BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan ini menggambarkan perempuan ideal yang menginspirasi audiens untuk menjalani gaya hidup sehat. Penggambaran perempuan ideal dalam iklan tersebut memberikan respons positif dan juga menimbulkan kritik terkait dengan fokus yang berlebihan pada standar kecantikan fisik pada kriteria perempuan ideal. Meskipun demikian, beberapa audiens mengapresiasi representasi yang lebih positif tmengenai kriteria perempuan ideal.

Resepsi audiens pada perempuan ideal dalam iklan menunjukkan adanya keberagaman respons dari audiens. Sebagian audiens menerima penggambaran perempuan yang sesuai dengan standar kecantikan tertentu sebagai hal yang inspiratif, sementara audiens yang lain merasa bahwa penggambaran mengenai kriteria perempuan ideal ini terlalu sempit dan tidak mencerminkan keberagaman yang ada. Hal ini menggambarkan adanya ketegangan antara representasi ideal yang disajikan oleh media dan keinginan audiens untuk melihat penggambaran yang lebih inklusif, mencakup karakter, kemampuan, dan prestasi perempuan, bukan hanya kecantikan fisiknya saja. Penting untuk mempertimbangkan keragaman bentuk tubuh, warna kulit, dan nilai-nilai pribadi dalam setiap iklan yang ditayangkan.

Analisis resepsi melalui komentar Instagram menunjukkan bahwa audiens memiliki respons yang beragam terhadap iklan Femmy Fiber. Beberapa komentar mengungkapkan kekaguman terhadap kecantikan fisik dan karakter yang ditampilkan oleh Dita Karang, sementara yang lain lebih menekankan pentingnya representasi yang lebih inklusif dan beragam. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut meskipun efektif dalam menjual produk, juga memiliki potensi untuk

menjadi acuan perubahan sosial yang dapat mendorong penerimaan terhadap keberagaman citra perempuan di media.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan perlunya perubahan dalam cara iklan menggambarkan perempuan. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga dapat berperan dalam membentuk resepsi sosial pada perempuan. Dengan memperkenalkan representasi yang lebih beragam dan menyertakan nilai-nilai seperti kemandirian, prestasi, dan kepercayaan diri, periklanan dapat memberikan kontribusi positif dalam menciptakan pandangan yang lebih inklusif dan realistis mengenai perempuan di masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan kesimpulan dan temuan pada penelitian, disarankan agar industri periklanan memperluas representasi perempuan dengan mencakup keberagaman bentuk tubuh, etnis, dan karakter, serta menonjolkan prestasi, kecerdasan, dan kontribusi sosial perempuan. Periklanan seharusnya tidak hanya memperkenalkan standar kecantikan yang konvensional, tetapi juga menggali citra perempuan yang lebih realistis dan inklusif, yang dapat menginspirasi audiens dari berbagai macam latar belakang.