BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian pada Bab III yang diambil dari beberapa majalah khusus elektronik edisi 2001-2011 yang kemudian dianalisis secara sintaktis dan semantis yang pada akhirnya penulis berkesimpulan bahwa:

1. Setelah menganalisis data secara sintaktis, penulis menyimpulkan bahwa dari data yang dianalisis, jenis frasa yang sering digunakan sebagai slogan iklan produk elektronik dibandingkan dengan satuan sintaksis lainnya yaitu kalimat atau klausa. Dari 30 data slogan iklan elektronik yang telah dianalisis, struktur sintaksis yang mendominasi ialah tipe *clause* sebanyak 17 data, sedangkan sisanya berupa *phrase*. Sehingga ditemukan struktur sintaktis yang sering digunakan sebagai slogan iklan produk elektronik tersebut,ialah frasa dan klausa yaitu dengan menganalisis 30 data tersebut.

2. Slogan iklan produk elektronik disampaikan dalam jenis makna yang bervariatif yaitu dalam makna konseptual, makna konotasi, maupun maupun makna refleksi, namun dari ketiga jenis makna tersebut yang sering muncul ialah penggunaan makna konseptual atau makna sesuai dengan makna kamus.

4.2 Saran

Dalam skripsi ini, penulis menyadari penelitian mengenai slogan iklan produk elektronik pada beberapa majalah khusus elektronik ini masih dapat dikembangkan lebih jauh lagi. Oleh karena itu, penulis sangat berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang menaruh perhatian besar pada bidang periklanan dan linguistik untuk melanjutkan penelitian ini ke tingkat pembahasan yang lebih dalam.