

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diperoleh gambaran bahwa jenis implikatur yang umum ditemui dalam wacana iklan di stasiun televisi swasta adalah implikatur konvensional. Untuk lebih memperinci kesimpulan penelitian, maka diuraikan beberapa pernyataan berikut:

1. Implikatur yang terdapat dalam 10 iklan yang dipilih terdiri dari 6 implikatur konvensional dan 4 implikatur konversasional.
2. Implikatur-implikatur tersebut menyiratkan informasi tentang keunggulan produk, keuntungan yang didapat konsumen jika menggunakan produk tersebut, dan solusi untuk masalah umum yang sering dihadapi oleh konsumen.
3. Implikatur-implikatur tersebut dapat dipahami dengan adanya konteks yang mendukung wacana iklan tersebut.
4. Penggunaan implikatur dalam wacana iklan di televisi menjadikan iklan tersebut lebih menarik dan lebih dipercaya oleh konsumen karena keunggulan produk tidak dipuji secara langsung.
5. Penggunaan implikatur dalam wacana iklan berfungsi untuk mempersingkat wacana iklan. Fungsi implikatur untuk mempersingkat wacana dalam iklan memungkinkan terciptanya iklan yang lengkap, memuat segala hal penting yang ingin disampaikan oleh produsen dalam durasi dan wacana yang singkat.

6. Tujuan akhir dari penggambaran masalah, solusi, keuntungan dan manfaat tersebut adalah menawarkan atau membujuk konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan.

B. Saran

1. Bagi pembuat iklan, ada baiknya menggunakan implikatur agar iklan lebih menarik dan dapat dirangkum dalam wacana yang singkat.
2. Penggunaan implikatur dalam iklan baiknya memperhatikan konteks yang mewadahi iklan tersebut. Konteks tersebut baiknya konteks yang mudah dipahami oleh konsumen dan familiar bagi konsumen, agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami oleh khalayak penonton.
3. Diharapkan ada peneliti-peneliti lain yang melakukan kegiatan penelitian sejenis.