dibandingkan dengan wacana yang lebih panjang.

Kata kunci: analisis wacana, kohesi gramatikal, Instagram

Abstract

This research studies about grammatical cohesion in written discourses found on C Channel Instagram account (@cchannel_entertainment) posted around early October to late December 2017. This research analyzes 22 video captions using Halliday and Hassan's four grammatical cohesion devices theory as a base. Method used in this research is descriptive qualitative. The result suggests that the grammatical cohesion devices in the captions posted on C Channel Instagram account are ellipsis (65 data), substitution (13 data), and reference (22 data). According to the results, ellipsis is the most frequently used grammatical cohesion device. From those findings, it can be concluded that the video captions in C Channel Instagram account mostly use ellipsis to create a shorter, bite-sized, and easy-to-digest discourse in order to be compatible with the dimensions of smartphone screen. To smartphone users who are always on the go, shorter and brief discourses appeals more rather than their lengthy and wordy counterpart.

Keywords: discourse analysis, grammatical cohesion, Instagram

1. Pendahuluan

Wacana adalah bentuk komunikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Wacana merupakan satuan gramatikal terbesar yang menempati hirarki teratas

dalam kebahasaan (Moeliono, 1988:334). Unsur wacana dibagi menjadi unsur internal yaitu kata dan kalimat, serta unsur eksternal yang terdiri dari implikatur, referensi, presuposisi, inferensi, dan konteks (Moeliono, 1988:358).

Wacana yang utuh memiliki beberapa syarat yang harus dipenuhi seperti aspek leksikal, aspek gramatikal, aspek fonologis, aspek semantis, kohesi, koherensi, serta topik wacana. Singkatnya, kohesi dan koherensi. Kohesi mencakup aspek fonologis, leksikal, dan gramatikal. Sedangkan koherensi mencakup aspek semantis dan topikalisasi.

Kohesi adalah kepaduan bentuk bahasa dari proses pembentukan ikatan sintaksis secara struktur. Terdapat dua jenis kohesi, yaitu kohesi gramatikal dan leksikal. Kohesi gramatikal terdiri dari elipsis, referensi, substitusi, dan konjungsi. Sementara kohesi leksikal terdiri dari sinonim, antonim, kolokasi, hiponim, dan repetisi (Halliday dan Hassan dalam Moleong, 2004: p.94). Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus utama pembahasan adalah kohesi gramatikal.

Data yang digunakan penelitian ini adalah wacana yang terdapat di bagian deskripsi video atau *caption* akun Instagram C Channel yang diunggah dari bulan Oktober hingga bulan Desember tahun 2017. C Channel merupakan perusahaan *startup* video yang didirikan tanggal 9 April 2015 oleh mantan CEO LINE Akira Morikawa. Pada bulan Oktober 2016, perusahaan tersebut melakukan ekspansi ke Indonesia dan mengakuisisi *startup* di pengembangan layanan digital PT Media Makmur. Selain di Indonesia, perusahaan ini juga memiliki cabang di Thailand, Korea, dan Taiwan. C Channel rutin mengunggah konten seputar gaya hidup kaum wanita seperti *fashion*, kuliner, *travel*, tips berkencan dan budaya populer. Peneliti memilih C Channel sebagai sumber data karena popularitasnya yang tinggi di Indonesia, dibuktikan dengan penghargaan *Indonesia Best Brand Awards* sebagai salah satu media video yang paling banyak dipilih wanita¹ pada bulan Oktober tahun 2018.

Penelitian ini berfokus pada perangkat kohesi gramatikal dari wacana dalam akun Instagram C Channel. Teori yang digunakan adalah teori perangkat kohesi

¹ <https://cchan.co.id/news/cchannelbestbrand2018/>
diakses pada 2 April 2019

oleh Halliday dan Hassan (dalam Moleong, 2004: p.94) yang menyatakan bahwa kohesi gramatikal terdiri dari referensi, elipsis, substitusi, dan konjungsi.

2. Metode Penelitian

Tinjauan pustaka yang pertama adalah skripsi dengan judul Analisis Perangkat Kohesi dalam Wacana Acara Televisi *News Every 'Ki Ni Naru!'* yang ditulis oleh Diana Rizki Agustia dari Universitas Diponegoro tahun 2017. Penelitian tersebut mengkaji perangkat kohesi dalam wacana berita dalam televisi menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil analisis menjabarkan bahwa wacana dalam acara televisi tersebut adalah wacana yang kohesif karena mengandung elemen kohesi gramatikal dan kohesi leksikal. Dari wacana tersebut ditemukan perangkat kohesi gramatikal referensi, substitusi, elipsis, konjungsi, dan perangkat kohesi leksikal repetisi, sinonim, antonim, dan kolokasi. Dari seluruh elemen kohesi tersebut, yang paling sering digunakan adalah referensi, konjungsi, dan repetisi. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat dari sumber data yang digunakan. Wacana acara televisi banyak menggunakan referensi, konjungsi, dan repetisi agar memiliki susunan kalimat yang lengkap dan tertata rapi sementara wacana media sosial khususnya Instagram banyak menggunakan elipsis dan repetisi agar dapat dibaca dan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Tinjauan pustaka yang kedua adalah jurnal penelitian berbahasa Jepang yang berjudul *Danwa Jogen ni Okeru Kessokusei* oleh Keiko Abe dari Universitas Wanita Kyoritsu tahun 2013. Penelitian ini menelaah kohesi dari wacana lisan persuasif yang terjadi dalam sesi konsultasi antara penyiar radio dengan pendengar yang meminta saran. Dalam penelitiannya, Keiko menggunakan teori kohesi Halliday dan Hassan serta metode deskriptif kualitatif. Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan antara wacana yang berhasil dan wacana yang gagal. Wacana dikatakan berhasil apabila pendengar yang meminta saran merasa puas dengan saran yang diberikan penyiar radio. Sementara itu, wacana dikatakan tidak berhasil apabila pendengar tidak merasa yakin dengan nasihat dari penyiar radio. Wacana yang gagal memiliki unsur kohesi lebih sedikit daripada wacana yang berhasil. Unsur kohesi pada wacana yang gagal memiliki kepaduan yang

hanya mencakup sebagian kecil dari keseluruhan wacana. Sementara unsur kohesi wacana yang berhasil memiliki hubungan yang melingkupi wacana secara utuh sehingga menghasilkan kekuatan persuasif yang lebih tinggi. Kekuatan persuasif yang tinggi lebih efektif dalam meyakinkan pendengar. Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada sumber data penelitian, yaitu wacana siaran radio dan wacana media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian dibagi menjadi dua yaitu teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik catat. Peneliti mengumpulkan seluruh *caption* yang diunggah pada rentang waktu Oktober 2017 hingga Desember 2017. Data yang telah dikumpulkan dipilah dan diseleksi berdasarkan topiknya sehingga didapatkan data dengan topik yang bervariasi. Dilanjutkan dengan teknik analisis data yang dilakukan dengan melihat data secara utuh dan mencari unsur kohesi yang terkandung dalam data. Selanjutnya data yang telah diolah ditandai dengan bintang (*) dan kata atau frase yang mengandung perangkat kohesi gramatikal digarisbawahi. Kemudian peneliti menjabarkan alasan mengapa termasuk dalam perangkat kohesi gramatikal disertai dengan bukti yang mendukung. Selanjutnya, peneliti menghitung dan mengelompokkan hasil analisis berdasarkan jenis perangkat kohesi gramatikalnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan analisis terhadap perangkat kohesi gramatikal wacana dalam akun Instagram C Channel bulan Oktober-Desember 2017.

