

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan potongan adegan pada subjek beserta interpretasi dan temuan data yang terdapat di dalamnya, maka penggambaran pengambilan keputusan dalam rumah tangga terkait pembelian barang yang sudah diperlihatkan dalam episode ini ternyata dipengaruhi oleh kondisi ekonomi.

Adanya kemandirian ekonomi pada perempuan membuat perempuan tidak lagi melibatkan laki-laki di dalam pengambilan keputusannya dalam pembelian barang tetapi tetap saja faktor kemandirian ekonomi dari sang perempuan tersebut mendapat perlawanan dari laki-laki yang mana pada akhirnya menunjukkan superioritas laki-laki

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam konsentrasi media untuk lebih mengkaji dan mengembangkan penelitian yang terkait pengambilan keputusan yang digambarkan oleh media. Selain itu bagi pembaca, penelitian ini juga bisa menjadi pengetahuan terkait bagaimana media menggambarkan sebuah pengambilan keputusan dalam rumah tangga.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi media khususnya program sitkom maupun sinetron, untuk lebih lagi memberikan tayangan dengan terobosan-terobosan yang baru dan positif bagi masyarakat yang menontonnya, agar tayangan tersebut dapat menjadi tayangan yang membangun bagi masyarakat yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2006). *SOSIOLOGI KOMUNIKASI Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: KENCANA
- PRENADA
MEDIA GROUP.
- Burton, G. (2007). *Membicarakan TelevisiP: Sebuah Pengantar Kepada Kajian Televisi*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Dadan Rusmana, M. (2014). *Filsafat Semiotika Paradigma,Teori,dan Metode InterpretasiTanda: dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praksis*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Handayani, T. (2002). *KONSEP DAN TEKNIK PENELITIAN GENDER*. In M. Dra.Sugiarti. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hollows, J. (2010). *Feminisme, Femininitas, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- James F. Engel, R. D. (1995). *PERILAKU KONSUMEN EDISI KEENAM JILID*
2. Jakarta: Binarupa Aksara.
- MULYANA, D. (2010). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Bandung: PT

REMAJA ROSDAKARYA.

Nugroho, D. (2008). *GENDER DAN STRATEGI PENGARUS-UTAMAANYA DI*

INDONESIA. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

W.Schustack, H. S. (2008). *KEPRIBADIAN Teori Klasik dan Riset Modern*.

PT

Gelora Aksara Pratama.

Walby, S. (2014). *TEORISASI PATRIARKI*. Yogyakarta: JALASUTRA.