

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap iklan Shopee versi “*Brands Festival 10.10*” tahun 2019 untuk mengetahui bagaimana cita perempuan dalam iklan tersebut melalui analisis Semiotika Roland Barthes, maka penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan data yang telah diteliti dan berdasarkan tafsiran penulis yang memungkinkan beberapa pendapat atau cara pandang yang berbeda pada orang lain yang melihat iklan Shopee versi “*Brands Festival 10.10*” tahun 2019 ini.

1. Dalam iklan Shopee versi “*Brands Festival 10.10*” Tahun 2019, secara denotasi menunjukkan bahwa citra perempuan harus bisa lebih menarik dimulai dari riasan wajah, pakaian, pernak-pernik lainnya dari ujung rambut hingga ujung kaki yang memungkinkan untuk menarik perhatian lawan jenis.
2. Iklan Shopee versi “*Brands Festival 10.10*” Tahun 2019, secara konotasi menunjukkan perempuan yang berlomba-lomba untuk mempercantik diri dengan cara dan model yang berbeda-beda untuk tampil menjadi perempuan yang seksi, centil dan menggoda. Hal tersebut agar bisa membuatnya lebih percaya diri untuk menarik perhatian lawan jenis.

3. Pada iklan Shopee versi “*Brands Festival 10.10*” Tahun 2019 secara mitos juga menyampaikan bahwa ketika perempuan merasa ada kesenjangan antara citra perempuan ideal dengan citra tubuh yang nyata, maka seringkali muncul ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Perempuan bisa terlihat menarik sesuai dengan citra perempuan idealnya masing-masing, jika perempuan bisa merawat diri dan penampilan agar dirinya bisa tampil lebih percaya diri untuk menunjukkan bahwa hal tersebut sebagai hal untuk mencintai diri sendiri dan dicintai orang lain.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Secara Teoritis

Saran teoritis dalam penelitian ini adalah:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam dari ketiga unsur yaitu denotasi, konotasi dan mitos mengenai citra perempuan dalam iklan.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian lebih luas untuk menambah wawasan dan pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi terutama pada analisis Semiotika Roland Barthes.

5.2.2 Saran Secara Praktis

Saran praktis dalam penelitian ini adalah:

1. Disarankan kepada masyarakat khususnya perempuan sebagai penikmat iklan agar mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos yang disampaikan dalam iklan.
2. Memberikan edukasi tentang memahami citra perempuan yang dijadikan sebagai objek dalam periklanan kepada masyarakat.