

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan juga hasil analisis yang telah diuraikan dalam penelitian yang berjudul Representasi Kepercayaan Diri Perempuan Dalam Iklan Dove Rambutku Mahkotaku, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Iklan Dove "Rambutku Mahkotaku" memiliki dampak signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap kecantikan dan kepercayaan diri perempuan. Penggambaran variasi model rambut dalam iklan ini menyoroti sebuah realitas bahwa pemahaman masyarakat terhadap kecantikan masih terkait erat dengan standar konvensional.
2. Telah ditemukan 8 adegan yang diidentifikasi sebagai bentuk representasi kepercayaan diri perempuan pada iklan Dove Rambutku Mahkotaku.
3. Kedelapan adegan dalam iklan Dove Rambutku Mahkotaku yang telah dipilih oleh peneliti memiliki makna secara keseluruhan bahwa variasi gaya rambut tidak selalu diterima dengan positif oleh masyarakat. Bahkan, pengalaman kurang menyenangkan dan penilaian negatif dapat menjadi konsekuensi dari perbedaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa norma kecantikan sosial masih memegang peran penting dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap individu.
4. Teori analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk menjabarkan makna denotasi, makna konotasi dan mitos dapat diuraikan sebagai berikut:
  - a. Makna denotasi dan konotasi dari iklan Dove "Rambutku Mahkotaku" yaitu gambaran secara visual dan pemaknaan melalui subjektivitas peneliti. Makna denotasi dan konotasi yang ditemukan dalam iklan Dove "Rambutku Mahkotaku" secara umum yaitu, terbentuk penilaian masyarakat terhadap perempuan dengan rambut yang cantik adalah rambut lurus, hitam, dan panjang adalah satu-satunya definisi kecantikan yang dapat

diterima. Sebaliknya, setiap gaya rambut, termasuk yang dianggap kurang konvensional, diakui sebagai sumber potensi kepercayaan diri.

- b. Mitos dari iklan Dove Rambutku Mahkotaku yaitu pemaknaan yang diterima oleh masyarakat dan menjadi kepercayaan. Mitos yang ditemukan dari iklan Dove Rambutku Mahkotaku yaitu, rambut yang Panjang, hitam, dan lurus adalah rambut yang membuat seorang wanita menjadi cantik ideal.

Dalam menghadapi realitas ini, Dove berinisiatif untuk merespons dan mengubah persepsi masyarakat. Kampanye mereka tidak hanya sekadar mencoba mempromosikan produk, tetapi lebih jauh lagi, memberikan pesan kuat tentang pentingnya memiliki rasa percaya diri. Dove menekankan bahwa setiap gaya rambut adalah ekspresi diri yang unik dan merupakan simbol keberanian seseorang untuk mengekspresikan identitasnya dengan autentik.

Terakhir, kampanye ini menekankan pentingnya keberanian dalam mengekspresikan diri, terutama melalui penampilan dan gaya rambut. Keberanian untuk menjadi diri sendiri di tengah tekanan sosial dianggap sebagai simbol kepercayaan diri yang kuat. Dove mengajak masyarakat untuk memahami bahwa melampaui standar kecantikan yang sempit adalah langkah yang berani dan membawa dampak positif pada kepercayaan diri seseorang.

Demikian, iklan Dove "Rambutku Mahkotaku" bukan hanya sekadar kampanye pemasaran, tetapi juga merupakan upaya nyata untuk mengubah paradigma kecantikan dan meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam menghadapi beragam norma sosial yang ada.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Dalam konteks pengembangan akademis, penelitian ini dapat diperluas melalui kerangka teoretis yang lebih mendalam. Disarankan untuk mengintegrasikan lebih banyak literatur psikologi atau komunikasi yang relevan untuk mengenali dampak representasi kepercayaan diri dalam konteks iklan. Tinjauan pustaka yang lebih luas dapat memberikan landasan teoretis yang kokoh dan mendukung temuan penelitian dengan lebih baik. Selain itu, peneliti dapat

*Alya Kamila, 2024*  
*REPRESENTASI KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN DALAM IKLAN SHAMPOO DOVE "RAMBUTKU MAHKOTAKU"*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

mempertimbangkan untuk memperluas metodologi penelitian. Pendekatan seperti wawancara mendalam atau observasi lapangan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan persepsi individu terhadap representasi kepercayaan diri dalam iklan Dove. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat mengeksplorasi nuansa dan konteks yang mungkin tidak terlihat melalui metode penelitian yang telah dilakukan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran praktis untuk masyarakat luas adalah untuk dapat mendorong masyarakat disekitarnya untuk dapat memahami keberagaman dalam penampilan. Hal ini untuk membentuk dorongan positif bagi mereka yang mungkin merasa tertekan oleh standar kecantikan konvensional. Masyarakat dapat memberikan apresiasi terhadap keberanian individu yang mengekspresikan diri melalui gaya rambut yang berbeda. Masyarakat pun dapat membentuk komunitas dukungan yang mendukung self-love dan penerimaan diri. Komunitas ini dapat memberikan ruang untuk berbagi pengalaman dan membangun kepercayaan diri bersama. Dengan mendukung satu sama lain, individu dapat merasa lebih diterima dan termotivasi untuk menjadi diri mereka yang sejati.

Saran praktis bagi Perusahaan Dove adalah dapat melibatkan diri dalam kampanye edukasi yang fokus pada peningkatan kesadaran masyarakat tentang kepercayaan diri dan keberagaman. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan kerjasama dengan lembaga pendidikan atau organisasi nirlaba untuk menyebarkan informasi positif tentang kecantikan yang inklusif dan mendukung. Perusahaan pun dapat aktif terlibat dalam inisiatif sosial yang mendukung keberanian dan kepercayaan diri, khususnya yang terkait dengan isu-isu kecantikan. Menjadi bagian dari solusi sosial dapat memperkuat pesan positif yang ingin disampaikan oleh perusahaan dan mendukung tujuan inklusif mereka.