



Fungsi Wacana Argumentatif dalam Perdebatan Parfum Unisek

Angeline Louisabethania

Program Studi Sastra Prancis,
Universitas Gadjah Mada

angeline@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

Salah satu produk untuk merawat kecantikan tubuh dan menambah rasa kepercayaan diri adalah parfum. Selama ini masyarakat menganggap bahwa parfum dibedakan untuk kaum perempuan dan laki-laki. Namun, pada kenyataannya parfum uniseks semakin berkembang eksistensinya. Penelitian ini menggunakan data tahun 2008 sampai 2017 berupa argumen-argumen terhadap parfum uniseks yang disebut wacana argumentatif dalam forum debat dan diskusi *online Le Sexe des Parfums* dalam situs *AuParfum Sentez Inspiré*. Metode penelitian ini dilakukan melalui berbagai tahap. Pertama, membaca argumen-argumen yang dituturkan penutur. Kedua, mengklasifikasikan data kemudian menganalisisnya menggunakan teori fungsi wacana argumentatif. Tujuan yang ingin dicapai yaitu mengeksplorasi dan menganalisis fungsi wacana argumentatif dalam perdebatan parfum uniseks yang terdapat pada forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* dalam situs *AuParfum Sentez Inspiré*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lebih banyak penutur yang mendukung keberadaan parfum uniseks yang dibuktikan oleh fungsi dari wacana tersebut ditulis. Fungsi persuasi adalah fungsi wacana argumentatif yang paling banyak ditemukan dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* Namun, terdapat fungsi lain yaitu fungsi persuasif dan polemik.

Kata Kunci: Parfum Uniseks, Forum Debat dan Diskusi, Wacana Argumentatif.

LATAR BELAKANG

Setiap individu saat ini menginginkan penampilan sempurna dimanapun mereka berada. Produk-produk perawatan tubuh bermunculan demi mewujudkan keinginan banyak orang. Bahkan menurut Wiharsari (2019), perempuan yang ingin tampil cantik melakukan peniruan terhadap seseorang yang ia anggap cantik. Maka segala cara pun dapat dilakukan. Salah satu produk perawatan tubuh yaitu parfum. Parfum merupakan tren masa kini yang mendukung penampilan seseorang untuk tampil sempurna di depan publik (Astari & Widagda K., 2014).

Parfum atau wewangian dari zaman ke zaman memiliki berbagai macam fungsi. Beberapa diantaranya adalah mencuci, membersihkan, produk kebersihan diri, serta dapat mengatur udara di ruangan tertutup (Ben-Noun (Nun), 2018). Beragam aroma serta harga dari yang paling murah hingga paling mahal menjadi faktor penting dalam memilih parfum. Adanya berbagai iklan produk parfum yang dapat ditemukan di media massa maupun media sosial sedikit banyak memengaruhi penjualan parfum saat ini. Pengemasan parfum juga menjadi faktor pemilihan parfum.

Iklan-iklan yang bermunculan menghadirkan stereotip dalam masyarakat mengenai eksistensi parfum saat ini. Orang-orang berpikir bahwa parfum tertentu hanya dapat digunakan oleh laki-laki dan parfum jenis lainnya lagi hanya dapat digunakan oleh perempuan. Namun, stereotip itu dipatahkan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* pada situs *AuParfum Sentez Inspiré*.

Perdebatan utama dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* adalah pembagian gender dalam parfum yang masih sangat sering ditemukan dalam dunia parfum. Sebagian orang memperdebatkan gender dalam parfum tetapi sebagian lainnya mengatakan bahwa parfum itu bersifat uniseks. Perbedaan pendapat tersebut dibahas pada situs *AuParfum Sentez Inspiré*. Situs ini merupakan perkumpulan para pecinta parfum yang terlibat aktif dalam diskusi mengenai permasalahan-permasalahan parfum, menjual parfum berbagai macam merek dan harga, dan menyediakan beragam informasi tentang parfum. Selain itu, terdapat kosa kata yang berhubungan

[25-32]

Louisabethania, Angeline. 2022. Fungsi Wacana Argumentatif dalam Perdebatan Parfum Unisek. *Deskripsi Bahasa Vol.5 (1) 2022*, pp. 25-32 <https://doi.org/10.22146/db.v5i1.5720>

dengan parfum, permainan dan kontes, serta menyediakan sinjar yang dapat didengarkan oleh para pengakses web bernama Nez. Nez terbit dalam berbagai episode dengan berbagai macam pembahasan pula. Melalui sinjar ini, pembaca semakin mempelajari banyak hal tentang parfum ("Le sexe des parfums - Auparfum," t.t.).

Seluruh argumen yang dituturkan oleh para penutur dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* terbagi menjadi 2, yaitu argumen pro dan kontra. Ada yang mendukung keberadaan parfum uniseks di sisi lain ada pula yang menentang keberadaan parfum uniseks. Argumen-argumen yang dituturkan tidak hanya sekadar pendapat yang ingin disampaikan penutur, tetapi memiliki beragam makna dan berada dalam konteks tertentu sehingga disebut wacana argumentatif. Layaknya wacana lisan, dalam wacana tulis penulis dan pembaca memiliki kaitan erat sehingga ada kesinambungan (Hasnawati, Funadah, & Santoso, 2020).

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian yaitu: pertama, apa fungsi wacana argumentatif dalam forum debat dan diskusi online *Le Sexe des Parfums*?

Tujuan dilakukannya penelitian perdebatan gender dalam parfum adalah mengeksplorasi fungsi wacana argumentatif melalui setiap argumen yang disampaikan oleh penutur. Penelitian ini juga membuktikan bahwa eksistensi parfum uniseks semakin diakui. Para penutur menyatakan argumen-argumennya dengan tujuan yang berbeda-beda.

Wacana argumentatif tidak hanya sekadar berupa kalimat-kalimat yang tersusun begitu saja. Namun, memiliki arti dan keterkaitan satu sama lain. Wacana argumentatif juga disusun dengan memperhatikan kohesi dan koherensi dalam penyusunannya. Terdapat berbagai bentuk kohesi dan koherensi dalam penyusunan wacana argumentatif. Kohesi menekankan kepada bentuk sedangkan koherensi lebih pada wacana (Hasnawati dkk., 2020). Selain itu, dalam wacana argumentatif dapat dianalisis makna tidak langsung atau makna tersirat atau yang disebut makna implikatur. Jika diteliti lebih dalam, terdapat wujud implikatur dan maksud implikatur yang berbeda-beda (Christianto, 2017).

Wacana argumentatif memiliki elemen-elemen pada setiap teks yang tertulis dalam berbagai bentuk (Octavia, 2016). Tidak hanya elemen, wacana argumentatif juga memiliki pola-pola tersendiri pada pengungkapan argumen paragraf-paragraf argumentative (Setyaningsih, 2016).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan melalui 3 tahapan. Tahap pertama yaitu tahap pengumpulan data. Tahap kedua adalah tahap klasifikasi data. Ketiga, tahap analisis data. Data yang digunakan merupakan komentar-komentar dengan kisaran tahun antara 2008 hingga 2017. Total data keseluruhan berjumlah 357 butir namun komentar - komentar yang dipilih merupakan komentar yang membahas perdebatan gender dalam parfum dan hanya berjumlah 165 butir.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teori fungsi wacana argumentatif. Data disajikan dalam bentuk tabel yang mencakup nama penutur komentar, tanggal komentar muncul, komentar yang dituturkan, dan hasil analisis. Melalui hasil analisis tersebut, ditemukan berbagai fungsi wacana argumentatif dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* pada situs *AuParfum Sentez Inspiré*.

HASIL PEMBAHASAN

Menurut Atamna (2014), wacana argumentatif memiliki 2 fungsi yaitu fungsi persuasif dan polemik. Kedua fungsi tersebut memiliki tujuan yang berbeda dan bertentangan. Setiap orang memiliki pendapat yang berbeda dalam menanggapi satu hal atau permasalahan sehingga tujuan dari tuturan yang disampaikan berbeda pula.

Fungsi Persuasif

Wacana argumentatif yang memiliki fungsi persuasif bertujuan memengaruhi atau meyakinkan pembaca (Atamna, 2014). Hal ini berdampak pada pembaca yang benar-benar memiliki pola pikir yang sama dengan penutur. Fungsi persuasif dari wacana argumentatif dalam forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* dalam situs *Au Parfum Sentez Inspiré* adalah memengaruhi serta membujuk pembaca agar memiliki pemikiran yang sama dengan penutur.

Berikut ini adalah contoh wacana argumentatif dengan fungsi persuasif.

(1) par [Absinthe](#) le 25 février 2011 à 08:58

(...) c'est un peu simpliste certes, mais à la limite je trouve normal qu'un parfum féminin porté par un homme plaise aux femmes, puisqu'à la base il a été conçu pour les séduire, elles ; ensuite, bien en amont de l'attitude, du style ou des orientations sexuelles, c'est la peau qui fait tout. Je prends pour exemple mon beau-père, ancien maréchal-ferrant, plus macho de la vieille école tu meurs, qui s'aspergeait généreusement du Choc de Cardin de son épouse quand il se trouvait à cours d'après-rasage, sans pour autant "sentir la belle-mère". (...)

Oleh [Absinthe](#) 25 Februari 2011 pukul 08:58

(...) Itu tentu saja terlalu mudah., tetapi terbatas parfum feminin digunakan oleh pria dapat menarik wanita itu normal, meskipun dasarnya dibuat untuk merayu, mereka ; kemudian, bersumber dari sikap, gaya atau orientasi seksual, kulit yang menentukan semua. Saya mengambil contoh mertua laki-lakiku, pandai besi tua, paling macho di sekolah lamanya habislah kamu, yang menyemprotkan Choc de Cardin dari istrinya dengan bebas ketika ia temukan pada kursus mencukur, tanpa karena itu "mencium mertua perempuan". (...)

Data (1) adalah bentuk wacana argumentatif yang memiliki fungsi persuasif. Penutur mengungkapkan opininya dalam beberapa kalimat *je trouve normal qu'un parfum féminin porté par un homme plaise aux femmes* 'parfum feminin digunakan oleh pria dapat menarik wanita itu normal'. Penutur mendukung keberadaan parfum uniseks dengan mengatakan bahwa parfum feminin yang digunakan oleh pria dapat menarik wanita. Parfum feminin tetap menarik, tidak hanya ketika digunakan perempuan saja tetapi juga saat digunakan oleh laki-laki. Cara lain disampaikan penutur melalui kalimat *ensuite, bien en amont de l'attitude, du style ou des orientations sexuelles, c'est la peau qui fait tout*. 'kemudian, bersumber dari sikap, gaya atau orientasi seksual, kulit yang menentukan semua.' Pemakaian produk parfum tidak hanya ditentukan dari gerak-gerik, gaya, atau orientasi seksual. Seberapapun kuatnya faktor-faktor tersebut, ada hal lain yang menjadi penentu dalam pemilihan produk parfum. Menurut penutur, kulit yang secara langsung bersentuhan dengan parfum sangat menentukan pemilihan parfum. Tipe dan jenis kulit manusia yang beragam memengaruhi pemilihan parfum. Pada dasarnya, kesenangan dalam memilih parfum sesuai dengan selera dan kebutuhan masing-masing orang. Sekalipun ada jenis parfum maskulin dan feminin, bukan berarti parfum maskulin hanya digunakan pria dan parfum feminin hanya digunakan wanita.

(2) par [Opium](#) le 25 février 2011 à 00:07

- ▶ *Les parfums sont probablement conçus avec des codes culturels attribuant des rôles spécifiques aux hommes et aux femmes.*
 - ▶ *Chacun(e) a la liberté (fort heureusement) de transgresser ces codes (ce n'est pas comme si on allait tuer quelqu'un non plus).*
-

Oleh [Opium](#) 25 februari 2011 pukul 00:07

- ▶ Parfum mungkin dibuat dengan kode budaya yang membawa peran spesifik untuk pria dan wanita.
- ▶ Setiap orang memiliki kebebasan (kekuatan untungnya) untuk mematahkan kode-kode tersebut (itu tidak seperti jika kita membunuh seseorang lagi).

Data (2) juga mendukung keberadaan parfum uniseks dengan tujuan memengaruhi atau membujuk pembaca. Ketika berargumen, penutur mengatakan *Les parfums sont probablement conçus avec des codes culturels* 'Parfum mungkin dibuat dengan kode budaya' Kode budaya yang dimaksud adalah aturan-aturan yang berhubungan dengan budaya yang melekat pada diri manusia. Segala sesuatu

