

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Wujud penggunaan bahasa ini biasanya terealisasi melalui tindak tutur. Namun, pada umumnya sifat tindak tutur dari sudut pandang internal memiliki banyak tafsiran. Dalam komunikasi pemasaran ini memperlihatkan adanya tindak tutur yang terjadi karena memperlihatkan kaitan antara penyampaian tuturan dengan maksud dan tujuan yang hendak dicapai. Oleh karena itu, penulis berusaha memotret jenis tindak tutur dan bentuk bahasa yang terdapat pada tuturan pemasar asuransi dalam komunikasi pemasaran yang berada di kota tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan sejak Februari 2015 hingga Juni 2015, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Bentuk bahasa yang digunakan oleh pemasar asuransi I, pemasar asuransi II, dan pemasar asuransi III adalah dominan bahasa yang berupa bujukan. Pada kenyataannya bujukan dan desakan termasuk ke dalam bentuk berbicara untuk meyakinkan. Bujukan dan desakan termasuk pada bentuk persuasi yaitu seni berbicara yang menanamkan alasan-alasan atau motif-motif yang menuntun pada tujuan jika penutur menginginkan tindakan atau aksi.
2. Tindak tutur pemasar asuransi dominan menggunakan jenis tindak tutur ilokusi asertif daripada direktif dan komisif karena pada dasarnya pemasar asuransi selain mengharapkan nasabah membeli asuransi, pemasar juga berusaha memberikan pengertian dan pemahaman mengenai kebermanfaatan asuransi bagi nasabah sehingga nasabah faham dan sadar terhadap proteksi yang diberikan asuransi sangat dibutuhkan dan bermanfaat. Selain itu, pada dasarnya setiap orang termasuk nasabah lebih suka diajak dengan cara pemberian pemahaman yang lebih baik daripada diperintah. Meskipun demikian, tindak tutur direktif dan komisif juga terdapat pada tuturan dalam komunikasi pemasaran pemasar asuransi.
3. Berdasarkan hasil penelitian, penulis membuat bahan pelatihan berbicara untuk pemasar asuransi. bentuk bahan ajar/pelatihan keterampilan berbicara pemasar

asuransi tersebut berupa modul yang disusun sesuai dengan kebutuhan pemasar dalam meningkatkan keterampilan berbicara guna berkomunikasi ketika memasarkan produk asuransi.

Modul tersebut terdiri atas lima bagian yaitu pembelajaran 1 mengenai konsep dasar komunikasi, pembelajaran 2 mengenai kompetensi keterampilan berbicara, pembelajaran 3 mengenai komunikasi verbal, pembelajaran 4 mengenai komunikasi nonverbal, dan pembelajaran 5 mengenai dasar-dasar pemasar secara teknis. Modul tersebut sangat bermanfaat terutama dalam hal pengetahuan secara teoretis untuk menambah wawasan pengetahuan pemasar mengenai berkomunikasi yang baik. Selain itu, potensi keterampilan berbicara yang ada pada diri pemasar dapat dikembangkan dengan cara dipraktikkan secara langsung dengan modal pengetahuan yang ia dapatkan dengan mempelajari modul tersebut.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tindak tutur pemasar asuransi, ditemukan bahwa dalam tuturan pemasar asuransi mengandung berbagai macam jenis tindak tutur yakni direktif, asertif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Namun yang paling dominan kemunculannya yaitu jenis tindak tutur asertif, direktif, dan komisif. Ketiga jenis tindak tutur ini saling berkesinambungan satu dengan yang lainnya.

Kecendrungan pemakaian jenis tindak tutur asertif lebih menonjol dari jenis tindak tutur yang lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa pemasar sudah memiliki kesadaran bahwa dalam komunikasi pemasaran tersebut bukan hanya mengejar target perusahaan semata namun ada hal yang lebih penting yaitu bahwa pemasar berusaha memberikan pemahaman dan pengertian kepada nasabah bahwa proteksi jiwa itu adalah hal yang penting yang tidak bisa dipandang sebelah mata.

Proses pemberian pemahaman dan pengertian kepada nasabah ini perlu dijelaskan dengan penggunaan bahasa yang tepat dan mudah dipahami oleh nasabah. Dalam hal ini kemampuan berbahasa dan keterampilan berbicara pemasar menjadi kunci utamanya. Artinya seorang pemasar harus mempunyai keterampilan berbicara dan penguasaan bahasa yang mumpuni guna mencapai tujuan yang dikehendaki atau dicita-citakan. Pemasar harus mampu menggunakan

kata-kata yang bersifat persuasif namun tidak membuat nasabah merasa terpaksa mengikutinya.

Keterampilan berbicara seorang pemasar asuransi tentunya harus dilatih sesering mungkin. Hal ini harus menjadi perhatian pihak perusahaan juga bahwa untuk meningkatkan produktivitas perusahaan maka harus memperhatikan para pemasarnya yang menjadi ujung tombak keberhasilan. Perusahaan sebaiknya mengadakan pelatihan-pelatihan kompetensi keterampilan berbicara pemasar dalam berkomunikasi. Pelatihan ini akan membantu pemasar meningkatkan kualitas diri terutama dalam kemampuan berbicara yang bersifat meyakinkan nasabah sehingga produktivitas perusahaan meningkat.

C. Rekomendasi

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian, dengan ini peneliti memaparkan beberapa rekomendasi yang dianggap relevan.

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menginspirasi mahasiswa untuk lebih menggali lagi wawasan keilmuan linguistik dan pragmatik, khususnya dalam bidang keterampilan berbicara. Mahasiswa yang kompeten dalam berbicara terutama dalam kemampuan bertindak tutur maka akan mudah menjalani kehidupan sosial yang dihadapinya.

2. Bagi Pemasar Asuransi

Penelitian ini diharapkan menjadi tolok ukur kemampuan berkomunikasi pemasar dimanapun berada khususnya di Tasikmalaya. Selain itu, penulis berharap para pemasar memperbaiki kekurangan-kekurangan pada diri pemasar terutama dalam bidang keterampilan berbicara dalam menghadapi nasabah pada kegiatan komunikasi pemsaran. Hal tersebut akan mendorong para pemasar untuk mau belajar dan berlatih kembali dalam mengasah kemampuan kompetensi keterampilan berbicara. Dengan demikian, kemampuan berbahasa pemasar menjadi lebih baik dan produktivitas perusahaan pun meningkat.

3. Bagi Pengajar

Ai Siti Nurjamilah, 2015

**STRATEGI BERKOMUNIKASI PEMASAR ASURANSI DENGAN NASABAH DAN PEMANFAATANNYA
UNTUK MENYUSUN BAHAN PELATIHAN KETERAMPILAN BERBICARA
BAGI PEMASAR ASURANSI DI KOTA TASIKMALAYA**

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

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian dan kajian pengembangan keilmuan linguistik dan pragmatik, khususnya kajian tindak tutur.

4. Bagi Calon peneliti

Calon peneliti dapat mengembangkan penelitian ini karena penelitian ini perlu dilakukan penelitian lanjutan. Pada penelitian mendatang perlu ditarik data yang lebih luas, tidak hanya terpaku pada tindak tutur pemasar asuransi jiwa saja namun dapat dilakukan pada pemasar-pemasar yang lainnya. Ini dimaksudkan agar kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian tersebut nantinya dapat memiliki cakupan yang lebih luas dan tidak hanya berkisar pada pemasar asuransi jiwa saja.