

KOHESI GRAMATIKAL REFERENSI PRONOMINA PERSONA DALAM TEKS PARIWISATA PADA *PESONAINONESIA.KOMPAS.COM*

GRAMMATICAL COHESION OF PERSONAL PRONOUNS IN THE TOURISM TEXT ON PESONAINONESIA.KOMPAS.COM

Bakdal Ginanjar^{a*}, Dwi Purnanto^{b*}, Hesti Widyastuti^{c*}, Chattri S. Widyastuti^{d*}

^{a, b, c, d} Universitas Sebelas Maret

Jalan Ir. Sutami 36A, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

Telepon (0271) 646994, Faksimile (0271) 646994

Pos-el: bakdalginanjar@staff.uns.ac.id; dwipurnanto@staff.uns.ac.id; hesti_w@staff.uns.ac.id;
chattri_sw@staff.uns.ac.id

Naskah diterima: 13 Desember 2019; direvisi: 24 Desember 2020; disetujui: 26 Desember 2020

Permalink/DOI: 10.29255/aksara.v33i2.498.hlm. 257 — 268

Abstrak

Penelitian ini diarahkan pada kajian teks wacana pariwisata dengan pendekatan analisis wacana. Permasalahan yang dikaji adalah aspek kebahasaan pembangun kepaduan teks wacana berupa kohesi gramatikal referensi persona pada teks pariwisata di laman *pesonainonesia.kompas.com*. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan aspek kebahasaan kohesi gramatikal referensi persona pada teks pariwisata dalam media digital yang hasilnya dapat dipakai sebagai salah satu dasar merespons tuntutan kualitas strategi komunikasi promosi yang kreatif. Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dalam linguistik. Sumber data berasal dari situs/laman *pesonainonesia.kompas.com* bulan Januari—Oktober 2019. Data berwujud teks wacana pariwisata. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode simak. Data dianalisis dengan metode agih dengan teknik ganti. Kajian ini menemukan pendayagunaan referensi pronominal persona yang difungsikan untuk membangun teks wacana yang khas dari teks pariwisata secara koheren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks pariwisata menggunakan aspek-aspek gramatikal kohesi referensi persona pertama, kedua, ataupun ketiga. Referensi persona kedua mendominasi dalam teks pariwisata di laman *pesonainonesia.kompas.com*. guna menciptakan keutuhan dan kepaduan wacana. Lebih lanjut, pemilihan referensi persona tersebut ditujukan untuk mendekatkan diri dengan pembaca dan terkandung implikasi persuasif bagi pembaca.

Kata kunci: kohesi, referensi persona, teks pariwisata, wacana

Abstract

This research is directed at the study of tourism discourse texts with the discourse analysis approach. The problem studied is the linguistic aspects of the building of the discourse text cohesion in the form of grammatical cohesion of persona references in the pariwisata text on the pesonainonesia.kompas.com page. The aim is to describe the linguistic aspects of grammatical cohesion of references to charms in the tourism text in digital media, the results of which can be used as a basis for responding to the demands of the quality of creative promotional communication strategies. This research is a descriptive qualitative type in linguistics. The data source is from pesonainonesia.kompas.com website / page from January to October 2019. The data is in the form of a tourism discourse text. The method of data collection is done by referring to the method. Data were analyzed by the method of distribution. The results showed that the tourism text uses grammatical aspects of the first, second, and third persona reference cohesion. The second persona reference dominates in the tourism text on the pesonainonesia.kompas.com page. in order to create wholeness and cohesiveness of discourse. Furthermore, the selection of the reference persona is intended to get closer to the reader and has persuasive implications for the reader.

Keywords: discourse, cohesion, personal pronouns, tourism text

How to Cite: Ginanjar, B., Purnanto, D., Widyastuti, H., Widyastuti, C.S. (2021). Kohesi Gramatikal Referensi Pronomina Persona dalam Teks Pariwisata pada Pesonainonesia.Kompas.Com. *Aksara*, 33(2),

hlm. 257 — 268 DOI: <https://doi.org/10.29255/aksara.v33i2.498>. hlm. 257 — 268

PENDAHULUAN

Beragam metode ataupun pendekatan diperlukan untuk memajukan strategi komunikasi promosi atau pemasaran pariwisata di sebuah negara. Penyelidikan secara mendalam terhadap permasalahan tersebut menjadi urgen tatkala getok tular promosi telah banyak dijalankan secara digital atau dikenal sebagai *digital word of mouth*. Pemanfaatan media online itu dianggap dapat mendeskripsikan bagaimana pengalaman seseorang terhadap sebuah objek dengan cara yang lebih personal dibandingkan dengan iklan-iklan pemasaran konvensional dan berita di media massa (Nasrullah, 2017, hlm. 1). Laporan terbaru yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang di Indonesia telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017 (kompas.com, 22 Februari 2018). Jumlah pengguna internet yang tinggi menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial untuk berbagai kegiatan perekonomian, salah satunya bidang pariwisata. Hasil ini pula mengindikasikan besarnya kebermaknaan media digital di mata masyarakat Indonesia saat ini.

Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini akan mengkaji teks wacana kepariwisataan dalam media digital. Penelitian tentang teks wacana kepariwisataan itu penting dilakukan mengingat upaya penyempurnaan dan peningkatan kualitas pemasaran pariwisata di Indonesia harus terus-menerus dilakukan. Upaya penyempurnaan kualitas ini, gayung bersambut dengan upaya Kementerian Pariwisata yang telah menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan Nusantara dengan salah satu strategi dengan pengembangan promosi melalui jejaring wisata berbasis teknologi informasi untuk menciptakan citra destinasi wisata yang berkelas (Kementerian Pariwisata, 2015). Sejauh pengamatan peneliti, studi tentang pemasaran pariwisata dalam media digital lebih banyak mengarah pada bentuk strategi pemasaran melalui media sosial

(Atiko et al., 2016, hlm. 7; Nasrullah, 2017, hlm. 38). Selain itu, beberapa kajian berfokus pada pengaruh pemanfaatan media sosial dalam promosi pariwisata (Magdalena et al., 2016, hlm. 49; Sulhan, 2017, hlm. 24).

