

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari lapangan, baik melalui wawancara, observasi dan juga studi dokumen, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi cantik menurut persepsi remaja perempuan pada video klip tutur batin adalah perempuan yang menjadi diri sendiri, menerima kekurang dalam diri, tampil apa adanya dengan mengutamakan kualitas diri. Kecantikan adalah isu yang sangat dekat dengan perempuan saat ini dan suatu hal yang sensitive. Hampir seluruh perempuan-perempuan Indonesia berjuang dengan ketidakadilan mengenai standar kecantikan.

Standar kecantikan yang universal membuat perempuan yang tidak terkategori merasa tereliminasi dari kata cantik dan dapat menimbulkan diskriminasi baik dari lingkungan masyarakat maupun dari sesama perempuan. Dari video klip ini mengajak dan memberi pesan kepada perempuan khususnya remaja yang merasa *insecure* atau tidak percaya diri agar belajar untuk menerima diri dengan kekurangan dan kelebihan sehingga tampil apa adanya dan percaya diri dengan mengutamakan kualitas diri pada saat di depan umum atau diruang publik.

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data dalam persepsi remaja perempuan dalam mendefinisikan cantik pada video klip “Tutur Batin” karya

Yura Yunita maka penulis menemukan adanya dramaturgi dalam kehidupan sosial masyarakat terkhususnya pada perempuan dalam hal kecantikan yang terkesan memalsukan diri diruang publik hanya untuk memenuhi ekspektasi kekinian yang ditampilkan di media sosial. pada semiotika menurut Ferdinand penanda putih, tinggi, langsing, dan lain-lain merupakan petanda dari definisi cantik menurut universal atau masyarakat umum sedangkan penanda hitam, keriting, gemuk dan lain-lain adalah petanda jelek, kotor, kusam. Tetapi menurut Yura Yunita dan remaja perempuan dalam hal ini mahasiswa perempuan Ilmu Komunikasi setelah menonton video tersebut mempunyai persepsi bahwa cantik yang digambarkan oleh Yura Yunita adalah cantik yang eksotis, otentik, unik, istimewa yang tidak dimiliki oleh orang lain yang paling penting dan utama dalam diri seorang perempuan adalah mereka yang menerima diri dari kekurangan dan kelebihan yang ada pada dirinya.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas, maka pada bagian ini penulis ingin menyampaikan beberapa saran yakni sebagai berikut :

1. Untuk Remaja Perempuan

Berangkat dari penelitian yang dilakukan ini, peneliti menyarankan agar remaja perempuan untuk belajar lebih menerima diri dengan kekurangan dan kelebihan yang ada pada diri dan lebih mengutamakan kualitas dan kecerdasan.

2. Untuk Pembaca

Kiranya setelah membaca penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bahwa standar kecantikan yang dimiliki dari seorang perempuan bukan dari fisik luar saja, dan diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas dan kecerdasan diri yang ada pada diri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alvin, Silvantus. (2022). *Komunikasi Politik di Era Digital dari Big Data, Influencer Realtions & Kekuatan Selebriti, Hingga Politik Tawa*. Yogyakarta: Deepublish
- Anggito, Albi. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Bachtiar. (2021). *Mendesain Penelitian Hukum*. Yogyakarta: Deepublish
- Daryanto. (2019). *Teori Komunikasi*. Malang: Gunung Samudra
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Hartanto, Jogyanto. (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutialela, R. (2018). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puteri, Yadnya. (2021). *Aspek Eko-Religius dalam Naskah Lontar Pertanian di Bali*. Bandung: Nilacakra.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwanto, M. (2020). *Sinematografi Pelajar*. Surabaya: Pojok Kampung.
- Unaradjan, Dominikus. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya.
- Wijaya, C. (2018). *Perilaku Oraganisasi*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).

Yanti, F. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Lampung: Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)

Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komperhensif*. Yogyakarta: Deepublish.

