

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang mendalam pada kelima tangkapan layar dari video yang diunggah pada akun Instagram @fandych, peneliti menemukan bahwa terdapat tanda-tanda representasi laki-laki metroseksual yang diselipkan pada aktivitas endorsement yang dilakukan dengan klinik MEN/O/LOGY. Dalam hal ini, klinik MEN/O/LOGY menyelipkan tanda-tanda tersebut dengan 2 cara.

Pertama, penggunaan warna, teknik pengambilan gambar, titik pandang kamera dan subtitle pada video endorsement. Kedua, penggunaan produk pada aktivitas keseharian endorser melalui video yang diunggah di Instagram. Dengan melihat video tersebut, sebetulnya followers @fandych telah mengkonsumsi tanda yang ada pada video. Pemasar yaitu klinik MEN/O/LOGY menyadari bahwa kerumunan (crowd) adalah target sasaran yang ingin dituju sehingga disitulah ia menyelipkan tanda-tandanya untuk kepentingannya.

Secara keseluruhan, analisis semiotika Roland Barthes pada video endorsement di Instagram menunjukkan bahwa mitos laki-laki metroseksual yang melakukan perawatan kecantikan adalah laki-laki yang menyimpang dengan adanya representasi laki-laki metroseksual seperti Fandy Christian. Fandy Christian mencerminkan laki-laki metroseksual yang merangkul perawatan kecantikan untuk memelihara penampilan yang maskulin.

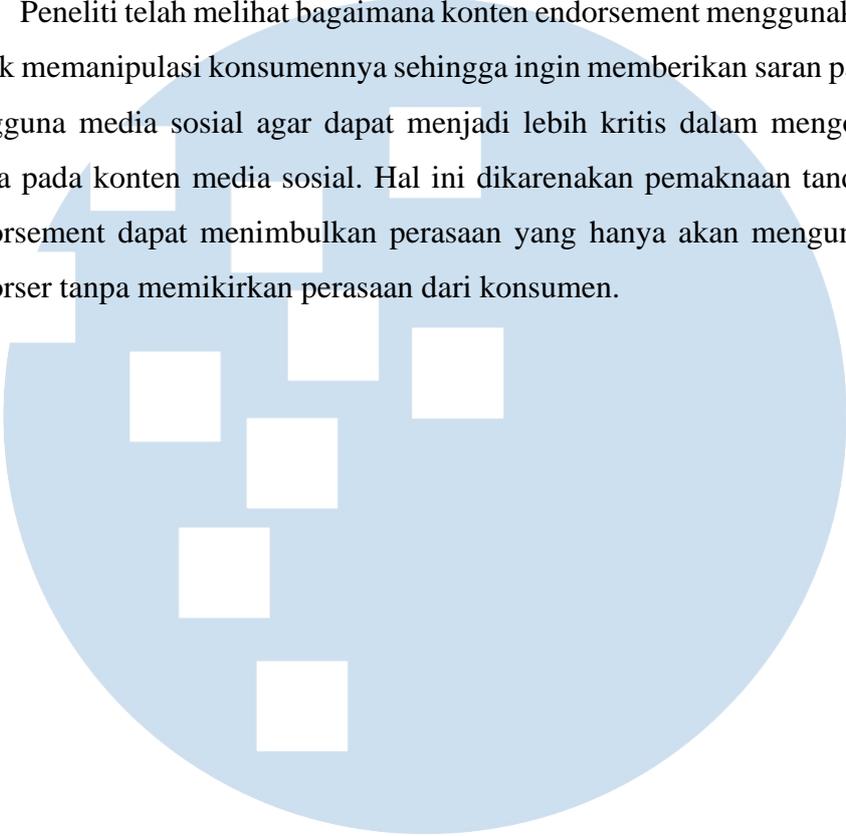
5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini telah meneliti bagaimana konten endorsement menggunakan tanda-tanda untuk memanipulasi konsumennya melalui video yang diunggah di media sosial Instagram. Peneliti ingin menyarankan pada pengembangan selanjutnya agar dapat menggunakan contoh konten pada platform media sosial lainnya seperti TikTok atau X untuk melihat bagaimana tanda dapat diselipkan untuk menimbulkan makna tersembunyi. Peneliti juga menyarankan pada pengembangan berikutnya untuk menggunakan analisis semiotika jenis lainnya seperti semiotika Charles Sanders Peirce, John Fiske, dan lain-lain.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti telah melihat bagaimana konten endorsement menggunakan tanda-tanda untuk memanipulasi konsumennya sehingga ingin memberikan saran pada masyarakat pengguna media sosial agar dapat menjadi lebih kritis dalam mengonsumsi tanda-tanda pada konten media sosial. Hal ini dikarenakan pemaknaan tanda pada konten endorsement dapat menimbulkan perasaan yang hanya akan menguntungkan pihak endorser tanpa memikirkan perasaan dari konsumen.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA