

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Jadi, pada hasil akhir penelitian yang dilakukan penulis, stereotip maskulinitas pria metroseksual pada iklan televisi parfum Axe “*Dark & Gold Temptations*” tercipta dari dominasi dua sosok pria parfum Axe yang berbeda. Pertama, stereotip Sosok pria dengan parfum Axe “*Dark Temptations*” yang menggambarkan sosok pria dengan kelembutan, kehangatan, bersahabat, sentosa, dan rendah hati serta menggambarkan sosok pria metroseksual dengan gaya yang sederhana namun sangat fashionable. Kedua, stereotip sosok pria dengan parfum Axe “*Gold Temptations*” dengan menggambarkan sosok pria yang sangat elegan dan mewah dari penampilannya serta memiliki sifat yang serius dan berwibawa. Kedua pria tersebut juga menandakan bahwa parfum yang digunakan berbeda, artinya dalam satu iklan ini di dalamnya terdapat dua produk sekaligus. Hal tersebut merupakan hal menarik serta unik dan dapat menjadi salah satu strategi beriklan untuk menghemat biaya.

Stereotip maskulinitas pria metroseksual dari dua sosok pria parfum Axe “*Dark & Gold Temptations*” tersebut tercipta dari pemaknaan teori Roland Barthes yaitu mengartikan makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada iklan. Pada proses analisa juga ditemukan ciri-ciri maskulinitas pria metroseksual yang mendukung terbentuknya stereotip. Ciri-ciri tersebut ada lebih dari satu, namun yang paling sering muncul adalah

*He is surrounded by female friends with whom he may not have a sex* (dia dikelilingi oleh teman wanitanya yang mungkin tidak berhubungan sex) dan *He is Interested in Grooming and Personal Care* (dia tertarik dengan dandan & perawatan diri). Hal tersebut menunjukkan bahwa memang iklan tersebut memunculkan stereotip tentang maskulinitas pria metroseksual. Selain itu dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kedua pria tersebut sering muncul dalam beberapa *scene*. Dari 20 *scene*, kedua pria tersebut muncul di 10 *scene* secara jelas dan 3 *scene* yang hanya diperlihatkan samar-samar. Hal tersebut mendukung suksesnya pemaknaan dalam sebuah iklan. Dalam sebuah iklan tujuan yang sebenarnya adalah menyampaikan pesan komunikasi dari iklan tersebut agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, dengan sering munculnya kedua sosok pria tersebut, maka hal itu akan membantu menciptakan stereotip maskulinitas pria metroseksual yang kuat karena kedua sosok pria tersebut merupakan pesan komunikasi yang akan disampaikan ke masyarakat pada iklan televisi parfum Axe “*Dark & Gold Temptations*” ini.

## **5.2 Saran**

Seperti yang kita ketahui bahwa dalam iklan ini terdapat dua produk sekaligus. Hal tersebut bisa menjadi saran bagi perusahaan untuk memiliki konsep unik seperti ini karena dapat menghemat biaya iklan yang akan dikeluarkan. Selain itu penelitian ini dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya yang dimana nantinya penelitian selanjutnya bisa meneliti lebih kepada makna audio-visual nya atau semiotika dari pandangan lainnya.