

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. KESIMPULAN

Penggambaran sifat maskulin dalam tokoh wanita di film Captain Marvel dapat dilihat melalui karakter Carol Danvers atau yang menjadi Captain Marvel itu sendiri. Sifat maskulin yang bisa diamati adalah : kuat (*Be a Sturdy Oak*), Mandiri (*give em hell*), tegas (*no sissy stuff*), pantang menyerah, dan busana ke laki-lakian. Sifat maskulin dan feminin bukanlah sebuah stereotype, perempuan bisa saja mengadopsi sifat maskulin dan laki-laki juga bisa mengadopsi sifat feminin. Hal ini dapat diamati melalui film Captain Marvel.

Carol Danvers yang sebagai sosok perempuan memiliki sifat yang kuat, Danvers yang sendirian dan dengan kondisi tangan yang diborgol bisa berkelahi dan mengalahkan beberapa laki-laki sekaligus. Selain itu, Danvers juga memiliki sifat mandiri, ia tidak tergantung pada perolongan siapapun, memiliki jiwa petualang, mau belajar dan beradaptasi.

Danvers juga memiliki sifat tegas yang berarti ia memegang teguh segala prinsip yang ia punya. Bahkan sifat pantang menyerah juga diadopsi oleh tokoh Danvers sejak kecil, ia terus jatuh dan mengalami kegagalan, namun ia tetap berusaha bangkit dan tidak mau menyerah.

Danvers juga mau berfokus pada tujuan utama dalam hidupnya, tidak suka dikendalikan dan dikekang oleh pihak manapun. Mengenai pakaian atau kostum,

Denvers memiliki kostum superhero yang tertutup layaknya ‘laki-laki’ berbeda dengan kostum perempuan yang lebih terbuka.

Denvers memiliki perbedaan kostum dengan pahlawan perempuan pada umumnya, dimana seperti contoh *wonder woman* ataupun *black widow* yang mengenakan kostum yang tampak lebih terbuka dan ketat. Kesimpulan analisis yang dapat saya peroleh mengenai kostum Denvers adalah meskipun kostum Denvers telah tertutup layaknya kostum *superhero* laki-laki, tetapi tetap tidak bisa melepaskan makna perempuan sebagai ‘objek seks’.

## **V.2. SARAN**

### **V.2.1. SARAN AKADEMIS**

Saran bagi penelitian selanjutnya terkhusus konsentrasi media adalah lebih dalam lagi menganalisis fenomena penggambaran sifat maskulin yang terdapat pada tokoh perempuan. Fenomena yang ada pada media khususnya dalam hal pesan dalam suatu media terkhusus film. Adapun menganalisis dari sisi audien dalam suatu media sebagai contoh menggunakan metode *reception analysis* ataupun dari sisi produksinya dengan menggunakan metode *case study*.

### **V.2.2. SARAN PRAKTIS**

Bagi media yang ingin menampilkan sosok perempuan sebagai tokoh utamanya, dianjurkan untuk berani melawan *stereotype* yang ada, bahwa perempuan tidak selalu feminin, tetapi juga bisa memiliki sifat maskulin.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Burton, G. (2017). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- DeVito, J. A. (2007). *The Interpersonal Communication Book 11th Ed.* Boston: Pearson Education, Inc.
- Ebdi, S. (2009). *Nirmana: elemen-elemen seni dan desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi : Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kriyantono, R. (2003). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lubis, A. Y. (2015). *Pemikiran Kritis Kontemporer : Dari Teori Kritis, Culture Studies, Feminisme, Postkolonial Hingga Multikulturalisme*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Maryani, E. (2011). *Media dan Perubahan Sosial : Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar : Pengantar Ilmu Komunikasi Ed. Revisi*. Surabaya: PT. Revka Petra Media.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rivers, W. L., Jensen, J. W., & Peterson, T. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern : Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sambas, S. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis "Framing"*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugihastuti, & Saptiawan, I. H. (2010). *Gender dan Inferioritas Perempuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi Ed. Revisi*. Jakarta: Lembaga Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ting-Tommey, S. (1999). *Communicating Across Culture*. New York: The Guildford Press.
- Vera, N. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

## **Jurnal**

- Irwanto. (2018). "Film Wonder Woman : Dominasi Wanita dalam Dunia Patriarkhi". *Ilmu Komunikasi*. Vol 5. No. 1. 1-12.
- Kurnia, Novi. (2004). "Representasi Maskulinitas dalam Iklan". *Ilmu Sosial dan Politik*. Vol. 8, No.1, 17-36.
- Linggosiswojo, Samuel Gilbert. (2016). "Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi Umild "Kode Cowo". *Ilmu Komunikasi*. Vol. 4, No. 1. 1-12.
- Musta'in. (2013). "SISI LAIN PEREMPUAN DALAM SOROTAN MEDIA; TINJAUAN TEORI KELOMPOK BUNGKAM". *Ilmu Komunikasi*, Vol.4, No.1, 65-73.
- Nirwana, Maya Diah. Et.al. (2011). "PENGEMBANGAN MODEL REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MEDIA : Studi Kesetaraan Gender Pada Reality Show Tema Cinta di Televisi Untuk Meningkatkan Martabat Perempuan". *Ilmu Komunikasi*. Vol. 1, No. 2, 219-235.
- Sakina, Ade Irma dan Siti, Dessy Hasanah A. (2013). "MENYOROTI BUDAYA PATRIARKI DI INDONESIA". *Ilmu Sosial*. Vol. 7, No. 1, 71-80.

Sasmita, Ulin. (2017). "REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM FILM DISNEY MOANA (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)". *Ilmu Komunikasi*. Vol. 4, No. 2. 127-144.

Syulhajji. (2017). "REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM FILM TALAK 3 (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)". *Ilmu Komunikasi*. Vol. 5, No.2, 1-11.

Watie, Errika Dwi Setya. (2010). "Representasi Wanita dalam Media Massa Masa Kini". *Ilmu Komunikasi*. Vol. II, No. 2, 1-10.

Yulianti, Friska Dewi. (2017). "Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas)". *Ilmu Komunikasi*. Vol. 9. No. 1. 16-30.

#### **Sumber Online**

[www.google.com](http://www.google.com)

[http://www.mediated.or.uk/posted\\_documents/MagzineAdverts.html](http://www.mediated.or.uk/posted_documents/MagzineAdverts.html)

[www.mediaknowall.com/gender.html](http://www.mediaknowall.com/gender.html)