



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce terhadap iklan Pond's Flawless White ini, terungkap mengenai bagaimana representasi kecantikan wanita ditampilkan dalam iklan ini, baik secara verbal maupun non verbal, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam iklan Pond's Flawless White ini, peneliti menemukan tanda-tanda yang dapat merepresentasikan kecantikan wanita. Tanda-tanda tersebut digolongkan menjadi tiga, yaitu ikon, indeks dan simbol.
2. Dilihat dari tanda jenis ikon, iklan ini menampilkan bagian tertentu dari tubuh wanita, seperti mata dan bibir.
3. Dilihat dari tanda jenis indeks, iklan ini menampilkan gerakan mata, gerakan bibir, gerakan jari mengambil cream dan gerakan wajah.
4. Dilihat dari tanda jenis simbol, iklan ini disampaikan secara verbal. Representasi kecantikan wanita ditampilkan dari kalimat yang diucapkan oleh seorang wanita.
5. Berdasarkan tanda-tanda hasil analisis iklan, terlihat bahwa adegan-adegan dalam iklan dapat merepresentasikan kecantikan wanita di dalamnya.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti juga ingin memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu sebagai berikut :

### **Saran Akademis :**

1. Semiotika Charles Sanders Peirce dapat digunakan untuk menganalisis tanda dan makna yang ada di dalam suatu iklan, yang dapat merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan.
2. Peneliti menyarankan jika ingin meneliti penelitian yang serupa, diharapkan dapat menggunakan teori semiotika lain seperti Roland Barthes agar mendapatkan hasil penelitian dari sudut pandang lain yang lebih mendalam.

### **Saran Praktis :**

1. Diharapkan agar masyarakat lebih kritis dalam menerima pesan yang disampaikan melalui iklan, khususnya iklan televisi yang menampilkan pesan secara audio dan visual. Peneliti menyarankan agar masyarakat tidak cepat terpengaruh oleh iklan yang disampaikan, karena belum tentu merupakan realitas yang sebenarnya.