

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Iklan Pond's Men Bright Boost menggambarkan maskulinitas dengan menekankan pada aspek perawatan diri pria modern. Melalui analisis semiotika Roland Barthes, ditemukan bahwa iklan ini menunjukkan bahwa penggunaan produk Pond's Men membantu pria memperbaiki penampilan mereka, yang pada akhirnya berdampak positif pada interaksi sosial mereka. Iklan tersebut menggunakan berbagai simbol dan tanda yang menggambarkan bagaimana pria ideal seharusnya peduli terhadap perawatan wajah mereka, yang tercermin dari penggunaan closeup wajah yang bersih dan ekspresi wajah yang puas setelah menggunakan produk tersebut. Pada tingkat denotasi, iklan menunjukkan bahwa penggunaan Pond's Men Bright Boost dapat mengatasi masalah kulit kusam pada pria. Pada tingkat konotasi, iklan ini mempromosikan ide bahwa perawatan kulit adalah bagian penting dari rutinitas perawatan diri pria modern, yang mengimplikasikan bahwa memiliki wajah yang terawat dapat meningkatkan kepercayaan diri dan diterima secara sosial. Iklan ini juga memperkuat gagasan budaya bahwa penampilan fisik penting bagi pria dan bahwa perawatan diri adalah kunci kebahagiaan pribadi dan penerimaan sosial, sejalan dengan tren global yang lebih luas dalam mempromosikan perawatan diri dan produk kecantikan bagi pria.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar eksplorasi lebih lanjut dilakukan terhadap representasi maskulinitas dalam iklan produk perawatan pria lainnya untuk melihat apakah temuan serupa muncul. Penelitian ini juga dapat diperluas dengan menggunakan metode analisis yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Pihak produsen dapat mempertimbangkan untuk terus menyoroti pentingnya perawatan kulit bagi pria dalam kampanye pemasaran mereka serta mengeksplorasi varian produk yang sesuai dengan kebutuhan khusus berbagai segmen konsumen pria. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan upaya edukasi konsumen tentang pentingnya perawatan kulit dan bagaimana produk mereka dapat membantu dalam hal tersebut melalui kampanye sosial media, artikel edukatif, dan kemitraan dengan ahli dermatologi. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi bagaimana media lainnya, seperti media sosial dan iklan digital, mempengaruhi persepsi maskulinitas dan perawatan diri

pria, yang penting untuk memahami dampak media yang lebih luas dalam membentuk norma dan perilaku sosial. Dengan kesimpulan dan saran ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang representasi maskulinitas dalam iklan dan bagaimana hal tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan edukasi konsumen.

