

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Secara keseluruhan penerimaan informan mengenai pesan maskulintas perempuan dalam film “Kapan Kawin?” informan perempuan berada pada *dominant* yang artinya sebagai perempuan para informan menerima pemaknaan dengan utuh mengenai maskulintas perempuan dalam film “Kapan Kawin?”, sedangkan informan laki-laki cenderung menerima pesan maskulinitas perempuan dalam film “Kapan Kawin?” tetapi para informan laki-laki mencampurkan interpretasinya seperti laki-laki harus mencari nafkah dan adanya subordinasi yang menganggap kaum perempuan hanya cocok di ruang domestic lalu juga adanya *glassceiling* yang membuat perempuan itu susah menempati posisi tinggi dalam perusahaan.

Jawaban para informan sangat beragam, hal ini dipengaruhi oleh *frame of refrence* dan *field of experience* yang dimiliki masing-masing informan dan juga dipengaruhi lingkungan keluarga ataupun teman. Dari pengalaman inilah yang mempengaruhi informan dalam menerima dan memahami teks-teks dalam film “Kapan Kawin?”

Pembahasan dibagi kedalam 2 topik besar. Pembahasan pertama mengenai perempuan mampu bekerja di ranah publik. Pada topik ini Informan perempuan berada pada posisi *dominant*, yang artinya informan setuju dan sejalan bahwa perempuan dapat menjadi *leader*, dapat mengambil keputusan dengan cepat dan perempuan dapat *independent*. Informan laki-laki berada pada posisi *negotiated* yang artinya informan laki-laki tidak sepenuhnya meyakini dan tidak juga menolak pesan mengenai perempuan mampu bekerja di ranah publik. Pembahasan selanjutnya mengenai perempuan mampu lebih dominan dari laki-laki. Pada pembahasan ini Budi dan Putri masuk kedalam *negotiated code*, Budi sebagai seorang suami tidak

menyalahkan bahwa seorang perempuan itu memiliki sifat tegas, tetapi tegas disini bukan berarti meremehkan seorang laki-laki, Putri sebagai perempuan juga menilai tindakan Dinda kurang pas. Cecep sebagai informan ketiga masuk kedalam *oppositional code* karena ia menganggap bahwa sikap yang dilakukan Dinda sangat tidak etis dan dinilai sangat arogan sedangkan informan kedua Elisabet masuk kedalam *dominant code*, Elisabet menganggap hal itu sangat wajar dan sering terjadi di kota-kota besar.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai maskulinias perempuan tidak hanya dapat diteliti dengan metode *reception analysis*, tetapi juga dapat diteliti dengan metode analisis semiotika dan fenomenologi. Dengan metode analisis semiotika, peneliti selanjutnya dapat meneliti tanda dan lambang mengenai maskulinitas perempuan dalam film ataupun video klip sedangkan fenomenologi, penelitian selanjutnya dapat meneliti pengalaman individu yang memiliki karakteristik perempuan maskulin.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, pembuat film agar dapat menceritakan mengenai maskulinitas perempuan yang lebih kompleks, mengingat di zaman yang sudah modern ini perempuan dan laki-laki dapat setara dan sedikit demi sedikit menghilangkan budaya patriarki.

V.2.3 Saran Sosial

Dengan adanya penelitian ini diharapkan membukakan pemikiran masyarakat mengenai maskulinitas perempuan.

Perempuan juga harus mendapatkan tempat yang sama dengan laki-laki dimata masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Barker. C. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Djoharwinarli, S. (2012). *Dilema Kesenjangan Gender* (Purwo Santoso & Joash Tapiheru, ed.). Yogyakarta: Center For Politics and Government (PolGov) Fisipol UGM.
- Fakih, M. (2013). *Analisis gender & transformasi sosial*. Pustaka Pelajar.
- Griffin, E. (2012). *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY*. McGraw- Hill.
- Hall, S. (2005). *culture, Media, Language*. Routledge.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication. 11th Editions*. Waveland Press, Inc, United states of America.
- Matsumoto, D., & Juang, L. (2012). *Culture and Psychology*. Cengage Learning. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=IXFY1tziMv8C>
- Moerdjati, S. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi (revisi)*. Surabaya: PT. Revika Petra Media.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Prenada Media.
- Nurhayati, E. (2012). *Psikologi Perempuan dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

