

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini menjawab rumusan masalah terkait penerimaan khalayak mengenai perempuan dan rokok pada film *Jakarta vs Everybody*. Secara keseluruhan penerimaan informan mengenai perempuan dan rokok dalam film *Jakarta vs Everybody* berada pada posisi *negotiated* yang artinya para informan menerima pesan yang disampaikan mengenai perempuan merokok dalam film *Jakarta vs Everybody*, tetapi informan mencampurkan pandangannya sesuai dengan pengalaman sosial yang dimilikinya seperti perempuan memang tidak pantas untuk merokok, namun juga tidak dapat langsung memberikan penilaian yang negatif begitu saja. Hal tersebut terjadi karena adanya ketidakadilan gender, di mana masyarakat memberikan stigma negatif terhadap perempuan atas tindakannya yang kurang pantas untuk dilakukan.

Pembahasan mengenai perempuan merokok ini dibagi menjadi dua topik. Pembahasan pertama mengenai tabu sosial. Pada topik ini terlihat dua posisi informan berada dalam posisi *dominant*, di mana mereka menerima secara penuh bahwa rokok dapat dijadikan sebagai pelarian dan dengan merokok dapat membuat pikiran menjadi tenang. Sedangkan dua informan lainnya berada pada posisi *negotiated*, yang berarti informan tidak sepenuhnya menerima dan juga tidak menolak pesan mengenai rokok yang dijadikan sebagai pelarian. Namun, mereka juga memiliki pendapat yang lain bahwa selain merokok banyak hal yang dapat dilakukan juga. Pembahasan selanjutnya mengenai pelabelan negatif

terhadap perempuan merokok. Pada pembahasan ini dua informan berada pada posisi *negotiated*, di mana mereka tidak setuju secara penuh mengenai hal tersebut. Hal ini karena adanya budaya dan latar belakang di sekitarnya. Dua informan lainnya berada pada posisi *oppositional*, di mana mereka tidak setuju dengan adanya perempuan merokok karena perempuan yang merokok dianggap sebagai hal yang tidak pantas untuk dilakukan apalagi di ranah masyarakat.

## **V.2 Saran**

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

Selain menggunakan metode *reception analysis*, penelitian mengenai perempuan dan rokok dalam film ini juga dapat dikaji dengan menggunakan metode semiotika. Nantinya peneliti dapat menginterpretasikan satu persatu simbol dan lambang yang ditampilkan dalam film *Jakarta vs Everybody*. Sehingga harapannya selain dapat mengetahui penerimaan khalayak, peneliti juga dapat mengetahui makna implisit maupun eksplisit pesan dalam film tersebut.

### **V.2.2 Saran Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat membuka pemikiran masyarakat mengenai pandangan terhadap laki – laki dan perempuan, di mana masyarakat jangan langsung memberikan stigma negatif atas tindakan yang dilakukan oleh perempuan.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa* (5th ed.; R. Oktafiani, Ed.). Jakarta.
- Cangara, P. D. H. H. S. (2021). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Dawuni, J. J. (2022). Gender, Judging and The Courts In Africa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (1st ed.). New York: Routledge.
- Fakih, D. M. (2013). *Analisi Gender & Transformasi Sosial*. PUSTAKA BELAJAR.
- Griffin, E. (2012). *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY* (Eighth). New York: McGraw-Hill.
- Hall, S. (2005). *Culture, Media, Language* (Vol. 4). New York: Taylor & Francis e - Library.
- Handayani, A. (2012). *Perempuan Berbicara Kretek*. Jakarta Pusat: Indonesia Berdikari.
- Hanum, P. D. F. M. S. (2018). *KAJIAN & DINAMIKA GENDER*. Malang: Intrans Publishing.
- Krisdinanto, N. (2014). Komunikasi Budaya, Pariwisata, dan Religi. In Nurudin (Ed.), *Menjual Rokok Melalui Kedustaan*. Buku Litera.
- Maroon, M. B. (2021). *Misogyny Across Global Media*. United Kingdom: Lexington Books.
- Nasrullah, D. R. (2021). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Pawito, P. . (2017). *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (1st ed.; A. Rahim, Ed.). Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film* (2nd ed.; A. D. Nugroho & Y. A. Febrianto, Eds.). Sleman: Montase Press.
- Pujileksono, D. S. S. (2015). *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Riyadh, A. (2019). *HUKUM MEDIA MASSA*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Trianton, T. (2013). *Film Sebagai Media Belajar* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vera, N. M. S. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (R. SIKumbang, Ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.

### JURNAL

- Afifudin, L., Dewi, F. S. T., & Padmawati, R. S. (2018). *Budaya merokok wanita Suku Tengger*. 34(11), 403–410.
- Akbar, F. M. R. (2020). Mahasiswi perokok: Studi fenomenologi tentang perempuan perokok di kampus. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 15(1), 33.

- <https://doi.org/10.20473/jsd.v15i1.2020.33-40>
- Astuti, Y. D. (2016). MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i2.1205>
- Ayu, I., Dara, P., Pidada, S., Ayu, I. D., Joni, S., & Pradipta, A. D. (2021). Representasi Feminisme Dalam Film Perempuan Tanah Jahanam. *Medium Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–13.
- Ayu, P., & Syukur, M. (2018). Mahasiswa Perokok Di Kota Makassar. *Jurnal Sosialisasi : Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 111–115.
- Hanifah, A. N. (2021). REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM FILM PENDEK “TILIK” [Representation of Women in Short Movie Titled “Tilik”]. *Jurnal Semiotika*, 15(2).
- Kartikawati, D. (2020). STEREOTYPE PEREMPUAN DI MEDIA FILM: OBYEK, CITRA DAN KOMODITI. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(1), 53–66. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034>  
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711>  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Mujahidah, N. H., & Jaunedi, F. (2021). PENERIMAAN PENONTON MENGENAI PERAN GENDER PADA KARAKTER PEREMPUAN DALAM FILM BUMI MANUSIA. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(1), 95–104.
- 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>
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3696>
- Ratnasari, H. (2018). Penerimaan Khalayak Terhadap Pertukaran Peran Gender antara Laki-laki dan Perempuan dalam Sinetron Dunia Terbalik di RCTI. *Interaksi Online*, 6(2), 1–10.
- Safitri, A., Avicenna, M., & Hartati, N. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Pada Remaja. *Tazkiya Journal of Psychology*, 18(1), 47–65.
- Sutisna, C. O., Krisdinanto, N., & Revia, B. (2022). Gender Taboo di Media Sosial : Analisis Penerimaan terhadap ‘ Perlawanan ’ Danilla Riyadi di Instagram dan Youtube. *Jurkom : Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 1–15.
- Wibowo, D. E. (2011). Peran Ganda Perempuan dan Kesetaraan Gender. *Gender*, 3(1), 356–364.
- Wulantari, R. A. (2017). Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah (Studi Fenomenologi di Antara Penonton Drama Korea Selatan). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1(2), 53–65. <https://doi.org/10.7454/jki.v1i2.7820>

**INTERNET**

BPS. (2022). Persentase Merokok Pada Penduduk Usia  $\leq 18$  Tahun, Menurut Jenis Kelamin (Persen), 2019-2021. Retrieved March 14, 2022, from Badan Pusat Statistik website:  
<https://www.bps.go.id/indicator/30/1533/1/persentase-merokok-pada-penduduk-usia-18-tahun-menurut-jenis-kelamin.html>