

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Media merupakan sebuah sarana pembelajaran dan sebagai sarana informasi untuk memberitahu tentang sebuah kekuasaan, penunjang norma-norma yang berlaku di dalam masyarakat, dan juga sebagai pengidentitas. Membahas dan mengkaji tentang perempuan adalah hal yang mengasikkan, apalagi jika dikaitkan dengan eksistensinya di media massa. Perempuan dengan daya tariknya seharusnya mampu digambarkan sebagai sosok yang indah sekaligus kuat dan tinggi harkat derajat martabatnya, mengingat bahwa dari rahim perempuanlah kehidupan itu dimulai.

Namun, pada kenyataannya, pencitraan perempuan dalam media masih sangatlah lemah. Terbukti dengan dari keenam artikel dalam feature Peristiwa Tabloid Nova, masih memandang perempuan sebagai objek dan sosok yang perifer. Nova seolah-olah mengajarkan dan menjaga tatanan relitas perempuan yang sudah ada. Nova seolah-olah melayani kepentingan ideologi dominan, yaitu kekuasaan patriarki. Walaupun sebenarnya Nova memiliki visi dan misi untuk mengubah citra wanita dari objek menjadi subjek.

Perempuan, oleh Nova, masih digambarkan sebagai sosok yang lemah, pasrah, harus tunduk pada keputusan dan kekuasaan pria, hak untuk berpendapat dan mengambil keputusan juga dibatasi. Perempuan digambarkan sebagai icon

kecantikan serta simbol seks semata, dan perempuan selalu menjadi korban kekerasan dalam rumah tangga. Perempuan sukses harus berakhir dengan embel-embel *kanca wingking* dan menyandang gelar Ratu Rumah Tangga.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penelitian ini menggunakan metode semiotika sosial milik Halliday. Interpretasi dapat diartikan secara berbeda dengan setiap orang tergantung pada latar belakang tiap orang, baik mencakup tingkat pendidikan, sosial budaya dan sosial ekonomi. Intertekstualitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan artikel dalam feature Peristiwa Tabloid Nova.
2. Di dalam penelitian ini, penulis juga berada dalam posisi interpreter, di mana penulis merupakan pembaca pesan tekstual yang juga berada pada lingkungan budaya, dan munculnya subjektivitas juga agak susah untuk dihindari.

C. SARAN

1. Berkaitan dengan topik penelitian representasi perempuan dalam media khusus perempuan, sebaiknya media khusus perempuan lebih membela ataupun lebih memihak kepada harkat, derajat dan martabat perempuan sendiri. Kurang begitu baik jika media khusus perempuan malah ikut andil dalam pencitraan perempuan yang dilemahkan. Mungkin dengan mengangkat kisah keberhasilan

perempuan karier mandiri tanpa embel-embel *kanca wingking*.

Bukan membahas hal-hal kodrati.

2. Berkaitan dengan penelitian selanjutnya, berkaitan dengan analisis yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar peneliti baru lebih banyak mengumpulkan data yang bersifat kontekstual, sehingga lebih dalam lagi membahas intertekstual dengan aspek budaya ataupun konsensus sosial masyarakat, misalnya. Sehingga, makna tersebut dapat dilihat dari berbagai sudut pandang.

Daftar Pustaka

- Barthes, Roland. **Membedah Mitos-mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi**. Yogyakarta: Jalasutra, 2007
- Barker, Chris. **Cultural Studies: Teori dan Praktik**. London: Sage Publication, 2000; Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Croteau, David & Hoynes. **Media Society**. London: SAGE Publication, 2003
- Gill, Rosalind. **Gender and the Media**. Cambridge: Polity Press, 2007.
- Griffin. **A First Look At Communication Theory**. US: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2003
- Hall, Stuart. **Culture, the Media and the Ideological Effect**, dalam James Curran, Michael Giremitich & Jaret Woolacoot(eds). London: mass Communication & Society, 1997.
- Halliday. **Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-aspek bahasa dalam pandangan semiotik sosial**. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1994
- Hodge, Robert And Gunther Kress. **The Polity Reader in Cultural Theory: Polity Press**. UK: Cambrigde, 1994,
- Husen, Ida Sundari dan Rahayu Hidayat. **Meretas Ranah Bahasa, Semiotika dan Budaya**. Yogyakarta: Bentang Budaya, 2001
- Ibrahim, Idi Subandi dan Hanif Suranto. **Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998.
- John Storey. **Teori Budaya dan Budaya Pop**. Yogyakarta: penerbit Qalam, 2003.
- Keraf, Gorys. **Argumentasi dan Narasi**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Mc. Quail's, Dennis. **Mass communication Theory: An Introduction**. 1983
- Murniati, . Nunuk.P. **Getar Gender: Perempuan Indonesia dalam Perpektif Sosial, Politik, Ekonomi, Hukum, dan HAM**. Magelang: Indonesiatera, 2004.

