

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini menjawab rumusan masalah terkait penerimaan khalayak mengenai objektifikasi perempuan dalam konten *prank* milik Talita Pavita di TikTok. Secara keseluruhan, posisi informan dapat dikategorikan lebih cenderung *oppositional*. Mayoritas informan menolak praktik penggunaan tubuh perempuan dalam media, sensualitas perempuan di media sosial, dan pengobjektifikasian diri perempuan. Mereka secara bersama-sama menyuarakan ketidaksetujuan terhadap praktik-praktik tersebut karena dianggap dapat memperkuat budaya patriarki, menciptakan stereotip negatif, dan merugikan perempuan secara umum. Meskipun terdapat posisi *negotiated* dari pandangan Informan Intan yang menekankan hak perempuan untuk menentukan ekspresi mereka sendiri, namun secara umum, mayoritas informan lebih mendukung pandangan yang berlawanan dengan praktik-praktik yang mengarah pada pengobjektifikasian dan stereotipisasi perempuan dalam media sosial. Dalam pembahasan mengenai objektifikasi perempuan, terdapat tiga topik utama.

Pertama, mengenai tubuh perempuan dalam media, informan pada posisi *oppositional* memaknai bahwa mereka menolak penggunaan tubuh perempuan dalam konten media, disebabkan oleh pandangan bahwa hal tersebut tidak layak ditampilkan dan dapat menjadi akar pelecehan serta kekerasan seksual. Ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, seperti menjadi saksi stigma buruk di

masyarakat atau pernah terlibat dalam perilaku seksual negatif di masa lalu. Kemudian informan pada posisi *negotiated* menyatakan bahwa tubuh perempuan dapat menjadi konten media selama memiliki konsen terhadap tujuan edukasi. Namun, mereka tidak setuju dengan konten media yang hanya bertujuan untuk meningkatkan *rating* dan *views* tanpa mempertimbangkan nilai edukatif. Sementara informan pada posisi *dominant* sejalan dengan media yang menampilkan konten tubuh perempuan, informan tersebut menganggapnya sebagai cara mencari penghasilan.

Topik pembahasan kedua mengenai sensualitas perempuan di media sosial menunjukkan bahwa informan berada pada posisi *oppositional*, menolak penggunaan sensualitas perempuan dalam konten media sosial seperti kalimat erotis, pakaian terbuka, dan gerak-gerik sensual. Informan yang berada pada posisi *dominant*, menganggap hal tersebut biasa dan tidak masalah, berdasarkan pengalaman pribadi. Topik pembahasan ketiga mengenai perempuan dan objektifikasi diri menunjukkan seluruh informan pada posisi *dominant* yang mana sejalan dengan konten video yang menampilkan perempuan mengobjektifikasikan dirinya sebab akibat adanya sistem patriarki yang menjadikan perempuan menganggap mereka hidup harus memenuhi ekspektasi dan tuntutan zaman.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai objektifikasi perempuan dalam konten *prank* milik Talita Pavita di TikTok dapat dikaji dengan menggunakan metode penelitian

semiotika. Nantinya peneliti dapat menginterpretasikan satu persatu simbol dan lambang yang ditampilkan dalam konten-konten *prank* milik Talita Pavita di TikTok. Sehingga harapannya selain dapat mengetahui penerimaan khalayak, peneliti juga dapat mengetahui makna baik secara implisit maupun eksplisit pesan dalam konten-konten tersebut.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap melalui penelitian ini khalayak dapat semakin tanggap dengan fenomena objektifikasi perempuan yang ada di sekitar masyarakat. Peneliti juga berharap bahwa objektifikasi perempuan dapat di hilangkan di berbagai macam media dan platform agar isu yang cukup krusial ini dapat dihentikan dan dapat membentuk kembali citra perempuan dari segi yang berbeda yang patut diperjuangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Faradila & Prasanti. (2012). *Citra Perempuan Dalam Media* (Vol. 10). BPPKI.

Stuart Hall. (2005). *Culture, Media, Language*. British Library Cataloguing in Publication Data.

Abdillah. (2022). *Peranan Media Sosial Modern* (Cetakan 1). Bening Media

Budiarti, A. & Maharani. (2022). *Data dan Fakta Kekerasan Seksual di Indonesia 2021* (cetakan pertama). indonesia judicial research society.

Faudy. (2021). *Perempuan dan Media: Vol. Volume 2* (Cetakan Pertama). Syiah Kuala University Press.

Laitupa. (2020). *Perempuan, Masyarakat Patriarki dan Kesetaraan Gender* (Cetakan Pertama). BaKTI.

Sulaiman & Homzah. (2019). *KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN* (edisi revisi). PT Refika Aditama.

Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan 1). CV. Syakir Media Press.

Asra, I. P. (2016). *Metode Penelitian Survey*. In Media.

Fardiah. (2012). *Citra Perempuan Dalam Media* (Vol. 10). Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika. Hadi. (2021). *Komunikasi Massa* (cetakan 1). IKAPI.

Hartono Jogiyanto. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* (edisi pertama). ANDI.

Moerdijati. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). PT Revka Petra Media .

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (cetakan kedua). Ghalia Indonesia.

Pujarama&Yustisia. (2020). *Analisis Resepsi untuk penelitian gender dan media* (Cetakan Pertama). UB Press.

Wahid. (2016). *Komunikasi Politik Teori Konsep Dan Aplikasi Pada Era Media Baru* (cetakan 1). Simbiosis Rekatama Media.

