

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa iklan kecap ABC versi “Suami Sejati Mau Masak” dapat merepresentasikan melalui konsep – konsep dalam mewujudkan kesetaraan gender pada keluarga yaitu dengan akses, partisipasi, kontrol, dan manfaat melalui tokoh – tokoh yang ada pada iklan tersebut, dengan berdasarkan tanda – tanda yang dapat dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang menggunakan tiga tanda yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa (1) Beban pekerjaan perempuan adalah diskriminasi gender (2) Kesetaraan gender adalah suami sejati mau masak (3) Suami mengurangi beban istri adalah penyempurnaan gender. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pesan yang terkandung dalam penelitian ini yaitu berusaha untuk memberikan sebuah pandangan tentang kesetaraan gender pada pasangan suami dan istri melalui media. Sehingga perwujudan representasi kesetaraan gender pada keluarga dalam iklan ini ditandai dengan tidak adanya diskriminasi di antara peran perempuan dan laki – laki.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

##### **1. Saran Akademis**

Adapun saran akademis yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini yaitu peneliti berharap penelitian ini mampu untuk dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang serupa,

yaitu yang mengusung kesetaraan gender ataupun peran gender. Peneliti juga berharap untuk penelitian selanjutnya agar lebih kritis dalam membedah isu – isu terkait gender.

## **2. Saran Praktis**

Adapun saran praktis yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini yaitu peneliti berharap bagi pembuat iklan untuk lebih dalam lagi mengenai makna dan pesan yang disampaikan melalui iklan tersebut, agar masyarakat lebih mudah mengerti dan memahami maksud yang sebenarnya ingin disampaikan pada iklannya. Terutama iklan yang mendukung adanya kesetaraan gender, karena masih sedikit iklan yang membawakan isu – isu gender yang menjadi kontroversial di Indonesia.

