

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Karena ada nya pergeseran trend serta perubahan konsep cantik di seluruh dunia, banyak di media sosial yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa yang disebut cantik harus berbadan kurus, putih, tinggi. Sehingga banyak perempuan yang kurang percaya diri ketika melihat postingan foto di media sosial, hal ini berpengaruh kepada kehidupan sehari-hari mereka bila mereka terus memiliki kepercayaan bahwa cantik itu harus putih dan sebagainya

Melalui komunikasi visual yang dibuat oleh *Dove* di *Instagram* sekarang ingin berupaya untuk mematahkan konsep cantik dunia, *Dove* sangat peduli tentang perempuan, mereka berupaya untuk meningkatkan kepercayaan diri para perempuan, mendorong diri mereka untuk menghargai wajah dan tubuh, *Dove* menyampaikan bahwa semua perempuan itu cantik walaupun warna kulit hitam, tidak seperti warna kulit perempuan lainnya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa makna pesan visual postingan *feed Instagram* dari *Dove* dapat meningkatkan kepercayaan diri para remaja dan perempuan di Jakarta dengan memaknai postingan *feed instagram* dari *Dove* akan timbul penanda dan petanda. Walaupun kedua informan tertarik kepada postingan *feed Instagram* yang berbeda tetapi proses pesan visual yang terjadi tetaplah sama, dimulai dari pemahaman metode *signifier* dan *signified*.

Metode tersebut membuat kedua informan beranggapan bahwa setiap wanita itu cantik, perempuan itu sendiri bangga dan percaya diri dan mencintai tubuhnya yang mereka miliki, dan melakukan perawatan tubuh dari *Dove*.

Karena kampanye yang dibuat oleh *Dove*, serta *branding* yang dilakukan oleh *Dove* berbeda dengan yang lain, para informan juga telah mencoba produk dari *Dove*.

Mereka tertarik melakukan pembelian karena postingan *feed Instagram* yang mempunyai makna pesan visual yang positif dan memotivasi mereka untuk tampil lebih percaya diri. *Dove* juga mematahkan konsep cantik dunia yang selama ini keliru, *Dove* memberikan pandangan bahwa semua wanita itu cantik.

Zaman sekarang banyak perempuan merasa tidak percaya diri akan dirinya, tetapi *Dove* selalu membuat cara untuk membuat para perempuan diseluruh dunia percaya diri, dengan kampanye-kampanye yang mereka buat serta iklan-iklan di televisi yang mereka sudah tayangkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut

### **1. Saran akademis**

Saran peneliti kepada mahasiswa/i atau peneliti yang selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan topik komunikasi visual maupun pesan moral dalam kampanye *Dove real beauty*, agar dapat melakukan penelitian atas topik tersebut dengan menggunakan metode kuantitatif sehingga penelitian dengan topik Pesan moral dalam kampanye *Dove real beauty* dapat dikembangkan melalui pembahasan yang berbeda dengan penelitian ini.

Selain itu, peneliti selanjutnya yang hendak mengembangkan penelitian menggunakan metode kualitatif dapat menggunakan konsep, fenomena dan metode penelitian lainnya, seperti perubahan analisis datanya dan lebih memperlengkap bahasan, dengan demikian penelitian terkait dapat menambah dan memperkaya pengetahuan Ilmu komunikasi.

## **2. Saran Praktis**

Saran peneliti kepada mahasiswi adalah tetaplah percaya diri dengan tubuh yang kalian miliki, dan tetap tampil apa adanya dan merawat tubuh yang telah diberikan Tuhan kepada kita, tetap cintai wajah dan tubuh yang kalian miliki.

Peneliti menyarankan agar perempuan bisa memotivasi dirinya sendiri untuk merawat tubuh yang kalian miliki dan menjadi motivasi untuk orang lain untuk merawat tubuh, agar kepercayaan diri akan muncul dengan sendirinya ketika kita merasa bahwa tubuh kita terawat.