

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada bab IV.2. maka kesimpulan yang dapat diambil, terhadap penelitian ini adalah *reality show* telah melewati batasan-batasan gender pada acara “*Chef’s Table*” di NET TV yang menampilkan gambaran laki-laki yang mampu bekerja di sektor publik yang memasukkan ranah domestik kedalamnya, yakni *chef* Chandra yang memasak di dapur, bersifat lemah lembut/gemulai dan telaten layaknya perempuan, melalui kemampuan *plating*. Serta menampilkan *chef* Chandra yang memiliki dapur dengan berbagai peralatan dapur yang modern, sebagai bukti bahwa pekerjaan domestik dengan jenisnya distereotipekan perempuan.

Hasil penelitian ini sekaligus menjawab rumusan masalah, mengenai “Bagaimana penggambaran laki-laki dalam program acara *variety show chef’s table?*.” Bahwa laki-laki digambarkan melewati batasan-batasan gender yang telah ditentukan olehnya, dari bekerja disektor publik, dan bersifat keras, mampu juga berubah menjadi bekerja disektor domestik, dan lemah lembut.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang sesuai untuk penelitian ini adalah, sekiranya penelitian ini untuk peneliti dengan objek yang sama melalui metode yang sama seperti, analisis studi kasus dengan menanyakan secara langsung pembuat pesan mengenai konten gender oleh *variety show* Chef Table.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Saran praktis, yang dapat diambil adalah dengan kehadiran penelitian ini semoga, acara-acara *variety show*, dapat selalu membawakan pesan-pesan keadilan gender, agar batasan-batasan gender yang selama ini ditentukan oleh masyarakat sosial dapat bergeser bahkan dihilangkan. Hal ini karena konten televisi masih menjadi pilihan, khususnya masyarakat Indonesia yang menempatkan acara televisi sebagai konten media yang paling sering dinikmati.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku dan Jurnal

Naratama (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo

Widyatama, Rendra (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*.  
Yogyakarta: Media Pressindo

Elsya, C. (2015). *Representasi Feminitas dan Maskulinitas dalam Iklan*: Kompasiana.

Yasraf, A.P. & Alfathri, A (.eds). (2010). *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari

Deddy Mulyana. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia Anggota IKAPI

Julian, Royyan (2016) , Jurnal Poetika Vol. IV No. 1, Juli 2016.  
Diakses dari :  
<https://jurnal.ugm.ac.id/poetika/article/download/13315/9532>

### Sumber dari web :

<http://www.netmedia.co.id/program/117/Chefs-Table>

[http://www.kompasiana.com/elsyacrownia/representasi-feminitas-dan-maskulinitas-dalam-iklan\\_552aa91af17e61052ed623b7](http://www.kompasiana.com/elsyacrownia/representasi-feminitas-dan-maskulinitas-dalam-iklan_552aa91af17e61052ed623b7)

<https://www.qraved.com/journal/restaurants/3-masakan-khas-chef-chandra-dari-bacco/>

<http://www.baccojakarta.com/about.html>