Strategi pemasaran membutuhkan pengemasan teks wacana yang baik atas objek-objek yang akan membantu orang mengidentifikasi objek tersebut secara berbeda. Sebagaimana sifatnya, penyusunan sebuah wacana merupakan cara untuk membangun interpretasi makna sebuah objek atau dunia (McCharty, 2000, hlm. 27). Makna dilekatkan dalam sebuah objek melalui teks wacana tentang bagaimana objek tersebut. Dengan demikian, orang-orang akan mengenali sebuah objek melalui wacana yang membangun objek tersebut.

Sebuah wacana lazimnya memiliki fungsi dan tujuan tertentu (Schriffin, 2007, hlm. 15). Fungsi dan tujuan yang dimaksud dipengaruhi oleh konteks yang melingkupi wacana. Untuk mewujudkan fungsi dan tujuannya, sebuah wacana dibangun melalui tatanan pola struktur wacana yang khas.

Struktur wacana disusun dari unit-unit wacana yang lebih kecil dalam sebuah bangunan wacana. Unit-unit dan pola struktur wacana pariwisata akan menjadi menarik untuk dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini ketika dikaitkan dengan fungsi dan tujuan yang ingin dicapai melalui teks. Kelengkapan dari unit-unit yang harus dihadirkan oleh pembuat teks ditunjang pendayagunaan kreativitas aspek-aspek bahasa berpengaruh pada tercapai atau tidaknya fungsi dan tujuan wacana. Dari kajian dan analisis ini, akan dapat dideskripsikan unsur, unit, dan pola struktur wacana pariwisata untuk menuju tercapainya fungsi dan tujuan yang diinginkan.

Teks wacana pariwisata berfungsi untuk menawarkan sesuatu dengan tujuan meyakinkan orang lain agar melakukan sesuatu yang dikehendaki dalam tawaran tersebut pada waktu ini atau waktu yang akan datang. Teks wacana pariwisata digolongkan sebagai

teks persuasi atas dasar tujuan yang ingin dicapai. Menariknya adalah untuk meyakinkan pembaca mengenai apa yang dipersuasikan, penulis harus menimbulkan *kepercayaan tanpa paksaan atau kekerasan* (Keraf, 2007, hlm. 119). Kepercayaan merupakan unsur utama dalam persuasi. Oleh sebab itu, penulis teks wacana persuasi memerlukan upaya-upaya tertentu untuk merangsang orang mengambil keputusan sesuai keinginannya.

Pewacanaan teks tersebut melibatkan penulis ataupun pembaca. Untuk itu, penyusun teks akan mempertimbangkan secara matang dalam memanfaatkan alat kebahasaan berupa acuan, yakni referensi persona sebahai aspek kohesi untuk menyampaikan pesan demi tercapainya sebuah tujuan yang diinginkan dari teks tersebut. Dalam penelitian sebelumnya, alat-alat kebahasaan tersebut belum diarahkan pada teks pariwisata yang berefek secara persuasif. Beberapa hasil kajian serupa telah dilakukan oleh Pristiwati (2011); Wulandari (2012); Hanafiah (2014); Riyadi (2015); Sasangka (2016); Lestari, *et.al.* (2016); Sukriyah, Sumarlam, Djatmika (2018). Hanya saja, penelitian tersebut tidak dilakukan dalam konteks sebuah teks persuasif berupa teks pariwisata. Hal ini memengaruhi potensi penggunaan alat kohesi berupa referensi persona yang digunakan karena perbedaan para palibat yang dihadirkan dan perbedaan tujuan yang diinginkan dari teks pariwisata yang berbeda dengan teks yang lainnya.

Keadaan ini membuka peluang untuk diadakannya kajian referensi persona dalam teks pariwisata. Karena cepatnya arus informasi, teks pariwisata ini muncul dalam dua bentuk: daring maupun luring. Para pelancong sebagaimana dalam kajian sebelumnya yang dituangkan hasilnya pada bagian awal tulisan ini berkecenderungan untuk mencari dan membaca teks pariwisata versi daring. Alasannya tak lain, tak bukan adalah sisi kecepatan dan penampilan yang lebih unggul dibandingkan teks dalam versi luring. Fakta ini disikapi oleh laman penyedia teks pariwisata, baik yang dikelola organisasi pemerintah, swasta, media massa *online*, maupun perorangan. Dari banyaknya sumber tersebut, penelitian ini ditujukan pada

sebuah laman skala nasional yang dari sisi pengunjungnya lebih banyak dibandingkan dengan laman sejenisnya. Harapannya, teks tersebut menjadi banyak pilihan oleh para penikmat pariwisata untuk mendapatkan referensi tujuan tempat-tempat atau destinasi wisata yang menarik maupun baru di segala penjuru Nusantara.

Berdasarkan hal-hal tersebut, permasalahan penelitian ini diarahkan pada referensi persona dalam teks pariwisata yang dikaji secara analisis wacana. Permasalahan yang dikaji adalah bagaimana aspek kebahasaan pembangun kepaduan teks wacana berupa kohesi gramatikal referensi persona pada teks pariwisata di laman *pesoinadonesia.kompas.com* aspek gramatikal referensi persona sebagai pembangun kepaduan teks wacana pariwisata pada laman *pesoinadonesia.kompas.com*. Tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aspek kebahasaan referensi persona pembangun kepaduan teks wacana pariwisata yang dimuat dalam laman *pesoinadonesia.kompas.com* yang hasilnya dapat dipakai sebagai dasar merespons tuntutan kualitas strategi komunikasi promosi yang kreatif.

Dari pengamatan yang dilakukan peneliti pada berbagai karya ilmiah, termasuk artikel jurnal, didapatkan fakta bahwa penyampaian persuasi sangatlah banyak persyaratannya maupun tuntutan. Hal ini sejalan dengan pandangan Nippold *et. al.* (2005, hlm. 125) yang menegaskan bahwa "*persuasive writing is a demanding task that requires the use of complex language to analyze, discuss, and resolve controversies in a way that is clear, convincing, and considerate of diverse points of view*". Namun, tidak berarti bahwa peningkatan kualitas persuasif tidak dapat dilakukan. Justru sebaliknya, hal tersebut dapat dijadikan sebagai tantangan besar untuk meningkatkan kualitas teks persuasif dalam promosi pariwisata.

Hal lain yang menjadi pertimbangan dari pemilihan topik penelitian tentang teks wacana persuasif pada bidang pariwisata ini adalah adanya asumsi dasar bahwa setiap rumpun bidang memiliki kekhususan dan kekhasan dalam strategi penuangan wacana secara

persuasif. Oleh karena itu, penelitian ini hanya berfokus pada wacana teks persuasif bidang pariwisata.

