

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Barbie, sebuah figur boneka yang sangat populer, diciptakan oleh perusahaan *Mattel* pada tahun 1959. Inspirasi untuk menciptakan boneka ini muncul dari Ruth Handler, yang terinspirasi oleh permainan putrinya Barbara dengan boneka kertas. Pada masa itu, opsi boneka untuk anak perempuan terutama terdiri dari figur bayi, yang mendorong Handler untuk mengembangkan konsep boneka yang memungkinkan anak perempuan menggambarkan diri mereka sebagai orang dewasa dan mengejar aspirasi mereka. Boneka *Barbie* pertama kali dirancang sebagai model fesyen, dan sejak itu telah mengeksplorasi lebih dari 250 profesi yang berbeda, termasuk menjadi seorang astronot, dokter bedah, dan bahkan presiden Amerika Serikat (Chappet, 2023).

Kehadiran *Barbie* telah menimbulkan beragam tanggapan dari masyarakat. *Barbie* seringkali dipandang lebih sebagai simbol seksual daripada simbol kesetaraan gender. Hal ini disebabkan oleh penekanan pada aspek "seksual" dalam citranya, yang membuatnya tidak selalu dianggap sebagai simbol feminis. Sebagai akibatnya, *Barbie* sering dipandang sebagai objek pandangan pria karena penampilannya dan pilihan pakaian yang dipakainya.

Barbie memiliki sejarah yang beragam dalam berbagai format media, seperti televisi, film, serial web, dan video *game*. Boneka ini, yang awalnya dikembangkan oleh Ruth Handler dan diperkenalkan pertama kali oleh *Mattel*, telah menjadi bagian dari berbagai waralaba media yang berkembang sepanjang waktu. Berdasarkan informasi dari situs resmi *Barbie* (*Barbiemedia.com*), *Barbie* juga telah memperluas kehadirannya ke dalam dunia animasi dan perfilman. Film animasi pertama *Barbie*, berjudul "*Barbie in the Nutcracker*", dirilis pada tahun 2001 (*Barbie in the Nutcracker*, 2024), sementara seri televisi pertama *Barbie*, "*Life in the Dreamhouse*", debut pada tahun 2012 (*Barbie*, 2012). Dukungan yang positif dari masyarakat mendorong *Barbie* untuk terus aktif di industri perfilman. Sampai

saat ini, telah ada 42 film animasi yang dirilis (*Barbie- media franchise*), 2024). Berikut merupakan beberapa contoh animasi film *Barbie*:

Tabel 1. 1. Judul Film Animasi Barbie

No	Judul Film	Tahun Tayang
1	<i>Barbie in the Nutcracker, Barbie as Rapunzel, Barbie of Swan Lake, Barbie as The Princess and the Pauper</i>	2001 – 2004
2	<i>Barbie : Fairytoria, Barbie and The Magic Pegasus, The Barbie Diaries, Barbie Mariposa, Barbie Diamond Castle</i>	2005 - 2008
3	<i>Barbie Thumbelina, Barbie and The Three Musketeers, Barbie in a Mermaid Tail, Barbie The Princess and The Pop Star</i>	2009 - 2013
4	<i>Barbie The Pearl Princess, Barbie and The Her Sisters in The Great Puppy Adventure</i>	2014 - 2018
5	<i>Barbie Dolphin Magic, Barbie Mermaid Power, Barbie Epic Road Trip</i>	2019 - 2023

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Tabel diatas merupakan beberapa contoh film-film *Barbie* yang menggunakan animasi dalam penggambaran karakter dan visualnya. Kemudian pada tahun 2023, film *Barbie* muncul dengan Judul “*Barbie*” yang mengeluarkan film dengan menggunakan tokoh manusia sebagai penggambaran karakter dan visualnya. Melalui film ini, film *Barbie* menjadi film yang dinobatkan sebagai film terlaris tahun 2023 dengan meraih keuntungan hingga lebih dari 1 miliar dollar USD dan penjualan tiket bioskop tertinggi (Daniel, 2023).



Gambar 1. 1 Film Barbie

Sumber: Imdb.com (2023)

Objek penelitian yang diambil oleh peneliti yakni film "*Barbie*" yang rilis di tahun 2023. Film ini bertemakan komedi fantasi yang berasal dari Amerika Serikat. Film "*Barbie*" merupakan film yang disutadarai Greta Gerwig. Pada dasarnya film "*Barbie*" merupakan film yang mengangkat kisah dari boneka mode *Barbie* yang dikemukakan oleh perusahaan mainan asal Amerika Serikat yakni Mattel, Inc. serta buku non-fiksi yang rilis pada 1994, berjudul "*Reviving Ophelia*" karya Mary Pipher. Film *Barbie* 2023 ini merupakan film pertama di mana aktor manusia memerankan peran, berbeda dengan film-film *Barbie* sebelumnya yang menampilkan karakter yang sepenuhnya dianimasikan.

