

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan sebuah laporan penelitian menjadi lebih ringkas. Simpulan dari penelitian ini dibagi menjadi empat hal yaitu bentuk, makna, fungsi, serta relevansi terhadap pembelajaran sesuai dengan rumusan masalah.

Berdasarkan analisis bentuk kalimat imperatif pada iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 ditemukan 33 data hasil penelitian. Dari sekian banyak data peneliti mengkalsifikasikan sesuai dengan jenis kalimat imperatif dilihat dari segi pragmatik menurut Kunjana Rahardi yaitu ada lima jenis, kalimat imperatif biasa, kalimat imperatif pemberian izin, kalimat imperatif permintaan, kalimat imperatif ajakan dan kalimat imperatif suruhan. Namun pada hasil penelitian bentuk kalimat imperatif tidak semua menempati jenis-jenis kalimat imperatif yang sudah disebutkan, hasil penelitian mengungkapkan bahwa hanya tiga jenis yang terdapat pada hasil penelitian yaitu 17 data termasuk dalam imperatif biasa, 3 data termasuk dalam imperatif permintaan, dan 14 data termasuk dalam imperatif ajakan.

Hasil analisis makna kalimat imperatif pada iklan layanan masyarakat terkait Covid-19, dari 33 data yang ditemukan semuanya mengandung makna eksplisit dan implisit. Rata-rata makna eksplisit yang terkandung memiliki makna untuk memerintahkan dan mengajak agar tetap waspada dan selalu berusaha melawan virus Covid-19, sedangkan pada makna implisit rata-rata mengandung makna bahwa segala upaya yang dilakukan semata bertujuan

agar satu sama lain tetap semangat dan saling melindungi demi keamanan bersama.

Fungsi dari kalimat imperatif pada iklan layanan masyarakat terbagi menjadi dua yaitu fungsi ditinjau dari segi imperatif dan fungsi ditinjau dari segi iklan. Fungsi ditinjau dari segi imperatif kategorisasinya sama dengan hasil analisis bentuk pada iklan, sedangkan fungsi ditinjau dari segi fungsi iklan yaitu 8 data termasuk dalam fungsi iklan sebagai sarana informasi dan 26 data termasuk dalam fungsi iklan sebagai persuasif atau memengaruhi.

Relevansi hasil penelitian dengan pembelajaran bahasa Indonesia tingkat sekolah menengah pertama menurut hasil wawancara sudah tepat. Hasil penelitian dapat direlevansikan dengan materi pembelajaran pada kelas VIII semester ganjil pada materi teks iklan, slogan, dan poster, dengan KD 4.3 menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber dan KD 3.4 menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti yaitu peneliti berharap penelitian ini dapat menyempurnakan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kajian pragmatik imperatif. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi ajar yang dapat menarik minat belajar siswa dan juga mampu memperluas wawasan mengenai iklan khususnya pada iklan layanan masyarakat terkait Covid-19. Bagi pendidik diharapkan dapat mengimplementasikan hasil penelitian ini sehingga dapat memberikan hal baru diluar acuan buku sekolah. Peneliti juga berharap untuk peneliti

selanjutnya yang menggunakan objek kajian iklan layanan masyarakat dapat menganalisis dengan pendekatan dan fokus yang berbeda dengan penelitian ini, sehingga dengan hal tersebut dapat semakin menambah pengetahuan baru dan hasil yang baru juga terhadap hasil penelitian dengan objek kajian yang sama.