



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 Minyak Kayu Putih Cap Lang versi Kasih Ibu dan Iklan Layanan Masyarakat “Pilih Caleg Perempuan” merepresentasikan berbagai jenis ideologi gender. Mulai dari ideologi patriarki, ideologi familialisme, ideologi ibuisme, dan ideologi umum (publik).

Apabila ditelaah satu per satu *scene* dalam kedua iklan tersebut, maka akan ditemukan wujud nyata gambaran jenis-jenis ideologi gender. Namun, terdapat dua jenis ideologi gender yang dominan dalam kedua iklan ini, yaitu ideologi patriarki dan ideologi umum (publik).

Ideologi patriarki masih kental terlihat dalam iklan tersebut lantaran dipengaruhi budaya Jawa yang sangat dominan dianut oleh masyarakat di Indonesia. Dalam keluarga, ideologi patriarki ini terpelihara secara baik di lingkungan masyarakat tradisional maupun masyarakat modern. Sedangkan, ideologi umum (publik) terlihat dominan karena dipengaruhi oleh besarnya harapan perempuan akan terwujudnya kesetaraan gender antara laki-laki

dan perempuan. Lingkungan sosial dan interaksi antar masyarakat menjadi tempat diproduksi ideologi umum ini.

Terciptanya ideologi tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang dianut oleh masyarakat. Budaya merupakan “alat” yang dipakai untuk memproduksi sebuah ideologi. Oleh karena itu, ideologi dan budaya adalah dua hal sulit untuk dipisahkan dalam tatanan sosial di tengah masyarakat.

Melalui tanda visual maupun tanda non visual inilah ideologi gender umum berhasil direpresentasikan oleh tokoh ibu dalam Iklan Minyak Kayu Putih Cap Lang dan Iklan Layanan Masyarakat “Pilih Caleg Perempuan”. Pada kedua iklan tersebut terlihat bahwa tokoh ibu ingin merepresentasikan ideologi gender umum dengan melakukan beberapa pekerjaan yang selama ini biasa dilakukan oleh laki-laki, seperti menjadi analis kesehatan dan wakil rakyat dalam pemerintahan.

Selain itu, peneliti juga menemukan bentuk dominasi perempuan dalam iklan minyak kayu putih cap lang, yakni perempuan adalah pengambil keputusan di sektor ekonomi yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan rumah tangganya. Sedangkan bentuk dominasi perempuan dalam iklan layanan masyarakat “Pilih Caleg Perempuan”, yakni perempuan adalah pengambil keputusan di sektor politik.

## 5.2 Saran

Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran yang dibagi menjadi tiga bagian, yakni saran praktis, saran akademis, dan saran untuk pemerintah. Saran praktis yang ingin peneliti sampaikan adalah pembaca diharapkan lebih memahami bahwa apa yang disampaikan media merupakan representasi dari realitas dan tidak boleh dipahami sebagai kebenaran yang sesungguhnya. Pembaca hendaknya lebih memahami bagaimana cara memaknai sebuah produk media.

Saran akademis yang ingin peneliti sampaikan adalah bagi para peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian ini disarankan untuk menggunakan paradigma kritis serta menggunakan model analisis Semiotika Roland Barthes. Hal ini disampaikan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam.

Saran untuk pemerintah yang ingin peneliti sampaikan adalah pemerintah diharapkan lebih aktif dalam melakukan kontrol terhadap media penyiaran dan diharapkan pemerintah dapat mengusulkan agar dalam pendidikan ditambah mata pelajaran tentang media massa. Hal ini mengingat masyarakat masih kurang memahami tentang peran dan akibat yang dapat timbul dari media massa.