

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Gender dan jenis kelamin adalah dua hal yang berbeda. Gender merujuk pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan sebagai bentukan sosial yang timbul akibat pola pikir keagamaan dan budaya sosial masyarakat. Sedangkan jenis kelamin membedakan manusia secara biologis menurut kodratnya. Konsep gender dalam pengembangan masyarakat Islam adalah kesetaraan gender yang meliputi penghapusan diskriminasi dan ketidakadilan struktural. Kesetaraan yang dikatakan al-Qur'an bukan berarti harus menyamai kedudukan laki-laki dan perempuan dalam segala hal. Akan tetapi, masing-masing sudah memiliki tugas dan fungsinya tersendiri dimana batasan-batasan ini secara tegas terdapat dalam al-Qur'an agar keseimbangan dunia tetap terjaga dan perempuan terlindungi.
2. Sebuah iklan mampu memberikan dorongan bagi audiensnya membentuk/menciptakan imajinasi atau khayalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi. Dalam upaya memuat kesadaran masyarakat terhadap gender, pemberdayaan perempuan diposisikan sebagai salah satu agenda dalam pengembangan

masyarakat Islam, karena media iklan harus lebih sensitive gender. Apalagi terhadap perempuan yang berprofesi sebagai model di media iklan yang seringkali mendapatkan *stereotype* negatif dari masyarakat. Dengan adanya pemberdayaan tersebut, antara lain berupa gerakan penyadaran terus-menerus dan berkelanjutan kepada pihak pengiklan maupun perempuan sehingga tidak terjadi lagi penyebaran *stereotype* yang merugikan pihak perempuan. Sebagaimana dalam UU HAM mengenai keterlibatan perempuan dalam pembangunan sosial, dan aspek hukum periklanan yang tujuannya melindungi segala akibat yang ditimbulkan dari suatu iklan di media digital.

B. Saran

1. Beberapa saran dalam penelitian ini antara lain ditujukan kepada, pertama Institusi media. Gender mainstreaming atau pengarusutamaan isu gender dalam praktek pengiklanan di dunia media digital (media online) sebaiknya menjadi salah satu program. Para industri/pemilik modal iklan media online sudah saatnya dibekali dengan pendidikan kesetaraan dan keadilan gender. dengan demikian media iklan mereka dapat lebih sensitive gender.

2. Selain itu, untuk membangun pemahaman dan kesadaran kepada publik, maka lembaga-lembaga non-pemerintah seperti Lembaga Swadaya Masyarakat disarankan untuk terus melakukan perjuangan dan langkah advokasi terhadap berbagai ketidakadilan gender dalam masyarakat, termasuk yang dilakukan oleh media konvensional maupun media online dalam mengiklankan produk/barang/jasa terhadap posisi dan peran perempuan.