"*Barbie The Movie*" membahas isu kesetaraan gender dengan menggambarkan gaya hidup di *BarbieLand*. Film ini menampilkan berbagai karakter, termasuk *Barbie* yang merupakan simbol perempuan, dan Ken sebagai representasi anak laki-laki. *Barbie* hadir untuk memberikan inspirasi kepada perempuan muda agar mengejar berbagai karier dan impian mereka, termasuk menjadi insinyur, dokter, dan profesi lainnya (Brown, 2023). Dalam film ini, peran *Barbie* dimainkan oleh Margot Robbie, sedangkan peran Ken diisi oleh Ryan Gosling. Keduanya menghadirkan cerita kehidupan yang ceria dan penuh warna (*Barbie*, 2023; Daniel, 2023). Dari konsep boneka *Barbie* dari Mattel, Greta Gerwig menjadi sutradara untuk film "*Barbie*" yang berdasarkan skenario yang ditulisnya bersama Noah Baumbach. Para produser film ini termasuk David Heyman, Robbie, Tom Ackerley, dan Robbie Brenner. Sementara itu, para produser eksekutif

meliputi Michael Sharp, Josey McNamara, Ynon Kreiz, Courtenay Valenti, Toby Emmerich, dan Cate Adams. "*Barbie*", yang diproduksi oleh *Heyday Films*, *LuckyChap Entertainment*, dan *Mattel*, akan didistribusikan oleh *Warner Bros Pictures*. Film ini direncanakan akan dirilis di bioskop-bioskop Amerika Utara pada tanggal 21 Juli 2023, dan di seluruh dunia pada tanggal 19 Juli 2023 (*Barbie*, 2023).

Film *Barbie* menggambarkan perjalanan karakter *Barbie* melalui krisis eksistensial yang mengubahnya menjadi narasi feminis yang kuat. Analisis dari berbagai peneliti menyoroti elemen-elemen feminisme dalam film ini, yang disertai dengan pesan kesetaraan gender yang diperkuat oleh pembuat film. Film ini telah menjadi sumber inspirasi bagi perempuan di berbagai belahan dunia, menyampaikan pesan penting tentang pentingnya kesetaraan gender. *Barbie* digambarkan sebagai sosok perempuan yang cerdas dan berdaya, mendorong anak perempuan untuk memiliki keyakinan pada diri mereka sendiri, mengejar impian mereka, serta menghormati perbedaan gender melalui narasi yang menarik. Film ini menekankan pentingnya penerimaan dan penghargaan terhadap perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam upaya mencapai kesetaraan gender.

Sisipan-sisipan kesetaraan gender dalam film "*Barbie*" 2023 memang terlihat sangat nampak secara garis besar. Greta Gerwig, sutradara dari film "*Barbie*" (2023) memberikan kutipan di awal film yang bertuliskan "*Barbie can be anything, woman can be anything*" yang dalam Bahasa Indonesia berarti "*Barbie bisa menjadi apa saja, perempuan bisa menjadi apa saja*". Hal tersebut menekankan aspek tuntutan kesetaraan gender yang diinginkan secara langsung oleh sang sutradara, dimana hal tersebut memiliki arti bahwa perempuan diberikan kebebasan untuk menjadi apapun tanpa dibebani oleh stereotip, stigma, ataupun standar tertentu. Film ini juga menghadirkan masalah sosial yang sering terjadi di lingkungan masyarakat, dimana sosok perempuan dianggap melakukan pembelaan atas hak perempuan diiringi oleh sikap merendahkan laki-laki. Kesalahan moral atas budaya patriarki dan tidak diadakannya konsep kesetaraan gender tersebut menjadi fokus dalam film "*Barbie*" (2023). Deskripsi representasi kesetaraan gender yang kuat menjadikan film "*Barbie*" (2023) pada dasarnya merupakan film yang beragendakan isu feminisme.

