

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

V.1. Kesimpulan

Melihat pembahasan di atas dari beberapa scene yang diambil, peneliti membagi ke dalam dua sub judul, yaitu Perempuan Cantik Hasil Konstruksi Industri dan Media, dan Perlawanan Terhadap Konsep Kecantikan Hasil Konstruksi Industri dan Media.

Sub judul yang pertama, berdasarkan analisis pada dua scene yang ditampilkan, peneliti melihat bahwa kecantikan yang selama ini ditampilkan oleh industri dan media massa, adalah kecantikan yang “palsu.” Artinya bahwa kecantikan tersebut telah di konstruksi oleh industri dan media untuk kepentingan mereka. Konstruksi tersebut menghasilkan kecantikan perempuan yang terlalu general, bahwa perempuan cantik adalah perempuan yang menggunakan produk-produk industri, apapun itu (bisa produk kecantikan seperti, kosmetik, gaun dan asesoris, maupun produk-produk gaya hidup seperti tempat hiburan dan penginapan). Padahal kecantikan sesungguhnya harta paling berharga, identitas paling pribadi milik perempuan, yang hanya dimiliki oleh masing-masing perempuan bukan secara umum seperti yang digambarkan oleh industri dan media.

Sub judul yang kedua, peneliti mencermati analisis beberapa tanda perlawanan perempuan diatas, peneliti melihat bahwa perlawanan perempuan terhadap konstruksi kecantikan yang membelengunya harus dilakukan terstruktur, massif, dan harus menggunakan teks media sebagai alat perlawanan. Hal ini perlu dilakukan karena pada dasarnya konstruksi

akan kecantikan lahir karena peranan teks media oleh sebab itu “senjata” yang paling ampuh dalam melakukan perlawanan memanglah melalui teks media massa itu sendiri.

Pada akhirnya perlawanan memang harus diakhiri dengan akhir yang bahagia, apabila perlawanan belum diakhiri dengan kebahagiaan bersama, maka perlawanan harus terus dilakukan, hingga mencapai “equal” yang sejati, bahwa kecantikan harus dikembalikan pada dia yang memiliki hak. Bahwa perempuan harus menjadi cantik sesuai dengan keinginannya sendiri harus dapat diterima oleh masyarakat luas, dan oleh setiap sex yang ada di muka bumi ini. Bahwa pada akhirnya kemenangan haruslah berbunyi “I’m yes beautiful me.”

V.2. Saran

Saran peneliti menurut manfaat penelitian teoritis agar penelitian berikutnya dapat meneliti tentang bagaimana perempuan dilihat dari segi feminismentya yang pada saat ini terlalu mengerucutkan pihak perempuan, untuk dapat dilihat oleh lawan jenisnya (laki-laki). Kemudian manfaat penelitian praktis ini penelitian dapat digunakan untuk contoh memproduksi teks agar tidak mendiskriminasi perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badria, Ludfy. (2005). *Media Meneropong Perempuan*. Surabaya: Katalog Dalam Terbitan
- Bungin, Burhan (2003). *Pornomedia: Konstruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*. Bogor: Kencana
- Danesi, Marcel (2010). *Semiotika Media*. Yogyakarta. JALASUTRA Anggota IKAPI
- Danesi, Marcel (2012). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: JALASUTRA Anggota IKAPI
- Effendy, Heru (2000). *Mari Membuat Film: Panduan untuk Menjadi Produser*. Yogyakarta: Penerbit Panduan dan Yayasan Konfiden
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. London: Routledge
- Melliana, Annastasia (2006). *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Santoso, Widjajanti M. (2011). *Sosiologi Feminisme: Konstruksi Perempuan dalam Industri Media*. Yogyakarta: PT. LKiS Printing Cemerlang
- Sobur, A (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Vera, Nawiroh (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: GHALIA INDONESIA Anggota IKAPI

Wibowo (2011). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media

Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi Cetakkan I*. Yogyakarta: Media Pesindo

Wolf, Naomi. (2003). *Mitos Kecantikan kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara