

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan terkait dengan representasi kecantikan pada Iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream, Wardah Perfect Bright Mousturizer, dan Wardah Perfect Bright Creamy Foam yang dibintangi oleh Ayana Moon yang sesuai dengan analisis semiotika Roland Barthes, yaitu:

1. Representasi kecantikan dalam ketiga iklan Wardah ini menunjukkan kecantikan dari luar (*outer beauty*). *Outer beauty* dapat dilihat dari penampilan luar Ayana, diantaranya kecantikan fisik Ayana, pakaian yang digunakan oleh Ayana, serta *make up* yang digunakan Ayana merepresentasikan standar kecantikan Korea. Kecantikan fisik Ayana yang dapat merepresentasikan ia memenuhi standar kecantikan Korea adalah ia yang memiliki kulit berwarna putih dan cerah, wajah yang kecil, bertubuh langsing dan tinggi yang hal tersebut sesuai dengan standar kecantikan Korea. Selanjutnya pada penggunaan pakaian Ayana yang mengenakan celana bermotif vertikal yang dapat membuat kesan tinggi pada badan. Selain itu, pemilihan warna pakaian Ayana yang berwarna pastel juga menunjukkan bahwa warna pastel identik dengan Korea.
2. Representasi kecantikan dalam ketiga iklan Wardah ini menunjukkan kecantikan dari dalam (*inner beauty*)

*Inner beauty* dalam ketiga iklan Wardah ini dapat dilihat dari sifat, dan perilaku Ayana seperti ia yang sedang berbincang dengan para penggemarnya dan berfoto bersama pada *meet and greet* nya, yang dapat merepresentasikan bahwa Ayana adalah sosok yang ramah. Dengan kepribadian baik yang Ayana miliki dapat membuat ia memiliki banyak penggemar perempuan, yang menandakan bahwa mengidolakan Ayana tidak hanya dinilai secara fisik.

3. Mitos Kecantikan Indonesia sebagai Representasi Cantik dalam Iklan Wardah Perfect Bright Bright Tone Up Cream, Wardah Perfect Bright Bright Creamy Foam, dan Wardah Perfect Bright Bright Mousturizer  
Mitos kecantikan yang berkembang di Indonesia masih merujuk pada penampilan fisik seperti perempuan cantik adalah yang memiliki kulit yang putih, bertubuh langsing dan tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari pemilihan model iklannya yaitu Ayana yang memiliki kecantikan fisik yang sesuai dengan mitos kecantikan Indonesia. Selain itu, Wardah juga mengambil momen adanya *Korean Wave* di Indonesia dan mengusung tren kecantikan Korea pada iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream, Wardah Perfect Bright Mousturizer, dan Wardah Perfect Bright Creamy Foam. Sehingga Wardah memilih model iklan Ayana Moon yaitu selebgram dari Korea.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai bagaimana representasi kecantikan dalam Iklan Wardah yang dibintangi oleh Ayana Moon,

terdapat tiga iklan yaitu Wardah yaitu, Wardah Perfect Bright Tone Up Cream, Wardah Perfect Bright Mousturizer, dan Wardah Perfect Bright Creamy Foam, yang terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan agar menjadikan masukan bagi masing-masing pihak, diantaranya:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti diharapkan untuk lebih aktif dalam menganalisis kajian analisis semiotika terutama pada aspek semiotika iklan. Selain itu, dapat dilakukan dengan model semiotika yang lain, agar memperbanyak hal-hal yang dapat dibedah lagi dan melakukan hal-hal lain yang belum dilakukan pada penelitian ini.