

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap tanda-tanda dalam iklan *Cahaya Cantik Raisa by Pond's* ditemukan bahwa bentuk konstruksi kecantikan perempuan terfokus pada bagian luar khususnya dengan memiliki kulit putih. Hal ini terlihat dalam analisa, perempuan bukan lagi dilihat dari seberapa pandai memadukan pakaian, sibuk berdandan, atau wajahnya yang cantik, namun juga dituntut untuk memiliki kulit putih untuk memunculkan makna kecantikan sebenarnya. Selain cantik dan putih, perempuan dituntut untuk memiliki rasa kepercayaan diri dan keberanian sebagai penunjang dari kesuksesan.

Kesimpulan di atas dapat diuraikan sebagai berikut: *Pertama*, konsep kecantikan perempuan dalam iklan *Cahaya Cantik Raisa by Pond's* dilihat dari kulit yang identik dengan kulit putih, terlihat pada gambaran sosok Raisa dengan wajah cantiknya saja tidak cukup melainkan juga terhadap warna kulit yang dituntut untuk bisa menjadi lebih putih dengan menggunakan produk kecantikan yakni *Pond's White Beauty*. *Kedua*, kulit putih juga mempengaruhi dalam cara membentuk konsep “bahagia”. *Ketiga*, kulit putih lebih dianggap mulia dibandingkan warna kulit lainnya, lalu *Keempat*, pada bagian bentuk tubuhnya Raisa digambarkan harus memiliki tubuh ideal atau dilihat secara fisik bertubuh langsing, tidak lebih lemak (proporsional), dan memiliki lekukan tubuh. *Kelima*, berkulit putih dan berbadan ideal dapat mendukung kesuksesan Raisa sebagai penyanyi. Hal ini dapat dilihat pada sosok Raisa dalam

iklan yang akhirnya berhasil sukses menjadi penyanyi solo setelah awalnya dia sempat dibatalkan bekerja sama oleh seorang produser, bahkan Raisa juga dikeluarkan dari bandnya serta kafe tempatnya meniti karir.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Berikut ini adalah saran yang ingin disampaikan peneliti untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan iklan, khususnya yang bertemakan kecantikan perempuan. Iklan *Cahaya Cantik Raisa by Pond's* merupakan iklan dari produk kecantikan dengan label *whitening* yakni *Pond's White Beauty* yang mengusung warna kulit putih sebagai kecantikan yang diidealkan melalui keberadaan Raisa Andriana, seorang penyanyi berkebangsaan Indonesia sebagai *brand ambassador*, sementara itu masih ada iklan mengenai kecantikan perempuan menggunakan 'kulit berwarna gelap' sebagai model iklan dan direkomendasikan untuk diteliti.

V.2.2. Saran Praktis

Peneliti menyarankan agar dunia periklanan dapat lebih memperluas konsep tentang kecantikan perempuan, tidak hanya sebatas pada satu warna kulit yang identik selalu dengan warna kulit putih melainkan juga warna kulit lainnya, sehingga nantinya dapat menjadikan para perempuan berpikir bahwa mereka juga cantik dengan keragaman warna kulit.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Jauziyyah, Ibn Qayyim., Al-Harrani, Ibn Taymiyyah. (2008). *Cantik Luar Dalam*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Fiske, John. (1990). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra

Griffin, EM. (2012). *A First Look at Communication Theory Eighth Edition*. Singapore: McGraw-Hill Companies.

Ibrahim, Idi Subandy & Bachruddin Ali Akhmad. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi, Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.

Krisyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Melliana, Annastasia. (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.

Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Priyatna, Aquarini. (2013). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Feminitas dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Bandung: Matahari.

Rumambi, Leonid Julivan. (2009). *Pemasaran Produk Kecantikan ala Indonesia (Kisah LUX, POND'S, DOVE, CITRA & GIV)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Silalahi, Dr. Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan – Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.

Jurnal

Aprilia, Dwi Ratna. (2015). *Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan*. Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Angkatan 2002.

Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.

Winarni, Rina Wahyu. (2009). *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan*. Jakarta: Jurnal Deiksis Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.

Sumber Lain

Adm. (2015). “*Iklan Cahaya Cantik Raisa Berhasil Menarik Jutaan Penonton You Tube*”;
<http://m.buletinindonesianews.com/teknologi/679/iklan-cahaya-cantik-raisa-berhasil-menarik-jutaan-penonton-you-tube.html>

Anjani, Rahmi. (2015). “*Raisa Jadi Brand Ambassador Terbaru Pond’s White Beauty*”;
<http://www.m.detik.com/wolipop/read/2015/02/05/133844/2824549/234/raisa-jadi-brand-ambassador-terbaru-ponds-white-beauty>

Hapsari, Endah. (2015). “*Cantik, Haruskah Putih dan Langsing?*”;
<http://www.republika.co.id/berita/koran/gen-i/15/01/28/nivoiq-cantik-haruskah-putih-dan-langsing>

Heka, Yudha. (2012). “*11 Makna Warna untuk personality Anda*”;
http://m.kompasiana.com/amp/yudhaheka/11-makna-warna-untuk-personality-anda_55107761a333118b37ba83e7

KBBI (online/daring). Diakses pada tanggal 26 Mei 2017 dari <http://kbbi.web.id/gaun>.

Safutra, Ilham. (2017). “*Raisa Hingga Prilly Latuconsina Masuk Nominasi 100 Wajah Tercantik di Dunia*”; <http://www.jawapos.com/read/2017/06/07/135643/raisa-hingga-prilly-latuconsina-masuk-nominasi-100-wajah-tercantik-di-dunia>

Unilever. (2015). “*Pond’s White Beauty Mempersembahkan Film Cahaya Cantik Raisa*”; <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2015/ponds-white-beauty-mempersembahkan-film-cahaya-cantik-raisa.html>

Yusuf, Shahnaz Aznawi. (2013). “*Citra Bias Perempuan dalam Iklan TV*”; <http://kipas.org/home/2013/05/citra-bias-perempuan-dalam-iklan-tv/>