

BAB VI. KESIMPULAN

Melalui analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten bertema Akademi Suami Sejati merupakan cara yang digunakan produk Kecap ABC untuk memengaruhi audiens melalui pendekatan pendidikan atau akademi, dengan mitos maskulinitas dan kesetaraan dalam rumah tangga sebagai *big idea* kampanye. Tema akademi sebagai pendekatan tampak bertujuan sebagai wadah bagi para suami untuk menjadi seorang suami sejati, dengan belajar memasak, baik secara mandiri maupun mengikuti acara yang diselenggarakan oleh Kecap ABC. Melalui berbagai kontennya di media sosial Instagram, audiens dapat mengikuti berbagai aktivitas dan kampanye untuk menjadi suami sejati versi Kecap ABC.

Dalam proses pemitosannya, Kecap ABC tampak melakukan komodifikasi suami dari kelas menengah ke atas untuk ‘mewakili’ sosok suami sejati; menawan secara penampilan, perekonomian yang baik, mampu menyelesaikan suatu permasalahan keluarga dengan baik. Citra tersebut secara umum dipahami sebagai sosok yang merepresentasikan konsep maskulin ideal di masyarakat. Dengan memanfaatkan hal tersebut, aktivitas seorang suami memasak—yang seringkali dianggap pekerjaan seorang istri, tidak penting, dan bahkan memalukan—dapat terdistorsi.

Fenomena tersebut yang kemudian diambil oleh Kecap ABC dengan mengubah persepsi dan menciptakan mitos baru mengenai suami memasak. Memasak di rumah, menjadi menarik dan menyenangkan untuk dilakukan, dan tidak hanya akan menambah pengalaman baru bagi seorang suami, tetapi juga ikut melestarikan kesetaraan dalam rumah tangga. Aktivitas memasak juga diciptakan dengan cara yang lebih elegan, modern, dan tetap memperhatikan penampilan agar memasak menjadi baik dan penting untuk dilakukan. Dengan memasak di rumah, suami juga dapat menjadi teladan yang baik bagi anak-anak, dan anak pun akan menganggap sosok ayah bukan hanya sebagai kepala keluarga yang cakap dalam menyejahterakan, tetapi juga menciptakan keharmonisan rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aminuddin, (2008), *Semantik. Pengantar Studi Tentang Makna*, Bandung: Penerbit Sinar Baru Algensindo
- Barthes, Roland., (2009), *Mitologi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barthes, Roland., (2010), *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Barthes, Roland., (2010), *Imaji/Musik/Teks*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Bourdieu, Pierre., (2010), *Dominasi Maskulin*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Creswell, John W., (2018), *Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danesi, Marcel., (2010), *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Herdiansyah, Haris., (2015), *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Illich, Ivan., (2007), *Matinya Gender*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kotler, Philip., Kartajaya, Hermawan., Setiawan, Iwan., (2019), *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional ke Digital*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kuntowijoyo, (2019), *Selamat Tinggal Mitos, Selamat Datang Realitas. Esai-Esai Politik dan Budaya*, Yogyakarta: IRCiSoD
- Lister, Martin., dkk. (2009), *New Media: a critical introduction. Second edition*, NY: Routledge.
- Murniati, A. Nunuk. P., (2004), *Getar Gender, Buku Pertama*, Magelang: Yayasan Indonesia Tera.
- Nugroho, Riant. (2008), *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Permanadeli, Risa., (2015), *Dadi Wong Wadon. Representasi Sosial Perempuan Jawa di Era Modern*, Yogyakarta: Pustaka Ifada.

Segal, Robert A., (2004), *Myth. A Very Short Introduction*, NY: Oxford University Press, Inc.

Sobur, Alex., (2006), *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suryajaya, Martin., (2016), *Sejarah Estetika: Era Klasik Sampai Kontemporer*, Yogyakarta: Indie Book Corner.

Wolf, Naomi., (1997), *Gegar Gender. Kekuasaan Perempuan Menjelang Abad 21*, Yogyakarta: Pustaka Semesta Press.

Jurnal:

Hermawan, Fajar W., Mitos dan Relasi Kesadaran Masyarakat. Telaah atas Pembentukan Mitos Borjuasi Perancis Modern dalam Perspektif Roland Barthes, *Jurnal Dharmasmrti Vol 15 No 28 2016*, (<https://ejournal.unhi.ac.id>. Diakses September 2019)



Website:

<https://travel.kompas.com/read/2017/03/20/191000527/mengapa.baju.koki.berwarna.putih>