

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Penerimaan Penggemar K-pop Mengenai Seksualitas Dalam Video Klip Jay Park- *Mammoe*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah tiga dari lima subjek cenderung menolak isi pesan yang disampaikan dalam video klip Jay Park tersebut. (*oppositional code*). Sedangkan dua dari lima subjek menerima isi pesan yang disampaikan dalam video Klip Jay Park tersebut. (*dominant code*).

Kelima informan menyadari bahwa perempuan di dalam video klip Jay Park tersebut digambarkan memiliki perut yang rata, payudara yang menonjol, rambut yang pirang agar dibilang menarik. Namun tiga di antara informan tersebut menolak isi pesan dari video klip tersebut (*oppositional code*). Ketiga informan tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan dari pendapat, dan pengalaman informan kemenarikan perempuan tidak hanya sekedar ukuran tubuh, lekukan tubuh, warna rambut ataupun memiliki paha yang seksi. Bagi ketiga informan tersebut definisi perempuan bisa dikatakan seksi, cantik, ataupun menarik dilihat dari dalam diri perempuan, dan sifat perempuan. Ketiga informan menegaskan bahwa kecantikan perempuan tidak hanya dilihat dari lekuk-lekuk tubuh perempuan melainkan sifat yang ada di dalam diri perempuan.

Hasil yang bisa didapatkan adalah, penerimaan *audience* mengenai seksualitas perempuan di dalam Video Klip Jay Park ini masih ditolak. Hal ini diperoleh dari pendapat, dan pengalaman informan.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini tidak hanya dapat diteliti dengan menggunakan metode *reception analysis*, penelitian ini juga boleh diteliti oleh peneliti berikutnya menggunakan metode analisis semiotika. Sehingga tidak hanya pada penerimaan pesan dan khalayak saja. Dengan menggunakan metode analisis semotika, penelitian selanjutnya dapat meneliti arti dari tanda dan lambang yang ada di setiap *scene* video klip Jay Park yang berjudul *Mammoe* ini.

V.2.2. Saran Praktis

Pembuat video klip dari Jay Park yang berjudul *-Mammoe* ini harus memperhatikan konsep video klip dengan pencahayaan yang bisa dibuat lebih terang. Karena ada beberapa adegan di dalam video klip tersebut yang kurang jelas dikarenakan pencahayaan sehingga menimbulkan pemikiran beragam dari *audience*. Maka dari itu peneliti ingin agar penerimaan yang diterima oleh *audience* bisa diterima melalui tanda-tanda atau lambang yang ada di dalam video klip tersebut. Peneliti berharap bahwa semakin banyak media yang menampilkan bahwa seksualitas perempuan itu tidak diukur dengan memiliki badan yang seksi dan menggoda.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the media*. London: sage Publications Ltd
- Barker, C. (2004). *Cultural Studies*. (Nurhadi, Trans.) Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Beauvoir terhadap Budaya Patriarki*. Jakarta: PT Gramedia
- Brooks, A. (2009). *Posefeminisme dan Cultural Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. (K. A. Wibowo, Trans.) Yogyakarta: Jalasutra
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenamedia.
- Hall, S. (2005). *Culture, Media and Language. In Encoding/Decoding*. London: New York Taylor & Francis e-Library.
- Kasiyan, (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta : Penerbit Ombak
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lie, S. (2005). *Pembebasan Tubuh Perempuan : Gugatan Etis Simone de*
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis. Thousand Oaks: SAGE Publication*.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Munti, Ratna Batara.(2005). *Demokrasi Keintiman: Seksualitas di Era Global*. Yogyakarta: PT LKiS.
- Naratama. (2013). *Menjadi Sutradara Televisi. In Dengan single dan multi camera*. Jakarta: PT.Granedia Widiasarana Indonesia.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara
- Priyatna, Aquarini. (2013). *Becoming White : Representasi Ras, Kelas, Feminitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*.

- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Kelompok Intrans Publishing
- Sarwono, S.W. (2015). *Psikologi Remaja*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam iklan televisi*. Yogyakarta : Media Pressindo
- Winarso, Heru Puji. (2005). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Jurnal

- Aditya, Nugraha. (2016). *Fenomena Komunikasi Remaja Perempuan Bertatto*. Vol.3. No.2
- Baningrum, Prihartini. (2014). *Representasi Perempuan Berambut Pirang Dalam Blonde Jokes*. Vol 4. No.2
- Dewanti, Lonita. (2015). *Penerimaan Komunitas Pecinta Korea di Surabaya Terhadap Sensualitas Perempuan dalam Video Klip Gentleman dan Female President*. Departemen Komunikasi. Vol 4 No. 2, :70.
- Etikasari, Yulia. (2018). *Kontrol diri Remaja Penggemar K-pop*. Vol 4 No 3 :2.
- Fujiati, Danik . (2016). *Seksualitas Perempuan Dalam Budaya Patriarki*. Vol 8. No. 1 : 2-5.
- Hadi, I. P. (2009). *Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis*. Jurnal Ilmiah Scriptura. Vol 2. No. 1.: 8-10.
- Juwita, Sufi, Hindun. (2018). *Tingkat Fanatisme Penggemar K-pop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Yogyakarta*, Jurnal Komunikasi Fakultas Ilmu Pendidikan. Vol 4 No.7 : 5-10
- Madayanti, Ratna, K. (2015). *Penerimaan Penggemar K-pop Terhadap sensualitas dalam video klip Girls-day "Something"*. Jurnal Komunikasi Universitas Kristen Petra. Vol 3 No.2. :1
- Nieko, Kumoro. (2017). *Representasi Seksualitas Karakter Perempuan*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Surakarta
- Nurlailah, S. A. (2011). *Pengaruh Program MTV Terhadap Gaya Hidup*
- Oentojo, Kevin, Zadok.(2018). *Penerimaan Penggemar K-pop terhadap sensualitas dalam Video Musik, "Lip & Hip" milik Hyuna*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra. Vol 6. No. 2. :2-4
- Prayanto, Harsanto. (2017). *Imajinasi Berbasis Gender*. Fakultas Seni Rupa. Vol.2.
- Rianto, Agus (2013). *Goyang Dangdut Dan Representasi Ideologi D Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.7, No.1.:1-4.
- Ridaryanthi, Melly. (2014). *Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 13. No. 1.:2-5
- Rizki, Fitriana. (2018). *Perempuan Dan Seksualitas Bentuk Komodifikasi Tubuh Perempuan melalui body image*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Royyan, Julian. (2016). *Mitos Kecantikan Dalam Cerpen-Cerpen*. Jurnal Poetika.

- Situmeang, Iilona, V. (2015). *Pemanfaatan Media Massa terhadap hallyu sebagai Budaya Populer dan Gaya Hidup Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Jakarta. Vol 12. No 1: 1-5.
- Widarti, 2016. *Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Penggemar Grup Musik CN Blue)* Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 8 No. 2.: 5-8
- Wulan, Roro. R. (2014). *Sensualitas Perempuan dalam Industri Musik Populer*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 13. No.3. :2-5
- Yuliarti, Monika Sri. (2015). *Komunikasi Musik : Pesan Nilai-Nilai Cinta dalam lagu Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret. Vol 12 No. 2.:5-9

Internet

Korea Mulai Gerah. Diakses pada tanggal 5 Maret 2019. Diambil dari (<https://www.liputan6.com/showbiz/read/833435/korea-mulai-gerah-dengan-maraknya-gir>)

Tiffani menyanyikan lagu korea. Diakses pada tanggal 2 maret 2019 diambil dari (<https://www.brilio.net/video/entertainment/3-cover-lagu-korea-yang-dinyanyikan-kreator-indonesia-nggak-kalah-keren-1709200.html>)\

Alasan Pria dan Wanita menyukai k-pop dia. Diakses pada tanggal 12 Juni 2019. Diambil dari (<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/muhammad-farid-hermawan/7-alasan-pria-dan-wanita-menyukai-k-pop-c1c2/full>)

Video Klip yang dilarang tayang di televisi. Diakses pada tanggal 5 Maret 2019 (<https://jogja.tribunnews.com/2018/01/03/terlalu-seksi-dan-mengundang-syahwat-inilah-10-video-klip-k-pop-yang-dilarang-tayang-di-tv>)

Video musik K-pop yang dicekal. Diakses pada tanggal; 10 Mei 2019 .

Diambil dari (<https://www.idntimes.com/geek/culture/era-2/video-musik-k-pop-yang-dicekal>)