

## BAB IV

### KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian pada metafora yang terdapat pada tajuk iklan berbahasa Jepang, dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Makna metaforis tidak terlepas dari makna awal yang dikandung oleh kata metafora. Hal ini disebabkan oleh adanya persamaan makna yang hampir mirip jika dibandingkan dengan makna awalnya, sehingga makna metaforis yang dihasilkan tetap ada hubungan yang sama dengan makna awalnya.

Berikut ini adalah tabel hasil dari analisis metafora iklan-iklan tersebut:

No.	Makna Awal	Makna Metaforis	Jenis Iklan
1.	しっとり <i>shittori</i> 'tenang'	Perasaan tenang orang yang memakan kue	Iklan kue Country Ma'am
2.	私 <i>watashi</i> 'saya'	Roti tawar	Iklan roti tawar <i>Shinshokukansengen</i>
3.	キスのなめらかさ <i>kisu no namerakasa</i> 'kelembutan ciuman'	Kualitas (keju) yang baik	Iklan keju Boursin

4.	スパイス <i>supaisu</i> 'rempah'	Keberagaman yang menambah kesempurnaan (kepuasan)	Iklan makanan beku siap saji <i>Nichirei</i>
5.	主人公 <i>shujinko</i> 'peran utama'	Pusat kenikmatan	Iklan <i>Tsumire</i>
6.	大合唱 <i>daigassho</i> 'paduan suara dengan jumlah anggota yang banyak'	Perpaduan yang harmonis dan serasi	Iklan <i>Tsumire</i>
7.	お人形 <i>oningyo</i> 'boneka'	Permen	Iklan permen Milky
8.	自然の恵み <i>shizen no megumi</i> 'berkah alami'	Buah noni	Iklan Minuman Noni Pacific
9.	つきあってる <i>Tsukiatтеру?</i> 'Bergaul?'	Membangun relasi	Iklan Sake <i>Gekkeikan</i>
10.	赤い <i>akai</i> 'merah'	Kualitas diakui	Iklan Sake Kaido
11.	ここちよさ <i>kokochiyosa</i> 'nyaman'	Lembut	Iklan Serum D'icila

12.	自 <i>shi</i> ‘pribadi’	Praktis	Iklan Pemutih Kulit Wajah Issima, Guerlain
13.	ふき飛ばす <i>fukitobasu</i> ‘menerbangkan’	Menghilangkan (noda)	Iklan <i>Compact Powder</i> Ettusais
14.	若い肌 <i>wakai hada</i> ‘keremajaan kulit’	Regenerasi kulit	Iklan Foundation Grace Sofina, Sofina
15.	アート <i>ato</i> ‘seni’	Kualitas diakui	Iklan coklat Ferrero
16.	マジック <i>majikku</i> ‘ilmu sihir’	Dalam waktu singkat mengubah rasa menjadi berbeda, sehingga timbul rasa baru yang lezat	Iklan penyedap rasa kue Suntory
17.	舞う <i>mau</i> ‘menari’	Kegembiraan suasana hati	Iklan <i>Nikka Whisky</i> <i>Tsuru</i>

2. Tema dasar atau tema utama yang terdapat dalam iklan tersebut mengacu pada makna metaforis (yang tetap berkaitan dengan visual dalam iklan),

dari ketiga jenis iklan yang dianalisa masing-masing dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pada iklan makanan, temanya tidak akan jauh dari kualitas makanan yang baik seperti rasanya yang lezat, kepuasan saat menikmati makanan tersebut, kesegaran makanan tersebut.
- a) Pada iklan minuman, temanya akan berkaitan dengan perasaan senang saat mengonsumsinya, kesegaran melepas dahaga, dan juga dapat menjaga kesehatan.
- b) Pada iklan kosmetik, temanya tidak terlepas dari menghaluskan kulit, kecantikan, regenerasi kulit, menghilangkan dan menutup noda di wajah.