

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada video kampanye bertema “Merdeka dari Stigma” hasil kolaborasi Mothercare Indonesia bersama Good Enough Parents melalui akun Instagram @goodenoughparents.id, menunjukkan bahwa penerapan perspektif retorika visual dalam video kampanye memberikan makna pesan yang diperoleh dari unsur elemen visual dan simbol mengenai stigma disabilitas anak-anak penyandang *down syndrome*. Adapun penarikan kesimpulan yang diperoleh dari tiga tujuan awal penelitian, yakni sebagai berikut:

##### 1. Identifikasi Elemen Visual

Berdasarkan tujuan penelitian pada bagian identifikasi elemen visual, dihasilkan analisis berbagai elemen visual yang terkandung dalam setiap rangkaian *sequence* video. Elemen-elemen tersebut dianalisis dari perspektif *nature of image*, khususnya pada karakteristik *presented element* dan *suggested element*. Bagian *presented element* merujuk pada unsur konkret visual yaitu penggunaan komposisi warna, pemilihan narasi dan jenis *font*, *gesture* tubuh, ekspresi wajah, pengambilan sudut kamera (*shot*), penambahan animasi, pemilihan latar baik latar tempat, musik, dan suasana, serta bentuk *editing* yang digunakan dalam mengeksekusi hasil akhir video. Hasil temuan pada karakteristik lainnya yaitu *suggested element* yang merujuk pada makna atau asosiasi tersirat di balik penggunaan elemen visual. Dengan demikian, keduanya saling berkaitan dalam membentuk konstruksi visual dan menghasilkan interpretasi makna yang lebih dalam dari pesan kampanye dalam video tersebut.

##### 2. Isi kampanye

Isi kampanye “Merdeka dari Stigma” oleh Mothercare Indonesia dan Good Enough Parents berhasil menghadirkan pesan tentang stigma pada anak-anak dengan *down syndrome* yang seringkali menjadi

penghalang utama dalam perkembangan sosial mereka. Melalui perspektif retorika visual, isi kampanye tidak hanya menyampaikan pesan verbal, tetapi juga membangun argumen visual yang mengajak audiens memahami stigma terhadap anak dengan kebutuhan khusus. Penjelasan mengenai stigma tersebut diterjemahkan ke dalam bentuk narasi dan visual yang saling menguatkan, sehingga isi kampanye tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga dibangun melalui alur cerita yang emosional dan tata visual yang bermakna. Narasi difokuskan pada penggambaran pengalaman anak berkebutuhan khusus dengan bakat yang luar biasa, sementara di sisi visual menangkap dalam bentuk ekspresi wajah, sorotan kamera, kombinasi animasi, penggunaan warna, dan penyajian keseluruhan video. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa retorika visual dalam kampanye ini berhasil mengonstruksi isi pesan melalui peran *presence audience* atau kehadiran audiens yang secara nyata menunjukkan respon aktif baik melalui komentar, *like*, *share*, dan menyimpan unggahan sebagai bentuk memahami isi keseluruhan video kampanye.

### 3. Makna Simbolis

Penafsiran makna simbolis dalam video menunjukkan bahwa setiap visual dan narasi dalam video mengandung simbol yang menunjukkan bahwa pesan tentang stigma terhadap anak berkebutuhan khusus tidak dijelaskan melalui tanda-tanda stigma secara eksplisit, melainkan melalui konstruksi tanda-tanda visual yang menegaskan kesetaraan dan inklusi. Salah satu tanda utama adalah visual anak dengan yang mengenakan pakaian dengan gambar karya Vanessa berada di satu *frame* anak-anak dengan *down syndrome*. Dalam konteks retorika visual, tanda berpakaian tersebut menjadi indikator bahwa anak berkebutuhan khusus tidak dipisahkan secara sosial, melainkan ditempatkan di posisi yang sama dalam posisi setara di ruang publik. Kehadiran rethor yang juga berperan sebagai psikolog menjadi tanda kredibilitas yang menegaskan bahwa pembahasan isi kampanye ini bukan sekadar opini publik, melainkan persoalan berbasis keilmuan dan perlu dibangun melalui pemahaman ilmiah, dan pengalaman nyata yang dibuktikan dengan narasi hasil wawancara rethor bersama Ibu dari Vanessa, anak

dengan *down syndrome* tersebut. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menafsirkan makna simbolis tercapai melalui identifikasi tanda-tanda visual serta penjelasan bagaimana tanda-tanda tersebut berjalan beriringan bersama narasi dan susunan visual, yang membentuk argument retorik bahwa stigma dapat dihilangkan jika anak berkebutuhan khusus ditempatkan pada posisi yang setara dan didukung oleh orang tua dan juga lingkungannya.

## B. SARAN

Saran yang dapat direkomendasikan bagi peneliti baik saran akademis maupun praktis, antara lain:

### 1. Saran Akademik

Retorika visual sebagai salah satu studi di bidang ilmu komunikasi diharapkan mampu memberikan pengetahuan mendalam mengenai sudut pandang baru dalam komunikasi visual tentang elemen dan simbol yang membentuk makna dalam media visual. Penerapan yang dilakukan dengan mengangkat isu inklusivitas, pada umumnya cukup sensitif untuk diangkat ke ranah publik terutama sosial media. Peneliti melihat bahwa pembawaan isu yang berat dapat dijangkau dengan kampanye modern berbasis audio visual sehingga kampanye berhasil mengonstruksi stigma bukan hanya sebagai persoalan individu, tetapi sebagai isu sosial yang membutuhkan perubahan cara pandang dan tindakan kolektif. Peneliti berharap agar semakin banyak studi yang mengeksplorasi perspektif komunikasi visual, terutama retorika visual di media sosial untuk memperkaya diskursus akademis. Hal ini akan memperkuat relevansi ilmu komunikasi dalam mengatasi isu kontemporer di berbagai *platform* yang memegang peran penting antara makna verbal dan gambar visual.

### 2. Saran Praktis

Peneliti berharap Mothercare Indonesia dapat secara konsisten memaksimalkan media sosialnya tidak hanya sebagai *platform* penjualan produk, tetapi juga sebagai sarana edukasi berkelanjutan di setiap unggahannya. Dengan memperhatikan

pemilihan elemen visual seperti komposisi warna, ekspresi, dan narasi yang selaras, unggahan yang diberikan tidak hanya sebagai wadah promosi tetapi juga sebagai edukasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan nama perusahaan, tetapi juga membentuk audiens yang lebih terbuka terhadap isu sosial terutama di lingkungan orang tua dan anak, sehingga keterlibatan audiens menjadi lebih berarti dari sekadar respons transaksional.

