

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanda denotasi dan konotasi kecantikan wanita muslimah pada iklan Wardah *Perfect Bright Moisturizer* versi Ayana Jihye Moon

Tanda denotasi kecantikan wanita muslimah yang ditunjukkan pada iklan Wardah yaitu penggunaan hijab oleh seorang muslimah, mempunyai kulit wajah yang putih bersinar, berpenampilan menarik dan ekspresi wajah yang selalu tersenyum penuh semangat dalam beraktivitas.

Sedangkan tanda konotasi kecantikan wanita muslimah dalam keseluruhan adegan iklan yang diteliti menunjukkan bahwa kecantikan seorang muslimah itu bisa dilihat dari penampilannya yang sopan dan rapi, prilakunya yang baik dan ramah, serta kepandaiannya dalam merawat diri.

2. Makna denotasi, konotasi dan mitos kecantikan wanita muslimah pada iklan Wardah *Perfect Bright Moisturizer* versi Ayana Jihye Moon

Makna denotasi kecantikan wanita muslimah yang digambarkan dalam iklan adalah penampilan fisik sang model yaitu Ayana Jihye Moon wanita yang memiliki wajah mulus dan putih bersinar dikarenakan menggunakan produk kosmetik yang halal dan aman, penampilan yang menarik, rapih, berhijab namun tetap *stylish*, enerjik, dan tampil percaya diri.

Makna konotasi kecantikan wanita muslimah yang digambarkan pada iklan Wardah *Perfect Bright Moisturizer* versi Ayana Jihye Moon menunjukkan bahwa penggunaan hijab merupakan sebuah simbol yang diwajibkan sebagai aturan agama bagi para muslimah, bahkan hal ini menunjukkan sebuah identitas bagi para muslimah pada masa modern ini dan tidak menjadi penghambat untuk menjalankan aktivitas pada umumnya. Kecantikan fisik bisa didapatkan dengan menggunakan berbagai produk yang sudah jelas kualitasnya. Namun, kecantikan wanita muslimah tak sekedar

dilihat dari penampilan lahiriahnya saja, kecantikan dari dalam diri pun memengaruhi makna cantik tersebut, hal ini yang sering disebut dengan *inner beauty*.

Mitos kecantikan wanita muslimah dalam iklan Wardah *Perfect Bright Moisturizer* versi Ayana Jihye Moon yang pertama dilihat dari kecantikan fisik yaitu wanita muslimah dikatakan cantik ketika memiliki wajah yang mulus dan putih bersinar seperti wanita Korea Selatan. Mitos kedua yaitu, wanita muslimah yang cantik memiliki penampilan yang menarik dan *fashionable* meskipun dengan menggunakan hijab, serta pandai dalam melakukan perawatan tubuh khususnya area wajah dengan menggunakan produk yang halal dan aman. Ketiga, kecantikan wanita muslimah yaitu wanita yang memiliki kepribadian yang baik, rapih, selalu tersenyum, percaya diri, sehingga membawa aura positif bagi sekitarnya dan hal ini menjadikan seorang wanita terlihat lebih muda.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat disampaikan saran berikut ini:

1. Bagi peneliti berikutnya, agar lebih aktif dan teliti lagi dalam menganalisis kajian semiotika khususnya yang bertitik tumpu pada semiotika iklan.
2. Bagi khalayak luas, ketika menerima pesan dan memaknai sebuah iklan, diharapkan untuk lebih kritis, agar ideologi maupun budaya yang terkandung pada iklan tidak salah diterima dan bahkan merubah persepsi di masyarakat.
3. Bagi perusahaan periklanan, diharapkan agar lebih bijaksana ketika memproduksi sebuah iklan, baik dari segi konsep iklan, model dan lainnya.
4. Bagi pihak akademis, diharapkan agar lebih mengeksplor fenomena yang menjadi budaya populer.