

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian representasi perempuan dalam iklan ,dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan berhijab di gambarkan melalui tanda – tanda dengan perpaduan kecantikan pada wajah , kecantikan tubuh , kecantikan hati dan kecantikan akan kebersihan kulit kepala.

Dengan kebersihan kulit kepala juga sebagai bagian utamanya yang disertai dengan tingkat kepercayaan seorang wanita muslimah setelah memakai produk shampoo sari ayu hijab series. Selain itu, tanda ikon pada iklan ini juga menandakan kehadiran wanita muslimah dan produk ini di tujukan untuk wanita muslimah .

Pada tanda indeks terdapat hubungan sebab akibat yang berhubungan dengan tanda kecantikan perempuan muslimah pada iklan ini. Terdapat tanda kecantikan wajah, kecantikan tubuh, kecantikan hati dan kesehatan kulit kepala pada rambut yang tertutup hijab. Konsepsi mengenai kecantikan pada tanda simbol, secara dominan digambarkan melalui keberadaan endoser yang menjadi tanda dalam iklan – iklan tersebut. Pada iklan ini, kecantikan yang digambarkan adalah perempuan dengan sosok muslimah dengan kecantikan wajah, kecantikan tubuh yang dianggap ideal yang dibalut gaya modern.

Terdapat kecenderungan bahwa pemasar produk kecantikan sekarang ini mulai membidik wanita muslimah sebagai target pasar. Kecantikan dianggap sebagai sesuatu yang hanya bisa didapatkan selain perempuan muslimah. Ini terlihat dari pemilihan Alyssa Soebandono sebagai brand ambassador yang

bertujuan untuk mempengaruhi segmen perempuan muslimah. Pemilihan perempuan muslimah sebagai pasar sasaran dapat memberikan keuntungan ganda bagi pemasar, karena jumlah muslimah cukup besar di Indonesia.

## **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian beserta kesimpulan yang telah di bahas, maka peneliti memiliki saran yang dapat di ungkapkan sebagai berikut :Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para produsen dalam membuat iklan-iklan shampo agar tidak terlalu menonjolkan bentuk lekuk tubuh seorang perempuan dalam iklannya. Hal ini dimaksudkan agar generasi muda dan yang akan datang tidak terkontaminasi dengan pandangan bahwa cantik itu harus seksi dan dapat menjaga martabat seorang perempuan.