

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Visual iklan susu SGM versi Tunjuk Tangan yang terlihat, tidak semata-mata menggambarkan bias gender saja. Dalam iklan ini ditemukan bahwa bias gender yang sudah ada ini diturun-temurunkan secara terus menerus dari generasi ke generasi melalui agen sosialisasi. Agen sosialisasi dalam iklan ini adalah keluarga, sekolah, dan teman bermain. Sedangkan bias gender sendiri terjadi dalam lingkungan keluarga, lingkungan kerja, lingkungan pendidikan, dan lingkungan budaya.

Laki-laki dan perempuan dalam iklan ini memiliki peran yang berbeda dalam berbagai aspek. Dalam hubungan keluarga, ibu memiliki tanggung jawab berada di rumah dan mengasuh anak serta keluarga juga telah menurunkan kepada anak bagaimana gender terjadi. Laki-laki masih mendominasi sektor publik, segala yang berkaitan dengan pekerjaan kantor. Hal ini menyebabkan perempuan yang sudah ikut serta dalam pekerjaan publik masih berada di bawah kekuasaan laki-laki. Perempuan belum bisa menguasai sektor ini karena tingkat pendidikan laki-laki juga lebih diutamakan dari pada perempuan, sehingga membuat perempuan yang tidak berpendidikan menetap di rumah sebagai ibu rumah tangga. Di sekolah, bias gender juga terjadi, baik melalui perilaku yang dicontohkan oleh guru-guru yang mengajar, maupun dari kurikulum yang berlaku sehingga secara tidak langsung tertanam dalam pikiran siswa bagaimana perbedaan gender berlangsung dan dibawa hingga dewasa. Budaya juga turut melestarikan

bias gender ini. Tidak hanya budaya dalam kelompok bermain yang dilakukan anak-anak tetapi juga dalam kehidupan sosial di masyarakat, dimana perempuan masih identik dengan tanggung jawabnya di sektor domestik yang lemah lembut.

V.2. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menelisik lebih dalam lagi mengenai seberapa dalam permasalahan gender ini tertanam di masyarakat melalui media komunikasi yang lain. Penelitian ini terbatas hanya pada tanda yang terdapat dari dalam teks sebuah iklan. Selain itu, penelitian ini juga bisa dijadikan referensi bagi media mengenai bagaimana konsep gender yang menjadi budaya di masyarakat. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana konstruksi gender yang terjadi selama ini, yang telah ditanamkan secara tidak sadar oleh media massa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Andalas, P. Mutiara. (2009). *Lahir dari Rahim*. Yogyakarta: Kanisius.

Budiman, Kris. (1997). “Perempuan di Rumah-(Ber)tangga,” dalam Irwan Abdullah (ed.), *Sangkan Paran Gender*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

_____. (2000). *Feminis Laki-laki dan Wacana Gender*. Magelang: IndonesiaTera.

Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Burr, Vivien. (1998). *Gender and Social Psychology*. London: Routledge.

Counihan, Carole M. (2004). *Around The Tuscan Table: Food, Family, and Gender in Twentieth-Century Florence*. London: Routledge.

Dagun, Save M. (1992). *Maskulin dan Feminin*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ghony, M. Djunaidi., Fauzan Almanshur. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.

Griffin, Emory A. 2003. *A First Look at Communication Theory (Fifth Edition)*. Mc. Graw-Hill Companies

Griffin, Em. 2012. *A First Look at Communication Theory (Eighth Edition)*. Mc. Graw-Hill Companies

Hofstede, Geert., Wilem A. Arrindel, Deborah L. Best, Marieke De Mooij, Michael H. Hoppe, Evert Van de Vliert, Jacques H. A. Van Rossum, Johan Verweij, Mieke, Vunderink, John E. Williams. (1998). *Masculinity and Feminity: The Taboo Dimension of National Cultures*. USA: SAGE Publication.

- Kuntjara, E. (2012). *Gender, Bahasa, dan Kekuasaan*. Jakarta: Libri.
- Lembaga Studi Realino. (1992). *Citra Wanita dan Kekuasaan (Jawa)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lombard, Denys. (1996). *Nusa Jawa: Silang Budaya, Bagian I: Batas-Batas Pembaratan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT. Revka Petra Media.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murniati, A. Nunuk P. (2004). *Getar Gender*. Magelang: Indonesia Tera.
- Muthali'in, A. (2001). *Bias Gender dalam Pendidikan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Rahyono, F.X., Dwi Puspitorini, Supriyanto Widodo, Darmoko. (2001). *Wiwara: Pengantar Bahasa dan Kebudayaan Jawa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, R., T. Wibisono. (2012). *Mengenal Seni dan Budaya Indonesia*. Jakarta: CIF (Penebar Swadaya Grup).
- Ruslan, Rosady. (2006). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sarosa, Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar*. Jakarta: PT Indeks.
- Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi revisi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sobur, Alex. (2012). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Surjakusuma, Julia. "Konstruksi Sosial Seksualitas: Sebuah Pengantar Teoretis," *Prisma*, No.7/Juli 1991, hal. 3-14.

Whitehead, Stephen and Roy Moodley. (1999). *Transforming Managers: Gendering Change in The Public Sector*. London: Routledge.

Wood, Julia T. (2009). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture, Eight Edition*. USA: Lyn Uhl

Jurnal/Skripsi:

Budisantoso, Teguh. (2014). *Konstruksi Identitas Balita dalam Iklan Susu*. Diakses pada 15 Desember 2015 dari <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/commede78d72c1full.pdf>

Ligharyanti, Yan. (2014). *Konstruksi Gender Pada Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Susu Bayi SGM Tahun 2010 - 2013)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses pada 7 November 2015 dari <http://eprints.ums.ac.id/29378/> - naskah publikasi

Rahmawati, Alvi Septi and Tripambudi, Sigit and Lestari, Puji. (2010). *Bias Gender dalam Iklan Attack Easy di Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Terakreditasi, 8 (3). pp. 221-232. Diakses pada 7 November 2015 dari <http://repository.upnyk.ac.id/2141/>

Rahmawati, Ni Nyoman. (2015). *Perempuan Bali dalam Pergulatan Gender (Kajian Budaya, Tradisi, dan Agama Hindu)*. Jurnal Studi Kultural Volume 1 No. 1, Januari 2016. Denpasar: An1mage.

Udayana, Alit Gede I Dewa. (2009). *Tumpek Wariga Kearifan Lokal Bali untuk Pelestarian Sumber Daya Tumbuh-tumbuhan*. Surabaya: Paramita.

Internet/Website:

Situs Resmi PT. Sarihusada. Diakses pada 12 Desember 2015 dari
<http://www.sarihusada.co.id/>

Fizriyani, Wilda. (2016, 7 Januari 2016). *Indonesia Perlu Tingkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia*. Diakses pada 3 Februari 2016 dari
<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/07/o0jz08359-indonesia-perlu-tingkatkan-kualitas-sumber-daya-manusia>

Forum Tanya Jawab SGM. Diakses pada 12 Desember 2015 dari
<http://www.tanyasgm.com/#/tanya/Produk-SGM-kan-susu-lokal-buatan-Indonesia-bagaimana-bisa-punya-standar-Internasional>

Hidayati, Rizka. (2015, 3 November). *Kebaya, Busana Ratusan Tahun Nusantara*. Diakses pada 28 Januari 2016, dari
<http://indonesiapositif.com/kebaya-busana-ratusan-tahun-nusantara/>

KPPPA Republik Indonesia. (2014, 12 Juni). *Ketenagakerjaan*. Diakses pada 30 November 2014 dari
<http://www.kemenpppa.go.id/v3/index.php/data-summary/profile-perempuan-indonesia/634-ketenagakerjaan>