yang ada dalam masyarakat dan dikenal sejak lama secara turun temurun dijadikan dasar dalam pembuatan parfum. Sebagai contoh, bunga sebagai bahan dasar pembuatan parfum selama ini dikenal erat kaitannya dengan perempuan sedangkan aroma kayu dikaitkan dengan pria. Penutur kembali meyakinkan pembaca agar dapat ikut mendukung eksistensi parfum uniseks yang dapat dilihat dalam kalimat *Chacun(e) a la liberté (fort heureusement) de transgresser ces codes* 'Setiap orang memiliki kebebasan (kekuatan untungnya) untuk mematahkan kode-kode tersebut'. Artinya, siapapun tanpa terkecuali memiliki hak yang sama dalam memilih parfum. Ia tidak akan bisa dikekang oleh siapapun dan apapun juga termasuk oleh kode-kode budaya yang telah dikenal secara turun-temurun dan melekat dalam kehidupan masing-masing.

Fungsi Polemik Wacana Argumentatif

Wacana argumentatif yang memiliki fungsi polemik bertujuan membentuk pola pikir pembaca untuk memikirkan hal yang berbeda dari pemikiran yang telah disampaikan atau dalam merespon suatu permasalahan. Penutur yang menyampaikan opininya dengan tujuan polemik dalam suatu forum dapat memantik timbulnya suatu perdebatan. Penutur mengajak pembaca memiliki pemikiran kritis terhadap suatu hal. Pada forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* dalam situs *Au Parfum Sentez Inspiré*, penutur menentang pendapat-pendapat sebelumnya menggunakan berbagai tipe konektor logis yang memiliki peran yang penting dan berbeda-beda. Pertentangan yang disampaikan penutur tidak selalu bersifat keras tetapi juga berupa sindiran halus sehingga terkadang bersifat tersirat yang mungkin tidak dapat dimengerti oleh semua orang.

Berikut ini adalah contoh wacana argumentatif dengan fungsi polemik.

(3) par [xxerus](#) le 5 avril 2011 à 10:34

Cher Baron : je suis toujours ravi, voire amusé, de vous lire...

Je suis enchanté qu'Allure vous ait valu plein de compliments, car un parfum qui vous va, c'est avant tout un parfum qui vous sied.

Puis je vous demander la raison pour laquelle vous portez des parfums ? Pour plaire à vous même ? Pour plaire aux autres socialement/sexuellement ? Par contemplation ?

En ce qui me concerne, je suis suffisamment égoïste pour porter des parfums qui ME plaisent et/ou dont je trouve qu'ils sont extrêmement bien réalisés, et tant pis pour les personnes qui me côtoient !! (vive Tar de Commme des Garçons ! vive Jungle de Kenzo ! vivent les PowerHouses !)

*Pour tenter de répondre à votre grosse angoisse sur la concentration qui rendrait selon vos dires plus féminin ou masculin une fragrance ^^, **quid des eaux de cologne ? quid des eaux de parfum du rayon homme ?** (Habit Rouge, Midnight in Paris, Azzaro pour Homme...). **Et enfin, quid des eaux de toilette marketées "homme" très puissantes ?** (1Million, Kouros...)*

A l'inverse, que faites vous des eaux de toilette légères vendues au rayon femme : sont-elles plus "masculines" qu'un Poison ou un Loulou ??

Et encore, là, je simplifie le débat en omettant volontairement l'aspect géo-temporel et culturel... ;-)

Oeh [xxerus](#) 5 april 2011 pukul 10:34

Baron yang baik : saya selalu bahagia, terhibur, membaca tentang Anda...

Saya bahagia bahwa Allure menerima banyak pujian, karena sebuah parfum yang kita pilih, itu sebelumnya adalah parfum yang cocok untuk Anda.

Kemudian saya bertanya kepada Anda alasan untuk apa Anda memakai parfum ? Untuk membahagiakan diri Anda ? Untuk membahagiakan orang lain secara sosial atau seksula? Untuk sanjungan? Yang menjadi perhatian saya, saya vukup egois untuk menggunakan parfum yang membuat saya senang dan/atau yang saya temukan secara ekstrem mudah direalisasikan, dan yang terlalu buruk untuk orang yang mendekati saya !! (hidup **Tar** dari *Commme des Garçons* !! hidup Jungle dari Kenzo ! hidup para PowerHouses !)

Untuk mencoba menjawab kekhawatiran besar Anda tentang konsentrasi yang mengembalikan menurut Anda lebih feminin atau maskulin sebuah wewangian ^^, tentang eau de cologne ?