Pemahaman tentang wacana secara sederhana berarti cara objek atau ide diperbincangkan secara terbuka kepada publik sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas (Lull, 1998, hlm. 225). Konsep tersebut selalu melibatkan tiga elemen utama, yaitu penulis/pembicara, hal yang dibicarakan, dan pendengar/pembaca. Selain ketiga komponen tersebut, bahasa merupakan mediasi yang digunakan untuk menghubungkan antara pembuat pesan dan penerima pesan. Oleh karena itu, betapa vitalnya peranan bahasa, para ahli mendefinisikan wacana tanpa meninggalkan aspek kebahasaan. Secara umum dapat dikatakan bahwa wacana merupakan satuan bahasa terlengkap di atas kalimat yang saling berkesinambungan, disampaikan lisan atau tertulis dan membentuk pemaknaan tertentu (Badudu, 2000, hlm. 288; Kridalaksana, 1983, hlm. 296; Moeliono, 1988, hlm. 277; Sumarlam, 2010, hlm. 10; Tarigan, 1987, hlm. 56). Lebih lanjut, Fairclough, Mc Carthy, Hoed, Stubbs (dalam Sumarlam, 2010, hlm. 9) memandang wacana sebagai bentuk interaksi sosial yang terungkap melalui pemakaian bahasa dengan konteks sosial yang melatarinya.

Merujuk dari pandangan tersebut, tampak bahwa pemerian wacana meliputi aspek bahasa dan aspek konteks sosial dalam penggunaan bahasa. Mills membedakan pengertian wacana menjadi tiga prinsip, yaitu wacana dilihat dari aspek konseptual teoretis, konteks penggunaan, dan metode penjelasan. Berdasarkan level konseptual teoretis, wacana sebagai domain umum dari semua pernyataan, yakni semua ujaran atau teks yang mengandung makna dan mempunyai efek dalam realitasnya. Sementara itu, konteks penggunaan wacana berarti seperangkat pernyataan yang dapat digolongkan dalam kategori konseptual tertentu. Pengertian ini merujuk pada upaya mengidentifikasi struktur tertentu dalam kelompok ujaran yang diatur dengan suatu cara tertentu pula, misalnya wacana feminisme, wacana hukum, wacana politik, dan lain-lain. Selanjutnya, dilihat dari metode penjelasan, wacana merupakan suatu

praktik yang diatur untuk menjelaskan sejumlah pernyataan. Lebih lanjut dalam pandangan Mills (dalam Sobur, 2012, hlm. 11), analisis wacana dilakukan untuk memerikan norma-norma dan aturan-aturan yang implisit. Selain itu, analisis wacana juga bertujuan untuk menemukan unit-unit hierarkis yang membentuk suatu struktur diskursif. Sementara itu, Halliday dan Hasan (1992, hlm. 37) juga mengemukakan bahwa percakapan para partisipan tidak lepas dari konteks situasi tutur.

Pengertian yang sejenis juga diungkapkan (Badara, 2012, hlm. 16) yang menyatakan bahwa wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat itu.

Chaer (2012, hlm. 127) juga mengatakan bahwa wacana merupakan satuan bahasa yang memiliki hierarki tertinggi dalam bahasa dan pemahaman atas sebuah wacana memerlukan piranti yang utuh. Secara singkat, wacana adalah satuan bahasa yang terlengkap yang dibentuk dari rentetan kalimat yang kontinuitas, kohesif, dan koheren, sesuai dengan konteks situasi. Dapat dikatakan bahwa wacana adalah satuan tuturan yang merupakan realisasi bahasa yang dapat diwujudkan sekurang-kurangnya satu paragraf, paragraf dapat diwujudkan dalam rangkaian kata, yang dapat direalisasikan dalam bentuk novel, buku, majalah, surat kabar, ensiklopedia, dan wacana lisan. Untuk dapat menyusun sebuah wacana yang apik, yang kohesif dan koheren diperlukan berbagai alat wacana, baik yang berupa aspek gramatikal maupun aspek semantik. Di samping itu, juga dibutuhkan keteraturan susunan yang menimbulkan koherensi karena dalam kenyataannya tidak semua penutur bahasa dapat memahami aspek-aspek tersebut sehingga tidak jarang dijumpai wacana yang kurang kohesif.

Selanjutnya, Rusminto (2015, hlm. 5) menyatakan bahwa wacana dapat diartikan sebagai satuan bahasa tertinggi dan terlengkap yang berada di atas tataran kalimat yang digunakan dalam kegiatan komunikasi.

Hal senada juga diungkapkan oleh Kridalaksana (2008, hlm. 276) yang mengemukakan bahwa wacana adalah satuan

bahasa yang terlengkap dalam hierarki gramatikal, merupakan satuan lingual tertinggi atau terbesar. Secara singkat, wacana adalah satuan bahasa yang terlengkap yang dibentuk dari rentetan kalimat yang kontinuitas, kohesif, dan koheren, sesuai dengan konteks situasi. Dapat dikatakan bahwa wacana adalah satuan tuturan yang merupakan realisasi bahasa yang dapat diwujudkan sekurang-kurangnya satu paragraf, paragraf dapat diwujudkan dalam rangkaian kata, yang dapat direalisasikan dalam bentuk novel, buku, majalah, surat kabar, ensiklopedia, dan wacana lisan.

Kohesi (*cohesion*) memiliki kedudukan yang amat penting dalam wacana. Kohesi adalah salah satu unsur wacana yang berfungsi sebagai pengantar jaringan unsur-unsur tersebut sehingga membentuk wacana yang utuh. Jika jaringan itu berupa jaringan semantik, kohesilah yang merupakan relasi semantik yang membentuk jaringan tersebut. Bila jaringan itu berupa jaringan gramatikal, kohesi berfungsi sebagai pengatur relasi gramatikal bagian-bagian wacana. Di samping itu, jika jaringan-jaringan itu mengarah ke kesatuan topik (*topic unity*), kohesilah yang bertugas menjaga kesinambungan topik (*topic continuity*). Oleh karena itu, kohesi adalah salah satu sarana pembangun keutuhan wacana. Kohesi sebagai serangkaian pertalian makna untuk menghubungkan satu komponen dalam teks dengan apa yang telah disebutkan sebelumnya. Kohesi terjadi bila penafsiran suatu bagian dalam teks bergantung pada bagian yang lain. Dengan kata lain, sejumlah kalimat dapat dianggap suatu teks yang utuh jika kalimat tersebut saling berkait.

