

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Seksisme merupakan suatu perilaku diskriminatif berdasarkan jenis kelamin seseorang, khususnya perempuan karena dianggap sebagai bawahan atau ‘kelas dua’. Pada masa sekarang seksisme terjadi karena kebanyakan masyarakat melakukannya secara sadar maupun tidak sadar. Seksisme berakar dari mempertahankan nilai patriarki serta dominasi laki-laki yang tercermin dalam budaya di masyarakat, keluarga, pola asuh, ataupun lingkungan kerja. Hal tersebut menjadi alasan seksisme terus terjadi dari dulu hingga sekarang, bahkan akan terus berlanjut kedepannya karena kurang dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang seksisme. Penciptaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran seksisme ke dalam fotografi surrealisme sebagai identifikasi bentuk-bentuk seksisme yang masih sering terjadi pada saat ini.

Dalam penciptaan ini telah melalui beberapa proses tahapan diantaranya yaitu perencanaan, eksplorasi, dan eksekusi. Proses perencanaan diawali dengan pencarian ide dan konsep yang dikuatkan dengan pengumpulan data berupa observasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk mewujudkan sebuah karya fotografi, pembuatan rancangan visual berupa *shot list* dapat mempermudah proses eksekusi agar lebih efektif dan juga tersusun. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan eksplorasi di rumah dengan menggunakan cahaya alami untuk menentukan cahaya yang tepat

digunakan pada setiap karya yang akan dibuat.

Tahapan terakhir yang dilakukan yaitu eksekusi, dilakukan secara bersamaan saat pemotretan dengan mengeksplorasi *angle* ataupun simbol-simbol yang dipilih untuk membentuk visual foto karena seksisme dalam penciptaan ini direpresentasikan secara simbolis. Selain itu, eksekusi juga dilakukan dengan proses *digital imaging* pada setiap hasil foto dengan menggunakan aplikasi penunjang yaitu Adobe Lightroom dan Lightroom yang divisualisasikan dengan fotografi surrealisme berwarna hitam putih. Pemilihan fotografi surrealisme dipilih sebagai media dalam menyampaikan kritik sosial terhadap fenomena seksisme yang masih terus berlanjut hingga saat ini.

#### **B. Saran**

Representasi dalam penciptaan ini membutuhkan ketelitian dalam menerapkan suatu fenomena seksisme ke dalam fotografi surrealisme. Perlunya pengumpulan data yang mendalam dapat membantu proses dalam membuat sebuah karya. Penciptaan dengan judul “Representasi Seksisme dalam Fotografi Surrealisme” ini, ditujukan untuk semua khalayak umum guna menambahkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesetaraan gender. Pentingnya untuk saling menghargai sesama manusia baik perempuan ataupun laki-laki, karena semua memiliki hak yang sama dan tidak ingin dibedakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (1977). *Rhetoric of the image*. Dalam S. Heath (Ed. & Trans.), 32–51.
- Bendar, A. (2019). Feminisme dan Gerakan Sosial. *Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 13 No.1(1), 25–37.
- Benokraitis, N., & Freagin, J. (1986). *Modern Sexism: Blatant, Subtle, Covert Disrimination*.
- Bowker, D. (2013). *Surreal Photography Creating The Impossible*.
- Breton, A. (1924). *Manifesto of Surrealism*.
- Candraningrum, D. (2014). Seksisme, *Pink Collar Ghetto, dan Brand-Building* dalam Media. *Jurnal Perempuan*.
- Eagly & Wood. (1999). *The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles*. *American Psychologist*, 54(6).
- Felix, J. (2010). Penggunaan Kontras Warna dalam Fotografi. Vol.1 No.2(9), 315–324.
- Kilmartin, C. (2014). *A Behavior Intervention to Reduce Sexism in College Men*.
- Nadiatus Salama. (2013). Seksisme Dalam Sains. 8(8080), 311–322.
- Soedjono, S. (2006). Pot-Pourri Fotografi.
- Soedjono, S., Dali, S., Ernst, M., & Miro, J. (2019). Fotografi Surealisme Visualisasi Estetis Citra Fantasi Imajinasi. 15(1), 1–12.
- Sutedja, M., & Athoriq, F. (2021). Fotografi Monokromatik Hitam Putih Dalam Dunia Fotografi Modern. *WIDYAKALA: Journal of Pembangunan Jaya University*, 8, 46.
- Tarhan, N. (2023). *The Psychology of Women*: Karena Wanita Ingin Mengerti dan Dimengerti.
- Zinaida, R. S. (2022). Isu Seksisme dan Feminisme Subaltern Pada Iklan Dalam Bingkai Paradigma Kritis Spivak.