

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

- 1) Dari 10 iklan layanan masyarakat yang ada Jalan Ir.H. Juanda Mayang Kota Jambi sampai ke jalan Raya Jambi Muara Bulian Km 15 Universitas Jambi Mandalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi , setiap iklan memiliki unsur pembentuk iklan yang lengkap yaitu dengan mencantumkan sumber/pembuat iklan, mengandung pesan, menggunakan media dalam penyampaian, jelas sasaran atau penerimanya, dapat diketahui efek ataupun umpan balik yang diinginkan dari iklan-iklan tersebut bagi masyarakat termasuk siswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik padan intralingual, dan teknik padan ekstralingual. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh hasil yang sama dengan mengacu pada kajian teori yang digunakan. Adapun hasil yang diperoleh yaitu makna denotasi merupakan makna lugas atau makna sebenarnya yang bersifat objektif. Penggunaan diksi dan gaya bahasa terdapat dalam iklan masyarakat. Penggunaan diksi dalam iklan berdasarkan ketepatan pilihan kata yang ditemukan, yaitu pemakaian kata denotasi dan pemakaian kata konotasi. Penggunaan diksi yang lebih dominan dalam iklan masyarakat adalah pemakaian kata denotasi, indria, ilmiah, dan populer secara tepat akan memberikan peluang bagi pembuat iklan untuk

menarik konsumen agar bersedia memberikan perhatian kepada iklan tersebut dengan cara mengkonsumsi produk yang ditawarkan. yang menyatakan bahwa pada prinsip keenam yaitu penyampaian pesan tersebut mengharapkan dampak tertentu. Sebuah pesan iklan dapat dikatakan efektif apabila pesan tersebut mampu menggambarkan apa yang dikehendaki oleh komunikator secara tepat dan apa yang dituangkan dalam pesan iklan tersebut mampu dipersepsi secara sama oleh khalayak sesuai yang dikehendaki oleh komunikator. Sedangkan penggunaan kata konotasi juga terdapat pada iklan layanan masyarakat. Adanya penggunaan kata konotasi pada iklan bisnis karena terdapat nilai emosional pada produk yang disajikan sehingga masyarakat tertarik untuk mengkonsumsinya.

- 2) Dari 10 iklan layanan masyarakat yang ada Jalan Ir.H. Juanda Mayang sampai ke jalan Raya Jambi Muara Bulian Universitas Jambi Mandalo Darat yang telah dianalisis oleh peneliti. Dengan demikian, 10 iklan layanan masyarakat yang berisi informasi, imbauan, larangan dan peringatan tentang keselamatan berkendara, taat peraturan berlalu lintas, dan pencegahan kebakaran hutan, BPJS, Keluarga sehat. Adapun gaya bahasa atau majas yang banyak digunakan adalah gaya bahasa penegasan, yakni penggunaan gaya bahasa retorik yang digunakan dalam iklan masyarakat meliputi gaya bahasa aliterasi berfungsi untuk membangkitkan suasana tertentu dalam iklan, gaya bahasa asonansi berfungsi untuk membangkitkan suasana tertentu

dalam berita, gaya bahasa erotesis atau pertanyaan retorik yang berfungsi untuk mempengaruhi khalayak dan menambah efek estetis dalam berita tersebut, gaya bahasa koreksio berfungsi untuk memperkuat efek gagasan dan gaya bahasa hiperbola berfungsi untuk memberikan efek mendalam yang terdapat dalam iklan tersebut. Fungsi gaya bahasa kiasan yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat meliputi gaya bahasa persamaan atau simile berfungsi untuk memberikan gambaran yang jelas dan tepat mengenai suatu perkara atau peristiwa, gaya bahasa metafora berfungsi untuk membuat cerita lebih hidup dan menarik, dan gaya bahasa personifikasi berfungsi untuk memperindah penuturan itu sendiri.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh beberapa temuan yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan pada proses pembelajaran iklan di Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, peneliti dapat memberikan saran-saran. Pada proses pembelajaran iklan yang membutuhkan contoh-contoh iklan yang memberikan pengajaran bagi siswa terkait dengan kehidupan sosial masyarakat, guru seharusnya dapat memanfaatkan iklan-iklan yang berada di sekitar lingkungan sekolah atau lingkungan siswa. Penelitian mengenai diksi dan gaya bahasa ini diharapkan mampu dijadikan sebagai acuan bagi pembuat iklan yang juga sekaligus sebagai komunikator untuk lebih kreatif dalam mengolah kata-kata dalam iklan bisnis berdasarkan diksi dan gaya bahasanya. Penelitian ini juga

berguna bagi masyarakat konsumen yang merupakan target dari iklan bisnis untuk lebih objektif dalam memilih produk yang ditawarkan dan memahami makna yang terkandung dalam iklan masyarakat dan bagi perancang bahan ajar diharapkan dapat memanfaatkan hasil temuan diksi dan gaya bahasa dalam iklan bisnis ini untuk digunakan pada kegiatan belajar di sebuah lembaga pendidikan.