

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Iklan air mineral yang ditampilkan diketahui 6 iklan mengacu pada fungsi persuasif dan 4 iklan yang mengacu pada fungsi informatif. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap iklan air mineral *Aqua* yang telah didokumentasikan.

Hasil analisis diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari sepuluh iklan air mineral *Aqua* cenderung mengacu kepada fungsi persuasif yang bersifat mempersuasi penonton untuk mengkonsumsi air mineral *Aqua*.
2. Ideologi yang ditampilkan dari iklan air mineral *Aqua* cenderung mengacu kepada ideologi idealisasi masyarakat dimana dalam sebuah iklan mampu membentuk suatu hal ideal yang diyakini masyarakat ataupun penonton televisi.
3. Implikasi bahasa iklan air mineral *Aqua* dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP adalah diksi iklan yang terdapat pada iklan air mineral *Aqua* di stasiun televisi nasional, baik yang berupa media audio visual seperti video iklan ataupun gerak yang terdapat pada iklan tersebut dapat

dijadikan sebagai salah satu pertimbangan sumber atau bahan pembelajaran Bahasa Indonesia.

4. Pada penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya memperlihatkan keberhasilan iklan dalam mempersuasi penonton untuk menggunakan air mineral *Aqua* tanpa menelisik lebih dalam kekurangan yang ada pada iklan air mineral *Aqua*.