

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa iklan Nivea Men Creme #RealMen dan Nivea Men Deep Espresso Deo #SegarTerusMenangTerus terdapat pesan gaya hidup pria metroseksual dalam produk perawatan khusus pria. Produk yang dipasarkan merupakan produk grooming pria yaitu creme dan deodoran yang keduanya berguna untuk merawat penampilan dan juga untuk mengharumkan tubuh yang keduanya merupakan perawatan tubuh yang esensial bagi pria metroseksual. Selalu wangi, dan memiliki kulit bersih merupakan gambaran dari pria metroseksual, maka dari itu kedua iklan ini merepresentasikan metroseksual.

Pemaknaan metroseksual pada iklan Nivea Men Creme #RealMen adalah laki-laki metroseksual merupakan sosok yang peduli dengan kesehatan fisik, merawat kulit, dan gemar grooming agar terlihat menarik di mata sendiri dan juga mata orang lain sebagai pria metroseksual yang selalu tampil segar. Terdapat mitos dalam iklan Nivea Men Creme #RealMen, yaitu laki-laki metroseksual adalah sosok yang bersih, penuh gaya, dan memiliki daya tarik bagi lawan jenis dan sesama jenis. Namun untuk menjadi laki-laki metroseksual harus terlebih dahulu mengorbankan waktu dan dana demi merawat penampilan.

Pemaknaan metroseksual pada iklan Nivea Men Deep Espresso Deo #SegarTerusMenangTerus adalah laki-laki metroseksual harus wangi, terlihat segar dan penuh gaya, serta membangun interaksi dengan orang lain sehingga dikagumi banyak orang. Sementara itu mitos dalam iklan Nivea Men Deep Espresso Deo #SegarTerusMenangTerus adalah seorang laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang deman menghabiskan waktunya di daerah metropolis, berani mengekspresikan gaya nya ke publik, dan yang paling penting harus selalu wangi.

Metroseksual yang ditampilkan dari kedua iklan bersifat internal dan eksternal, yaitu bagi kepuasan dirinya sendiri untuk tampil bersih, wangi, dan penuh gaya, serta dapat menunjukan pada orang lain bahwa kedua iklan mengekspresikan gaya para aktor ke orang lain. Selain itu dalam iklan Nivea Men Creme #RealMen diperankan oleh banyak aktor yang tidak ada aktor *headline* khusus. Sementara pada iklan Nivea Men Deep Espresso Deo #SegarTerusMenangTerus diperankan oleh seorang aktor laga pemain bola asli Indonesia yang sudah terkenal. Hal ini menunjukkan kecenderungan masyarakat Indonesia yang lebih menyukai iklan dengan figur yang masyarakat Indonesia kenali oleh karena itu iklan Nivea Men Deep Espresso Deo #SegarTerusMenangTerus lebih memiliki lebih banyak *views* ketimbang iklan Nivea Men Creme.

5.2 Saran

Dilihat dari penelitian ini, terdapat saran yang dapat berguna bagi kedepannya. Dalam saran teoritis, studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para akademis terkait dengan konsep *new masculinity* yaitu Metroseksual. Hal ini dapat memberikan perspektif yang berbeda bahwa masyarakat sudah tidak lagi zaman

memandang pria harus benar-benar maskulin, karena *old masculinity* sudah kuno. Untuk saran akademis diharapkan ada yang mengambil kasus pria Metroseksual dari sumber utama yaitu pria Metroseksual itu sendiri, dan diharapkan ada yang melanjutkan penelitian terkait metroseksual dalam iklan produk perawatan pria khususnya dalam produk sabun muka dan pelembap pria dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes, Dengan meneliti produk sabun muka dan pelembap untuk pria sebagai penelitian selanjutnya dapat diharapkan bagaimana gaya *grooming* pria menjadi gaya hidup pria metroseksual, dan dengan menggunakan semiotika Roland Barthes dapat menelaah makna representasi secara mendalam, dan juga menemukan mitosnya.

Sementara itu, saran praktisnya untuk masyarakat sebagai konsumen agar seharusnya lebih mementingkan literasi iklan, dan menampilkan iklan dengan gaya pria metroseksual dari sisi pria metroseksual itu sendiri dan juga metroseksual dari pandangan masyarakat karena dalam perspektif masyarakat, metroseksual dapat memposisikan dirinya tidak hanya dengan sesama jenis, tapi juga bagi lawan jenis dan kebiasaan yang mereka lakukan seperti *grooming*, dan merawat diri tidak hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri tapi bagi orang lain di sekitarnya.