

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai iklan tentang perguruan tinggi pada koran *Pikiran Rakyat* edisi Maret-Mei 2009, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Berdasarkan analisis teks, kosakata yang digunakan dalam iklan perguruan tinggi tersebut adalah kosakata formal yang dianggap mempunyai *prestise* dibandingkan dengan kosakata lain. Hanya ada dua iklan perguruan tinggi yang menggunakan kosakata nonformal, yaitu iklan Universitas BSI dan STIMIK-IM STAN-IM. Kosakata nonformal dipilih oleh kedua perguruan tinggi tersebut agar bisa lebih dekat dengan sasarannya. Kata/kalimat yang ditonjolkan adalah kata/kalimat yang mengandung makna sebagai fasilitas dan prestasi.
- 2) Berdasarkan hasil wawancara dengan humas-humas perguruan tinggi tersebut, iklan yang mereka tampilkan secara garis besar merupakan iklan yang bersifat informatif. Hal-hal yang bersifat persuasifnya pun tidak ditampilkan dalam bentuk kalimat persuasif. Melainkan, melalui kata-kata yang menunjukkan fasilitas yang ditawarkan oleh perguruan tinggi, seperti kata beasiswa.
- 3) Berdasarkan angket yang disebar ke 50 responden berdasarkan perbedaan jenis kelamin, menyatakan bahwa sebagian besar siswa SMA memahami bahasa iklan tentang perguruan tinggi. Iklan-iklan perguruan tinggi

tersebut juga dinilai menarik oleh sebagian besar siswa SMA. Kalimat yang meyakinkan siswa SMA adalah jargon atau slogan LP3I, yaitu *100% bebas biaya kuliah bila setelah lulus belum bekerja*. Namun, berdasarkan angket, sebagian siswa SMA tidak mempercayai apa yang disampaikan dalam iklan tentang perguruan tinggi tersebut.

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam karya tulis ini, meneliti tentang analisis wacana kritis iklan tentang perguruan tinggi. Adapun iklan yang diteliti dalam penelitian ini adalah iklan yang terdapat pada koran *Pikiran Rakyat* edisi Maret-Mei 2009. Peneliti menyarankan agar para pembuat iklan tentang perguruan tinggi swasta lebih menonjolkan kualitas pendidikan, seperti fasilitas yang dimiliki. Hal tersebut ternyata mampu menarik perhatian calon mahasiswa. Kosakata yang dipakai pun diharapkan menggunakan kosakata formal yang dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat dan yang mudah dipahami oleh para pembacanya.

Peneliti berharap ada penelitian lanjutan yang lebih dalam terhadap analisis wacana kritis tentang iklan ini, terutama dalam wawancara guna memperoleh data tentang proses produksi iklan. Peneliti berharap peneliti selanjutnya bisa mewawancarai seluruh narasumber, sehingga bisa menggambarkan dengan jelas analisis datanya.