

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” pada dasarnya merupakan sebuah iklan yang mempromosikan jam tangan pria merek Seiko. Iklan ini menceritakan tentang seorang laki-laki yang berada dalam sebuah misi penyelamatan yang menegangkan dengan seorang perempuan yang berada diatas bahunya. Representasi yang disajikan iklan ini justru menimbulkan sebuah ideologi mengenai maskulinitas dimana laki-laki (Joe Taslim) mendominasi dan memiliki kuasa atas perempuan. Maka dari itu peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes berupa makna denotasi, konotasi, serta mitos untuk memudahkan peneliti menggali makna maskulinitas yang ada dalam delapan potongan *scene* iklan. Analisis semiotik Barthes digunakan untuk mencapai sasaran akhir dari penelitian dan guna menjawab masalah tentang bagaimana makna dari mitos maskulinitas dalam iklan tersebut. Dari mitos yang didapatkan peneliti akhirnya menemukan sebuah teori yaitu Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu.

Dengan menggunakan teori Kekerasan Simbolik representasi maskulinitas dalam iklan jamtangan.com berfokus pada dominasi maskulin dengan kekerasan yang dilakukan secara halus, tidak dengan kekerasan fisik melainkan dengan habitus simbolik yang dimiliki *talent* laki-laki berupa *gesture*. Dimana laki-laki merasa memiliki kekuatan untuk melindungi dan menguasai perempuan selama aksi pertarungan atau misi dilakukan. Selain itu, tanda dan sisi maskulinitas yang

muncul dalam iklan tersebut yaitu tipe laki-laki jagoan yang berkuasa yaitu dengan percaya diri memegang kendali. Maka dari itu dengan menggunakan teropong Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu, maka dapat disimpulkan hasil temuan dari peneliti terkait representasi maskulinitas dalam iklan jamtangan.com yang telah diperoleh menggambarkan citra seorang laki-laki dengan bentuk representasi maskulinitas berupa fisik dan gesture laki-laki yang seperti berkuasa, kuat/tangguh, dan pemberani. Atau dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Berkuasa

Talent laki-laki dalam iklan tersebut mengajukan pandangan bahwa dominasi yang dilakukan olehnya merujuk kepada dominasi kekuasaan. Dimana laki-laki melakukan tindakan simbolik (secara halus/tidak berupa kekerasan fisik) yang mampu menanamkan kepatuhan kepada si terdominasi. Kekuasaan yang dilakukan laki-laki tidak menggunakan kekangan apapun namun dapat dengan mudah diterima perempuan karena telah didukung oleh habitus dalam disposisi-disposisi yang sudah tersimpan didalam tubuh perempuan sehingga menerima dirinya untuk dikuasai oleh laki-laki tersebut.

b. Kuat/Tangguh

Kuat disini tidaklah harus ditunjukkan dengan kekerasan fisik, iklan jamtangan.com dengan sengaja mewujudkan citra fantasi mengenai kekuatan seorang laki-laki yang mampu berjuang dan bertahan untuk melindungi seorang perempuan. Tindakan-tindakan tersebut hadir sebagai bentuk dari kekuatan simbolik yang memperkuat dominasi yang dialami oleh terdominasi. Hal itu

menciptakan nilai superioritas laki-laki dan memproduksi ikon maskulinitas tumbuh sehingga menganggap laki-laki tentang memiliki kendali utuh dan kekuasaan penuh atas tubuh perempuan.

c. Pemberani dan Percaya Diri

Berani adalah suatu sikap untuk berbuat sesuatu dengan tidak terlalu merisaukan suatu kemungkinan-kemungkinan buruk. Seseorang yang memiliki sikap pemberani juga merupakan orang yang mempunyai rasa percaya diri yang tinggi untuk menghadapi bahaya. Iklan jamtangan.com merepresentasikan laki-laki maskulin yang pemberani dan percaya diri dengan sengaja menjadikan perempuan sebagai objek lemah tak berdaya yang harus dilindungi. Dapat dilihat pada iklan dimana Joe Taslim yang selalu mengandalkan dirinya sendiri untuk melindungi dan membiarkan perempuan tersebut terus dipanggil oleh nya. Tindakan tersebut didukung dengan mendapatkan pengakuan (*reconnaissance*) serta kepatuhan dari perempuan. Hal ini memberikan gagasan terkait budaya patriarki dimana laki-laki merasa bahwa dirinya adalah sosok yang memegang kendali terhadap orang lain.

5.2 Saran

Peneliti mengusulkan beberapa saran yang peneliti anggap penting dan perlu, yaitu:

1. Diharapkan untuk para peneliti dan penelitian selanjutnya yang ingin menggali tentang konsep maskulinitas dengan analisis semiotika Barthes dapat menggunakan metode analisis penelitian lain seperti analisis teks media, analisis semiotika John Fiske, atau ahli semiotika lainnya.

2. Penelitian ini hanya menganalisis pada level tanda seperti gambar serta visual yang peneliti peroleh dari potongan delapan adegan video iklan yang merepresentasikan ideologi maskulinitas. Maka untuk peneliti yang ingin meneliti pada aspek di bidang media khususnya semiotika dapat menggunakan level tanda lainnya seperti level teks/symbol, atau tiga level kode dari John Fisk (realitas, representasi, ideologi).
3. Untuk setiap peneliti yang ingin menganalisis iklan dengan konsep maskulinitas agar dapat lebih dalam dan lebih tajam lagi meneliti nilai tentang ideologi maskulinitas agar diharapkan dapat menciptakan wawasan yang lebih luas lagi.
4. Begitu pula ada baiknya untuk para peneliti lainnya menggunakan dan menemukan teori baru guna meningkatkan minat dan pemahaman pembaca.
5. Peneliti mengharapkan agar industri media dan jasa dapat mengurangi ideologi tentang maskulinitas yang kuno dan bersifat patriarki dan dapat diganti dengan new masculinity (maskulinitas baru) untuk memberikan pemahaman secara mendetail agar mencegah terjadinya generalisasi tentang ketimpangan antar gender.