

BAB V

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai representasi perempuan pada iklan di akun Instagram @shiningbrightco yang dilihat berdasarkan subjek-objek dan pembaca atau pengikut pada bab sebelumnya, maka Representasi perempuan pada iklan di akun Instagram @shiningbrightco. Pengeksploitasian paras wajah dan keindahan tubuh perempuan. Penggambaran tersebut dapat dilihat pada foto-foto yang diunggah @shininngbrightco pada akun Instagramnya, dimana pada paras wajah dan kemolekan tubuh perempuan dijadikan komoditas yang memberikan nilai ekonomis tinggi. Akun Instagram @shiningbrightco menggunakan daya tarik wajah dan tubuh perempuan dengan maksud menarik perhatian followers atau pengikutnya yang dapat membangkitkan sugesti seksual dengan menunjukkan beberapa postingan yang ditampilkan dengan visualisasi wajah, busana sang model yang minim dan terbuka serta pose yang tunjukkan model dalam postingan tersebut.

Posisi subjek atau pencerita dalam penelitian ini adalah akun Instagram @shiningbrightco. Postingan-postingan pada akun Instagram @shiningbrightco terlihat bahwa @shiningbrightco merupakan subjek pencerita. @shiningbrightco menngkonsepkan desain produknya yang divisualisasikan

melaui model perempuan dengan busana terbuka dan gesture tubuh yang menggoda serta dilengkapi dengan caption dengan tujuan menarik calon konsumennya. Sedangkan posisi objek adalah para celebrity endorser yang dipakai oleh akun Instagram @shiningbrightco untuk mempromosikan produk-produknya di media sosial Instagram. Untuk posisi pembaca adalah followers atau pengikut dari akun Instagram @shiningbrightco.

6.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi akun Instagram @shiningbrightco agar selalu berinovasi dan mendapatkan tempat di hati konsumen serta mampu meningkatkan jumlah peminat, tentunya cara penyampaian produk harus tetap dipertahankan etika serta batasan yang sewajarnya. Tidak bisa dipungkiri bahwa cara penyampaian produk dengan menggunakan sensualitas, memang menarik perhatian khalayak dan memberikan nilai ekonomis lebih tetapi di sisi lain merupakan cara yang cukup liar. Maka dari itu, peneliti berharap agar akun Instagram @shiningbrightco perlu memperhatikan batasan yang sewajarnya agar tidak menyalahi norma yang ada dalam masyarakat.
2. Masyarakat atau konsumen, agar dapat mengambil pesan positif dari postingan-postingan yang diunggah, khususnya postingan yang mengeksploitasi tubuh perempuan. Masyarakat diharapkan sadar akan

maraknya eksploitasi tubuh perempuan yang sering dilakukan di media sosial khususnya Instagram. Sehingga kedepannya posisi kaum wanita dapat memiliki kesetaraan dan kesempatan yang sama dalam mengembangkan potensinya seperti laki-laki.

3. Dengan kesadaran peneliti bahwa penelitian ini masih banyak kekurangannya, dan dengan dasar bahwa keharusan untuk selalu memperkaya sebuah penelitian, agar dapat digunakan oleh semua pihak yang terkait. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya lebih memperdalam objek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Bakti. McQuail, Dennis. 2005. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana. Darma, Aliah Yoce. 2014. *Analisis Wacana Kritis: dalam Multiperspektif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Dini Aprilia. 2016. *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan girl)*. eJurnal. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya.
- Marcell, Danesi. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Mardalis, Ahmad dan Hastuti Ana Putri. 2017. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mengembangkan Kepercayaan Merk*. Jurnal. Surakarta : Universitas Muhammadiyah.
- Oetomo, 1993. *Pelahiran dan Perkembangan Analisis Wacana*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rosita Ita. 2017. *Peran Perempuan Sebagai Pendidik Perspektif M. Ouraish Shihab*. eJurnal. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Schiffirin. 2007. *Ancangan Kajian Wacana (diterjemahkan Abdul Syukur Ibrahim)*
Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Siti Musdah. 2006. *Islam dan Inspirasi
kesetaraan Gender*. Yogyakarta : Kibar Press.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT
Alfabet.

Thadi Robeet. 2014. *Citra Perempuan Dalam Media*. Jurnal. Bengkulu: Dakwah
IAIN.

Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa: Media, Internet, Television, Radio,
newspaper, Magazines*. Bogor: Ghalia Indonesia

Bahan Ajar

Darus, Antonius. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bahan Ajar Mahasiswa: Jurusan Ilmu
Komunikasi FISIP Unwira Kupang

Sumber internet:

@shiningbrightco, 2021, medsos. <https://www.instagram.com/shiningbrightco/>-unduh,
rabu 04/08/2021

Wikidi. 2021. [https://id.wikipedia.org/wiki/Distro_\(pakaian\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Distro_(pakaian)) unduh, selasa 14/09/21

Nancy. 2019. *Pengguna Instagram dan Facebook di Indonesia terbanyak ke-4*.
[https://tirto.id/pengguna-facebook-instagram-di-indonesia-terbanyak-ke-4-di-
dunia-ee8n](https://tirto.id/pengguna-facebook-instagram-di-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia-ee8n). Unduh, Kamis 05/08/21

Ayu Prabandari. 2020. *Bentuk Wajah dan Kepribadiannya, Oval hingga Bentuk Hati*

<https://www.merdeka.com/jateng/6-bentuk-wajah-dan-kepribadiannya-oval-hingga-bentuk-hati-klm.html> unduh, 24/03/22

Mardatila. 2020. *Tipe Bentuk Tubuh Perempuan,*

<https://www.merdeka.com/sumut/10-tipe-bentuk-tubuh-perempuan-kenali-untuk-memilih-baju-yang-tepat-klm.html> Unduh, 24/03/22

Subagja Hamara. 2019. *Fitur Truth or Dare di Instagram Lagi Ngetren, Ini Cara Menambahkan dan Memainkannya*

<https://www.harapanakyat.com/2019/10/fitur-truth-or-dare-di-instagram/>

Unduh, 19/010/21

Statista. 2021. *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> Unduh,

14/10/21

Rutung Aries. 2019. *Pengertian Wacana Menurut Para Ahli.*

<https://www.ariesrutung.com/2019/02/pengertian-wacana-menurut-para-ahli.html> Unduh, 02/11/22

Abyad. 2019. *Sepak Terjang Shining Bright, yang Menginspirasi Vendor Konveksi.*

<https://www.abyscreenprinting.com/sepak-terjang-shining-bright-yang-menginspirasi-vendor-konveksi/> Unduh, 14/02/22

Nova.2013. *Sejarah Shiningbright Dan Pemiliknya (Owner).*

<http://gunawansahabatarra.blogspot.com/2013/12/sejarah-shining-bright-dan-tentang.html> Unduh, 14/02/22

Sumber Gambar

Screenshot dari akun Instagram @shiningbrightco.

<https://www.instagram.com/shiningbrightco/-unduh>, rabu 04/08/2021

Logo Instagram. <https://www.logo.wine/logo/Instagram> Unduh, 19/09/21