

**KOHERENSI DALAM TEKS IKLAN MAHASISWA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA MELALUI CHATGPT-40**



RAHMAH YULIA

1210621041

SKRIPSI

Skripsi yang diajukan kepada Universitas Negeri Jakarta untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sastra

**PROGRAM STUDI SASTRA INDONESIA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), khususnya ChatGPT-4o, yang semakin banyak dimanfaatkan dalam bidang komunikasi pemasaran dan penulisan naskah iklan (*copywriting*). Koherensi atau kepaduan makna menjadi aspek krusial untuk memastikan pesan iklan yang dihasilkan AI dapat dipahami secara logis dan persuasif oleh pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan struktur koherensi, baik koherensi berpenanda maupun tidak berpenanda, yang terdapat dalam teks iklan kategori kecantikan (tabir surya) yang dihasilkan oleh ChatGPT-4o.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa 30 teks iklan yang diperoleh dari respons ChatGPT-4o terhadap instruksi (*prompt*) yang disusun oleh mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi. Analisis data menggunakan landasan teori koherensi Sumadi untuk mengklasifikasikan jenis koherensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT-4o membangun wacana iklan yang koheren melalui dua mekanisme. Pertama, koherensi berpenanda didominasi oleh kategori aditif (68 temuan) untuk mengakumulasi fitur produk. Ditemukan pula pemarkah kronologis (14 temuan), perurutan (14 temuan), kausalitas (11 temuan), kontras (8 temuan), temporal (1 temuan), dan kategori intensitas (0 temuan). Kedua, pada koherensi tidak berpenanda, kategori perincian dan perian muncul secara konsisten pada seluruh data (masing-masing 30 temuan) untuk menggambarkan aspek teknis serta sensoris produk secara imajinatif, sedangkan koherensi dialog sebanyak 11 temuan. Simpulan penelitian menunjukkan ChatGPT-4o memiliki kompetensi linguistik memadai untuk menyusun teks iklan yang padu dan persuasif, di mana variasi kualitas koherensi tersebut sangat bergantung pada spesifikasi instruksi (*prompt*) yang berperan sebagai stimulus input.

Kata Kunci: *Koherensi, Iklan Kecantikan, ChatGPT-4o, Kecerdasan Buatan, Analisis Wacana*

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid development of Artificial Intelligence (AI), specifically ChatGPT-4o, which is increasingly utilized in marketing communications and copywriting. Coherence, or the unity of meaning, is a crucial aspect to ensure that AI-generated advertisement messages are understood logically and persuasively by readers. This study aims to describe the structure of marked and unmarked coherence in beauty category (sunscreen) advertisement texts produced by ChatGPT-4o.

The method used in this study is descriptive qualitative. The research data consists of 30 advertisement texts obtained from ChatGPT-4o's responses to prompts created by students of the Faculty of Engineering, Universitas Negeri Jakarta. Data collection was conducted using documentation techniques. Data analysis utilized Sumadi's theory of coherence to classify the types of coherence.

The results indicate that ChatGPT-4o constructs coherent advertisement discourse through two mechanisms. First, marked coherence is dominated by the additive category (68 findings) to accumulate product features. Other findings include chronological markers (14 findings), sequential markers (14 findings), causality (11 findings), contrast (8 findings), and temporal (1 finding), while the intensity category had no findings (0 findings). Second, in unmarked coherence, the categories of detailing and description appear consistently across all data (30 findings each) to imaginatively depict technical and sensory aspects of the product, while dialogue coherence accounted for 11 findings. The study concludes that ChatGPT-4o possesses sufficient linguistic competence to compose unified and persuasive advertisement texts, where variations in coherence quality are highly dependent on the specification of the prompt serving as the input stimulus.

Keywords: Coherence, Beauty Advertising, ChatGPT-4o, Artificial Intelligence, Discourse Analysis.

LEMBAR PENGESAHAN

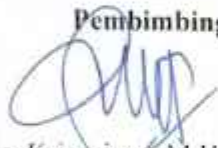
Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rahmah Yulia
No. Registrasi : 1210621041
Program Studi : Sastra Indonesia
Fakultas : Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Koherensi dalam Teks Iklan Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta melalui ChatGPT-4o

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I



Drs. Krisanjaya, M.Hum.
NIP. 196807131992031001

Penguji I



Aulia Rahmawati, M.Hum.
NIP. 198009142008012013

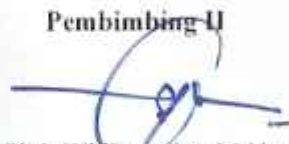
Jakarta,

Dekan Fakultas Bahasa dan Seni



Dr. Samud Setiadi, M.Pd.
NIP. 197710082005011002

Pembimbing II



Sigit Widiatmoko, M.Hum.
NIP. 198904062019031013

Penguji II



Ahmad Maulana Ghufar, S.Pd., M.A.
NIP. 199907092024061003

Ketua Penguji



Drs. Krisanjaya, M.Hum.
NIP. 196807131992031001

LEMBAR PENGESAHAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rahmah Yulia
No. Registrasi : 1210621041
Program Studi : Sastra Indonesia
Fakultas : Bahasa dan Seni
Judul Skripsi :

KOHERENSI DALAM TEKS IKLAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA MELALUI CHATGPT-40

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain, maka saya cantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya siap menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Februari 2026



Rahmah Yulia
No. Reg. 1210621041



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahmah Yulia

NIM : 1210621041

Fakultas/Prodi : Fakultas Bahasa dan Seni / Sastra Indonesia

Alamat email : rrahmahyulia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**KOHERENSI DALAM TEKS IKLAN MAHASISWA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA MELALUI CHATGPT-40**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Februari 2026

(Rahmah Yulia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KOHERENSI DALAM TEKS IKLAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA MELALUI CHATGPT-4O”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan/Sastra pada Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini mengkaji fenomena pemanfaatan kecerdasan buatan dalam bidang *copywriting* dengan fokus pada kepaduan makna baik secara berpenanda maupun tidak berpenanda menggunakan landasan teori Sumadi. Penulis menyadari bahwa keberhasilan pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Dr. Asep Supriyana, S.S., M.Pd. selaku Koorprodi Sastra Indonesia
2. Drs. Krisanjaya, M.Hum. selaku pembimbing materi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan bimbingan
3. Sigit Widiatmoko, M.Hum. selaku pembimbing materi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan bimbingan
4. Aulia Rahmawati, M.Hum. selaku penguji ahli materi yang telah memberikan komentar dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik lagi dari segi substansial
5. Ahmad Maulana Ghufar, S.Pd., M.A. selaku penguji ahli metodologi yang telah memberikan komentar dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik lagi dari segi metodologi
6. Dr. Miftahulhairah Anwar, M.Hum. selaku pembimbing akademik yang senantiasa membantu saya selama perkuliahan
7. Orang tua dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan dukungan dan masukan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan demi menambah baik skripsi ini.

Jakarta, 14 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	7
1.2.1 Fokus Penelitian.....	7
1.2.2 Sub Fokus Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
1.7 Keaslian Penelitian (<i>State of The Art</i>).....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori dan Konsep	13
2.1.1 Hakikat Koherensi.....	13
2.2 Kajian Penelitian Relevan.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.3 Prosedur Penelitian	29
3.4 Data dan Sumber Data	31
3.4.1 Kriteria Pemilihan Responden.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Instrumen Penelitian.....	37
3.5.2 Keabsahan Data	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Kriteria Analisis	43
3.6.2 Lembar Kerja Analisis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49

4.2 Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75
BIODATA PENULIS.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Relevan.....	24
Tabel 3. 1 Teknik Analisis Data.....	47
Tabel 4. 1 Frekuensi Data	50
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Data.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3. 1 Contoh Data Teks Iklan Buatan ChatGPT-4o	37
Gambar 3. 2 Form Pengisian Data	40
Gambar 3. 3 Analisis Interaktif Miles & Huberman	43

