

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Hasil interpretasi tanda dalam iklan XL Prioritas “*Never Felt Like This Before*” menunjukkan penggambaran perempuan yang modern, dalam iklan ini digambarkan dalam tiga hal yaitu dari sisi gaya hidup perempuan, peran perempuan, dan karakter perempuan. Gambaran perempuan modern yang tidak hanya sukses dalam kariernya, tetapi ia juga sukses dalam rumah tangganya. Di sini, XL berhasil menggambarkan perempuan sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan apa yang menjadi impian semua perempuan, yaitu perempuan modern yang sudah yakin dengan pilihannya, tidak punya keraguan, dapat mengatur, dapat menentukan pilihan yang tepat, dan diprioritaskan. Sesuai dengan tagline iklan XL Prioritas “*Never Felt Like This Before*”.

Pada hal yang pertama, dari sisi gaya hidup, gaya hidup sendiri pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhandiri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas) dan berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup perempuan modern yang tinggal dipertanian ini menunjukkan bahwa ia berasal dari kelas atas. Perempuan yang multi-tasking terlihat dalam iklan ini.

Ditambah lagi dengan perannya yang ia mainkan dalam kesehariannya, ia begitu profesional menjalankan kariernya sebagai *public figure*, tapi juga tetap mengambil peran dalam mengurus rumah tangga. Hal

ini merupakan sebuah mimpi semua perempuan yang ditampilkan dalam iklan XL Prioritas ini.

Kemudian dari sisi karakter perempuan itu yang tidak ada lagi rasa cemas, mengatur, dan diprioritaskan.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademik**

Saran bagi penelitian selanjutnya dalam melihat penggambaran perempuan dalam iklan XL Prioritas “Never Felt Like This Before” adalah lebih mengkaji fenomena terbaru yang ada di masyarakat, terlebih mengenai penggambaran perempuan dan dapat melengkapi bahasan mengenai bagaimana perempuan digambarkan dalam media.

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

Bagi penggiat industri kreatif dan media hendak mengkaji mengenai perempuan dari berbagai aspek dan realitas yang ada. Diharapkan kedepannya dapat membuat iklan yang memiliki pesan yang kurang lebih seperti ini. Mengangkat perempuan.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Chris, Barker. (2000). *Cultural Studies Teori dan Praktik*. Kasiha, Bantul: Kreasi Wacana
- Fiske, John. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi – Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Hollows, Jonne. (2010). *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Liwer, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Moloeong, Lexy J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif – Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nazir, Mohammad. (1983). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Nugroho, Riant. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Subandy Ibrahim, Idi. & Suranto, Hanif. (1998). *Wanita dan Media: Kontruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugihastuti & Saptiawan, Itsna Hadi. (2010). *Gender & Inferioritas Perempuan, Praktik Kritik Sastra Feminis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Widyatama, Rendra (2006). Bias Gender dalam Iklan Televisi. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo

### **Media Elektronik & Internet**

(Never Felt Like This Before | XL Prioritas Present)

<https://www.youtube.com/watch?v=9-qJqBLMNNw>

Berita terkait XL Prioritas

Librianty, 2015, <http://tekno.liputan6.com/read/2217094/ceo-xl-dian-siswarini-perempuan-itu-banyak-kelebihannya> , diakses, 15/4/2016, 15:00).

(An, 2015, <http://www.xl.co.id/corporate/id/ruang-media/nasional/xl-prioritas>, diakses 1/4/2016, 16:00)