

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis semiotik terhadap tanda-tanda dalam iklan televisi YOU C1000 Vitamin ‘Batik’ versi Leila Lopes, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Makna kecantikan secara dominan digambarkan melalui keberadaan *brand ambassador*, Leila Lopes yang bukan dilihat dan dinilai dari segi fisik semata tetapi lebih tertuju dan mementingkan kesehatan tubuh perempuan.
2. Konsep kecantikan kulit putih tidak menjadi standar kecantikan dalam iklan YOU C1000, justru keragaman warna kulit membuat dunia terlihat lebih menarik. Kecantikan adalah sesuatu yang tidak bersifat relatif, tetapi adalah sesuatu yang kompleks.

## V.2. Saran

Setelah melakukan penelitian dan melihat hasil yang didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah:

Saran Akademis:

1. Konsep kecantikan perempuan makin dipersempit oleh iklan dengan cara mengkategorisasikan makna kecantikan perempuan. Perempuan dikatakan cantik jika berkulit putih, berambut hitam lurus dan lain sebagainya.

Melihat fenomena yang terjadi, disarankan kepada peneliti-peneliti lain agar memperbanyak penelitian yang berkaitan dengan makna kecantikan perempuan agar perempuan lebih jeli dan kritis dalam menanggapi pesan para insan kreatif di balik dunia periklanan.

2. Semiotika sebagai metode kajian yang membutuhkan wawasan yang baik untuk dapat menghasilkan analisis yang mendalam. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada peneliti-peneliti lainnya untuk lebih memperhatikan dan memperbanyak wacana-wacana yang mempunyai kaitan erat dengan objek penelitian.

Saran Praktis:

1. Dunia periklanan adalah dunia di mana akan muncul dan terlihat ragam ide-ide kreatif yang bertujuan mempersuasi khalayak untuk mengonsumsi produk yang diiklankan. Namun di sisi lain, iklan juga hadir sebagai media yang mempunyai pengaruh besar untuk membentuk dan menciptakan kebutuhan khalayak. Tidak hanya sebatas itu, iklan membentuk ideologi tentang suatu hal.

Salah satunya adalah membentuk ideologi tentang makna kecantikan perempuan dengan cara mengkategorisasikannya. Salah satu contoh kategori perempuan cantik yang sering digemparkan media adalah kulit putih. Dari fenomena yang ada, peneliti menyarankan agar para insan kreatif yang bekerja dalam dunia periklanan agar lebih memperluas konsep tentang kecantikan perempuan. Tidak terbatas pada satu warna kulit, tetapi mengakui bahwa keragaman warna kulit sama sekali tidak harus menjadikan perempuan berpikir bahwa dirinya tidak cantik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Baria, Ludfy. 2005. *Media Meneropong Perempuan*. Surabaya: Lutfasnah Mediatama
- Budiman, Arief. 2006. *Kebebasan, Negara, Pembangunan*. Jakarta: Pustaka Alvabet dan Freedom Institute.
- Endaswara, Suwardi. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Sleman: PT. Agromedia Pustaka.
- Firmansyah, Adhe. 2010. *Cara Mudah Membaca Kepribadian Orang*. Jogjakarta: Starbook.
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kuncoro, Sanie B. 2010. *Garis Perempuan*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Melliana S, Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkiS.

- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS).
- Rath, Patricia Mink., Bay, Stefani., Gill, Penny., Petrizzi Richard. 2015. *The Why Of The Buy: Consumer Behavior and Fashion Marketing*.
- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Singarimbun, M. (ed) & Effendi, S. (ed). 1989. *Metode Penelitian Survei*. (rev. ed). Jakarta: LP3ES.
- Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Suparno, Paul. 2007. *Action Research: Riset Tindakan Untuk Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Susanto, Budi A., 2005. *Penghibur(an): Masa Lalu dan Budaya Hidup Masa Kini Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius (Anggota IKAPI).
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. 2009. *Semiotika: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

-----, 2013. *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

## **Jurnal**

Aprilia, Dwi Ratna. 2005. *Iklan Budaya Popolar: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP. UAJY.

Fadliila, 'Amilatul Azizah. 2013. *Pengaruh Pesan dan Penggunaan Endorser Pada Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman YOU C100 Vitamin di Surabaya Selatan*. Manajemen, Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.

Leiliyanti, E. 2003. *Konstruksi Identitas Perempuan dalam Majalah Cosmopolitan*. English Department FIB Unair Airlangga. Surabaya.

Putra, I.M., Suharyono, & Abdila, Y. 2014. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.

Stephanie, Rosalia Fergie. 2014. *Representasi Mooi Indei (Hindi Molek) dalam Iklan Pariwisata Indonesia: Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC) Versi Feeling Is Believing*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Vidyarini, Titi Nur. 2007. *Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik The face Shop*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra Surabaya.

### **Media Elektronik atau Internet**

Angola Leila Lopes. (2011). *Miss Universe Confidenti Beautiful* (on-line). Diakses pada tanggal 22 Juli 2015 dari <http://www.missuniverse.com/members/profile/599495>.

KBBI (daring). Diakses pada tanggal 22 Juli 2015 dari <http://kbbi.web.id/gaun>.

Nahayani, Manggala. (2015, 04 Maret). *Pencitraan Perempuan oleh Media: Eksploitasi Tubuh Perempuan sebagai Objek Kepuasan Lelaki*. Jurnal Perempuan (on-line). Diakses pada tanggal 07 Juni 2015 dari <http://www.jurnalperempuan.org/blog-feminis-muda/objektifikasi-perempuan-oleh-media-pembakuan-identitas-perempuan-dan-dominasi-kekuasaan-laki-laki>.