

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diuraikan pada bab V, maka penulis dapat menarik kesimpulan, bahwa berkomunikasi merupakan kebutuhan primer setiap manusia. Dalam pengaplikasiannya ke dalam kehidupan sehari-hari ada banyak instrumen yang digunakan manusia untuk menyampaikan pesannya melalui kegiatan berkomunikasi ini, satu diantaranya adalah *fashion*.

Bukan hal yang baru, namun memang belum semua orang juga memanfaatkan instrumen *fashion* sebagai alat komunikasi. Namun, tidak dapat kita pungkiri pula bahkan sejak lama kita telah dapat menilai suatu peradaban melalui cara mereka memanfaatkan *fashion*. Salah satu diantaranya adalah Makna Visualisasi *fashion* pada waria. Melalui penelitian ini dapat terlihat apa makna visualisasi *fashion* pada waria, dimaknai dan mampu memberikan identitas bagi diri waria. Melalui pakaian, make up dan aksesoris, waria dapat menciptakan identitas konotasi dan denotasi yang jika dijabarkan sebagai berikut :

1. Identitas pada pakaian waria. Secara konotasi dan denotasi dinyatakan bahwa waria mengadopsi penampilan perempuan sepenuhnya, pakaian yang nyaman menurut dia, namun di sisi lain waria tidak menginginkan menjadi perempuan. Mereka hanya memerankan perempuan dalam kehidupan sehari-harinya, namun

secara penuh menyadari bahwa dirinya adalah waria dan tidak ingin dianggap sebagai perempuan. Data ini didukung oleh identitas konotasi dan denotasi waria yang melihat bahwa waria selalu berusaha untuk tampil heboh, glamor dan extravaganza dalam kesempatan apapun, karena selain ingin selalu menjadi center of attention (pusat perhatian) waria juga ingin melebihi perempuan sendiri.

2. Identitas pada make-up waria. Secara konotasi dan denotasi waria yang peneliti wawancara menyatakan bahwa dalam hal dandan mereka sangat telaten, berusaha untuk selalu terlihat natural dan mengutamakan perawatan seperti layaknya wanita pada umumnya. Memang data di lapangan yang peneliti lihat waria sangat pandai tidak hanya merias dirinya, tapi juga merias orang lain, karena itu profesi sebagai make-up artist adalah salah satu profesi yang banyak dijalani oleh kaum waria. Namun, jika dilihat dalam identitas konotasi dan denotasi waria cenderung mengaplikasikan make-up serba over dan tebal dalam kesehariannya hingga melakukan berbagai operasi dan implan untuk mendukung penampilannya. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menghilangkan karakteristik wajah pria dan kembali lagi keinginan untuk melebihi perempuan adalah salah satu alasan utama waria memilih make-up serba over dan tebal.

3. Identitas pada aksesoris waria. Waria yang menjadi narasumber dalam peneliti ini mengaku bahwa aksesoris adalah item penting dalam penampilan dan menjadi identitas waria. Secara konotasi maupun denotasi aksesoris yang mencolok dan berlebihan adalah ciri khas yang lekat dalam sosok waria. Bagi waria, perhiasan yang mencolok akan dengan mudah perhatian orang-orang di sekitarnya. Hal ini

kembali menegaskan bahwa waria adalah sosok yang menetapkan tujuannya dalam berdandan dan memanfaatkan *fashion* untuk menarik perhatian orang-orang di sekitarnya.

Waria berada di tengah-tengah, antara laki-laki dan perempuan dan dikategorikan dalam suatu kelompok gender yang bias, namun waria mengkomunikasikan identitas diri mereka dengan tegas melalui pemilihan *fashionnya*. Waria memanfaatkan *fashion* secara maksimal sebagai instrumen komunikasi yang dipilih untuk menyampaikan pesan kepada lingkungannya

6.2. Saran

Setelah menganalisis data dan menyimpulkan tentang Makna Visualisasi *Fashion* Pada Master Of Ceremony Waria, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Penulis berharap, penelitian ini dapat menjadi suatu perpanjangan tangan dari pengembangan wawasan terhadap studi komunikasi yang sangat luas. Melalui studi kasus *Fashion* Master Of Ceremony Waria Pada Acara Pernikahan, kita dapat memetik pelajaran bahwa mungkin kita secara pribadi dengan mudah menilai orang lain dari segi penampilan luar, tapi kita juga harus sadar bahwa ada banyak orang diluar sana yang menilai orang lain praktis dari penampilan luar. Oleh karena itu, lebih cermatlah dalam memilih fashion yang akan dikenakan pada tempat dan waktu yang tepat, karena fashion terbukti sebagai suatu bentuk komunikasi nonverbal yang sangat efektif.
2. Bagi para peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian tentang Makna Visualisasi Fashion Master Of Ceremony (MC) Wanita Pria (Waria) Di Kota Kupang disarankan agar meneliti dari segi atau perspektif lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartens, K. 2001. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Barthes Roland. 1985. *Petualangan Semiologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bernard, Malcolm. 2007. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Bernard, Malcolm. 2007. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Bungin, Burhan.2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fitrah Hamdani Dalam Zaelani Tammaka. 2012. *Jurnal Sosialitas* Vol. 2 No. 1
(diakses pada 17 Maret 2020 Pukul 18.35 WITA, terasip di <https://www.gurupendidikan.co.id>.)
- Hubeis, Musa 2012. *Komunikasi Profesional*. Bogor : IPB Press
- Hoed, H Benny. 2008. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Ilmu Pengetahuan Universitas Indonesia.

- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi, Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- K. Prent.Dkk. 1969.*Kamus Bahasa Latin – Indonesia*.
- Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Maryaeni. 2012. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, H. Noeng. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Sobur, Alex. 2001.*Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taylor dan Bogdam. 1984. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif; Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial*. Diterjemahkan oleh Arief Furchan. Surabaya: Usaha Nasional.

Non Publikasi

Darus, Antonius. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bahan Ajar Pada Program studi Ilmu Komunikasi. FISIP Unwira.

SakuBouk, Hendrikus. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bahan Ajar Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Unwira.

Jurnal

A'malia, B. 2010. *Fahion Dan Identitas Diri Waria (Studi Etnografi Simbol-simbo lKomunikasi Non-Verbal dalam Fashion Sebagai Pembentuk Identitas Diri di kalangan Waria di Kota Yogyakarta)*. Skripsi Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret. Diakses pada tanggal 12 Februari 2020 terarsip di <https://eprints.uns.ac.id>.

Website:

<https://www.gurupendidikan.co.id>.