

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini :

- a. Iklan otomotif yang terdapat pada Harian Gorontalo Post edisi Agustus – September 2016 menggunakan berbagai macam diksi dan gaya bahasa. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen untuk membaca iklan tersebut.
- b. Jenis diksi yang digunakan dalam iklan otomotif terdiri dari diksi denotasi, diksi konotasi, diksi konkrit, diksi abstrak, diksi umum, diksi khusus, diksi ilmiah, diksi populer, diksi asing, diksi serapan.
- c. Gaya bahasa yang digunakan dalam iklan otomotif terdiri atas gaya bahasa perbandingan meliputi gaya bahasa personifikasi dan gaya bahasa metonimia dan gaya bahasa penegasan meliputi gaya bahasa repetisi.

5.2 Saran

Penelitian ini hendaknya dapat dijadikan acuan dan bahan perbandingan dalam pembelajaran di sekolah, penelitian ini hanya dibatasi pada penggunaan diksi dan gaya bahasa dalam iklan otomotif pada Harian Gorontalo Post edisi Agustus – September 2016. Oleh karena itu permasalahan tentang diksi dan gaya bahasa dalam iklan tersebut perlu diteliti oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad dan Abdulah Alek. 2013 *Linguistik Umum*. Jakarta: Erlangga.
- Badudu, J.S. 1985 *Cakrawala Bahasa Indonesia 1*. Bandung: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Chaer. 2010 *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Finoza, Lamudin. 2009. *Komposisi bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Guiltinan, Josep. 1994 *Strategi Dan Menejemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Renald. 1992 *Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kartika Wati, Dewi. 2012. *Analisis wacana iklan produk pakaian kerja dalam majalah Femme Actuelle*. Universitas Negeri Yogyakarta. Online. (<http://eprints.uny.ac.id/9155/1/1-06204241023.pdf>, diakses 13 juni 2013).
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya bahasa*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Keraf, Gorys. 2004. *Diksi dan Gaya bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Amstrong. 2001 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mcquail, Denis. 1987 *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moeliono, Anton. M. 1989. *Kembara Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pateda, Mansoer. 2005. *Morfologi*. Gorontalo: Viladan.
- Pradopo, Rachmad Djoko. 2005. *Beberapa teori sastra, Metode, Kritik, dan penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pateda dan Pulubuhu. 2008. *Linguistik*. Gorontalo: Viladan.
- Sarwoko, Tri Adi. 2007. *Inilah Bahasa Indonesia Jurnalistik*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&K*. Bandung: Alfabeta.

- Shimp, Terence A. 2001 *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga. *Komunikasi*
- Wibowo, Wahyu. 2001 *Otonomi Bahasa (7 Strategi Tulis Bagi Praktisi Bisnis Dan Mahasiswa)*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Widyatama, Rendra. 2007 *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka *Book Publisher*.