

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sensualitas perempuan yang di representasikan dalam iklan parfum Casablanca versi “*Teenage Dream*” dan apa ideologi yang terkandung dibalik iklan tersebut.

Penelitian ini sudah menemukan hasil bagaimana sensualitas perempuan di representasikan dalam iklan parfum Casablanca versi “*Teenage Dream*”. Penelitian ini mengungkap jika iklan parfum Casablanca ini melibatkan model atau aktris, *setting* tempat, *properties*, *frame sizes*, *camera angles*, dan *color saturation* sebagai media dalam menyampaikan sisi sensualitas perempuan. Terdapat beberapa kesimpulan yang didapat, yaitu:

1. Bahwa sisi sensualitas perempuan dalam iklan parfum Casablanca versi “*Teenage Dream*” menunjukkan jika tubuh perempuan pada saat ini sudah menjadi konsumsi publik. Dengan para pemeran perempuan yang menggunakan busana- busana seksi, dan terdapat adegan perempuan yang sedang mandi (tanpa menggunakan busana). Seakan bagian dari tubuh perempuan menjadi sesuatu hal yang layak ditampilkan pada sebuah iklan yang dapat tayang pada pukul berapa saja, disaat anak- anak di bawah 17 tahun juga sedang menonton televisi. Kemudian, dalam iklan parfum Casablanca menggambarkan suasana dari suatu realita yang terjadi di dalam masyarakat, gambaran itu terlihat dari adegan dimana laki- laki banyak disukai oleh para perempuan cantik dan seksi. Artinya hal tersebut merupakan realita sosial yang dapat menimbulkan berbagai macam persepsi dari masyarakat. Selain menghasilkan sisi sensualitas perempuan, dalam iklan parfum Casablanca ini juga menunjukkan strata sosial dalam masyarakat menengah ke atas. Hal tersebut ditunjukkan dengan *setting* tempat yang berada di sebuah kamar apartemen dan tempat hiburan malam, dan juga *property*

yang digunakan berupa kendaraan mewah, jam tangan bermerk, dan handphone bermerk pula.

2. Dan dalam penelitian ini terdapat dua ideologi yang ada dibalik iklan parfum Casablanca, yaitu: feminisme dan materialisme.

### **5.2.1. Implikasi**

#### **5.2.1. Implikasi Teoritis**

Terkait implikasi teoritis, penelitian ini semakin memperbanyak penelitian terkait analisis semiotika, terutama analisis semiotika Roland Barthes terhadap iklan di televisi.

#### **5.2.2. Implikasi Praktis**

Terkait implikasi praktis, penelitian ini akan menjadi salah satu referensi dalam praktik analisis semiotika terhadap iklan di televisi. Penelitian ini akan memberikan pemahaman bagaimana suatu iklan yang diproduksi dengan berbagai pesan yang ingin disampaikan dapat membentuk suatu makna. Dalam penelitian ini, makna yang dimaksud merupakan makna sensualitas perempuan yang ingin direpresentasikan melalui iklan televisi.

#### **5.2.3. Implikasi Sosial**

Terkait implikasi sosial, sebagai penelitian yang berhubungan dengan sisi sensualitas dari perempuan yang bisa saja memberikan dampak bagi masyarakat. Memang pada hakekatnya iklan merupakan sebuah karya fiksi, namun iklan dapat membentuk realitas sosial dalam pemahaman masyarakat. Penelitian ini tidak hanya sekedar menggambarkan sisi sensualitas perempuan semata, lebih dari itu penelitian ini juga mempersuasi masyarakat untuk dapat lebih kritis dalam menonton setiap tayangan di televisi baik iklan ataupun yang lainnya.

### **5.3. Rekomendasi**

Terdapat beberapa rekomendasi untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian serupa. Pertama, disarankan kepada peneliti selanjutnya agar memperbanyak bahan-bahan atau wacana- wacana yang berkaitan dengan objek, karena semiotika merupakan metode kajian yang membutuhkan wawasan yang luas untuk bisa mendapatkan kajian yang mendalam. Kedua, jika akan menggunakan iklan untuk bahan yang akan diteliti dengan semiotika, diharapkan menggunakan iklan yang durasinya menurut standar iklan kurang lebih 60 detik karena penggunaan iklan yang terlalu panjang dapat mempersulit penelitian. Ketiga, disarankan peneliti selanjutnya dapat mencoba untuk meneliti lebih dari satu iklan.