Wardatun. (2019). *Literasi dan Tradisi Kesetaraan Dialektika Agama, Budaya dan Gender* (Cetakan 1). Pustaka Lomnok.

Wazis. (2022). *Komunikasi Massa Kajian Teoritis dan Empiris* (cetakan 1). UIN Khas Press.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2005). *Culture, Media, Language* (Vol. 21). London: University of Birmingham.

Sumber Jurnal :

Benedicta. (2011). Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh. *Jurnal Sosiologi*, 16.

Kumala. (2020). Eksploitasi Sensualitas Tubuh Perempuan dalam Iklan Cat Avian Versi Awas Cat Basah. *Jurnal Audiens*, 1.

Malik. (2019). Prostitusi Online dan Komodifikasi Tubuh. *Jurnal Lontar*, 7.

Robert. (2014). Citra Perempuan Dalam Media. *Jurna Dakwah*, 14.

- Santi. (2004). Perempuan dalam Iklan, Otonomi atas Tubuh atau Komoditi . *Komunikasi, 1*.
- Hapsarani, D. (2017). OBJEKTIVIKASI PEREMPUAN DALAM TIGA DONGENG KLASIK INDONESIA DARI SANGGAR TUMPAL: SANGKURIANG, JAKA TARUB, DAN SI LEUNGLI. *Paradigma Jurnal Kajian Budaya, 7*.
- Hermawan, H. (2017). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat. *Jurnal Kajian Media, 1*, 166–176.
- Intan, T. (2021). OBJEKTIFIKASI DAN RESILIENSI PEREMPUAN DALAM NOVEL PEREMPUAN BAYANGAN KARYA NETTY VIRGIANTINI. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 17*, 108–121.
- Kartika. (2023). Objektifikasi Foto Selfie Perempuan Pada Akun Instagram @dd.id. *INNOVATIVE: JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH, 3*, 1–16.
- Khairah, T. (2019). TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI MEDIA OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN: KAJIAN KRITIS MEDIA SOSIAL. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni, 3*.
- Kusuma. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten “Thirst Trap” pada Akun TikTok @eunicetjoaa. *Ilmu Komunika, 10*.
- Maeskina, H. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi, 11*.
- Marietha, N. P. dkk. (2021). FENOMENOLOGI OBJEKTIFIKASI SEKSUAL PADA WANITA PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM. *Jurnal Public Relations, 2*.
- Mastanora. (2023). Karakteristik Superfisial Perempuan dalam media online Tiktok. Karakteristik Superfisial Perempuan dalam media online Tiktok . *Jurnal Analisa Gender Dan Agama, 5*.

- Mukti, asriadi. (2023). Representasi Perempuan Pada Tayangan Video Dalam Media Sosial Tiktok. *Journal of Communication Research*, 1.
- Nia, P. (2018). Representasi Pornografi Dalam Film Jan Dara. *Jurnal Komunikatif*, 7.
- Pasaribu, pramiyanti. (2023). Objektifikasi dan Konstruksi Cantik Pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6, 1–21.
- Pawaka. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *Ilmu Komunikasi*, 1.
- Revia. (2019). Penerimaan Khalayak Mengenai Gaya hidup Hedonisme Dalam Video Blog NRab Family . *Jurnal Komunikatif*, 8.
- Ridwan & Vera. (2019). Mistisme dalam Program televisi (Analisis Resepsi Pemirsa Pada Program Mnembus Mata Bathin di ANTV). *Jurnal Komunikatif*, 8.
- Saputra. (2022). Analisis Resepsi Tentang Konten Pornografi Pada Kanal Youtube Frontal TV. *Ilmu Komunikasi*, 5.
- Suprihatin, S., & Azis, A. M. (2020). Pelecehan Seksual Pada Jurnalis Perempuan di Indonesia. *PALASTREN Jurnal Studi Gender*, 13(2), 413. <https://doi.org/10.21043/palastren.v13i2.8709>
- Wahyuningtyas. (2023). Analisis Framing Objektifikasi Perempuan Pada Pemberitaan Kasus Perselingkuhan di Portal Berita Indozone.ID dan Tribunnews.com Periode Februari Hingga Maret 2021. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6, 2614–0373.
- Winarti. (2020). Objektifikasi Perempuan dalam Cerpen Lipstik Karya Seno Gumira Ajidarma. *Buana Gender*, 5, 1–11.
- Adi. (2018). Objektifikasi Diri Tubuh Dan Ego Dalam Foto Konseptual. *Penelitian Seni Budaya*.

Devi dan Zahro. (2022). Eksistensi Tokoh Utama Perempuan dalam Novel Sitayana Karya Cok Sawitri. *Journal of Language, Literature and Arts*, 2.

Gittawati. (2023). Analisis Semiotika Male Gaze dalam Akun TikTok @goodponselangs. *Jurnal Komunikasi*, 5.

Halimah. (2023). Representasi Kekerasan Seksual dalam Novel Remaja di Wattpad. *Jurnal Feminisme Dan Gender*, 3.

Kesuma dan Triyanti. (2022). Kanada dan Isu Feminisme Awal Munculnya Gerakan Slutwalk dan Perkembangannya. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2.

Lancia. (2021). Komodifikasi Daya Tarik Seksual Perempuan Dalam Iklan Kondom Sutra Versi “ Mantap-Mantap Makin Mesra.” *Jurnal Akrab Juara*, 6.

Nurriska. (2016). Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Sosiologi*, 5.

Rafidati. (2022). Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka. *Jurnal Audiens*, 3.