Topik feminisme telah menjadi sorotan di berbagai media massa, seperti iklan, film, televisi, koran, majalah, dan novel (Thornham, 2007, hal. 6). Film yang menyajikan tema feminisme bisa ditemukan di bioskop, televisi, dan layanan streaming dengan beragam genre, seperti drama, aksi, komedi, horor, animasi, fiksi ilmiah, musikal, dan kartun (Vera, 2015, hal. 96). Kemudian ia mengemukakan bahwa film bergenre drama dapat memberikan informasi dan hiburan melalui alur cerita yang menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, termasuk yang mengangkat kisah tentang perempuan. Dewasa ini, terdapat tren di mana konten di media massa malah semakin menegaskan ketidaksetaraan antara perempuan dan laki-laki. BBC, sebagaimana dikutip oleh Wibowo, Hadi, dan Wijayanti (2018), menunjukkan bahwa film-film Hollywood masih sering menunjukkan sikap acuh atau kurang sensitif terhadap isu-isu yang berkaitan dengan perempuan, minoritas, dan kelompok lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT), seperti film berjudul *The Batman* (2023), yang menunjukkan bahwa dominasi hanya ada pada sosok laki-laki, serta film bertema pahlawan seperti *Spiderman* (2002) yang memperlihatkan bahwa perempuan adalah sosok yang lemah dan tak berdaya, sehingga sosok laki-laki nampak lebih dominan dalam segala peran di kehidupan masyarakat. Berdasarkan laporan yang dibuat oleh Diversity and Social Initiative, dari sejumlah 414 film serial dan televisi, hanya sepertiga tokoh yang bicara di dalamnya adalah Perempuan. Bahkan menurut Del Vecchio et al (2021, hal. 1114) sutradara juga sering menggambarkan perempuan sebagai manusia yang rapuh (mudah menangis) dan rendah diri.

Berdasarkan pendapat Nelmes (2012, hal. 269), fenomena ini menunjukkan bahwa program televisi dan film seharusnya dapat digunakan sebagai sarana ideologis untuk melawan stereotip yang merugikan perempuan. Di tengah masyarakat, pandangan bahwa perempuan lebih rendah daripada laki-laki masih cukup umum. Oleh karena itu, hal ini menjadi peluang bagi para pembuat film dan acara televisi untuk meningkatkan posisi dan derajat perempuan. Menurut Tuchman, media tidak selaras dengan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, seperti perubahan dalam peran gender yang didorong oleh gerakan perempuan. Dengan demikian, media cenderung merendahkan perempuan dan

tidak mencerminkan realitas yang ada. Inilah alasan mengapa perlu diciptakan subjek perempuan dan bahasa baru dalam tayangan untuk mengangkat posisi perempuan yang tertindas (Nelmes, 2012, hal. 272).

Film merupakan salah satu media massa yang efektif untuk menyampaikan informasi dan realitas kepada masyarakat secara luas. Dengan memanfaatkan pesan-pesan yang terdapat dalam film, masyarakat cenderung menerima dan memahami realitas yang disampaikan. Oleh karena itu, film dapat digunakan sebagai alat untuk menggambarkan realitas yang tidak menguntungkan yang terjadi dalam masyarakat, sehingga dapat menarik perhatian dan tidak dianggap sepele. Film memiliki kemampuan untuk merepresentasikan realitas melalui dialog, simbol, dan tanda-tanda yang ditampilkan di layar. Salah satu realitas yang sering diangkat dalam film adalah pandangan bahwa perempuan secara umum dianggap sebagai objek yang posisinya lebih rendah daripada laki-laki (Rini, 2024, hal. 154). Film merupakan salah satu alat komunikasi massa yang sangat efektif. Dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dimengerti, film memiliki potensi besar untuk mempengaruhi berbagai lapisan masyarakat. Pesan yang disampaikan dalam film dapat memengaruhi budaya, perilaku, dan fenomena yang ada dalam masyarakat. Sebagai media komunikasi massa, film telah terbukti efektif dalam menyampaikan pesan-pesan yang menarik kepada penonton.

Meskipun telah ada banyak penelitian tentang kesetaraan gender, belum ada yang secara khusus meneliti kesetaraan gender dalam film *Barbie*. Salah satu penelitian yang relevan adalah karya Yuni Sulistyowati yang berjudul "Kesetaraan Gender dalam Ruang Lingkup Pendidikan dan Tatahan Sosial dalam Film *Barbie*". Penelitian ini menyoroti bahwa meskipun ada upaya untuk mempromosikan keadilan dan kesetaraan gender, prasangka gender masih merajalela dalam masyarakat. Patriarki, yang terus memperkuat pandangan bahwa laki-laki memiliki dominasi dan mengabaikan peran perempuan dalam struktur sosial, merupakan salah satu akar ketidaksetaraan gender. Perempuan sering dianggap sebagai kelompok yang terpinggirkan dan diabaikan, terutama karena stereotip yang menempatkan mereka hanya sebagai pengurus rumah tangga. Pemahaman yang

merendahkan terhadap perempuan sering kali membuat mereka rentan terhadap kekerasan dan perlakuan tidak menyenangkan lainnya (Sulistyowati, 2021, hal. 10).

Dalam artikel mereka tahun 2024 berjudul "*She's everything: feminism and the Barbie movie*," yang diterbitkan dalam *Feminist Media Studies*, penulis Alicia Byrnes, Janice Loreck, dan Nonie May meneliti film *Barbie* tahun 2023 yang disutradarai oleh Greta Gerwig melalui sudut pandang feminis. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana film tersebut mencerminkan dan terlibat dengan wacana feminis kontemporer, khususnya dalam konteks media populer. Para penulis menggunakan analisis kualitatif, dengan fokus pada struktur naratif film, pengembangan karakter, dan konten tematik untuk menilai keselarasannya dengan prinsip-prinsip feminis. Temuan mereka menunjukkan bahwa meskipun film tersebut mencoba menghadirkan utopia feminis di "*Barbie Land*," film tersebut secara bersamaan menyoroti kompleksitas dan kontradiksi yang melekat dalam menerjemahkan cita-cita feminis ke dalam sinema arus utama. Para penulis menyimpulkan bahwa film *Barbie* berfungsi sebagai teks budaya penting yang mencerminkan dan menantang gagasan tentang feminitas dan pemberdayaan yang berlaku dalam masyarakat kontemporer.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya cukup signifikan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratiwi & Angela (2024) yang berjudul "Perempuan dan Politik: Analisis Kesenjangan Gender Dalam Tayangan Film *Barbie* Tahun 2023 Dalam Perspektif Feminisme" terutama berfokus pada analisis ideologi patriarki yang ada dalam film tersebut dengan menggunakan teori semiotika John Fiske. Penelitian mereka menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis semiotika untuk meneliti adegan-adegan dari film tersebut, mengungkap pesan-pesan mendalam tentang patriarki dan gerakan feminis. Penelitian ini menekankan bagaimana platform media massa seperti Netflix, Disney Plus, dan HBO memfasilitasi penyebaran pesan-pesan ini. Temuan mereka menyoroti penggambaran film tersebut tentang potensi perempuan untuk mencapai apa pun tanpa menghadapi batasan berbasis gender dan mengidentifikasi tiga tingkat pengkodean realitas, representasi, dan ideologi dengan fokus khusus pada aspek-aspek seperti perilaku, ekspresi, konflik, dan patriarki.

Menurut Ika Fitri Alviyanti dan Fuad Mahbub Siraj, diskriminasi berbasis gender masih terjadi di berbagai aspek kehidupan, di mana perempuan belum mendapatkan akses yang setara terhadap hak-hak politik, sosial, dan ekonomi di seluruh dunia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kepustakaan. Sumber data utama yang digunakan adalah film "*Barbie* The Movie", yang mengangkat isu-isu kesetaraan gender dan memberi inspirasi bagi perempuan di seluruh dunia untuk mengakui perbedaan gender, mempercayai kemampuan diri, dan mencapai tujuan mereka. Penelitian ini menganalisis film tersebut menggunakan metode deskriptif. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa film "*Barbie*" memotivasi anak perempuan untuk mengenali perbedaan gender, membangun kepercayaan diri, dan meraih impian mereka (Alviyanti & Siraj, 2023, hal. 150).

Oleh karena itu, melalui pendekatan analisis semiotika Roland Barthes digunakan oleh peneliti yang ingin mengetahui makna apa yang dihadirkan oleh film "*Barbie*" (2023) melalui penggambaran karakter dalam film tersebut, khususnya digunakan untuk menemukan representasi isu kesetaraan gender.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana representasi isu kesetaraan gender yang tercermin dalam film "*Barbie*" (2023)?”

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian nantinya adalah untuk mengetahui bagaimana kesetaraan gender yang tercermin pada film "*Barbie*" (2023).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, yakni terkait representasi isu-isu feminisme dan analisis semiotika suatu film terkhusus pada film "*Barbie*" (2023).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, refleksi, dan pengetahuan kepada masyarakat tentang proses representasi dalam film yang mengandung isu kesetaraan gender dan dapat dipahami melalui analisis semiotika. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian lanjutan yang menggunakan metode, tema, atau objek serupa.

E. Kerangka Teori

1. Representasi dan Bahasa

Konsep representasi secara sederhana adalah sarana untuk memahami makna sebenarnya dari sebuah pesan. Representasi dapat menggambarkan atau mencerminkan suatu arti. Stuart Hall (1997, hal.24) mendefinisikan representasi sebagai proses penciptaan makna melalui bahasa, gambar, dan tanda. Representasi adalah bagian penting dalam proses di mana makna dihasilkan dan dipertukarkan di antara individu atau kelompok budaya tertentu. Pertukaran makna ini mengharuskan adanya latar belakang pengetahuan budaya yang sama antara individu atau kelompok tersebut untuk memastikan bahwa persepsi yang terbentuk serupa.

Teori Representasi, yang diungkapkan oleh Stuart Hall (1997, hal.5), menjadi dasar teoritis bagi penelitian ini. Inti dari teori representasi adalah penggunaan bahasa untuk menyampaikan esensi suatu gagasan kepada audiens. Menurut Stuart Hall, representasi adalah proses penciptaan makna melalui bahasa, di mana makna tersebut dipertukarkan dan diproduksi oleh individu atau kelompok dalam konteks budaya tertentu (Hall, 1997, hal. 17). Bagi Hall, representasi adalah praktik penting dalam membentuk budaya. Suatu individu atau kelompok dianggap memiliki budaya yang sama jika mereka memiliki latar belakang budaya yang serupa, pengalaman yang sama, saling bertukar kode budaya, berbagi konsep budaya, dan menggunakan bahasa yang sama.

Stuart Hall turut juga menjelaskan tiga pendekatan dalam teori representasi yang bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan bahasa memengaruhi pembentukan makna dalam konteks konstruksi sosial (Stuart Hall, 1997, hal. 13). Pendekatan *pertama* adalah pendekatan reflektif, yang menyatakan bahwa bahasa berfungsi sebagai refleksi atau cermin dari objek, ide, manusia, atau peristiwa di dunia nyata. Misalnya, matahari dianggap sebagai matahari, tanpa arti lain selain sebagai objek fisik. Konsep bahasa ini merepresentasikan apa yang ada dalam kenyataan, tetapi bisa memiliki arti yang berbeda ketika kata "matahari" digunakan dengan konteks atau makna lain.

Pendekatan *kedua* adalah pendekatan intensional, yang berfokus pada makna yang berasal dari pencipta makna itu sendiri. Dalam pendekatan ini, makna bersifat subjektif dan dapat bervariasi tergantung pada latar belakang atau karakteristik individu. Musisi, penulis, pelukis, dan animator adalah contoh yang menunjukkan bagaimana makna bisa diekspresikan melalui bahasa yang unik sesuai dengan sudut pandang kreator. Bahasa dalam pendekatan intensional tidak memiliki makna yang mutlak, melainkan mencerminkan keunikan individu dalam cara mereka berkomunikasi dengan dunia. Pada intinya, bahasa adalah alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mentransfer makna dari satu individu ke individu lainnya.

Setiap individu memiliki cara sendiri untuk mengkomunikasikan sesuatu, dengan asumsi bahwa orang lain dapat memahami bahasa yang digunakan. Pemaknaan bahasa dapat dilihat dalam berbagai fenomena, misalnya seorang pelukis yang mencoba memberi tanda atau makna tertentu dalam karyanya, baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Namun, makna dan tanda ini harus disampaikan dalam konteks struktur bahasa yang telah disepakati, sehingga hasil karyanya dapat dipahami secara konsisten oleh komunikator dan penerima pesan (dalam hal ini, pelukis dan penikmat lukisan).

Pendekatan *ketiga*, yakni pendekatan konstruksionis, berfokus pada makna yang berasal dari aspek sosial dan bahasa. Pendekatan ini mengajak individu atau kelompok untuk melihat perbedaan objek di dunia dan bagaimana objek-objek tersebut dimaknai. Stuart Hall menganggap pendekatan konstruksionis sebagai yang paling relevan dalam memahami konstruksi bahasa dan makna, karena pendekatan ini memungkinkan masyarakat secara aktif menentukan makna berdasarkan latar belakang budaya dan bentuk representasi yang mereka gunakan dalam berkomunikasi. Dalam penelitian ini, pendekatan konstruksionis menjadi pendekatan yang digunakan. Kerangka teoritis dari studi komunikasi dan media menyediakan lensa untuk menafsirkan temuan-temuan ini. Konsep semiotika John Fiske membantu menganalisis bagaimana film tersebut membangun dan menumbangkan simbol-simbol budaya yang terkait dengan feminitas dan maskulinitas (Fiske, 1990; Fiske, 2011). Misalnya, pendekatan Fiske menjelaskan bagaimana lingkungan dan aktivitas *Barbie* secara simbolis memperkuat dan menantang peran gender tradisional (Fiske, 1990, hal. 180-199).

Menurut Alison Harvey (2019, hal. 88) menekankan bahwa representasi media sangat penting dalam membentuk pemahaman masyarakat tentang gender. Ia berpendapat bahwa representasi gender lebih dari sekadar visibilitas, representasi gender melibatkan penggambaran rumit tentang peran, perilaku, dan harapan masyarakat. Media sering kali mengandalkan stereotip, yang dapat menyederhanakan kompleksitas identitas gender. Misalnya, perempuan sering kali digambarkan dalam peran domestik atau sebagai pihak kedua bagi laki-laki, sementara laki-laki ditampilkan sebagai figur dominan. Representasi ini tidak hanya membatasi identitas individu tetapi juga memperkuat norma gender tradisional, yang memengaruhi cara masyarakat memandang dinamika gender.

Dalam analisisnya, Harvey (2019, hal. 95) mengacu pada kerangka Stuart Hall, yang menegaskan bahwa representasi adalah proses pembuatan makna. Media tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi secara aktif

membangunnya, membentuk persepsi publik dan narasi budaya. Teori Hall menyoroti bahwa makna yang dihasilkan melalui representasi media diperebutkan dan dapat berkembang seiring waktu. Harvey menekankan bahwa representasi sangat penting dalam memahami struktur kekuasaan masyarakat. Penggambaran yang inklusif dan beragam dapat menantang ideologi dominan dan mendorong perubahan sosial, sedangkan representasi stereotip memperkuat ketidaksetaraan yang ada. Dengan demikian, cara gender digambarkan di media memiliki implikasi yang mendalam bagi sikap dan perilaku masyarakat, yang menggarisbawahi pentingnya mengkaji teks media secara kritis.

2. Semiotika

a. Semiotika Roland Barthes

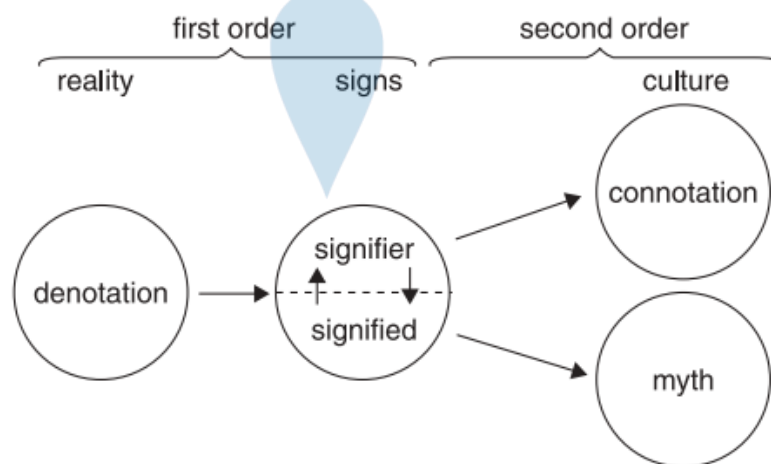
Semiotika Roland Barthes merupakan ilmu yang mengkaji tanda dan cara manusia dalam memaknai tanda – tanda tersebut. Menurut buku (Fiske, 2011, hal. 11) yang berjudul "*Introduction to Communication Studies*", menguraikan konsep tanda sebagai suatu entitas yang dapat dirasakan secara fisik oleh panca indera manusia. Tanda tersebut merujuk pada sesuatu yang melebihi maknanya sendiri dan diakui oleh penggunanya sebagai sesuatu yang memuat pesan. Sebagai ilustrasi, ketika seseorang menggunakan tindakan tertentu, seperti menunjukkan daun telinga kepada seorang penjual lelang, hal tersebut menjadi representasi atau lambang dari suatu pesan, seperti penawaran. Pengakuan atas makna tersebut terjadi baik dari pihak penjual lelang maupun dari individu yang melakukan tindakan tersebut, menunjukkan terjadinya proses komunikasi yang efektif antara keduanya (Fiske, 2011, hal. 38).

Menurut Barthes (2017, hal. 6) tanda dalam sinema terdiri dari penanda dan petanda yang membentuk satu kesatuan. Penanda dalam konteks sinematik tidak hanya terbatas pada gambar di layar, tetapi juga mencakup elemen-elemen lain seperti pemain, kostum, latar belakang, tata letak, ekspresi, dan musik. Barthes menjelaskan

bahwa tanda merupakan sistem representasi yang berhubungan dengan isi atau petanda. Simbol primer memiliki makna denotatif, sedangkan simbol sekunder memiliki makna konotatif. Implikasi terpenting dari model semiotikanya adalah bahwa denotasi mengacu pada deskripsi konkret suatu objek oleh tanda, sedangkan konotasi merujuk pada cara di mana objek tersebut digambarkan.

Teori semiotika dianggap sebagai sebuah ilmu multidisipliner karena tidak terbatas pada satu bidang ilmu saja, melainkan mencakup beragam disiplin ilmu dengan karakteristiknya masing-masing. Menurut pandangan semiotika Roland Barthes, semiotika tidak hanya terbatas pada linguistik, tetapi juga memandang tanda dari berbagai bidang lain sebagai bahasa yang memiliki makna, terbentuk dari tanda-tanda yang tersusun secara terstruktur. Barthes menyatakan bahwa dasar pemahaman mengenai tanda serupa dengan pandangan Ferdinand De Saussure, namun Barthes memperluas konsep tanda tersebut menjadi dua tahap, yaitu tahap denotasi dan konotasi, serta menerapkan konsep mitos. (Fiske, 2011, hal. 81).

Model Semiotika Roland Barthes adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Model Semiotika Roland Barthes

Sumber: Fiske dalam buku *Introduction to Communication Studies* (2009, hal 24)

Urutan awal signifikasi, sebagaimana dijelaskan oleh Saussure (dalam Fiske 2011, hal. 80), memusatkan perhatian pada hubungan antara penanda dan petanda dalam tanda, serta kaitannya dengan referensinya dalam realitas eksternal. Barthes merujuk pada urutan ini sebagai denotasi, yang merujuk pada makna literal atau yang jelas dari tanda. Sebagai contoh, sebuah foto yang menampilkan pemandangan jalanan menunjukkan jalanan tertentu yang diwakili, sementara kata "jalan" menggambarkan jalan perkotaan yang dikelilingi oleh bangunan. Namun, Barthes menyoroti bahwa dalam makna denotatif tersebut, terdapat tingkat interpretasi tambahan yang disebut konotasi. Ini merujuk pada makna tambahan dan asosiasi yang dibawa oleh sebuah tanda di luar definisi harfiahnya.

Barthes menggunakan istilah "konotasi" untuk menggambarkan salah satu aspek dari signifikasi tahap kedua. Konotasi ini mengacu pada interaksi antara tanda dengan perasaan, emosi, dan nilai budaya pengguna. Dalam tahap ini, makna menjadi subjektif atau paling tidak bersifat intersubjektif, di mana interpretan dipengaruhi oleh penerjemah sebanyak oleh objek atau tanda itu sendiri. Bagi Barthes, *signifier* dalam tahap pertama adalah kunci dalam konotasi. *Signifier* pertama adalah tanda dari konotasi tersebut, seperti dalam foto jalanan yang berbeda yang mungkin memiliki kesan yang berbeda karena faktor *signifier* seperti bentuk, penampilan, dan sebagainya. Barthes menyatakan bahwa dalam fotografi, perbedaan antara konotasi dan denotasi sangat jelas. Denotasi adalah representasi mekanis objek oleh kamera, sedangkan konotasi melibatkan aspek manusiawi seperti pemilihan bingkai, fokus, sudut, dan lainnya. Denotasi adalah apa yang difoto, sedangkan konotasi adalah bagaimana difoto (Fiske, 2011, hal. 81).

Barthes (dalam Fiske, 2011, hal. 82-83) mengulas konsep mitos sebagai urutan kedua dari tanda-tanda, yang ia definisikan berbeda dari konotasinya yang biasa. Biasanya, "mitos" merujuk pada keyakinan palsu atau pemahaman yang keliru. Namun, Barthes menggunakan istilah ini dalam arti aslinya, di mana sebuah mitos berfungsi sebagai narasi budaya untuk menjelaskan atau menafsirkan aspek-aspek realitas atau alam. Mitos-mitos ini bisa bervariasi dari cerita primitif tentang kehidupan dan kematian hingga yang modern tentang peran gender, keluarga, kesuksesan, atau bahkan gambaran seorang polisi Inggris. Bagi Barthes, mitos adalah konsep yang saling terkait, membentuk rangkaian makna. Sebagai contoh, mitos tradisional tentang polisi Inggris mencakup gagasan tentang keramahan, soliditas, dan non-agresivitas. Ketika kita melihat sebuah foto yang menggambarkan seorang polisi yang ceria berinteraksi dengan seorang anak, gambar tersebut memperoleh makna urutan kedua dari mitos budaya tentang polisi, yang sudah ada sebelum foto tersebut diambil. Dalam konteks ini, jika konotasi mewakili makna urutan kedua dari penanda, mitos mewakili makna urutan kedua dari petanda.

3. Mitos dan Ideologi

Dalam kajian semiotika, mitos tidak lagi dipahami sebagai cerita tradisional atau legenda, melainkan sebagai sistem makna yang bekerja untuk menyampaikan dan memperkuat ideologi tertentu dalam masyarakat. Roland Barthes (dalam Fiske, 2011, hal. 38) membedakan dua tingkat dalam sistem tanda. Tingkat pertama adalah makna denotatif, yaitu hubungan langsung antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Sedangkan pada tingkat kedua, tanda tersebut dimaknai kembali secara konotatif hingga membentuk *mitos* (sebuah struktur ideologis yang menyamar sebagai kebenaran alamiah). Mitos, dalam kerangka ini, berfungsi untuk menormalkan nilai-nilai budaya tertentu dan menyembunyikan konstruksi sosial di balik tampilan alami dan wajar.