Dalam akun Instagram C Channel, peneliti menemukan piranti kohesi gramatikal yaitu elipsis sebanyak 65 data, substitusi sebanyak 13 data, dan referensi sebanyak 11 data. Analisis tersebut dijabarkan sebagai berikut.

a) Elipsis

Data 1

Diunggah tanggal: 2 November 2017

- 1) モテクリエイターゆうこす流♡

2) Ø デートで実践できる“モテ仕草”を教えちゃいます♡

2*) ゆうこそがデートで実践できる“モテ仕草”を教えちゃいます♡

1) Ala Yuukos si *Mote creator* ♡

2) Aku akan mengajari “Gestur *Mote*” yang bisa dipraktekkan waktu kencan
♡

Deskripsi dan Analisis Data

Data di atas menjelaskan tentang seseorang yang hendak mengajarkan tips orang populer (*mote*) yang dapat dicoba saat kencan. Kata ‘*mote*’ berasal dari kata ‘*moteru*’ yang bermakna populer dan dimanjakan oleh orang banyak terutama oleh lawan jenis (Matsumura 2006). Terdapat pelesapan terhadap unsur ‘*Yuukosuga*’ pada kalimat (2). Pada kalimat tersebut, tidak ada keterangan mengenai siapa yang akan mengajarkan gestur *mote*. Identitas subjek tidak diketahui apabila kalimat tersebut dipisahkan dari yang lainnya. Apabila kedua kalimat tersebut dilihat secara keseluruhan, ada satu kandidat yang paling memungkinkan untuk mengisi peran sebagai subjek, yaitu ‘Yukos’ yang terletak di kalimat (1). Yukos sebagai pembuat tren populer (*mote creator*) menandakan bahwa ia adalah wanita yang populer atau terkenal (*moteru*) dan tren yang ia buat diikuti orang banyak. Pembahasan mengenai gestur orang populer (*mote shigusa*) pada kalimat (1) semakin menguatkan posisi ‘Yukos’ sebagai kandidat untuk menjadi subjek. Jenis elipsis yang terjadi pada kalimat (2) bersifat kataforis karena subjek yang menjadi acuan terletak di kalimat sebelumnya.

Data 2

Diunggah tanggal: 2 November 2017

1) ♡モテ仕草 3 会話中に Ø 目を○○○ Ø

1*) ♡モテ仕草 3 会話中に 意識的に 目を○○○ 合わせない

1) Gestur *Mote* 3 Saat di tengah percakapan, pandangan...

Deskripsi dan Analisis Data

Kalimat di atas menerangkan gestur mata ketika sedang mengobrol. Terdapat pelesapan terhadap unsur ‘*ishikiteki ni*’ dan ‘*awasenai*’ pada kalimat di atas. Acuan dari kedua unsur elipsis tersebut berada di luar teks. Untuk dapat

memahami kalimat tersebut secara penuh, pembaca perlu melihat video yang ditampilkan. Dalam video, kalimat tersebut menerangkan bahwa untuk membuat lawan bicara nyaman, pembaca dianjurkan untuk tidak menatap mata secara langsung. Elipsis terhadap unsur *'ishikiteki ni'* dan *'awasenai'* bertujuan untuk membuat pembaca penasaran terhadap trik seperti apa yang melibatkan mata dalam sebuah percakapan sehingga tertarik untuk melihat video.

Data 3

Diunggah tanggal: 4 Oktober 2017

- 1) 片想いの女子は気を付けて！
- 2) ストーカーと思われちゃうキケンな行動パターン
- 3) 《case 01》

0 SNS をいつもチェックしている

- 3*) 《case 01》

ストーカーは彼の SNS をいつもチェックしている

- 1) Para gadis yang sedang bertepuk sebelah tangan, berhati-hatilah!
- 2) Ini adalah pola kelakuan berbahaya yang bisa membuatmu dianggap sebagai penguntit.
- 3) Selalu melihat akun media sosial.

Cuplikan di atas menjelaskan tentang kebiasaan yang harus diwaspadai oleh wanita yang sedang jatuh cinta, yaitu sering melihat akun media sosial orang yang disukai. Kebiasaan itu dapat membuat wanita tersebut dianggap seperti penguntit. Terdapat elipsis terhadap unsur *'sutookaa wa kare no'* di kalimat (3). Pada kalimat tersebut, identitas pemilik akun media sosial yang selalu dilihat tidak diterangkan dengan jelas. Jika pembaca hanya melihat kalimat tersebut, pembaca bisa saja menganggap media sosial yang sering dilihat adalah milik sendiri, bukan milik orang lain. Pada cuplikan wacana di atas, dapat diasumsikan bahwa orang yang dicintai oleh wanita adalah seorang pria. Berangkat dari asumsi tersebut, dapat dipahami bahwa pemilik akun media sosial yang dimaksud adalah seorang pria. Sehingga kata yang paling tepat untuk menggambarkan sosok pria tersebut adalah *'kare'*. Partikel *'no'* ditambahkan untuk menambahkan keterangan

kepemilikan. Berdasarkan posisi acuan, elipsis tersebut merupakan jenis elipsis kataforis karena rujukannya berada di kalimat setelahnya.

Data 4

Diunggah tanggal: 5 Oktober 2017

1) point : 0 終わっても映画の話で盛り上がる♡

1*) point : 映画が終わっても映画の話で盛り上がる♡

1) Poin: Sehabis nonton, bisa seru mengobrol tentang film ♡

Kalimat di atas menjelaskan tentang kemesraan yang didapat dengan melakukan diskusi film yang seru. Pada kalimat tersebut, ditemukan elipsis terhadap unsur '*eiga ga*'. Penghilangan tersebut dilakukan karena keterangan mengenai subjek dari 'sesuatu yang berakhir' telah dijabarkan dengan adanya kata '*eiga*'. Pembaca dapat memahami bahwa 'aktivitas yang berakhir' dalam kalimat tersebut adalah menonton film. Dengan adanya pelesapan terhadap unsur '*eiga ga*', kalimat menjadi lebih ringkas. Acuan elipsis '*eiga ga*' terletak pada kata '*eiga*' yang terletak di sebelah kanan sehingga jenis elipsis tersebut adalah elipsis anaforis.

Data 5

Diunggah tanggal: 5 Oktober 2017

1) 【case 01】

0 既読になってもなくても、とにかく気になる

1*) 【case 01】

メッセージが既読になってもなくても、とにかく気になる

1) Tetap kepikiran meskipun (pesan) sudah dibaca atau belum.

Kalimat di atas menerangkan bahwa wanita yang sedang jatuh cinta akan terus khawatir tentang pesan yang dikirimnya tanpa peduli sang penerima telah membacanya atau belum. Terdapat elipsis terhadap unsur '*messeeji ga*' pada kalimat di atas. Unsur tersebut dihilangkan karena kata '*kidoku*' yang dijadikan acuan adalah istilah umum dalam aplikasi obrolan daring yang memiliki arti '(pesan) telah dibaca' dan secara otomatis merujuk pada pesan yang telah dikirim. Sehingga tanpa penambahan unsur elipsis pun pembaca sudah memahami makna

kalimat di atas. Penghilangan tersebut merupakan jenis elipsis anaforis karena acuannya terletak di sebelah kanan.

b) Referensi

Data 1

Diunggah tanggal: 5 Oktober 2017

1) どんなデートができるかな

1) Punya pacar anak rumahan. Kira-kira kencan seperti apa yang cocok ya?

Deskripsi dan Analisis Data

Kata '*donna*' pada kalimat di atas adalah referensi dalam bentuk kata tanya. Penggunaan kata tanya dalam referensi berfungsi untuk merujuk target yang tidak dapat ditentukan dengan jelas. Kata tanya '*do*' yang berfungsi sebagai kata tunjuk adalah *donno* (atribut), *dore* (tempat), *dochira/docchi* (arah), *donna* (keterangan) dan sebagainya (Nitta, 2009: 33). Dalam cuplikan wacana di atas, kata penunjuk '*donna*' merujuk pada keterangan situasi kencan seperti apa yang sesuai dengan kepribadian pasangan yang lebih suka berdiam di rumah. Jenis referensi yang ditemukan pada kalimat di atas adalah referensi eksofora, yaitu referensi dengan acuan yang berada di luar teks.

Data 2

Diunggah tanggal: 5 Oktober 2017

1) ④ 「そのコンビニまで一緒に行こうよ」 ”うちの近所を散歩する”

1) “Jalan bareng sampai minimarket disana yuk” (jalan-jalan di sekitar rumah).

