

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pemaknaan dan penjelasan peneliti mengenai Iklan Sabun Giv Flawless White di Televisi, media memiliki kekuatan untuk membangun perspektif yang cukup kuat melalui pesan yang ditampilkan melalui visualisasi iklan maka dapat terlihat kategori tanda yang terdiri dari realitas, representasi, dan ideologi dalam iklan tersebut bahwa iklan Sabun Giv Flawless White yang ditayangkan di televisi telah merepresentasikan unsur model iklan perempuan menarik untuk menampilkan kulit tubuh yang putih, cerah dan glowing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran perempuan dalam tayangan iklan masih sangat dominan

Menggunakan model iklan perempuan selalu dikaitkan dengan kelemahan-lembutan, kehalusan perasaan, terlebih lagi kaum perempuan itu memiliki paras ayu dan keindahan tubuh yang sempurna dengan tubuh yang putih karena memiliki daya pesona dalam keindahan dan kemulusan tubuh yang putih, cerah dan glowing, maka tidak jarang perempuan ditampilkan sebagai inspirasi karya seni, termasuk objek desain. Khususnya dalam desain komunikasi visual, perempuan banyak sekali ditampilkan sebagai objek dalam bidang periklanan. .

Keindahan tubuh dengan keputihan kulit tubuh akan sangat

menarik sebagai model iklan karena keindahannya, tak bisa dipungkiri perempuan sering ditampilkan dalam iklan, meski kehadirannya terkadang agak diada-adakan. Karena keindahannya pula, untuk iklan sebuah produk yang bobot kehadiran tokohnya sama, antara laki-laki dan perempuan, biasanya perempuanlah yang dipilih. Antara lain juga karena keindahannya, perempuan sering menjadi inspirasi, termasuk dalam melahirkan sebuah produk. Jadi atribut atau sikap yang mencirikan ke-perempuan-an, sebagai potensi melekat yang dimiliki perempuan secara kodrati, kini justru kian menjadi aset dalam serangkaian produksi dan pasar industri kebudayaan bernama iklan, termasuk iklan Sabun Giv Flawless White yang menjadi sebuah obyek penelitian ini.

5.2. Saran

Mengingat keterbatasan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagaimana mestinya. Konsep Iklan Sabun Giv yang ditampilkan di televisi ini cukup menarik karena model iklannya yaitu perempuan, namun dalam bab ini peneliti ingin menambahkan sedikit saran bagi berbagai pihak terkait:

1. Dalam memproduksi sebuah iklan televisi menggunakan strategi salah satunya yaitu model perempuan apapun dalam penyampaian pesannya diharapkan agar lebih peka dalam menggunakan tanda, lambang dan simbolisasi dalam memaknai sebuah produk. Berdasarkan analisis yang dilakukan merepresentasikan perempuan sebagai posisi

yang dimarjinalkan yang dimana dari kelima item yang digunakan sebagai tanda pada iklan, posisi perempuan ditempatkan sebagai sifat yang keberadaan dengan pendekatan *intuitif materialis* dalam iklan Sabun Giv flawless white di televisi yang telah dikaji dalam penelitian ini. Peneliti menyarankan sebaiknya bagi pengiklan tidak mengembangkan konsep iklan yang memuat unsur sensualitas atau mengeksploitasi tubuh dalam tampilannya model perempuan karena setelah dianalisis memiliki ancaman yang cukup serius terhadap moral perempuan usia belia yang menyaksikannya dan generasi penerus bangsa pada umumnya seperti hasrat meniru apa yang dilihatnya dari media iklan misalnya berpakaian yang terbuka terutama pada saat scane mandi.

2. Bagi penelitian selanjutnya, supaya lebih aktif dalam menganalisis kajian analisis iklan televisi yang bertumpu pada aspek semiotika iklan. Seperti pada aspek merepresentasikan iklan atau hal-hal yang belum diteliti di penelitian ini.

3. Bagi masyarakat, supaya lebih kritis dalam menerima pesan terutama iklan sehingga ideologi maupun budaya yang terdapat dalam iklan tidak sampai mengubah persepsi masyarakat

4. Bagi agensi periklanan, supaya lebih bijak dalam pembuatan iklan. Tidak hanya perempuan saja yang bisa menjadi model iklan, tetapi laki-laki juga bisa melakukannya dan juga bisa menarik masyarakat untuk membeli produk atau jasa tersebut