Skripsi :

Ananda, P. (2021). *Konsep diri perempuan cantik di instagram*. FIK, Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

Ardiansyah, S. (2022). *Startegi literasi media baru dalam mengedukasi masyarakat mengenai kekerasan seksual*. Departemen Ilmu Komunikasi, Univesitas Hasanuddin. Makassar.

Lamdia, D. (2022). *Representasi kecantikan dalam video music (analisis semiotika Video Yura Yunita-Tutur Batin)*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya. Palembang.

Matilda, M. (2018). *Representasi Identitas Perempuan Dalam Tarian Adat Pangkalele (studi kasus komunikasi budaya pada masyarakat desa Fafinesu A Kecamatan Insana Fafinesu Kabupaten TTU)*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Unika Widya Mandira. Kupang.

Ramdloni. (2019). *The Tao of islam kitab rujukan tentang relasi gender dalam kosmologi dan teologi islam*. UIN Maulina Malik Ibrahim. Malang.

Jurnal :

Amalia, E., & Zafi, A. (2020). *Ahkam: Penyertaan Gender Dalam Hal Pembagian Warisan*, 8 (2), 226-227.

Astrid, H. & Irwansyah. (2021). *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis: Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru*, 3 (2), 355-356.

Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah: Youtube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran*, 13 (1), 23-24.

Christina.: Vallerie, N.; & Marta, R. (2021). *Jurnal Kajian Media: Mitos Kecantikan Perempuan Ekstra melalui Iklan Nivea extra care for extra women*, 5 (1), 13-14

Hadji, R.; Nurdin, H; & Ismail L. (2020). *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial: Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi kasus sales promotion girl di mall ratu indah Makassar*, 1 (1), 44-45.

- Lestari, Y.; & Yusanto, F. (2019). *Jurnal Ilmu Komunikasi: Simbol Iiummunati dalam Video Klip*, 3 (1), 38-3.
- Permata, I. (2019). *Jurnal Hawa: Rekonstruksi dan Manipulasi Simbol Kecantikan*, 1 (1), 5-6.
- Pratama, K.; & Lestari, T. (2018). *Jurnal Ilmu Komunikasi: Analisis Persepsi Mahasiswa Tentang Brand Placement Citilink Melalui Video Klip RAN “Dekat di Hati”*, 5 (1), 4058-4059.
- Rafiq, A. (2020). *Jurnal Ilmu Komunikasi: Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*, 1 (1), 19-20.
- Rini, P.; & Fauziah, N. (2019). *Jurnal Komunikasi: Feminisme dalam Video Klip Blackpink Analisis Semiotika John Fiske Dalam Video Klip Blackpink DDU-DU-DDU-DU*, 5 (2), 318-319.
- Salam, D. (2020). *Jurnal Business Economic, Communication, and Social Science: Personal Branding Digital natives di Era Komunikasi Media Baru Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram*, 2 (1), 21-22.
- Salman, Y. (2018). *Jurnal Al-Bayan: Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*, 24 (1), 1-2.
- Syafkirani, A.; & Rahmayadi, G. (2021). *Jurnal Komunikasi: Persepsi Perempuan Terhadap kecantikan dalam Kampanye Dove “Real Beauty Sketches” dalam Membentuk Positioning*, 10 (20), 49-50.
- Yusanto, F.; & Putri, Adinda G. (2018). *Jurnal Liski: Makna Cantik dalam Iklan Magnificent Meaning In Adversiting*, 4 (1), 3-4.

Internet :

- Ambar. (2019). Teori Komunikasi. (<https://pakarkomunikasi.com/teori-semiotika-ferdinan-de-saussure> diakses pada 02 maret 2023 pukul 09.16)
- Elisa, Irukawa. (2022). Psikologi Komunikasi. (<https://deepublishstore.com/blog/materi/psikologi-komunikasi> diakses pada 06 mei 2023 pukul 18.41)
- Lisa, Cole. (2019). Perilaku Panggung Depan dan Panggung Belakang Goffman. (<https://www-thoughtco-com.translate.goog/goffmans-front-stage-and-back-stage-behavior-4087971> diakses pada 04 maret 2023 pukul 11.20).

