

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap anggota komunitas Korea “KLOSS” untuk melihat bagaimana penerimaan isi iklan “The Face Shop” produk CC Cushion versi Kim Soo Hyun yang meliputi persepsi, opini dan interpretasi mereka terhadap maskulinitas, maka peneliti menyimpulkan hal-hal berikut.

Para anggota komunitas Korea mengaku bahwa pesan yang mereka dapatkan dari iklan tersebut adalah agar para konsumen memiliki kulit seperti Kim Soo Hyun yang putih, bersih dan bersinar. Terutama anggota laki – laki yang setuju bahwa penggunaan aktor Kim Soo Hyun dalam iklan ini membuat mereka tertarik untuk mencoba produk yang di iklankan agar memiliki kulit seperti Kim Soo Hyun dan merasa iklan ini unik karena menggunakan aktor sebagai *Endorser* iklan kosmetik. Selain menarik, menurut informan iklan ini memiliki teks dan *design visual* yang rapi dan enak dipandang.

Dalam sisi maskulinitas iklan tersebut, para anggota komunitas Korea “KLOSS” memiliki pendapat yang berbeda – beda. Satu dari empat informan mengatakan bahwa Kim Soo Hyun termasuk maskulin bagi standar di Indonesia, empat informan lainnya mengatakan hal sebaliknya bahwa Kim Soo Hyun tidak maskulin bagi mereka karena dinilai wajah Kim Soo Hyun yang terlalu cantik dan feminim. Adapun tingkat maskulinitas standar Indonesia dilihat dari tubuh yang *six*

packs, memiliki kumis atau janggut, dan sebagainya. Menurut informan, laki – laki yang menggunakan *makeup* sewajarnya seperti *sunblock* ataupun *moisturizer* juga memiliki hak yang sama seperti wanita, tetapi jika laki – laki yang suka bersolek tetapi dengan tidak wajar malah dianggap sebagai stereotype yang negatif seperti “banci” atau “homo”.

Berdasarkan hasil analisis resepsi anggota komunitas Korea “KLOSS” tentang maskulinitas dalam iklan “The Face Shop” produk CC Cushion versi Kim Soo Hyun seperti yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, merujuk pada tiga posisi audiens yang dikemukakan oleh Stuart Hall maka dapat digolongkan dalam posisi sebagai berikut :

1. *Dominant- Hegemony Position*

- Informan 1 (Dina) menerima bahwa iklan ini unik karena menggunakan endorser laki – laki yaitu Kim Soo Hyun dalam sebuah iklan kosmetik, lalu informan 1 menganggap bahwa laki – laki menggunakan *makeup* itu wajar. Pesan yang didapat oleh informan 1 terhadap iklan tersebut adalah agar para konsumen memiliki kulit seperti Kim Soo Hyun.
- Informan 2 (Annisa) menerima bahwa iklan ini ditujukan untuk konsumen yang ingin memiliki hasil *makeup* seperti Kim Soo Hyun dan jika seorang laki – laki menggunakan *makeup* bagi informan 2 untuk masyarakat awam sedikit aneh tetapi bagi para fans K-Pop ini adalah hal yang biasa. Menganggap jika laki – laki memiliki hak menggunakan *makeup* seperti halnya seorang wanita.

2. *Negotiated Reading Position*

- Informan 3 (Robbi) menerima isi pesan ini karena sebagai laki – laki dia ingin memiliki kulit yang bagus seperti halnya Kim Soo Hyun dalam iklan “The Face Shop” produk *CC Cushion*, dan sebagai laki – laki dia menganggap bahwa jika seorang laki – laki menggunakan *makeup* seperti badut atau tidak wajar.

3. *Oppositional Reading Position*

- Informan 4 (Raka) menganggap jika seorang laki – laki menggunakan *makeup* itu wajar tapi hanya seorang public figure saja, tetapi jika seorang laki – laki yang tidak mau menggunakan *makeup* tetapi dipaksa maka dianggap tidak wajar atau tabu. Informan 4 menganggap bahwa jika seorang laki - laki yang menggunakan *makeup* tidak maskulin.

Dalam penelitian ini posisi dan lamanya anggota komunitas bergabung tidak menentukan seberapa paham nya mereka tentang pertanyaan tentang maskulinitas dalam iklan “The Face Shop” produk *CC Cushion* versi Kim Soo Hyun. Ini dibuktikan dengan anggota yang sudah bergabung selama 1 tahun tetapi tidak terlalu paham dengan dunia *K-Pop*, dibandingkan dengan yang baru bergabung selama 3 bulan tetapi paham akan dunia *K-Pop*. lalu jika berbicara masalah jenis kelamin, para informan perempuan dalam penelitian ini lebih mengetahui seluk beluk dunia *K-Pop* daripada anggota laki – laki yang hanya sekedar tahu.

5.2 Saran

Adapun saran atau masukan yang ingin disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk komunitas Korea “KLOSS” diharapkan lebih kooperatif lagi saat anggotanya dibutuhkan untuk suatu penelitian agar tidak menyusahkan satu sama lain. Membuat anggota tetap agar lebih solid lagi komunitas Korea “KLOSS”, agar jika dibuthkan untuk bahan penelitian tidak menunggu ada yang mau dulu.
2. Diharapkan juga penulisan ini dapat menjadi bahan masukan maupun tambahan referensi dari sisi akademis bagi penelitian dalam topik yang serupa di masa mendatang, baik dalam segi penggalian data informasi yang lebih mendalam maupun terhadap pokok permasalahan serta data informan yang dicantumkan.