

BAB V

PENUTUP

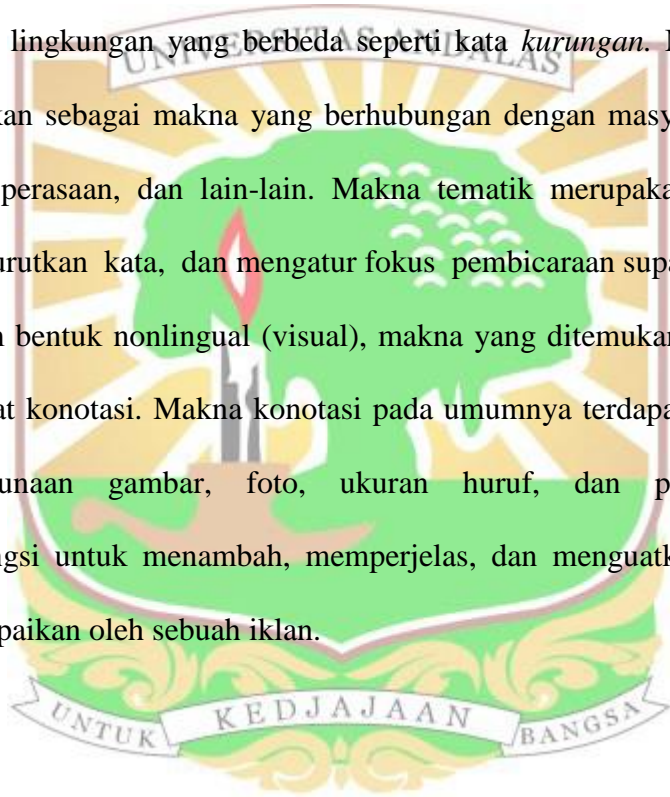
5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini.

1. Tipe tindak tutur yang terdapat di dalam iklan Perda Pemko Padang pada umumnya meliputi tindak tutur yang bermoduskan deklaratif dan imperatif. Ada iklan yang memakai satu jenis tuturan modus, tetapi juga ditemukan iklan yang memakai gabungan dari dua modus tuturan: deklaratif dan imperatif. Penggunaan modus tersebut berpengaruh terhadap penggunaan tindak tutur dalam iklan. Jenis tindak tutur yang ditemukan adalah tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, dan tindak tutur literal.
2. Fungsi bahasa dalam iklan perda Pemko Padang yang ditemukan dalam penelitian berdasarkan teori Leech dan Yule terdiri atas tiga fungsi bahasa. Tiga fungsi tersebut adalah fungsi informasional, fungsi imperatif, dan fungsi komisif. Fungsi informasional berperan untuk menyampaikan informasi tentang perda secara terperinci, dan fungsi imperatif berperan untuk memerintahkan mitra tutur (pembaca iklan) agar mematuhi isi perda dalam iklan sedangkan fungsi komisif berfungsi untuk menambah kekuatan iklan berupa ancaman bagi para pelanggar.
3. Makna yang ada didalam iklan perda Pemko Padang didapatkan dari bentuk lingual dan nonlingual (visual) iklan. Dalam bentuk lingual,

makna yang didapatkan oleh penulis adalah makna denotasi (konseptual), makna konotasi, makna sosial, makna kolokatif, makna asosiatif dan makna tematik. Makna denotasi berupa pengertian-pengertian maupun konsepsi yang telah disepakati dan tidak mengalami perluasan makna. Makna konotasi adalah makna yang mendapat makna tambahan dari makna dasar. Makna sosial adalah makna yang berdasarkan kondisi sosial pengguna bahasa. Makna kolokatif berupa penggunaan kata yang sama dalam lingkungan yang berbeda seperti kata *kurungan*. Makna asosiatif diartikan sebagai makna yang berhubungan dengan masyarakat, pribadi, nilai, perasaan, dan lain-lain. Makna tematik merupakan makna yang mengurutkan kata, dan mengatur fokus pembicaraan supaya jelas.

4. Dalam bentuk nonlingual (visual), makna yang ditemukan adalah makna berifat konotasi. Makna konotasi pada umumnya terdapat dalam bentuk penggunaan gambar, foto, ukuran huruf, dan pewarnaan yang berfungsi untuk menambah, memperjelas, dan menguatkan pesan yang disampaikan oleh sebuah iklan.



5.2 Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, dapat disarankan beberapa hal. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut ini.

1. Perlu adanya usaha dari pemerintah sebagai penutur (produsen iklan) untuk memperhatikan unsur lingual dan nonlingual yang terdapat dalam iklan agar iklan tersebut lebih menarik, dan jelas.

2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang iklan perda Pemko Padang (pemerintah), seperti strategi iklan. Dengan demikian, didapatkan pemahaman terhadap iklan yang lebih komprehensif.

