

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Laki-laki yang maskulin, berani dan dianggap sebagai pelindung bagi perempuan ini memiliki banyak sekali karakter yang berbeda-beda, setiap laki-laki pada dasarnya telah mempunyai maskulinitas didalam dirinya sejak mereka lahir. Akan tetapi maskulinitas itu dapat berubah tergantung lingkungan dan juga diri mereka sendiri. Didalam penelitian ini peneliti berhasil menemukan sifat maskulinitas laki-laki yaitu *Brave* atau berani dan *Strong* atau kuat, dua ciri tersebut merupakan sifat yang menggambarkan bahwa laki-laki maskulin itu adalah dia yang berani dalam menghadapi masalah apapun serta dia yang kuat dalam menghadapi tantangan apapun.

Brave sendiri merupakan salah satu sifat maskulin yang sangat sering digambarkan dalam sebuah film, seperti didalam film Central Intelligence ini yang menggambarkan bahwa keberanian seorang laki-laki itu digambarkan melalui potongan scene-scene nya yang menunjukkan bahwa pria yang maskulin itu dia yang berani mengambil resiko, tidak takut dengan tantangan, dan tidak menghindari suatu masalah.

Strong merupakan sifat alami dari seorang pria yang mereka dapatkan sejak dirinya lahir didunia ini, akan tetapi kekuatan seorang pria itu berbeda-beda hal itu dapat dirubah dengan kemauan dan kerja keras pria itu sendiri. Kekuatan seorang pria itu dapat dilihat dari otot mereka yang dimana pria yang berotot akan cenderung terlihat lebih macho dan maskulin daripada pria yang tidak memiliki

otot. Hal tersebut dikarenakan untuk menjadikan tubuh mereka kekar dan berotot membutuhkan kerja keras yang konsisten, hal itu juga mengacu kepada istilah *no pain no gain* yang dimana pria dengan tubuh yang kuat dan kekar akan terlihat lebih maskulin.

New Man as Nurturer merupakan sifat maskulinitas yang termasuk kedalam sifat *New masculinity*. *New Man as Nurturer* ini berpendapat bahwa pria maskulin itu merupakan pria yang memiliki sifat yang dewasa, serta lebih bersifat kebabakan, hal tersebut sangatlah berbeda dengan *Old masculinity* yang lebih cenderung kepada kekuatan, dominasi, serta keberanian.

New Man as Narcissist ini merupakan salah satu sifat maskulin yang sering kita temui pada pria -pria metropolitan masa kini, *New Man as Narcissist* ini merupakan sifat maskulinitas yang menganggap bahwa pria maskulin itu merupakan pria yang rapih, bersih, wangi, memiliki banyak asset, serta terkenal. Sebagai contoh seperti para artis di tanah air.

Jadi menurut pandangan peneliti maskulinitas seorang pria itu sendiri memiliki banyak sekali arti tergantung dengan di lingkungan mana pria itu tenpati serta di jaman dimana pria itu menetap. Maskulinitas itu selalu berubah dari waktu ke waktu yang disebabkan dengan adanya perubahan lingkungan dari jaman ke jaman, didalam film *Central Intelligence* tersebut menggambarkan dua jenis maskulinitas itu yaitu *old masculinity* dan *new masculinity* penggambaran tersebut digambarkan pada kedua tokoh utama didalam film tersebut yaitu bob dan juga calvin.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Saran dari peneliti adalah, agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dari penelitian ini serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya untuk penelitian maskulinitas laki-laki yang menggunakan metode penelitian semiotika lainnya seperti John Fiske, hal tersebut dikarenakan didalam penelitian ini yang menggunakan metode semiotika milik C.S. Pierce memiliki beberapa kekuarangan sehingga kurang maksimal, untuk memaksimalkan hal tersebut peneliti menyarankan menggunakan metode penelitian milik John Fiske yang dimana didalam penelitian milik John Fiske ini juga membahas tentang produksi serta *camera movement* dalam film tersebut.

V.2.1. Saran Praktis

Dari penelitian ini peneliti berharap masyarakat dapat membuka mata bahwa karakteristik dari maskulin itu sendiri sangat beragam, oleh karena itu diharap penelitian ini dapat menjadi refrensi bagi masyarakat untuk mengetahui karakteristik dari maskulinitas itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Alfathoni, Muhammad Ali M., Manesah, Dani. (2020). *Pengantar Teori Film*,
Yogyakarta: CV BUDI UTAMA

Dagun, Save M. (1992). *Maskulin dan Feminim*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA

Effendy, Onong U. (2017) *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT
REMAJA ROSDAKARYA

Fakih, Mansour. (1996). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Yogyakarta:
PUSTAKA PELAJAR

Indrawati. (2018) *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REFIKA ADITAMA

Luik, Jandy. (2020). *Media Baru*, Jakarta: KENCANA

Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. (2019). *Teori Komunikasi, Edisi 9*, Jakarta:
SALEMBA HUMANIKA

Moleong, Lexy J. (2021) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REMAJA
ROSDAKARYA

Mulyana, Deddy. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REMAJA
ROSDAKARYA

Morissan., Wardhani, Andy C., Hamid, Farid. (2017) *Teori Komunikasi Massa*,
Bogor: GHALIA INDONESIA

McQuail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa, Buku 1, Edisi 6*, Jakarta:

SALEMBA HUMANIKA

McQuail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa, Buku 2, Edisi 6*, Jakarta:

SALEMBA HUMANIKA

Pujurama, Widya., Yustisia, Ika R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk*

Penelitian Gender dan Media, Malang: UB PRESS

Pratista, Himawan. (2017) *Memahami Film, Edisi 2, Sleman: MONTASE PRESS*

Rahmawati, Aulia. (2019). *Media dan Gender, Jakarta: PRENAMEDIA GROUP*

River, William L. Peterson, Theodore. Jensen, Jay W. (2003). *Media Massa &*

Masyarakat Modern, Edisi Kedua, Jakarta: PRENAMEDIA GROUP

Jurnal :

Ambara, Janice. (2014) *“Penerimaan Pemirsa Perempuan Terhadap Pesan Gaya Hidup Dalam Iklan-Iklan Kopi Dengan Endorser Perempuan” Volume 2.*

Budiastuti, Arum., Wulan, Nur. (2017) *“Konstruksi Maskulinitas Ideal Melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan” Volume 14.* . <https://e-journal.unair.ac.id/MOZAIK/article/view/3845>

Fathurizki, Agistian. Malau, Ruth Mei Ulina. (2018) *“Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children” Volume 2.*

Ghassani, Adlina. Nugroho, Catur. (2019) *“Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)” Volume 18.*
<https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619>

Juliano, Sangra. (2015) *“ Komunikasi dan gender : Perbandingan gaya komunikasi dalam budaya maskulin dan feminim” Volume 5.*
<https://repository.unikom.ac.id/30705/>

Kurnia, Novi. (2017) *“Consuming Gender and Disability” Volume 3.*

Koswara, Richard B. (2014) *“Penerimaan Penonton Usia Dewasa Terhadap Kekerasan Verbal Dalam Lawakan Stand Up Comedy Metro TV” Volume 2.*

Minanlarat, Kevin Vielden. Hadi, Ido Prijana. Budiana, Daniel. (2018) *“Penerimaan penonton perempuan terhadap stereotip gender feminim pada film kartini” Volume 6.*

- Oktavianus, Handi. (2015) *“Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis Di Dalam Film Conjuring” Volume 3.*
- Pertiwi, Mega., Ri’aeni, Ida., Yusron, Ahmad. (2020) *“Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film "Dua Garis Biru" Volume 1*
- Permana, Rangga Saptya Mohamad. Puspitasari, Lilis. Indriani, Sri Seti. (2019) *“Industri film Indonesia dalam perspektif sineas Komunitas Film Sumatera Utara” Volume 3.* <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.23667>
- Rahmawati, Wuri Rahmawati. (2018) *“Penerimaan Masyarakat Terhadap Pesan Kesehatan Melalui Media Internet” Volume 7.*
- Sely, Tan. Aladdin, Y.A. (2019) *“Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.Com Dari Kalangan Mahasiswa/I Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua BEM UI”. Volume 12.*
- Syarifa, Shania Nurul. Nugroho, Catur. (2020) *“Penerimaan Pesan Seks Pranikah Oleh Penonton Dalam Film Dua Garis Biru” Volume 3.*
- Santosa, Bend Abidin. (2017) *“Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik” Volume 3.* <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/128/104>
- Sutorini, Maulia Putri. Alif, Muhammad. Sarwani, Sarwani. (2019) *“Semiotika Gender dalam Film Brave” Volume 3.*
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21246>

- Saputra, Rendi. (2019) *“semiotika maskulinitas dan feminitas studi atas konstruksi gaya hidup dan identitas gender dalam iklan” Volume 53.*
- Yulianto, Maria Angelia. (2016) *“Penerimaan Penonton Terhadap Diskriminasi Etnis Tionghoa Dalam Film “ Ngenest” Volume 4.*
- Yuliyanti, F. D., Bajari, A., & Mulyana, S. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond’s Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Representasi Maskulinitas). *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.180>
- Zuma, U. A. (2021). *Representasi Maskulinitas Ayah Tunggal Dalam Film.*