

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa agar pesan yang disampaikan melalui poster dapat mempengaruhi pembacanya, BLK Padang menggunakan pola bahasa hipnosis yang ditunjang dengan strategi nonlinguistik. Bab ini dibagi menjadi tiga poin kesimpulan yang akan diuraikan berdasarkan rumusan masalah penelitian ini.

Pertama, ditemukan 9 (sembilan) pola yang digunakan pada poster-poster yang ada di BLK Padang. Pola-pola tersebut adalah: 1) pola *universal quantifier*; 2) pola *double bind*; 3) pola *negative command*; 4) pola *modal operator*; 5) pola *embedded command*; 6) pola *lost performative*; 7) pola *cause-effect*; 8) pola *subordinate clause of time*; dan 9) pola *pacing-leading*. Pola yang dominan digunakan oleh produsen poster BLK Padang adalah pola *lost performative* pola *negative command*. Pola-pola bahasa hipnosis tersebut digunakan untuk membuat area kritis pada otak pembacanya menjadi sibuk dan lengah, sehingga sugesti/pesan yang disampaikan pada poster-poster tersebut dapat masuk ke dalam pikiran bawah sadar pembacanya. Sebuah informasi yang telah ada dalam pikiran bawah sadar seseorang akan bertahan dalam memori otak lebih lama dan kemudian mempengaruhi perilaku manusia tersebut. Selain itu juga dengan memanfaatkan karakter dari pembaca yang ditargetkan. Pembaca poster dengan rentang usia yang masih kategori anak muda memiliki kecenderungan lebih mempercayai pesan yang disampaikan oleh sosok yang lebih disegani, serta jiwa muda yang lebih menyenangi tantangan, merupakan alasan manajemen BLK Padang untuk memilih kedua pola bahasa hipnosis yang dominan tersebut.

Kedua, selain pola-pola bahasa hipnosis, juga ditemukan ada strategi-strategi penunjang yang digunakan pada poster-poster tersebut, yaitu strategi nonlinguistik. Ditemukan dua jenis strategi nonlinguistik yang digunakan pada poster-poster di BLK Padang, yaitu strategi visual dan strategi psikologis. Strategi visual yang terkandung pada poster-poster di BLK Padang adalah penggunaan warna, tipografi, dan ilustrasi. Penggunaan warna, tipografi, dan ilustrasi tersebut tidak saja ditujukan untuk nilai estetika saja, tapi juga untuk tujuan psikologis. Hal ini dikarenakan warna yang berbeda, jenis tipografi yang berbeda, dan ilustrasi yang berbeda akan menghasilkan respon psikologis yang berbeda pula. Ditemukan juga adanya penggunaan strategi psikologi, yaitu penggunaan kata-kata yang emosional, relaksasi, dan adanya repetisi. Strategi-strategi psikologi tersebut dilakukan dengan harapan melemahkan area kritis sehingga sugesti dapat masuk ke dalam pikiran bawah sadar pembaca poster dengan lebih mudah.

Ketiga, berdasarkan hasil analisis data seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa secara parsial, pola bahasa hipnosis yang ada pada poster berpengaruh signifikan terhadap motivasi siswa BLK Padang dalam mengikuti pelatihan. Demikian juga dengan strategi nonlinguistik yang ada pada poster-poster tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap motivasi siswa BLK Padang dalam mengikuti pelatihan. Kemudian, ketika diuji secara simultan, pola bahasa hipnosis beserta strategi nonlinguistik yang terkandung pada poster-poster yang ada di lingkungan BLK Padang berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi siswa BLK Padang dalam mengikuti pelatihan. Akan tetapi, setelah dilakukan uji koefisien determinasi, pola bahasa hipnosis beserta strategi nonlinguistik yang terkandung pada poster-poster yang ada di lingkungan BLK Padang diketahui memiliki nilai signifikansinya hanya sebesar 41,8% saja. Hal ini

menandakan bahwa pola bahasa hipnosis beserta strategi nonlinguistik yang terkandung pada poster-poster yang ada di lingkungan BLK Padang memiliki pengaruh yang lemah terhadap motivasi siswa BLK Padang dalam mengikuti pelatihan.

5.2. Saran

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa pola bahasa hipnosis dan faktor nonlinguistik sebagai strategi penunjangnya pada poster-poster di BLK Padang memiliki pengaruh tertentu terhadap pembacanya. Namun kurang maksimalnya strategi yang digunakan membuat pengaruh dari poster-poster tersebut terhadap motivasi para siswa dalam mengikuti pelatihan tidak terlalu tinggi. Saran utama yang ingin disampaikan dari penelitian ini adalah agar sebuah pesan/sugesti yang ingin disampaikan secara tertulis kepada seorang mitra tutur membutuhkan strategi-strategi tertentu yang harus dipertimbangkan dengan sangat baik. Sehingga poster-poster yang ditempelkan tidak hanya menjadi hiasan semata, tapi juga dapat menjadi media penyampai pesan sekaligus sarana untuk mempengaruhi pembacanya.

