

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil kesimpulan dalam penelitian skripsi representasi feminitas pada iklan suplemen rambut Pantene yaitu peneliti menemukan representasi feminitas dalam iklan Pantene Miracle Hair Supplement Baru! – Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged yang berdurasi selama 1 menit 1 detik yang ditayangkan di aplikasi YouTube.

Terdapat makna feminitas dalam iklan yang menggunakan telent pria ini. Peneliti dengan menggunakan kerangka analisis semiotika dari Roland Barthes, dalam penelitian ini peneliti mencoba menafsirkan dan memaknai simbol-simbol yang menjadi pertanda atau penanda dari representasi feminitas dalam iklan suplemen rambut Pantene dengan menggunakan signifikasi makna denotasi, kemudian konotasi, dan terakhir mitos. Hasil dalam penelitian, peneliti dapat menyimpulkan beberapa point yang merepresentasikan feminitas pada iklan suplemen rambut Pantene ini, yaitu:

- a. Representasi feminitas ditampilkan dalam bentuk gaya berbicara. Dalam gaya berbicara yang dilakukan oleh telent pria bernama Keanu pada iklan suplemen rambut Pantene ini menggunakan gaya bicara yang mengarah kepada feminitas dengan intonasi yang melengking dan suara yang lembut. Intonasi suara melengking dapat didengar ketika adengan marah marah yang dilakukan oleh telent untuk mengekspresikan kekesalannya. Kemudian setelah mencoba produk suplemen rambut Pantene intonasi suara telent pria ini berubah menjadi lembut. Intonasi suara pria lebih bass dan dalam oleh karena itu intonasi suara ini pada iklan suplemen rambut ini memberikan kesan feminitas karena mengarah kepada intonasi suara perempuan.
- b. Representasi feminitas ditampilkan dalam bentuk adegan (gerakan tubuh). Adegan atau gerakan tubuh dalam iklan suplemen rambut

Pantene banyak menampilkan representasi feminitas. Rambut panjang, perawatan, dan penataan rambut identik dengan wanita. Kerena memiliki rambut yang lebih panjang dibandingkan pria maka secara tidak sadar wanita menggunakan gerakan tubuh untuk merawat rambutnya dan lama kelamaan gerakan tubuh ini menjadi pandangan yang mengarah kepada feminitas. Seperti memainkan rambut, mengibaskan rambut, menata rambut dengan tangan, dan lain lain merupakan gerakan yang mengarah kepada feminitas. Adegan feminitas dalam iklan suplemen rambut Pantene ini dapat dilihat melalui banyak adegan. Dimulai ketika awal mula iklan dimana telent pria terus memegang dan memainkan rambutnya yang rusak, kemudian terdapat adegan rambut yang sedang menggunakan produk suplemen rambut Pantene, dan gerakan memainkan rambut, mengibaskan rambut, dan menata rambut ketika rambut telent pria sudah menjadi sehat. Iklan suplemen rambut Pantene ini menegandalkan kekuatan dari adegan atau gerakan tubuh dalam menarik penonton dengan memaknai bahwa rambut yang sehat dapat mempengaruhi penampilan dan perasaan menjadi lebih baik dengan menggunakan produk suplemen rambut dari Pantene. Tetapi gaya atau gerakan tubuh feminitas ini biasaya dilakukan oleh telent iklan produk perawatan rambut wanita namun dalam iklan ini menggunakan telent iklan pria.

- c. Representasi feminitas ditampilkan dalam bentuk penampilan. Gaya berpakaian dan penampilan yang digunakan oleh telent pria dalam iklan suplemen rambut ini. Penampilan rambut panjang yang rapih dengan menggunakan perawatan rambut merupakan representasi feminitas yang ada dalam iklan tersebut. Sesuai dengan yang diharapkan oleh Pantene bahwa mereka berharap nantinya kaum pria pun bisa tampil percaya diri dengan rambut yang sehat dan terawat. Memiliki rambut panjang sehat dan rapih merupakan representasi

feminitas bagi wanita, sedangkan dalam iklan ini menggunakan telent dengan penampilan rambut panjang dengan menggunakan telent pria.

- d. Representasi feminitas ditampilkan dalam bentuk sosial dalam kasus senang bertemu atau berkumpul dengan teman wanita. Feminsime dalam iklan Pantene ini digambarkan sebagai dengan talent pria yang bergaul dengan teman wanita dibandingkan dengan teman pria. Hal ini berdasarkan pada sifat wanita yang suka melakukan perawatan dan mengerti tentang kekesalan yang dirasakan oleh talent pria. Sehingga telent pria menjadi lebih nyaman dalam lingkungan tersebut dan terpengaruh munculah sisi feminitas dalam adegan tersebut. Dengan mengambil gambar telent pria sedang berbicara dengan teman wanitanya. Lingkungan sosial dan komunikasi sangat mempengaruhi kepribadian diri individu. Dalam iklan ini berteman dengan wanita dapat merepresentasikan feminisme yang ada dalam iklan suplemen rambut Pantene.

