

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Iklan Wardah *Instaperfect* versi Raline Shah yang merupakan produk iklan milik *PT. Paragon Technology And Innovation*, merupakan salah satu iklan yang menonjolkan daya tarik perempuan.

Iklan Wardah *Instaperfect* adalah iklan yang mempromosikan produk kecantikan Wardah. Iklan Wardah *Instaperfect* menampilkan Raline Shah, seorang artis perempuan Indonesia. Iklan ini berlatar kota New York .

Iklan ini menggambarkan rutinitas sehari-hari seorang perempuan yang bekerja di sektor publik dan sering berinteraksi dengan individu baru. Pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut adalah bahwa perempuan yang bekerja di ranah publik, seperti model iklan, harus cantik dan sempurna, karena posisinya di ranah publik menuntut mereka untuk menjadi ideal, terutama dalam penampilan.

Iklan Wardah *Instaperfect* mengusung gagasan tentang perempuan cantik yang berkecimpung di ranah publik dan yang lebih penting adalah perempuan yang telah mencapai kesuksesan dalam hidupnya. Definisi sukses model iklan dapat dilihat dari ekspresi wajah perempuan sukses saat mereka melakukan aktivitas sehari-hari. Mereka selalu tampil lincah dan tidak pernah bosan menghadapi pekerjaan, serta memiliki banyak pendekatan dan teman.

Citra kecantikan perempuan yang ditampilkan dalam iklan ini tidak terlepas dari konstruksi cantik yang terlihat dalam budaya Indonesia, yaitu

kecantikan yang berkulit putih, langsing, dan berambut panjang. Ingatlah bahwa menjadi cantik membutuhkan partisipasi dalam kegiatan berdandan. Wardah *Instaperfect* dalam iklan ini dapat menunjang kecantikan perempuan yang mempengaruhi kepercayaan diri perempuan dalam berpenampilan saat aktif di ruang publik.

4.2 Saran

berdasarkan uraian singkat yang sudah peneliti sampaikan diatas, terdapat beberapa saran yang diajukan penelitian yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan yang dapat diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

- a. kepada masyarakat, seharusnya lebih kritis dalam memahami isi pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan. sehingga ideologi atau pun budaya yang ada di dalam iklan tidak mengubah persepsi dalam masyarakat.
- b. bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar lebih aktif dalam memahami serta melihat tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah iklan. dalam hal ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam tahap menganalisis dalam sebuah penulis