

BAB 5

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Kampanye *Discover the Unseen Power* hadir bukan hanya sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai upaya intervensi kultural yang menantang konstruksi makna kecantikan arus utama. Melalui pendekatan yang berlapis, kampanye ini memanfaatkan kekuatan narasi untuk membuka ruang interpretasi baru, di mana kecantikan tidak lagi dipahami sebagai citra tunggal yang seragam, melainkan sebagai spektrum pengalaman yang beragam. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye ini merepresentasikan pergeseran mendasar dalam konstruksi makna kecantikan melalui strategi dekonstruksi terhadap oposisi biner yang telah lama mendominasi wacana kecantikan di Indonesia. Keempat nilai utama yang diusung: *acceptance*, *unbreakable*, *self-assured*, dan *fearless* tidak hanya berfungsi sebagai slogan pemasaran, tetapi menjadi medan artikulasi identitas perempuan yang kompleks, reflektif, dan kontekstual.

1. Keempat nilai utama kampanye: *acceptance*, *unbreakable*, *self-assured*, dan *fearless* secara kolektif membangun narasi kecantikan yang bersifat reflektif, memiliki banyak suara, dan menolak definisi tunggal. *Acceptance* membongkar batas antara tampak dengan tersembunyi, *unbreakable* mengaburkan batas antara lemah dengan tangguh, *self-assured* menegosiasikan ulang batas antara tuntutan sosial dengan dorongan personal, dan *fearless* mengubah relasi batas antara bisu dengan bersuara. Keempatnya menciptakan representasi yang mengakui kerentanan sekaligus menegaskan kekuatan, menolak hierarki nilai yang

kaku, sekaligus mendorong pergeseran persepsi publik bahwa kecantikan dapat hadir dalam beragam bentuk, latar, dan pengalaman tanpa harus tunduk pada standar dominan.

2. Representasi kecantikan dalam kampanye ini tidak lagi beroperasi sebagai citra homogen yang ditentukan standar visual dominan, melainkan sebagai proses pembentukan identitas yang kontekstual, terbuka terhadap keberagaman pengalaman, dan bersifat partisipatif. Kecantikan diartikulasikan sebagai pengalaman personal sekaligus kolektif, dapat melampaui sekat kelas, latar budaya, maupun posisi sosial, sehingga memperluas definisi kecantikan di ranah publik.
3. Jika dibandingkan dengan iklan kecantikan konvensional di Indonesia, kampanye ini memutus pola komunikasi yang menekankan kesempurnaan visual dan eksklusivitas representasi. Iklan konvensional cenderung mempertahankan oposisi biner dalam bentuk murni dan hierarkis, sedangkan *Discover the Unseen Power* mengaburkan batas-batas tersebut untuk menciptakan wacana yang lebih cair dan beragam. Hal ini membedakan Make Over sebagai brand yang memposisikan kecantikan bukan hanya sebagai komoditas, tetapi juga sebagai ruang negosiasi makna dan ekspresi identitas, sekaligus mengungkap bahwa standar kecantikan dominan selama ini bersifat konstruksi sosial yang dapat digugat dan diredefinisi sesuai konteks budaya dan pengalaman individual.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, diperlukan langkah-langkah strategis untuk memastikan bahwa pergeseran makna kecantikan yang diusung kampanye *Discover the Unseen Power* dapat memberikan dampak jangka panjang.

1. Industri kecantikan di Indonesia diharapkan lebih berani mengadopsi pendekatan yang menantang standar kecantikan tunggal dan hierarkis. Kampanye masa depan dapat memanfaatkan strategi narasi yang beragam, mengakomodasi keberagaman latar budaya, warna kulit, serta bentuk tubuh di Indonesia. Mengaburkan batas-batas oposisi biner, seperti “cantik” dengan “tidak cantik” bukan hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap wacana sosial.
2. Masyarakat perlu membangun kesadaran kritis bahwa kecantikan adalah konstruksi sosial yang selalu bisa ditafsir ulang. Sikap selektif dalam menerima pesan dari iklan kecantikan, baik yang konvensional maupun progresif akan membantu audiens menghindari internalisasi standar yang membatasi. Partisipasi aktif, misalnya dengan mendukung dan menyebarkan representasi alternatif yang inklusif, dapat menjadi bagian dari perubahan budaya yang menempatkan kecantikan sebagai pengalaman yang personal, setara, dan beragam.
3. Penelitian di masa depan yang mengangkat topik serupa dapat memperluas objek kajian ke berbagai merek atau sektor industri lain untuk melihat sejauh mana strategi dekonstruksi digunakan dalam komunikasi pemasaran. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi dampak langsung kampanye

semacam ini terhadap persepsi dan perilaku konsumen, sehingga kontribusinya tidak hanya teoritis tetapi juga praktis bagi industri dan masyarakat.

