

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta mengetahui makna fungsi- dan gaya bahasa yang digunakan dalam teks iklan produk kecantikan majalah *Elle* Prancis. *Elle* merupakan majalah mode dan gaya hidup yang sudah diterbitkan di 46 negara. Pokok bahasan utama pada penelitian ini adalah bagaimana pembuat iklan (produsen) menyampaikan pesan dengan fungsi- dan gaya bahasa yang digunakan. Objek penelitian ini adalah iklan kosmetik berbahasa Prancis yang terdapat dalam majalah *Elle* Prancis edisi tahun 2018. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyimak teks iklan kosmetik yang telah terpilih, kemudian mengumpulkan kalimat-kalimat yang mengandung fungsi- dan gaya bahasa. Kalimat-kalimat tersebut kemudian diklasifikasikan dan dianalisis dengan menggunakan teori gaya bahasa Gorys Keraf dan teori fungsi bahasa Roman Jakobson. Teori-teori tersebut digunakan untuk membantu peneliti melihat berbagai tipe dan jenis fungsi- dan gaya bahasa yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada 78 kalimat yang ditemukan dalam teks iklan kosmetik dalam majalah *Elle* Prancis, hanya ditemukan 13 jenis gaya bahasa dan 4 fungsi bahasa. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi- dan gaya bahasa yang digunakan pada teks iklan kosmetik dalam majalah *Elle* sudah cukup mewakili dan juga menjelaskan mengapa fungsi- dan gaya bahasa tersebut sengaja digunakan. Maka dari itu, penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi- dan gaya bahasa sengaja digunakan pada teks iklan kosmetik untuk menarik perhatian para konsumen.

Kata kunci: iklan, iklan kosmetik, gaya bahasa, fungsi bahasa

ABSTRACT

This research aims to describe and to understand the meaning of the language style and function of the language used in the text of cosmetic advertisements in the french *Elle* magazine. *Elle* is a fashion and lifestyle magazine that has been published in 46 countries. The main subjectS of this research are to understand how advertisers (producers) use the functions of language and language styles to convey messages in advertisements. The object of this study are french cosmetic advertisements in the 2018 editions of *Elle* France. This research was conducted by observing the texts in the cosmetic ads that has been selected, and then collecting sentences containing functions of language and language styles. The sentences are then classified and analyzed using the Gorys Keraf language style theory and Roman Jakobson's functions of language theory. These theories are used to help researchers see various types of the functions of language and the language styles in the cosmetic ads. The results showed that in 78 sentences found in the text of cosmetic advertisements in the French Elle magazine, there are 13 types of language styles and 4 functions of language. This shows that the functions of language and language styles used in the text of cosmetic ads *Elle* magazine are representative and also explain why the functions of language and language styles are deliberately used. Therefore, this study shows that the function of language and language styles are intentionally used in cosmetic ad text to attract the attention of consumers.

Keywords: advertising, cosmetic advertising, language style, function of language

ÉXTRAIT

Cette recherche vise à décrire et à comprendre les sens des figures de style et de la fonction du langage utilisés dans le texte des publicités cosmétiques du magazine français Elle. Elle est un magazine de mode et de style de vie publié dans 46 pays. L'objectif principal de cette recherche est de comprendre comment les annonceurs (producteurs) utilisent les fonctions de langage et de styles linguistiques pour transmettre des messages dans les publicités. L'objet de cette étude est une publicité cosmétique française parue dans les éditions 2018 de Elle France. Cette recherche a été menée en observant les textes des annonces cosmétiques sélectionnés, puis en recueillant des phrases contenant des fonctions de langage et de styles linguistiques. Les phrases sont ensuite classées et analysées en utilisant la théorie du style de langue Gorys Keraf et la théorie des fonctions du langage de Roman Jakobson. Ces théories sont utilisées pour aider les chercheurs à voir différents types de fonctions du langage et styles de langage dans les publicités cosmétiques. Les résultats ont montré que sur 78 phrases trouvées dans le texte de la publicité cosmétique parue dans le magazine Elle, seulement 13 types de styles linguistiques ont été trouvés et 4 fonctions du langage. Cela montre que les fonctions du langage et les figures de style utilisés dans le texte des publicités cosmétiques de Elle magazine sont représentatifs et cela explique également qu'elles sont délibérément utilisés. Par conséquent, cette étude montre que les fonctions du langage et les figures de style sont intentionnellement utilisées dans la publicité cosmétique pour attirer l'attention des consommateurs.

Mots-clés : publicité, publicité cosmétique, figure de style, fonction du langage