

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi peran pria digambarkan dan dikonstruksikan pada iklan Gillete versi “Mulusnya Bikin Iri” dan Gillete New Assisted Shaving Razor. Menjadi menarik ketika, adanya penggambaran peran pria pada iklan yang berbeda dengan realitas sosial yang dikonstruksi oleh budaya. Sehingga menciptakan konsep representasi peran gender melalui media.

Pada gambaran representasi peran gender pada iklan pertama yaitu, mendobrak nilai-nilai budaya yang selama ini ada bahwa laki-laki hanya mencari nafkah, di iklan ini laki-laki mengurus anak, mengajaknya jalan-jalan di sebuah taman, maka Gillete ingin menampilkan sosok laki-laki yang berbeda, selain memperhatikan penampilanya, atau memperlihatkan kemulusan dari pipinya, dia juga memberi gambaran dekat dengan anak-anak. Dalam budaya Indonesia, peran Ayah dalam pengasuhan anak masih sangat minim. Karena konstruksi budaya menempatkan laki-laki sebagai sosok yang lebih menguasai wilayah public, sebagai pencari nafkah. Media massa, penerbitan, iklan bahkan kampanye pengasuhan anakpun terlanjur memosisikan parenting sebagai daerah teritorial gender perempuan.

Dan pada gambaran peran gender pada iklan kedua yaitu, pada iklan ini digambarkan tidak seperti gambaran budaya barat kebanyakan. Dimana anak laki-laki dan ayahnya yang sudah tua, terpisah karena kesibukanya, dan jika orangtua sudah dalam masa tua atau lansia mereka akan ditempatkan di sebuah panti jompo

atau mengambil ahli kesehatan atau perawat untuk mengurus orangtuanya. Karena istilah balas budi dibudaya kita yaitu budaya timur itu memang ada tetapi balas budi dalam budaya barat masi sangat jarang ditemukan. Karena mereka memberi nilai-nilai kemandirian, individualisme, kepada setiap anak-anaknya. Begitupun para orang tua, mereka tidak berharap anak mereka membiayai hidup mereka ketika mereka tua nanti. Mereka kebanyakan bisa hidup dari uang pensiun.

<https://nenengrosmy.wordpress.com/2015/01/20/15-budaya-amerika-di-mata-saya/>

Kedua iklan ini menguatkan atau menegaskan kontruksi sosial masyarakat, bahwa peran gender laki-laki juga bisa melakukan pekerjaan yang dilakukan wanita. Peran gender laki-laki melakukan pekerjaan peran gender wanita seperti pada iklan pertama yaitu Gillete versi “Mulusnya Bikin iri” menjelaskan bahwa pria dalam iklan ini digambarkan dengan sosok yang bertanggung jawab sehingga ikut andil dalam pekerjaan perempuan dan tidak merasa malu melakukan itu semua. Dan dari iklan yang kedua dapat diambil peran gender yang dikerjakan oleh pria tersebut pada iklan kedua menjelaskan, peran untuk merawat lansia bisa dilakukan oleh anaknya sendiri, mendobrak nilai-nilai budaya barat yang selama ini ada yang mengatkan bahwa ketika orangtua yang sudah lansia akan di tempatkan di panti jompo oleh anak-anaknya, tetapi dalam iklan ini digambarkan bahwa pria dalam iklan itu digambarkan lebih dekat kepada orangtuanya dan lebih peduli kepda orangtuanya.

Sehingga dapat disimpulkan pesan dari kedua iklan Gillete ini, baik Gillete luar maupun dalam negeri bahwasahnya dia ingin mengubah tatanan gender yang selama ini ada, dan dia ingin menampilkan tatanan gender yang berbeda.

5.2 Saran

1. Untuk masyarakat, perlu kesadaran dari kita bahwa mengkonsumsi media dalam hal ini iklan haruslah aktif untuk mengkritisi segala sesuatu yang disajikan, karena iklan merupakan media informasi yang paling ampuh untuk menstimuli pikiran kita terhadap persepsi tentang sesuatu.
2. peneliti menyarankan, agar hasil representasi maskulinitas tersebut dapat digunakan sebagai acuan oleh produsen iklan bahwasahnya terhadap tanda-tanda dalam iklan untuk mengetahui pemaknaan dari representasi maskulinitas didalam iklan Gillete versi “Mulusnya Bikin Iri” dan Gillete New Assisted Shaving Razor, dapat memberikan masukan atas wawasan serta bahan referensi bagi mahasiswa komunikasi pada jenis penelitian semiotic dan seluruh mahasiswa pada umumnya dapat diaplikasikan untuk perkembangan ilmu komunikasi.