

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika yang telah dilakukan mengenai bagaimana inklusivitas kecantikan digambarkan dalam kampanye digital Lamida Indonesia #MEaningful di Instagram maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa

1. Inklusivitas kecantikan dikonstruksikan dalam kampanye #MEaningful melalui adanya gambaran outer dan inner beauty dari penggunaan model / Narasumber yang merupakan masyarakat biasa yang bekerja di bidang kecantikan
2. Inklusivitas kecantikan perempuan pada kampanye ini secara Outer beauty dikonstruksikan melalui beberapa aspek yakni bentuk tubuh, rambut, gaya berpakaian, dan tata rias (makeup). Lamida mengkonstruksikan bahwa tubuh yang gemuk, rambut dengan berbagai bentuk dan model, hingga penggunaan hijab, menggunakan pakaian dengan gaya apapun, serta menggunakan tata rias juga termasuk cantik. Sedangkan kecantikan inner beauty Lamida Indonesia mengkonstruksikan bahwa cantik bukan hanya sekedar fisik melainkan juga sesuatu yang berasal dari dalam, yaitu rasa percaya diri, dan penerimaan diri.
3. Konsep inklusivitas kecantikan diusung oleh Lamida Indonesia dalam kampanye #MEaningful ini berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat hingga sekarang. Peneliti melihat bahwa masyarakat masih seringkali melihat kecantikan dengan kriteria fisik tertentu seperti yang

digambarkan oleh media selama ini bahwa cantik harus putih, langsing , tinggi, berambut lurus dan masih banyak lagi, sehingga tindakan body shamming kepada orang-orang yang tidak memenuhi standar kecantikan tersebut kerap kali terjadi. Hal ini juga dapat dilihat dari pengalaman narasumber kampanye #MEaningful ini mengenai bagaimana orang-orang di sekitar mereka seringkali melemparkan komentar negatif akan tubuh baik secara langsung ataupun saat mereka mengunggah konten kecantikan di dunia maya.

5.2. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran, yakni :

1. Bagi mahasiswa yang hendak melakukan penelitian serupa sebaiknya dapat menganalisa video dengan kemampuan interpretasi yang baik agar mudah memahami makna yang disampaikan dengan baik.
2. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis sebaiknya dapat memilah setiap adegan yang terkait dengan fokus penelitian yang diambil agar tetap sejalan dengan tujuan penelitian.
3. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis diharapkan bisa lebih mendalam lagi dalam melihat pesan-pesan dan ideologi tersirat dalam suatu kampanye iklan khususnya mengenai kecantikan.