

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti mengenai “Analisa Isu Warna Kulit Putih Korea dalam Konstruksi Kecantikan Ideal pada Iklan Korea Glow Yuzu” dengan menggunakan analisa semiotika Roland Barthes, maka peneliti dapat menyimpulkan yaitu:

1. Adanya konsep standar kecantikan yang dikonstruksikan oleh media membuat perempuan Indonesia memiliki pandangan bahwa ia harus berkulit putih jika ingin dikatakan cantik. Hal ini dimanfaatkan oleh para produsen kecantikan salah satunya ialah Korea Glow Yuzu dalam memasarkan produknya ke masyarakat terutama perempuan. Korea Glow Yuzu melalui iklan dengan menampilkan simbol – simbol yang memiliki makna denotatif, konotatif dan mitos terhadap kulit putih korea. Konstruksi kulit putih Korea tersebut disampaikan melalui simbol – simbol yang dimaknai sebagai persepsi atau kepercayaan para audiens. Hal tersebut membuktikan bahwa teori Roland Barthes memiliki peran dalam menyampaikan pesan yang dikonstruksikan media terhadap pesan kecantikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Adanya arus budaya korea yang menjamur di Indonesia dan bahkan dijadikan *trend setter* pada saat ini, membuat iklan Korea Glow Yuzu mengkonstruksi perempuan Indonesia bahwa Kulit

Putih Korea adalah kecantikan ideal yang harus dimiliki oleh setiap perempuan.

3. Isu warna kulit putih Korea dikonstruksikan oleh iklan Korea Glow Yuzu sebagai salah satu kecantikan ideal perempuan Indonesia yang terdapat pada iklan yang kemudian didapat makna denotasi, konotasi dan mitos yaitu bahwa kulit putih melambangkan kecantikan, kebersihan, ketertarikan dan feminisme atau identic dengan kulit wanita.
4. Iklan Korea Glow yuzu mempersuasi perempuan Indonesia untuk menggunakan produknya agar memiliki kulit yang cantik yaitu kulit putih Korea. seperti pada scene 5 yang menampilkan ekspresi wajah model perempuan yang ceria dan bahagia dengan menunjukkan senyumnya, yang bermakna bahwa model perempuan tersebut bahagia karna kulit putihnya yang lebih putih dan cerah.
5. Dari hasil analisis yang ditemukan oleh peneliti, terlihat bahwa adanya tingkat kepercayaan diri perempuan yang lebih tinggi ketika memiliki kulit yang putih, hal ini dikarenakan adanya anggapan bahwa kulit putih diidentikan dengan cantik dan bersih sedangkan kulit yang gelap diidentikan dengan kusam dan tidak terawat.
6. Berdasarkan makna yang terkandung pada simbol – simbol dalam iklan Korea Glow Yuzu menggambarkan adanya persepsi mengenai motif, harapan, dan minat mengenai kecantikan yang masih berkembang di masyarakat, seperti scene yang terdapat pada iklan yaitu sang model perempuan yang dikagumi oleh dua laki – laki karena kulit putihnya. hal ini memiliki makna bahwa

kulit putih korea dapat membuat perempuan menjadi lebih menarik.

7. berdasarkan mitos dapat ditarik kesimpulan bahwa, kulit putih sudah menjadi syarat kecantikan seorang perempuan sejak zaman kerajaan era Joseon. Setiap perempuan pada era ini diharuskan memiliki kulit putih jika ingin dikatakan cantik. Selain itu kulit putih pun dikaitkan dengan status sosial seseorang. Semakin putih kulit yang dimiliki, maka semakin tinggi status sosialnya.

5.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan serta kesimpulan pada iklan Korea Glow Yuzu, penulis memberikan masukan berupa saran – saran. Adapun saran – saran yang ingin disampaikan oleh penulis yaitu:

1. Diharapkan masyarakat lebih selektif dan kritis dalam menerima sebuah pesan pada iklan agar pandangan serta budaya yang dapat menghilangkan identitas bangsa tidak tertanam kuat dalam persepsi masyarakat Indonesia khususnya perempuan
2. Diharapkan para *creator* iklan di Indonesia dapat bijak dalam beriklan terutama iklan kecantikan, agar masyarakat Indonesia khususnya perempuan tidak terkonstruksi untuk mengikuti standar kecantikan yang ditampilkan pada iklan.