

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian ini, peneliti menemukan adanya representasi bullying pada rambut (*hairbullying*) yang dialami oleh para model Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” yang dipublish tanggal 31 Maret dan 21 Juni 2022. Peneliti menggunakan representasi melalui analisa dengan teori semiotika Roland Barthes dan mencoba menafsirkan dan memaknai tanda representasi *hairbullying* dalam Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku dengan tingkatan berupa makna denotasi dan konotasi.

Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan ada beberapa tindakan *bully* pada rambut pada Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” yang tayang di Youtube.

- a. Representasi *Hair Bullying* secara verbal ditampilkan dalam dialog, *bullying* secara verbal diungkapkan oleh para model iklan shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” pada versi 31 Maret dan 21 Juni. Dimulai dari komentar mengenai rambut yang biasa, pernyataan wartawan yang mengkritik tidak membangun, anggapan orang mengenai rambut berwarna terang merupakan hal yang norak dan seperti anak nakal, rambut ikal atau bergelombang yang dianggap seperti sarang tawon dan kribo

b. Representasi *Hair Bullying* atau perundungan kepada secara diskriminasi ditampilkan pada model berhijab yang dianggap tidak bisa melakukan aktivitas dengan bebas atau terbatas karena hijab yang dipakainya, model berhijab ini juga dianggap tidak bisa melakukan hal-hal berat yang dilakukan oleh laki-laki ataupun perempuan lain yang tidak memakai hijab. Padahal yang kita tau, berhijab adalah kewajiban perempuan pada salah satu agama, terutama di Indonesia.

c. Perbandingan antara Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” 31 Maret dan 21 Juni terletak pada durasi iklan dan konsep. Pada iklan 31 Maret 2022 mengusung iklan dengan lagu yang bisa dinikmati oleh para penonton, sedangkan pada iklan 21 Juni 2022 hanya berupa dialog keluhan para model iklan saja.

d. Perspektif teori, peneliti menganggap bahwa gambar dari *scene* yang sudah disajikan di atas merupakan representasi *hair bullying*. Secara denotasi, tanda dalam beberapa *scene* dalam Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” menjelaskan beberapa bentuk bullying pada rambut yang diterima oleh anak-anak maupun dewasa. Secara konotasi, Iklan Shampoo Dove 2022 “Rambut Aku Kata Aku” mengandung indikator bullying terutama rambut dan juga diskriminasi.

e. Catatan kritis, peneliti menyimpulkan bahwa representasi terhadap *bullying* rambut yang diterima masyarakat seharusnya bisa menjadi motivasi untuk bisa lebih mencintai diri sendiri terutama rambut yang kita miliki, karena pada dasarnya semua jenis dan gaya rambut itu indah. Jangan biarkan *bully* menjadi tradisi, karena sesungguhnya *bully* merupakan penghancur mentalitas untuk semua generasi.

5.2 Saran

Mengingat keterbatasan penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran bagi pembaca dan peneliti yang akan datang agar meneliti lebih dalam lagi. Adapun beberapa saran dari peneliti, antara lain:

- a. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan supaya lebih aktif dalam mengkaji dan menganalisis semiotika dengan metode dan konsep yang lebih terinci tujuannya agar pembaca dapat lebih memahami dengan rinci.
- b. Bagi masyarakat, supaya agar lebih bijak dalam bertindak dan bertutur kata terutama dalam mengkritik dan mengomentari orang lain, tujuannya agar tidak ada lagi perundungan baik verbal, non-verbal, maupun diskriminasi.
- c. Bagi produsen dan agensi periklanan, agar lebih banyak konsep-konsep yang mengandung muatan positif terutama dibidang produk kecantikan

dengan cara terus membuat konsep-konsep yang tidak berpaku dengan standar kecantikan yang ada karena sebenarnya kecantikan adalah hal yang relatif.

- d. Bagi akademis, diharapkan lebih mampu menyelidiki fenomena-fenomena serupa melalui bentuk-bentuk penandaan yang sedang trend, menjadi budaya populer di era digital saat ini