Kohesi merupakan aspek formal bahasa dalam wacana (hubungan yang tampak pada bentuk). Kohesi merupakan organisasi sintaktik, merupakan wadah-wadah kalimat disusun secara padu dan padat untuk menghasilkan tuturan. Dalam hal ini, berarti pula bahwa kohesi adalah hubungan antarkalimat di dalam sebuah wacana, baik dalam strata gramatikal maupun dalam strata leksikal tertentu (Gutwinsky dalam Tarigan, 2009, hlm. 112). Hal ini berarti bahwa kohesi dalam wacana diartikan sebagai kepaduan bentuk secara struktural membentuk

ikatan sintaktikal. Kohesi-kohesi pada dasarnya mengacu pada hubungan bentuk. Artinya, unsur-unsur wacana (kata atau kalimat) yang digunakan untuk menyusun suatu wacana memiliki keterkaitan secara padu dan utuh.

Mengenai hal tersebut, Tarigan (2009, hlm. 96) mengemukakan bahwa kohesi merupakan aspek formal bahasa dalam wacana. Dengan demikian, jelaslah bahwa kohesi merupakan organisasi sintaktik, merupakan wadah kalimat-kalimat yang disusun secara padu dan padat untuk menghasilkan tuturan.

Konsep kohesi pada dasarnya mengacu kepada hubungan bentuk. Artinya, unsur-unsur wacana (kata atau kalimat) yang digunakan untuk menyusun suatu wacana memiliki keterkaitan secara padu dan utuh (Mulyana, 2005, hlm. 114). Dengan adanya hubungan kohesif itu, suatu unsur dalam wacana dapat diinterpretasikan sesuai dengan keterkaitannya dengan unsur-unsur yang lain. Hubungan kohesif dalam wacana sering ditandai dengan penanda-penanda kohesi, baik yang sifatnya gramatikal maupun leksikal. Lebih lanjut, Perumal (2013, hlm. 24) menyebutkan bahwa menurut Halliday (1976, hlm. 79) terdapat perangkat gramatikal dan leksikal yang membantu menghubungkan bentuk dan makna dalam wacana tertentu.

Salah satu perangkat atau piranti gramatikal adalah referensi pronominal persona. Sumarlam (2010, hlm. 23) menyebutkan bahwa referensi adalah salah satu jenis kohesi gramatikal yang berupa satuan lingual tertentu yang mengacu pada satuan lain (atau suatu acuan) yang mendahuluinya atau mengikutinya. Berdasarkan tempatnya, referensi dibagi atas referensi endofora dan eksofora. Selain itu, referensi dapat dibagi atas tiga: referensi persona, referensi demonstratif, dan referensi komparatif.

Sumarlam (2010, hlm. 24) mengatakan bahwa referensi persona direalisasikan melalui pronomina persona yang terdiri dari persona pertama, persona kedua, dan persona ketiga, baik dalam bentuk tunggal maupun jamak. Pronomina tersebut dapat terwujud sebagai bentuk bebas dan bentuk terikat. Selain itu, pronomina terikat dapat muncul sebagai bentuk

terikat yang melekat di sebelah kiri (lekat kiri) atau yang melekat di sebelah kanan (lekat kanan)

METODE

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif deskriptif dalam linguistik. Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif yang tidak hanya berupaya memaparkan data atau kenyataan terhadap suatu kejadian atau fenomena pada populasi tertentu, tetapi juga pengembangan konsep yang berasal dari penyajian hasil observasi, klasifikasi, dan interpretasi hubungan antarkategori untuk memperoleh pola-pola konseptual dari suatu fenomena budaya (Strauss & Corbin, 2003, hlm. 44). Sementara itu, *kualitatif* didefinisikan sebagai suatu pendekatan penelitian yang berupaya untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial yang terjadi secara alamiah dengan melibatkan komunikasi intens antara peneliti dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian (Herdiansyah, 2010, hlm. 9).

Wujud data penelitian ini adalah kalimat-kalimat yang terdapat pada teks wacana pariwisata. Data penelitian disediakan dengan metode simak dengan teknik catat (Sudaryanto, 2015, hlm. 38). Data bersumber dari laman maupun media sosial di internet yang mencantumkan teks wacana pariwisata pada Januari—Oktober tahun 2019 sebanyak 27 artikel. Laman yang dijadikan sumber data adalah *pesonaindonesia.kompas.com*. *Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode agih dengan teknik bagi unsur langsung dan dilanjutkan dengan teknik ganti* (Sudaryanto, 2015, hlm. 103).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengacuan persona dapat direalisasikan melalui pronomina persona yang meliputi persona pertama (persona I), kedua (persona II), dan ketiga (persona III), baik tergolong sebagai bentuk tunggal atau jamak. Pronomina persona I tunggal, II tunggal, dan III tunggal dapat muncul dalam bentuk bebas (morfem bebas) atau dalam bentuk terikat (morfem terikat). Sementara itu dari sisi pelekatan, bentuk terikat tersebut dapat berwujud bentuk terikat lekat kiri

atau bentuk terikat lekat kanan. Sehubungan dengan hal tersebut, pengacuan persona atau referensi persona yang terdapat dalam teks pariwisata pada *pesonaindonesia.kompas.com* dapat berwujud sebagai pronomina pertama, kedua, dan ketiga. Tiap-tiap wujud tersebut selanjutnya akan diuraikan secara rinci dalam analisis data pada bagian di bawah ini.

Pengacuan Persona Pertama

Pengacuan persona pertama dalam teks pariwisata pada *pesonaindonesia.kompas.com* ditemukan dalam data (1), (2), dan (3) berikut ini.

- (1) Di Banyuwangi juga terdapat pantai-pantai indah yang layak untuk *kita* kunjungi.
- (2) Kini, *kita* bisa langsung menginjakkan kaki di pasir pantai yang lembut ini, meskipun harus menempuh perjalanan yang cukup melelahkan.
- (3) Saat menjejakkan kaki di area pantai Teluk Hijau, *kita* akan merasakan sendiri pasir putih yang sangat lembut, seperti berjalan di atas tepung.

Dalam data (1), ditemukan pengacuan persona atau referensi persona dengan adanya penggunaan pronomina *kita*. Kata *kita* tersebut merupakan bentuk pronomina persona pertama jamak bentuk bebas, *kita*. Pronomina *kita* sebagai persona pertama karena mengacu pada orang pertama dalam teks tersebut. Orang pertama yang dimaksud adalah penulis teks ini. Penulis tersebut adalah redaktur atau wartawan dari *pesonaindonesia.kompas.com*. Kemudian, pronomina dikatakan sebagai jamak karena acuannya adalah penulis teks dan pembaca teks itu sehingga bukan berjumlah tunggal, misalnya hanya mengacu penulis semata atau pembaca semata. Pronomina ini pun dikatakan sebagai bentuk bebas karena satuan ini dapat berdiri sendiri dan tidak melekat pada satuan lainnya.

Hal serupa terjadi pada pronomina *kita* yang ditemukan dalam data (2) dan (3). Pronomina dalam kedua data tersebut mengacu pada orang pertama jamak, yakni pada penulis dan pembaca. Pronomina tersebut pula berbentuk bebas yang tidak melekat pada satuan lingual lainnya.

Pronomina *kita* dalam ketiga data tersebut

merupakan aspek gramatikal dalam teks pariwisata yang berfungsi untuk menciptakan kepaduan pada keseluruhan bangunan wacana. Kepaduan tersebut akan berubah atau bahkan menjadi rusak jika pronomina ini diganti dengan pronomina lainnya. Hal itu, misalnya, terlihat dalam kalimat (4), (5), dan (6) di bawah ini.

- (4) Di Banyuwangi juga terdapat pantai-pantai indah yang layak untuk *ia* kunjungi.
- (5) Kini, *ia* bisa langsung menginjakkan kaki di pasir pantai yang lembut ini, meskipun harus menempuh perjalanan yang cukup melelahkan.
- (6) Saat menjejakkan kaki di area pantai Teluk Hijau, *ia* akan merasakan sendiri pasir putih yang sangat lembut, seperti berjalan di atas tepung.

Pronomina *kita* dalam data (1), (2), dan (3) diuji coba kepaduannya dengan mengganti ke pronomina lainnya, yakni *ia*. Pronomina *ia* merupakan pronomina persona ketiga tunggal bentuk bebas. Perbedaan pronominal *kita* dan *ia* hanya terletak pada kelompok tunggal atau jamak. Sementara itu, sifat kebebasan antarkeduanya adalah sama-sama bebas.

Penggantian pronomina ini menimbulkan perubahan. Dari sisi sintaksis, perubahan tersebut sebenarnya tidak menimbulkan ketakgramatikal dalam susunan struktur kalimatnya. Maksudnya, antara kalimat asal dengan kalimat ubahan masih tetap dapat diterima secara gramatikal, bahkan secara semantis pun tidak merusak makna. Hanya saja, dari sisi kepaduan teks wacana pariwisata inikehadiran pronomina *ia* mengubah secara total acuan yang dimaksud sehingga mengubah juga tujuan wacana yang ingin diraih. Dengan kata lain, meskipun sama-sama pronomina sebagai aspek gramatikal pembentuk kepaduan sebuah wacana tidak berarti dapat dicobagantikan secara langsung pada wacana yang lain. Hal ini disebabkan adanya perbedaan konteks yang dibangun dan tujuan wacana yang berbeda antara satu bentuk wacana dengan bentuk wacana lainnya.

Pengacuan Persona Kedua

Pengacuan dengan pronomina persona

kedua ditemukan pula dalam teks wacana pariwisata pada *pesonaindonesia.kompas.com* sebagaimana dapat terlihat dalam data berikut ini.

- (7) Nah, berikut ini adalah empat pantai indah di Banyuwangi yang harus **Sobat** Pesona kunjungi.
- (8) Berbagai jenis kera yang aktif mencari kepiting mungkin akan mencoba berkenalan juga dengan **Sobat** Pesona.
- (9) Selain menikmati keindahan alam, bagi **Sobat** Pesona yang suka olahraga ekstrem, di sini kita bisa mencoba paralayang.
- (10)

Pada data (7), (8), dan (9) terdapat penggunaan sebuah pronomina, yakni kata *sobat*. Kata *sobat* tergolong sebagai pronominal pronomina persona kedua jamak bentuk bebas. Pronomina ini dimasukkan ke dalam persona kedua karena acuannya adalah orang kedua di luar teks pariwisata tersebut. Orang kedua yang diacu oleh pronomina ini tak lain adalah pembaca. Selanjutnya, pembaca tersebut tidak sebagai individu tunggal, tetapi diposisikan oleh pembuat teks sebagai sekumpulan pembaca atau banyak pembaca. Dilihat dari kuantitas, penulis teks menempatkannya sebagai persona yang jamak, bukan tunggal. Sementara itu dilihat dari kekekatannya, pronomina ini tidak melekat pada satuan lain disekitarnya sehingga menjadikannya sebagai pronomina bentuk bebas.

Pemilihan penggunaan pronomina *sobat* tersebut tidaklah dirancang secara tidak disengaja. Pasti pilihan ini didasarkan dengan alasan matang dari penyusun teksnya. Hal ini bisa dilihat ketika pronomina ini diganti dengan bentuk pronomina kedua lainnya (misalnya, *kalian*) maka akan mengakibatkan perubahan secara sintaktis maupun secara wacana sebagaimana dapat dilihat dalam kalimat (10), (11), dan (12) di bawah ini.

- (11) *Nah, berikut ini adalah empat pantai indah di Banyuwangi yang harus **kalian** Pesona kunjungi.
- (12) *Berbagai jenis kera yang aktif mencari kepiting mungkin akan mencoba berkenalan juga dengan

kalian Pesona.

- (13) *Selain menikmati keindahan alam, bagi **kalian** Pesona yang suka olahraga ekstrem, di sini kita bisa mencoba paralayang.

Pronomina **sobat** dan **kalian** merupakan jenis pronomina persona yang sama, yakni pronomina persona kedua jamak bentuk bebas. Ketika ditempatkan dalam sebuah wacana, ternyata keduanya menampakkan perbedaannya. Artinya, keduanya tidak dapat serta-merta saling ditukarkan dalam penggunaannya pada sebuah wacana tertentu. Penggantian ini secara sintaksis malah akan mengakibatkan kalimat menjadi kalimat yang tidak berterima seperti bentuk kalimat (10), (11), dan (12) yang ditandai dengan tanda asterisk (*). Selain tidak berterima secara sintaktis dan secara semantis, penggantian pronomina ini berdampak pada kepaduan dari bangunan wacana yang telah terbentuk. Penggantian tersebut mengakibatkan bangunan wacana menjadi tidak padu lagi atau tidak kohesif lagi karena adanya ketidaktepatan dalam pemanfaatan aspek gramatikal pengacuan pronomina persona.

Pengacuan Persona Ketiga

Penggunaan pengacuan persona ketiga dalam teks wacana pariwisata pada *pesonaIndonesia.kompas.com* terealisasikan melalui dua bentuk pronomina, yaitu **mereka** dan **beliau**. Data penggunaan kedua pronomina tersebut terdapat dalam data (13), (14), dan (15) berikut ini.

- (14) Suku Bajo dikenal sebagai pelaut dan penyelam ulung. **Mereka** tak hanya bekerja, tapi juga hidup dan tinggal di tengah laut.
- (15) **Mereka** adalah para nelayan yang saat ini mengenyam manfaat dari keindahan Pantai Basing.
- (16) Datuk Paduke Berhala memiliki nama asli Ahmad Salim, yang merupakan pengembang agama Islam di Jambi. **Beliau** kemudian menikah dengan putri Raja Jambi.

Pada data (13) dan (14), pronomina **mereka** merupakan pengacuan pengacuan pronomina persona ketiga jamak bentuk bebas. Pronomina ini dikatakan sebagai bentuk

persona ketiga karena mengacu pada objek yang dibicarakan. Artinya, pronomina itu tidak mengacu kepada penulis (persona I) maupun pembaca (persona II). Kemudian, pronomina ini tergolong sebagai jamak karena acuannya tidak hanya satu orang individu, tetapi mengacu pada sekumpulan individu Pada data (13), suku Bajo ditempatkan sebagai sekumpulan individu yang jumlahnya banyak. Demikian halnya, data (14) memosisikan para nelayan sebagai sekumpulan orang yang jumlahnya banyak. Sementara itu, pronomina ini dilihat dari segi kekekatannya termasuk dalam pronomina persona yang bebas karena tidak melekat pada satuan lain di kanan atau kirinya.

Pronomina **mereka** pada data (13) dan (14) memiliki acuan yang berbeda. Kata **mereka** dalam data (13) adalah jenis kohesi gramatikal pengacuan endofora yang anaforis. Kata **mereka** mengacu pada suku Bajo yang dari letak struktur kalimatnya muncul terlebih dahulu. Dengan kata lain, pengacuan anafora terjadi karena acuannya (suku Bajo) tertulis di sebelah kiri dari pronomina kata **mereka**.

Sebaliknya, pronomina **mereka** yang terdapat dalam data (14) merupakan jenis kohesi gramatikal pengacuan endofora yang kataforis. Pronomina **mereka** mengacu pada para nelayan yang dari letak struktur kalimatnya hadir setelahnya. Pendek kata, pengacuan katafora terjadi karena acuannya (**para nelayan**) tertulis di sebelah kanan dari pronomina kata **mereka**.

Kedua data tersebut berbeda dengan pronomina persona dalam data (15). Dalam data (15), terdapat penggunaan pronomina persona **beliau**. Kata tersebut tergolong sebagai pengacuan pronominal pengacuan pronomina persona kedua tunggal bentuk bebas. Pronomina ini digolongkan sebagai persona ketiga karena mengacu ke orang selain penulis dan pembaca dari teks wacana pariwisata. Pronomina ini mengacu pada objek yang dibicarakan. Dalam data (15), objek yang dibicarakan adalah seorang Datuk yang telah mengembangkan agama Islam di Jambi pada zaman dahulu kala. Pronomina ini mengacu pada satu individu maka disebut sebagai pronomina bentuk tunggal. Dari sisi kekekatannya, pronomina ini merupakan bentuk bebas karena tidak melekat pada satuan lain di kanan atau kirinya.

Dari 27 buah artikel yang dikumpulkan,

total data yang ditemukan sejumlah 51 buah. Secara lebih rinci, keseluruhan data tersebut terbagi dalam jenis referensi dengan jumlahnya masing-masing sebagaimana tercantum dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 Referensi Pronomina Persona pada Teks Pariwisata dalam pesonaindonesia.kompas.com

No.	Jenis Referensi PP	Jumlah
1	Pertama	19
2	Kedua	22
3	Ketiga	10
TOTAL DATA		51

Dalam tabel 1, ditunjukkan kuantitas dari jenis-jenis referensi pronomina persona yang digunakan dalam teks wacana pariwisata dalam pesonaindonesia.kompas.com. Jenis referensi atau pengacuan pronomina persona tersebut terdiri atas tiga jenis, yaitu referensi pronomina persona pertama sebanyak 19 buah; referensi pronomina kedua sebanyak 22 buah, dan referensi pronomina persona ketiga sebanyak 10 buah.

Berdasarkan analisis dan Tabel 1, gaya dan ciri penulisan media massa yang terbatas ruang bukan merupakan alasan bagi penulis untuk memperhatikan unsur-unsur kohesif sebuah wacana. Teks pariwisata pada penelitian ini merupakan sebuah wacana yang berciri keterbatasan ruang dengan kecenderungan penulisan yang didominasi oleh kata-kata yang padat informasi, tetapi hal ini tidak membuat kehilangan makna dan sulit untuk dipahami. Pendeskripsian melibatkan peranti-peranti kohesi. Peranti kohesi gramatikal yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya adalah referensi. Referensi digunakan supaya membuat wacana menarik, koheren, dan memiliki keserasian makna antarkalimat. Referensi merupakan salah satu unsur dalam peranti kohesi gramatikal.

Aspek referensi persona sebagai penanda kohesi dalam penelitian ini digunakan karena dipengaruhi oleh faktor tertentu. Faktor yang dimaksud adalah nuansa persuasif yang dicobabawakan penulis kepada pembaca. Penulis berusaha seolah-olah langsung melibatkan pembaca dalam teks tersebut dengan tujuan agar dapat ikut merasakan suasana tempat-tempat wisata yang diinformasikan.

Sehubungan dengan hal itu, kata ganti dalam bentuk referensi persona digunakan untuk

memadukan keterlibatan penulis dengan pembaca. Di samping itu, referensi yang mengacu pada objek wisata juga diolah sedemikian rupa dalam pemilihannya oleh penulis teks.

Dilihat dari konteks situasinya, teks wacana pariwisata yang terdapat dalam *pesonaindonesia.kompas.com* ini bersifat santai atau tidak terlalu kaku. Hal ini untuk mengimbangi konteks suasana wisata yang santai atau tidak formal dengan pendayagunaan nuansa wacana yang santai pula. Oleh sebab itu, penulis menunjukkan suasana tersebut dengan memanfaatkan referensi persona secara leluasa.

Berpijak pada analisis data, referensi pronomina persona pertama muncul dalam bentuk *kita*. Hal ini bukan tidak berarti apa-apa, melainkan memiliki maksud tertentu yang dibawa oleh penulis teks tersebut. Penulis ketika menyusun teks tersebut telah menetapkan adanya tujuan yang ingin dicapai dari sebuah teks atau sebuah teks wacana memiliki tujuan tertentu. Tujuan ini dapat dicapai dengan berbagai strategi. Salah satunya adalah strategi pendayagunaan unsur kebahasaan secara maksimal.

Tujuan utama dari teks wacana pariwisata tersebut adalah untuk menginformasikan dunia pariwisata di Indonesia dengan berbagai jenis, perkembangan, dan berbagai fasilitas yang ditawarkan pengelola tempat wisata. Tujuan yang lebih penting dari teks wacana pariwisata ini adalah mempersuasi pembaca agar yakin terhadap tawaran objek pariwisata yang diinformasikan dan secara realisasinya pembaca akan tertarik dan selanjutnya mengunjungi destinasi wisata yang ditawarkan.

Dari hal tersebut, penulis berusaha dekat secara emosional atau hubungan jarak dengan pembaca. Pronomina *kita* merupakan salah satu referensi yang dapat didayagunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Pronomina ini menempatkan penulis dan pembaca dalam hubungan yang sejajar sehingga menimbulkan kesan tidak ada jarak sosial atau jarak hubungan di antara keduanya. Dengan tidak adanya jarak, seolah-olah keduanya bersama-sama menikmati informasi yang mengandung daya persuasif itu secara bersama-sama dan tidak ada perbedaan persepsi atas kesan pada suatu destinasi wisata yang selalu dikatakan menarik dari sudut pandang tertentu yang ditawarkan oleh penulis teks.

Selanjutnya, referensi pronomina persona

dengan kata *kita* ini digunakan penulis untuk mengajak pembaca masuk dalam sebuah teks. Pembaca tidak berada diluar teks, tetapi ditempatkan penulisnya di dalam teks yang disusunnya. Hal ini memiliki efek kepada pembaca yang ikut hanyut dalam petualangan bersama penulis. Pronomina ini membuat pembaca secara langsung merasakan sensasi destinasi wisata di berbagai pelosok Nusantara meskipun sebenarnya belum secara nyata dilakukan di dunia nyata. Penempatan pronomina *kita* semacam ini juga ditemukan dalam teks wacana keagamaan, baik tulis maupun lisan (Saddhono dan Wijana, 2011; Hanafiah, 2014). Dalam teks tersebut, pembuat teks berusaha bersama-sama dengan pendengar atau pembaca untuk mengamalkan ajaran agama yang sama-sama mereka peluk. Ajakan bersama-sama ini dalam balutan pronomina *kita* berhasil membuat kesan bahwa penulis atau pengkhotbah dan pembaca atau pendengar dapat bersama-sama untuk beriringan dalam menjalankan perintah agama.

Penggunaan pronomina *kita* ini pun menunjukkan bahwa teks yang ingin dibangun dalam suasana yang santai sebagaimana dalam teks wacana pariwisata dapat dicipta melalui pronomina ini. Hal ini berbeda jika sebuah teks wacana dimaksudkan untuk mencipta kondisi situasi yang tidak santai seperti dalam teks wacana berita di media massa yang lebih bersifat formal (Riyanto, 2015). Demikian pula dalam teks laporan penelitian yang bersifat formal, pronomina *kita* tidak akan digunakan sebagaimana diutarakan oleh Pristiwati (2011).

Berdasarkan penggunaan pronomina kedua jamak, yakni kata *sobat*, ditunjukkan bagaimana penulis menginginkan adanya suasana tertentu yang berbeda dengan suasana yang lain. Penulis menghendaki adanya suasana yang santai. Tidak cukup sampai di situ, pronomina ini menunjukkan penulis yang ingin membuat kesan khusus dengan menambahkan kata pesona di samping kanan pronomina *sobat*. Hal ini menunjukkan kesan persuasif bahwa pembaca dimasukkan dalam kelompok atau grup yang eksklusif sebagai penikmat destinasi wisata. Hal ini menunjukkan pula penempatan konsumen, yakni pembaca, pada kelas tertentu yang dapat memberi efek tertentu pada pembaca sebagai konsumen pariwisata.

Suasana yang tercipta melalui pronomina *sobat* tersebut dapat muncul karena tepatnya

penulis dalam menggunakannya untuk situasi santai dalam menikmati sebuah wisata. Sebaliknya, dalam situasi resmi pronomina ini tidak mungkin digunakan. Jika digunakan, sudah barang tentu akan merusak kepaduan dari sebuah bangunan wacana. Hal ini senada dengan yang diungkap dalam kajian Sasangka (2016).

Selanjutnya, penggunaan pronomina persona ketiga berupa kata *mereka* menunjukkan adanya objek dalam teks wacana pariwisata. Untuk menunjuk objek tersebut, dipengaruhi atas tunggal dan jamaknya dari objek yang diinformasikan. Secara khusus, penggunaan aspek referensi persona yang melimpah ini adalah sebagai upaya penulis untuk menempatkan diri pada posisi yang dekat atau seolah-olah berdialog dengan pembaca tanpa ada sekat yang sangat ketat. Hal ini dilakukan atas dasar adanya tujuan yang ingin dicapai dari teks persuasi.

Selain itu, penulis ingin pembaca terpicat terhadap tempat wisata yang diinformasikan. Dengan kata lain, tanpa melalui komentar dan pendeskripsian yang jelas, pengarang membiarkan pembaca seolah-olah ikut hanyut dalam penjelajahan sekaligus merasakan sensasi atau nuansa tempat wisata dengan berbagai tawaran keindahannya. Hal ini menyebabkan banyaknya penggunaan pengacuan persona. Dari hasil analisis mengenai wacana pariwisata ini, juga dapat ditunjukkan bahwa memahami sebuah wacana tidak terlepas dari pemahaman mengenai keterkaitan antara teks dan konteks. Analisis wacana ini membuktikan bahwa teks dan konteks adalah dua hal yang tidak dapat terpisahkan dalam sebuah wacana. Hal ini sekaligus menguatkan pendapat dari Halliday (1992) yang menyatakan bahwa setiap bagian teks sekaligus merupakan teks dan konteks, dalam memusatkan perhatian pada bahasa harus sadar akan adanya kedua fungsi tersebut.

Masing-masing aspek kohesi, baik aspek kohesi gramatikal maupun aspek kohesi leksikal, memiliki peran dalam pembentukan sebuah teks dalam wacana sehingga wacana dapat tersusun secara koheren. Wacana teks pariwisata adalah wacana yang mempertimbangkan hal-hal tersebut. Meskipun berciri minim ruang, maksud dan tujuan yang terkandung dalam teks tetap tersampaikan

secara jelas. Hal ini kembali membuktikan pendapat Halliday (1976) bahwa kohesi merupakan satu set kemungkinan yang terdapat dalam bahasa untuk menjadikan suatu teks itu memiliki kesatuan.

SIMPULAN

Teks wacana pariwisata dalam *pesonaindonesia.kompas.com* dapat menjadi padu karena didukung pemanfaatan pemarkah kohesi. Berdasarkan analisis, disimpulkan bahwa teks wacana pariwisata dalam situs tersebut memiliki kohesi gramatikal. Salah satu kohesi gramatikal berbentuk referensi persona. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks pariwisata menggunakan referensi persona pertama, kedua, dan ketiga dalam bentuk bebas pada kuantitas cukup banyak dengan tujuan tertentu, yakni untuk mendekatkan diri dengan pembaca, seolah-olah tidak ada jarak. Hal ini didasarkan adanya tujuan untuk memengaruhi pembaca agar tertarik mengunjungi tempat-tempat wisata yang telah diinformasikan. Pendek kata, pengacuan pronomina persona dalam situs ini tidak hanya difungsikan sebagai satuan lingual yang difungsikan untuk memadukan sebuah struktur teks wacana pariwisata, melainkan juga mengandung implikasi persuasif kepada pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiko, G., Hasanah Sudrajat, R., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3). <https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.6>
- Badara, A. (2012). *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana.
- Badudu, J. S. (2000). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Halliday, M.A., & Hasan, R. (1992). *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press.
- Halliday, M.A. K., & Hasan, K. (1976). Cohesion in English. In *Cohesion in English*. <https://doi.org/10.4324/9781315836010>
- Hanafiah, W. (2014). Analisis Kohesi & Koherensi pada Wacana Buletin Jumat. *Epigram*, 11(2), 135–152.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kementerian Pariwisata. (2015). *Rencana Strategis Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019*.
- Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, H. (1983). *Kamus Linguistik*. Gramedia.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Edisi keempat. Jakarta: PT Gramedia Utama Pustaka.
- Lestari, N. P. S. (2016). Kekohesifan Wacana Opini Majalah Bali Post. *E-Journal JPBSI Universitas Pendidikan Ganesha*, 4(2), 17–28.
- Lull, J. (1998). *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global* (A.S. Abadi., Ed.). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Magdalena, F., Tri Lestari, M., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Promosi Traveloka @Traveloka Melalui Twitter terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Followers Akun Twitter @Traveloka). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3). <https://doi.org/10.5614/sostek.2016.15.3.5>
- McCarthy, M. (2000). *Discourse Analysis for Language Teachers*. Cambridge University Press.
- Moeliono, A. M. (1988). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja

- Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). Blogger dan Digital Word of Mouth: Getok Tular Digital Ala Blogger dalam Komunikasi Pemasaran di Media Sosial. *Jurnal Sositologi, 16*(1). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.1>
- Nippold, M. A., Ward-Lonergan, J. M., & Fanning, J. L. (2005). Persuasive writing in children, adolescents, and adults: A study of syntactic, semantic, and pragmatic development. *Language, Speech, and Hearing Services in Schools, 36*(2). [https://doi.org/10.1044/0161-1461\(2005/012\)](https://doi.org/10.1044/0161-1461(2005/012))
- Perumal, T. (2013). Poetical Discourse Analysis of a Tamil Song Ovvoru Puukkalumee. *Language in India, 13*(75).
- Pristiwati, R. (2011). Kohesi Gramatikal dalam Teks Laporan Penelitian Dosen Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Penelitian Pendidikan, 29*(2), 106–112.
- Riyadi, S. (2015). Bentuk Pengacuan dalam Media Massa Cetak. *Jurnal Penelitian Humaniora, 16*(2), 70–80.
- Rusminto, N. E. (2015). *Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktis*. Graha Ilmu.
- Sasangka, S. S. T. W. (2016). Kohesi Gramatikal dalam Ragam Bahasa Perundang-Undangan. *Kandai, 12*(1), 71–84.
- Schriffin, D. (2007). *Ancangan Kajian Wacana*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis dan Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data* (M. Shodiq & I. Muttaqien, Ed.). Pustaka Pelajar.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistis*. Yogyakarta: Yayasan Sanata Dharma University Press.
- Sukriyah, S., Sumarlam, S., & Djatmika, D. (2018). Kohesi Leksikal Sinonimi, Antonimi, dan Repetisi pada Rubrik Cerita Anak, Cerita Remaja, dan Cerita Dewasa dalam Surat Kabar Harian Kompas. *Aksara, 30*(2). <https://doi.org/10.29255/aksara.v30i2.230.267-283>
- Sulhan, M. (2017). Makna Destinasi Wisata di Dua Dunia: Studi atas Gambaran Dunia maya dan Fakta Empirik Destinasi Wisata. *Channel, 5*(2), 123–142.
- Sumarlam. (2010). *Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Tarigan, H.G. (1987). *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Tarigan, H.G. (2009). *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Wulandari, Y. (2012). Pendayagunaan Struktur Teks Wacana Kesejahteraan Rakyat dalam Tajuk Rencana Harian Kompas. *Kajian Linguistik dan Sastra, 24*(2), 152–163.