- Nurudin, N. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- Palulungan, L., Kordi, G., & Ramli, M. T. (2020). *Perempuan, Masyarakat Patriarki, dan Kesetaraan Gender*. Yayasan Bursa Pengetahuan Kawasan Timur Indonesia (BaKTI).
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. malang: kelompok Intrans Publishing.
- Rakmat, J. (2015). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Renger, A. B., & Solomon, J. (2013). *Ancient Worlds in Film and Television: Gender and Politics*. boston: Brill.
- Rivers, W. L., Jensen, J. W., & Peterson, T. (2003). Media Massa dan Masyarakat Modern. *Prenada Media, Jakarta*.
- Trianton, T. (2013). Film sebagai media belajar. In *Yogyakarta: Graha Ilmu*. Graha Ilmu.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (2nd ed.)*. Mitra Wacana Media. Retrieved from <https://issuu.com/indiwanx/docs/semiotikaindiwanseto>
- Wirth, L. (2001). Breaking through the glass ceiling: women in management. International Labour Organization

JURNAL

- Anisa, A. R., & Winduwati, S. (2021). Pemaknaan Body Positivity dalam Film Imperfect Pada Kalangan Remaja di Jakarta. *Koneksi*, 5(2), 427.

<https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10421>

- Briandana, R., Sofian, M. R., & Azmawati, A. A. (2018). Pay Tvs and Audience Reception: Intercultural Responses to K-Drama on Indonesian Audience. *International Journal of Communication Research*, 8(4), 285.
- Dwita, D., & Sommaliagustina, D. (2018). Interpretasi Feminisme: Analisis Resepsi Khalayak Pekanbaru Tentang Film “Kartini.” *PRESPEKTIF Komunikasi*, 2(2).
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children.” *ProTVF*, 2(1), 19.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Intan, S. (2014). KEDUDUKAN PEREMPUAN DALAM DOMESTIK DAN PUBLIK PERSPEKTIF JENDER. *Jurnal Politik Profetik*,
- Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada*, 08, 17–36.
- Muhammad Fahmi dan Nur Rahmawati. (2020). HEGEMONI KESETARAAN GENDER PADA FILM KARTINI KARYA HANUNG BRAMANTYO. *Musawa*, 19(1).
<https://doi.org/10.14421/musawa.2020.191.85-97>
- Mujahidah, N. H., & Jaunedi, F. (2021). Audience Reception See the Role of Gender Assesed to Woman Characters in Bumi Manusia Film. *Bricolage : Magister Ilmu Komunikasi*, 7(1), 95–104.
<http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v7i1.2084>

- Musta'in. (2013). Sisi Lain Perempuan Dalam Sorotan Media; Tinjauan Teori Kelompok Bungkam. *Jsgi*, 04(01), 65–73.
- Nofianti, L. (2016). Perempuan Di Sektor Publik. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 15(1), 51.
<https://doi.org/10.24014/marwah.v15i1.2635>
- Novianti, D., & Tripambudi, S. (2015). Studi Resepsi terhadap Komersialisasi Perempuan Dalam Industri Pertelevisian di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 13(1), 63–77. Retrieved from
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1450>
- Partini. (2014). Glass Ceiling Dan Guilty Feeling Sebagai Penghambat Karir Perempuan Di Birokrasi. *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 5(2), 218–228.
<https://doi.org/10.15294/komunitas.v5i2.2740>
- Santi, S., & Jeruk, K. (2007). *Jurnalisme dan Perspektif Gender Perempuan dalam Media*. 4(2).
- Sasmita, U. (2017). Representasi maskulinitas dalam film disney moana. *Jurnal Online Kinesik*, 4(2), 127–144.
- Soe'oed, D. V., & Maring, P. (2020). Resepsi Khalayak Wanita atas Karakter Ji Sun Woo dalam Drama Korea The World of the Married. *Warta ISKI*, 3(02), 85–90. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.58>
- Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta dan Jojoe. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.142>
- Tessa shasrini, A. S. (2021). PENGARUH GLASS CEILING TERHADAP

PENGEMBANGAN KARIR WANITA DI DUNIA PENDIDIKAN.
Jurnal Ranah Komunikasi.

Umam, M. S., Risnawati, R., Suhara, R. B., & Novita, L. (2020). Persepsi Penonton Perempuan Tentang Karakter Romantis Film Dilan 1990. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4(1), 14–30.
<https://doi.org/10.32534/jike.v4i01.2433>

Watie, E. D. S. (2010). Representasi Wanita Dalam Media Massa Masa Kini. *Jurnal The Messenger*, 2(2), 1.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v2i2.297>

Wijayanti. (2009). Glass Ceiling Dalam Karir Wanita Mampukah Wanita Mengatasi Glass Ceiling ? *Universitas Muhammadiyah Purworejo*, 2005, 29–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.37729/sjmb.v0i2>

INTERNET

Santisiera. (2015). Film “Kapan Kawin?” Memotret Kehidupan Perempuan Modern Indonesia. Retrieved April 5, 2022, from female daily website: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2015/02/11/film-kapan-kawin-memotret-kehidupan-perempuan-moderen-indonesia> (Di akses pada tanggal 15 april 2022)