

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dalam video iklan Djarum Super “Salt Flat Bolivia” laki-laki digambarkan sebagai laki-laki yang maskulin. Sifat maskulin tergambar dari aktivitas yang dilakukan seperti melewati jalan paling berbahaya di dunia, berkemah di padang gurun, melewati pada gurun, melintasi daratan garam terluas dunia hingga menaiki *flyboard* di daratan garam tersebut. Lalu sifat maskulin juga ditunjukkan melalui barang-barang atau property yang digunakan dalam iklan seperti mobil Willis, tenda yang digunakan saat berkemah, dan juga *flyboard*.

Pada intinya laki-laki yang disebut laki-laki maskulin adalah laki-laki yang senang berpetualang, tinggal di alam, yang suka melakukan hal *extreme*, gaya hidup yang bersifat konsumtif, mengikuti *trend*, dan laki-laki yang dapat menemukan teknologi.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Saran bagi peneliti selanjutnya terlebih untuk peneliti yang memilih konsentrasi media adalah lebih dalam mengkaji fenomena-fenomena yang ada pada media khususnya dalam penggambaran laki-laki dan *gender*. Metode yang digunakan peneliti ialah semiotika milik Charles Sanders Peirce. Peneliti berharap agar peneliti-peneliti selanjutnya mampu menggunakan metode yang berbeda seperti dari Roland Barthes dan John Fiske. Penelitian ini perlu dilanjutkan secara mendetail dengan literature

tambahan agar hasil penelitian ini lebih sempurna dalam memandang maskulinitas laki-laki.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi media yang ingin menampilkan laki-laki sebagai tokoh dalam iklan. Sebaiknya lebih lagi menampilkan maskulinitas laki-laki dalam sudut pandang lain seperti laki-laki dan *trend* gaya hidup, busana dan hobby yang menggambarkan maskulinitas laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bourdieu, Pierre. 2010. *Dominasi Maskulin*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Colby, Lauren. 2014. *In Defense of Smokers*. Indonesia Berdikari
- Gay, Paul Du, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay, & Keith Negus. 1999. *Doing Cultural Studies : be Story of the Sony Walkman*. California : SAGE Publication.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*. PAU Ekonomi UI
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa*. Jakarta : Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nugroho, Riant. 2008. *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Sunaryo, Thomas. 2013. *KRETEK Pusaka Nusantara*. SAKTI

Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta : Media Pressindo

Jurnal

Daniel, Fachrial. (2011). "Analisis Semiotika Tentang Konsep Diri dalam Iklan Rokok A Mild Versi "Cowok Blur" Go Ahead 2011".

Feralina, Novi. (2013). "Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal Dalam Iklan Class Mild versi "MACET" di Media Televisi". *eJournal Ilmu Komunikasi* Vol.1 (4), 353-365.

Hasyim, Nur. (2017). "Kajian Maskulinitas dan Masa Depan Kajian Gender dan Pembangunan di Indonesia". *JSW : Jurnal Sosiologi Walisongo – Vol.1(1)*.

Khusnaeni, Nuri Luluk, Edy Yulianto dan Sunarti. "Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.47 (2).

Syaifullah, Jahid. (2016). Analisis Semiotik Tentang Kekuasaan Dan Maskulinitas Pada Tampilan Website Gudang Garam Pria Punya Selera". *Jurnal INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta* Vol.1 (3).

Syaifullah, Jahid. (2017). "Representasi Kuasa Maskulinitas Dalam Iklan Rokok Gudang Garam International Pria Punya Selera Di Media Iklan Luar Ruang Di Soloraya". Jurnal IKON Prodi D3 Komunikasi Massa – Politeknik Indonusa Surakarta Vol.1 (5).

Syulhajji. (2017). "Representasi Maskulinitas Dalam Film Talak 3". *eJournal Ilmu Komunikasi* Vol.5 (2), 1-11.

Violetta, Tesalonika Tosca. (2018). “*Representasi Perempuan di Ruang Publik Dalam Film Suffragette*”.

Wijayanti, Anastasia Kusuma (2018). “Gambaran Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Video Musik Bertema Gastronomi Katy Perry “Bon Appetit””.