Deskripsi dan Analisis Data

Data di atas adalah cuplikan dari wacana tentang ide-ide kencan yang dapat dilakukan jika memiliki pacar yang tidak suka ke luar rumah. Dari beberapa ide tersebut salah satunya adalah pergi ke minimarket bersama. Terdapat unsur referensi pada unsur '*soko*'. Hinata dan Hibiya (1988:56) mengemukakan adanya dua fungsi penggunaan kata tunjuk *ko*, *so*, *a*. Fungsi yang pertama untuk menunjuk hal yang dapat dilihat langsung dengan mata telanjang (referensi kasat mata). Fungsi yang kedua adalah untuk merujuk sesuatu dalam kalimat atau

wacana (referensi kontekstual). Pada kalimat di atas, penggunaan kata tunjuk ‘*soko*’ termasuk ke dalam jenis referensi kasat mata karena merujuk pada minimarket yang dapat dilihat secara langsung oleh pembicara dalam wacana. Jenis referensi dari data di atas adalah referensi eksoforis karena acuannya berada di luar teks, yaitu sebuah tempat (minimarket).

Data 3

Diunggah tanggal: 9 Oktober 2017

1) 「やっぱりこの人が好き ...」 片思いあるある

1) “Sudah kuduga aku suka orang ini...” pengalaman perasaan tak berbalas.

Kalimat di atas menjelaskan tentang seorang wanita yang sedang melihat foto seorang laki-laki dalam ponselnya kemudian menyadari bahwa dirinya sedang jatuh cinta pada pria tersebut. Kata tunjuk ‘*kono*’ (*ko*) dalam referensi kontekstual digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang hanya diketahui oleh penulis. Sedangkan dalam referensi kasat mata atau visual, penunjuk ‘*ko*’ digunakan untuk merujuk sesuatu yang dekat dengan penulis atau pembicara (Hinata dan Hibiya, 1988:55). Pada kalimat di atas, jenis referensi yang digunakan adalah referensi kasat mata. ‘*Kono*’ menunjuk pada laki-laki dalam foto dalam ponsel yang sedang dipegang sang wanita. Referensi yang ditemukan pada kalimat di atas termasuk ke dalam jenis referensi eksofora karena acuannya tidak ada di dalam teks.

Data 4

Diunggah tanggal: 27 November 2017

1) 2つのサイコロを同時に振ってその命令をこなす！

1) Lempar kedua dadu secara bersamaan untuk menentukan perintah hukuman!

Kalimat di atas menjelaskan tentang instruksi melempar dadu untuk menentukan hukuman bagi pemain yang kalah dalam permainan sebelumnya. Terdapat kata penunjuk ‘*sono*’ pada kalimat tersebut. Kata tunjuk ‘*sono*’ (*so*) merupakan unsur penunjuk yang digunakan ketika informasi yang disampaikan diketahui oleh pembicara atau penulis namun pendengar atau pembaca tidak mengetahui informasi tersebut (Hinata dan Hibiya, 1988:57). Pada cuplikan wacana di atas, penulis mengetahui perintah apa yang dihasilkan oleh sepasang

dadu tersebut (yaitu menepuk kepala orang yang duduk di sebelah kanan) namun pembaca tidak mengetahuinya. Referensi pada kalimat tersebut termasuk ke dalam jenis referensi eksofora karena mengacu kepada perintah yang tidak tercantum dalam teks.

c) Substitusi

Data 1

Diunggah tanggal: 2 November 2017

- 1) デートで実践できる “モテ仕草”を教えちゃいます♡
- 2) ゆうこす流モテ仕草を大公開！
- 3) モテポイントは動画で Check♡
- 1) Aku akan mengajarkan “Gestur Mote” yang bisa dipraktekkan waktu kencan ♡
- 2) Mempersembahkan Gestur Mote ala Yuukos!
- 3) Cek poin populernya di video ya ♡

Deskripsi dan Analisis Data

Data di atas merupakan penggalan wacana yang menjelaskan tentang gestur *mote* atau gestur orang-orang populer dalam berkencan. Terdapat unsur yang dapat saling menggantikan pada frase ‘*mote shigusa*’, ‘*Yuukosu ryuu mote shigusa*’ dan ‘*mote pointo*’. Perilaku orang populer (*mote shigusa*) yang menjadi topik pada kalimat (1) adalah perilaku orang populer menurut Yukos di kalimat kedua ‘*Yuukosu ryuu mote shigusa*’. Sehingga ‘*mote shigusa*’ dan ‘*Yuukosu ryuu mote shigusa*’ dapat saling menggantikan karena merujuk kepada hal yang sama. ‘*Mote pointo*’ pada kalimat ketiga juga memiliki hubungan yang sama dengan kedua unsur sebelumnya karena ‘*mote pointo*’ merujuk kepada poin penjelasan Yukos mengenai gestur orang populer dalam wacana.

