

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.I Kesimpulan

Secara keseluruhan penerimaan khalayak mengenai pesan *male gaze* dalam film *Why Do You Love Me* meliputi informan yang berada pada posisi *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*. Temuan dari penelitian ini meliputi informan yang menempati posisi *dominant* menampilkan kewajaran pesan *male gaze* yang digambarkan dalam film dan menilai pesan *male gaze* sebagai teknik menarik atensi penonton, posisi *negotiated* menunjukkan ungkapan penerimaan terhadap pesan *male gaze* pada film namun mengkritisi perilaku objektifikasi terhadap perempuan melalui film, dan posisi *oppositional* yang menolak pesan *male gaze* pada film.

Pesan *male gaze* dalam film menampilkan lekuk tubuh wanita merupakan gambaran pandangan laki-laki yang terbagi menjadi tiga yaitu pandangan karakter, kamera, dan penonton. Film *Why Do You Love Me* menampilkan pesan *male gaze* yang dimaknai oleh informan sebagai media untuk melakukan objektifikasi perempuan dengan menampilkan lekuk tubuh wanita. Selain itu, pesan *male gaze* dalam film *Why Do You Love Me* menggambarkan bagaimana perempuan diposisikan sebagai objek estetika yang dinilai berdasarkan daya tarik fisik mereka, menciptakan bias visual yang diskriminatif. Perbedaan perlakuan terhadap karakter PSK yang diobjektifikasi secara seksual dan karakter Endang yang diabaikan karena tidak memenuhi standar kecantikan.

Adapun pandangan lain dari pesan *male gaze* ini ialah sebuah teknik untuk menarik perhatian penonton dalam film. Informan dengan pengalaman serta

keahlian di dunia perfilman cenderung menduduki posisi *dominant* baik perempuan maupun laki-laki. Sebaliknya, informan dengan pengalaman pemeranan dan seni theater ataupun dunia modelling cenderung berada di posisi *negotiated* ataupun *oppositional* baik informan perempuan maupun laki-laki. Hal ini merupakan perbedaan cara khalayak untuk meresepsi pesan yang dipengaruhi oleh *field of experience* dan *frame of reference* informan.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini berbicara mengenai pesan *male gaze* oleh Laura Mulvey dalam film *Why Do You Love Me* dimana topik ini juga menarik untuk diteliti menggunakan metode lain yaitu fenomenologi.

V.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini peneliti berharap khalayak dapat semakin tanggap dan peduli mengenai objektifikasi perempuan yang terkandung dalam pesan *male gaze* di berbagai media khususnya dalam film. Peneliti juga berharap tema objektifikasi perempuan dalam film semakin di suarakan guna menambah edukasi mengenai isu *male gaze* yang tidak pernah tersiarkan di media manapun dan patut untuk diperjuangkan juga sama dengan halnya jika perempuan yang menjadi korban.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsani, V., & Wibowo, A. A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Posivity pada Video Klip “Tutur Batin” Karya Yura Yunita. *Karya Yura Yunita. Communications*, 5(2), 467–488. Diambil dari <https://doi.org/10.21009/communications.5.2.3>
- Amin, S. (2015). *Filsafat Feminisme*.
- Astari Mariska Dyah, Salma Nadia, Azzahra Zulnia, Maria Gabrielle, & Dias Adelia. (2022). *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi. vol 2*. Diambil dari <https://e-journal.unair.ac.id/Medkom>
- Bhatia, K., & Pathak-Shelat, M. (2024). *Gen Z, Digital Media, and Transcultural Lives : at home in the world*.
- Dea, G. (2023, Juli 4). Why Do You Love Me Review: Bawa Tema Tabu dengan Hangat.
- Dharmawan, S., Farhan Ardian, M., Firdaus, A., & Dhika Ramadhan, M. (2021). *ANALISIS MINAT GENERASI Z DAN MILENIAL PADA FILM ILEGAL DAN SITUS FILM LEGAL*. 8. <https://doi.org/10.2241/narada.2021.v8.i2.001>
- Durham, G., & Kellner, D. (2006). *Adventures in Media and Cultural Studies* (2 ed.). Blackwell Publishing Ltd.
- Fakhri, U., & Dwi, B. (2019). *KOMODIFIKASI IDENTITAS TIONGHOA DALAM HUMOR: STUDI ENCODING/DECODING STUART HALL TENTANG PERTUNJUKAN STAND-UP COMEDY ERNEST PRAKASA*. 2(3).
- Handayani, R. (2017). *Male Gaze dalam Fotografi Model : Objektifikasi dan Komersialisasi Tubuh Perempuan*. Diambil dari www.radarindonesianews.com
- Ibad, M. L. (2023, Juli 23). Why Do You Love Me, Kental Objektifikasi Perempuan Menurut Pandangan Laki-laki.
- Jose, A., & College, C. N. (t.t.). *Literary Herald Male and Female Gaze in Bollywood Films Male and Female Gaze in Bollywood Films*. Diambil dari www.TLHjournal.com
- 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). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221388>
- Kholisoh, N., Ritonga, R., & Ridaryanthi, M. (2022). The Analysis of Urban Adolescents’ Reception of Pornography on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 368–376. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i2.773>
- Kusumalestari, R. R., Satriani, A., Permatasari, A. N., Anjani, M., & Nadifah, N. N. (2021). Gen Z’s Reception of Covid-19 Information on Digital Media. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 157–167. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i2.8387>

