

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana hegemoni maskulinitas terwacanakan dalam *The Fast Saga*. Dari analisis yang telah dipaparkan, bentuk hegemoni maskulinitas baik berbentuk dominasi gender, objektifikasi seksual, dan diferensiasi peran masih terjadi dan terwacanakan. Dengan genre *sport*, *The Fast Saga* masih menonjolkan adegan-adegan yang sarat legitimasi patriarki yang hegemonik, sehingga menempatkan perempuan dan laki-laki dalam posisi yang tak sejajar. Adapun hegemoni maskulinitas terbentuk karena relasi dominan laki-laki yang mengsubordinasi perempuan dilihat dari aspek maskulinitas dan feminitas sebagai hasil konstruksi sosial, lalu objektifikasi seksual yang melihat perempuan sebagai ‘produk’ dari segi tubuhnya, dan adanya garis abu-abu antara peran *nature* dan *nurture* perempuan.

Perempuan dalam *saga* ini merupakan sosok yang digambarkan tegas, cerdas, dan juga ditemukan beberapa sifat yang sama sekali tidak menggambarkan sisi femininnya. Akan tetapi, usaha untuk keluar dari jeratan konstruksi ideal dan patriarki terasa dibungkam dengan pewarisan nilai-nilai yang jelas menjadi sebuah momok saat ini. Seolah-olah perempuan tidak berdaya di bawah kaki lelaki, tubuhnya dieksploitasi, hingga perannya yang tidak seimbang di rumah tangga. Sebagai produk media yang bisa menjadi agen pewarisan wacana, tanpa disadari

proses hegemonik terus diinsitutionalisasi dalam kehidupan masyarakat yang juga audiens itu. Maka tidak heran, bila perempuan akhirnya terus menerus menempatkan diri di bawah laki-laki. Hal ini nyata nampak dari bentuk *self-objectification* yang terus menerus dilakukan dalam *The Fast Saga*.

Laki-laki pun akan terus sibuk menjadikan dirinya sebagai subjek, berada setingkat di atas perempuan karena begitulah mereka ‘sejatinya’ dilahirkan. Mereka pun menjalankan peran mereka di bawah dikte maskulinitas; tangguh, penuh tanggung jawab atas orang lain, dan berhak memperlakukan lawan jenisnya tidak setara. Karakter inilah yang juga turut melanggengkan ideologi patriarki yang terhegemonikan dalam kegiatan yang paling dekat dengan kita yaitu media. Reproduksi budaya dalam bentuk visual yang kemudian dinikmati audiens dan ditiru. Bagi lingkaran setan yang ingin ditumpas oleh para feminis tapi terasa enggan hilang dari peredaran.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai hegemoni maskulinitas dalam film dengan menggunakan analisis wacana kritis sebagai pisau bedah analisis dapat dikatakan cukup banyak. Pelbagai penelitian mengenai gender dan feminisme seperti yang juga turut digunakan dalam penelitian ini sudah cukup mudah ditemukan. Akan tetapi, untuk meneliti bagaimana hegemoni maskulinitas dengan wacana kritis pada beragam genre seperti *sports* masih jarang ditemukan. Oleh karenanya,

peneliti ingin menyarankan supaya penelitian yang membahas tentang hegemoni maskulinitas dalam film genre *sports* lainnya juga dapat digalakkan.

Menggunakan analisis wacana kritis Sara Mills, metode ini akan melihat bagaimana posisi subjek-objek dan pembaca ditempatkan dalam teks. Apabila penelitian mengenai hegemoni maskulinitas ingin dilakukan di masa yang akan datang, maka menggunakan metode lainnya juga sangat disarankan. Sebagai contoh dengan menggunakan metode *reception analysis* dan fenomenologi.

V.2.2 Saran Sosial

Penelitian mengenai hegemoni maskulinitas dalam hal ini ialah penempatan laki-laki dan perempuan yang tidak sejajar (dilihat dari segi dominasi, objektifikasi seksual, diferensiasi peran dan relasi gender) dapat disarankan untuk menjadi bagian kecil yang bisa digunakan untuk memberantas konfigurasi praktik gender yang timpang. Meskipun penelitian mengenai gender dengan metodologi dan metode sudah banyak dilakukan, besar harapannya semuanya tidak hanya berhenti dalam karya tulis ilmiah semata hingga muncul implementasi praktik nyata yang mampu membawa solusi atas permasalahan ketidaksetaraan gender terutama dalam produk media massa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Advani, Stella M. (2011). *Living with Patriarchy*. Philadelphia: John Benjamin North America.
- Calogero, Rachel M, Stacey Tantleff-Dunn, dan J. Kevin Thompson. (2011). *Self-Objectification in Women Causes, Consequences, and Counteractions*. Washington: American Psychological Association.
- Cobble, Dorothy Sue. (2004). *The Other Women's Movement: Workplace Justice and Social Rights in Modern America*. New Jersey: Princeton University Press.
- Connell, R.W. (2005). *Masculinities*. Los Angeles: University of California Press.
- Crosson, Sean. (2013). *Sport and Film*. New York: Routledge.
- Dickson, A. (2001). *Wanita di Tempat Kerja*. Jakarta: Grasindo.
- Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana*. Yogyakarta: LKiS.
- Geetha, V. (2007). *Patriarchy*. Calcutta: STREE.
- Gregory, Raymond F. (2003). *Women and Workplace Discrimination: Overcoming Barriers to Gender Equality*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Hollows, Joanne. (2010). *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Howard, David. (2015). *Critical Explorations in Contemporary Political Thought: Antonio Gramsci*. London: Palgrave Macmillan.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lamia, Mary C dan Marilya J. Krieger. (2009). *The White Knight Syndrome: Rescuing Yourself from Your Need to Rescue Others*. California: New Habinger Publications.

- Laseen, Inger. (2011). *Stereotyping Gender Discursive Constructions of Social Identities in a Danish Bank*. Philadelphia: John Benjamin North America.
- Lippa, Richard A. (2005). *Gender, Nature, and Nurture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Megawangi, Ratna. (2014). *Membiarkan Berbeda*. Depok: Indonesia Heritage Foundation.
- Mills, Sara. (2004). *Discourse*. New York: Routledge.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sumadiria, H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Trianton, Teguh. (2013). *Film Sebagai Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tong, Rosemarie. (2014). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction*. North Carolina: University of North Carolina.

Jurnal

- Afneta, Andrine Prima. (2015). Komodifikasi Kebertubuhan Perempuan dalam Wacana Erotika dan Pornografi pada Tayangan Televisi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, IV(2), 127-139.
- Calogero, RM. (2012) Objectification Theory, Self-Objectification, and Body Image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 2. 574–580.
- Connell, R. W dan James W. Messerschmidt. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829-859.
- Dwita, D. d. (2018). Interpretasi Feminisme: Analisis Resepsi Khlayak Pekanbaru Tentang Film 'Kartini'. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 2(2).

- Ellemers, N. (2014). Women at Work: How Organizational Features Impact Career Development. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 1(1), 46–54.
- Farnisari, M. D. (2013). Bias Gender dalam Film Seri Korea "Sungkyunkwan Scandal". *Paradigma*, 01(02), 8-15.
- Feder, J., Levant, R. F., & Dean, J. (2007). Boys and Violence: A Gender-Informed Analysis. *Professional Psychology: Research and Practice*, 38(4), 385–391.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206.
- Geena Davis Institute on Gender in Media. (2019). Rewrite Her Story. *Plan International*, 40.
- Heflick, N. A., Goldenberg, J. L., Cooper, D. P., & Puvia, E. (2011). From women to objects: Appearance focus, target gender, and perceptions of warmth, morality and competence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(3), 572–581.
- Hermawan, Hery dan Radja Erland Hamzah. (2017). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi: Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat. *Jurnal Kajian Media*, 1(2), 166-176.
- Kellie, D. J., Blake, K. R., & Brooks, R. C. (2019). What drives female objectification? An investigation of appearance-based interpersonal perceptions and the objectification of women. *PLoS ONE*, 14(8), 1–21.
- Kurnia, Novi. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(1), 17-36.
- Ledwith, Margaret. (2009). Antonio Gramsci and Feminism: The Elusive Nature of Power. *Educational Philosophy and Theory*, 41(6), 684-697.
- Lindner, Andrew M, Melissa Lindquist dan Julie Arnold. (2015). Million Dollar Maybe? The Effect of Female Presence in Movies on Box Office Returns. *Sociological Inquiry*, 85(3), 407-428.

