

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pergeseran maskulinitas pada film animasi Pixar. Peneliti memilih 3 film animasi Pixar yang paling merepresentasikan tiap dekade yaitu Toy Story (1995), Up (2009), Incredibles 2 (2018). Peneliti menggunakan pendekatan semiotika milih Charles Sanders Peirce untuk menemukan representasi maskulinitas pada setiap film.

Peneliti menemukan bahwa terjadi pergeseran maskulinitas yang ditunjukkan pada tokoh utama film animasi Pixar sifat maskulinitas yang identik dengan kepemimpinan, kekuasaan dan dominan tapi perlahan berubah menjadi maskulinitas yang lebih terbuka dan mengadopsi nilai nilai feminitas seperti emosional dan mengalah. Perubahan maskulinitas pada peran juga menunjukkan transformasi dari kepemimpinan otoratif menuju pengakuan pada pentingnya tanggung jawab dan pemenuhan peran domestic. Representasi maskulinitas yang terjadi pada film ini juga menunjukkan perubahan batas antara peran gender laki-laki dan perempuan.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas pada film animasi Pixar memperlihatkan perubahan yang kompleks. Perubahan ini memperlihatkan fleksibilitas dan keberagaman yang sesuai dengan realitas sosial. Dengan demikian,

konsep maskulinitas berubah dari konsep yang kaku berkembang menjadi suatu hal yang lebih cair, inklusif dan relevan dengan nilai-nilai gender.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai pergeseran maskulinitas pada film dengan menggunakan metode semiotika dapat dikatakan cukup banyak dan beragam. Tetapi, penelitian mengenai pergeseran maskulinitas pada film animasi Pixar masih belum banyak dilakukan, penelitian pergeseran lebih banyak dilakukan pada tokoh *Disney Princess*. Metode yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah semiotika milik Charles Sanders Peirce. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode semiotika milik Roland Barthes agar mendapatkan hasil yang berbeda. Penelitian selanjutnya mengenai maskulinitas harus diperdalam agar hal ini tidak dianggap sesuatu yang aneh.

V.2.2 Saran Praktis

Saran bagi media yang ingin menampilkan karakter pria adalah untuk tidak menggambarkan pria sesuai dengan stereotip maskulinitas yang ada. Karena penggambaran karakter pria pada film dapat membentuk persepsi terhadap maskulinitas yang ada.

V.2.3 Saran Sosial

Penelitian pergeseran maskulinitas ini membahas mengenai persepsi maskulinitas yang ditampilkan pada film. Peneliti menyarankan agar penelitian yang telah peneliti lakukan nantinya dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam melawan stereotip laki-laki maskulin yang ada di masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Beynon, J. (2002). *Masculinities and Culture By John Beynon*. Open University Press. <http://www.stevenlaurie.com/wp-content/uploads/2012/02/0335199887-1.pdf>
- Brannon, L. (2017). *Gender: Psychology perspectives*. Routledge.
- Connel, R. . (2005). *Masculinities (Second Edition)*.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Fiske, J. (2018). *Buku Pengantar Ilmu Komunikasi- Edisi Ketiga*. RajaGrafindo Persada. uri: <https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20221274>
- Gillam, K., & Wooden, S. R. (2008). Post-princess models of gender: The new man in disney/pixar. *Journal of Popular Film and Television*, 36(1), 2–8. <https://doi.org/10.3200/JPFT.36.1.2-8>
- Hafied, C. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and signifying practices spectacle of the other. In *Sage Publication*. Sage Publication.
- Jung, S. (2011). Korean Masculinities and Transcultural Consumption. In *Экономика Региона*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Moerdijati, S. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Revka Media.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muthali'in, A. (2001). *Bias Gender Dalam Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah.
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film*. Homerian Pustaka.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- Vera, N. (2015). *Semiotika Dalam Riset Penelitian*. RajaGrafindo Persada.
- Wooden, S. R., & Gillam, K. (2014). *Pixar's Boy Stories*. Rowman & Littlefield.

