

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Hasil interpretasi tanda dalam film “Selamat Pagi, Malam” menunjukkan perempuan digambarkan melakukan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif dalam film ini banyak menampilkan konstruksi atau bentukan perempuan. Gaya hidup konsumtif bagi perempuan di film ini ditunjukkan dengan pola konsumsi melalui teknologi, fashion dan olahraga.

Di lihat dari pola konsumsi yang menunjukkan gaya hidup konsumtif di film Selamat Pagi, Malam menunjukkan bahwa perempuan disini mengikuti gaya hidup demi status sosial dalam mengkonsumsi suatu objek untuk menandai kelas sosialnya.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Saran bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada konsentrasi media agar mengkaji fenomena gaya hidup dalam media massa tentang bagaimana gaya hidup berusaha digambarkan dalam suatu tayangan publik. Metode yang bisa digunakan adalah metode semiotika Roland Barthes yang mencakup denotasi dan konotasi serta melihat aspek lain dari penandaan pada suatu tayangan di media massa yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. Hal tersebut dimaksudkan agar penelitian tidak terpaku dalam penggambaran gaya hidup yang terdapat di media massa tetapi juga terdapat aspek lain yang menandai hal baru bagi masyarakat.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi industri kreatif yang hendak memproduksi dengan mengkaji persoalan gaya hidup dalam berbagai aspek, alangkah baiknya untuk melihat realitas sosial. Terlebih dalam membangun kisah agar mengarah pada isi pesan yang hendak disampaikan, dan tidak lagi terjerumus dalam isi pesan yang cenderung pada kebalikan isi pesan yang sebenarnya. Untuk itu, pembaca harus lebih kritis dalam menanggapi setiap tayangan media massa terutama yang berhubungan dengan gaya hidup khususnya bagi perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abercrombie, Nicholas. (2010). *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adlin, Alfathri. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Alex Sobur. (2003). *Analisis Teks Media*. Jakarta: Rosda.
- _____. (2013). *Semiotika Komunikasi*, Jakarta: Rosda
- Amir Piliang, Yasraf. (2004). *Dunia Yang di Lipat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barnard, Malcolm. (2006). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, Jean. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- _____. (2006). *Ekstasi Komunikasi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- _____. (2008). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Chaney, David. (2004). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John. (2007). *Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Media*. Jakarta: Prenada Media Group
- Ibrahim, Idi Subandy. (2005). *Life-Style Ectasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. (2007). *Budaya Populer sebagai Komoditas: Dinamika Popspace dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.

- _____. (2011). *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Johansen, J. Dines and Larsen, S. Erik. (2002). *Signs in Use; An Introduction to Semiotic*. Routledge: London.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Nanang, Martono. (2011). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Moleong, J, Lexy. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Soedjatmiko, Haryanto. (2008). *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*. Jalasutra: Yogyakarta.
- Strinati, Dominic. (2007). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Jejak.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayogo, I. (2001). *Metodologi penelitian sosial*. Rosdakarya, Bandung.
- Sutrino, Hani. (2014). *Fun Vocabulary for Daily Conversation: Special for Beginners*. Yogyakarta: Indonesia Tera.
- Suyanto, Bagong. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Website

www.movie.co.id diakses pada 7 Maret r 2016 pukul 16.48 WIB

www.kapanlagi.com diakses pada 7 Maret 2016 pukul 16.50 WIB

www.bestlife.co.id diakses pada 25 Mei 2016 pukul 08.12 WIB

www.merdeka.com diakses pada 24 Mei 2016 pukul 23.09 WIB

www.viva.co.id di akses pada 28 Mei 2016 pukul 19.34 WIB

Jurnal

Kushendarwati, Selu Margaretha. (2006). Makara Sosial Humaniora Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia. *Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya dalam Realitas Sosial*, 10 (2), 49-57.

Surayya, Nurist. (2010, April). Postmodernisme dan Budaya Konsumen. *Artikel Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro 9820* [online]. Diakses pada tanggal 25 Maret 2016 pukul 18.30 WIB dari <http://eprints.undip.ac.id/9820/>

Hendaraningrum, Retno. (2008). Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Politik dan Sosial UPN “Veteran” Yogyakarta. *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*. 6 (02), 25-32.

Noeswantari, Dian. (2002). Jurnal Dinamika HAM. *Dinamika HAM dalam Dunia Industri Studi HAM Universitas Surabaya*. 2 (2). 50-56.

Video

DVD Film Selamat Pagi, Malam. Diakses pada 10 April 2016 pukul 21.50 WIB