

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Iklan *Dove Body Wash* edisi *Nutrium Moisture* telah memberikan sedikit pemahaman tentang bagaimana macam persepsi mengenai eksploitasi wanita yang terjadi. Melalui analisis semiotika Roland Barthes yang membedah beberapa tanda yang muncul di dalam iklan sabun mandi *Dove body wash* edisi *nutrium moisture*. Ada beberapa fakta yang ditemukan oleh peneliti, diantaranya :

1. Adanya bentuk eksploitasi dan menimbulkan beberapa macam persepsi, yaitu dalam iklan sabun mandi *Dove body wash* ini wanita yang dijadikan objek eksploitasi sebagai daya tarik untuk sebuah produk, misalnya dengan menampakkan dada, bahu, paha ketika mandi dengan ekspresi yang senang.
2. Penggunaan wanita sebagai media eksploitasi iklan yang terdapat dalam iklan *Dove body wash nutrium moisture* termasuk dalam salah satu budaya kapitalis yang terdapat didalam media. Eksplorasi besar-besaran selalu di kaitkan terhadap tubuh perempuan, untuk menggali segala potensi kekuatannya (*power*), khususnya kekuatan tanda, bahasa tubuh (*body sign*).
3. Dalam masyarakat kapitalis, periklanan tidak dapat dihindari. Keduanya memiliki hubungan simbiosis yang saling menguntungkan. Namun, tidak jarang iklan dan kapitalis mengambil keuntungan dari beberapa pihak yang

menjadi objek dominasi, seperti perempuan yang terus menjadi objek sensual dalam iklan.

4. Mitos yang ditemukan dalam ketiga scane ini seseorang yang ingin memiliki tubuh yang indah seperti para model iklan, bukan hanya memakai produk tersebut saja namun butuh proses yang tidak mudah dan butuh waktu yang lumayan lama dari gaya hidup sehat, olahraga, dan sebagainya dan tidak hanya beberapa minggu saja atau hanya memakai produk tersebut itu saja, apalagi jika pigmen kulitnya yang asalnya memang tidak putih.

Tak hanya itu peneliti juga menekankan dalam sisi agama islam khususnya eksploitasi wanita itu tidaklah baik, apalagi sampai mengumbar aurat dan itu telah jelas di al-quran bahwa wajib bagi perempuan untuk menutup aurat dan menjaga auratnya dari pandangan umum dan itu menjadi hal yang bertentangan ketika masuk dalam dunia periklanan.

B. Saran

1. Saran akademis
 - a. Semiotika merupakan metode kajian yang membutuhkan wawasan yang luas untuk bisa mendapatkan kajian yang mendalam. Untuk itu, disarankan kepada penulis-penulis lain agar memperbanyak wacana-wacana yang berkaitan dengan objek analisisnya.
 - b. Untuk penggunaan iklan yang akan di teliti dengan semiotika diharapkan menggunakan iklan yang mempunyai makna, dan

menggunakan persoalan yang belum di pecahkan oleh peneliti dalam bentuk eksploitasi.

- c. Saran yang terakhir jangan hanya menggunakan satu metode penelitian saja akan tetapi usahakan menggunakan berbagai macam teori untuk mengetahui tanda-tanda yang tersembunyi. Sehingga dalam penelitian akan banyak mcam dan ragamnya.

2. Saran peraktis

Dunia iklan adalah dunia dimana kita akan dimanjakan dengan dengan ide-ide dan strategi kreatif yang membuat kita kan tertantang dibuatnya. Banyaknya strategi dan tak terbatasnya ide yang membuat suatu perkembangan pesat dalam dunia iklan di sisi lain, dunia iklan juga hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menjual suatu produk. Peneliti menyarankan agar para insane kreatif iklan menggunakan seluas mungkin ide-ide yang ada sebagai suatu bentuk kreatifitas iklan yang tidak hanya sebagai media untuk menjuak suatu produk.