

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Iklan menempati posisi yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Iklan merupakan sarana yang paling tepat untuk dapat mendatangkan efek yang baik dalam mempromosikan sebuah produk. Besarnya pengaruh yang dimiliki oleh iklan membuat fungsinya semakin bertambah. Dalam iklan sering ditampilkan simbol atau tanda yang kemudian akan membentuk sebuah persepsi baru di masyarakat. Pada akhirnya, apa yang ditampilkan di iklan menjadi tolak ukur terhadap beberapa hal di kehidupan sehari-hari. Fenomena ini juga terjadi pada iklan CITRA versi “Pancarkan Ragam Cantik Kulit Indonesia” 2022 dalam memaknai kecantikan perempuan.

Representasi perempuan Indonesia dalam iklan CITRA versi “Pancarkan Ragam Cantik Kulit Indonesia” 2022 ini adalah perempuan Indonesia yang mampu merangkul perbedaan, menghargai keunikan, dan merawat budaya serta alam Indonesia. Merangkul perbedaan atas beragamnya kebudayaan yang ada, visual yang berbeda setiap sukunya, serta perbedaan agama yang ada. Dari perbedaan yang ada, kita mampu menghargai keunikan yang kita miliki sehingga dapat hidup berdampingan dengan rukun. Merawat budaya dan alam Indonesia, menjadi tugas bagi setiap masyarakat Indonesia agar budaya leluhur tidak mengalami kepunahan dan menjaga alam Indonesia agar terus indah terawat. Dan representasi kecantikan perempuan Indonesia pada iklan ini adalah perempuan yang memiliki kulit sehat terawat. Namun, jika merujuk pada segi kebudayaan, iklan CITRA ini merepresentasikan kecantikan perempuan Indonesia dari segi budaya Bali, Sumba, dan Jawa.

Iklan CITRA *hand and bodylotion* ini memberikan kesan yang dikemas bahwa CITRA merupakan suatu produk yang memiliki posisi sebagai produk yang menjunjung tinggi kebudayaan dan warisan budaya Indonesia, terutama pada kecantikan perempuan Indonesia. Hal ini diperkuat dengan produk CITRA *hand*

*and body lotion* ini memang diperuntukkan bagi perempuan Indonesia. Iklan ini juga merupakan refleksi keadaan bangsa Indonesia. Bangsa Indonesia yang merupakan bangsa yang mempunyai kebudayaan, keindahan alam, keragaman ras, agama, adat dan suku yang sangat beragam dari mulai Sabang sampai Merauke.

Dalam iklan CITRA ini ditampilkan kecantikan perempuan Indonesia dari berbagai daerah, berdasarkan kebudayaan tiap-tiap daerahnya dan diharapkan kedepannya perempuan Indonesia lebih menjunjung tinggi nilai leluhur kebudayaan bangsa dan melihat bahwa sejatinya cantik itu berasal dari diri sendiri.

## **5.2 Saran**

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang akan disampaikan di bawah. Penulis sangat berharap saran ini dapat dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari demi kebaikan bersama.

Iklan CITRA versi “Pancarkan Ragam Cantik Kulit Indonesia” 2022 ini merupakan salah satu iklan yang bagus karena mengangkat kebudayaan Indonesia. Hal ini sudah sangat bagus dan peneliti berharap untuk mempertahankan visualisasi kecantikan perempuan Indonesia yang “khas” tersebut.

Iklan CITRA versi “Pancarkan Ragam Cantik Kulit Indonesia” yang mengangkat tentang kebudayaan Indonesia ini dapat menjadi sebagai acuan iklan-iklan jaman sekarang yang sayangnya lebih menonjolkan pesan iklan perempuan sebagai komoditas dari produk iklan.

Iklan CITRA versi “Pancarkan Ragam Cantik Kulit Indonesia” 2022 ini sangat bagus dalam menampilkan budaya lokal, keberagaman ras (visual), dan agama. Tetapi kebudayaan tersebut tidak dapat secara langsung diterima oleh anak muda zaman sekarang pada umumnya, sehingga alur cerita dari iklan tersebut tidak dapat dipahami dan diterima secara cepat.

Bagi peneliti selanjutnya, dalam kajian semiotika ini penulis menyarankan untuk lebih memperhatikan informasi serta detail-detail kecil dalam menentukan objek penelitian dan saat penelitian berlangsung. Hal ini untuk mendapatkan hasil

yang maksimal, variatif, dan bermanfaat bagi penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari.