



Le Registre Publicitaire et Les Fonctions du Langage dans Les Publicités de Mc Donald's: La Perspective Sociolinguistique

Nida Alhurriyah[✉] Sri Rejeki Urip[✉] Marliza Arsiyana[✉] Anastasia Pudjitrherwanti[✉]

Département de la Langue et la Littérature Étrangère, Faculté des Langues et des Arts,
Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info d'article

Histoire de l'Article :

Reçu août 2022

Accepté octobre 2022

Publié octobre 2022

Keywords :

*registre publicitaire ;
sens ; fonction du
langage ; Mc Donald's*

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk register iklan serta fungsi bahasa dalam register iklan bahasa Prancis pada iklan Mc Donald's berbahasa Prancis. Data penelitian ini adalah kata dan frasa yang terdapat pada iklan Mc Donald's yang diunggah pada Desember 2020 sampai dengan Oktober 2021. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 52 register iklan bahasa Prancis pada iklan Mc Donald's yang terdiri dari 27 kata dan 25 frasa. Register iklan bahasa Prancis tersebut dianalisis kategori gramatikal dan makna denotatifnya. Kategori gramatikal pada register iklan bahasa Prancis ini ditemukan enam kategori gramatikal. Kategori gramatikal tersebut berupa nomina, verba, adjektiva, dan adverbial, preposisi, dan *l'introducteur*, yang beberapa diantaranya berbentuk *l'abréviation* dan *l'emprunt à l'anglais*. Selanjutnya, register iklan bahasa Prancis tersebut memiliki 5 fungsi bahasa, yaitu fungsi regulatori, fungsi representatif, fungsi personal, fungsi imajinatif, fungsi interaksional. Kategori gramatikal yang paling dominan adalah nomina, hal ini dikarenakan kata dan frasa dalam bidang periklanan banyak terdiri dari nama produk atau jasa yang ditawarkan oleh Mc Donald's. Kemudian, fungsi bahasa yang lebih dominan adalah fungsi bahasa regulatori, karena fungsi bahasa regulatori bersifat mengekspresikan ajakan, rayuan, himbauan, atau perintah yang sesuai dengan bidang periklanan.

Extrait

Cette recherche vise à identifier et décrire les formes de registres publicitaires et la fonction du langage dans le registre publicitaire de publicités Mc Donald's en français. Les données de cette recherche sont des mots et des syntagmes dans les publicités Mc Donald's qui sont téléchargées de décembre 2020 à octobre 2021. Cette recherche utilise la méthode descriptive qualitative. Les résultats de cette recherche ont relevé 52 registres publicitaires français dans les publicités Mc Donald's qui se composent de 27 mots et 25 phrases. Les registres publicitaires français ont été analysés des catégories grammaticales et le sens denotatifs. Les catégories grammaticales existe six catégories grammaticales. Les catégories grammaticales sont : le nom, le verbe, l'adjectif, l'adverbe, la préposition et l'introducteur, dont certains sont formés de l'abréviation et l'emprunt à l'anglais. En plus, le registre publicitaire a révélé cinq fonctions du langage, à savoir : la fonction régulatrice, fonction représentative, fonction personnelle, fonction imaginative, fonction interactionnelle. La catégorie grammaticale la plus dominante est le nom, car de nombreux mots et expressions dans le domaine de la publicité consistent en des noms de produits ou de services offerts par Mc Donald's. En plus, la fonction la plus dominante du langage est la fonction du langage régulatrice, car la fonction du langage régulatrice est d'exprimer une invitation, une séduction, un appel ou une commande en accord avec le domaine de la publicité.

© 2022 Universitas Negeri Semarang

[✉]Adresse:

Gedung B4 FBS Universitas Negeri Semarang
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

ISSN 2252-6730

INTRODUCTION

La sociolinguistique selon Labov (1976) dans Forquin (2018: 78) est l'étude de la structure et de l'évolution de la langue, que ce soit du point de vue phonologique, morphologique, syntaxique ou sémantique, mais considérées au sein du contexte social formé par la communauté linguistique. La langue est « partie sociale du langage » qui doit être étudiée au sein d'un contexte social, et l'emploient les locuteurs natifs communiquant entre eux dans la vie quotidienne.

Dans le français, il y a quatre grands types de variations des langues. La variation diachronique, la variation diatopique, la variation diastratique, et la variation diaphasique ou appelé également variation situationnelle.

Le registre de langue est une variation diaphasique qui est basé sur situation de communication. Le registre de langue français ont quatre registres qui sont souvent utilisés: soutenu, standard (courant), familier, et populaire. En plus, le registre est également le résultat de l'utilisation d'un vocabulaire spécial associé à un certain type de domaine, comme le domaine de l'éducation, de l'économie, de la l'entreprise, etc. Cela se trouve également dans le domaine de publicitaire. Ce domaine a également des termes spéciaux liés à la publicité dont ces termes sont devenus l'une des variations linguistiques.

