

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Sebagai bab terakhir dalam tesis ini, terdapat tiga hal pokok yang secara terpadu menjadi hasil jadi penelitian. Tiga hal tersebut antara lain simpulan, implikasi dan rekomendasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap hasil penelitian, secara umum terungkap rumusan simpulan, diantaranya adalah :

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelirian dan pembahasan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

Pola konstruksi bahasa pada pembahasan ortografi meliputi tiga hal, yaitu penggunaan huruf, penulisan kata dan penggunaan tanda baca pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung. Penggunaan huruf pada *billboard* mencakup huruf kapital yang ditemukan dalam dua bentuk penulisan yaitu kapital pada awal kata dan kapital pada semua tulisan. Kapital pada awal berjumlah 5 dari 20 data yang dianalisis. kapital seluruh kalimat berjumlah 15 dari 20 data, dengan demikian dapat diketahui persentase penggunaan huruf kapital adalah 100% menurut temuan *billboard* yang dianalisis. Kemudian pola ortografi dalam bentuk huruf tebal ditemukan 11 data dari 20 data yang dianalisis atau persentasenya 55%. Selanjutnya pola ortografi penulisan kata ditemukan kata depan pada *billboard* yang dianalisis berjumlah 6 atau dengan persentase 30%. Kemudian ditemukan kata turunan berupa afiksasi berjumlah 5 data.

Penulisan kata selanjutnya adalah kata partikel yang berjumlah 4 data dengan persentase 25%. Penulisan kata singkatan pada *billboard* ditemukan 3 data dengan persentase 15%. Penulisan angka dan bilangan ditemukan 10 data dengan persentase 50%. Penulisan kata ganti ditemukan 5 data dengan persentase 25%.

Penulisan kata sandang ditemukan 2 data dengan persentase 10% dan simbol berjumlah 6 dengan persentase 30%. Pola ortografi pada konstruksi bahasa yang terakhir adalah temuan tanda baca pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung. Berdasarkan analisis, tanda baca yang terkandung dalam *billboard* antara lain bentuk tanda titik (.) yang digunakan pada akhir kalimat dan sebelum gelar sebanyak 2 data. Tanda koma (,) yang digunakan untuk pemisah induk kalimat dan anak kalimat atau tanda jeda dalam penulisan *billboard*, berjumlah 3 data. Tanda hubung (-) digunakan untuk menghubungkan kata yang sama dan berulang berjumlah 2 data. Tanda tanya (?) yang terletak di akhir kalimat tanya berjumlah 2 data dengan persentase 10% dan tanda seru (!) yang digunakan untuk penegasan kalimat berjumlah 6 data dengan persentase 30%.

Berdasarkan analisis ditemukan bentuk kosakata dan diksi yang termasuk pada pola konstruksi bahasa dalam *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung. Kosakata dan diksi yang ditemukan berupa kata denotasi berjumlah 5 data dengan persentase 25% dan konotasi dan abstrak berjumlah 6 data dengan persentase 30%. Kemudian pola kosakata dan diksi bentuk kata indria berjumlah 6 data dengan persentase 30%. Pola kosakata dan diksi bentuk kata jargon yang berjumlah 10 data dengan persentase 50%. Pola kosakata dan diksi yang berbentuk kata slang terdapat 3 data dengan persentase 15%. Selanjutnya pola kosakata dan diksi yang berbentuk kata asing dan serapan berjumlah 6 data dengan persentase 30%. kemudian pola kosakata sinonim berjumlah 6 data dengan persentase 30% dan pola kosakata abreviasi berjumlah 8 data dengan persentase 40%.

Pola konstruksi bahasa yang terakhir dalam penelitian ini adalah pola tata bahasa (sintaksis) yang ada dalam *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung. Pola tata bahasa yang ditemukan pada penelitian ini adalah berupa frasa yang berjumlah 6 data dengan persentase 30%. Kemudian klausa yang berjumlah 4 data dengan persentase 20% dan yang terakhir kalimat berjumlah 10 data dengan persentase 50%.

5.2 Implikasi

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian berikut disajikan beberapa implikasi yang dianggap relevan dengan penelitian ini, yaitu kecenderungan pola konstruksi bahasa dalam *billboard* mengandung lebih banyak pola ortografi berupa huruf kapital di seluruh komponen kata dalam kalimat. Hal ini berimplikasi bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dengan menganalisis *billboard* dapat membantu perancang iklan dalam memengaruhi persepsi konsumen dengan penggunaan bahasa iklan yang lebih persuasif. Seperti memberikan penekanan pada pesan *billboard* dari setiap kata yang menggunakan kapitalisasi.

Implikasi yang lain adalah dalam aspek pengembangan pariwisata. Penelitian ini dilakukan di daerah perkotaan yang merupakan bagian dari pariwisata urban, sehingga pemerintah bisa memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan promosi pariwisata yang efektif. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan pemahaman mendalam mengenai penggunaan bahasa khususnya konstruksi bahasa yang dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi pariwisata urban yang berkembang di kota Bandung.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian ini, dapat dipaparkan rekomendasi untuk beberapa pihak yang terkait dengan perkembangan konstruksi bahasa pada *billboard* di daerah wisata urban kota Bandung. Seperti rekomendasi untuk pemerintah yaitu melakukan sosialisasi kepada masyarakat, penggiat usaha dan pembuat iklan dalam menggunakan bahasa yang baik pada *billboard*. Cara melakukan sosialisasi, bisa secara langsung dengan workshop atau seminar dan menggunakan media sosial untuk mengkampanyekan hal ini. Selain itu, untuk menyelaraskan penggunaan media luar ruangan yang dimanfaatkan untuk media iklan, maka pemerintah dapat mulai mempertimbangkan pembuatan peraturan. Peraturan daerah (perda) mengenai penggunaan bahasa dengan menggunakan media luar ruangan khususnya *billboard* bisa mencakup jenis bahasa yang boleh digunakan,

Nurul Alfiah Ajeng Wahyu, 2024

ANALISIS KONSTRUKSI BAHASA PADA PAPAN IKLAN (BILLBOARD) DI DAERAH WISATA URBAN KOTA BANDUNG: SEBUAH STUDI LANSKAP LINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dalam hal penulisan *font*, tata letak dan isi konten iklan yang sesuai dengan nilai-nilai lokal.

Rekomendasi selanjutnya ditujukan untuk penyedia jasa pengiklanan, agar dapat lebih meningkatkan kreatifitas dalam merancang media luar ruangan khususnya *billboard*. Seperti dalam menggunakan bahasa yang hendak ditulis dalam pesan, haruslah bahasa yang mudah dipahami namun tetap terlihat menarik perhatian pemirsa. Untuk mewujudkan hal tersebut, penyedia jasa pengiklanan bisa bekerja sama dengan linguist agar pesan yang terkandung dalam *billboard* dapat tersampaikan dengan baik dan efektif. Kemudian diharapkan, para penyedia jasa pengiklanan juga berkomitmen untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas *billboard*. Evaluasi yang dilakukan dapat dalam bentuk pengukuran terhadap masyarakat, respon masyarakat dengan mencari angket dan sebagainya.

Rekomendasi terakhir yaitu untuk masyarakat luas khususnya di Kota Bandung. Setelah memahami beberapa fenomena kebahasaan yang ditemukan terutama pada media iklan luar, maka masyarakat diharapkan meningkatkan kepekaan terhadap penggunaan bahasa yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Selain meningkatkan kesadaran dan kepekaan, masyarakat juga diharapkan dapat memberikan masukan pada pihak yang bersangkutan jika menemukan *billboard* yang tidak sesuai dengan budaya lokal. Kemudian, masyarakat dapat mulai untuk menggunakan media sosial dengan bijak, salah satunya memanfaatkan media sosial untuk melakukan kampanye penggunaan bahasa sebagai sarana penyebar informasi yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku.