

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah data diolah dan dianalisis, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jumlah iklan yang mengandung *Modalpartikeln* terkumpul sebanyak 10 iklan dari beberapa majalah. Hasil analisis menunjukkan dari 13 jumlah *Modalpartikeln* hanya enam yang ditemukan dalam wacana iklan, yaitu *auch, denn, doch, ja, nur* dan *schon*. Dari enam *Modalpartikeln* yang ditemukan, hanya empat *Modalpartikeln* yang sering digunakan yaitu *auch, doch, nur* dan *schon*, masing-masing sebanyak dua buah.
2. Dari segi fungsi *Modalpartikeln* yang terdapat dalam wacana iklan dapat disimpulkan bahwa fungsi dari masing-masing *Modalpartikeln* berbeda satu dengan yang lainnya, meskipun *Modalpartikeln* yang digunakan dalam wacana iklan tersebut sama.
 - *Modalpartikel auch* memiliki fungsi yaitu untuk mengekspresikan suatu tindakan dan digunakan dalam pertanyaan yang menekankan sesuatu yang belum pasti.
 - *Modalpartikel denn* memiliki fungsi tidak dapat diinterpretasikan sebagai suatu pertanyaan yang sebenarnya, melainkan

menggambarkan suatu pertanyaan yang mengharapkan adanya persetujuan dari pembaca.

- *Modalpartikel doch* memiliki fungsi untuk menyatakan pernyataan yang menyatakan respon negatif dan sekaligus menyatakan respon yang positif dan digunakan sebagai kalimat untuk menandai kalimat yang menyatakan keinginan.
- *Modalpartikel ja* memiliki fungsi digunakan untuk menyatakan sebuah keadaan yang disebutkan untuk sesuatu yang diketahui atau sesuatu yang sudah pasti.
- *Modalpartikel nur* memiliki fungsi menyatakan suatu kekaguman atau pujian.
- *Modalpartikel schon* memiliki fungsi yaitu suatu pertanyaan yang tidak membutuhkan jawaban dan mengisyaratkan jawaban negatif atau mengharapkan tidak diketahuinya suatu kejadian dari pembicara dan pembicara ingin memastikan bahwa hal yang diungkapkan pada anak kalimat secara bersamaan mengikutsertakan hal yang diungkapkan pada induk kalimat.

Dari keseluruhan *Modalpartikeln* dalam wacana iklan berbahasa Jerman tersebut dapat dikatakan berfungsi sebagai penekanan terhadap sesuatu yang ingin disampaikan kepada pembaca untuk mempengaruhi atau mengajak pembaca agar membeli produk yang diiklankan, sehingga tujuan utama dari pembuatan iklan tersebut tercapai.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, berikut ini adalah beberapa saran berdasarkan penelitian ini.

1. Pembelajar bahasa Jerman diharapkan lebih banyak membaca teks yang menggunakan *Modalpartikeln* untuk memahami isi dan tata bahasanya. Dengan demikian mereka dapat lebih memahami fungsi *Modalpartikeln* dalam teks tersebut, karena *Modalpartikeln* dalam suatu teks banyak memiliki fungsi yang dapat mempengaruhi makna dalam suatu kalimat.
2. Pembelajar bahasa Jerman agar tidak hanya membaca iklan-iklan yang terdapat dalam majalah berbahasa Jerman sebagai suatu hiburan, akan tetapi dapat juga menjadikannya sebagai suatu kajian. Hal ini dikarenakan wacana iklan adalah wacana yang unik, yang sangat berbeda dengan wacana lainnya, baik dari susunan kalimat maupun pilihan kata yang digunakan. Hal ini dapat menambah wawasan bahasa yang dimiliki oleh pembelajar.
3. Selain *Modalpartikeln* masih banyak aspek lainnya dalam iklan, yang dapat diteliti lebih lanjut. Oleh sebab itu hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut tentang hal-hal lainnya dalam bahasa iklan.