

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah iklan di analisis pada bab sebelumnya, maka pada bab ini akan ditarik kesimpulan dari hasil analisis. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tanda-tanda yang digunakan untuk mengkonstruksi maskulinitas dalam iklan rokok Surya Pro Never Quit.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ditemukan bahwa kedua video iklan Rokok Surya Pro mengandung tanda-tanda maskulinitas, hal ini terlihat pada penggunaan visual atau tanda verbal dan non verbal seperti ekspresi wajah dan bentuk tubuh yang besar dan berotot serta penggunaan latar musik dan struktur bahasa.
2. Kedua Iklan Rokok Surya Pro Never Quit memanfaatkan realitas sosial yang ada dalam kehidupan masyarakat yang berkaitan dengan nilai-nilai maskulinitas
3. Tampilan maskulinitas pada iklan dikonstruksi secara kreatif untuk mendapatkan daya tarik konsumen dengan menyentuh emosi, mengolah perspektif sehingga terkonstruksi opini khalayak serta dapat dijadikan alternatif motivasi.

5.2 Saran

Berdasarkan isi keseluruhan data dan permasalahan serta analisis yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulis dapat memberikan saran sebagai berikut

4.2.1 Saran Akademik

Semoga dengan penelitian ini akan muncul kajian-kajian yang serupa dengan ide dan konsep atau objek penelitian yang berbeda yang berbeda sehingga ilmu komunikasi dan kajian semiotika lebih berkembang dan populer di kalangan akademik.

4.2.2 Praktis

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran kepada semua khalayak atau calon konsumen agar kiranya lebih kritis dalam melihat dan memilih sebuah produk yang di iklankan kaena dalam iklan jelas mengandung mitos yang dikemas oleh pengiklan untuk menambah daya tarik produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland.** 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*. Yogyakarta: Jalsutra.
- Fakih, Mansour.** 2013. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*, Cet 15. Yogyakarta: Pustaka pelajar
- M.A, Morrissan.** 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Piliang, Yasraf Amir.** 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studis atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalsutra
- Saptiawan, Itsna Hadi dan Sugihastuti.** 2010. *Gender & Inferioritas Perempuan: Praktik Kritik Sastra Feminis*, Cet 2. Yogyakarta: Pustaka pelajar
- Sobur, Alex.** 2001. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu.** 2013. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Widyatama, Rendra.** 2009. *Pengantar Periklanan*, cet 6. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Sumber lainnya :
- Afrianto,** 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi*. Universitas Diponegoro, http://eprints.undip.ac.id/22677/1/PDF_SKRIPSI.pdf di akses pada tanggal 12 Juni 2017, Pukul 00:45 WITA
- Kurnia,** 2004. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan*. Pasca Sarjana Universitas Indonesia, <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/11056/8297> di akses pada tanggal 11 Juni 2017, Pukul 22:15 WITA
- Pramudika,** 2015. *Visualisasi Maskulinitas Melalui Pengkarakteran Tokoh Dalam Film "5 CM"*. Institut Seni Surakarta, <http://repository.isi-ska.ac.id/153/1/Aldira%20Dhijas%20Pramudika.pdf> di akses pada tanggal 11 Juni 2017, Pukul 21:50 WITA
- Iswidayati,** Tanpa Tahun. *Roland Brthes Dan Mitologi*. Universitas Negeri Semarang, <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=136265&val=5660&title=ROLAND%20BARTHES%20DAN%20MITHOLOGI> Diakses pada tanggal 23 Maret 2018, pukul 20:04 WITA

- Triana**, 2014. *Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi J.Six Cafe Di Padang*. Universitas Negeri Padang, <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/5636> di akses pada tanggal 12 Juni 2017, Pada Pukul 00:10 WITA
- Widiastuti dan Putri**, 2017. *Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Non-Eksplisit*. Universitas Bakrie. http://repository.bakrie.ac.id/539/1/00Penelitian_BKD-Tuti_Putri.pdf di akses pada tanggal 11 Juni 2017, Pukul 21:05 WITA