

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dari semua penerimaan mengenai *body image* pada masing-masing topik, dimana dalam *reception analysis* dikelompokkan menjadi 3 *dominant positions, negotiated code, oppositional code*, berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* informan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa informan menerima serta mendukung adanya *body image* positif bagi *influencer* namun tidak dapat dipungkiri juga kelima informan juga sudah mengikuti standar tubuh ideal yang dibentuk oleh media. Dapat dilihat dari penilaian *body image* Vella, peneliti meminta pendapat permasing-masing informan, hasil akhir tersebut mengarah ke kategori *dominant positions* karena sejalan bahwa perempuan harus mengalami *body image* positif, lalu ada beberapa informan bergeser ke *negotiated code* karena profesi Vella sebagai *beauty vlogger* dinilai kurang cocok memiliki tubuh gemuk. Dapat dilihat juga dalam hasil penilaian *body image* Riri, dimana hasil informan mengarah ke *dominant positions*, meskipun kelima informan memiliki etnis yang berbeda, kelima informan mengaku bentuk badan Riri sesuai dengan standar tubuh yang dibentuk oleh media. Dalam penilaian *body image beauty vlogger* ada dimana dua informan kurang bisa menerima apabila seorang laki-laki memiliki *body image* seperti perempuan begitupun sebaliknya.

Selain itu, informan juga menerima bahwa adanya faktor media massa dan keluarga seperti yang dikatakan oleh para *beauty vlogger* dalam *vlog* tersebut dapat mempengaruhi pembentukan *body image* seseorang. Namun kelima informan cenderung dalam posisi *negotiated* karena menurut mereka tidak selalu media massa harus terus menerus menampilkan *influencer* yang tampilannya bagus. Bahkan para *influencer* yang kerap kali jadi model media mengungkapkan ingin tampil apa adanya

saat bermedia sosial. Hasil serupa juga terjadi dalam penerimaan dalam faktor keluarga, dimana hasil kelima informan cenderung ke *negotiated*. Keluarga hendaknya berperan secara positif serta mendukung bukan untuk menjatuhkan *body image* sesama anggota keluarga.

Dalam pembentukan konsep diri dari penilaian dari orang lain mengenai *body image* yang dimiliki *beauty vlogger*. Terdapat pembentukan konsep diri pada bagian ini, dimana adanya faktor penilaian diri yang berasal dari teman sebayanya. Pada hasil temuan di subbab ini dapat ditarik kesimpulan bahwa informan paling banyak memposisikan mereka dalam kategori *dominant positions*. Karena informan merasa dengan memberikan penilaian secara positif kepada teman, membuat teman menjadi percaya diri tidak lagi merasa minder dengan *body image* yang mereka rasa kurang. Kemudian bergeser pada kategori *negotiated code* dimana dalam kategori ini informan merasa setengah sejalan dengan penilaian yang diberikan oleh keempat *beauty vlogger*, dalam posisi ini informan merasa sejalan dengan penilaian positif dari keempat *beauty vlogger*, namun informan juga memberikan penilaian sendiri mengenai *body image* dari *beauty vlogger* yang sedang dinilai. Contohnya informan Cariene dan Teodora yang kurang bisa menerima *body image* Andre yang seperti perempuan. Bergeser lagi pada kategori terakhir yaitu *oppositional code*, dimana dalam kategori ini informan tidak sejalan sama sekali dengan penilaian dari keempat *beauty vlogger*. Contohnya informan Cariene dan Teodora yang tidak bisa menerima *body image* Endi karena Endi dinilai sudah kehilangan arah sebagai laki-laki asli. Namun pada subbab ini hanya terdapat Cariene dan Teodora yang memposisikan dirinya kedalam *oppositional code*.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian mengenai *vlog* Minyo edisi *insecure sisi gelap*

influencer, yang mengangkat fenomena *body image*, tidak hanya dapat dianalisis dengan metode *reception analysis* saja tetapi bisa dikembangkan dengan metode semiotika. Dengan menggunakan metode semiotika, diharapkan makna dibalik pesan baik yang eksplisit maupun implisit dapat dianalisis secara detail, agar pesan yang disampaikan dalam *vlog* tersebut lebih nampak dan jelas.

