

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai mitos kecantikan pada video kampanye Make Over “*Beauty All Ways*”. Video iklan ini memperlihatkan berbagai tanda mengenai konsep kecantikan, seperti beberapa wanita yang bersedih karena tidak memiliki rasa percaya diri dikarenakan tidak memiliki teman dan menjadi bahan perbincangan orang lain. Seorang wanita juga terlihat tidak percaya diri karena memiliki kulit yang gelap. Hal ini memperlihatkan tanda mengenai kondisi standar kecantikan yang ada saat ini bahwa seorang wanita akan menjadi tidak percaya diri jika tidak sesuai dengan standar yang ada. Iklan ini juga memperlihatkan bagaimana para wanita tersebut menjadi lebih bahagia setelah mendapatkan riasan wajah dan akhirnya menari bersama dengan kebahagiaan tersebut.

Mitos kecantikan pada iklan ini sangat terlihat jelas pada kode simbolik detik ke 02.36 terdapat tulisan “*Every skin deserves a glow up*” yang menyampaikan perubahan konsep kecantikan yang saat ini dibangun oleh beberapamerek kecantikan salah satunya adalah Make Over. Iklan ini juga memperlihatkan bagaimana wanita menjadi lebih percaya diri setelah menggunakan riasan wajah. Hal ini membuat suatu mitos baru yang berusaha diciptakan oleh Make Over bahwa semua wanita dapat menjadi cantik dan

percaya diri dengan menggunakan riasan wajah yang sesuai dengan warna kulit mereka.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan adanya penelitian-penelitian lain yang membahas mengenai mitos kecantikan wanita termasuk mitos kecantikan di dunia dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ataupun kualitatif. Peneliti mengharapkan adanya penelitian lain yang membahas bagaimana suatu standar kecantikan menjadi hal yang sangat penting di tengah masyarakat.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti mengharapkan semakin banyak merek kecantikan yang mengangkat isu perubahan standar kecantikan. Peneliti berharap agar merek kecantikan tidak hanya berpaku pada cantik harus memiliki kulit putih sedangkan di Indonesia terdapat banyak sekali warna kulit yang berbeda-beda sehingga diharapkan merek kecantikan menyiapkan produk riasan wajah yang semakin beragam sesuai dengan warna kulit wanita di Indonesia.