

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dalam bahasa iklan di harian Gorontalo Post terdapat dua bentuk ambiguitas makna.

1. Bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post dilihat dari aspek leksikal contohnya dapat dilihat pada bagian hasil penelitian dan pembahasan 4.1.1 dan 4.2.
2. Bentuk ambiguitas pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post dilihat dari aspek gramatikal contohnya dapat dilihat pada bagian hasil penelitian dan pembahasan 4.1.2 dan 4.2. Lebih banyak ditemukan ambiguitas makna pada tingkat leksikal. Hal ini dilakukan dengan maksud mempengaruhi konsumen untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan dalam iklan-iklan yang disajikan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyarankan sebagai berikut.

1. Peneliti lanjutan untuk melakukan penelitian lanjutan bahasa iklan dengan melihat aspek lain.

2. Peneliti mengharapkan kepada Guru Bahasa Indonesia agar membimbing siswa dengan baik dalam proses pembelajaran menulis iklan dan pemaknaan terhadap iklan dengan melihat kompetensi dasar yang tepat agar kelak siswa tersebut menjadi wartawan maka sudah memiliki kemampuan dasar mengenai penulisan dan pemaknaan terhadap iklan.
3. Peneliti mengharapkan kepada siswa agar mempelajari pemaknaan terhadap bahasa iklan.
4. Peneliti mengharapkan kepada penulis iklan agar memperbaiki penggunaan makna dalam pembuatan sebuah iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2007. *Kajian Bahasa (Struktur Internal, Pemakaian dan Pemelajaran)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chaer, Abdul. 2009. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chaer, Abdul. 2010. *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Djasudarma, Fatimah. 2009. *Semantik 1 Makna Leksikal dan Makna Gramatikal*. Bandung : Refika Aditama
- Djasudarma, Fatimah. 2013. *Semantik 2 Relasi Makna Paradigmatik, Sintagmatik dan Derivasional*. Bandung: Refika Aditama
- Harian Gorontalo Post. 2013. *Iklan*. Gorontalo : Gorontalo Post
- Henry. 2012. *Ambiguitas Bahasa pada Iklan Indosat*. <http://www.kompasiana.com/ketikan.jari/ambiguitas-bahasa-pada-iklan-indosat.html> (Diakses Sabtu 01 Agustus 2015)
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Pateda, Mansoer. 2008. *Sosiolinguistik*. Gorontalo: Viladan
- Pateda, Mansoer. 2011. *Semantik Leksikal*. Gorontalo: Viladan
- Putrayasa, Ida Bagus. 2010. *Kalimat Efektif (Diksi, Struktur, dan Logika)*. Bandung : Refika Aditama
- Sip, Tanti Yuniar. 1987. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Agung Media Mulia
- Taufiq. 2012. *Ambiguitas Kata Bahasa Indonesia*. <http://soal.jawaban.ujian.blogspot.com/2012/03/ambiguitas-kata-bahasa-indonesia.html> (Diakses Rabu 3 Maret 2012)
- Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher
- Wulandari, Purwanti. 2013. *Aneka Makna dalam Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: PT. Citra Aji Parama