Piliang, Yasraf Amir. **Semiotika Budaya**. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan Dan Budaya, Direktorat Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia, 2004

Ridjal, Fauzie. **Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia**. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1993.

Schirato, Tony&Susan Yell. **Communication and Cultural Literacy, an introduction 2nd edition**. Australia:Allen dan Uwin.

Siregar, Ashadi. **Laporan Penelitian Pers**. Yogyakarta: Ilmu Komunikasi UGM, 1992.

Sobur, Alex. **Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Isi dan Framing**. Bandung: Rosda Karya, 2006,

Susanto, Dr. Budi, Dr. Sudiarja dan Dr. Praptadiharja. **Citra Wanita dan Kekuasaan (Jawa)**, Yogyakarta: Kanisius, 1993.

Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto. **Teori-teori Kebudayaan**. Yogyakarta: Kanisius, 2005.

Website:

Hermawan, Anang. **Mitos dan Bahasa Media: Mengenal Semiotika Roland Barthes** . Abunavis web-blog pada www.wordpress.com , diakses pada 11 Oktober 2009, pukul 20.00 WIB.

Kasali, Rhenald. **Membidik Pangsa Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning**.
http://books.google.co.id/books?id=3UJ4c_dskHEC&pg=PA25&lpg=PA25&dq=segmen+tabloid+nova&source=bl&ots=DCrtEyUVVt&sig=lOn3-AiXYkTHlTK-vJA0xJExE8&hl=id&ei=wKHATfjZK4yWvAPYm8i9BA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCkQ6AEwAw#v=onepage&q=segmen%20tabloid%20nova&f=false, Hal. 459, diakses: 4 Mei 2011, pukul 06.02 WIB

Louis Hebert. **Elements of Semiotics**.
http://www.signosemio.com/a_lasemiotique.asp, diakses pada tanggal 11 Oktober 2009, pukul 20:25WIB.

Tuhusetya, Sawali. **Dilema Peran Kaum Perempuan Pasca-Jawa**, dalam Blog: Catatan Sawali Tuhusetya di situs:

<http://sawali.info/2008/01/14/dilema-peran-kaum-perempuan-pasca-jawa/>, diakses pada 30 September 2011, pukul 23.30 WIB

Company Profile Gramedia Grup:

(diakses: 31 Maret 2011, pukul 10.15 WIB)

<http://www.kompasgramedia.com/business/tabloids/nova>,

<http://www.kompasgramedia.com/>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/ourbrand>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/ourmanagement/boardofdirector>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/history>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/vissionmission>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/ceomessage>

<http://www.kompasgramedia.com/business/tabloids/nova>

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/overview>

<http://www.kompasgramedia.com/business/tabloids>

Skripsi tak di publikasikan:

Ikhsan, Khaterinus Harley. **Representasi Perempuan dalam Media Olah Raga (Analisis Semiotika terhadap Kartun di Tabloid BOLA)**. Yogyakarta: fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Komunikasi UAJY, 2004. Skripsi.

Yuniati, Fransiska Ika. **Potret Perempuan dan Budaya Patriarki dalam Film Indonesia (Analisis Semiotik terhadap Representasi Sosok Perempuan dalam Film Pasir Berbisik dan Ca Bau Kan)**. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi UAJY, 2003. Skripsi.