

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan data dalam penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti menyimpulkan adanya representasi kepercayaan diri pada iklan Head and Shoulders edisi “Joe Taslim x Fadil Jaidi – Siapakah BA Head And Shoulders Selanjutnya?” yang telah ditunjukkan dalam beberapa *scene-scene* pada iklan tersebut meliputi dari gestur tubuh yang berjalan tegak dengan penuh keyakinan dan tidak terlihat malu-malu ataupun ragu untuk berjalan kedepan menghadap arah kamera dengan menggunakan jas berwarna biru yang melambangkan kepercayaan, keyakinan dan kesejukan. Serta ekspresi wajah yang selalu tersenyum pada setiap *scene*, dan ekspresi wajah yang fokus pada saat melompati pagar.

Dalam iklan ini adanya representasi kepercayaan diri dari setiap *scenanya*, gestur tubuh kedua brand ambassador yang aktif dengan berbagai kegiatannya. Ekspresi wajah yang selalu tersenyum dan ceria menunjukkan rasa sikap percaya diri. Penggunaan jas yang menunjukkan kesan profesional, warna biru jas melambangkan kedamaian dan ketenangan, warna putih kemeja yang bermakna sehat dan bersih yang selaras tujuan utama shampo Head and Shoulders.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mengkaji fenomena-fenomena yang ada pada media khususnya penggambaran terhadap laki-laki. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce untuk menganalisis kepercayaan diri. Sebaiknya peneliti selanjutnya

dapat menganalisis terkait maskulinitas dengan teori semiotika menurut ahli lainnya. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menemukan hal baru dengan menganalisis tentang maskulinitas.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan bagi perusahaan agar membuat iklan dengan lingkup kajian iklan yang serupa mengangkat permasalahan terkait kepercayaan diri. Peneliti juga menyarankan bagi masyarakat agar lebih memahami tentang kepercayaan diri.

