

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pekerja media memaknai mitos kecantikan yang direpresentasikan dalam film *The Most Beautiful Girl in the World* di Netflix. Dengan menggunakan konsep mitos kecantikan Naomi Wolf dan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini berfokus pada cara pekerja media menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan yang disampaikan film.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *The Most Beautiful Girl in the World* masih menampilkan standar kecantikan yang cukup dominan, terutama melalui penggambaran tubuh ideal, penampilan fisik, dan relasi antara kecantikan dengan nilai sosial, profesional, serta romantis perempuan. Kecantikan tidak hanya ditampilkan sebagai aspek visual, tetapi juga sebagai modal yang memengaruhi peluang kerja, penerimaan sosial, dan daya tarik dalam relasi personal.

Namun demikian, film ini tidak sepenuhnya bersifat satu arah. Melalui karakter Kiara dan alur cerita yang berkembang, film juga membuka ruang refleksi mengenai makna kecantikan yang tidak semata-mata bergantung pada fisik. Hal ini terlihat dari bagaimana kecerdasan, prinsip hidup, dan kemandirian perempuan mulai diberi ruang dalam narasi film.

Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, penerimaan pekerja media terhadap mitos kecantikan dalam film ini terbagi ke dalam tiga posisi. Sebagian narasumber berada pada posisi dominant, yaitu menerima standar kecantikan sebagai realitas yang wajar dalam industri media. Kelompok ini umumnya memandang kecantikan sebagai kebutuhan visual yang sulit dipisahkan dari logika kerja media.

Sebagian narasumber lainnya berada pada posisi negotiated reading, di mana mereka mengakui adanya standar kecantikan dan beauty privilege, tetapi juga menyadari bahwa perempuan masih memiliki ruang untuk bernegosiasi melalui keterampilan, karakter, dan profesionalisme. Kelompok ini menunjukkan sikap kritis, terutama berdasarkan pengalaman personal mereka sebagai perempuan di industri media.

Sementara itu, terdapat narasumber yang berada pada posisi oppositional reading, yang secara tegas menolak kecantikan fisik sebagai tolok ukur nilai perempuan. Kelompok ini memaknai film sebagai kritik terhadap cara media dan masyarakat membentuk standar kecantikan yang sempit dan homogen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mitos kecantikan masih kuat dan relevan dalam industri media, namun tidak lagi diterima secara sepenuhnya tanpa pertanyaan. Pekerja media memiliki kesadaran yang beragam dalam memaknai representasi kecantikan, tergantung pada latar belakang, pengalaman, dan posisi mereka dalam struktur media itu sendiri.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran bagi Industri Media dan Film

Industri media dan film diharapkan dapat lebih membuka ruang bagi representasi kecantikan yang beragam dan tidak terbatas pada satu standar tertentu. Perempuan dengan latar belakang fisik, budaya, dan karakter yang berbeda perlu mendapatkan porsi representasi yang adil, sehingga media tidak

terus-menerus mereproduksi mitos kecantikan yang sempit dan berpotensi menimbulkan tekanan psikologis.

Selain itu, media juga diharapkan lebih menekankan kualitas karakter, kemampuan, dan nilai personal perempuan, bukan semata-mata menjadikan kecantikan fisik sebagai pusat narasi dan penilaian.

### **5.2.2 Saran bagi Masyarakat dan Audiens**

Masyarakat sebagai audiens diharapkan dapat bersikap lebih kritis dalam mengonsumsi tayangan media, khususnya yang berkaitan dengan representasi kecantikan. Audiens perlu menyadari bahwa standar kecantikan yang ditampilkan media bukanlah kebenaran mutlak, melainkan konstruksi sosial yang dapat dinegosiasikan dan dipertanyakan.

Kesadaran ini penting agar audiens, khususnya perempuan, tidak mudah terjebak dalam tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang tidak realistik.

### **5.2.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan melibatkan audiens yang lebih beragam, seperti masyarakat non-pekerja media atau kelompok usia yang berbeda. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan metodologis lain, seperti analisis wacana atau studi etnografi, untuk menggali lebih dalam dampak mitos kecantikan dalam kehidupan sehari-hari.