V.2.2. Saran Praktis

Perkembangan teknologi membuat *beauty vlogger* menjadikan sosial medianya sebagai lahan penghasilan. Sebagai *beauty vlogger* yang sering mengunggah konten di *channel* Youtube tentunya harus memberikan konten yang mengandung hal yang positif dan memotivasi seseorang seperti *vlog* yang di buat Minyo ini dalam edisi *insecure* sisi gelap *influncer*. Banyak sekali makna positif yang dapat diambil dalam *vlog* ini. Serta peneliti menyarankan agar *vlog* ini sebagai motivasi diri untuk remaja diluar sana agar dapat menerima *body imagenya* secara positif. Disini peneliti juga menyarankan agar para pembuat konten Youtube lainnya seperti *beauty vlogger*, atau *youtuber* untuk selalu memberikan konten yang positif dan mendidik untuk generasi bangsa agar tidak kalah saing dengan *vlog-vlog* buatan luar negri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, Mohammad., Mohammad Asrori. 2018. *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bell, Lorraine., Rushforth, Jenny. 2008. *Overcoming Body Image Disturbance: A Program for People with Eating Disorder*. New York: Routledge.
- Cash, T. F. 2012. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. New York: The Guildford Press.
- Cash, T. F., Smolak, Linda. 2011. *Body Image : a Handbook of science, practice, and prevention*. New York: The Guildford Press.
- Grogan, Sarah. 2008. *Woman and body image. Body Image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children 2nd Ed*. New York: Routledge.
- Hall, S. Calvin & Lindzey. G. 1957. *Theories of Personality*. New York: John Wiley & Sons.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Magdalene. 2018. *Menjadi Perempuan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Moerdijati, Sri. 2016. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT. Revka Petra Media.
- Moleong, Lexy. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: Rosda.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ogden, Jane. 2000. *Health Psychology: A Textbook (Second Edition)*. USA: Open University Press.

- Pujileksono, Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Rachmayanti, Mandira. 2019. *Mudah Menjadi Youtuber Profesional*. Yogyakarta: ANDI.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi edisi 30*. Bandung: Rosda.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Riswandi. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Santrock, J. W. 2010. *Adolescence (Edisi Ketiga)*. New York: McGraw-Hill.
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal:

- Ambara, Janice. 2014. *Penerimaan Pemirsa Perempuan Terhadap Pesan Gaya Hidup Dalam Iklan-iklan Kopi Dengan Endorser Perempuan*. Surabaya: Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra. Vol.1 No.2.
- Gunawan, Metha. 2013. *Penerimaan penggemar SNSD terhadap kecantikan SNSD dalam video klip Gee*. Surabaya: Jurnal e-komunikasi Vol.1 No.3 Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra.
- Hadi, Ido Prijana. 2008. *Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis*. Surabaya: Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Universitas Kristen Petra. Vol 2, No.1, 1-7.
- Hayu, Sekar., Yudha Wirawanda. 2019. *Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show*. Surakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 1, No. 1.
- Herlijanto, Amelia Agustina. 2017. *Penerimaan khalayak perempuan terhadap konsep kecantikan iklan televisi produk citra*. Surabaya: Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Teknik Surabaya. Vol.

9 No.2, 84-90.

- Ifdil., Amandha Unzilla., Asmidir Ilyas. 2017. *Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri*. Sumatra Barat: Jurnal Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang vol 2 no3.
- Mariezka, F.I., Hanny H., Yustikasari. 2018. *Pemaknaan profesi beauty vlogger melalui pengalaman komunikasi*. Bandung: Nyimak journal of communication Vol.2 No.2 Program studi hubungan masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
- Maulina, Putri. 2019. *Penerapan syariat Islam dari sudut pandang media dan perempuan di Aceh*. Aceh: Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 2 Program studi Ilmu Komunikasi Universitas TeukuUmar.
- Muhsin, Akhmada. 2015. *Studi kasus ketidakpuasan remaja putri terhadap keadaan tubuhnya (body image negative)*. Yogyakarta: jurnal bimbingan dan konseling edisi 1 tahun ke 4 2015, 1-8.
- Mulkiyan. 2017. *Mengatasi masalah kepercayaan diri siswa melalui konseling kelompok*. Yogyakarta: jurnal konseling dan pendidikan vol. 5 no. 3, 136- 142.
- Pujawati, Ika. 2015. *Body Image Pada Remaja Putri Usia 19-22 Tahun Pengguna Instagram*. Bandung: Jurnal Jurusan Bimbingan dan Konseling, Universitas Padjadjaran Edisi 1 Vol 5.
- Sejati, Taqwa. 2020. *Analisis resepsi pegawai starbucks filateli tentang vidio blogging Joko Widodo sebagai gaya komunikasi baru presiden Indonesia di era media baru*. Surakarta: Jurnal Akrab Juara Volume V, Nomor 1, Universitas Bina Sarana Informatika.
- Sinaga, Rumondang Eliza., Andriani Kusumawati.2018. *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya*

Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol63 No1.

