

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Mengakarnya stigma tentang standar kecantikan perempuan Indonesia yang membuat kaum perempuan merasa tidak percaya diri karena merasa dirinya tidak dapat memenuhi standar tersebut, membuat Dove memberikan sebuah gerakan positif yang dikemas dalam iklan. Iklan Dove versi #RambutAkuKataAku yang menghadirkan enam perempuan dengan gaya rambut yang beragam dan para perempuan tersebut menceritakan pengalamannya masing-masing mengenai stigma yang mengikuti gaya rambut mereka.

Dari hasil analisis semiotika Roland Barthes yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menarik kesimpulan hasil analisis sebagai berikut :

1. Makna *self-confidence* dalam *scene* pertama adalah sebuah cara dalam mengembalikan rasa percaya diri adalah dengan memahami segala kekurangan dalam diri, kemudian mencari jalan bagaimana mengatasi kekurangan tersebut, dan menutupinya dengan kelebihan atau potensi yang dimiliki.
2. Makna *self-confidence* dalam *scene* kedua adalah mengajak perempuan untuk tampil percaya diri dalam berpenampilan yang sesuai keinginan dan kemampuan kita dengan menampilkan versi terbaik dalam diri. Serta membuat perempuan menyadari bahwa apapun gaya rambutnya setiap perempuan adalah cantik dalam versinya masing-masing.
3. Makna *self-confidence* dalam *scene* ketiga adalah kenyamanan dalam diri itu penting diterapkan dalam keseharian karena kenyamanan yang kita dapatkan disetiap hal yang kita lakukan dapat meningkatkan suasana hati lebih positif yang tentunya berpengaruh juga dalam meningkatkan *self-confidence*. Sama halnya dalam memilih gaya tatanan rambut yang sesuai dengan keinginan pribadi yang membuat kita merasa lebih percaya diri dalam berpenampilan.

4. Makna *self-confidence* dalam *scene* keempat adalah keyakinan dalam diri yang perlu diterapkan oleh tiap individu, keyakinan akan standarisasi yang dibuat sendiri tanpa harus dikendalikan oleh orang lain. Jadikan kecantikan sebagai sumber kepercayaan diri bukan suatu kekhawatiran, karena dengan percaya diri yang kuat dapat membangunkan citra positif perempuan itu sendiri yang nantinya akan membantu mereka menggapai tujuan hidupnya.

## 5.2 Saran

Melalui penelitian ini, saran penulis adalah sebagai berikut :

- a. Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para mahasiswa selanjutnya yang melakukan penelitian serupa tentang makna pesan dalam sebuah iklan.

- b. Praktis

Iklan Dove #RambutAkuKataAku memberi gambaran tentang tampil percaya diri apapun gaya rambutnya. Membangun percaya diri memang tidak mudah karena membutuhkan proses secara bertahap sampai akhirnya rasa percaya diri itu tumbuh. Langkah awal yang perlu ditanam adalah pola pikir dan cara pandang kita dalam melihat perbedaan tiap individu mulai dari gaya rambut, warna kulit, postur tubuh, cara berpakaian, dan lain sebagainya. Iklan tersebut dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari terkhususnya untuk kaum perempuan yang identik dengan kecantikan. Melalui iklan Dove #RambutAkuKataAku memperluas representasi pilihan gaya rambut, serta menjadikan kebebasan memilih gaya rambut yang sesuai keinginan dan ekspresi diri masing-masing, dan membuat perempuan mengartikan definisi cantik versinya masing-masing.