

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, dapat diketahui iklan K-Natural White Brightening Series merepresentasikan standar kecantikan versi Korea yang meliputi kulit putih, mulus, dan *glowing*, bersih dan sehat. Adapun standar kecantikan lainnya yang tidak terlalu difokuskan dalam iklan, tetapi juga digambarkan dalam iklan yaitu mata besar, dan hidung mancung.

Penerapan standar kecantikan melalui iklan K-Natural White Brightening Series mengandung mitos-mitos kecantikan yang dikonstruksikan industri kecantikan. Mitos yang akan berkembang dalam lingkup sosial ialah semua perempuan dapat memiliki kecantikan Korea seperti perempuan Korea (apapun itu warna kulitnya (sawo matang, kuning langsung, dan sebagainya) dengan menggunakan cara K-Natural White. Adapun terbentuk mitos bahwa kandungan yang dimiliki sabun K-Natural White dapat mengatasi kulit kusam sehingga mampu memperoleh kulit *glowing* ala Korea. Perempuan yang cantik adalah perempuan yang mencapai standar yaitu memiliki *kwang skin*, yaitu kulit putih, mulus, bersih, dan *glowing* ala Korea. Maka, ketika seseorang ingin menjadi cantik, ia harus rajin merawat dan membersihkan kulit tubuhnya. Mitos bahwa kulit *glowing* ala Korea adalah standar kecantikan seluruh perempuan dan *kwang skin* adalah kulit yang sempurna tentu merupakan sebuah kekeliruan, tetapi diyakini oleh masyarakat.

Dibalik tampilan iklan yang menarik, dapat disimpulkan adanya sebuah propaganda berupa dominasi pesan terkait pemaksanaan penerapan standar kecantikan Korea Selatan pada perempuan Indonesia karena adanya dasar ideologi kapitalisme di mana kaum yang berkuasa berupaya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Konsep kecantikan telah didefinisikan oleh dunia kapitalis di mana memaksa perempuan Indonesia agar menjadi cantik sesuai standar Korea Selatan. Perusahaan sebagai salah satu industri kecantikan seolah-olah ingin membantu penonton untuk

mengatasi *insecurity* perempuan, padahal mereka-lah yang menciptakan kesadaran palsu dan memaksa penonton untuk mempercayai bahwa mereka membutuhkan produk tersebut untuk mencapai cita-cita kecantikan mereka. Hal ini tentunya berdampak negatif karena adanya eksploitasi terhadap kaum perempuan dengan ‘menyerang’ konsep tubuh dan kecantikan mereka.

Ideologi yang mendasari pesan-pesan dalam iklan ini bukan hanya mampu menanamkan dan memaksa sebuah standar kecantikan versi Korea di benak masyarakat, tetapi juga memampukan masyarakat meyakini mitos-mitos yang sudah dijelaskan sebelumnya. Dengan meyakini mitos-mitos tersebut, pihak kapitalis diuntungkan karena produk-produk yang diiklankan akan digunakan oleh perempuan untuk mencapai standar kecantikan yang dikonstruksikan oleh kapitalis. Adapun dalam melakukan objektif ini, perusahaan sebagai industri kecantikan memanfaatkan budaya Korea yang sedang marak hadir dan digemari oleh masyarakat Indonesia sebagai cara untuk mendapatkan perhatian penonton.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

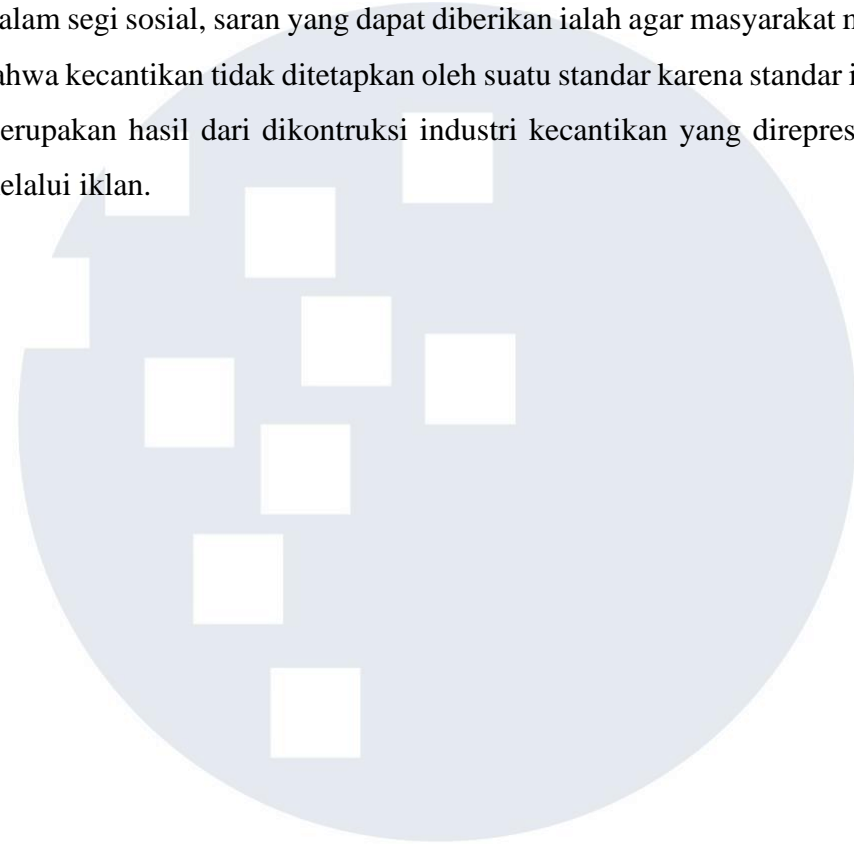
Dalam segi akademis, saran yang dapat diberikan ialah pada penelitian selanjutnya, dapat meneliti standar kecantikan yang direpresentasikan brand lokal lainnya karena banyak sekali *brand* lokal yang melakukan praktik tersebut. Selain itu, diusahakan dapat memilih media representasi lainnya selain melalui iklan.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis dalam penelitian ini adalah perusahaan dan pengiklan dapat bertindak lebih bijak dalam menentukan objektif serta pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat yaitu dengan tidak berusaha untuk melanggengkan standar kecantikan tertentu untuk dijadikan sebagai tolak ukur kecantikan perempuan Indonesia karena dapat memberi dampak negatif pada perempuan. Diharapkan industri kecantikan tidak menggunakan kekuatan ekonomi untuk melakukan hegemoni terhadap perempuan.

5.2.3 Saran Sosial

Dalam segi sosial, saran yang dapat diberikan ialah agar masyarakat menyadari bahwa kecantikan tidak ditetapkan oleh suatu standar karena standar itu sendiri merupakan hasil dari dikonstruksi industri kecantikan yang direpresentasikan melalui iklan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA