

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap *scene* yang merepresentasikan kecantikan dalam iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” maka Peneliti memperoleh beberapa kesimpulan, di antaranya sebagai berikut:

1. Iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” merupakan sebuah momentum 25 tahun perjalanan Wardah di dunia kecantikan. Iklan tersebut dibintangi oleh 4 perempuan, yaitu Marcella FP sebagai ilustrator mewakili pilar pemberdayaan perempuan, Soraya Cassandra sebagai *Co-Founder* Kebun Kumara mewakili pilar lingkungan, dr. Nadhira Afifa sebagai dokter mewakili pilar kesehatan dan Tasha Khalida sebagai tenaga pendidik mewakili pilar pendidikan. Alasan Wardah menggunakan ke empat perempuan tersebut di dalam iklan karena menilai bahwa generasi muda dan perempuan mempunyai peranan penting dalam membangun Indonesia di masa depan. Melalui kampanye ini, apa pun latar belakang pekerjaannya, harus tetap memiliki optimisme dalam berkarya yang bermanfaat bagi diri sendiri, lingkungan, hingga dunia.
2. Terdapat 9 *scene* yang merepresentasikan kecantikan dalam iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia”.
3. Representasi kecantikan yang terdapat dalam iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” merujuk pada perempuan modern dengan ragam pekerjaan yang berbeda, memiliki rasa percaya diri, kepandaian, semangat juang tinggi serta nilai positif lainnya yang dapat menginspirasi banyak orang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pada iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia”, peneliti memiliki beberapa saran. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai kajian semiotika tidak hanya sampai pada mitos melainkan hingga ideologi.
2. Bagi masyarakat dapat memberikan perspektif baru mengenai makna kecantikan pada perempuan yang selama ini hanya dilihat berdasarkan fisik saja. Kecantikan fisik dapat diukur sementara kecantikan dari dalam (*inner beauty*) tidak dapat diukur oleh apapun.
3. Bagi Wardah diharapkan dapat menayangkan iklan sejenis dengan jangkauan media yang lebih luas seperti televisi. Tujuannya adalah masyarakat yang tidak bisa mengakses internet juga dapat melihat iklan yang bertemakan inspirasi bagi perempuan Indonesia.