

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Slogan iklan produk kecantikan memiliki daya tarik yang tinggi. Kebanyakan orang menggunakan produk kecantikan yang diiklankan di televisi. Tutaran slogan iklan yang dikemas menarik dan unik mampu membuat siapapun akan mencoba produk tersebut padahal belum tentu kualitas yang ditawarkan sama dengan hasil yang telah dicoba.

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Banyak ditemukan jenis tuturan ilokusi pada slogan iklan produk kecantikan dari 25 data, 18 tuturan slogan iklan produk kecantikan berjenis ilokusi. Tutaran slogan iklan merupakan sebuah informasi yang dipergunakan untuk melakukan sesuatu.
2. Tipe tindak tutur pada slogan iklan produk kecantikan tuturan representatif dalam 25 data ditemukan 12 data, tuturan direktif ada 8 tuturan. Tutaran ekspresif ada 3, dan tuturan komisif ada 2 tuturan. Tutaran deklarasi tidak terdapat pada slogan iklan produk kecantikan, karena slogan iklan produk kecantikan tidak memberikan hukuman, membatalkan atau mengizinkan sesuatu. Banyaknya tindak tutur representatif, yang memiliki maksud menginformasikan keberhasilan suatu produk kecantikan atau janji yang dituturkan pada slogan iklan melalui media televisi. Penyampaian slogan

iklan produk kecantikan tentu saja dengan menggunakan bahasa yang menarik dan unik.

3. Impikatur yang terdapat pada slogan iklan produk kecantikan mayoritas pancitraan. Memang pada kenyataannya slogan iklan merupakan usaha untuk mempromosikan suatu produk untuk menarik minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Tetap saja pada akhirnya ajakan atau bujukan tetap ada dalam setiap slogan iklan.
4. Berdasarkan respons pemirsa sebanyak 17 responden, pemahaman terhadap slogan iklan "*Ponds Gold Radiance mengembalikan cahaya mudamu*" 10 responden menyatakan tidak paham mengenai slogan tersebut dengan persentase 58,82%. Kepercayaan terhadap slogan iklan dapat terlihat mayoritas responden tidak mempercayai slogan iklan produk kecantikan dengan persentase 76,47%. Responden lebih memilih slogan iklan "*Pond's White Beauty, wajahmu mengalihkan duniaku dan tampak merah merona*" dengan persentase 58,82%, tidak tertariknya responden terhadap slogan iklan "*Emeron hands and body lotion, cermin cantik pribadimu*" memiliki jumlah persentase sebanyak 64,70%. Responden lebih memilih slogan iklan yang menyatakan "*kulit tampak putih merata*" dan "*kulit bebas dari jerawat*" dengan persentase 41,17%. Mayoritas responden menyatakan "putih" sebagai kata yang memiliki daya tarik dengan persentase 70,58%

## 5.2 Saran

Peneliti menyarankan bagi yang akan meneliti mengenai slogan iklan agar dapat melakukan penelitian secara menyeluruh kepada semua slogan iklan, sehingga dapat lebih diketahui variasi slogan iklan.

Bagi produser iklan, sebaiknya memilih pilihan kata yang lebih memudahkan pendengar untuk mengetahui kualitas yang terdapat pada produk tersebut. Jangan hanya menghadirkan model yang memang kenyataan memiliki daya tarik lebih tinggi.

Bagi masyarakat sebaiknya lebih memahami apa yang dituturkan pada slogan iklan produk kecantikan. Kualitas belum tentu sama dengan fakta yang diperoleh ketika mencoba produk tersebut.