Tentang eau de parfum untuk ranah pria ? (*Habit Rouge, Midnight in Paris, Azzaro pour Homme...*). Dan akhirnya, tentang eau de toilette yang dijual untuk "pria" sangat kuat ? (*1Million, Kouros...*). Kebalikannya, apa yang Anda lakukan eau de toilette ringan dijual di ranah wanita : apakah mereka "maskulin" daripada Poison atau Loulou ??

Dan lagi disini saya mempermudah debat sambil melupakan dengan bebas aspek geo-temporal dan budaya... ;-)

Pada contoh (3) bentuk pertentangan yang disampaikan penutur ditunjukkan dan disampaikan kepada pembaca melalui pertanyaan-pertanyaan. Pertanyaan yang dilontarkan dapat dikelompokkan menjadi dua bagian. Bagian pertama merupakan bagian awal, penutur mencoba mempengaruhi pendapatnya melalui beberapa pertanyaan yang terus dilontarkan yaitu *Puis je vous demander la raison pour laquelle vous portez des parfums ? Pour plaire à vous même ? Pour plaire aux autres socialement/sexuellement ? Par contemplation ?* 'Kemudian saya bertanya kepada Anda alasan untuk apa Anda memakai parfum ? Untuk membahagiakan diri Anda ? Untuk membahagiakan orang lain secara sosial atau seksual? Untuk sanjungan?' Penutur ingin memastikan bahwa seseorang yang memakai parfum bukan hanya memenuhi standar kepuasan orang lain atau sanjungan dari orang lain. Parfum dipilih dan digunakan sebagai bentuk kepuasan dan apresiasi terhadap diri sendiri. Tidak semua orang dapat menyukai parfum yang kita pakai dan kita pilih.

Tidak hanya berhenti disitu saja, penutur masih ingin bertanya tentang berbagai jenis parfum melalui beberapa pertanyaan berikut *quid des eaux de cologne ? quid des eaux de parfum du rayon homme ? (Habit Rouge, Midnight in Paris, Azzaro pour Homme...)*. *Et enfin, quid des eaux de toilette marketées "homme" très puissantes ? (1Million, Kouros...)*. *A l'inverse, que faites vous des eaux de toilette légères vendues au rayon femme : sont-elles plus "masculines" qu'un Poison ou un Loulou ??* 'tentang eau de cologne ? 'Tentang eau de parfum untuk ranah pria ? (*Habit Rouge, Midnight in Paris, Azzaro pour Homme...*). Dan akhirnya, tentang eau de toilette yang dijual untuk "pria" sangat kuat ? (*1Million, Kouros...*). Kebalikannya, apa yang Anda lakukan eau de toilette ringan dijual di ranah wanita : apakah mereka "maskulin" daripada Poison atau Loulou ??' Penutur memulai dengan eau de cologne, eau de parfum, kemudian eau de toilette yang digunakan pria maupun wanita. Penutur ingin mengetahui pendapat-pendapat dari pembaca mengenai semuanya itu. Hal-hal apa saja yang menjadi pembeda di antara tiga jenis parfum tersebut serta perbedaan antara parfum pria dan wanita.

(4) par [Phoebus](#) le 24 février 2011 à 18:58

Bon, je n'ai pas tout lu, je reviens aux propos de Baron, juste pour dire que je ne suis pas sûr qu'on puisse créer un parfum dans le but d'attirer un sexe ou l'autre... Ce serait du génie de manipulation non ? Je ne m'y connais pas mais c'est dur à croire. Donner un genre au parfum à mon avis, c'est juste parce que c'est plus vendeur : plus on segmente le marché, plus les ventes augmentent... C'est pour ça qu'il y a des parfums pour Homme, pour Femme, mais aussi pour Hommes aventureux, Femmes sexy, jeunes filles en fleur, jeunes hommes séducteurs... On pose des étiquettes sur les parfums pour que l'individu se sente intime avec tel parfum, en choisissant de s'attacher aux valeurs fictives qu'on lui affuble. C'est une espèce de déterminisme en fait. Je pense qu'on est beaucoup à croire que les gens porteraient des choses surprenantes s'il n'y avait pas de communications ou de flacons différents..

oleh [Phoebus](#) 24 février 2011 pukul 18:58

Baik, saya tidak membaca semua, saya kembali tentang Baron, hanya untuk mengatakan bahwa saya tidak yakin bahwa kita bisa membuat parfum dengan tujuan menarik suatu gender atau lainnya... Itu akan menjadi manipulasi yang pintar bukan? Saya tidak mengetahui itu tetapi berat untuk dipercaya.

Memberikan gender pada parfum menurut pemikiran saya, itu hanya karena agar bisa dijual lebih : terlebih kita mengsementasikan pasar, banyak penjualan meningkat...

Untuk itu ada parfum untuk laki-laki, untuk perempuan, untuk laki-laki petualang, perempuan seksi, perempuan muda dengan aroma bunga, pria muda menarik... Kita menaruh label dalam parfum untuk individu merasa intim dengan beberapa parfum, sambil memilih untuk menyambungkan nilai fiktif yang kita dandani. Itu adalah tipe determinism ngomong-ngomong. Saya berpikir bahwa kita banyak mempercayai bahwa orang-orang memakai sesuatu yang tidak terduga jika tidak ada komikasi atau botol yang berbeda...

Fungsi lainnya juga dapat ditemukan pada data (4). Berbeda bentuk dengan data (3), pada argumen ini penutur mendeskripsikan argumennya dalam kalimat afirmatif kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan *je ne suis pas sûr qu'on puisse créer un parfum dans le but d'attirer un sexe ou l'autre... Ce serait du génie de manipulation non ? Je ne m'y connais pas mais c'est dur à croire. Donner un genre au parfum à mon avis, c'est juste parce que c'est plus vendeur : plus on segmente le marché, plus les ventes augmentent...* 'saya tidak yakin bahwa kita bisa membuat parfum dengan tujuan menarik suatu gender atau lainnya... Itu akan menjadi manipulasi yang pintar bukan? Saya tidak mengetahui itu tetapi berat untuk dipercaya. Memberikan gender pada parfum menurut pemikiran saya, itu hanya karena agar bisa dijual lebih : terlebih kita mengsementasikan pasar, banyak penjualan meningkat...'

Menurut penutur, parfum tidak murni dibuat dengan tujuan untuk wanita atau pria saja. Ada maksud lain dibalik tujuan tersebut yaitu permasalahan ekonomi. Segmentasi atau pembagian kelompok konsumen dalam penjualan dapat meningkatkan penjualan. Sama halnya seperti dalam hal penjualan parfum. Karakteristik konsumen bersifat heterogen atau berbeda-beda tergantung pada aroma, bahan dasar, harga, gender parfum. Melalui segmentasi tersebut, konsumen dapat lebih jelas memilih parfum karena pilihan yang semakin beragam pula.

Fungsi Persuasif dan Polemik

Pada forum debat dan diskusi *Le Sexe des Parfums* dalam situs *Au Parfum Sentez Inspiré* juga terdapat fungsi persuasif dan polemik dalam satu wacana argumentatif. Seorang penutur dapat mengekspresikan dua fungsi yang berbeda sekaligus dengan tujuan utama memberikan pemahaman kepada pembaca.

Berikut ini adalah contoh wacana argumentatif dengan fungsi persuasif.

(5) par [Nymphomaniac](#) le 18 février 2014 à 22:27

Je ne pense pas que "Déclaration d'un soir" soit attaché à un genre particulier ; la rose (souvent associée à la féminité) n'est de plus pas très prégnante (ni très probante...) au regard d'autres parfums ; il convient aussi bien à un homme qu'une femme. Le poivre et le bois de santal (pas spécifiquement "féminins") prédominent assez dans le (faible) sillage de ce "plus beau boisé depuis plusieurs années" pour certains.

Et chacun porte ce qu'il veut en fonction de ce qu'il ressent : à l'inverse du commentaire plus haut, je trouve "Féminité du Bois" trop féminin sur moi (la prune, les fruits secs ?) alors même que je l'ai porté plusieurs hivers dans le passé, "Un Bois Sépia (Vintage)" plutôt masculin, et "Déclaration d'un soir" totalement asexué.

oleh [Nymphomaniac](#) 18 février 2014 pukul 22:27

Saya tidak berpikir bahwa "Déclaration d'un soir" harus terikat pada gender tertentu ; mawar (selalu dihubungkan dengan feminitas) juga tidak terlalu signifikan (tidak terlalu dapat diandalkan...) dibandingkan parfum lainnya ; ia juga cocok bagi seorang pria tidak hanya wanita. Lada dan kayu cendana (tidak terlalu spesifik "feminin") cukup memengaruhi dalam alur (lemah) dari yang "aroma kayu terbaik sejak beberapa tahun" untuk beberapa parfum.

