

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Iklan MS glow X Keanu Agl adalah iklan produk kecantikan yang menyediakan berbagai produk untuk laki-laki dan perempuan serta dari berbagai kalangan baik anak-anak serta dewasa. Iklan yang berdurasi 1 menit 60 detik ini ditayangkan di akun youtube *MS Glow Beauty* dan televisi Indonesia. Iklan ini tidak menekankan produk yang diperkenalkan untuk laki-laki atau perempuan serta untuk anak-anak atau dewasa. Namun iklan tersebut dibintangi oleh selebgram terkenal tanah air, Keanu Agl bergender laki-laki dan memiliki ciri khas penampilan atau *fashion* seperti seorang perempuan atau yang sering disebut dengan istilah androgini.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan peneliti terhadap "Representasi Androgini Dalam Iklan MS Glow X Keanu Agl dengan menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes", dapat disimpulkan bahwa sisi androgini dari bintang iklan dapat direpresentasikan melalui adegan-adegan yang telah dipilih oleh penulis. Pemilihan adegan dapat dikategorikan menampilkan sisi androgini dari sang aktor melalui beberapa indikator, yaitu pemilihan pakaian, bentuk, warna, penggunaan *make up*, tata rias rambut serta kuku.

Seseorang yang memiliki sisi androgini *fashion* akan dilihat secara visualisasi atau menggunakan panca indera (mata). Penampilan Keanu Agl yang merepresentasikan androgini diperlihatkan dari beberapa adegan. Pada pemilihan dan bentuk baju yang menampilkan sisi feminin dapat ditemukan pada *scene* satu, tiga, empat dan enam. Pada *scene* tersebut Keanu menggunakan blazer yang dimana jika ditinjau dari segi warna akan menandakan sisi feminin dari Keanu. Penggunaan *make up* yang dapat merepresentasikan androgini Keanu terlihat dalam *scene* satu, empat dan lima. Jika ditinjau dari segi tata rias rambut maka di setiap *scene* maka dinyatakan bahwa seluruh *scene* tersebut merepresentasikan androgini Keanu. Pada bagian kuku yang merepresentasikan androgini lebih

terlihat pada *scene* lima. Bentuk baru androgini *fashion* yang terdapat dalam Iklan MS Glow X Keanu Agl yaitu pemilihan pakaian yang terkesan longgar atau *oversize*, motif pakaian yang tidak bercorak, serta lebih mengeksklore dalam penggunaan atribut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat kemajuan dan perubahan yang cukup signifikan dari androgini *fashion* yang terjadi dari masa ke masa.

5.2 Saran

Indonesia merupakan salah satu negara dimana rakyatnya cukup awam dengan kalimat androgini. Jika dilontarkan makna lain dari kalimat androgini, masyarakat akan menyebutnya sebagai “banci” atau “bencong”. Menurut penulis konsep serta tema yang diangkat dalam iklan MS Glow X Keanu Agl cukup menarik dan terkesan *out of the box*. Namun sayangnya iklan dengan tema yang mengangkat androgini untuk saat ini belum layak ditayangkan di media massa Indonesia. Hal ini dikhawatirkan adanya pergeseran makna androgini yang ada di dalam masyarakat. Iklan yang ditayangkan juga sayangnya tidak memfokuskan target pasarnya sehingga masyarakat dikhawatirkan berpikir bahwa iklan hanya menjual tema atau konsepnya. Bisa dibayangkan dampaknya yang muncul jika acara televisi yang ditonton oleh masyarakat umum kebanyakan berisi iklan dengan adegan-adegan menyimpang. Selain itu, faktor pendidikan dan lingkungan tempat tinggal memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap sesuatu yang ditayangkan dalam sebuah media.

Saran untuk peneliti selanjutnya agar mampu mengembangkan peneliti ini pada turunan lainnya. Misalnya dengan mencari representasi androgini yang ada pada sebuah film Indonesia ataupun iklan-iklan terbaru yang akan muncul kedepannya. Penelitian selanjutnya dihimbau untuk menambahkan teknik pengumpulan data berupa wawancara kepada konsumen yang sudah mengetahui iklan berkonsep androgini pada iklan MS Glow tersebut. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pendapat tentang informan terkait dengan sisi androgini yang belum dapat diterima di Indonesia. Selain itu, jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan semiotika sebagai metode, maka tidak ada salahnya untuk mencoba

metode semiotika lainnya. Seperti yang dikemukakan oleh Charles Peirce, John Fiske dan sebagainya.

