

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini memaparkan simpulan dari penelitian berdasarkan hasil analisis temuan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Bagian ini pula akan memaparkan implikasi dan rekomendasi yang melengkapi penelitian ini. Berikut ini pemaparannya.

5.1 Simpulan

Bagian ini memaparkan deskripsi hasil temuan penelitian berdasarkan rumusan masalah, yaitu (1) tuturan yang dituturkan dalam tuturan iklan aplikasi Traveloka di *Youtube Channel* Traveloka; (2) jenis dan bentuk tuturan dalam iklan aplikasi Traveloka di *Youtube Channel* Traveloka; (3) implikatur yang terdapat dalam tuturan iklan aplikasi Traveloka di *Youtube Channel* Traveloka; dan (4) tanggapan mitra tutur terhadap tuturan dalam iklan aplikasi Traveloka di *Youtube Channel* Traveloka. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut.

- 1) Semua tuturan yang dituturkan dalam lima iklan pada aplikasi Traveloka di *Youtube Channel* Traveloka dan tuturan mitra tutur dalam kolom komentar sudah di transkripsi dan disajikan dalam bentuk tabel pada bab IV. Terdapat 55 data tuturan. 21 data tuturan merupakan tuturan dalam iklan dan 34 data tuturan merupakan tuturan mitra tutur dalam kolom komentar. Transkrip tuturan ini digunakan untuk bahan penelitian yang menjawab rumusan masalah pada nomor selanjutnya.
- 2) Dari 21 data yang ditemukan dari hasil analisis tindak tutur, bentuk, dan fungsi tuturan, didapatkan tuturan yang berjenis tindak tutur ilokusi. Dari bentuk tuturan ditemukan tiga bentuk tuturan yaitu, asertif, direktif, dan ekspresif. Fungsi yang terdapat dalam tuturan-tuturan ini adalah fungsi menyatakan, merekomendasikan, menasehati, mengeluh, memuji, senang (mengungkapkan rasa), dan bertanya. Artinya, dalam menuturkan tuturan-tuturan dalam setiap iklan memiliki maksud dan fungsi tuturan tertentu.
- 3) Implikatur yang ditemukan dari 21 data tuturan iklan termasuk ke dalam implikatur konvensional. Dalam penjelasan tersebut, peneliti menggunakan tabel untuk mengemukakan konteks, makna, dan jenis implikturnya. Fungsi

implikatur yang ditemukan dalam analisis 21 data tuturan iklan yaitu diklasifikasikan menjadi delapan (8) menyatakan, merekomendasikan, mengeluh, memuji, menyarankan, senang, menyesal, dan bertanya.

- 4) Data mitra tutur yaitu 34 data tuturan. Implikatur tanggapan mitra tutur terhadap iklan traveloka ini menggunakan analisis implikatur konvensional. Fungsi implikaturnya diklasifikasikan menjadi tujuh (7) yaitu berterima kasih, memuji, menyatakan, menyarankan, merekomendasikan, mengeluh, dan berdoa. Artinya, iklan pada aplikasi Traveloka di *channel youtube* Traveloka memiliki keterkaitan dengan mitra tutur.

Dapat disimpulkan dari keempat temuan yang dilakukan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan masalah pokok adalah didapatinya tuturan yang mengandung makna implisit. Tuturan tersebut sudah dipastikan mengandung ungkapan sebuah maksud dengan menganalisis makna dan konteks. Tuturan-tuturan yang diujarkan narator melakukan tindakan ilokusi dalam menyampaikan tuturan iklan tersebut. Artinya, tuturan yang diujarkan oleh narator memiliki maksud, tujuan, dan dapat mempengaruhi mitra tutur. Dengan tuturannya, narator berhasil membuat mitra tutur terpengaruh dengan iklan tersebut.

5.2 Implikasi

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi sebagai berikut.

- 1) Penelitian ini memanfaatkan data berupa hasil transkrip dari video iklan pada aplikasi Traveloka di *Channel Youtube* Traveloka yang berjumlah lima (5) sumber data iklan periode 2019-2020. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian linguistik, khususnya kajian pragmatik (tindak tutur ilokusi) dan kajian pragmatik (implikatur konvensional).
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan penambah pengetahuan bagi pembuat iklan, khususnya iklan aplikasi yang saat ini sedang menjadi sorotan khalayak. Kemudian, penambah pengetahuan untuk khalayak bahwa tuturan dalam iklan memiliki maksud dan tujuan yang bisa mempengaruhi mitra tutur (pendengar).
- 3) Penelitian ini pun dapat dimanfaatkan oleh studi tindak tutur dan implikatur konvensional. Studi ini dapat membantu dalam menyampaikan dan menerima maksud dari penutur dan mitra tutur.

5.3 Rekomendasi

Penelitian ini memiliki beberapa rekomendasi sebagai berikut.

- 1) Bagi peneliti di bidang linguistik disarankan mengkaji objek yang dapat bermanfaat dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Bagi yang tertarik mengkaji iklan khususnya di channel youtube dengan kajian pragmatik disarankan menggunakan teori dari ahli lain sehingga kajian dalam tuturannya dapat dianalisis dengan baik.
- 3) Bagi tim kreatif iklan disarankan untuk membuat iklan dengan kalimat yang persuasif agar iklan lebih menarik, Selanjutnya, dapat digunakan pula makna implisit untuk memperkuat makna eksplisit.