

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.

#### 1.1 Simpulan

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang telah disebutkan pada bab 1, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk kohesi leksikal yang terdapat pada iklan komersial dalam berbagai majalah berbahasa Korea untuk mengetahui kepaduan suatu wacana iklan. Dikarenakan wacana yang padu akan mempermudah pembaca dalam memahaminya. Penelitian ini juga mendeskripsikan bentuk kohesi leksikal yang paling dominan digunakan dalam suatu iklan. Selain itu, dalam penelitian ini juga membahas fungsi penggunaan bentuk kohesi leksikal dalam wacana iklan komersial berbahasa Korea.

Berdasarkan hasil analisis data terhadap lima majalah berbahasa Korea diantaranya Majalah *New Hanul* edisi 11 tahun 2014, Majalah 객석 (*gaekseok*) volume 364 edisi 06 tahun 2014, Majalah *Korea Tourism News* bulan Agustus tahun 2014, Majalah *Monthly Dance Magazine Momm* bulan Oktober 2014, dan Majalah 한인 뉴스 (*Korean News*) edisi 04 tahun 2018 ditemukan 30 iklan komersial berbahasa Korea. Berdasarkan hasil analisis data dari 30 iklan komersial diperoleh 24 iklan yang didalamnya terdapat bentuk-bentuk kohesi leksikal. Dari 24 iklan tersebut terdapat 53 bentuk kohesi leksikal yang ditemukan, diantaranya 28 repetisi, 11 sinonim, 2 antonim, 6 hiponim, dan 6 kolokasi. Hal ini menunjukkan bahwa iklan-iklan tersebut merupakan iklan yang kohesif, terlihat dari penggunaan bentuk kohesi leksikal yang membuat wacana iklan tersebut menjadi utuh dan mudah dipahami. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wacana iklan komersial yang dianalisis merupakan wacana utuh dan menggunakan bentuk kohesi leksikal baik reiterasi (repetisi, sinonim, antonim, hiponim) maupun kolokasi.

Berdasarkan hasil analisis data, bentuk kohesi leksikal yang paling dominan digunakan yaitu repetisi. Hal ini dapat terlihat melalui hasil persentase penggunaannya yaitu 52,83%. Penggunaan repetisi dalam wacana iklan komersial yang ditemukan tidak melewati batas optimumnya yaitu tiga kali pengulangan. Penggunaannya paling banyak digunakan karena repetisi memiliki peran yang menguntungkan dalam sebuah iklan. Sebagian besar iklan komersial yang dianalisis menggunakan repetisi untuk menekankan keunggulan-keunggulan dari produk/jasa yang diiklankan. Tidak hanya itu, bentuk kohesi leksikal repetisi pada iklan yang dianalisis juga digunakan sebagai informasi saran penggunaan ataupun peringatan serta penyebutan merek/nama dari produk/jasa yang diiklankan agar selalu diingat pembaca.

Dalam suatu iklan komersial, setiap bentuk kohesi leksikal memiliki fungsi penggunaannya masing-masing, diantaranya sebagai penegas, penciptaan gaya bahasa, penunjang keutuhan suatu wacana, meminimalisir tingkat kebosanan pembaca, dan memudahkan pembaca dalam mencari informasi. Penggunaan bentuk kohesi leksikal terhadap iklan komersial berbahasa Korea sebagai wacana persuasif memiliki tujuan yang sama, yaitu sebagai *informing* (menginformasikan), *persuading* (membujuk dan mempengaruhi), dan *reminding* (mengingatkan).

## 1.2 Implikasi

Mengacu pada hasil analisis data yang terdapat dalam bab IV, maka implikasi dari hasil analisa tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kemampuan pemahaman pembaca terutama bagi pembelajar bahasa korea dan *copywriter* dalam memahami bentuk kohesi leksikal yang terdapat dalam suatu wacana iklan berbahasa Korea, khususnya wacana persuasif seperti iklan.
2. Untuk meningkatkan kemampuan pemahaman pembaca terutama bagi pembelajar bahasa Korea dan *copywriter* mengenai pemilihan kata dan penerapan bentuk kohesi leksikal dalam wacana berbahasa Korea sesuai dengan fungsi dan perannya.

3. Untuk meningkatkan kemampuan pemahaman pembaca terutama bagi pembelajar bahasa Korea dan *copywriter* dalam mengkaji kepaduan suatu wacana persuasif yang dilihat dari aspek kohesi leksikalnya.

### 1.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran atau rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan, yaitu:

1. Kepada pembaca, penulis menyarankan untuk membuat suatu iklan yang padu, jelas, dan menarik perhatian pembaca, pergunakanlah bentuk-bentuk kohesi agar menjadi wacana yang kohesif dan mudah dipahami.
2. Kepada pembelajar bahasa Korea, diharapkan dapat memahami pengetahuan lebih mengenai bentuk-bentuk kohesi leksikal dan memperbanyak kosakata yang diketahui agar memudahkan dalam menerjemah, memahami serta mengkaji bentuk-bentuk kohesi leksikal yang terdapat dalam suatu wacana baik lisan maupun tulisan.
3. Kepada peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumber informasi untuk meneliti wacana-wacana lain berbahasa Korea dengan tema terkait.