

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan semiotika Charles Sander Peirce maka dapat disimpulkan bahwa Representasi Laki-Laki dalam Iklan Pantene *Miracles Hair Supplement* dapat dilihat pada tanda ikon, indeks, dan simbol penggunaan ikon, indeks, dan simbol dimaksud untuk mempertegas makna representasi dalam iklan. Untuk tanda ikon perawatan rambut direpresentasikan dengan sosok ikon Keanu Angelo dimana Keanu dianggap mewakili masyarakat dengan pembawaannya yang unik dalam membentuk stereotip laki-laki yang memiliki permasalahan rambut rusak, lepek, dan bercabang yang dialami oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Warna pada kemasan produk juga berperan dalam membentuk stereotip laki-laki, dimana warna *gold* dan gradasinya mendominasi warna kemasan produk. Warna emas memiliki arti kemakmuran, kebahagiaan, dan juga kemegahan. Jenis warna *gold* akan memberikan kesan yang autentik, kesan yang indah sekaligus mewah. Representasi perawatan rambut ditunjukkan melalui indeks berupa kondisi rambut. Rambut yang sehat adalah rambut yang tidak rusak, lepek, dan bercabang. Dalam iklan diperlihatkan kondisi rambut yang rusak, lepek dan bercabang dimana rambut seperti itu perlu perawatan lebih. Hal ini semakin diperkuat dengan upaya untuk memperbaiki kondisi rambut menggunakan produk Pantene *Miracles Hair Supplement* bahwa rambut yang rusak akan kembali sehat. Perawatan rambut dipresentasikan melalui simbol berupa suara narator dengan intonasi yang jelas, tegas, aktif, energik, dan rasional, hal ini merupakan salah satu stereotip yang melekat pada sosok maskulin. Musik dan teks yang digunakan juga menjadi penguat dalam merepresentasikan produk perawatan rambut Pantene *Miracles Hair Supplement*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan uraian yang telah banyak dijelaskan dalam penelitian ini dan melihat hasil yang didapat maka ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai masukan supaya dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi masa yang akan datang:

1. Bagi masyarakat, alangkah baiknya pada saat menonton iklan masyarakat dapat memahami pesan-pesan yang terkandung di dalamnya agar pesan yang disampaikan dari pengiklan kepada penonton dapat tersampaikan dengan jelas

sehingga selain mengetahui produk apa yang ditawarkan juga dapat mengetahui pesan moral yang disampaikan agar dapat berguna bagi kehidupan sehari-hari.

2. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah lebih baik peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan dan membahas topik yang berbeda agar dapat menambah pemahaman dan menambah wawasan penelitian sehingga dapat mencakup segala aspek yang belum dibahas dalam penelitian ini ataupun penelitian sebelumnya. Kedepannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan dan menambah referensi tentang studi representasi laki-laki dalam iklan.

