

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis dari bab IV, maka penggambaran tubuh perempuan dalam video klip Anne Marie yang berjudul Perfect to Me adalah bahwa penggambaran tubuh perempuan adalah Perempuan berusaha menolak standart tubuh ideal dan diskriminasi gender terhadap dirinya dengan menunjukkan dan melakukan kegiatan atau aktivitas yang biasa dipersepsikan oleh masyarakat hanya bisa dilakukan oleh laki-laki saja serta menunjukkan kepercayaan terhadap dirinya dan tubuhnya sendiri tanpa peduli dengan perkataan orang lain. Hal tersebut terlihat dengan yang ditampilkan dalam video klip Anne Marie yang berjudul Perfect to Me dengan menunjukkan penolakan tentang tubuh ideal perempuan, perempuan yang memiliki penyakit dan melawan diskriminasi gender dengan melakukan kegiatan olahraga bela diri yang biasa dilakukan oleh laki-laki

Dalam penelitian ini perempuan berusaha menolak adanya standar ideal dengan ditampilkannya perempuan yang memiliki tubuh yang gemuk dan perempuan yang memiliki kekurangan fisik dikarenakan sebuah penyakit yang dialaminya. Tetapi banyak juga perempuan yang tidak bisa terlepas dari standar tubuh ideal. Hal ini dikarenakan adanya perempuan yang masih tidak memiliki kepercayaan pada tubuhnya sendiri. Sebagai seorang perempuan mereka harus tetap percaya diri dengan penampilannya sendiri. Perempuan juga harus tetap merasa cantik bagaimanapun keadaanya. Dalam penelitian ini juga ditampilkan scene dimana seorang perempuan yang sedang melakukan kegiatan olahraga beladiri dan

dalam scene tersebut ingin menyampaikan tentang adanya kesetaraan gender yaitu perempuan bisa melakukan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh laki-laki saja dan ingin menghilangkan persepsi bahwa perempuan tidak akan bisa setara dengan laki-laki.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Mengacu pada banyaknya fenomena yang ada mengenai tubuh perempuan, peneliti menyarankan agar penelitian ini tidak berhenti sampai pada analisis semiotika saja. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode semiotik milik Charles Sanders Peirce. Peneliti berharap agar selanjutnya penelitian ini dapat diteliti melalui jenis penelitian yang berbeda seperti metode semiotika milik Roland Barthes, studi kasus, hingga analisis langsung pada audiens.

V.2.2. Saran Praktis

Fenomena mengenai tubuh perempuan semakin meningkat dengan adanya standar ideal pada perempuan. Banyak perempuan yang menginginkan bentuk tubuh yang ideal karena melihat pada media dan tuntutan patriarki. Maka dari itu, saran praktis dalam penelitian ini agar media lebih melek lagi dalam melihat realitas dan dapat membuat konten atau tontonan seputar keadilan pada tubuh perempuan dan, tidak hanya terpaku pada standar tubuh ideal saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, B. (2003). *PORNOMEDIA Konstruksi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa* (Edisi Pert). KENCANA.
- Irwan, Z. (2009). *Besarnya Eksploitasi Perempuan dan Lingkungan di Indonesia*. PT Elex Media Komputindo.
- Junaidi, A. (2012). *Porno Feminisme, Seksualitas, dan Pornografi di Media* (D. Awigra (ed.)). PT Grasindo.
- Latief, R. (2015). *Siaran Televisi Non-Drama*. KENCANA.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan* (A. Kristiawan (ed.)). PT. LKiS Printing Cemerlang.
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, R. (2008). *GENDER DAN STRATEGI PENGARUS-UTAMAANNYA DI INDONESIA*. PUSTAKA PELAJAR.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Grafindo Persada.
- Palulungan, L., K., M. G. H. K., & Ramli, M. T. (2020). *Perempuan, Masyarakat Patriarki & Kesetaraan Gender*. <https://id.b-ok.asia/book/11045095/44025a>
- Prabasmoro, A. (2006). *Kajian Budaya Feminis Tubuh, Sastra dan Budaya Pop* (Kurniasih (ed.)). JALASUTRA.
- Rochimah, T. H. N. (2018). *Pertarungan Wacana Tubuh Perempuan Dalam Media*. Buku Litera Yogyakarta.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (S. Risman (ed.)). Penerbit Ghalia Indonesia.

Vernalis, C. (2004). *Experiencing Music Video Aesthetics and Cultural Context by Carol Vernallis* (Vol. 53, Issue 9).

Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan "Kala Kecantikan Menindas Perempuan."* PENERBIT NIAGARA.

Jurnal

Amandha, Ilyas. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*. 2(3), 107-113

Dewi, Machya. (2009). Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 228-236

Hasanah, D. U. (2018). Kekerasan Dan Diskriminasi Terhadap Perempuan Dalam Pandangan Hukum. *Jurnal Harkat : Media Komunikasi Gender*, 12(2), 109–116.

Kartika Puspa Rini, N. F. (2019). FEMINISME DALAM VIDEO KLIP Blackpink: Analisis Semiotika John Fiske Dalam Video Klip Blackpink DDU-DU DDU-DU. 5(9), 317–328.

Kertamukti, Rama (2018). Komunikasi Visual-Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol.6,No.2. 231-246

Mubarok, Adjani, M. D., & Alantari, D. N. (2019). Representasi Feminisme Radikal Dalam Video Klip "God Is A Woman – Ariana Grande" (Metode Analisis Semiotika Roland Barthes). *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU 2)*, 817–829.

Muwarni, E. (2010). Konstruksi "Bentuk Tubuh Perempuan" Dalam Iklan Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 10–19.

Nurfazrin, F., & Raturahmi, L. (2016). Representasi Citra Perempuan Dalam Iklan WRP Versi Limited Edition. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 41–50.

Rosida, I. (2018). Tubuh Perempuan Dalam Budaya Konsumen: Antara

Kesenangan Diri, Status Sosial, Dan Nilai Patriarki. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(1), 85.

Russello, S. (2009). The Impact of Media Exposure on Self-Esteem and Body Satisfaction in Men and Women. *Journal of Interdisciplinary Undergraduate Research*, 1(2009), 1–12.

S, Parimala. (2019). Media and Body Image Perception of Women. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. Vol.8 No.1. 405-408

Subhan. (2002). Perkembangan Studi Perempuan dan Kritik. *Jurnal Riset Komunikasi*.

Wiranata, Y. (2019). Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Tayangan Berita Olahraga. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(1).

Zamroni, Muhammad. (2007). Kapitalisasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Televisi. *Jurnal Komunikasi*. 287-296