Setiap orang menggunakan apa yang mereka mau menurut apa yang mereka rasakan : berkebalikan dengan komentar paling atas, menurut saya "Féminité du Bois" terlalu feminin untuk saya (kismis,

buah-buahan kering?) jadi meskipun saya memakainya berkali-kali selama musim dingin dahulu, "Un Bois Sépia (Vintage)" lebih maskulin, dan "Déclaration d'un soir" benar-benar tidak bergender.

Data (5) menunjukkan fungsi lain yang ditemukan dalam wacana argumentatif. Fungsi persuasif dan fungsi polemik ditemukan dalam wacana argumentatif. Itu artinya wacana yang disampaikan penutur memiliki dua fungsi yang berbeda. Pada bagian awal, penutur mengatakan *Je ne pense pas que "Déclaration d'un soir" soit attaché à un genre particulier* 'Saya tidak berpikir bahwa "Déclaration d'un soir" harus terikat pada gender tertentu'. Penutur memakai contoh salah satu merek parfum Déclaration d'un soir yang menurutnya tidak terikat pada aturan gender tertentu. Déclaration d'un soir merupakan parfum pria namun preferensi gender tidak menjadi penentu pengguna sebotol parfum. Penutur juga memberikan beberapa bukti yang dapat membuktikan perkataannya. Namun, pada bagian akhir argumen penutur menyatakan hal yang berkebalikan dengan pendapatnya di awal dalam kalimat *à l'inverse du commentaire plus haut, je trouve "Féminité du Bois" trop féminin sur moi* 'berkebalikan dengan komentar paling atas, menurut saya "Féminité du Bois" terlalu feminin untuk saya'. Jika pada bagian awal penutur mendukung keberadaan parfum uniseks, pada bagian berikutnya penutur menentang parfum uniseks dengan mengatakan bahwa salah satu merk parfum yang ia kenal merupakan parfum yang cenderung feminin. Penutur memberikan nama merek parfum lain Féminité du Bois, parfum feminin. Baginya, parfum ini feminin. Hal tersebut membuktikan bahwa penutur bersifat netral, mendukung parfum uniseks tetapi kemudian menentangnya.

(6) par [Vivi Snow](#) le 10 février 2011 à 23:41

Bonsoir, je viens de tomber en pâmoison pour GREY FLANNEL. Encore un parfum d'homme que je vais porter avec beaucoup de plaisir. Oui, c'est vrai, il a une note très féminine ;-) Ou pourrait-il faire partie des sexués "ange" ?

•
Mais bon, j'aime à penser que les parfums n'ont ni sexe, ni âge !

•
Mon petit pépère de 5 ans adore WHITE MUSK sur lui pour faire dodo. Ma petite louloute de 7 ans vient de demander BOIS D'ORANGE pour son anniversaire et aimerait avoir CHERGUI (il lui faudra encore beaucoup de petits sous dans la tirelire). Et ma grande de 12 ans trouve que LIPSTICK ROSE : "c'est viieux, mais ça sent trooop bon le vieux" (!!!?)

•
Ce qui compte, le plaisir, encore du plaisir...

Oleh [Vivi Snow](#) 10 februari 2011 pukul 23:41

Selamat malam, saya baru saja tergila-gila dengan Grey Flannel. Sebuah parfum pria lagi yang saya akan pakai dengan banyak kesenangan. Iya, itu betul, ada aroma sangat feminin ;-). Atau bisa kah ia menjadi bagian gender "malaikat" ?

•
Tetapi bagus, saya suka berpikir bahwa parfum tidak memiliki gender, atau usia !

•
Anak laki-laki saya yang berusia 5 tahun sangat menyukai White Musk untuk tidur.

Anak perempuan saya yang berusia 7 tahun baru saja bertanya Bois d'Orange untuk ulang tahunnya dan suka memiliki Chergui (dia harus juga banya memiliki daam celengan).

Dan anak perempuanku berusia 12 tahun menemukan bahwa Lipstick Rose : "ini tua, tetapi tercium sangat sedap parfum ini" (!!!?)

•

Yang diperhitungkan, kesenangan, sekali lagi kesenangan...

