

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan Analisa data serta pembahasan pada setiap Bab yang sudah diteliti oleh peneliti mengenai representasi *Toxic Masculinity* pada Film Pendek Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” Tahun 2021. Film pendek iklan layanan masyarakat tersebut mempresentasikan adanya nilai dan unsur dari toxic masculinity yang terbangun dari stereotip masyarakat dan berdampak kepada seseorang yang mengalaminya.

Berdasarkan penanda dan petanda yang dilihat dari makna denotative, konotatif dan mitos yang disediakan oleh Roland Barthes pada teori semiotika yang dikembangkan olehnya. Representasi toxic masculinity ditemukan dari tanda verbal mau pun non verbal yang dapat dilihat dan didengar dari Film Pendek Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” tahun 2021 seperti penggunaan bando berwarna pink, penggunaan lipstick dan editan foto menggunakan pakaian balet dengan rok, tanda verbal yang muncul seperti “godain kita dong neng”, “balet? Seriusan lo? Salah masuk sekolah lo, lo harusnya masuk sekolah cewek aja”, “gua mau ngeliat masih jantan ga lu kalo ngebalet”, “pakai kostumnya sekalian ama sepatu lancip tuh” “cepatan pake lipstick” “cantik juga lu” “huu merah banget neng” “yok sekarang godain temen lo” “oh udah ga bisa ya sekarang bisanya di godain (diiringi suara siulan)” “godain aku mas, godain aku” “pakai rok aja semua”

diperkuat dengan adegan-adegan yang ada menunjukkan adanya bentuk toxic masculinity yang terjadi dan bagaimana dampak bagi yang mengalaminya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang penulis simpulkan, penulis dapat menyampaikan saran sebagai berikut:

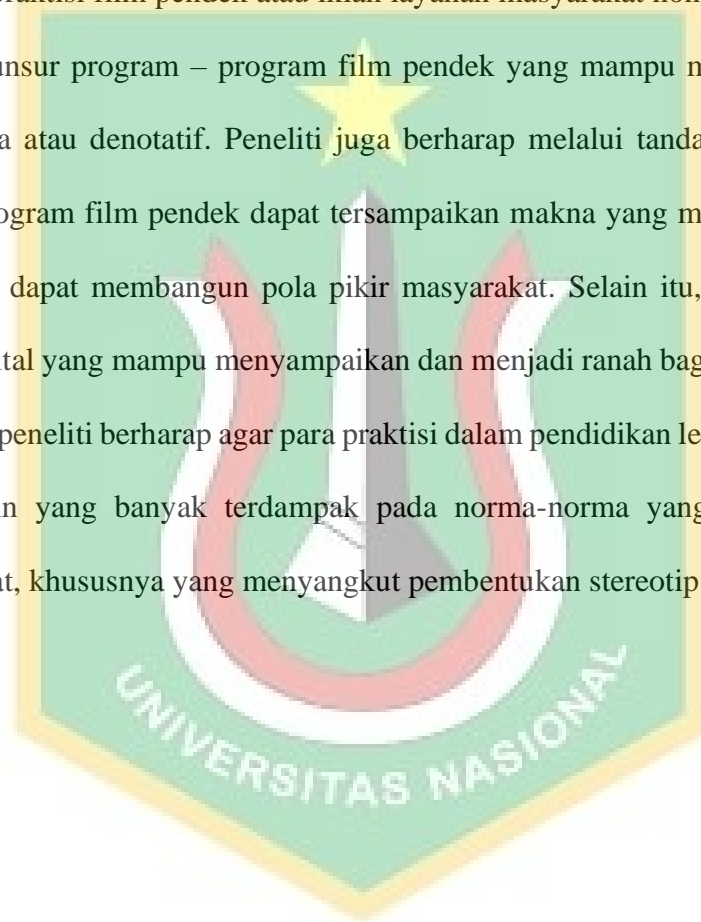
5.2.1 Saran Teoritis

Kegiatan digital yang sekarang banyak ditemui dan sudah menjadi alat sehari-hari dalam membantu edukasi, salah satunya media sosial hal ini memiliki dampak besar pada keberlangsungan edukasi dan hiburan. Youtube menjadi *platform* yang dapat berkembang dimana bisa memproduksi program film pendek yang menjadi bentuk iklan non komersil yang memiliki tujuan untuk mengedukasi masyarakat. Namun ada hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan suatu konten atau film pendek yaitu konsep, ide dan pesan apa yang ingin disampaikan sehingga informasi dan edukasi yang diberikan kepada penontonnya menjadi khalayak dan dapat dipublikasikan dengan baik. Hal ini peneliti sampaikan, agar menjadi acuan untuk mengembangkan studi semiotika khususnya dari media digital dan media sosial. Sehingga pada penelitian selanjutnya dapat menghasilkan berbagai realitas dari tanda denotatif, melalui tanda konotatif mengenai representasi isu, serta mitos yang ada pada film pendek iklan layanan masyarakat. Selain itu mengenai isu adanya toxic masculinity yang ada pada masyarakat modern saat ini, peneliti

berharap ada penelitian lanjutan yang mengkaji dampak apa yang ada di masyarakat mengenai toxic masculinity yang terjadi di media sosial lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi para praktisi yang juga mendalami ini, diharapkan adanya peningkatan dari para praktisi film pendek atau iklan layanan masyarakat non komersil melalui berbagai unsur program – program film pendek yang mampu menunjukkan tanda sebenarnya atau denotatif. Peneliti juga berharap melalui tanda konotatif dalam sebuah program film pendek dapat tersampaikan makna yang memberi nilai-nilai baik yang dapat membangun pola pikir masyarakat. Selain itu, youtube sebagai media digital yang mampu menyampaikan dan menjadi ranah bagi ideologi kepada khalayak, peneliti berharap agar para praktisi dalam pendidikan lebih peka terhadap isu-isu lain yang banyak terdampak pada norma-norma yang berkembang di masyarakat, khususnya yang menyangkut pembentukan stereotip.



Daftar Pustaka

Jufanny, D., & Girsang, L.R. (2020). Toxic Masculinity Dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Film “Posesif”). *Jurnal Semiotika*, 14 (1): 8- 23.

Aliu, R., Waleleng, G., & Runtuwene, A. (2022). Analisis Semiotika Toxic Masculinity Dalam Podcast Deddy Corubuzier dan Ivan Gunawan. *Acta Diurna Komunikasi*, 4 (1).

Wulan, N. (2015). “Cowok be Gentle”: Maskulinitas Mahasiswa Laki-laki Muslim di Surabaya. *Jurnal Lakon*, 4 (1): 1-23. Drianus, O. (2019). Hegemonic Masculinity Wacana Relasi Gender dalam Tinjauan Psikologi Sosial. *PSYCHOSOPHIA: Journal of Psychology, Religion, and Humanity*, 1 (1): 36-50.

Salim, R. P., & Winardi, Y. K. (2020). Maskulinitas Toksik Dalam Film Fight Club Oleh David Fincher. *Seminar Nasional Ilmu Terapan IV*.

Mahdi, M. I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesiacapai-191-juta-pada-2022>. . Diakses 1 Oktober 2022

Winardi, Y. K., & Salim, R. P. (2020). Maskulinitas Toksik Dalam Film Fight Club oleh David Fincher. *Seminar Nasional Ilmu Terapan IV*: 1-7.

Boise, S. D., (2019). Editorial: is masculinity toxic?. *Norma*, 14 (3):147.151. <https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/18902138.2019.1654742?needAccess=true>

Johnson, J. (2020). What to know about toxic masculinity. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/toxic-masculinity> . Diakses pada 3 Oktober 2022

Briceño, V. G (2019). Short Film. <https://www.euston96.com/en/short-film/> .

Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2): 67-72.

Baskoro, A. P. (2018). Gaya Eksekusi Iklan Digital Studio Workshop Depok Melalui Poster. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 5 (1): 13-24.

Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13 (2): 116-129.

Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.

Abdi, H. (2021). Iklan Layanan Masyarakat adalah Iklan yang Menyajikan Pesan Sosial, Ketahui Kriterianya. <https://hot.liputan6.com/read/4805514/iklanlayanan-masyarakat-adalah-iklan-yang-menyajikan-pesan-sosial-ketahui-kriterianya> . Diakses 5 Oktober 2022

Rohmaniah, A. F. (2021). Kajian Semiotika Roland Barthes. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2 (2): 124-134.

Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatera.

John, Fiske. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press