

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Representasi pria metroseksual dalam iklan shampo Pantene *Miracles Hair Supplement* versi Keanu Angelo adalah pria metroseksual yang digambarkan melalui adegan seperti Keanu yang marah – marah, Keanu yang lelah dengan kondisi rambutnya dan Keanu yang bercerita kepada temannya tentang dirinya yang kalau capek bawaannya mau marah-marah terus.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa adanya pergeseran pandangan terhadap pria yang menunjukkan emosionalnya. Pada umumnya pria dikenal sebagai pribadi yang rasional yang memiliki sedikit rasa empatetik, namun kini pria metroseksual menjadi lebih peka terhadap perasaan orang lain ditunjukkan dengan perhatiannya pada keluarga, pasangan maupun sahabatnya. Pria metroseksual tidak malu–malu lagi untuk menyampaikan perasaannya pada orang lain dan juga sebaliknya mereka bersedia mendengarkan dengan penuh empati pada orang lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis berikan pada saat penelitian telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran Akademis

Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya dapat memperkaya penelitian ini dengan iklan sejenis atau menggunakan metode penelitian yang lain.

2. Saran Praktis

Pemilihan bintang iklan dalam suatu iklan juga menjadi pertimbangan dalam menyampaikan ide iklan tersebut, baik secara visual, audio ataupun naratif. Kedepannya peneliti berharap bahwa praktisi di bidang advertising

terutama dalam industri kecantikan dapat lagi mengembangkan iklan-iklan dengan menawarkan gagasan alternatif terkait gender dan kecantikan.

