BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penggambaran perlawanan perempuan terhadap mitos kecantikan adalah dengan melawan tren kecantikan dan berani tampil menjadi diri sendiri. Selama ini perempuan selalu digambarkan sebagai sosok yang lekat dengan kecantikan, dan selalu berusaha untuk mengikuti gambaran kecantikan agar dapat diterima oleh masyarakat. Akan tetapi hal itu dipatahkan dalam drama ini, perempuan dalam drama ini digambarkan sebagai sosok yang berani untuk menerima kekurangan yang ada dirinya dan berani tampil apa adanya.

Hasil penelitian ini adalah pertama perlawanan mitos kecantikan perempuan di gambarkan melalui penolakan terhadap operasi plastik yang sudah menjadi budaya di Korea Selatan, dan berani menghapus riasan sebelum menjalankan aktivitasnya. Operasi plastik yang menjadi budaya di Korea Selatan menjadi andalan perempuan untuk mendapatkan kecantikan yang instan, tetapi sesungguhnya operasi plastik hanya membuat perempuan semakin menderita, dan dengan menghapus riasannya hal itu menunjukkan bahwa perempuan sebenarnya adalah sosok yang percaya diri dengan segala kekurangannya. Kedua berani tampil menjadi dirinya sendiri, dengan berani tampil berbeda dan menjadi dirinya sendiri perempuan dapat menunjukkan kecantikan

yang sesungguhnya tidak hanya pada fisik seorang perempuan saja, karena kecantikan pada perempuan memiliki arti yang luas dan beragam.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian berikutnya yang akan meneliti tentang perlawanan perempuan pada mitos kecantikan, peneliti berharap bahwa penelitian yang berikutnya akan mendapatkan pandangan yang lain dari perlawanan yang dilakukan oleh perempuan pada dunia kecantikan dengan menggunakan metode Roland Barthes, dan menampilkan sudut pandang mengenai kecantikan yang beragam pada sosok perempuan.

V.2.2 Saran Praktis

Saran untuk industri perfilman sebagai salah satu media yang memiliki peran penting untuk mengedukasi masyarakat diharapkan agar bisa terus menciptakan karya tentang perlawanan yang dilakukan oleh perempuan terhadap mitos kecantikan perempuan, dan kekhawatiran dari seorang perempuan yang didapatkan melalui fisiknya melalui kisah alur kisah yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Barsam, R., & Monahan, D. (2016). *Looking At Movies: An Introduction To Film* (5th ed.). New York: W. W Norton & Company.

Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hollows, J. (2010). *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer* (S. Jamilah (ed.)). Yogyakarta: JALASUTRA Anggota IKAPI.

Jackson, S., & Jones, J. (2009). *Pengantar Teori-Teori Feminis Kontemporer* (Stevi Jackson; Jackie Jones (ed.)). Yogyakarta & Bandung: JALASUTRA Anggota IKAPI.

Marinescu, V. (2014). *THE GLOBAL IMPACT OF SOUTH KOREAN POPULAR CULTURE* (V. Marinescu (ed.)). United States of America: Lexington Books.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=aXutBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&ots=P_HCqR2bJ&sig=Nw0Ftq02QVxn7RByiDtwnieLNfE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (D. P. Opi (ed.); 6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

- Melliana, A. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS Printing Cemerlang.
- Moerdijati, S. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parameswari, P. (2016). Membaca Makna di Balik Iklan Produk Pencokelat Kulit Nivea: Representasi Kecantikan Perempuan di Jerman. *ETTISAL: Journal of Communication, Vol. 1*.
- Rivers, W. L., Peterson, T., & Jensen, J. W. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern* (2nd ed.). Jakarta: Prenamedia Group.
- Rochimah, T. H. N. (2018). *Pertarungan Wacana Tubuh Perempuan Dalam Media*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Rokhmansyah, A. (2016). *PENGANTAR GENDER DAN FEMINISME: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widy, H. (2004). *Diskriminasi Gender: Potret Perempuan dalam Hegemoni Laki-laki*. Jogjakarta: CV. HANGGAR KREATOR.

Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: Penerbit Niagara.

Jurnal:

Aprilia, D. R. (2005). Iklan dan Budaya Popular: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body

Shape & Prolene). *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, Vol. 2(1), 41–65.

Christinawati, C., & Junaidi, A. (2020). Standar Kecantikan Perempuan Berhijab dalam Iklan Televisi (Analisa Semiotika Iklan Wardah Versi Feel The Beauty). *Prologia*, 4(1), 209–214.

Dewi, M. C. (2013). REPRESENTASI PAKAIAN MUSLIMAH DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova). *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, Vol. 6(2), 63–82.

Fitryarini, I. (2009). Iklan dan Budaya Popular: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan di Televisi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, Vol. 6(2), 119-136.

Furkan, E. B. F., & Putra, D. K. S. (2015). YOU LOOK DISGUISTING: KRITIK ATAS CITRA KECANTIKAN TELAAH SEMIOTIKA JOHN FISKE TERHADAP REPRESENTASI FEMINISME MODERN. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, Vol. 9(2), 344–371.

Gogali, V. A. (2016). INDUSTRI MEDIA DALAM BUDAYA POPULAR KAJIAN SEMIOTIKA PIERCE PADA DRAMA KOREA SARANGHAE, I LOVE YOU. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7(1), 33–37.

Illahi, A. K., Fajar, D. P., & Saputra, M. I. (2020). Penggunaan Social media influencer Sebagai Usaha Membangun Budaya Masyarakat Digital Tentang Konsep Tubuh Ideal dan Kepercayaan Diri. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 108–123.

Parameswari, P. (2016). Membaca Makna di Balik Iklan Produk Pencokelat Kulit Nivea: Representasi Kecantikan Perempuan di Jerman. *ETTISAL: Journal of Communication*, Vol. 1(1), 2–22.

Sari, W. P. (2015). Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa). *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7(2), 198–206.

Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan. *Koneksi*, Vol. 5(1), 67–75.

Sumber lainnya:

DramaWiki (2021, 4 February). True Beauty/Episode Ratings [on-line]. Diakses pada Rabu, 3 November 2021, pukul 10.17 dari www.wiki.d-addicts.com

Putsanra, Dipna Videlia (2020, 10 December). Cara Nonton True Beauty dan Rating Episode 1 [on-line]. Diakses pada Rabu, 18 Agustus 2021, pukul 13.12 dari www.tirto.id