

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dalam Iklan Fair and Lovely versi Nikah atau S2 (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce), peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis Iklan Fair and Lovely versi Nikah atau S2 ini menunjukkan bahwa hal yang paling kuat yang melatar belakangi terbentuknya ideologi feminisme adalah pilihan hidup seorang perempuan dalam iklan ini. Iklan ini memperlihatkan tokoh utama perempuan yang berusaha memperjuangkan hak yang sama dengan laki-laki dalam segi ekonomi, dan juga pendidikan. Sesuai dengan kondisi hidup masyarakat saat ini bahwa perempuan bisa bebas menentukan pilihannya, perempuan tidak harus selalu tunduk pada aturan yang sudah ada, begitupun dalam hal memilih untuk menikah atau melanjutkan pendidikannya.
2. Iklan Fair and Lovely versi Nikah atau S2 ini juga memberikan kesan Feminisme dengan memunculkan makna perempuan identik dengan kelembutannya, Dalam iklan ini terdapat karakter ibu pengasuh yang menganut teori feminisme gender dan berpendapat bahwa gender laki-laki dan perempuan secara biologis dan psikologis berbeda satu sama lain, yaitu kelembutan, kesederhanaan, sifat mendukung, kepedulian dan ketidakegoisdibandingkan dengan laki-laki yang memiliki kekerasan hati,

ambisi, keberanian, kemandirian, ketegasan dan ketahanan. Ketika pemahaman bersama tentang materi yang dikomunikasikan antara komunikator dan pembicara tercapai, komunikasi sebagai proses dikatakan telah terjadi. Istilah semiotik disini sangatlah berperan, untuk itu diperlukan perpaduan yang tepat antara Sign, Objek dan Interpretant untuk menyampaikan analisis dengan tepat.

B. Saran

1. Dalam iklan ini terdapat tokoh pedamping yaitu teman dari tokoh utama si perempuan yang hanya berbicara bahwa “kamu akan menemukan jawabannya” padahal seharusnya pendamping wanita muda dapat membantu dengan memilih salah satu pilihan untuk pernikahan atau pendidikan pascasarjana yang diminta darinya, sehingga dia dapat mengambil keputusan yang bijaksana untuk mendukung orang yang sangat perempuan untuk lebih yakin dan memahami realitasnya sebagai individu yang bebas.
2. Di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat didalam lingkup masyarakat atau perempuan terlebih lagi di era zaman modern saat ini hendaknya bisa mendapatkan gambaran dan menemukan jawaban melalui penelitian Iklan ini apakah nantinya keputusan mereka tepat dalam memilih untuk menikah atau melanjutkan pendidikan S2 nya.
3. Kemudian saran lain dalam penelitian ini dapat memberikan referensi bagi para peneliti lain yang ingin meneliti makna iklan di televisi maupun di *channel* youtube.