

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dibahas di Bab III dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske, mengenai *Representasi Identitas Gender dalam Vlog Jovi Adhiguna Hunter*, maka untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kesimpulan bahwa Jovi Adhiguna Hunter melalui vlognya mencoba untuk melakukan rekonstruksi gender terhadap konsep gender biner yang diyakini oleh sebagian besar masyarakat khususnya di Indonesia.

1. Identitas gender yang direpresentasikan Jovi Adhiguna Hunter dalam vlognya sangat cair. Identitas gender pada dasarnya tidak tetap, tidak stabil dan dapat berubah sesuai dengan kondisi dan waktu tertentu.
2. Identitas gender ternyata tidak selalu inheren dengan ekspresi gender. Seseorang dengan identitas gender tertentu dalam menunjukkan ekspresi gender maskulin, feminin, maskulin dan feminin secara bersamaan atau di luar maskulin maupun feminin.

Melalui penelitian ini peneliti juga menemukan bahwa status Jovi Adhiguna Hunter sebagai seorang *influencer* yang dikenal dari *YouTube*, membuatnya sering mendapatkan *endorse* dari produk dengan segmentasi gender tertentu yaitu feminin. Ekspresi gender Jovi Adhiguna Hunter yang

cenderung feminin ini bisa saja dipengaruhi oleh produsen kosmetik yang memberikan produk berupa kosmetik kepadanya. Produsen dengan pemikiran kapitalis sadar bahwa dengan menggunakan Jovi Adhiguna Hunter sebagai *endorser* atas produknya, mereka tidak hanya berhasil meraih pasar untuk perempuan tetapi juga pasar baru di mana laki-laki ikut andil dalam dunia kecantikan.

B. Saran

Analisis mengenai representasi identitas gender dalam media sosial ini diharapkan mampu menambah varian dalam kajian Ilmu Komunikasi. Peneliti menyadari, pendekatan analisis semiotika yang digunakan dan hasil yang ditemukan dalam penelitian ini secara keseluruhan belum dapat dikatakan sempurna karena keterbatasan data dan tidak adanya wawancara dengan subjek penelitian. Namun penelitian mengenai representasi identitas gender dalam media sosial ini dapat peneliti katakan menarik. Hal ini dikarenakan representasi gender yang ditampilkan dalam media sosial berbeda dengan yang ditampilkan dalam media *mainstream*. Media *mainstream* biasanya menggunakan stereotip dan penggambaran yang sama dan selalu ditampilkan dari acara satu ke acara lainnya, sedangkan media sosial sifatnya lebih bebas sehingga representasi identitas yang ditampilkan bisa berbeda dan beragam.

Dalam proses pengerjaan penelitian ini, peneliti banyak menemukan metode lain yang digunakan dalam kajian media sosial dan gender. Peneliti

berharap agar penelitian selanjutnya untuk lebih mengeksplorasi pendekatan ataupun metode lainnya seperti strategi *personal branding* dan ekonomi politik yang dapat digunakan agar memberikan variasi dalam melihat permasalahan dalam kajian media baru, media sosial maupun gender, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kritis lagi.