

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi konten iklan Re-Aris3 Rabbani, khususnya di kalangan perempuan yang mengikuti dan menggunakan produk Rabbani di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung, mengenai penyiaran informasi kesadaran pelecehan seksual dan kaitannya dengan pilihan pakaian perempuan. Teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk menganalisis hasil penelitian. Peneliti bertujuan untuk memeriksa apakah responden dari berbagai latar belakang memiliki interpretasi yang sejalan atau berbeda dengan perspektif produsen pesan terkait informasi pelecehan seksual dan korelasinya dengan pakaian perempuan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa para informan secara aktif memaknai pesan berdasarkan latar belakang masing-masing. Dengan melakukan wawancara mendalam terhadap lima informan mengenai pentingnya isu pelecehan seksual, dan menganalisis makna dari tanggapan mereka, peneliti dapat menarik kesimpulan

Berlandaskan teori dan prosedur *encoding-decoding* oleh Stuart Hall yang digunakan dalam penelitian, dari lima informan yang dianalisis, satu orang diklasifikasikan berada di posisi Dominan, sementara tiga orang lainnya berada di posisi Negosiatif. Di sisi lain, ada 1 informan yang berada di posisi oposisi. Menunjukkan keberagaman pemaknaan dari khalayak dalam menerima suatu pesan, kemudian reaksi para pengikut terhadap konten promosi Re-Aris3 di akun Instagram Rabbani menunjukkan berbagai macam komentar. Sementara mayoritas informan dalam penelitian mengakui konten iklan Rabbani sebagai informasi edukatif yang memberikan saran dan rekomendasi tentang bagaimana menghadapi fenomena pelecehan seksual. Selain itu, konten iklan menambah wawasan lebih luas dengan mempertimbangkan pilihan berpakaian kedalam diskusi sebagai penyebab terjadinya tindakan asusila tersebut

Penelitian ini terdapat keragaman yang cukup besar di antara cara-cara orang merespons dan menginterpretasikan pesan-pesan iklan tentang pelecehan seksual dan pilihan pakaian perempuan. Pembacaan yang dinegosiasikan tampaknya lebih menguasai, di mana khalayak tidak hanya menerima pesan iklan secara pasif, tetapi secara aktif menginterpretasikan dan mengadaptasinya sesuai dengan pengalaman, nilai pengetahuan, dan pandangan pribadi mereka, selain itu terdapat kritik mengenai pesan iklan yang dianggap kontroversial atau menghina. Meskipun audiens memahami pesan utama mengenai pelecehan seksual, mereka tidak setuju dengan pilihan bahasa yang dianggap menghina perempuan.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Analisis Resepsi terhadap konten iklan di akun Rabbani @rabbaniprofesorkerudung, yang membahas mengenai hubungan antara kesadaran akan pelecehan seksual dengan cara berpakaian perempuan, maka peneliti menawarkan beberapa saran sebagai berikut:

### a. Saran Praktis

Diksi dalam iklan banyak yang mendapat respon negatif dari khalayak, terutama diksi yang terdengar “Pria yang salah atau wanitanya yang bodoh” ditemukan banyak di tentang oleh mayoritas informan dalam penelitian ini terutama kata “bodoh” itu sendiri yang merendahkan perempuan, sehingga perbaikan pemilihan kata dalam iklan diharapkan peneliti untuk menghindari potensi interpretasi yang kontroversial. Perbaikan bahasa dapat meminimalkan ketidaksetujuan terkait pemilihan kata yang dianggap merendahkan. Jika pesan iklan cenderung kompleks atau dapat disalahpahami, disarankan untuk memberikan klarifikasi tambahan. Penjelasan yang lebih rinci dapat membantu mengurangi kemungkinan ketidakpahaman dan meningkatkan pemahaman yang lebih baik.

Dalam penelitian ditemukan ada beberapa informan yang membagikan pengalaman mereka seputar pernah mengalami tindakan pelecehan karena keharusan mereka berpakaian tertentu kemudian mereka merasa walaupun mengakui niat baik dari iklan namun pesan dari iklan ini menyudutkan seorang perempuan, lalu informan lain seperti CJ juga berargumen bahwa pakaian bukan penyebab utama terjadinya pelecehan namun harus melihat ke aspek lingkungan dan budaya dimana seseorang itu tinggal sehingga menolak pesan iklan secara

keseluruhan, dengan adanya variasi pemaknaan dari khalayak, disarankan untuk menyesuaikan strategi komunikasi sehingga peneliti kedepannya berharap produsen pesan dapat merancang pesan yang lebih inklusif untuk mencakup berbagai pandangan dan pengalaman. Ini dapat membantu mengurangi perbedaan interpretasi dan meningkatkan relevansi pesan di kalangan khalayak yang beragam.

Dari hasil penelitian posisi negosiasi terlihat lebih banyak ditemukan, menunjukkan khalayak secara aktif menanggapi informasi yang mereka terima sehingga melakukan evaluasi reguler terhadap respon audiens dapat membantu mengidentifikasi perubahan dalam interpretasi dan pemaknaan pesan seiring waktu. Ini dapat menjadi dasar untuk penyesuaian kontinu dalam strategi komunikasi. Selain itu disarankan untuk melibatkan perwakilan dari berbagai lapisan khalayak dalam proses pengembangan iklan dapat memberikan wawasan langsung tentang preferensi dan sensitivitas audiens. Ini dapat membantu meminimalkan risiko interpretasi yang berbeda-beda.

#### **b. Saran Teoritis**

Peneliti ingin menyampaikan keinginan agar lebih banyak penelitian dengan metode analisis resepsi dapat dilakukan dengan lebih banyak informan dari latar belakang atau generasi yang berbeda, untuk menghasilkan hasil penelitian yang lebih komprehensif melalui keberagaman makna, Kemudian penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi para pengiklan atau peneliti lain agar dapat mengencarkan edukasi kesadaran akan pelecehan seksual melalui informasi iklan, salah satunya melalui informasi dan referensi agar kedepannya ketertarikan akan isu ini dapat semakin menyadarkan khalayak luas.