Data 2

Diunggah tanggal: 13 November 2017

- 1) いつもダメメンズを引き寄せちゃう・・・
- 2) ダメ男にハマってしまいがちな女の子の特徴
- 1) Selalu menarik laki-laki yang tidak berguna...

- 2) Karakteristik gadis yang rentan terjebak dengan laki-laki yang tidak baik.

Deskripsi dan Analisis Data

Cuplikan wacana di atas menceritakan tentang karakter wanita yang selalu terjebak dengan laki-laki yang tidak baik. Pada kedua kalimat tersebut, terdapat unsur substitusi yaitu kata '*damenzu*' dan '*dame otoko*'. '*Damenzu*' adalah gabungan dari kata '*dame*' atau 'tidak baik' dan '*menzu*' atau 'laki-laki'. Dengan kata lain, '*damenzu*' memiliki arti yang sama dengan '*dame otoko*', yaitu 'lelaki yang tidak baik dan tidak dapat diandalkan' (Clover, 2019). Karena merujuk pada hal yang sama, kedua kata tersebut dapat saling menggantikan.

Data 3

Diunggah tanggal: 2 November 2017

- 1) デートで実践できる“モテ仕草”を教えちゃいます♡
- 2) ゆうこす流モテ仕草を大公開！
- 3) モテポイントは動画で Check♡

- 1) Yuk belajar “Gestur Mote” yang bisa dipraktekkan waktu kencan ♡
- 2) Aku akan memperlihatkan Gestur Mote ala Yuukos!

Terdapat substitusi terhadap unsur '*mote shigusa*', '*Yuukosu ryuu mote shigusa*' dan '*mote pointo*' pada ketiga kalimat di atas. Perilaku orang populer yang dibahas pada kalimat (1) merujuk pada perilaku orang populer berdasarkan teori Yukos. Sehingga '*mote shigusa*' dan '*yuukosu ryuu mote shigusa*' dapat saling menggantikan karena merujuk kepada hal yang sama. '*Mote pointo*' pada kalimat (2) juga memiliki hubungan yang sama dengan kedua unsur sebelumnya karena '*mote pointo*' merujuk kepada tiga poin perilaku orang populer ala Yukos yang dijelaskan di dalam wacana.

Data 4

Diunggah tanggal: 2 November 2017

- 1) デートで実践できる“モテ仕草”を 教えちゃいます♡
- 2) ゆうこす流モテ仕草を 大公開！
- 1) Yuk belajar “Gestur Mote” yang bisa dipraktekkan waktu kencan ♡
- 2) Aku akan memperlihatkan Gestur Mote ala Yuukos!

Terdapat substitusi terhadap unsur ‘*oshiechaimasu*’ dan ‘*daikoukai*’ pada kedua kalimat di atas. Kedua unsur tersebut dapat saling menggantikan. ‘*Oshiechaimasu*’ menunjuk pada kegiatan mengajarkan perilaku orang populer yang bisa diterapkan waktu kencan. Sedangkan ‘*daikoukai*’ menunjuk pada aktivitas memperagakan perilaku orang populer ala Yukos. Keduanya saling menggantikan karena merujuk kepada hal yang sama, yaitu mengajarkan sesuatu kepada publik.

Data 5

Diunggah tanggal: 31 Oktober 2017

- 1) 相席スター山崎ケイの恋愛お悩み相談室#7「ストーカーになっちゃう...」
- 2) いま話題の女芸人、相席スタートの山崎ケイが悩める女性たちのお悩みに答えます！
- 1) Kelas konsultasi masalah percintaan Yamazaki Kei Aiseki Start #7 “Menjadi Stalker”
- 2) Aktris wanita yang sedang ngetren, Yamazaki Kei dari Aiseki Start akan menjawab permasalahan para wanita yang sedang galau!

