

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkritik konstruksi industrial konsep cantik melalui analisis iklan makeup Barenbliss (BNB) dengan menggunakan perspektif feminis Naomi Wolf. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya, ditemukan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik sebagai jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun sebagai berikut:

Pertama, mitos kecantikan menurut Naomi Wolf bukan hanya sekedar standar estetika melainkan sebuah strategi politik dan ekonomi yang digunakan untuk menindas perempuan. Mitos kecantikan berfungsi sebagai alat kontrol sosial yang diciptakan oleh industri dalam melanggengkan dominasi dan kuasa patriarki. Konstruksi kecantikan tersebut dibuat sebagai alat tukar uang dan menyebarkan citra standar kecantikan ideal yang tidak relativis bahkan sulit untuk dicapai. Akibatnya, banyak perempuan yang merasa cemas karena tidak bisa mengikuti standar kecantikan. Selain itu, fokus perempuan banyak teralihkan terhadap penampilan dan menjauhkan peranan perempuan di ranah publik. Untuk bisa keluar dari kontrol sosial tersebut, Wolf menyarankan perempuan untuk melampaui mitos kecantikan dengan mengambil alih kendali penuh atas tubuh dan kecantikan mereka sendiri, tanpa terikat oleh standar industri.

Kedua, konstruksi konsep cantik dalam iklan makeup Barenbliss (BNB), yang telah dibedah menggunakan analisis wacana kritis model Van Dijk dalam 3 tahapan (teks, kognisi sosial, dan konteks). Menghasilkan temuan, bahwa wacana yang terkandung dalam visual, narasi, dan aktor mengkonstruksi standar kecantikan K-Beauty atau kecantikan Korea sebagai patokan standar baru. Hal ini menunjukkan bahwa kecantikan digambarkan sebagai sesuatu yang terukur dan dapat dicapai dengan menggunakan produk makeup Barenbliss. Dengan demikian, iklan BNB tidak hanya menjual produk, tetapi juga ideologi yang memenjarakan perempuan dalam siklus harapan. Selain itu, Barenbliss juga berperan sebagai

industri yang memiliki kuasa penuh dalam mengontrol, membuat, dan melanggengkan konstruksi kecantikan ideal yang bersifat semu.

Ketiga, kritik Naomi Wolf terhadap konsep cantik yang termuat dalam iklan Barenbliss (BNB), ditemukan fakta bahwa iklan tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari sistem industrial yang memperkuat mitos kecantikan. Dengan ini, kritik Wolf relevan dengan iklan Barenbliss (BNB) bahwa industri memiliki peran besar dalam mengontrol serangan kecantikan yang berpusat pada konsumsi produk sebagai syarat untuk mencapai standar kecantikan ideal yang dijanjikan. Konstruksi kecantikan yang ditampilkan dalam iklan Barenbliss (BNB) memuat fakta bahwa (1) kecantikan digunakan sebagai konstruksi sosial, (2) industri kecantikan sebagai mekanisme Kontrol, (3) adanya objektifikasi ideal dari standar tunggal kecantikan, dan (4) konstruksi kecantikan sebagai wujud *empowerment* semu.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian dengan judul “Kritik Konstruksi Industrial Konsep Cantik Persepektif Feminis Naomi Wolf”, telah ditulis sebaik mungkin dan sangat rinci dalam meneliti bagaimana industri menyebarkan konstruksi kecantikan. Penelitian ini menggabungkan dua persepektif berbeda dalam membedah satu konstruksi kecantikan dalam iklan media massa. Pertama, teori mitos kecantikan Naomi Wolf yang dipakai sebagai objek formal dalam memaparkan kritik terhadap konstruksi industrial konsep cantik. kedua, analisis wacana kritis model Van Dijk yang digunakan untuk menyingkap struktur wacana iklan dalam mengkonstruksi standar kecantikan.

Tentunya penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan baik dalam penulisan, analisis, maupun uraian, terutama tema yang berkaitan dengan konstruksi konsep cantik industrial maupun pemaparan teori mitos kecantikan dan tahapan analisis wacana kritis model Van Dijk. Selain itu, tema pembahasan yang di angkat dalam penelitian ini masih bisa dikembangkan dalam penelitian selanjutnya. Berikut beberapa saran yang peneliti ajukan:

Pertama, penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan isu konstruksi kecantikan lebih luas lagi, tidak hanya menganalisis dalam konteks iklan makeup melainkan fenomena-fenomena konstruksi industri bentuk lain yang akan muncul dikemudian hari dalam bentuk baru sebagai serangan terhadap kecantikan dan tubuh perempuan.

Kedua, penelitian selanjutnya disarankan dapat melihat lebih luas lagi terhadap bentuk kontrol lain yang ditujukan terhadap tubuh perempuan. Bukan hanya dalam serangan model industri, melainkan dalam beberapa tema besar lain seperti kebudayaan, sosial, pekerjaan, media sosial dan lainnya, yang disandarkan pada film, buku, musik, poster dan masih banyak lagi.

Ketiga, penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan model analisis keilmuan lain seperti semiotik, hermeneutik, ataupun analisis wacana kritis yang disandarkan pada tokoh selain Van Dijk misalnya Norman Fairclough atau Ruth Wodak. Agar bisa menawarkan model analisis lain dalam berbagai bidang dan pandangan tokoh yang luas.

Keempat, penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan pandangan pemikir lain sebagai acuan dalam membedah konstruksi kecantikan. bukan hanya fokus dalam kritik feminisme tapi bisa lebih dikembangkan pada bidang keilmuan lain seperti filsafat, sosial, sastra maupun kebudayaan.

Kelima, penelitian selanjutnya disarankan bisa menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif agar fenomena seperti konstruksi kecantikan industri dapat diukur dengan hitungan pasti. Selain itu, peneliti menyarankan jika menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik wawancara. Hal ini dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pemahaman mendalam mengenai pandangan, pengalaman, dan perspektif subjek atau masyarakat.