Halliday (1973) dans Widowati (2020: 25) indique la classification de la fonction du langage se comprend à sept fonctions. Ces fonctions sont : fonction instrumentale, fonction régulatoire, fonction interactionnelle, fonction heuristique, fonction personnelle, fonction imaginative, et fonction représentative.

Cette recherche a recherché les registres publicitaires, les catégories grammaticales avec la forme de l'abréviation et l'emprunt à l'anglais, les sens dénотatifs et la fonction du langage qui sont utilisés dans les publicitaires de Mc Donald's français.

MÉTHODE DE RECHERCHE

L'approche utilisée dans cette recherche est l'approche théorique de sociolinguistique, et l'approche méthodologique de descriptive qualitative. L'approche descriptive qualitative est l'analyse sous forme de description de phrase. Cette recherche utilise la méthode de lecture avec la technique de base de citation qui est poursuivi par la technique de la lecture attentive (SBLC), la technique de notation en utilisant le tableau de données pour collecter les données. J'ai utilisé dans cette recherche est la méthode *agih* en utilisant la technique *bagi unsur langsung* (BUL), et la technique avancée de lecture de marques (TBM) pour analyser de la forme du registres publicitaires, décrire la fonction du langage dans le registre publicitaire de publicités Mc Donald's.

RÉSULTAT ET DISCUSSION

Les résultats de cette recherche ont relevé 52 registres publicitaires français dans les publicités Mc Donald's qui se composent de 27 mots et 25 syntagmes. Les registres publicitaires français ont été analysés les catégories grammaticales et le sens dénотatifs. Les catégories grammaticales existe six catégories grammaticales. Les catégories grammaticales sont : le nom (24 données), le verbe (15 données), l'adjectif (8 données), l'adverbe (2 données), la préposition (2 données) et l'introducteur (1 donnée), dont certains sont formés de l'abréviation et l'emprunt à l'anglais.

En plus, les registres publicitaires ont relevé cinq fonctions du langage, à savoir 1) la fonction régulatrice (17 données). 2) fonction représentative (14 données). 3) fonction personnelle (5 données). 4) fonction imaginative (1 donnée). 5) fonction interactionnelle (1 donnée). 6) fonction personnelle + représentative (2 données). 8) fonction représentative + régulatrice (1 donnée).

Le Catégorie Grammaticale, l'Abréviation, l'Emprunt à l'Anglais

(1) Le titre de pub : Appli Mc Donald's 'Programme de fidélité'

« Téléchargez l'**App** » Pub 2

Dans cette parole, il y a le registre publicitaire 'App' (n.f). Le mot 'App' a la forme de l'abréviation troncation (une abréviation formée par la suppression d'une ou plusieurs syllabes). La troncation utilisée est 'l'apocope', c'est la suppression à la fin. Le mot 'App' et également a la forme de l'emprunt car ce mot est un mot emprunté à l'anglais.

Le Sens Dénotatif du Registre Publicitaire

(2) Le titre de pub : Mc Donald's 'Parlons peu parlons poulet'

« [...] nous on leur garantit des **prix stables** à l'année et eux il nous garantit des filets de poulet de **super qualité** » Pub 10

Dans cette parole, la phrase 'prix stables' est inscrite au registre publicitaire qui a un sens dénotatif (www.larousse.fr) 'qui se maintient durablement (prix) dans tel ou tel état'. Ensuite, la phrase 'super qualité' qui a un sens dénotatif très bien; les produits ou services de haute qualité sont très bons, bien faits, etc.

La Fonction régulatoire

(1) Le titre de pub: McBaguette Mc Donald's "uniquement disponible en France"

« **Pour votre santé**, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour. » Pub 13

La parole (1) est la fonction régulatoire, car le phrase 'pour votre santé' (s.n) est encadrant et contrôlant en disant que 'n'oubliez pas de manger 5 fruits et légumes par jour' car c'est bon pour la santé des consommateurs.

La Fonction représentative (informative)

(4) Le titre de pub : McFirst Poisson Mc Donald's

« [...] **prix maximum conseillé** d'un menu incluant un burger McFirst, un moyen accompagnement, une moyen boisson [...] » Pub 1

La parole (4) est la fonction représentative, car le phrase 'prix maximum conseillé' (s.n) explique que le prix incluant un burger McFirst, un moyen accompagnement, une moyenne boisson. Mc Donald's donne des faits réels aux consommateurs en leur fournissant les prix de leurs menus.

La Fonction Personnelle

(5) Le titre de pub : Mc Donald's "parlons peu parlons biocarburant"

« [...] et bien chez McDo on la **confit** de spécialistes de la valorisation des huiles alimentaires [...] » Pub 16

La parole (5) est la fonction personnelle, car le mot 'confit' (v.tr) montre que Mc Donald's a une grande confiance dans ses spécialistes de la valorisation des huiles alimentaires. Cette parole a un caractère expressif ou une expression de sentiments.

La Fonction imaginative

(6) Le titre de pub : Happy Meal Mc Donald's "retrouvez vos Minions préférés cet été"

« En dix ans nous avons appris à **bien connaître** le minions qu'ils sont le rythme dans la peau [...] » Pub 11

La parole (6) est la fonction imaginative, car le phrase 'bien connaître' (s.v) imaginer un personnage de dessin animé, appelé Minions qui en réalité n'existe pas dans la vie.

La Fonction Interactionnelle

(7) Le titre de pub : Big Mac Bacon Mc Donald's "c'est un Big Mac, c'est pas un Big Mac"

A : « Et pour que ce soit encore **meilleur**. »

B : « Mais rien de **meilleur** que le big mac. » Pub 17

La parole (7) est la fonction régulatoire, car le phrase 'pour votre santé' (s.n) est d'avoir une interaction entre la personne A et la personne B qui se demandent si quelqu'un est meilleur qu'un big mac Mc Donald's, et le discours B dit que rien n'est mieux qu'un big mac. Le discours à partir des données montre qu'il existe un élément d'interaction qui est une caractéristique de la fonction.

CONCLUSION

Selon les résultats de cette recherche, l'utilisation du registre publicitaire dans les publicités Mc Donald's a un but pour être impliquée dans l'apprentissage de français dans le cours de français sur objectifs spécifique (FOS) domaine de la publicité. Les résultats d'analyse se trouve 52 registres publicitaires français dans les publicités Mc Donald's. Les registres publicitaires français ont été analysés des catégories grammaticales et le sens denotatifs. Le catégories grammaticales existe six catégories grammaticales. Les catégories grammaticales sont : le nom (24 données), le verbe (15 données), l'adjectif (8 données), l'adverbe (2 données), la préposition (2 données) et l'introducteur (1 donnée), dont certains sont formés de l'abréviation et l'emprunt à l'anglais. En plus, les registres publicitaires ont révélé cinq fonctions du langage, à savoir 1) la fonction régulatrice (17 données). 2) fonction représentative (14 données). 3) fonction personnelle (5 données). 4) fonction imaginative (1 donnée). 5) fonction interactionnelle (1 donnée). 7) fonction personnelle + représentative (2 données). 8) fonction représentative + régulatrice (1 donnée).

La catégorie grammaticale la plus dominante est le nom, car de nombreux mots et expressions dans le domaine de la publicité consistent en des noms de produits ou de services offerts par Mc Donald's. En plus, la fonction la plus dominante du langage est la fonction du langage régulatrice, car la fonction du langage régulatrice est d'exprimer une invitation, une séduction, un appel ou une commande en accord avec le domaine de la publicite

BIBLIOGRAPHIE

- Akinbode, O. (2012). A Sociolinguistic Analysis of Advertising Language in Selected Nigerian Mass Media Commercials. *Www.liste.Org*, 2(8), 26–33. ISSN 2222-2863
- Biber, D. C. S. (2019). *Register, Genre, and Style* (2nd Editio). United States of America by Cambridge University Press.
- Boyer. (2001). *INTRODUCTION A LA SOCIOLINGUISTIQUE*. 1–6.
- Forquin, J.-C. L. (2018). *Sociolinguistique (Sociolinguistic patterns)*. 42, 79–81.
- Grevisse. (2018). *Le Petit Bon Usage de la Langue Français*. De Boeck Supérieur s.a., 2018.
- Grevisse, M. et A. G. (2008). *Le Bon Usage* (14th ed.).

- Kistianingsih, N., Rejekiurip, S., & Pudjitrherwanti, A. (2021). *Le Registre de la Mode dans le Magazine de Mode en France Marie Claire*. 8(2).
- Pilanti, Nani Kusriani, E. I. (2019). Register Bahasa Prancis Bidang Tata Boga dalam Majalah *Journal des Femmes*. Pendidikan Bahasa Prancis FKIP Universitas Lampung, 1, 1–12.
- Prastiwi, E. (2019). *Le Registre Argotique Au Twitter Français Dans La Perspective Sociolinguistique*. *Lingua Litteraria Journal*, 6(1), 7–14. <https://doi.org/10.15294/ll.v6i1.30835>
- Widowati, A. (2020). *Les Fonctions du Langage dans Le Conte de Charles Perrault dans la Perspective de Halliday*. *Lingua Litteria Journal*, 7(2).
- Zakiyyah, G. H., Kusriani, N., & Ikhtiarti, E. (2019). Register Bahasa Prancis Bidang Kecantikan dalam Majalah *L6mag. Pranala*, 1, 1–14.