

INTISARI

Penelitian ini mengkaji penggunaan kohesi gramatikal dan leksikal dalam lima iklan layanan masyarakat tentang kesadaran terhadap disabilitas yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2022. Penelitian ini menganalisis bagaimana mekanisme kohesi tersebut digunakan untuk membangun pesan yang kohesif yang memperkuat tujuan persuasif dan ideologis iklan, terutama untuk mempromosikan citra positif orang dengan disabilitas dan melawan stereotip. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kualitatif berdasarkan teori kohesi Halliday dan Hasan (1976), dengan menggunakan transkrip iklan sebagai data. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan yang jelas dari kohesi gramatikal (referensi, elipsis, konjungsi) dan leksikal (repetisi, sinonim, hiponim, kolokasi). Mekanisme ini tidak hanya menciptakan kesatuan teks: mekanisme ini juga memperkuat rasa inklusivitas, sehingga pesan menjadi lebih meyakinkan. Kesimpulannya, kohesi dalam iklan-iklan ini tidak hanya memenuhi fungsi linguistik, tetapi juga mendukung gagasan bahwa penyandang disabilitas sepenuhnya terintegrasi dalam kemajuan dan perubahan sosial.

Kata Kunci : *Kohesi; Iklan Layanan Masyarakat Difabel; Disabilitas; Kohesi Gramatikal; Kohesi Leksikal.*

ABSTRACT

This study discusses the forms of grammatical and lexical cohesion used in five public service announcements on disability awareness published between 2020 and 2022. It analyzes how these cohesion tools help construct coherent messages that reinforce the persuasive and ideological objectives of the advertisements, particularly in promoting a positive image of people with disabilities and combating stereotypes. The study adopts a qualitative discourse analysis based on Halliday and Hasan's (1976) theory of cohesion, using transcripts of the advertisements as data. The results show a clear use of grammatical cohesion (reference, ellipsis, conjunction) and lexical cohesion (repetition, synonyms, hyponymy, collocations). These devices not only create textual unity, they also reinforce the sense of inclusivity, making the messages more convincing. In conclusion, cohesion in these advertisements not only fulfills a linguistic function, but also supports the idea that people with disabilities are fully integrated into progress and social change.

Keywords: Cohesion; Public Service Advertisements On Disability; Disability; Grammatical Cohesion; Lexical Cohesion.