

BAB V

KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Gender yang digambarkan dalam iklan kecap ABC ini bahwa perempuan juga memiliki hak dalam ranah publik. Penelitian ini menemukan bahwa peran laki-laki dan peran perempuan cenderung mengikuti budaya yang ada di dalam masyarakat. Peran perempuan sekarang ini tidak hanya melakukan pekerjaan ranah domestik tetapi juga pekerjaan ranah publik sehingga perempuan dikatakan sebagai pemegang kendali dalam ranah domestik karena meskipun ia bekerja diluar tetapi kekuasaannya tetap pada dapur. Perkembangan yang modern menjadikan perempuan harus melakukan beban ganda. Beban ganda terjadi ketika perempuan harus menyelesaikan pekerjaan domestik dan publik dengan sendirinya. Selain itu, ditemukan adanya kesetaraan gender dalam keluarga.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademik

Saran yang ingin disampaikan peneliti adalah untuk penelitian selanjutnya peneliti berharap ini mampu dijadikan petunjuk untuk membuat penelitian dengan objek penelitian yang sama yaitu peran gender. Peneliti juga berharap untuk penelitian selanjutnya tidak hanya berhenti pada metode semiotika tetapi juga dapat diperdalam lagi menggunakan studi fenomenologi terkait dengan gender dan juga beban ganda yang terjadi pada perempuan.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti ingin menyampaikan bahwa isu-isu mengenai gender yang ada di Indonesia sudah marak dan beberapa masih ada paham mengenai tradisional. Peneliti berharap bagi pihak pembuat iklan untuk lebih lagi meningkatkan makna atau pesan yang ada di dalam iklan itu menjadi paham yang modern dan mendukung adanya kesetaraan gender di Indonesia sehingga tidak terjadi ketidakadilan pada perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bhasin, K. (1996). *Menggugat patriarki*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Cresswell, J. W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fakih, M. (1996). *Menggeser Konsepsi Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kordi K, M.Ghurfran.H. (2018). *Perempuan di Tengah Masyarakat & Budaya Patriarki*. Yogyakarta: Spectrum Nusantara.
- Ibrahim dan Hanif. (1998). *Wanita dan Media Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Order Baru*. Bandung: Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murniati, N. (2004). *Getar Gender*. Magelang: IndonesiaTera.
- Nugroho, R. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Partini. (2013). *Bias Gender Dalam Birokrasi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Remiswal. (2013). *Menggugah Partisipasi Gender di Lingkungan Komunitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (1990). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Utaminingsih, A. (2017). *Gender dan Wanita Karir*. Malang: UB Press.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widyatama, R. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

SKRIPSI

- Haminggita, R. (2008). *Analisis kepemimpinan supervisor dalam menggerakkan bawahan pada divisi distribusi dan penjualan PT Heinz ABC Indonesia*. Jakarta.
- Dewi, W.M. (2018). *Gambaran perempuan dalam budaya patriarki oleh anandhi melalui sinetron india Anandhi di ANTV.Surabaya*.

JURNAL

- Astuti, Y. D. (2016). Studi deskriptif representasi stereotipe perempuan dalam iklan di televisi swasta. *Propektif Jurnal Komunikasi*, 09 (2).
- Christiani, L. C. (2015). Pembagian kerja secara seksual dan peran gender dalam buku pelajaran SD. *Jurnal Interaksi*, 4 (1), 11-21.
- Faudy, M.A. (2017). Pergeseran makna warna pink dari maskulinitas menjadi feminitas di Amerika Serikat tahun 1940-1970. *Jurnal Desain Interior*, 2(2), 97-110.
- Hariyanto. (2009). Gender dalam konstruksi media. *Jurnal Dakwah STAIN*, 3 (2), 167-183.
- Hidayati, N. (2015). Beban ganda perempuan bekerja. *Muwazah* 7 (2), 108-119.
- Fujiati, D. (2014). Relasi gender dalam institusi keluarga dalam pandangan teori sosial dan feminis. *Muwazah* 6 (1), 32-54.
- Nengse, A., & Sadewo, F.X. Sri. (2013). Konstruksi tentang peran suami (studi istri yang memiliki penghasilan besar dibanding suami). *Jurnal Paradigma*, 1 (3), 1-7.
- Nofianti, L. (2016). Perempuan di sektor publik. *Jurnal marwah*, XV (1), 1-7.
- Partiwi, H.A., & Wiyanti, E. (2017). Representasi Kesetaraan Gender Dalam Iklan. *Jurnal Desain*, 04 (3), 212-230.
- Pratami, A.M. (2015). Penggambaran identitas perempuan dalam iklan kecap bumbu masak *Commonline Departemen Komunikasi*, 4 (2), 370-383.
- Putri, D.P.K., & Lestari, S.. (2015). Pembagian peran dalam rumah tangga pada pasangan suami istri jawa. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 16 (1), 72-85.
- Quraisy, H., & Nawir, M. (2015). Kesetaraan gender pegawai dinas pertanian. *Jurnal Equilibrium*, 3 (1), 106-115.
- Rahminawati, N. (2001). Isu kesetaraan laki-laki dan perempuan (Bias Gender). *Mimbar*, 11 (3), 272-283.

- Rahmawati, A.S., Tripambudi,S., & Lestari,P. (2010). Bias gender dalam iklan attack easy di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8 (3), 221-232.
- Rokhimah, S.(2014).Patriarkhisme dan ketidakadilan gender. *Muwazah* 6 (2), 132-145.
- Rusdiarti, S.R.(2019). Dapur, makanan, dan resistensi perempuan dalam cerita pendek *kutukan dapur* karya Eka Kurniawan. *Jurnal ilmu budaya* 7 (2), 282-290.
- Sakina, A.I., & A.D.H.S. (2017). Menyoroti budaya patriarki di Indonesia. *Social Work Journal*, 7 (1), 1-129.
- Sekarini, I. P.S.(2013). Representasi maskulinitas laki-laki dalam iklan bumbu masak, deterjen pakaian, dan sabun pencuci peralatan makanan. *Jurnal interaksi online* 1 (3), 1-18.
- Siswati, E. (2014). Representasi domestikasi perempuan dalam iklan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11 (2),1-16.
- Suasana,A.A. (2001). Hubungan gender dalam representasi iklan televisi. *Jurnal desain komunikasi visual*, 3 (1),1-16.
- Sudiharto. (2007). Asuhan Keperawatan keluarga dengan pendekatan keperawatan transkultural; editor, Esty Whayuningsih – Jakarta : EGC
- Utamidewi. (2017). Konstruksi makna istri tentang peran suami (Studi Fenomenologi tentang istri sebagai wanita karir dan memiliki pendapatan yang lebih besar dari suami di kota Jakarta). *Jurnal Politikom Indonesiana*, 2 (2), 63-70.
- Wahid, U., & Lancia F. (2018). Pertukaran Peran Domestik dan Publik Menurut Perspektif Wacana Sosial Halliday. *Jurnal Komunikasi*, 11 (1), 106-118.
- Wibowo, D. E. (2011).Peran gender perempuan dan kesetaraan gender. *Jurnal Muwazah*, 3 (1),357-364.
- Winarni, R. W. (2010). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 02 (02), 135-152.
- Wiratri, A. (2018). Menilik ulang arti keluarga pada masyarakat indonesia. *Jurnal Kependudukan indonesia*, 13 (01), 15-56.

INTERNET

- Dinamika pertumbuhan srikandi Indonesia di sektor publik (2017, 13 Maret). Kementerian Pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak Republik Indonesia [online]. Diakses 05 Juni 2020 dari

<https://kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1357/dinamika-pertumbuhan-srikandi-indonesia-di-sektor-publik>

- Erdianto, K.(2017, April). Kaum perempuan di antara budaya patriarki dan diskriminasi regulasi. [online]. Diakses pada tanggal 26 Januari 2020 dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/03/09/08481931/kaum.perempuan.di.antara.budaya.patriarki.dan.diskriminasi.regulasi?page=all>
- Galih, B. (2016, Mei). Budaya patriarki dinilai kerap jadikan perempuan sebagai objek seksual [online]. Diakses pada tanggal 14 Mei 2020 dari <https://nasional.kompas.com/read/2016/05/03/14374931/Budaya.Patriarki.Dinilai.Kerap.Jadikan.Perempuan.sebagai.Obyek.Seksual>
- Hari Perempuan Internasional: 90% orang bias terhadap perempuan, menurut studi PBB. BBC Indonesia [online]. Diakses pada tanggal 08 Mei 2020 dari <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-51763849>
- HeinzABC.(2018, Oktober). Suami Sejati Mau Masak. HeinzABC [online]. Diakses 21 Januari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=nnv9fYekzOY>
- Hd, iklanesia. (2018, Februari). Stimuno My Dad My Hero [online]. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=CfFSAjMwHa8>
- Putri, A.S. (2019, Maret). Perjalanan Women’s March Indonesia: Pencapaian dan Tuntutan di 2019 [online]. Diakses pada tanggal 07 Mei 2020 dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3913884/perjalanan-womens-march-indonesia-pencapaian-dan-tuntutan-di-2019>
- SGM, Aku anak.(2018, Agustus).Jadikan si kecil #GenerasiMaju [online]. Diakses pada tanggal 27 Januari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=ZkeboWTwQjs>
- Wulandari, Dwi. (2018, Oktober). Kampanyekan kesetaraan gender kecap ABC hadirkan “Akademi suami sejati”[online]. Diakses pada tanggal 06 Februari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=CfFSAjMwHa8>