Mitos dalam feminitas dimanfaatkan dan digunakan dalam iklan suplemen rambut Pantene versi Pantene Miracle Hair Supplement Baru! – Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged. Mitos feminitas ini menampilkan sisi feminitas dari telent pria yang diharapkan mampu menarik konsumen dan membuat konsumen tertarik dengan iklan suplemen rambut Pantene ini. Selain itu juga menunjukkan bahwa sekarang ini tidak hanya wanita saja yang bisa berpenampilan feminitas namun pria juga bisa melakukan hal-hal yang biasanya dinilai feminim.

Motif dari pembuatan iklan ini mengambil realitas sosial tentang feminitas yang sudah ada dan tertanam dalam benak masyarakat sejak lama. Kemudian dari realitas ini dibuat menjadi suatu karya baru yang berbeda dari sebelumnya. Konsep inti feminitas dari iklan sama saja seperti iklan perawatan rambut yang sering diiklankan pada media massa atau dalam media sosial. Namun yang menjadi pembeda adalah penggunaan telent yaitu biasanya konsep iklan seperti ini biasa

menggunakan telent wanita namun pada iklan suplemen rambut Pantene ini menggunakan telent pria sebagai model iklan dan menunjukkan sisi feminitasnya.

Selain itu motif feminitas dalam iklan ini bertujuan untuk mengajak semua orang untuk mulai merawat rambutnya dan menghilangkan pandangan bahwa hanya wanita yang boleh memiliki rambut panjang, merawat rambut, dan menggerakkan tubuh tertentu. Dalam iklan ini mengajak kaum pria untuk bisa lebih percaya diri dalam mengekspresikan rambutnya dan merawat rambutnya agar lebih indah.

Dalam konstruksi realitas sosial pandangan masyarakat memang masih negatif pada pria yang bersifat feminitas atau feminin, sehingga realitas yang ada dalam iklan merupakan realitas semu yang diharapkan oleh Pantene. Realitas sosial feminitas dalam iklan merupakan wujud pria yang menggambarkan feminitas ke arah gemulai seperti wanita tidak seperti seharusnya dimana pria bersifat maskulinitas dan feminitas dikaitkan dengan wanita. Pantene berani mengambil langkah ini dikarenakan melihat realitas sosial dimasyarakat bagaimana pria masih merasa malu untuk melakukan perawatan rambut, dalam komentar yang ada dalam iklan tersebut pun beberapa netizen berkomentar bahwa iklan ini dinilai menjadi trobosan baru dalam dunia periklanan. Sehingga iklan ini pun membawa pandangan baru atas realitas sosial yang sudah terbentuk dimasyarakat.

## 5.2 Saran

Peneliti mengetahui keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti berharap dan ingin memberikan saran kepada peneliti yang tertarik dengan konsep ini agar dapat meneliti dan melihat lebih dalam lagi, serta saran kepada masyarakat, produsen, dan akademis. Adapun beberapa saran penelitian yang ingin penulis sampaikan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti berharap supaya penelitian selanjutnya lebih aktif dalam menganalisis kajian dalam semiotika dengan penelitian menggunakan mix methods, yaitu dengan

penelitian kualitatif dan kuantitatif sehingga nantinya tidak hanya bertumpu pada pemkanaan dan dokumen namun juga dapat melihat data kuantitatif sebagai data yang menjabarkan tentang pandangan dan pengaruh masyarakat dalam iklan yang memiliki makna feminitas yang menggunakan pria bagi konsumen terdapat produk yang diiklankan.

2. Bagi masyarakat, diharapkan supaya lebih terbuka dalam menerima pesan iklan yang bermuatan representasi feminitas dengan telent iklan pria. Sehingga nantinya akan terus bermunculan iklan yang kreatif dan menarik tanpa terjadinya pandangan berbeda yang membuat presepsi masyarakat menjadi negatif terhadap iklan tersebut.
3. Bagi produsen atau agensi dalam periklanan, supaya lebih kreatif dalam membuat iklan produk perawatan rambut, jika berhubungan dengan feminitas atau maskulinitas dalam iklan produk maka diharapkan untuk lebih berhati hati dikarenakan kaitannya peraturan yang ada dipemerintah untuk tidak mengespos laki laki dengan peran feminitas dan wanita dengan peran maskulinitas yang terlalu berlebihan. Karena pertukaran peran dalam iklan yang secara berlebihan ini akan memperburuk citra brand dan tentunya tidak bisa tayang karena peraturan dalam pemerintahan yang ada.
4. Bagi dunia akademis diharapkan mampu menyelidiki fenomena-fenoma yang serupa dalam budaya kontemporer melalui bentuk bentuk penandaan yang sedang trend, menjadi budaya populer dalam era diigital saat ini.