

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data mengenai representasi tubuh perempuan dalam video klip Beyonce yaitu “*Pretty Hurts*” didapat kesimpulan sebagai berikut:

Bahwa tubuh perempuan masih digunakan sebagai objek dari kekuasaan. Objek kekuasaan yang ditampilkan dalam video klip tersebut yaitu kekuasaan laki-laki, sebuah industri kecantikan, dan perempuan itu sendiri. Tubuh perempuan yang direpresentasikan sebagai objek kekuasaan laki-laki dalam video klip tersebut yaitu laki-laki yang membentuk bagaimana tubuh ideal perempuan, laki-laki yang mengatur bagaimana perempuan harus berperilaku, dan laki-laki yang menilai perempuan tersebut dapat dikatakan cantik atau tidak.

Wacana tentang tubuh perempuan sebagai objek kekuasaan dari sebuah industri kecantikan terlihat dalam video klip tersebut melalui sebuah kontes kecantikan. Pada sebuah kontes kecantikan, tubuh perempuan seringkali disandingkan dengan produk-produk kecantikan. Sebuah industri kecantikan menggandeng media massa untuk dapat memanfaatkan tubuh perempuan sebagai ladang bisnis untuk mendapatkan keuntungan.

Tubuh perempuan juga bisa digunakan sebagai objek kekuasaan bagi perempuan itu sendiri dimana perempuan yang berusaha untuk memiliki tubuhnya melalui sebuah gerakan yang bernama feminisme. Pada video klip “*Pretty Hurts*”, melalui *icon* Beyonce menggambarkan bahwa seorang perempuan yang ingin memiliki tubuhnya sendiri dengan cara melakukan sebuah perlawanan.

Namun, dalam konteks ini masyarakat patriarki, perempuan belum bisa memerdekakan tubuhnya. Dapat diartikan bahwa tubuh perempuan masih digunakan sebagai objek kekuasaan laki-laki dan sebuah industri kecantikan melalui media massa. Melalui hal tersebut menunjukkan bahwa definisi tentang tubuh perempuan masih terikat pada konsep-konsep patriarki.

V.2. Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar lebih mengkaji tentang fenomena mitos kecantikan dan *stereotype* tubuh perempuan dalam masyarakat terutama dalam media, karena fenomena mengenai mitos kecantikan dan *stereotype* tentang tubuh perempuan semakin marak di gambarkan oleh media massa. Hal ini dilakukan agar dapat membuka bagaimana media mengkonstruksi penonton tentang adanya ketidaksetaraan gender tentang tubuh perempuan.

Penggunaan metode semiotika Roland Barthes harus lebih digali dan diterapkan dalam berbagai produk media massa yang lain seperti, media cetak dan media online. Penelitian ini perlu dilanjutkan secara mendetail dengan tambahan literatur agar penelitian ini menjadi lebih sempurna dalam memandang representasi tubuh perempuan dalam kaitannya dengan kapitalisme media massa, patriarki, dan ketidaksetaraan gender.

DAFTAR PUSTAKA

- Baria,Ludfy.2005.*Media Meneropong Perempuan*.Jakarta :
Lutfansah Mediatama
- Barker,Chris.2006.*Cultural Studies: Teori dan Praktek*. Yogyakarta:
Kreasi Wacana
- Barnard, Malcolm.1996. *Fashion sebagai Komunikasi*.
Yogyakarta&Bandung: Jelasutra
- Bhasin,Kamla.1996.*Menggugat Patriarki*. Yogyakarta: Yayasan
Bentang Budaya
- Fakih,Mansour.1996. *Analisis Gender& transformasi sosial*.
Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Griffin,Em.2012. *A First Look At Communication Theory*.
Singapore: McGraw-Hill
- Hall,Stuart.1997. *Representation Cultural Representation and
SignifyingPractice*. London: Sage Publications
- Hasson,Bruno.2008.*Fashion Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka
Utama
- Hollows,Joanne.2010. *Feminisme, feminitas, dan budaya populer*.
Yogyakarta:Jelasutra
- Ibrahim,Idi dan Suranto,Hanif.1998.*Wanita dan
Media*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ibrahim,Idi & Akhmad,Bacharudin.2014.
Komunikasi&Komodifikasi. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor
Indonesia
- Jackson,Stevi dan Jones,Jackie.2009.*Teori-teori feminis
kontemporer*.Yogyakarta: Jelasutra.

- Kusharyanto, Juliasih. 2009. *Potensi Perempuan Amerika Tinjauan Feminisme*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Maris, Hermoyo. 1994. *Mengenal masyarakat dan budaya amerika serikat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Melliana, Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nugroho, Riant. 2008. *Gender dan Strategi pengarus utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Picken, Mary. 1886. *A Dictionary of Costume and Fashion. United States: Courier Corporation*
- Prabasmoro, Aquarini. 2006. *Kajian Budaya Feminis*. Yogyakarta: Jalasutra
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Thornham, Sue. 2010. *Teori Feminis dan Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara
- Wirth, Linda. 2001. *Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management Geneva*. London: International Labour Organization
- Wibowo, Indiwana. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media

JURNAL

- Arifin, Nurul.2001. *Wajah Perempuan dalam Media Massa*. MediaTb,2,2200
- Prasanti, Ditha. 2012. *Tubuh Perempuan Tambang Emas Bagi Media Massa*. Observasi, 10,1, 82-83
- Puspa,Komaratif. 2010. *Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan*. 23,4,312-323.
- Rahmat,P.S.2009. *Penelitian Kualitatif*. Equilibrium,5,9,2.
- Supratman, L.P. 2012. *Representasi Citra Perempuan di Media*. Observasi, 10,1,31-3.
- Frassanito, Paolo dan Pettorini, Benedetta. 2008. *Pink and Blue: The Colour of Gender*. Childs Nerv Syst (2008) 24:881–882.

ONLINE

<https://hype.idntimes.com/entertainment/full/erina-wardoyo/orang-yang-rela-operasi-plastik-demi-mirip-artis>

www.missuniverse.com

www.missindonesia.co.id

www.putriindonesia.com

www.elleuk.com

<https://m.tempo.co/read/news/2014/04/29/219574143/beyonce-sedih-wanita-dituntut-kudu-sempurna>

<http://news.liputan6.com/read/2169986/kontroversi-bikini-di-malam-final-miss-universe>

www.time.com/3181644/beyonce-reclaim-feminism-pop-star/.

<http://www.cnnindonesia.com/hiburan/20140829090642-227-2016/mtv-vma-2014-dan-kemenangan-sempurna-beyonce/>.