

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Mataram terhadap gaya dan bentuk bahasa dalam wacana iklan produk kecantikan dan kesehatan pada brosur Mataram, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Gaya bicara yang dapat digunakan dalam manual produk kecantikan dan kesehatan untuk total 16 tanggal penelitian adalah gaya bicara komparatif, termasuk fabel, metafora, personifikasi, dan pleonasme; jenis gaya bicara yang saling bertentangan adalah hiperbolik dan garis pendek; jenis gaya bahasa penghubung antara lain metonimi, metafora, kiasan, julukan, erotesis, elips, asyndenton, polisindenton; jenis gaya bicara repetitif meliputi gaya tautotes dan gaya anaforis.

5.2 Saran

Konsisten dengan kesimpulan yang dicapai, peneliti membuat saran berikut.

Diharapkan pengiklan dapat menghasilkan iklan yang menarik dengan tetap memperhatikan bahasa yang digunakan dari segi gaya bahasa, susunan kata dan penyajian gambar. Bagi peneliti penelitian ini hanya mengkaji masalah gaya bahasa dalam iklan kesehatan dan kecantikan di media cetak, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji perkembangan atau perkembangan bahasa iklan di media elektronik atau online melalui media yang ada. masalah Area bahasa lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, Beni & Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anneahira. 2012. Majalah *Femina*, www.anneahira.com/majalah-Femina.htm. Diunduh pada 5 Desember 2012.
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Penerbit Jendela
- Depdikbud. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Djajasudarma, T. Fatimah. 1993. *Metode Linguistik*. Bandung: Eresco.
- Efendi, Anwar. 2008. Bahasa dan Pembentukan Citra dalam Komunikasi Periklanan di Televisi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. II, No. II, 2-3.
- Hastuti, Ph. Sri. dkk. 1993. *Pendidikan Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: UPPIKIP.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Grafiti. Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 1985. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 1985. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: CV. Intermedia.
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2007. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- _____. 1992. *Diktat Dasar-Dasar Kajian Fiksi*. Yogyakarta: Usaha Mahasiswa.
- Pradopo, Rachmat Djoko. 1987. *Pengkajian Puisi : Analisis Strata Norma dan Analisis Struktural dan Semiotik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Radiosunu. 1998. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Rahmat, Jalaludin. 1987. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- _____. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rifai, Mein A. 1997. *Pegangan Gaya Penulisan, Penyuntingan, dan Penerbitan Karya Ilmiah Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rumambi, Leonid Julivan. 2009. *Pemasaran Produk Kecantikan Ala Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Satori, Djam'an. Aan Komariah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sayuti, Suminto A. 2002. *Berkenalan dengan Puisi*. Yogyakarta: Gama Media. Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Press.
- Swastha, Basu. 1984. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, Henry Guntur. 1985. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa. _____. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka BookPublisher.
- Zuchdi, Darmiyanti. 1993. *Panduan Penelitian Analisis Konten*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Berikan Mata Anda Tampilan Terbaiknya
 Produk make-up pilihan untuk menciptakan mata yang tampak manis & tegas.


HARGA TERBAIK TAHUN INI



Rp129.000,- **Rp39.900,-**

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi website kami atau hubungi kami di nomor yang tertera.

• Produk pilihan
 • Warna menarik
 • Tahan lama
 • Mudah diaplikasikan
 • Praktis



Untuk pengguna eyeliner pemula, kini riasan mata kucing bukanlah hal yang mustahil.

Yuk... segera cek di toko kami hanya di Berryshop



