BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka sebagai tahap akhir penulisan ini, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Jenis implikatur yang terdapat dalam iklan susu.

Penelitian ini membahas tentang jenis implikatur yang terdapat dalam berbagai iklan susu yang dijadikan sebagai objek analisis. Berdasarkan dari hasil analisis penulis menemukan lebih banyak jenis implikatur nonkonvensional, karena pernyataan yang disampaikan tidak bersifat umum. Jenis iklan yang ditayangkan terdapat percakapan yang hanya dimengerti oleh salah satu penutur saja dan itu merupakan bentuk kreativitas dari iklan yang disajikan. Iklan tersebut terkesan tidak membosankan dan membuat penonton menjadi penasaran.

2. Makna yang terdapat dalam iklan susu.

Setelah mengetahui jenis dari implikatur iklan tersebut, penelitian ini membahas tentang makna yang terkandung dalam percakapan dalam iklan. Penulis membahas maksud yang disampaikan penutur sebagai bentuk pemahaman dari implikatur iklan. Berdasarkan hasil analisis makna, maka akan diketahui maksud sebenarnya dari yang disampaikan penutur, sehingga tidak menimbulkan salah pengertian dari pemaknaan iklan tersebut.

B. Implikasi

Penelitian ini berimplikasi pada pendidikan, yaitu dalam pembelajaran bahasa Indonesia materi teks iklan KD. 3.3 Menganalisis informasi teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. Pembelajaran mengenai pemaknaan Teks Iklan ini sangat relevan dijadikan materi ketika pelajaran dilaksanakan. Hal ini dapat ditinjau dari manfaat objek yang dianalisis dan belajar mengenai makna dari iklan yang terdapat pada materi yang disampaikan.

C. Saran

1. Untuk siswa, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemahaman dan diharapkan setelah memahami pembelajaran dari implikasi penelitian teks iklan ini siswa lebih kreatif dalam membuat produk iklan.

2. Untuk guru, diharapkan implikasi dari penelitian ini dapat dijadikan sumber pembelajaran dalam mengajar dan dapat memberikan pembelajaran teks iklan dengan lebih menarik.
3. Bagi masyarakat, diharapkan tidak salah pengertian memaknai tuturan dalam iklan.
4. Untuk biro iklan, diharapkan dapat menambah kekreatifan dalam pembuatan iklan.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON