

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, pada bagian ini akan dipaparkan hasil-hasil analisis yang sesuai dengan apa yang menjadi permasalahan pada bab 1.

Dalam setiap teks iklan obat dewasa dan anak-anak pada tayangan televisi menggunakan gaya bahasa yang berbeda-beda. Dari semua data teks iklan obat dewasa pada tayangan televisi, hasil analisis berdasarkan struktur kalimat, terdapat penggunaan jenis gaya bahasa repetisi sebanyak 30%, gaya bahasa klimaks 60%, dan gaya bahasa antiklimaks 10%, sedangkan hasil analisis berdasarkan langsung tidaknya makna terdapat penggunaan gaya bahasa retorisi aliterasi sebanyak 33,3%, lalu diikuti gaya bahasa retorisi elipsis. Retorisi hiperbola, dan retorisi asindenton masing-masing sebanyak 22,2%. Berbeda dengan teks iklan obat dewasa, teks iklan obat anak-anak hasil analisis berdasarkan struktur kalimatnya terdapat penggunaan gaya bahasa repetisi sebanyak 62,5%, gaya bahasa paralelisme, klimaks, dan antiklimaks masing-masing sebanyak 12,5%. Hasil analisis penggunaan gaya bahasa iklan obat anak-anak berdasarkan langsung tidaknya makna terdapat gaya bahasa retorisi polisidenton 50%, retorisi anastrof 25%, dan retorisi asonansi 25%.

Penggunaan gaya bahasa yang paling dominan berdasarkan struktur kalimat adalah gaya bahasa klimaks yaitu memiliki daya yang lebih kuat pada teks

iklan obat dewasa yaitu sebanyak 60% dan pada teks iklan obat anak-anak adalah gaya bahasa repetisi sebanyak 62,5%. Sedangkan gaya bahasa yang paling dominan berdasarkan langsung tidaknya makna adalah gaya bahasa retorik aliterasi untuk teks iklan obat dewasa sebanyak 33,3% dan pada teks iklan obat anak-anak adalah gaya bahasa retorik polisidenton sebanyak 50%.

Teks iklan obat dewasa dan anak-anak juga memiliki perbedaan penggunaan gaya bahasa. Berdasarkan struktur kalimatnya, teks iklan obat anak-anak terdapat penggunaan gaya bahasa paralelisme, sedangkan pada teks iklan obat dewasa tidak ada. Berdasarkan langsung tidaknya makna, perbedaan penggunaan gaya bahasa antara iklan obat dewasa dan anak-anak sangat mencolok. Pada teks iklan obat dewasa, gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa retorik aliterasi, retorik elipsis, retorik hiperbola, dan retorik asidenton. Sedangkan pada teks iklan obat anak-anak adalah gaya bahasa retorik polisidenton, retorik anastrof, dan retorik asonansi. Akan tetapi, kedua teks iklan tersebut yaitu iklan obat dewasa dan anak-anak juga memiliki kesamaan, yaitu tidak ada yang menggunakan kata kiasan.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian ini, hanya dibahas gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dan berdasarkan langsung tidaknya makna. Jika nanti ada kelanjutan penelitian mengenai iklan di televisi, peneliti menyarankan agar meneliti gaya bahasa berdasarkan nada, pemakaian kata umum, pemakaian kata khusus, dan pemakaian kata konkret.

Penelitian ini masih banyak sekali kekurangannya dari segala hal termasuk dari pemakaian kata-kata dan susunan kalimatnya. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya mengenai iklan dapat membrikan hasil yang sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin.

