

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu dari enam informan empat informan masuk ke dalam posisi hegemonik-dominan atau *Dominant Hegemonic Position* karena laki-laki yang berpenampilan feminin itu sah-sah saja atau di perbolehkan karena merupakan bentuk dari suatu kreativitas, satu informan masuk ke dalam posisi negosiasi atau *Negotiated Position* karena laki-laki yang berpenampilan seperti perempuan itu di perbolehkan tidak melanggar kodrat dan norma yang ada dalam masyarakat, sedangkan satu informan masuk ke dalam posisi oposisi atau *Oppositional Position* karena laki-laki yang berpenampilan feminin itu tidak pantas untuk dijadikan contoh untuk masyarakat.

Laki-laki feminine dalam iklan pantene ini dapat di terima sebagian besar informan, mengenai penampilan Keanu Agil iklan ini menurut mereka adalah bentuk dari suatu kreatifitas. Dalam iklan pantene juga berusaha mengubah pandangan masyarakat bahwa produk kecantikan tidak wajib ditampilkan oleh seorang wanita namun laki-laki juga dapat memerankannya dan juga Pantene mampu memberikan kesan baru kepada masyarakat bahwa produk Pantene juga bisa digunakan oleh perempuan maupun laki-laki.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna, bermanfaat dan bisa menjadi sumber referensi terkait dengan kajian femininitas laki-laki dalam iklan dan analisis resepsi khalayak. Saran bagi penelitian selanjutnya agar lebih mendalami analisis resepsi khalayak dengan mencakup pengambilan informan yang lebih

luas baik dari sisi pekerjaan, usia, budaya, dan juga lokasi agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal bagi peneliti.

