

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada gambaran representasi peran gender pada kedua iklan yaitu, mendobrak nilai-nilai budaya yang selama ini ada bahwa pria hanya mencari nafkah, di iklan ini pria melakukan pekerjaan rumah tangga dan mengasuh anak. Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta” menampilkan sosok pria yang berbeda.

Dalam budaya Indonesia, peran Ayah dalam pengasuhan anak masih sangat minim. Karena konstruksi budaya menempatkan laki-laki sebagai sosok yang lebih menguasai wilayah publik, sebagai pencari nafkah. Media massa, penerbitan, iklan bahkan kampanye pengasuhan anakpun terlanjur memosisikan parenting sebagai daerah teritorial gender perempuan. Hal ini dapat menjadi simbol bahwa representasi peran gender yang dikonstruksi media melalui iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta” memberikan makna sosial dalam pembentukan realitas pria. Iklan ini menguatkan atau menegaskan konstruksi sosial masyarakat, bahwa peran gender laki-laki juga bisa melakukan pekerjaan yang dilakukan wanita. Peran gender laki-laki melakukan peran gender wanita seperti pada iklan digambarkan

dengan sosok yang lembut, penyangga, melakukan pekerjaan rumah tangga dan bertanggung jawab dalam mengasuh anak.

Sehingga dapat disimpulkan representasi peran gender suami dalam iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta” adalah ingin mengubah tatanan gender yang selama ini ada dan ingin menampilkan tatanan gender yang berbeda. Untuk membentuk persepsi di masyarakat bahwa pria mampu untuk melakukan peran wanita sehingga seharusnya untuk melakukan pekerjaan mengurus rumah tangga adalah pekerjaan yang bisa dilakukan bersama-sama antara wanita dan pria karena pria dianggap sebenarnya mampu untuk melakukan pekerjaan itu.

5.2 Saran

1. Untuk masyarakat, penulis menyarankan perlu adanya peran aktif dalam mengkritisi suatu iklan yang disajikan dan tidak langsung menerima pesan tanpa memfilter. Karena iklan merupakan media informasi yang paling ampuh untuk menstimuli pikiran kita terhadap persepsi tentang sesuatu. Sehingga dibutuhkan kebijakan untuk menerima pesan yang disampaikan oleh media.
2. Peneliti menyarankan, agar hasil dari representasi peran gender suami dalam iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”, dapat menjadi wawasan pengetahuan bagi mahasiswa ilmu komunikasi ataupun masyarakat umum serta bisa memberikan masukan dan menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu

komunikasi pada jenis penelitian semiotik dan seluruh mahasiswa pada umumnya dapat diaplikasikan untuk perkembangan ilmu komunikasi.