

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Peneliti akan menjelaskan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian. Melihat hasil dari rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti. Pada penelitian ini dapat melihat serta berfokus kepada pemaknaan khalayak mengenai pesan yang terdapat dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou. Dalam melakukan penelitian ini dapat melihat pesan “cantik membawa perubahan sebagai salah satu pesan yang disampaikan oleh Wardah. Dengan melakukan beberapa analisis terhadap pesan dalam melakukan proses analisis ada beberapa faktor yang nantinya akan menyebabkan perbedaan setiap khalayak dalam memaknai kata cantik. Ada beberapa indikator dalam melakukan analisis terhadap beberapa informan.

Kemudian ada beberapa kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian dengan objek iklan Wardah BeautyMovesYou. Jawaban dari ketiga informan menghasilkan posisi dominat hegemonic positions, serta satu orang yang berada di posisi negotiated positions, sementara untuk posisi oppositional positions tidak ditemukan. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan tiga orang informan yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda masing-masing sehingga akan mengubah pemaknaan kecantikan

Dapat kita simpulkan bahwa iklan Wardah #BeautyMovesYou merupakan iklan yang mengangkat isu-isu kewanitaan. Dimana memiliki pesan bahwa wanita yang cantik bukan hanya wanita yang putih tapi keberagaman warna kulit Indonesia. Iklan ini juga menampilkan bahwa wanita haruslah memiliki peran dalam lingkungannya, dengan berani mengambil keputusan dan berani bertanggung jawab dengan resiko nantinya. Iklan ini memiliki preffed reading “cantik membawa perubahan

Proses pemaknaan juga melibatkan sosialisasi di keluarga bagaimana peran keluarga memiliki pengaruh yang cukup baik dalam memaknai seorang wanita dan kecantikan. Ketiga informan memiliki pandangan yang sama bahwa

wanita harus dijaga dan saling menghormati sesama manusia apalagi dengan wanita. . Namun pada pointt kecantikan kedua informan berpandangan yang sama bahwa semua kembali kesikap namun informan ketiga ada hal yang pasti di lihat pertama kali oleh orang lain yaitu fisik. Sementara untuk faktor diri mahasiswa dan agama tidak cukup memiliki peran semua kembali kepada ajaran ajaran sosialisasi yang diajarkan oleh keluarga.

Pada proses pemaknaan ketiga informan berada dalam posisi Dominant Hegemonic positions. Dimana ketiga menjawab pertanyaan dengan sepakat dan selaras. Artinya ketiga informan sepakat serta memiliki pertanyaan yang sama dengan media. Persepsi yang dihasilkan oleh si penerima pesan sama dengan apa yang disampaikan oleh media. Ini selaras dengan proses encoding dan decoding berdasarkan Stuart Hall.

- Pada proses pemaknaan selanjutnya peneliti melihat mengenai apakah seorang wanita harus melakukan perubahan untuk terlihat cantik atau hanya point fisik saja yang menjadi penilaian diri dari seorang wanita. Kedua informan berada dalam posisi dominant hegemonic positions dimana mereka menganggap penilaian fisik wanita tidaklah tepat banyak sekali aspek yang dapat dijadikan penilaian wanita seperti bagaimana cara ia berfikir, apa yang ia lakukan. Sedangkan informan ketiga berada dalam posisi negotiated positions dimana ia menerima persepsi yang dihasilkan oleh penerima setuju namun ada beberapa kesesuaian yang ia lakukan sebelum menerima secara utuh. Dengan kata lain ia sepakat bahwa wanita melakukan perubahan namun tetap point pertama dalam melakukan penilaian terhadap wanita hanyalah fisik karena Cuma itu yang terlihat perlu mengenal ia lebih lagi untuk melihat sikap dan pembawaan diri mereka.

Dalam penelitian ini tidak ditemukan informan yang berada dalam posisi oppositional positions. Ketiga informan berada dalam pemaknaan dominant hegemonic positions, sedangkan satu lainnya berada dalam negotiated positions artinya ada yang ia sesuaikan dalam dirinya sebelum ia menerima semua pesan media secara utuh. Peneliti meramalkan atau menduga hal ini terjadi karena ada perbedaan usia beda tipis sehingga akan menghasilkan pemaknaan yang

berbeda- beda. Selain itu perbedaan pengalaman dan budaya menjadi salah satu faktor adanya perbedaan dalam pemaknaan.

5.2. Saran

Saran merupakan pesan atau masukan yang dilakukan peneliti untuk memberikan masukan kepada penelitian selanjutnya. Ada dua saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya saran akademis yang berguna untuk perkembangan informasi dan pengetahuan dan saran praktis. Berikut merupakan saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya :

5.2.1. Saran Akademis

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ada beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya. Penelitian selanjutnya dengan memiliki fokus yang sama dapat menggunakan Semiotika dengan dapat melihat tanda yang digunakan dalam iklan dengan mengangkat kecantikan dimana bukan hanya kecantikan yang mengandalkan fisik saja.

5.2.2. Saran Praktis

Saran yang dapat diberikan kepada produsen merek kosmetik serta pada kreator iklan untuk memperbanyak dan lebih peduli dalam mengangkat tema tema perempuan khususnya pemberdayaan perempuan.