

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada BAB IV, dapat disimpulkan beberapa hal. Kesimpulan tersebut terdiri atas:

1. a. Bentuk tulisan yang terdapat pada papan reklame pada umumnya menggunakan bahasa yang singkat dan pendek. Hal itu sejalan dengan prinsip bahwa slogan merupakan kalimat singkat yang mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu.
 - a. Slogan yang ditemukan tidak mengindahkan unsur sintaksis dan morfologi maupun kelengkapan kalimat. Yang menjadi hal utama dalam slogan yaitu tujuan yang ingin dicapai, yaitu memperkenalkan produk bagi pemirsa iklan.
 - b. Penggunaan bahasa dalam slogan sesungguhnya bergantung pada dalil penting sosiolinguistik yaitu bergantung pada bagaimana situasi, mitra tutur, dan tempat atau bidang ketika bahasa itu digunakan
 - c. Bentuk slogan lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia, kemudian bahasa asing dan yang paling sedikit adalah perpaduan antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing.
2. Bahasa yang digunakan banyak menggunakan ragam bahasa usaha dengan tujuan utama mempengaruhi pemirsa iklan.

B. Saran

Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan, waktu, serta dana dalam menyusun penelitian ini. Untuk itu penulis sangat berharap kepada peneliti lain agar dapat mengkaji lebih dalam hal yang berkaitan dengan bahasa yang dipergunakan dalam periklanan. Berdasarkan hasil analisis serta simpulan, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan kepada para pembaca ataupun pihak yang terkait lainnya atas penelitian ini, yaitu:

1. Iklan merupakan hal yang ditujukan kepada masyarakat secara luas. Untuk itu perlu digunakan bahasa yang baik agar pesan iklan dapat sampai kepada masyarakat dengan baik pula.
2. Penggunaan bahasa asing juga dapat digunakan dalam periklanan dengan tetap memegang prinsip bahasa itu tidak membingungkan bagi masyarakat.
3. Hendaknya dalam menulis slogan tidak terlalu berlebihan dalam mengeksploitasi produk, karena hal itu dapat mengecewakan masyarakat.