

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, yaitu analisis makna kontekstual bahasa dalam iklan rokok di channel televisi transtv, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bentuk Slogan Bahasa Dalam Iklan Rokok Di Channel Televisi Tarnstv

Bentuk slogan bahasa dalam iklan rokok di channel televisi transtv terdapat 10 iklan rokok yaitu: Iklan rokok Dunhill Filter 12 dan Dunhill Mild 16 (*great taste in all sizes*), iklan rokok Surya Pro (*discover distrength inside*), iklan rokok Dji Sam Soe (asli itu buatan tangan), iklan rokok Gudang Garam Signature (*yes you can*), iklan rokok Magnum Mild (kualitas mantap dan berkelas), iklan rokok Djarum Coklat anugerah alam Indonesia), iklan rokok L A Bold (*who says there's a limit*), iklan rokok Marlboro Filter Black (*you decide*), iklan U Mild (cowok lebih tau), dan iklan rokok Esse (*love your self*).

2. Makna Kontekstual Bahasa dalam Iklan Rokok di Channel Televisi Transtv

Dalam Makna Kontekstual Bahasa Iklan Rokok di Channel Televisi Transtv terdapat 10 makna kontekstual yang meliputi: Rokok Dunhill Filter 12 dan Dunhill Mild 16 (Melewati tantangan hidup), Dunhill Mild 16 (tantangan hidup), Iklan Rokok Surya Pro (Mengangkat barble atau beban), Dji Sam Soe (Melewati tantangan), iklan rokok Gudang Garam Signature (membuat perubahan), iklan rokok Magnum Mild (memodifikasi mobil), iklan rokok Djarum Coklat (terjun

payung), iklan rokok L A Bold (melewati tantangan), iklan rokok Marlboro Filter Black (melewati tantangan), U Mild (Melewati tantangan), dan Esse (Melangkah

Sukses). Dan terdapat unsur-unsur makna kontekstual yang meliputi: *Setting* (Waktu, tempat atau kondisi fisik lain yang berbeda di sekitar tempat terjadinya peristiwa tutur), *Partisipan* (Penutur dan mitra tutur yang terlibat dalam peristiwa tutur), *Ends* (Hasil yang diharapkan dapat dicapai dalam peristiwa tutur yang sedang terjadi), *Act Sequences* (Bentuk dan isi pesan yang disampaikan) *Instrumentalities* (Saluran yang digunakan dan dibentuk tuturan yang dipakai oleh penutur dan mitra tutur), *Keys* (cara berkenaan dengan sesuatu yang harus dikatakan oleh penutur), *Norms* (Norma-norma yang digunakan dalam interaksi yang berlangsung), dan *Genres* (Register khusus yang dipakai dalam peristiwa tutur). Selanjutnya terdapat wujud makna kontekstual yang meliputi: Konteks Orangan (pembicara mencari kata-kata yang maknanya dipahami oleh lawan bicara sesuai jenis kelamin, usia, latar belakang sosial ekonomi), Konteks Situasi (Pembicara mencari kata yang maknanya berkaitan dengan situasi), Konteks Tujuan (Konteks tujuannya mencari kata-kata untuk meminta), Konteks Formal (Mencari kata-kata yang sesuai dengan keformalannya), Konteks Suasana (Pembicara atau pendengar turut mempengaruhi kata yang berakibat pula pada maknanya), Konteks Waktu (Situasinya yang berhubungan dengan waktu), Konteks Tempat (Situasi yang bersangkutan dengan tempat), Konteks Objek (Konteks yang mengacu kepada fokus pembicaraan akan turut mempengaruhi makna kata yang digunakan), Konteks Kelengkapan Alat Bicara/Dengar (Konteks yang ikut mempengaruhi makna kata yang digunakan), dan Konteks Kebahasaan (Konteks yang berhubungan dengan kaidah bahasa yang bersangkutan akan turut mempengaruhi makna). Dan selanjutnya terdapat macam-macam makna kontekstual yaitu Konteks Fisik (*physical context*) yang meliputi tempat terjadinya pemakaian bahasa dalam suatu komunikasi, objek yang disajikan dalam

peristiwa komunikasi itu dan tindakan atau perilaku dari para peran dalam peristiwa komunikasi itu. Dan Konteks Epistemis (*epistemic context*) atau latar belakang pengetahuan yang sama-sama diketahui oleh pembicara atau pendengar. Kemudian Konteks Linguistik (*linguistik context*) yang terdiri atas kalimat-kalimat atau tuturan-tuturan yang mendahului satu kalimat atau tuturan tertentu dalam peristiwa komunikasi. Dan terakhir Konteks Sosial (*social context*), yaitu relasi sosial dan latar *setting* yang melingkupi hubungan antara pembicara (penutur) dengan pendengar.

B. Saran

Hasil penelitian skripsi yang berjudul Analisis Makna Kontekstual Bahasa Dalam Iklan Rokok Di Channel Televisi Transtv, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi IAIN Madura

Kepada pihak IAIN Madura, hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, sehingga bisa dikembangkan dan tidak berakhir pada penelitian ini saja. Dengan demikian, bisa menemukan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini.

2. Bagi Peneliti

Sebagai wacana untuk memperdalam cakrawala pemikiran dan pengetahuan, khususnya tentang analisis makna kontekstual bahasa iklan rokok di channel televisi transtv.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian yang relevan dengan topik tersebut.