

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap *scene* yang merepresentasikan kecantikan dalam iklan “Nyamanku Bahagiaku” maka peneliti memperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Representasi kecantikan perempuan dalam iklan “Nyamanku Bahagiaku” merujuk pada perempuan modern, mempunyai rasa percaya diri, kecerdasan, semangat juang yang tinggi dan nilai positif lainnya yang dapat memotivasi banyak orang. Model dalam iklan ini juga merepresentasikan kecantikan perempuan Indonesia sesuai dengan standar kecantikan yang ada saat ini, terlebih warna kulit yang dimana semua model berkulit putih bersih.
2. Tujuan Wardah menggunakan ke-delapan perempuan tersebut di dalam iklan karena percaya bahwa generasi muda dan perempuan dapat memotivasi sesama perempuan lainnya.
3. Terdapat 7 *scene* yang merepresentasikan kecantikan dalam iklan “Nyamanku Bahagiaku”

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis pada iklan Wardah “Nyamanku Bahagiaku”, peneliti memiliki beberapa saran. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

#### **5.2.1. Saran Praktis**

1. Untuk masyarakat dapat menyalurkan cara pandang baru tentang arti kecantikan yang terdapat pada perempuan yang selama ini hanya dinilai melalui tampilan fisik saja. Kecantikan pada fisik bisa dinilai sedangkan kecantikan yang ada di dalam diri atau (*inner beauty*) tidak dapat dinilai atau diukur.

2. Untuk brand Wardah diharapkan dapat menayangkan iklan yang menggunakan model dengan warna kulit yang merepresentasikan warna kulit khas perempuan Indonesia, menayangkannya dengan jangkauan media yang lebih luas seperti televisi. Dengan maksud agar masyarakat luas yang tidak dapat mengakses internet tetap dapat menyaksikan iklan yang bertajukan inspirasi untuk semua perempuan Indonesia.

### **5.2.2. Saran Teoritis**

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai kajian semiotika tidak hanya sampai pada mitos melainkan hingga ideologi.