

BAB V

PENUTUP

Film tiga dara merupakan film yang menceritakan tiga orang laki – laki dengan sifat yang maskulin hingga suatu hari mereka dikutuk oleh pelayan di sebuah club malam bahwa suatu saat nanti mereka bakal merasakan rasanya dipermalukan seperti apa hingga suatu pagi satu persatu sifat dari mereka berubah dengan awalnya Affandi tidak memberikan cuti hamil untuk karyawannya menjadi Affandi yang lebih perhatian kepada karyawannya dan Affandi yang menjadi lebih memperhatikan penampilannya. Jay yang bekerja di industri kreatif sebagai pembuat iklan eksploitasi perempuan menjadi malu saat melihat iklannya sendiri dan Richard yang berawal *playboy* menjadi sensitive terhadap suatu hal. Oleh sebab itu feminitas pada laki – laki dalam film ini terlihat dari karakter dan gestur yang terlihat dengan adanya perubahan pada tiga laki – laki tersebut terutama Affandi mendapatkan respon dari istri yang tampak heran dan bingung dengan perubahan sifat yang terjadi pada suaminya.

V.1 Kesimpulan

Dalam film 3 Dara digambarkan bahwa Laki – laki selalu diidentikkan oleh masyarakat dengan maskulin seperti badannya yang macho, pemberani dan kasar, begitupun sebaliknya perempuan selalu diidentikkan dengan feminin. Hal tersebut tak dapat dipungkiri bahwa laki – laki juga memiliki sifat feminin pada dirinya meskipun dengan penampilannya yang tetap terlihat maskulin.

Dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa feminitas yang terjadi pada laki – laki dapat dilihat dari penampilan fisik dan gerak tubuh atau gestur yang dapat dilihat dengan menunjukkan likak likuk tubuh yang gemulai. Tampilan fisik yang maskulin bukan berarti mereka tidak memiliki sifat feminin yang dimiliki oleh perempuan saja. Akan tetapi laki-laki dengan memiliki sifat atau karakter yang feminin dari semestinya akan mempengaruhi dalam kehidupan mereka seperti pekerjaan, sosial hingga pribadinya. Hal tersebut dapat memicu konflik dengan lingkungan sekitar, karena laki – laki feminin dianggap suatu hal yang tidak wajar dari laki-laki pada umumnya, meskipun memiliki sifat feminitas tidak semuanya negatif namun dianggap aneh bagi orang sekitar.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademik

Saran untuk peneliti selanjutnya yang memilih mengenai topik feminitas yang terjadi pada laki – laki diharapkan dapat mengembangkan lagi terkait media yang akan diteliti dan dapat meneliti fenomena ini dengan metode yang lain seperti analisis naratif.

V.2.2 Saran Praktis

Saya berharap industri perfilman di Indonesia lebih banyak mengangkat adanya fenomena feminitas yang terjadi pada laki – laki agar tidak ada lagi anggapan negatif bahwa feminitas hanya ada pada perempuan saja, melainkan feminitas juga dapat dimiliki oleh laki – laki juga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alfathoni, A. M. . & M. (2020). *Pengantar Teori Film*. Deepublish
- Budi Prasetya, A. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi* (Pertama). PT. Citra Intrans Selaras.
- Beynon J. (2002). *Masculinities and Culture*. Open University.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Cleves Mosse, J. (2018). *Gender dan Pembangunan* (VI). PUSTAKA PELAJAR.
- Dagun, S. (1992). *Maskulin dan Feminin: Perbedaan Pria-Wanita dalam Fisiologi, Psikologi, Seksual, Karir dan Masa Depan* (Pertama). PT. Rineka Cipta.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender & Transmormasi Sosial* (T. Rahardjo (ed.); 15th ed.). PUSTAKA PELAJAR.
- Heru Wibowo, P. (2015). *Si Jampang Jago Betawi: Kajian Tokoh dalam Komik Ganes TH* (1st ed.). PT Kompas Media Nusantara.
- Holland, D. (1991). *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. Angela McRobbie. In *MACMILLAN EDUCATION LTD* (1st ed.). MACMILLAN EDUCATION LTD. <https://doi.org/10.1086/229979>
- Hollows, J. (2010). *Feminisme, Femininitas dan Budaya Populer* (S. Jamilah (ed.); I). Jalasutra.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Matsumoto, D., & Juang, L. (2013). *Culture and Psychology. Fifth Edition. International Edition*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Nugroho, R. (2008). *GENDER DAN STRATEGI PENGARUS -UTAMAANYA DI*

INDONESIA (Pertama). PUSTAKA PELAJAR.

