

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Representasi merupakan sebuah kegiatan yang menunjukkan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, atau gagasan tertentu ditampilkan di media, termasuk dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru. Sajian dalam iklan tidak hanya menyampaikan pesan promosi, tetapi juga sebagai media untuk mengkomunikasikan wacana gender, yaitu terkait peran ganda perempuan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Iklan Sunlight Extra Higienis Baru merepresentasikan peran ganda perempuan dengan mengaplikasikan nilai gender transformatif dimana perempuan ditampilkan memiliki peran produktif di sektor publik, namun tetap ditampilkan secara feminim sebagai ibu rumah tangga yang berperan penting dalam keluarga.
2. Tokoh perempuan dalam iklan direpresentasikan memiliki tiga peran sekaligus, yaitu sebagai ibu rumah tangga yang peduli dengan kebersihan, sebagai seorang perempuan pekerja yang menekuni satu bidang profesi tertentu, dan sebagai seorang ibu yang sayang dan perhatian dengan pendidikan anak.
3. Makna realitas peran ganda dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru tidak dimaknai sebagai bentuk ketidakadilan gender yang menjebak

perempuan dalam belenggu dua peran sekaligus, melainkan sebagai perluasan pemaknaan tentang konsep gender dan definisi perempuan sempurna.

4. Perempuan yang berperan ganda adalah definisi dari perempuan sempurna yang didambakan semua orang karena dapat memberikan komitmen yang sama pada dua peran yang dimiliki secara bijak tanpa ada yang dilupakan ataupun diabaikan. Pemaknaan khalayak tentang gender didorong untuk melihat bahwa gender bukanlah suatu kodrat Tuhan, melainkan sebuah hasil pembentukan sosial dan kultural yang dinamis. Peran laki-laki dan perempuan dapat dipertukarkan menyesuaikan dengan kondisi dan situasi yang terjadi.
5. Implementasi nilai gender yang dihadirkan tidak digunakan untuk menggugat ideologi lama, melainkan mengembangkannya kembali dengan menambahkan perspektif baru guna memberikan kesan pemberdayaan kepada kaum perempuan untuk dapat memilih dan membuktikan bahwa perempuan dapat lebih dari sekedar domestik.
6. Realitas peran ganda perempuan menjadi daya tarik iklan Sunlight Extra Higienis Baru yang mampu mempengaruhi dan mempermainkan perasaan khalayak penonton, sehingga akan mengingat dan bersedia membeli produk yang ditawarkan.

## **B. Implikasi**

Representasi wacana gender yang diangkat dalam sajian iklan Sunlight Extra Higienis Baru dapat memicu beragam pemaknaan dan

diskusi dari berbagai kalangan masyarakat. Iklan Sunlight Extra Higienis Baru membawa isu peran ganda perempuan untuk diangkat sebagai sajian cerita yang dapat menciptakan citra produk bagi konsumen. Isu peran ganda yang diangkat dalam iklan juga dapat memberikan bahan kajian kritis tentang manifestasi ketidakadilan gender yang masih terjadi hingga saat ini.

Praktisi periklanan memanfaatkan dengan baik kelebihan media untuk menyebarkan kultur budaya kepada masyarakat. Medium iklan dapat menjadi sarana komunikasi yang paling efektif untuk mensosialisasikan dan menanamkan nilai-nilai gender dalam masyarakat. Representasi peran ganda dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru menjadi upaya untuk tetap mempertahankan nilai budaya patriarki yang menempatkan peran utama perempuan berada di wilayah domestik. Pembaharuan simbol dan tanda baru yang ditambahkan untuk merepresentasikan perempuan pekerja dalam iklan dapat membawa perubahan besar dalam struktur sosial dan membantu membentuk sketsa gender dalam kehidupan. Melalui representasi peran ganda dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru masyarakat didorong untuk lebih peka dan kritis dengan isu-isu gender, terutama yang dapat memicu pemaknaan subjektif tentang ketidakadilan yang masih dirasakan perempuan.

### **C. Saran**

Setelah melakukan analisis terhadap iklan Sunlight Extra Higienis Baru, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai upaya tindak lanjut dari isi penelitian, yaitu:

1. Bagi praktisi, terutama yang terikat dalam industri periklanan untuk lebih banyak menampilkan sajian iklan yang merepresentasikan realitas sosial yang sesuai dengan era saat ini. Menampilkan sajian iklan yang menggambarkan hubungan kerja sama suami dan istri dalam membina rumah tangga akan mendorong terciptanya alternatif budaya baru yang lebih harmonis.
2. Bagi khalayak, diharapkan untuk lebih peka dalam melihat isu gender yang diangkat dalam sajian iklan. Khalayak diharapkan dapat lebih kritis dalam memaknai pesan yang disampaikan.

Bagi akademisi, penelitian terkait isu-isu gender terlebih perempuan dalam sajian iklan sejatinya perlu untuk dikembangkan. Dapat melakukan penelitian lanjutan untuk meneliti iklan yang relevan dengan era sekarang ini, yaitu era hubungan berbasis kerja sama antara suami dan istri dalam membina rumah tangga.

