

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian analisis resepsi menekankan pada khalayak dalam pemaknaannya terhadap isi pesan dalam media. Pemaknaan ini tidak selalu berjalan sesuai dengan pesan dominan yang pembuat pesan sampaikan. Teori Stuart Hall yang mengungkap konsep *encoding decoding* merupakan salah satu konsep penting dalam analisis resepsi dimana pembuat pesan menciptakan sebuah isi pesan yang ingin disampaikan namun khalayak dalam menciptakan pemaknaannya sedemikian rupa. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh pemaknaan isi pesan maskulinitas pada iklan Head and Shoulders Joe Taslim X Fadil Jaidi dari pandangan informan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data penelitian tentang analisis resepsi khalayak terhadap maskulinitas pada iklan Head and Shoulders Joe Taslim X Fadil Jaidi, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Khalayak Yogyakarta memahami maskulinitas pada iklan Head and Shoulders Joe Taslim X Fadil Jaidi sebagai maskulinitas dominan dan *hybrid masculinity*. Dari kedua pemahaman tersebut terdapat karakteristik laki-laki sejati dipengaruhi oleh faktor sosio-kultural, penggunaan akal dan logika akan menciptakan keputusan yang rasional, akal, logika dan perasaan harus seimbang dalam menentukan keputusan, *fashion* dan *gaya hidup* perfeksionis, kemudian ada pula yang memahaminya melalui unsur humor sebagai bentuk maskulinitas.
2. Tidak semua informan setuju dengan isi pesan dari iklan Head and Shoulders Joe Taslim X Fadil Jaidi, salah satunya informan kelima yaitu Nurul yang tidak setuju jika karakteristik laki-laki diukur dari *fashion*, banyaknya *followers* disosial media dan laki-laki harus menyeimbangkan logika dan perasaannya. Hal ini dikarenakan jika dilihat dari realita yang ada, hal-hal diatas tidak relevan.

3. Dari tiga kategori yang dikemukakan oleh Stuart Hall dalam analisis resepsi khalayak, peneliti mendapatkan 3 kategori tersebut. Informan 1 dan 4 masuk dalam kategori *Dominant-Hegemonic Position*, informan 2 dan 5 masuk pada kategori *Negotiated Position* dan informan 3 masuk pada kategori *Oppositional Position*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan beberapa hal yang dapat menjadi saran yang diharapkan kedepannya dapat berguna. Berikut rangkuman yang peneliti buat:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam penelitian kualitatif program studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta, khususnya mengenai analisis resepsi khalayak pada suatu iklan di sosial media, serta dapat memberikan kontribusi yang positif dalam penelitian-penelitian berikutnya untuk mengembangkan pembahasan mengenai analisis resepsi khalayak yang dikemukakan oleh Stuart Hall lebih lanjut. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, dapat mengambil bahasan penelitian jenis ini dengan mencari lebih banyak referensi dan literatur serta membaca jurnal-jurnal dalam maupun luar negeri agar penelitian selanjutnya semakin baik serta memperoleh pengetahuan baru dengan metode analisis yang lain.
2. Penelitian ini belum dapat menjangkau lebih banyak informan dikarenakan terbatasnya waktu dan pandemi Covid-19.
3. Secara akademis, metode analisis resepsi dilakukan untuk menyingkap fenomena dalam media massa khususnya media sosial (dalam penelitian ini) yang diresepsikan oleh khalayak. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi penelitian lain dengan menggunakan metode analisis resepsi. Serta diharapkan masyarakat Yogyakarta dapat menjadi khalayak yang aktif dan bijak dalam menyikapi pesan-pesan media supaya meminimalisir adanya perkembangan media hoax.