



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Iklan merupakan agen propaganda gaya hidup yang berkontribusi terhadap perkembangan gaya hidup di masyarakat. Salah satu gaya hidup yang berkembang adalah tren kecantikan, yang sekarang telah terlihat pada identitas seorang pria. Lini khusus produk perawatan pria asal Korea Selatan, Laneige Homme mempublikasikan iklan yang secara tidak langsung mempersuasi pria untuk lebih memperhatikan penampilannya. Pergeseran ini tidak lepas dari peran sebuah media, yang didukung oleh teknologi informasi dalam membentuk budaya citra dan budaya cita rasa. Jadi, iklan tidak sekadar bertujuan untuk mempromosikan produk, tetapi juga merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus pentingnya citra diri untuk tampil di depan umum.

Hasil penelitian menunjukkan pria metroseksual dalam iklan Laneige Homme Ft. Park Seo Joon direpresentasikan sesuai dengan konsep dan budaya yang berlaku di Korea Selatan, yaitu *big city living*, *positive style maker*, *favoring feminine looks* dan *caring for appearance and fashion style*. Kehidupan di kota besar (*big city living*) ditandai dengan gaya hidup pria metroseksual Korea Selatan yang biasanya berasal dari kalangan menengah ke atas, yang bisa dilihat dari tanda-tanda yang muncul pada iklan, berupa aktivitas olahraga, konsumsi kopi dan objek berupa mobil yang dimilikinya. Pria metroseksual Korea Selatan juga dikategorikan sebagai *leisure class*, yang mempunyai waktu dan biaya untuk merawat tubuhnya.

Gaya berpakaian pria metroseksual Korea Selatan juga memiliki pengaruh dalam mendapatkan pengakuan di Korea Selatan, sehingga mereka memberikan perhatian lebih terhadap cara berpakaian. Selain itu, alasan gaya berpakaian menjadi pusat perhatian bagi pria metroseksual Korea Selatan juga disebabkan oleh gaya berpakaian yang rapi dan trendi dapat memberikan pengaruh positif dari orang lain. Nilai kecantikan di Korea Selatan mendorong pria untuk lebih peduli terhadap kondisi kulit wajahnya (*favoring feminine looks*), yang bisa dilihat pada ketiga versi iklan bahwa pria metroseksual Korea Selatan memiliki kebutuhan akan produk tersebut.

Perilaku yang sangat memperhatikan penampilan tidak hanya terlihat dari penggunaan produk perawatan kulit wajah saja, tetapi juga dari tubuhnya (*caring for appearance and fashion style*). Tanda-tanda yang muncul pada iklan tersebut menunjukkan bagaimana penampilan memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan sosial di Korea Selatan. Hal ini bisa ditunjukkan dari aktivitas olahraga yang dilakukannya untuk mendapatkan tubuh yang sehat dan juga bentuk yang ideal, sedangkan gaya berpakaian dapat menunjang penampilannya dalam mendapatkan kesuksesan sosial.

Selain itu, pria metroseksual Korea Selatan juga menunjukkan perilaku narsis dan percaya diri yang bisa terlihat dari bagaimana rasa kepercayaan dirinya yang meningkat setelah menggunakan produk perawatan kulit. Meningkatkan kepercayaan diri memang merupakan salah satu alasan dari pria Korea Selatan dalam menggunakan produk-produk perawatan kulit. Bahkan, perilaku konsumsi

mereka juga bisa dipengaruhi oleh perilaku narsistik, dikarenakan akan mendorong mereka untuk mengonsumsi sesuatu untuk membedakan dirinya dengan orang lain.

Melalui iklan tersebut, para pria dipersuasi untuk lebih memperhatikan penampilannya agar mendapatkan pengakuan di depan umum. Hal ini kembali mengacu pada kehidupan sosial di Korea Selatan yang sangat dipengaruhi dengan pengakuan di depan umum. Selain itu, masyarakat Korea Selatan juga sangat memperhatikan penampilan dikarenakan berhubungan dengan tingkat kesuksesan seseorang. Bahkan, kepribadian seseorang di Korea Selatan dapat dinilai berdasarkan penampilannya, sehingga memperhatikan penampilan merupakan hal yang memang dilakukan oleh masyarakat, khususnya pria metroseksual Korea Selatan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian yang lain dalam mengkaji pria metroseksual. Metode penelitian yang disarankan adalah metode wawancara mendalam atau fenomenologi, dengan tujuan untuk mendapatkan alasan yang lebih *detail* dari responden, yang mencakup opini, motivasi, nilai ataupun pengalamannya.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis penelitian ini ditujukan kepada pembuat iklan kecantikan agar bisa menggunakan jenis iklan persuasif lainnya yang bersifat tidak

langsung dalam mendefinisikan pria metroseksual, misalnya dengan menggunakan *web series* atau video pendek yang memiliki episode-episode singkat. Hal ini bisa menjadi sarana untuk mengembangkan hubungan emosional yang lebih dalam dengan target konsumen, dikarenakan pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut sejalan dengan gaya hidup dan kebiasaan yang dilakukan oleh pria metroseksual.