

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV. Dapat disimpulkan bahwa penggambaran perempuan dalam video klip *Blank Space* adalah perempuan yang digambarkan berpenampilan *glamour*, dalam arti penampilan *glamour* perempuan yang menggunakan perhiasan dan gaun yang mewah menunjukkan kesuksesan lelaki dalam hal finansial, semakin perempuan berpenampilan *glamour* maka semakin tinggi pula “kelas” lelaki yang “memiliki” perempuan tersebut. Perempuan juga terobsesi pada lelaki membuat perempuan menjadi sosok yang lemah dan tidak dapat jauh/ditinggalkan oleh lelaki dalam hubungan percintaan, obsesi perempuan tersebut membuat dirinya menjadi sosok yang dianggap emosional dan mudah cemburu terhadap tindakan lelaki, terlihat dari tindakan berlebihan dari perempuan saat dirinya merasa disakiti, meskipun lelaki menanggapi hal itu adalah masalah kecil dan mengutamakan pemikiran rasional daripada perasaan. Perempuan menjadi objek yang dipergunakan dan melengkapi sosok lelaki, hal ini terlihat dari seluruh bagian tubuh perempuan yang dapat dieksploitasi untuk memuaskan hasrat dari lelaki, dan juga kedudukan perempuan tidak lebih tinggi dari lelaki. Lelaki selalu menjadi sosok yang dianggap memiliki kekuatan dan kekuasaan terhadap perempuan, yang diperlihatkan dari lelaki selalu menjadi orang yang memimpin dan mengontrol perempuan dalam segala hal.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Melalui penelitian ini, peneliti menyarankan agar penelitian *Penggambaran Perempuan dalam Video Klip “Blank Space”* bisa dikembangkan dengan metode-metode lainnya seperti studi kasus, metode penelitian teks lainnya, hingga analisis audiens. Mengingat fenomena mengenai gender dan patriarki adalah fenomena yang sudah sangat mendasar dalam kehidupan sosial.

### **V.2.2. Saran Praktisi**

Mencapai keadilan gender adalah hal yang sangat sulit untuk diwujudkan, mengingat masing-masing orang digerakan oleh pemahaman mereka tentang gender melalui media dan isinya. Oleh sebab itu perlu tindakan nyata terhadap pengembangan pesan-pesan yang mengutamakan keadilan gender, agar kita bisa disebut telah berbuat secara nyata menolak ketidakadilan dan batasan-batasan yang dikemukakan oleh ketidakadilan gender tersebut. Oleh sebab itu saran praktis peneliti adalah ketika terlibat dalam proses produksi konten-konten media, agar selalu mengutamakan isu-isu seputar keadilan gender.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Baran, S. J. (2012). Pengantar Komunikasi Massa : Melek Media dan Budaya. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Bungin, B. 2008. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Danesi, M. 2012. *Pesan, Tanda, dan Makna*, Yogyakarta : Jalasutra
- Dyhouse, Carol. 2010. *Glamour – Woman, History and Feminism*, Zed Books, London and New York
- Fakih, Mansour. 2013. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset
- Ibrahim, Idi Subandy dan Suranto, Hanif. 1998. *Wanita dan Media*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Jennings, Ros & Gardner, Abigail. 2012. “Rock On” Woman, Ageing, & Popular Music. England. Ashgate Publishing Limited
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta. Erlangga

- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: RosdaKarya.
- Mulyana, D . 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rusbiantoro, D. 2008 *Generasi MTV*. Yogyakarta : Jalasutra
- Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan dan Perempuan*. Jakarta. Buku Kompas
- Suryabrata, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Pawito, 2007. *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta : Lkis Yogyakarta
- Railton, Diane & Watson, Paul. 2011. *Music Video and The Politics of Representation*. Edinburg. Edinburg University Press
- Vera, Nawiroh, 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta. Ghalia
- Wibowo, 2011. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*, Yogyakarta, Media Pressindo.

### **SUMBER MEDIA ONLINE**

allwomenstalk.com/id, diakses pada 6 februari 2017 pukul 22:00

bisnis.com dengan judul artikel 8 Koleksi Berlian Party Collection & Glamour Collection (diakses pada 6 februari 2017 pukul 22:00)

Blog.rawin.com diakses 18 Januari 2017: pukul 18:00

Indonesian.cri.cn diakses 18 Januari 2017: pukul 18:00

McDonald pada situs [www.slate.com](http://www.slate.com) dengan judul artikel *The Shape of My Heart*. diakses pada 6 Februari 2017 pukul 22:30 WIB

*The book of Heart*, Eric Jager (2000 : 5) yang juga ditulis sebagai sebuah artikel pada situs <http://www.press.uchicago.edu/Misc/Chicago/391167.html>, dengan judul “Reading the Book of the Heart from the Middle Ages to the Twenty-First Century” diakses pada 6 Februari 2017 pukul 22:30 WIB

www.Merdeka.com diakses merdeka.com/gaya/ pada 6 Februari 2017 pukul  
22:30

www.history.com diakses pada 6 Februari 2017 pukul 22:30 WIB