

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut.

1. Melalui data analisis yang diperoleh peneliti, bentuk tindak tutur direktif pada *influencer* Tik Tok terdapat dua bentuk, yaitu bentuk tindak tutur langsung dan bentuk tindak tutur tidak langsung. Bentuk tuturan langsung pada *influencer* Tik Tok ini terlihat dari adanya kesesuaian antara fungsi dan struktur kalimat yang digunakan, seperti tuturan imperatif digunakan untuk menyarankan, ajakan, dan perintah. Oleh karena itu, bentuk tindak tutur langsung biasanya menggunakan modus imperatif atau meminta petutur untuk melakukan tindakan yang dituturkan oleh penutur. Kemudian bentuk tindak tutur tidak langsung pada *influencer* Tik Tok diutarakan melalui tuturan untuk meminta seseorang melakukan tindakan secara tidak langsung atau terdapat hubungan tidak langsung antara fungsi dan struktur kalimat. Bentuk tindak tutur tidak langsung ini biasanya dituturkan dengan modus deklaratif dan interogatif.
2. Fungsi yang terkandung pada tuturan *influencer* Tik Tok ketika melakukan pengulasan atau pengiklanan produk terdapat tiga fungsi. Fungsi tersebut, yaitu nasihat (menyarankan), ajakan, dan perintah. Fungsi ini digunakan dalam bentuk tuturan langsung dan tidak langsung. Melalui analisis data yang diperoleh, terdapat enam fungsi menyarankan secara tidak langsung, satu fungsi mengajak secara langsung, satu fungsi mengajak secara tidak langsung, dan tujuh fungsi memerintah secara langsung. Artinya, fungsi memerintah dan mengajak terkandung dalam modus imperatif disampaikan dengan bentuk langsung, sedangkan fungsi mengajak dan menyarankan terkandung dalam modus deklaratif dan interogatif disampaikan dengan bentuk tidak langsung

3. Hasil temuan yang telah dianalisis diterapkan pada modul elektronik berjudul “Modul Teks Iklan Untuk Kelas VIII”. Skema yang terbentuk dari hasil analisis bentuk dan fungsi tindak tutur direktif digunakan pada materi kaidah kebahasaan teks iklan dan pola penyajian iklan secara tersurat dan tersirat. Tidak hanya itu, hasil analisis juga digunakan untuk konten pendalaman pemahaman akan materi menulis teks iklan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama.

5.2 IMPLIKASI

Implikasi dalam penelitian ini, yaitu berupa pemanfaatan bentuk dan fungsi tindak tutur direktif sebagai bahan ajar menulis teks iklan di SMP. Modul elektronik menulis teks iklan yang disusun mencakup pendalaman materi mengenai teks iklan yang dihasilkan dari hasil analisis data skema yang terbentuk pada bentuk dan fungsi tindak tutur direktif *influencer* Tik Tok. Melalui hasil tersebut, penelitian ini juga berimplikasi dalam proses pembelajaran dalam penggunaan bahan ajar yang dapat memudahkan siswa memahami kaidah kebahasaan dan pola penyajian pada teks iklan. Selain itu, siswa juga memiliki referensi tambahan untuk mempelajari materi ini, seperti pemahaman akan pengertian iklan, fungsi iklan, jenis iklan, menyimpulkan isi teks iklan, dan struktur teks iklan, sehingga bentuk dan fungsi tindak tutur direktif dapat diterapkan untuk mengembangkan keterampilan siswa dalam menulis teks iklan.

5.3 REKOMENDASI

Berikut ini rekomendasi yang disampaikan bagi peserta didik, pengajar dan peneliti lanjutan berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, yaitu:

1. Bagi peserta didik, modul elektronik ini sebaiknya digunakan sebagai referensi pembelajaran menulis teks iklan secara mandiri. Adanya bahan ajar modul elektronik ini juga mempermudah peserta didik untuk mengukur,

dan mengikuti pembelajaran melalui materi yang disajikan, sehingga tujuan pembelajaran menulis teks iklan secara mandiri dapat tercapai.

2. Bagi pengajar, sebaiknya modul elektronik ini digunakan sebagai tambahan referensi materi untuk mengajarkan materi teks iklan pada peserta didik. Materi yang terdapat dalam modul elektronik ini juga dapat mendorong peserta didik agar lebih terampil menulis teks iklan karena penggunaan konten di dalamnya didapatkan dari data aplikasi yang sering digunakan oleh peserta didik, sehingga mudah untuk memahami contoh penggunaan bahasa dalam menulis teks iklan.
3. Bagi peneliti lanjutan, sebaiknya penelitian ini dikembangkan agar memperkaya serta bermanfaat untuk sumber literatur mengenai ilmu pragmatik dan dunia pendidikan.