Jurnal

- Beynon, J. (2002). *Masculinities and Culture By John Beynon*. Open University Press. <http://www.stevenlaurie.com/wp-content/uploads/2012/02/0335199887-1.pdf>
- Biasini, N. (2019). Pergeseran Representasi Feminitas dalam Film Animasi Disney Princess. *Widyakala Journal*, 5(2), 111. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v5i2.113>
- Brannon, L. (2017). *Gender: Psychology perspectives*. Routledge.
- Chandler, D. (2002). Semiotics: the basics. *Choice Reviews Online*, 39(10), 39-5578-39-5578. <https://doi.org/10.5860/choice.39-5578>
- Connel, R. . (2005). *Masculinities (Second Edition)*.
- Emyliani, T. S., & Krisdinanto, N. (2019). Against All Odds (Pergeseran Standar Kecantikan dalam Iklan Korporat “Real Beauty” Dove). *Jurnal Lontar*, 7(2), 2–16.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Fiske, J. (2018). *Buku Pengantar Ilmu Komunikasi- Edisi Ketiga*. RajaGrafindo Persada. uri: <https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20221274>
- Gillam, K., & Wooden, S. R. (2008). Post-princess models of gender: The new man in disney/pixar. *Journal of Popular Film and Television*, 36(1), 2–8. <https://doi.org/10.3200/JPFT.36.1.2-8>
- Hafied, C. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and signifying practices spectacle of the other. In *Sage Publication*. Sage Publication.
- Harriger, J. A., Wick, M. R., Mendez, K., & Barnett, B. (2022). With Great Power Comes Great Responsibility: A Content Analysis of Masculinity Themes in Superhero Movies. *Psychology of Men and Masculinity*, 23(4), 353–361. <https://doi.org/10.1037/men0000398>
- Hine, B., England, D., Lopreore, K., Horgan, E. S., & Hartwell, L. (2018). The rise of the androgynous princess: Examining representations of gender in prince and princess characters of Disney movies released 2009-2016. *Social Sciences*, 7(12), 1–23. <https://doi.org/10.3390/socsci7120245>
- Jung, S. (2011). Korean Masculinities and Transcultural Consumption. In *Экономика Региона*.
- Kodri, M. A. Al. (2016). Representasi Maskulinitas Boyband Shinee Dalam Video

- Clip. *Jurnal Society*, VI(1), 51–60.
<https://media.neliti.com/media/publications/268164-representasi-maskulinitas-boyband-shinee-f5ee712b.pdf>
- Macaluso, M. (2018). Postfeminist masculinity: The new disney norm? *Social Sciences*, 7(11). <https://doi.org/10.3390/socsci7110221>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Moerdijati, S. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Revka Media.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muthali'in, A. (2001). *Bias Gender Dalam Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah.
- Neilson, E. C., Singh, R. S., Harper, K. L., & Teng, E. J. (2020). Traditional Masculinity Ideology , Posttraumatic Stress Disorder (PTSD) Systematic Review. *Psychology of Men & Masculinities*.
- Ningrum, E. S., & Kusnarto. (2022). Representasi Maskulinitas Pada Tokoh Matt Dalam Film “The Intern.” *Jurnal Heritage*, 10(1), 01–16.
<https://doi.org/10.35891/heritage.v10i1.2843>
- Noviani, R. (2011). Konsep Diri Remaja Dalam Film Indonesia: Analisis Wacana Atas Film Remaja Indonesia Tahun 1970-2000-an. *Jurnal Kawistara*, 5(3), 40–54. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3905>
- Prasanti, D., & Janitra, P. A. (2016). *REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN “FAIR AND LOVELY” VERSI NIKAH ATAU S2*.
- Pratama, P. I. A., & Ningsih, T. W. R. (2021). Traits of Masculinity As Depicted in Avengers: Endgame Movie. *ISLLAC : Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, 5(2), 251.
<https://doi.org/10.17977/um006v5i22021p251-261>
- Pratami, R., & Prima Hasiholan, T. (2020). Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Televisi Men's Biore Cool Oil Clear. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 119–138.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol14.iss2.art2>
- Pratista, H. (2017). *Memahami Film*. Homerian Pustaka.
- Pratiwi, K. M. W. (2019). *KARAKTER TOKOH UTAMA NOVEL SENDALU KARYA CHAVCHAY SYAIFULLAH*. 30–36.
<https://scholar.archive.org/work/zt6ij2bxyjejjkqz23ftf5eqja/access/wayback/http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/jeill/article/download/2602/2298>
- Santoso, W. M., Kemasarakatan, P., & Kebudayaan, D. (2014). Problematika Kebijakan Pengarusutamaan Gender dalam Mengatasi Marjinalisasi Perempuan.

- Jurnal Masyarakat & Budaya*, 16(3), 411–426.
- Sari, N. I. P., Heriyanto, & Yuliawati, S. (2021). Penggambaran Maskulinitas Dalam Film Aliens : Kajian Semiotika. *Jurnal SEMIOTIKA : Jurnal Komunikasi*, 15(1), 79. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- Toni, A., & Fachrizal, R. (2017). Studi Semitoka Pierce pada Film Dokumenter The Look of Silence: Senyap. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 137–154. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss2.art3>
- Vera, N. (2015). *Semiotika Dalam Riset Penelitian*. RajaGrafindo Persada.
- Wibowo, I. S. W. (2006). *Semiotika*. <https://doi.org/10.7767/boehlau.9783205790099.735>
- Wooden, S. R., & Gillam, K. (2014). *Pixar's Boy Stories*. Rowman & Littlefield.
- 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>
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafa`ah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205. <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.294>