Pratista, H. (2008). *Memahami Film* (E. Damayati (ed.); 2nd ed.). Homerican Pustaka.

Rahmawati, A. (2019). *Media dan Gender Sebuah Pengantar* (1st ed.). Prenamedia Group.

Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi* (6th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa* (Y. Sartika (ed.); 1st ed.). Ghalia Indonesia.

Vera, N. (2020). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (R. Sikumbang (ed.); 2nd ed.). Ghalia Indonesia.

Jurnal

Allan Lasido, N. (2016). Mitos Gaya Hidup Metroseksualitas Dalam Iklan Produk Kosmetik Vaseline Men. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169–183. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art5>

Biasini, N. (2019). Pergeseran Representasi Feminitas dalam Film Animasi Disney Princess. *Widyakala Journal*, 5(2), 111. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v5i2.113>

Budiastuti, A., & Wulan, N. (2014). Konstruksi Maskulinitas Ideal Melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan. *Mozaik Humaniora*, 14(1), 8. <https://e-journal.unair.ac.id/MOZAIK/article/view/3845>

Ching, A., & Azeharie, S. (2021). Studi Komunikasi Pengungkapan Diri Remaja Laki-Laki Feminin. *Koneksi*, 5(1), 200. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10247>

Hadiani, S. N., Alexandra R, S., & Balqis, P. (2020). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Lelaki Ideal dalam Iklan Susu L-Men. *Jurnal Audiens*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.12027>

Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan*

Ilmu Politik, 8(Juli), 17–36.

Nur'aeni, U. (2020). Maskulinitas dan Feminitas dalam Al-Qur'an (Implikasi Sosial Atas Karakter Negatif). *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 6(2), 310–328. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v6i2.270>

Nur Sudrajat, G. (2020). PEREMPUAN DALAM FEMININITAS DAN FEMINITAS BARU. *Harkat*, 16(1), 37. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/harkat.v16i1.15763>

Nurhadi, Z. F. (2020). Model Komunikasi Sosial Laki-Laki Feminim. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 271. <https://doi.org/10.31315/jik.v16i3.3208>

Pratiwi, H. A., & Wiyanti, E. (2017). Representasi Kesetaraan Gender pada Iklan (Tinjauan Semiotika Citra Laki-Laki dalam Keluarga pada Iklan Televisi). *Jurnal Desain*, 4(03), 212. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i03.1634>

Santoso, W. M. (2008). Femininitas dan Kekuasaan. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 10(1), 53–80.

Sari, K. W., & Haryono, C. G. (2018). Hegemoni Budaya Patriarki Pada Film (Analisis Naratif Tzvetan Todorov Terhadap Film Kartini 2017). *Semiotika*, 12(1), 36. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v12i1.1542>

Setianingsih, Y. (2014). PERANAN OLAH TUBUH UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN GERAK DALAM TARI PADA ANAK - ANAK SMP NEGERI 01 KARANGKOBAR. *Jurnal Seni Tari*, 3(1), 1–9.

Wandi, G. (2015). Gusri Wandu / Kafa'ah : Jurnal Ilmiah Kajian Gender Vol.V No.2 Tahun 2015. *Kafa'ah : Jurnal Ilmiah Kajian Gender*, 2, 239–255.

Internet

Balqis, M. (2022). *mengenal 10 arti warna dalam psikologi @healthdetik.com*. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5880006/mengenal-10-arti-warna-dalam-psikologi>

Lestari, A. D. (2021). *Serba-serbi Lip Balm, Bermanfaat Atasi Bibir Kering dan*

Pecah-pecah *hellosehat.com.* <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/perawatan-kulit/manfaat-lip-balm/>