Data (6) merupakan wacana argumentatif yang memiliki dua fungsi, fungsi argumentatif dan polemik sekaligus. Awalnya penutur menentang keberadaan parfum uniseks pada kalimat *Encore un parfum d'homme que je vais porter avec beaucoup de plaisir*.

Oui, c'est vrai, il a une note très féminine ; -) 'Sebuah parfum pria lagi yang saya akan pakai dengan banyak kesenangan. Iya, itu betul, ada aroma sangat feminin ; -)' Penutur mengatakan bahwa salah satu parfum pria yang ia gunakan bersifat feminin. Melalui tuturan ini, penutur percaya bahwa parfum sebenarnya memiliki gender. Tetapi dibalik pemikiran itu ia sebenarnya mendukung eksistensi parfum uniseks yang dibuktikan dalam kalimat *Mais bon, j'aime à penser que les parfums n'ont ni sexe, ni âge !* 'Tetapi bagus, saya suka berpikir bahwa parfum tidak memiliki gender, atau usia !' Penutur menganggap bahwa parfum tidak diperuntukkan untuk gender tertentu apalagi memiliki batasan usia bagi orang yang memakainya. Penutur bersifat netral dalam menanggapi eksistensi parfum yang ada saat ini.

KESIMPULAN

Forum debat dan diskusi mengandung berbagai macam opini dari penutur yang memiliki berbagai macam fungsi. Keseluruhan fungsi tersebut merespon adanya satu pertanyaan yang menimbulkan perdebatan dalam forum debat dan diskusi. Penutur memiliki tujuan yang berbeda-beda ketika menyampaikan argumen-argumennya. Ada wacana yang memiliki fungsi persuasif. Fungsi persuasif dalam wacana berarti membujuk atau memengaruhi pembaca untuk mendukung keberadaan parfum uniseks atau sebaliknya, mendukung adanya gender dalam parfum. Fungsi polemik menunjukkan pertentangan terhadap eksistensi parfum atau gender pada parfum. Dalam penelitian ini, ditemukan bentuk lain dari fungsi wacana argumentatif yaitu fungsi argumentatif dan polemik. Wacana argumentatif yang memiliki fungsi ini juga memiliki peran ganda bagi pembaca. Penutur yang menuturkannya bersifat netral, di sisi lain mendukung tetapi juga menentang. Penelitian ini membuktikan semakin banyak orang mendukung keberadaan parfum uniseks. Parfum adalah pilihan setiap orang yang memakai tanpa batasan apapun dan setiap orang memiliki kebebasan dalam memilihnya.

REFERENSI

Astari, N. P. L. W., & Widagda K., I. G. N. J. A. (2014). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin dan Kontrol Diri terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Parfum—Neliti. Diambil 11 Desember 2021, dari <https://www.neliti.com/publications/254840/pengaruh-perbedaan-jenis-kelamin-dan-kontrol-diri-terhadap-keputusan-pembelian-i>

Atamna, F. (2014). *L'emploi des Connecteurs Logiques dans La Production Ecrite du Texte Argumentatif en FLE*. Diambil dari <https://core.ac.uk/reader/35402700>

Christianto, S. E. (2017). *Analisis Implikatur pada Wacana Argumentatif dalam Surat Pembaca Harian Kompas Edisi Februari-Maret 2016* (Skripsi, Sanata Dharma University). Sanata Dharma University. Diambil dari <https://repository.usd.ac.id/13084/>

Hasnawati, R. D., Funadah, L. A., & Santoso, B. W. J. (2020). *Koherensi pada Wacana Argumentasi tentang Pandemi Global Covid-19*. 6.

Le sexe des parfums—Auparfum. (t.t.). Diambil 5 Januari 2022, dari <https://auparfum.bynez.com/Le-sexe-des-parfums,380>

Octavia, R. A. A. (2016). Argumentative text elements on native and non-native writing in the newspapers—CORE. Diambil 28 Februari 2022, dari <https://core.ac.uk/display/44743413>

Setyaningsih, Y. (2016). POLA ARGUMEN PARAGRAF ARGUMENTATIF PADA ARTIKEL JURNAL TERAKREDITASI BIDANG EKONOMI (PERSPEKTIF STEPHEN TOULMIN). *Adabiyat: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 15(2), 136–156. <https://doi.org/10.14421/ajbs.2016.15202>

Wiharsari, J. C. (2019). Konsep Kecantikan dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Surabaya. Diambil 26 Desember 2021, dari <https://core.ac.uk/display/232221375>