

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Iklan *Shopee 9.9 Super Shopping Day* yang dibintangi oleh Cristiano Ronaldo memiliki tanda – tanda maskulinitas. Penulis menggunakan analisis semiotika *Roland Barthes* untuk menggali representasi maskulinitas dalam iklan tersebut. Penulis menggunakan prespektif konsep yang dikemukakan oleh *Robert Brannon* dan *Deborah David* dalam mengupas tanda maskulinitas tersebut. Berdasarkan penyajian data yang telah penulis jelaskan dan juga hasil analisis yang telah diuraikan dalam penelitian yang berjudul *Representasi Maskulinitas dalam Iklan Shopee 9.9 Super Shopping Day*. Maka, terdapat lima kategori sifat – sifat maskulinitas yang didapatkan oleh penulis yang sesuai dengan perspektif konsep yang dikemukakan oleh para tokoh.

Kekhasan penelitian terkait dengan representasi maskulinitas yang penulis jabarkan, yaitu :

- a. **Laki – laki harus matang dalam mengambil keputusan**, tergambar dari pengambilan ancang – ancang yang diperlihatkan Ronaldo saat mengambil ancang – ancang eksekusi tendangan bebas.
- b. **Profesionalitas laki – laki**, diperlihatkan melalui keputusan tendangan bebas yang dilakukan Ronaldo.
- c. **Kepuasan diri seorang laki – laki**, direpresentasikan melalui selebrasi Ronaldo atas golnya.
- d. **Laki – laki sebagai sosok yang ramah**, terlihat dari ekspresi senyuman yang ditampilkan oleh model.
- e. **Kendali atas diri**, yang berarti melalui tarian yang dilakukan oleh para model merupakan tanda yang mengindikasikan bahwa laki – laki dapat melakukan kendali atas dirinya untuk melakukan sebuah tindakan secara sadar tanpa paksaan dari berbagai pihak.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan judul Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Shopee 9.9 Super Shopping Day*, maka terdapat beberapa saran yang hendak penulis sampaikan di antaranya sebagai berikut :

### 5.2.1. Saran Akademis

- a. Penulis berharap adanya eksplorasi yang lebih luas mengenai penelitian semiotika yang menggunakan teori Semiotika Roland Barthes, baik eksplorasi mengenai objek penelitian ataupun media yang mau diangkat sehingga akan semakin kayanya penelitian yang dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya maupun bagi masyarakat yang mempelajari tentang ilmu komunikasi dalam bidang semiotika.
- b. Dapat memperluas penggunaan teori Semiotika dan metode penelitian kualitatif agar mampu mengetahui tanda di dalam sebuah objek penelitian khususnya pada bidang *advertising*. Sehingga penelitian yang akan dilakukan dapat menemukan beraneka ragam tanda dan dapat menganalisis dengan semakin baik.
- c. Diharapkan menjadi data dalam eksplorasi penelitian bidang ilmu komunikasi. Dengan pengkajian lebih dalam dan luas, serta dikaitkan dengan fenomena – fenomena pada bidang *advertising*.
- d. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber referensi yang terkait dengan konsep maskulinitas maupun nilai tradisi yang berkaitan dengan nilai maskulin.
- e. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data serta segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara agar dapat memperkaya data dan memperhatikan tujuan dari sisi pembuat iklan.

### 5.2.2 Saran Praktis

- a. Bagi penyedia jasa iklan/agensi *advertising* agar mampu membentuk perspektif maskulinitas terhadap sifat – sifat maskulinitas yang berlaku dalam iklan yang ini dibuat. Agar representasi maskulinitas dalam iklan tersebut dapat menimbulkan makna yang tepat dan sesuai dengan sifat maskulinitas yang berlaku.
- b. Bagi penyedia jasa iklan/agensi *advertising* agar mampu mengkontruksi nilai – nilai yang tepat, sesuai konsep dan nilai representasi maskulinitas. Dalam pembuatan video iklan agar lebih mengkaji lebih dalam sehingga dapat menimbulkan makna yang menyentuh mengenai iklan tersebut, khususnya mengenai topik nilai – nilai maskulin yang ditampilkan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat dapat menyerap informasi – informasi tersebut sebagai salah satu sumber pengetahuan nilai representasi maskulinitas.