

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil pembuatan karya ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa persuasif dalam naskah ini ada pada bagian akhir iklan yaitu penyampaian pesan yang menekankan aspek sugesti dalam mengajak dan mempengaruhi penonton dimana pesan dalam iklan tersebut disampaikan oleh narasumber yang relevan, berkaitan, dan merupakan pekerja sosial di Dinas Sosial DIY. Permasalahan pada penerapan teknik persuasif iklan ini berada pada bagian kompensasi, karena dialog tersebut kurang memperkuat teknik persuasif yang ada dan hanya berupa penegasan ulang kalimat yang disampaikan oleh Bu Jum. Bagian kompensasi tersebut merupakan kelemahan dari naskah ini. Melalui dialog dan penerapan bahasa persuasif yang disusun, iklan tersebut belum berhasil menciptakan dampak psikologis yang mendorong audiens untuk mengambil tindakan konstruktif, seperti berpartisipasi dalam program graduasi mandiri. Iklan Layanan Masyarakat “Gara – Gara Arisan” berfungsi sebagai media informasi, tetapi belum efektif digunakan sebagai alat untuk mendorong perubahan perilaku positif masyarakat terkait akses bantuan sosial yang lebih tepat sasaran sebagaimana dengan tujuan dari iklan tersebut yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang tanggung jawab sosial dan pentingnya kejujuran saat menerima bantuan, sehingga penyaluran bantuan sosial menjadi lebih efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan pembuatan karya diatas, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan :

1. Dengan adanya iklan Layanan Masyarakat “Gara – Gara Arisan” diharapkan masyarakat dapat menyadari tentang hak hak orang lain yang lebih membutuhkan pada permasalahan bantuan sosial. Pemerintah juga diharap dapat melakukan pendataan secara akurat agar tidak terjadi permasalahan sosial tersebut.
2. Penulis berharap hasil karya ini dapat dijadikan bahan kajian untuk karya selanjutnya yang berhubungan dengan penerapan bahasa persuasif.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih memperbanyak referensi bacaan.

