

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan Peneliti, di bab ini peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. *Dear Me Beauty* menkonstruksikan pesan *Brand* pada sajian iklan media sosial dengan cara membuat sebuah kampanye bertemakan “*Making Beauty Better*” yang mana pada unggahan sajian iklan tersebut menggunakan visual laki-laki lanjut usia untuk menarik perhatian masyarakat yang emlihat unggahan sajian iklan tersebut dan menkonstruksikan bahwa tema kampanye “*making beauty better*” dengan tagar *Beauty is Universal* adalah kecantikan tidak mengenal gender, usia, dan warna kulit.
2. *Dear Me Beauty* menyadari adanya laki-laki metroseksual yang membutuhkan produk kecantikan sehingga *Dear Me Beauty* berusaha untuk menampung atau mewadahi golongan tersebut. Hal ini juga merupakan peluang bagi *Dear Me Beauty* untuk menkonstruksikan pesan melalui sajian iklan media sosial *Dear Me Beauty* bahwa *Dear Me Beauty* adalah bagian dari masyarakat urban dengan melakukan transformasi gender pada sajian iklannya. Memakai model figure laki-laki merupakan sebuah strategi pemasaran yang digunakan untuk mendapatkan empati masyarakat urban.

5.1 Saran

Mengingat keterbatasan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagaimana mestinya dalam menanggapi dan mencerna tanda, objek dan penafsiran tentang kecantikan dalam komunikasi transformasi gender yang dikonstruksikan oleh media sosial, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan lebih aktif dalam menganalisis kajian analisis visual dan teks media. Seperti pada aspek poses konstruksi iklan media sosial, resepsi khalayak terhadap iklan atau hal-hal lain yang belum dilakukan pada penelitian ini.
2. Bagi *Brand*, dalam iklan dapat untuk lebih banyak menayangkan model laki-laki. Dengan demikian masyarakat akan beranggapan bahwa seorang perempuan akan tetap tampil percaya diri dengan apapun jenis warna kulit, kondisi kulit mereka dan laki-laki juga merasakan hal yang sama dan tidak meningkatkan rasa kecemasan untuk tidak tampil percaya diri. Hal ini akan memberikan makna pesan dan sasaran yang tepat di kalangan masyarakat.