

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan atas hasil penelitian dan analisis data disimpulkan bahwa dalam kampanye berpresepektif jender melalui tagar #BerbagiPeran pada akun Instagram (@asha_puan) mengandung unsur – unsur kampanye dalam teori kampanye menurut Rogers dan Storey yaitu:

- Unsur *product oriented campaign*, terletak pada kesetaraan jender dalam peran dan pekerjaan domestik. Unsur ini ditandai dengan adanya dari isi pesan kampanye yang diunggah Asha Puan pada akun media sosial Instagram.
- *Unsur candidate oriented campaign*, ditunjukkan dengan adanya pihak – pihak tertentu yang sering dilibatkan dalam kegiatan kampanye dan menjadi rujukan untuk pesan kampanye.
- Unsur *ideological oriented campaign*

Ditemukan adanya unsur *ideological oriented* yang mengorientasikan sebuah kampanye. Hal ini ditandai dengan adanya ideologi feminisme yang mendasari pola pikir kampanye ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran-saran penelitian ini, antara lain :

- Setelah membaca penelitian ini diharapkan para pengguna Instagram dapat memahami bagaimana bentuk pelaksanaan dari kampanye bersepektif jender melalui sebuah tagar dalam media sosial Instagram.
- Disarankan bagi para penggiat kesetaraan jender untuk membuat kampanye mengenai kesetaraan jender dan isu- isunya dengan memanfaatkan berbagai media yang berbeda, baik dilakukan di media *mainstream* dan media sosial.
- Asha Puan juga disarankan untuk membuat pesan kampanye dengan topik berpersepektif jender laki – laki agar dapat kampanye dapat diterima dan menerpa jender laki – laki.
- Penelitian ini juga dapat diteliti lebih lanjut dengan menggunakan teori komunikasi yang lebih relevan.

