

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai ‘Gaya Bahasa dilihat Berdasarkan Diksi dan Struktur Kalimat dalam Iklan *Display* Wacana Iklan rawit pada Surat Kabar *Harian Jogja*’, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Jenis diksi dibedakan menjadi dua, yaitu diksi berdasarkan makna kalimatnya dan jenis diksi berdasarkan luas tidaknya makna. Bentuk diksi berdasarkan makna kalimatnya mencakup denotasi dan konotasi. Denotasi dibagi berdasarkan jenis iklannya, yaitu iklan kesehatan 6 data (10%), iklan otomotif 8 data (13,3%), iklan elektronik 11 data (18,3%), iklan kecantikan 2 data (3,3%) , iklan makanan 2 data (3,3%), dan iklan telekomunikasi 9 data (15%). Konotasi dibagi berdasarkan jenis iklannya, yaitu iklan kesehatan 0 data (0%), iklan otomotif 2 data (3,3%), iklan elektronik 8 data (13,3%), iklan kecantikan 0 data (0%) , iklan makanan 1 data (1,7%), dan iklan telekomunikasi 5 data (8,3%). Sementara itu, diksi berdasarkan luas tidaknya makna mencakup kata umum dan kata khusus. Kata umum dibagi berdasarkan jenis iklanya, yaitu jenis iklan kesehatan 1 data (1,7%), iklan otomotif 1 data (1,7%), dan iklan elektronik 1 data (1,7%). Sementara itu, kata khusus dibagi berdasarkan jenis iklanya, yaitu

jenis iklan kesehatan 1 data (1,7%), iklan otomotif 1 data (1,7%), dan iklan elektronik 1 data (1,7%). Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimatnya sendiri mencakup atas enam macam, yaitu gaya bahasa klimaks 35 data (41,7%), gaya bahasa antiklimaks 8 data (9,5%), gaya bahasa paralelisme 8 data (9,5%), gaya bahasa antitesis 1 data (1,2%), gaya bahasa repetisi 29 data (34,5%). Gaya bahasa yang paling dominan kemunculannya adalah gaya bahasa klimaks dan repetisi.

B. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat menjadi perhatian pokok baik secara langsung atau tidak langsung terkait dengan penelitian.

1. Bagi pembaca surat kabar Harian Jogja, bahasa yang digunakan dalam iklan display pada surat kabar *Harian Jogja* banyak menggunakan pilihan kata tertentu karena untuk menarik minat pembaca. Oleh sebab itu, pembaca harus benar-benar memahami arti kata yang sebenarnya agar tidak tertipu dengan iklan.
2. Bagi pembaca skripsi, penelitian tentang gaya bahasa dilihat berdasarkan diksi dan struktur kalimat dalam iklan display wacana iklan pada surat kabar *Harian Jogja* ini masih sangat sederhana, masih banyak persoalan-persoalan yang belum diteliti. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai Iklan Display pada surat kabar *Harian Jogja*, dari sudut pandang yang berbeda, misalnya, tentang penelitian

berdasarkan jenis diksi dan gaya bahasa secara keseluruhan dan pemakaian kata serapannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zaenal, dkk. (1992). *Pemakain Bahasa dalam Iklan dan Papan Reklame*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Bahasa Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Cahyono, Bambang Yudi. 1995. *Kristal-Kristal Ilmu Bahasa*. Surabaya: Airlangga University Prees.
- Kartomiharjo, Soeseno. 1992. Analisis Wacana dengan Penerapannya Pada Beberapa Wacana dalam *PELIBA 6*: Pertemuan Linguistik Lembaga Bahasa Atmajaya Keenam, Suntingan Purwo, Bambang Kaswanti. Jakarta: Lembaga Bahasa Unika Atmajaya.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Graffiti.
- Keraf, Gorys. 1987. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 1996. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti. 1983. *Keutuhan Wacana dalam Majalah Bahasa dan Sastra Th IV no 1*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 2001. *Kamus Linguistik*. Cetakan ke 3. Jakarta: Gramedia.
- Luxemburg, Jan Van dkk. 1986. *Pengantar Ilmu Sastra (terjemahan Dick Hartoko)*. Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, E. 1989. *Ensiklopedi Nasional Indonesia*. Jilid 7. Jakarta: Cipta Adi Pustaka.
- Pusat Bahasa Departtemen Pendidikan Nasional. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Soedarso. (1974). *Pengertian seni. Terjemahan*. Yogyakarta: Asri. Soelarko. (1995). *Pengantar Foto Jurnalistik*. Bandung: PT Karya Nusantara.

- Sudaryanto. 1985. *Metode dan teknik analisis data*. Yogyakarta: MLI.
- _____. 1988. *Metode Linguistik: Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- _____. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sujarwanto. 1980. *Perluasan Arti dan Relasi Sosial Beberapa Kata dalam iklan dalam Majalah Bahasa dan Sastra nomor 4*. Jakarta: Depdikbud.
- Swasta, Basu. (1984). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, Henry Guntur. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- _____. 1990. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Verhaar, J.W.M. 1992. *Pengantar Linguistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yuliastuti, Retno. 1995. Gaya Tuturan Wacana Iklan pada Majalah Wanita. Yogyakarta: Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia. FBS UNY.