- Mc Quail, D. (1997). *AUDIENCE ANALYSIS*. California: SAGE Publications Ltd.
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (35 ed.). Bandung: PT Remaha Rosdakarya.
- Mulvey, laura. (1989). *Visual and Other Pleasures*.
- Mutiara, N., & Wirawanda, Y. (2023a). Representasi Male Gaze Pada Video Klip Ardhitto Pramono “Here We Go Again” (Semiotika John Fiske). *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14392>
- Mutiara, N., & Wirawanda, Y. (2023b). Representasi Male Gaze Pada Video Klip Ardhitto Pramono “Here We Go Again” (Semiotika John Fiske). *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14392>
- Nila Sastrawati, D. (2018). *Analisis Gender dan Politik Perspektif Post-Feminisme*.
- Novianty, M., & Sari, W. (2022). Pengaruh Motivasi Binge-Watching Netflix terhadap Behavioral Involvement. *KONEKSI*, 7. Diambil dari <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.16044>
- Octavia, R., & Yuwono, A. P. (2024). Analisis Resepsi Penonton terhadap Makna Normalisasi Pelecehan Seksual pada Film Dear David. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 11–23. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.14608>
- Pujarama, W., & Yustisia, I. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk Penelitian Gender Dan Media* (1 ed.). UB Press.
- Rachma, F., & Ulya, H. (2021). *Male Gaze Representation in Biopic Film “Lovelace.”* Diambil dari <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>
- Rogers, B. (1991). *The Question and the Answer Part 2: Planning for Data Analysis*.
- Samtrimandasari, E. (2023). ANALISIS ANGLE KAMERA POINT OF VIEW UNTUK MEMBANGUN PENCERITAAN TERBATAS DALAM FILM SEARCHING. *Jurnal Sense*, 6(1), 2023.
- Sapentri, E. (2017). *Male Gaze dan Pengaruhnya Terhadap Representasi Perempuan dalam Lukisan “Realis Surealis” Karya Zaenal Arifin*.
- Savira, A., Yusuf, B. M., Putra, J., Salenus, B., Ifadah, L. S., Murpratiwi, N. M., & Sutjipto, V. W. (2022). *Edukasi IPS Representasi Nilai-nilai Edukasi dalam Netflix bagi Generasi Z*. 6(1). <https://doi.org/10.21009/EIPS.006.1.05>
- Sengupta, & Debashish. (2020). *The Life of Z* (1 ed.). New Delhi, India: SAGE Publications India Pvt, Ltd.
- Sihotang, J., & Retno Wulan, R. (2021). FENOMENOLOGI OBJEKTIFIKASI SEKSUAL PADA WANITA PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM

ANDINI RIZKA MARIETHA, DESVITA NAJWARANI, FATYA PUTRI
ALMUTTAQIN, FELITA EKA NOVIANTI. Dalam *Public Relations Journal* (Vol. 2).

Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Pendidikan* (23 ed.). Bandung: ALFABETA CV.

Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.

Verasatiwi, I., & Wulan, R. R. (2018). *STUDI FENOMENOLOGI PENGEMUDI OJEK ONLINE PEREMPUAN DI KOTA BANDUNG DALAM KAJIAN FEMINISME*. 14.

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>