

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian tentang representasi pria yang terdapat dalam iklan Vaseline for Men versi Ariel Noah di televisi dan video, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan.

Makna dalam iklan Vaseline for Men versi Ariel Noah ini yang diman peneliti merumuskan sebuah masalah bahwa bagaimana pria dalam iklan Vaseline for Men di representasikan. Dan dalam iklan menggambarkan tentang seorang pria yang memiliki style/gaya dalam kehidupan sehari-hari, dimana yang biasanya seorang pria tampil apa adanya tanpa memperdulikan bagian wajahnya supaya terlihat bersih dan cerah seperti halnya seorang wanita yang selalu merawat bagian wajah tersebut agar terlihat menarik, cantik,dll. Tetapi dalam iklan Vaseline for Men ini terdapat beberapa penampilan seorang pria dalam kehidupannya seperti pria yang selalu berpenampilan seperti pria macho yang selalu berpakaian rapi, memakai jaket kulit dan memakai motor besar, pria metroseksual yang selalu tampil bersih dengan merawat bagian tubuhnya dan pria gentlemen yang terlihat layaknya pria gagah. Pada jaman sekarang banyak pria yang disebut pria metroseksual dimana pria tersebut suka merawat anggota badannya khususnya di bagian

wajah agar terlihat lebih bersinar dan lebih ganteng, yang mana dalam iklan ini seorang pria yang menjadi aktor mengatakan “dua langkah biar loe ganteng maksimal” bahwa seorang pria bisa menjadi ganteng secara maksimal hanya dengan dua langkah. Itulah cara sebuah iklan menghipnotis konsumen dengan cara membesarkan dengan kata “ganteng maksimal”. yang artinya bahwa peneliti memberikan kesimpulan diatas tentang untuk merepresentasikan pria dalam iklan Vaseline for Men versi Ariel Noah ini.

B. SARAN

Dari Kesimpulan hasil analisis diatas peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi konsumen supaya bisa lebih waspada dan teliti dalam memahami atau menyikapi produk iklan agar tidak tertipu.
2. Kepada agensi periklanan perlu memperhatikan aspek budaya masyarakat dalam setiap produk yang akan hasilkan.
3. Membuat iklan dengan pendekatan budaya masyarakat dipandang lebih efektif, oleh karena itu bagi para pembuat iklan disarankan untuk membuat iklan iklan yang sesuai dengan etika budaya yang ada dalam masyarakat.

Untuk selanjutnya peneliti berharap ada yang memeruskan penelitian ini lebih mendalam dengan ideologi yang terkandung didalam iklan dan dengan konsep lain yang terdapat dalam iklan ini dengan memakai metode

atau jenis penelitian yang berbeda dengan peneliti sekarang, sehingga penelitian dengan judul ini dapat berkembang dengan berbagai perspektif dan pandangan lain yang lebih bervariasi dan lebih baik.