- Messner, Michael A, Michele Dunbar dan Darnell Hunt. (2000). The Televised Sports Manhood Formula. *Journal of Sport & Social Issues*, 24(4), 380-394.
- Mills, H. L. (2018). Avatar Creation: The Social Construction of “Beauty” in Second Life. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 95(3), 607–624.
- Oliver, K. (2017). The male gaze is more relevant, and more dangerous, than ever. *New Review of Film and Television Studies*, 15(4), 451–455.
- Rachminawati, N. (2001). Isu Kesenjangan Laki-laki dan Perempuan. *Mimbar*, III, 272-283.
- Sobari, Teti, dan Lilis Faridah. (2012). Model Sara Mills Dalam Analisis Wacana Peran Dan Relasi Gender. *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1, 88-99.
- US Department of Justice. (2010). *Women in Law Enforcement, 1987–2008*. 1-4.
- Waling, A. (2019). Problematising ‘Toxic’ and ‘Healthy’ Masculinity for Addressing Gender Inequalities. *Australian Feminist Studies*, 34(101), 362–375.
- Wardani, Vera dan Jamaluddin. (2019). Peran Perempuan Dan Relasi Gender Dalam Film Ayat-Ayat Cinta 2 (Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills). *Jurnal Sains Riset*, 9(2), 58-64.

Situs Web

- bbc.com. (2013). *Fast & Furious actor Paul Walker dies in California car crash*. Diakses 8 Desember 2020, dari <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-25173331>
- Couthm. (2018). *Sexism in Fast and Furious Franchise*. Diakses 5 Juli 2020, dari <https://blogs.bgsu.edu/couthom/2018/10/01/sexism-in-fast-and-furious-franchise/>
- dpep.disney.com. Diakses 7 Desember 2020 dari <https://dpep.disney.com/about-us/>
- Ebert, Roger. (2009). *Fast and Furious*. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://www.rogerebert.com/reviews/fast-and-furious-2009>

- Grady, Constance. (2018). *The Waves of Feminism, and Why People Keep Fighting Over Them, Explained*. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://www.vox.com/2018/3/20/16955588/feminism-waves-explained-first-second-third-fourth>
- Hedash, Kara. (2020). *Why Fast & Furious Franchise Is Now Called The Fast Saga*. Diakses 17 September 2020, dari <https://screenrant.com/fast-furious-saga-movies-franchise-name-meaning-change-explained/>
- ILO. (2012). *Gender Inequality and Women in the US Labor Force*. Diakses 20 Februari 2020, dari https://www.ilo.org/washington/areas/gender-equality-in-the-workplace/WCMS_159496/lang--en/index.html
- Johnson, David. (2017). *48 Countries Are Ahead of the U.S. in Closing the Gender Gap*. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://time.com/5028384/gender-gap-united-states-world-economic-forum/>
- Siegel, Tatiana. (2010). *Universal revs up another 'Fast and Furious'*. Diakses 7 Desember 2020, dari <https://variety.com/2010/film/markets-festivals/universal-revs-up-another-fast-and-furious-1118014674/>
- Solomon, Dan. (2017). *We Watched Every "Fast & Furious" Movie To Better Understand Michelle Rodriguez's Point*. Diakses 5 Juli 2020, dari <https://www.fastcompany.com/40437962/we-watched-every-fast-furious-movie-to-better-understand-michelle-rodriguezs-point>