

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Konsep maskulinitas merupakan sebuah konstruksi gender yang diciptakan oleh kebudayaan sebagai sebuah imaji yang membentuk bagaimana sosok laki-laki ideal seharusnya. Hasil konstruksi tersebut kemudian terus dikembangkan dari generasi ke generasi melalui media yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat, dan ditawarkan kepada khalayak sebagai sebuah realitas yang menarik. Sejatinya, wacana maskulinitas yang ditampilkan di media bukanlah konstruksi biologis yang dimiliki oleh laki-laki sejak lahir, melainkan sebuah konstruksi yang dilahirkan oleh ideologi kaum kapitalis untuk memenuhi keinginan pasar sehingga mereka menggambarkan sosok laki-laki dengan tubuh, penampilan, dan wajah yang menarik. Untuk itu kita harus bisa menyikapinya dengan kritis dan melihat ideologi apa yang tersembunyi di balik media agar bisa memilah mana yang baik dan buruk.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti berhasil melihat konsep maskulinitas yang dinarasikan oleh Christian Simamora dalam novelnya yang berjudul *As Seen on TV*. Kemudian peneliti akan menarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis tersebut ke dalam poin-poin berikut:

1. Latar *setting* waktu cerita dalam novel *As Seen on TV* tidak dijelaskan secara eksplisit atau ditulis secara jelas, sehingga peneliti perlu melakukan analisis melalui tanda-tanda yang terdapat pada teks untuk mengidentifikasi waktu yang sebenarnya. Peneliti menemukan bahwa jumlah total durasi cerita (*story duration*) dalam novel *As Seen on TV* adalah 15 tahun. Sementara durasi alur (*plot duration*) yang digunakan adalah dua tahun, saat Javi dan Kendra masih berumur 24 tahun hingga bertunangan di umur 26 tahun. Sedangkan durasi teks dari novel ini adalah 479 halaman.
2. Pada analisis unsur struktur naratif yang dikembangkan oleh Tzvetan Todorov, peneliti menemukan ada lima tahapan yang terjadi dalam novel *As Seen on TV* tersebut. Tahapan-tahapan tersebut adalah kondisi keseimbangan dan keteraturan, gangguan (*disruption*) terhadap keseimbangan, kesadaran terjadi gangguan, upaya untuk memperbaiki gangguan, dan pemulihan menuju keseimbangan. Dari lima tahapan tersebut, representasi maskulinitas dinarasikan pada tahap kelima, yaitu di mana saat Javi berubah menjadi laki-laki yang bisa menghargai perempuan dengan sikapnya yang mau serius menjalani komitmen dan setia pada satu perempuan saja, yaitu Kendra.
3. Jenis narator yang digunakan dalam menulis novel *As Seen on TV* oleh Christian Simamora adalah narator tidak dramatis. Narator tidak dramatis adalah narasi yang di mana pengarang tidak mempunyai keterkaitan dengan cerita. Pembuat narasi adalah orang luar, dan dia menjadi narator

atas suatu cerita. Ini mirip seperti seorang pendongeng, di mana orang tersebut menceritakan suatu cerita yang sama sekali tidak berkaitan dengan kehidupannya. Pengarang hanya sebagai seseorang yang mengisahkan suatu cerita kepada khalayak.

4. Selanjutnya dengan menggunakan analisis oposisi segi empat Algirdas Greimas, peneliti berhasil menemukan ciri-ciri representasi maskulinitas dalam novel *As Seen on TV* yang didapat dalam beberapa peristiwa yang ada di dalam cerita. Narator membuat sebuah konsep maskulinitas yang berbeda melalui sosok Javi sebagai tokoh utamanya. Di sini, Javi memiliki segala karakter konsep maskulinitas yang pernah berkembang di media, baik dari *trend* sebelum era tahun 1980 hingga pada era laki-laki metroseksual populer. Ia digambarkan sebagai laki-laki yang lebih dominan dari pada perempuan bahkan termasuk dalam hubungan seks dan sebagai *decision maker* arah hubungannya dengan Kendra, punya kekayaan dan merupakan salah satu anggota keluarga Vimana sebagai lambang keberhasilannya. Selain itu ia juga memiliki rasa cinta, bisa menangis seperti perempuan, penyayang hewan, dan juga suka bermanja-manja pada Kendra. Namun di lain sisi, Javi tetaplah sosok laki-laki berjiwa bebas yang suka bersenang-senang dengan menikmati alkohol dan juga seks bebas. Javi juga merupakan laki-laki metroseksual yang sangat mementingkan penampilan, suka memejakan diri dengan barang-barang mewah, dan ikut komunitas bergensi yaitu Komunitas Shylock

Indonesia. Selain itu, Javi juga adalah sosok laki-laki ideal yang selain memiliki kehidupan sempurna, ia juga bisa menghargai perempuan dan berkomitmen.

B. Saran

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini menggunakan novel sebagai objek analisisnya yang terpusat pada teks atau medianya saja. Penelitian dengan analisis naratif ini memfokuskan bagaimana narator menarasikan konsep maskulinitas yang dikaitkan dengan fenomena-fenomena saat ini, di mana narator ingin membentuk dan mengkonstruksikan definisi laki-laki ideal atau laki-laki sejati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi maskulinitas tersebut dinarasikan oleh narator, agar peneliti bisa memberikan sudut pandang yang berbeda terhadap novel yang merupakan salah satu media yang cukup populer di kalangan masyarakat, untuk memberikan alternatif analisis dalam membongkar sebuah ideologi-ideologi tersembunyi yang ada di balik novel tersebut. Dewasa ini banyak novel kontemporer yang menarasikan konsep maskulinitas di dalamnya, hal tersebut merupakan bahan yang bisa dijadikan objek untuk meneliti bagaimana wacana maskulinitas diceritakan di dalam novel tersebut. Novel merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Seperti pada umumnya, media selalu memiliki

kepentingan dan ideologi di baliknya. Peneliti mengharapkan sebagai langkah awal kita untuk menjadi kritis terhadap media yang ada.

Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menambah referensi serta informasi dan pengetahuan bagi masyarakat. Meski demikian, peneliti merasa masih ada kekurangan dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian ke depan dapat lebih melihat dengan mendetail dan juga mengkaji dari lain sisi, seperti konsep feminitas yang juga masih terkait dengan isu gender yang bisa diteliti dalam objek penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Berger, Charles. 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.
- Beynon, John. 2002. *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Burton, Greame. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Carter, Cynthia dan Linda Steiner. 2004. *Critical Readings: Media and Gender*. London: Open University Press.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto. 2013. *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender, and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
- Halberstam, Judith. 1998. *Female Masculinity*. North Carolina: Duke University Press.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practice*. London: Sage Publications.
- Lambert, Gardiner. 2008. *The Psychology of Communication*. Canada: Trafford Publishing.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2015. *Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Rokhmansyah, Alfian. 2014. *Studi dan Pengkajian Sastra: Perkenalan Awal terhadap Ilmu Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Rutherford, Jonathan. 2014. *Male Order: Menguak Maskulinitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sedgwick, Eve Kosofsky. 1995. *Constructing Masculinity*. New York: Routledge.
- Sehandi, Yohanes. 2014. *Mengenal 25 Teori Sastra*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Simamora, Christian. 2013. *All You Can Eat*. Jakarta: GagasMedia.
- Simamora, Christian. 2014. *As Seen on TV*. Jakarta: Twigora.
- Sugihastuti, dan Itsna Hadi Septiawan. 2010. *Gender dan Inferioritas Perempuan: Praktik Kritik Sastra Feminis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

B. Sumber Jurnal

- Ibrahim, Alfi Irsyad. 2013. *Representasi Maskulinitas dalam Novel Keluarga Permana Karya K.H.* Jurnal Meta Sastra Vol. 6 No. 2 Desember 2013.
- Kurnia, Novi. 2004. *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol. 8 No. 1 Juli 2004. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Prasetyo, Agung Budi. 2011. *Maskulinitas dalam L'MEN*. Jurnal Komunikator Vol. 3 No. 2 November 2011. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sandinata, Andreas. 2013. *Konstruksi Sosial Waria tentang Diri*. Jurnal Sosial dan Politik Vol. 2 No. 2 Juli 2013. Surabaya: Universitas Airlangga.

Wijayadi, Asmara Yudha. 2013. *Representasi Maskulinitas pada Iklan Rokok dalam Media Cetak*. Jurna Universitas Airlangga Vol. 1 No. 2 Februari 2013. Surabaya: Universitas Airlangga.

Winata, I Nyoman. 2013. *Hegemoni Maskulinitas dalam Iklan Minuman Berenergi*. Majalah Ilmiah Universitas Pandanaran Vol. 10 No. 23 tahun 2013.

C. Sumber Internet

Kampung Fiksi. www.kampungfiksi.com, diakses tanggal 27 Maret 2013.

Taste Life Twice. www.tastelifetwice.net, diakses tanggal 11 November 2014.