

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.I. Kesimpulan

Pada iklan kondom Fiesta versi “*Safety Airlines*” ini, peneliti menarik kesimpulan bahwa iklan ini memang mengandung adanya stereotip pramugari perempuan yang digambarkan bahwa pramugari perempuan adalah sosok yang seksi, penggoda para laki-laki, dan juga pelayan bagi laki-laki. Hal tersebut membuat perempuan-perempuan yang bekerja sebagai profesi pramugari merasa tersinggung, karena profesi pramugari pada iklan ini digambarkan sebagai pramugari yang seksi dengan seragam pramugari yang terbuka. Yang mana padahal seragam pramugari yang sebenarnya tidaklah terbuka seperti yang digambarkan pada iklan ini.

Pada analisis tanda ikon jelas sangat terlihat bahwa seragam pramugari pada iklan ini dirancang dengan ketat dan pendek agar lekukan tubuh mereka terlihat untuk memperkuat iklan mereka yang merupakan iklan kondom yang rata-rata penontonnya adalah laki-laki. Dari tanda ikon ini sudah bisa dilihat bahwa di dalam iklan ini mengandung stereotip perempuan, dimana tubuh perempuan yang indah dianggap dapat merangsang laki-laki, maka digambarkan juga di dalam iklan dengan pramugari perempuan yang menari sambil tangannya menelusuri tubuhnya yang seolah-olah sedang menggoda penumpang laki-laki. Tubuh

perempuan yang indah menjadikan media massa sering kali mengeksploitasi tubuh perempuan.

Pada analisis tanda indeks peneliti tidak begitu melihat adanya stereotip pramugari perempuan. Namun karena iklan ini dibuat dengan tema *Safety Airlines* untuk menunjukkan bahwa produk kondom Fiesta adalah kondom yang aman, maka untuk memperkuat tema tersebut mereka harus memakai properti-properiti yang berkaitan dengan keamanan yang ada di pesawat dan yang utama adalah memakai pramugari perempuan untuk menginstruksikan instruksi keselamatan.

Pada tanda simbol peneliti melihat adanya aktivitas pramugari perempuan yang sedang melayani penumpang dengan membantu memasang masker oksigen merupakan tugas utama dari pramugari. Stereotip yang peneliti lihat seperti pada stereotip di tanda ikon, yaitu stereotip perempuan yang menunjukkan bahwa pramugari perempuan yang sedang melayani penumpang laki-laki. Dimana hal ini merupakan stereotip perempuan atau istri harus melayani laki-laki atau suami.

Adanya profesi pramugari perempuan di dalam iklan kondom ini, menjadikan para perempuan yang berprofesi sebagai pramugari tidak terima. Mereka merasa iklan ini menimbulkan stereotip yang negatif bagi perempuan dengan profesi pramugari.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Berdasarkan fenomena yang ada mengenai stereotip pramugari perempuan, peneliti berharap analisis ini tidak berhenti pada analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Peneliti berharap, penelitian selanjutnya bisa diteliti lebih dalam dengan menggunakan metode yang lain seperti semiotika milik John Fiske dan Roland Barthes.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Saran praktis yang ingin peneliti sampaikan kepada pembaca adalah tidak hanya sekedar menonton iklan yang sering muncul di televisi ataupun di media sosial tetapi juga belajar lebih kritis dalam menilai segala penayangan yang ada di media. Untuk pembuat iklan bisa lebih spesifik menempatkan isu-isu stereotip tanpa merugikan salah satu pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bungin, Burhan. (2005). *Pornomedia: Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika, & Perayaan Seks Di Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Burton, Graeme. (2002). *More Than Meets The Eye: An Introduction To Media Studies*. London: Arnold.
- Hutagaol, Capt. Desmond. (2013). *Pengantar Penerbangan Perspektif Profesional*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation And Signifying Practices*. London: Sages Publication.
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Lee, Monle., & Carla Johnson. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Melliana, Annastasia. (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan Dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkiS.
- Munti, Ratna Batara. (2005). *Demokrasi Keintiman: Seksualitas Di Era Global*. Yogyakarta: LkiS.

