

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan pendekatan semiotika Charles Sander Pierce terhadap tanda – tanda dalam foto selebriti dalam rubrik “Gaya Hidup” pada Surat Kabar Harian Umum Victory News 2013 dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa:

Makna pencitraan terhadap perempuan dalam ketiga foto selebriti dapat digambarkan melalui gaya rambut, pakaian, senyuman, gaya berdiri (pose), aksesoris dan *background*, semuanya sangat dipengaruhi oleh unsure seperti warna, dan bentuknya masing – masing. Misalnya, warna yang didominasi oleh warna merah, hitam, putih, biru, kuning, emas dan perak. *pertama*, gaya rambut ketiga selebriti, gaya rambut Juwita Bahar bergelombang berwarna hitam, yang dibiarkan terurai ke depan dengan poni dibiarkan menutupi mata bagian kiri. Gaya rambut seperti ini menunjukkan orang yang berkepribadian yang sangat rasional, suka bergaul, memiliki wawasan yang luas, seksi dan sangat manis. Gaya rambut Agnes Monica dan Syahrini gaya kuncir kuda bermakna seseorang yang berpikir simple praktis, efisien, bertanggung jawab dan royal.

Kedua senyuman Juwita Bahar dan Agnes Monica sama senyum lebar sehingga giginya pun terlihat, senyum lebar bermakna sebuah keceriaan. Senyuman Syahrini hanya sebuah tatapan mata yang tajam dan bibir tertutup bermakna seseorang yang berpendirian yang kuat. *ketiga*, pakaian Juwita Bahar adalah *shackdress* berwarna merah dikombinasikan dengan sabuk berwarna hitam yang melingkar dipinggang, model busana yang dikenakan memberikan kesan bahwa wanita tersebut berjiwa muda, seksi, angun, mandiri, berpendirian, dan percaya diri. Agnes Monica menggunakan jersey Timnas Indonesia yang bermakna ingin menunjukkan jiwa nasionalis dan patriotisms dan Syahrini menggunakan T-shirt putih dipadukan dengan jeans berwarna biru warna bermakna seseorang yang suci, kebersihan, suka menebar kebaikan dan memiliki jiwa social yang tinggi, terbuka dengan siapa saja.

Keempat, Juwita Bahar berpose tolak pinggang, gaya pose ini menunjukkan keanggunan dan feminitas., Agnes Monica berdiri tegak dan salah satu tangan diangkat keatas, ingin menunjukkan keanggunan dan sebuah harapan atau keinginan.. Syahrini berpose bertolak pinggang dan jari dimasukkan ke dalam celana. posisi bertolak pinggang ini menunjukkan keanggunan dan feminitas, posisi jari yang di masukan ke dalam saku celana bermakna ekspresi meminta pengakuan. *Kelima*, aksesoris Juwita Bahar menggunakan jam dan gelang berwarna keemasan bermakna seseorang yang

tampil mewah, Agnes Monica memegang *microphone* ingin menunjukkan diri sebagai seorang penyanyi dan Syahrini Aksesoris yang Syahrini gunakan adalah dua kalung tebal tumpuk dua. Satu kalung tebal dengan liontin berbentuk hati yang besar dipadukan dengan kalung dengan rantai yang lebih panjang berbentuk oval dan berhias tengkorak, Cincin warna perak bentuk laba-laba gelang tengkorak, serta ikat pinggang hitam dengan hiasan tengkorak. Aksesoris yang dipakai menimbulkan kesan mewah dan glamor.

Keenam, background pada foto Juwita Bahar berwarna kuning bermakna seorang optimis, harapan, intelektualitas. *Background* pada foto Agnes Monica berwarna putih mempresantikan keeleganan kemewahan dan kualitas. warna putih juga bermakna kemurnian, kesucian dan kepolosan . Warna latar belakang digunakan juga untuk mempertegas keberadaan dari model dan citra yang dibentuk. *Background* pada foto Syahrini berwarna biru yang makna kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan, menyejukan, spiritualitas, kontemplasi. Misteri, dan kesabaran.

Berdasarkan metode analisis semiotika yang diungkap melalui Charles Sander Peirce ini mampu merepresentasikan makna yang terdapat dalam foto selebriti dalam rubrik “Gaya Hidup” pada Surat Kabar Harian Umum Victory News Edisi Oktober 2013. Oleh karena itu, makna yang terungkap dalam foto selebriti dalam rubrik “Gaya Hidup” pada Surat Kabar Harian Umum Victory News ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada pembaca (

masyarakat), bahwa foto selebriti dalam rubrik “ Gaya Hidup” pada Surat Kabar Harian Umum Victory News tidak sekedar sebuah foto (Gambar) tetapi ada sebuah citra ingin dibentuk. Makna pencitraan terhadap perempuan dalam ketiga foto selebriti pada rubrik “ Gaya Hidup” dalam Surat Kabar Harian Umum Victory News edisi Oktober 2013 adalah citra pigura (seksi dan cantik) dan citra pergaulan(ceria, anggun, glamor dan mandiri).

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas , maka saran yang ingin penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk kegunaan akademik, studi semiotika secara khusus berkaitan dengan komunikasi visual, dapat semakin mempertajam kemampuan analisis dan interpretasi penulis serta membantu peneliti untuk dapat menyelami makna terdalam dari setiap unsur dalam sebuah gambar (foto).
2. Untuk Kegunaan praksis
 - Pencitraan terhadap perempuan melalui foto (gambar) dalam rubrik “Gaya Hidup” pada Surat Kabar Harian Umum Victory News merupakan sebuah ketidakadilan dan ketidakberimbangan yang menglegitimasi perempuan (dalam hal ini selebriti) dengan stereotip tertentu akibat dari pengeksploitasi secara intens dalam pemberitaan melalui foto (gambar). Untuk itu, dalam pemberitaan terhadap

perempuan harus disesuaikan dengan realita yang ada sehingga bukan sebuah kecantikan fisik yang dikejar tapi juga kecantikan intelektual.

- Diharapkan adanya penelitian lain sebagai pembanding terhadap tema yang sama tentang pencitra terhadap perempuan dalam media massa cetak.
- Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis mengalami banyak kesulitan yang sangat mempengaruhi tulisan ini. Sehingga penulis menyerankan agar kajian tentang semiotika bisa dijadikan sebuah mata kuliah khusus.
- Bagi pihak Surat Kabar Harian Umum Victory News agar dapat menyeimbangkan pemberitaan dalam rubrik “Gaya Hidup”, jangan hanya memfokuskan pada pemberitaan selebriti (perempuan) nasional dan internasional saja, tapi juga pada perempuan lokal karena mereka tidak kalah menarik dan mempunyai prestasi yang patut untuk dibanggakan dan bisa dijadikan sebagai panutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, Dja'far H. 1983 *Jurnalistik Masa Kini*, (Pengantar ke Paraktek Kewartaan), Ghalia Indonesia, Jakarta,
- Adlin, Alfathri, 2006 *Resistensi Gaya Hidup Teori dan Realita*, Jakarta : Jelasutra
- Barker, Chris, 2005 *Cultural Studies Teori dan Praktek*, Mizan Yogyakarta: Media Utama,
- Benny H. Hoeb. 2011. *Simiotika dan Dinamika Sosial Budaya*, Jakarta : Komunitas Bambu
- Bungin, Burhan 2006. *Sosiologi Komunikasi. Teori Paradigma dan diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta :Prenada Media Group
- ,2005 *Pornomedia Konstruksi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*, Jakarta : Kencana
- Barnaard Malcolm 2011, *Fasion Sebagai Komunikasi, Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta : Jelasutra
- Efendy, Onang, Ochjana. 2001 *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, PT, Remaja Rosdakarya.
- ,2003, *Dimensi – dimensi Komunikasi*, Bandung. PT,Remaja Rosdakarya.
- ;1989 *Kamus Besar Kamuniaksi*, mandar Maju. Bandung
- Ibrahim, Idi, Subandy, 2001 *Kritik Budaya Komunikasi, Budaya, Media dan Gaya Hidup dalam proses demokratisasi Di Indonesia*, Jelasutra, Yogyakarta,
- Jefkins , Frank, 1997 *Periklanan*, Erlangga, Ahli Bahasa : Haris Munandar Jakarta,

- Kusumaningrat, Hikmat & Purnama, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, Bandung: PT, Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedy, 2007, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT, Remaja Rosdakarya
- , 2011. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nurudin, M.Si, 2007 *Pengantar Komunikasi Massa*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Piliang, Yasraf A. 1998, *Masih Adakah Aura Perempuan Di Balik Euphoria Media, dalam Perempuan dan Media* . Bandung: Remaja Rosa Karya.
- Rakmad, Jalaludin, 2005 *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Sudiana, Densi, 1986 *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remaja Karya, Bandung.
- T, Christomy dkk (ED), 2004 *Semiotika Budaya, Depok : Pusaka Penelitian Kemasyarakatan dan budaya Direktorat Riset dan dan pengabdian masyarakat*, Universitas Indonesia.
- Sobur, Alex, 2009, *Analisis Teks Media*. Jakarta : Gramedia
- _____.2009. *Semiotika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Tinarbuko, Sumbo 2012 *Semiotika Komunikasi Visual*, jalasutra, Yogyakarta.

Non Publikasi ;

- Darus, Antonius, 2001, Bahan Ajar : *Metode Penelitian Sosial*. Unwira-Fisip, Kupang.
- Saku, Bouk, Hendrik SVD, S.Fil, MA. 2011, *Etika Komunikasi (Perspektif Ilmu Komunikasi)*. Unwira-Fisip, Kupang.
- Nobe, Pius 2013, *Skripsi Makna Semiotik Baliho Calon Walikota Kupang Periode 2012-2017 Pada Paket Calon “JERIKO” (Analisis Semiotika Roland Barthes)* Unwira-Fisip, Kupang.

Kamus

Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka

Prof. Drs Onong Uchjaha Efendy, MA. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung Manjar Mundur

Website

<http://Wikipedia.com>

<http://www.Kainsutera.com>

<http://www.kapanlagi.com>