

BAB V

PENUTUP

1.1 Simpulan

1. Gaya bahasa dalam iklan di Tabloid Nova yang terbit Maret-Mei 2013 merupakan suatu komunikasi untuk meraih minat para konsumen yang lebih banyak. Agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan menarik minat para konsumen. Kasifikasi gaya bahasa yang terdapat dalam iklan Tabloid Nova: gaya bahasa perbandingan (*personifikasi, sinestesia, antonomasia, metonimia, hiperbola, dan fabel*), Gaya bahasa penegasan (*repetisi, anaphora, epistrofa, dan tautologi*).
2. Gaya bahasa iklan tabloid Nova pada dasarnya berfungsi untuk mengajak dan mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan dalam menarik keuntungan yang lebih banyak produsen menggunakan gaya bahasa yang menarik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Gaya bahasa yang terdapat dalam iklan-iklan hendaknya lebih variatif, karena gaya bahasa yang terdapat dalam suatu iklan sangat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan produk yang diiklankan. Jadi semakin bagus

gaya bahasa yang digunakan dalam penyampaian iklan, maka semakin besar pula ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang diiklankan.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian data yang lebih lengkap lagi, karena gaya bahasa yang terdapat dalam iklan-iklan sangat menarik untuk diteliti sesuai dengan perkembangannya.