- Nugroho, Riant. (2008). *Gender Dan Strategi Pengarus-Utamanya Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika Dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari.
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santiyasa, I Ketut Ari Guna. (2018). *Pramugari Guidebook: Menjadi Pramugari Bukan Lagi Sebuah Mimpi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Vera, Nawiroh. (2015). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wright, Barbara Drygulski. (1997). *Kiprah Wanita Dalam Teknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

**JURNAL**

- Hagijanto, Andrian D. (2000). *Figur Wanita Sebagai Penarik Pandang Dalam Iklan*. Nirmana, Vol. 2, No. 1, 1-11.
- Hermawati, Tanti. (2007). *Budaya Jawa Dan Kesetaraan Gender*. Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1, No.1, 18-24.
- Mudjiono, Yoyon. (2011). *Kajian Semiotika Dalam Film*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 1, 125-138.
- Murwani, Endah. (2010). *Konstruksi 'Bentuk Tubuh Perempuan' Dalam Iklan Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 1, 10-18.
- Noor, Firdaus., Ratu Nadya Wahyunigratna. (2017). *Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Iklan New Era Boots Di Televisi (Kajian Semiotika Roland Barthes)*. Ikraith-Humaniora, Vol. 1, No. 2, 1-9.
- Pah, Jemmy Junius. (2018). *Mitos Seksualitas Dalam Iklan*. Nyimak Jurnal Of Communication, Vol. 2, No. 1, 1-16.
- Razak, Akbar., Anisa., Yeptadian Sari. (2017). *Penerapan Konsep Futuristik Pada Bangunan Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pramugari Dan Pramugara Transportasi Darat, Laut, Dan Udara*. Jurnal Arsitektur Purwarupa, Vol. 01, No. 2, 79-83.
- Ratriyana, Ina Nur. (2016). *Evolusi Identitas Brand Di Tengah Arus Globalisasi*. Jurnal Scriptura, Vol. 6, No. 1, 14-20.

Siswati, Endah. (2014). *Representasi Domestika Perempuan Dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, No. 2, 179-193.

## INTERNET

- Cahaya, Kahfi Dirga. (2017). *Kondom Beraroma Digemari Di Indonesia*. Dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/08/18/121300920/kondom-beraroma-digemari-di-indonesia>, diakses pada 14 Agustus 2019.
- Condoms, Fiesta. (2017). “*Safety Officer*” *Fiesta Condoms TVC*. Dari <https://www.youtube.com/watch?v=FWog9pK4-d8>, diakses pada 8 Februari 2019.
- Indonesia, Durex. (2017). *Durex Invisible –Thinnest Ever*. Dari <https://www.youtube.com/watch?v=e6lthQrbin0>, diakses pada 10 Februari 2019.
- Indonesia, Kondom Sutra. (2014). *Sutra OK Push Up*. Dari <https://www.youtube.com/watch?v=JP8K2Vynsfg>, diakses pada 10 Februari 2019.
- Kristiyanto, Eko Noer. (2019). *Sensasi Pramugari*. Dari <https://www.pikiran-rakyat.com/kolom/pr-01325877/sensasi-pramugari?page=2c>, diakses pada 12 Desember 2019.

- Pratama, Akhdi Martin. (2018). *Mengintip Pelatihan Pramugari Lion Air Group di Lion City*. Dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/13/082255526/mengintip-pelatihan-pramugari-lion-air-group-di-lion-city?page=all>, 2 Oktober 2019.
- Permana, Dadan Eka. (2018). *Makna di Balik Seragam Pramugari Lion Air*. Dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3683392/makna-di-balik-seragam-pramugari-lion-air>, diakses pada 2 Oktober 2019.
- Rasputri, Herlinsa. (2018). *Infografik: Transformasi Seragam Pramugari Garuda Indonesia*. Dari <https://kumparan.com/@kumparantravel/infografik-transformasi-seragam-pramugari-garuda-indonesia>, diakses pada 2 Oktober 2019.
- Ramadhan, Maulana. (2017). *Iklan Kondom Fiesta Safety Airlines Tuai Kecaman Dari Forum Pramugari*. Dari <https://kumparan.com/@millennial/iklan-kondom-fiesta-safety-airlines-tuai-kecaman-dari-forum-pramugari>, diakses pada 8 Februari 2019.
- Tirta, Erlang Difa Pratama. (2018). *Penggambaran Seksualitas Perempuan Dalam Iklan Durex*. Dari <http://repository.wima.ac.id/16450/>, diakses pada 10 Februari 2019.

Tan, Ronald Jerzy. (2016). *Penggambaran Perempuan Dalam Iklan Kondom Sutra OK Versi Push UP*. Dari <http://repository.wima.ac.id/7019/>, diakses pada 10 Februari 2019.