Solistiawati, Ayu., Novendawati. 2015. *Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Harga Diri Remaja Akhir Putri (Studi Pada Mahasiswa Reguler Universitas Esa Unggul)*. Jakarta: Jurnal psikologi Vol 13 No 1.

Supriyatman, Ana Titania., Catur Nugroho. 2019. *Analisis resepsi penonton remaja video mukbang dalam kanal Youtube "Yuka Kinoshita"*. Bandung: e-proceeding of management vol.6 no.1, 1428-1440.

Suryani, Any. 2013. *Analisis resepsi penonton atas popularitas instan video youtube 'keong racun' sinta dan jojo*. Semarang: The messenger, Volume V, Nomor 1 Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang.

Widiarti, Pratiwi Wahyu. 2017. *Konsep Diri (Self Concept) dan Komunikasi Interpersonal dalam Pendampingan Pada Siswa SMP se kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 47 No 1.

Skripsi:

Area Shandy, *Pemaknaan perempuan terhadap konstruksi mitos kecantikan dimedia online FEMALEDAAILY.COM*, Skripsi (Semarang: Universitas Diponegoro, Fakultas Ilmu Komunikasi 2019).diakses tanggal 1 Maret 2020.

Danna Kharisma, *Penerimaan Karyawan Asuransi AIA mengenai Budaya Organisasi dalam Vlog Arief Muhammad versi Pengalaman Kerja Kantoran*, Skripsi (Surabaya; Universitas Katolik Widya Mandala, Fakultas Ilmu Komunikasi 2019).diakses tanggal 23 Januari 2020

Florence Pusung, *Penerimaan penonton perempuan mengenai kecantikan*

perempuan melalui corporate advertising SK II Bare Skin Project, Skripsi (Surabaya; Universitas Katolik Widya Mandala, Fakultas Ilmu Komunikasi 2019).diakses tanggal 23 Januari 2020.

Nurchayani, Dania Dwi, *Body Image Pasien Diabetes Millitus Yang Mengalami Ganggren Di RSUD dr. Sayidiman Magetan*,Tesis (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Fakultas Ilmu Komunikasi 2018).diakses tanggal 09November 2020.

Yohana Debby Adelia, *Penerimaan penonton mengenai desakralisasi agama dalam film horor Indonesia pasca orde baru*, Skripsi (Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala, Fakultas Ilmu Komunikasi 2019). diakses tanggal 23 Januari 2020.

Internet:

Apriyani, Tri. (2019, Desember). *Insecure* dapat Mengakibatkan Fatalnya Mental *Illness* pada Remaja. Suara.com [on-line]. Diakses pada tanggal 16 Februari 2020 dari <https://yoursay.suara.com/lifestyle/201912/23/113117/insecure-dapat-mengakibatkan-fatalnya-mental-illness-pada-remaja>

Herlinda, Wike Dita. (2015, November). Mengintip Komunitas *Beauty Vlogger* di Indonesia. Bisnis.com [on-line]. Diakses pada tanggal 22 Februari 2020 dari <https://lifestyle.bisnis.com/read/20151114/220/492104/mengintip-komunitas-beauty-vlogger-di-indonesia>

Maulana, Aqmal., Hani Nur F. (2016, April). Dahulu ada *Blog*, Kini Mulai *Nge-Vlog*. Cnnindonesia [on-line]. Diakses pada tanggal 22 Februari 2020 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160427183834-185-127059/dahulu-ada-blog- kini-mulai-nge-vlog>

Perhumas Hadir Dalam Seminar Kreatifitas Ilmu Komunikasi di Era Digital
Awali Gelaran Commweeks. 2017, Februari. Perhumas [on-line].
Diakses pada tanggal 10 Februari 2020 dari
[https://www.perhumas.or.id/perhumas-hadir-dalam-seminar-
kreatifitas-ilmu-komunikasi-di-era-digital-awali-gelaran-commweeks/](https://www.perhumas.or.id/perhumas-hadir-dalam-seminar-kreatifitas-ilmu-komunikasi-di-era-digital-awali-gelaran-commweeks/)