

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Bab ini akan memaparkan simpulan penelitian berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian, akan dipaparkan implikasi dan rekomendasi yang melengkapi penelitian ini. Berikut ini pemaparannya.

#### **A. Simpulan**

Bagian ini mendeskripsikan temuan penelitian berdasarkan rumusan masalah, yaitu (1) validitas tuturan performatif, (2) daya ilokusioner tuturan, (3) implikatur tuturan, dan (4) representasi dan interpretasi makna yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat pemerintah Kota Bandung berdasarkan penggunaan ikon, indeks, dan simbol. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut.

1. Validitas tuturan performatif dalam 12 Iklan Layanan Masyarakat cenderung sah. Hal ini karena tuturan-tuturan tersebut memenuhi lima syarat, yaitu kesungguhan penutur, kepercayaan lawan tutur, keyakinan penutur, prediksi penutur, dan penutur melakukan tindakan. Kelima syarat tersebut dapat dibuktikan dengan komentar lawan tutur yang menanggapi tuturan (komentar tersebut). Tuturan tersebut cenderung valid karena banyak menggunakan variasi bahasa verbal, yaitu kalimat imperatif, kalimat retorik, dan kalimat deklaratif yang bertujuan menginformasikan kepada masyarakat tentang suatu hal.
2. Dari 12 data yang ditemukan, peneliti menemukan tiga tuturan, yaitu asertif, direktif, dan ekspresif. Tuturan asertif dengan pola memberitahu dan menyatakan, tuturan direktif dengan pola memerintah, merekomendasikan, dan mengajak, serta tuturan ekspresif dengan pola mengucapkan selamat. Pada umumnya, tiga daya tersebut muncul karena mengandung kalimat yang mudah dimengerti masyarakat. Selain itu, pesan yang disampaikan dalam kalimat tersebut dapat dipahami dengan mudah. Hal ini dapat dilihat dari pemarkah yang muncul dalam tuturan iklan.
3. Implikatur yang ditemukan dari 12 data terdiri atas implikatur (1) perintah, (2) ajakan, (3) pernyataan, dan (4) larangan. Implikatur perintah berkaitan dengan

maksud tuturan yang dikemas dengan kalimat ajakan, tetapi mengandung sebuah perintah, sedangkan implikatur pernyataan berisi deskripsi tuturan yang dikemas menjadi sebuah pernyataan, serta implikatur larangan berisi kalimat perintah yang mengandung larangan. Adapun fungsi implikturnya didominasi oleh kalimat perintah. Perintah tersebut dikemas dengan kalimat ajakan dan pernyataan. Selain itu, teks ILM pada umumnya berfungsi memerintah masyarakat untuk melakukan hal yang disampaikan dalam iklan.

4. Iklan Layanan Masyarakat di Kota Bandung memiliki keterkaitan antara *sign*, *representament*, dan *interpretant*. Hal ini dapat dilihat dari simbol, ikon, dan indeks yang muncul dalam iklan tersebut. Banyak simbol yang muncul diperoleh dari konvensi sosial di masyarakat, seperti simbol verbal (teks iklan). Ikon yang muncul dalam iklan didominasi oleh benda realitas, seperti gambar orang yang sedang berjalan kaki. Indeks yang muncul dalam iklan tersebut merupakan tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai, seperti posisi tangan di bawah merujuk pada hal yang ingin diberikan bantuan. Berdasarkan simpulan tersebut, kehadiran objek (ikon, indeks, dan simbol) merepresentasikan setiap tanda yang muncul.

## **B. Implikasi**

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini memanfaatkan data berupa Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang berjumlah 12 data periode Maret 2017-Mei 2018. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian linguistik, khususnya kajian pragmatik dan semiotika.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi kreator iklan, khususnya Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Seorang kreator dapat melihat pola penggunaan kalimat yang biasanya digunakan dalam iklan. Selain itu, pemilihan gambar dan desain dalam iklan harus memiliki kesesuaian dengan teks sehingga pesannya dapat tersampaikan dengan baik.

3. Penelitian ini pun dapat dimanfaatkan oleh studi komunikasi dengan memanfaatkan implikatur konvensional dan nonkonvensional. Implikatur tersebut dapat membantu dalam menyampaikan dan menerima maksud dari lawan tutur.

### **C. Rekomendasi**

Penelitian ini memiliki beberapa rekomendasi, yakni sebagai berikut.

1. Bagi peneliti di bidang linguistik, disarankan mengkaji data Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang didominasi oleh teks verbal yang mengandung daya ilokusi yang beragam sehingga hasil penelitiannya lebih variatif. Selain itu, teks iklan dapat pula dianalisis berdasarkan pola kalimat dalam teks iklan.
2. Bagi yang tertarik mengkaji Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan kajian semiotika disarankan juga menggunakan teori semiotika dari ahli lain sehingga makna dalam teks iklan akan terbongkar dengan baik.
3. Bagi kreator Iklan Layanan Masyarakat (ILM) disarankan dapat mempertimbangkan kesesuaian antara teks dan gambar. Hal ini agar keduanya saling berhubungan dan pesannya tersampaikan dengan baik.