

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah semiotika milik Charles Sanders Peirce. Dalam menemukan penggambaran maskulinitas pada sosok detektif perempuan pada series We TV Original Sianida, tokoh detektif dalam series itu bernama Dita. Penggambarannya maskulinitas secara fisik dilihat dari penggunaan sepatu boots dan atribut detektif lainnya, Selain maskulinitas fisik maskulinitas juga digambarkan dari sifatnya yang pemberani dan tangguh.

Saran Akademis

Dengan adanya penelitian penggambaran maskulinitas detektif perempuan pada Original Series WE TV SIANIDA diharapkan semakin banyak penelitian mengenai maskulinitas perempuan yang ditemukan dalam media lain, serta dapat menjadi bahan referensi penelitian yang sejenis untuk pengembangan pembelajaran khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

V.2.2 Saran Praktis

Dengan adanya penelitian tentang maskulinitas peneliti berharap masyarakat dapat mendapat pengetahuan lebih mengenai maskulinitas pada perempuan, serta dapat memahami sisi maskulinitas pada perempuan yang mungkin ditemui dalam keseharian, serta semakin banyak masyarakat yang dapat teredukasi maupun mengedukasi masyarakat lainnya mengenai maskulinitas pada perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alfathon, M. A. M. (2020). *pengantar teori film.pdf* (p. 2). p. 2. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Dr Ikhlasiah Dalimoenthe. (2021). *Sosiologi Gender* (1st ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Fakih, M. (1996). *Analisis Gender & Transformasi Sosial* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Mc Quail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6 buku 1). Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Rahmati, A. (2019). *Media dan Gender (Sebuah Pengantar)* (1st ed.). Jakarta: PRENADAMEDIA Group.
- Relawati, R. (2011). *Konsep dan Aplikasi Penelitian Gender* (1st ed.). Bandung: Muara Indah.
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi* (cetakan 5). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suryadi, Ace & Idris, E. (2010). *Kesetaraan Gender dalam Bidang Pendidikan* (cetakan 2). Bandung: PT Genesindo.

Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi praktis bagi penelitian Komunikasi* (2nd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Jurnal

Sandiva, E. T., & Putri, K. Y. S. (2020). *Analisis Semiotik Nilai-Nilai Feminisme Dalam Film Mulan 2020 [Semiotic Analysis Values of Feminism in the Film Mulan 2020]*. *16*(1). Retrieved from <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/3414>

Hanifah, A. N. (2021). Representasi Perempuan dalam Film Pendek “Tilik” [Representation of Women in Short Movie Titled “Tilik”]. *Jurnal Semiotika*, *15*(2). Retrieved from <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/2855>

Prasetyo, A. (2022). Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram Anggik Budi Prasetyo Representation of Masculinity in Advertising Caffino Coffee on Instagram informasi yang menjadi primadona karena bentuk foto maupun video . Salah satu hal kepada masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *11*(37), 50–62.