Kedua kalimat tersebut menjelaskan bahwa Yamazaki Kei dari grup Aiseki Start yang sedang populer akan menjawab pertanyaan para wanita yang sedang resah. Aiseki Start adalah grup komedian yang terdiri dari Yamazaki Kei dan Yamazoe Kan². Peneliti menemukan unsur substitusi terhadap kata ‘Yamazaki Kei’ dan ‘*onnageinin*’ pada kalimat (1) dan (2). Kata ‘*onna geinin*’ di kalimat (1) menunjuk pada Yamazaki Kei, artis wanita anggota dari grup komedi Aiseki Start. Penggunaan substitusi ini bertujuan untuk menghindari pengulangan kata ‘Yamazaki Kei’ agar kalimat efektif. Hal ini sesuai dengan pendapat Nasucha (dalam Ramadhanti, 2015:169) mengenai pola kesalahan dalam penulisan kalimat efektif, salah satunya adalah pengulangan kata yang tidak perlu.

²https://asianwiki.com/Kei_Yamazaki
Diakses 11 Mei 2019

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bagian pembahasan, tercatat piranti kohesi gramatikal yaitu elipsis sebanyak 65 data, substitusi sebanyak 13 data, dan referensi sebanyak 11 data. Berdasarkan penemuan tersebut, perangkat kohesi secara keseluruhan yang paling banyak digunakan adalah elipsis.

Dari hasil penemuan di atas dapat disimpulkan bahwa banyaknya penggunaan elipsis bertujuan untuk menghasilkan wacana yang singkat, padat, dan dapat langsung dipahami tanpa membutuhkan banyak waktu. Konsumen wacana pada media sosial Instagram yang sebagian besar merupakan pengguna ponsel memiliki keterbatasan yaitu layar ponsel yang kecil sehingga pengguna tersebut lebih memilih wacana yang ringkas dibandingkan dengan wacana yang berbentuk paragraf panjang.

Daftar Pustaka

Buku:

- Hinata, Shigeo dan Junko Hibiya. 1998. *Danwa no Kouzou*. Tokyo: Aratake Shuppan.
- Moeliono, Anton M. 1988. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moleong, J. Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nitta, Yoshio. 2009. *Gendai Nihon Bunpou* 7. Tokyo: Kuroshio Shuppan.

Skripsi dan Jurnal:

- Abe, Keiko. 2013. "Jogen Danwa ni Okeru Kessokusei". *Kyoritsu International Studies: Bulletin of International Faculty of Kyoritsu Women's University*. (30): 21-37. Diakses 1 Mei 2019.
- Agustia, Diana Rizki. 2017. "Analisis Perangkat Kohesi dalam Wacana Acara Televisi News Every 'Ki ni Naru!'". S1 thesis, Universitas Diponegoro.

Ramadhanti, Dina. 2015. “Penggunaan Kalimat Efektif dalam Karya Ilmiah Siswa: Aplikasi Semantik Studi Kasus Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Lembah Gumanti”. *Jurnal Gramatika*. (V1.i2): 167-173. Diakses 21 Maret 2019.

Internet:

Asianwiki. 2019. “Kei Yamazaki”. https://asianwiki.com/Kei_Yamazaki/ diakses pada 11 Mei 2019

C Channel Indonesia. 2018. “C Channel is awarded Indonesia Best Brand 2018”. <https://cchan.co.id/news/cchannelbestbrand2018/> diakses pada 2 April 2019

Clover. 2019. “Damenzu to wa? Tokuchou 7 Sen de Anata no Mawari no Otoko wo Shindan! Kiken na Otoko ni Hamaranai Kotsu Goshoukai!”. https://www.minden.jp/clover/damenzu_characteristic_diagnosis/ diakses pada 11 Mei 2019

Matsumura, Akira. 2006. “Mote-ru”. <https://www.weblio.jp/content/モテル> diakses pada 10 Mei 2019