BAB V

A. KESIMPULAN

Iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" telah memberikan gambaran tentang bagaimana karakteristik wanita pada iklan. Melalui analisis wacana Teun A.Van Djik yang telah dijelaskan, ada beberapa fakta yang ditemukan dalam penelitian, diantaranya:

1. Makna karakter bidadari pada iklan ini juga memberikan gambaran yaitu bahwa bidadari sebagai daya tarik iklan dengan didasari fantasi laki-laki. Dalam iklan parfum Axe versi "Bidadari Lupa Diri" penggunaan unsur sensualitas sebagai daya tarik. Sensualitas pada iklan yaitu pada wacana karakter bidadari tujuannya agar masyarakat dengan mudah mengingat iklan ini. Kalimat " Wangi Seksinya Bikin Bidadari Lupa Diri" menunjukan makna bahwa banyak wanita yang mencari lelaki yang wangi, tetapi lelaki yang menyemprotkan parfum Axe yang bidadari cari. Figur bidadari pada iklan Axe membantu mewujudkan hal tersebut dalam fantasi nyata seorang lelaki.

2. Untuk menarik perhatian konsumen, iklan ini dibuat dengan menarik perhatian laki-laki dengan sosok bidadari dengan gaya bahasa seperti gerakan erotis, tatapan mata, penggunaan pakaian seksi keseluruan, dan ekspresi bahagia. Dalam taglinenya yaitu "wanginya bikin bidadari lupa diri" seolah-olah terkesan pada gaya bahasa melalui unsur sinematografi. Dalam iklan ini seorang laki-laki diperankan oleh lelaki yang biasa saja. Jadi dengan memakai parfum Axe, lelaki biasapun dapat dikelilingi bidadari. satu tindakan sederhana bisa berdampak besar, yaitu dengan satu semprotan Axe yang membuatnya merasa tampan atau merasa menarik, bahkan bagi bidadari. Dengan wanginya parfum Axe memunculkan tindakan-tidakan tidak terduga seperti figur seorang wanita yang lelaki idamkan. Gaya bahasanya vulgar karena ini berkaitan dengan sensualitas tubuh.

3. Pesan yang disampaikan pada iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" yaitu memberikan pesan bahwa dengan memakai parfum Axe satu tindakan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

sederhana bisa berdampak besar, yaitu dengan satu semprotan Axe yang membuatnya merasa tampan atau merasa menarik, bahkan bagi bidadari. Dengan wanginya parfum Axe memunculkan tindakan fantasi tidak terduga seperti figur seorang wanita yang lelaki idamkan.

4. Dengan analisis wacana, dapat mengetahui lebih dalam karakteristik wanita yang ada pada iklan Axe versi ini dan juga mengetahui adanya suatu harapan seorang laki-laki kepada wanita dan berkembang didalam kehidupan masyarakat seperti yang terdapat dalam scene gerakan erotis dan pada scene ekspresi bahasa tubuh wanita.

5. Dalam iklan Axe versi ini menggambarkan fantasi suasana dari suatu realita yang terjadi didalam masyarakat, gambaran itu terlihat dari beberapa adegan yang terdapat didalam iklan, hal itu terlihat dari adegan iklan yang intinya meceritakan tentang seorang laki-laki yang dikelilingi wanita-wanita cantik.

6. Bidadari yang dijabarkan merupakan subdominan ataupun objek pendamping untuk melengkapi cerita yang disampaikan pengiklan. Maknanya memang tersirat tapi cukup jelas untuk dilihat. Karena wanita hanya dijadikan objek dengan berwujud “seni”. Karakter Bidadari tersebut yaitu sebagai wanita yang ideal yang diidam-idamkan oleh seorang lelaki yang tidak menarik sekalipun. Dalam hal menampilkan citra produk Axe, karakteristik wanita pada iklan Axe versi "bidadari lupa diri" yaitu seorang wanita yang ideal, contohnya yaitu mengayomi dan melayani.

7. Dengan menggunakan analisis wacana dapat diketahui bahwa sebenarnya cara pandang karakteristik wanita pada iklan Axe adalah bukan pada perilaku wanita yang menggoda lelaki, melainkan fantasi laki-laki yang ditampilkan pada karakteristik wanita yang lelaki idamkan.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

B. SARAN

Dari hasil penelitian di atas, maka saran yang dapat diajukan bagi pihak terkait maupun pengembangan penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Dunia iklan adalah dunia dimana akan dimanjakan dengan adanya ide-ide dan strategi kreatif yang membuat tertantang dibuatnya. Banyaknya strategi dan tidak ada batasasnnya ide yang membuat suatu perkembangan pesat di dalam dunia iklan. Dunia iklan juga hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menjual suatu produk. Peneliti menyarankan agar para kreatif iklan menggunakan seluas mungkin ide-ide yang ada sebagai suatu bentuk kreativitas iklan yang tidak hanya sebagai media untuk menjual suatu produk, yaitu seperti ide unik yang berbeda dari yang lainnya. Contohnya dengan mengembangkan ide fantasi dari iklan ini.

2. Bagi perusahaan, dapat disarankan untuk lebih meningkatkan frekuensi tayangan iklan produk Axe dengan mengembangkan tema dalam cerita iklan untuk menjadikan tayangan iklan yang menarik dan unik, serta tetap mengedepankan aspek kreativitas dan inovatif.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional