

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Masyarakat global mengalami Pandemi Covid-19 sejak tahun 2020. Pandemi Covid-19 ini berdampak pada kesehatan mental remaja yang kemudian mendorong Maybelline mengkampanyekan “Brave Together”. “Brave Together” sebagai sebuah gerakan yang dilakukan untuk menghapus stigma kecemasan dan depresi pada remaja selama Covid-19. Cara yang dilakukan adalah lewat kontes menulis pada *platform* Wattpad. Penelitian ini dilakukan untuk meninjau secara visual poster “Brave Together” dengan pendekatan E.B Feldman. Hal ini dikarenakan poster menjadi media komunikasi utama dalam “Brave Together”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sedangkan pendekatan E.B Feldman yang digunakan meliputi deskripsi, analisis formal, interpretasi dan evaluasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh poster “Brave Together” sejumlah dua poster. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menginterpretasi visual poster “Brave Together” tersebut.

Hasil yang ditemukan adalah bahwa dimulai dari tahap deskripsi, analisis formal, hingga interpretasi ditemukan bahwa terdapat keterkaitan antara elemen visual yang digunakan dengan tujuan diselenggarakannya kampanye “Brave Together” ini yang kemudian terwujud dalam poster sebagai media komunikasi visual utamanya. Elemen-elemen visual tersebut seperti warna, ilustrasi foto, bidang, teks (tipografif) yang kemudian diterapkan dengan prinsip-prinsip desain dan struktur pesan sehingga menyatu menjadi sebuah *layout* dalam poster “Brave Together”.

Secara interpretatif kedua poster “Brave Together” ini dapat dimaknai sebagai penekanan terhadap maksud diadakannya kontes menulis serta kampanye “Brave Together”, yaitu untuk menghapus stigma kecemasan serta depresi yang terjadi pada remaja selama Covid-19. Pemilihan elemen visual seperti foto remaja yang tersenyum bahagia di luar ruangan sebagai ilustrasi dan bidang menyerupai coretan kuas berwarna oranye atau jingga digunakan untuk memperkuat maksud

dari kampanye “Brave Together” yang dihadirkan lewat teks pada *headline* dan *subheadline* dalam masing-masing poster.

Secara konsisten kedua poster “Brave Together” ini pun digunakan baik di laman situs Maybelline maupun laman Wattpad. Selain itu berdasarkan hasil interpretasi penggunaan figur remaja sebagai foto pada ilustrasi representatif digunakan bagi audiens remaja yang menjadi target utama dari kampanye “Brave Together”.

B. Saran

Saran dari penelitian ini adalah perlu dilakukan kajian lanjutan mengenai efektifitas kampanye “Brave Together” terhadap remaja. Selain itu saran berikutnya adalah melakukan kajian serupa terkait tinjauan desain terhadap poster sebagai media komunikasi visual utama dalam kampanye yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk melihat efektifitas poster sebagai media komunikasi visual utama dalam sebuah kampanye periklanan.

