

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai representasi makna *good looking* dalam iklan MS Glow x Keanu "cakep itu nasib, *good looking* itu pilihan!" dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti menemukan 7 scene dan 27 shot yang dapat merepresentasikan makna *good looking*. Melalui analisis semiotika peneliti menyimpulkan makna *good looking* dalam iklan MS Glow x Keanu terbagi menjadi dua kategori yaitu, fisik dan penampilan. *Good looking* fisik direpresentasikan dengan wajah sehat glowing tanpa noda hitam, kulit yang cerah dan terawat. *Good looking* dalam penampilan meliputi style rambut selalu terjaga dan pemilihan pakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh. Selain itu, peneliti menemukan dampak yang dapat diperoleh setelah seseorang dapat berpenampilan menarik atau *good looking*, dalam iklan MS Glow x Keanu digambarkan seseorang yang *good looking* akan memiliki rasa kebanggaan terhadap penampilannya, tumbuh rasa percaya diri, mendapatkan perhatian dari lingkungan sosialnya serta berpeluang lebih mudah menjadi influencer dengan mengandalkan penampilan yang menarik. Melalui teori konstruksi sosial media massa, peneliti menemukan peran MS Glow melalui iklannya mengkonstruksi realitas bahwa menjadi *good looking* bukanlah hal yang mustahil untuk dicapai semua orang, semua tergantung pada pilihan setiap individu. Hal ini ditunjukkan melalui taglinenya "cakep itu nasib, *good looking* itu pilihan!" dan juga peran Keanu yang bukanlah seseorang yang tampan dibandingkan bintang iklan produk kecantikan lainnya.

## 5.2 Saran

Selama proses penelitian berlangsung, peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi kedepannya. Berikut saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya :

### 5.2.1 Saran Teoritis

Dari segi teoritis, disarankan penelitian selanjutnya menggunakan analisis semiotika dari John Fiske, Roland Barthes, maupun tokoh semiotika lainnya untuk mendapatkan hasil penelitian lain tidak hanya representasi *good looking* pada iklan MS Glow x Keanu "Cakep itu Nasib, *Good Looking* itu Pilihan!" Adapun penelitian ini hanya berfokus pada representasi *good looking* melalui pemaknaan di setiap *scene*. Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya dapat mengulik alasan pemilihan Keanu sebagai figur *good looking*, meneliti pengaruh unsur visual pada iklan tersebut, hingga penggunaan makna atau kata yang diucapkan Keanu.

### 5.2.2 Saran Praktis

Iklan MS Glow x Keanu "Cakep itu Nasib, *Good Looking* itu Pilihan" memiliki pesan yang dekat dengan generasi muda saat ini berupa pentingnya merawat wajah untuk mendapatkan hasil kulit yang bersinar, kulit yang terawat dapat meningkatkan kepercayaan diri dan membuka peluang bekerja sebagai *influencer*. Penggunaan kata *good looking* dipilih untuk memudahkan proses komunikasi, sehingga tujuan iklan MS Glow terkait pentingnya perawatan wajah dapat tercapai. Peneliti menyarankan agar praktisi iklan mampu menghadirkan iklan *eye catchy* yang dikemas melalui pendekatan anak muda. Penting bagi pengiklan melakukan riset kebiasaan atau habit generasi muda di media sosial untuk menciptakan kedekatan emosional, sehingga iklan yang dihasilkan tidak hanya menjual produk tetapi juga menghibur.