John Fiske memperluas pandangan ini dengan menjelaskan bahwa tanda tidak memiliki makna tetap; makna dibentuk melalui penggunaannya dalam sistem kode dan dalam konteks budaya tertentu. Menurut Fiske, semiotika mencakup tiga ranah utama: tanda itu sendiri, sistem kode tempat tanda tersebut diatur, dan budaya yang memproduksi serta mengandalkan tanda dan kode itu (Fiske, 2011, hal. 39). Tanda hanya bermakna jika diakui oleh pengguna dalam suatu komunitas tertentu, dan maknanya tidak dapat dipisahkan dari ideologi dominan yang mengaturnya. Dalam konteks budaya, kode-kode tersebut tidak bersifat netral, melainkan mencerminkan dan memperkuat kekuasaan simbolik yang bekerja melalui institusi-institusi seperti media massa.

Fiske juga menekankan bahwa proses komunikasi adalah proses negosiasi makna, bukan sekadar transmisi. Artinya, audiens bersifat aktif dalam menafsirkan pesan, sehingga satu tanda bisa dimaknai secara berbeda tergantung pada latar sosial dan budaya penerimanya (Fiske, 2011, hal. 41–44). Dalam hal ini, mitos berperan sebagai alat untuk mempertahankan makna dominan, namun pada saat yang sama juga menjadi arena di mana makna tersebut dapat digugat atau direkonstruksi oleh pembaca yang kritis.

4. Media, Feminisme, dan Kesenjangan Gender

Feminisme merupakan sebuah pandangan ideologi yang memperjuangkan kebebasan perempuan dari segala bentuk penindasan, dominasi, hegemoni, ketidakadilan, dan kekerasan. Ideologi ini menekankan perlunya pengakuan rasional terhadap realitas bahwa kaum perempuan seringkali menghadapi perlakuan yang tidak adil dalam kehidupan sehari-hari (Heroepoetri & Valentani, 2004, hal.8).

Feminisme sendiri merujuk pada aliran atau gerakan emansipasi perempuan yang menuntut kesetaraan hak antara laki-laki dan perempuan. Konsep ini mencerminkan esensi dari gerakan feminisme, yang pada dasarnya merupakan upaya untuk menegakkan kesetaraan hak di antara kedua jenis kelamin. Perjuangan kaum perempuan pada awalnya bertujuan

untuk membangkitkan kesadaran tentang kepemilikan hak-hak fundamental sebagai manusia, dengan tujuan mencapai kebenaran dasar yang berlaku universal, yaitu pengakuan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kedudukan yang setara dan sejajar (Fixmer-Oraiz dan Wood, 2019, hal.55-56). Dengan perspektif ini, feminisme bertujuan untuk memberdayakan kaum perempuan agar mereka menyadari potensi dan kemampuan yang dimiliki, sehingga perempuan tidak lagi dianggap sebagai manusia kelas kedua.

Feminisme mulai berkembang pada awal abad ke-18 dan ke-19, terutama di Amerika dan Inggris, dengan fokus utama pada penderitaan umum dan perlunya hak kontrak hukum dan ekonomi bagi wanita yang diabaikan oleh struktur patriarki. Gerakan feminis pada periode ini berusaha untuk memperluas hak-hak yang telah diakui bagi pria selama Revolusi Prancis, agar juga berlaku bagi wanita. Perkembangan feminisme berlanjut hingga tahun 1947, ketika Perserikatan Bangsa-Bangsa membentuk Komisi Status Wanita, yang kemudian, dua tahun kemudian, menerbitkan Deklarasi Hak Asasi Manusia yang mengakui hak-hak pernikahan dan perlindungan khusus bagi wanita sebagai ibu (Fixmer-Oraiz dan Wood, 2019, hal. 67-68). Selain itu, perkembangan feminis juga terjadi selama Perang Dunia Kedua pada tahun 1960-an dan 1970-an, di mana banyak wanita memperoleh pekerjaan baru yang vital di luar rumah. Di Amerika, wanita mulai mendirikan organisasi yang menekankan pada isu-isu tubuh, menuntut hak atas tubuh mereka sendiri (Bendar, 2019, hal. 28). Ideologi feminis pada masa Perang Dunia Kedua dan periode modern menekankan bahwa perempuan memiliki makna yang independen, tidak ditentukan oleh pandangan laki-laki.

Feminisme dalam konteks teori media merupakan pendekatan yang mencoba menerapkan prinsip-prinsip feminis untuk memahami dan menganalisis proses media. Feminisme media menyoroti beberapa dimensi penting, seperti penggunaan teori feminis sebagai kerangka kerja untuk memahami berbagai aspek media, termasuk pengambilan keputusan,

produksi, distribusi, dan representasi. Selain itu, feminisme media secara khusus menekankan pada isu kekuasaan dalam konteks media, mengidentifikasi siapa yang memiliki kontrol atas media, bagaimana kekuasaan direpresentasikan dalam media, dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Feminisme media juga menyoroti pentingnya gender sebagai pembentuk identitas dan pengalaman individu dalam media dengan mempertimbangkan interseksi gender dengan dimensi lain dari identitas seperti ras, kelas sosial, kemampuan, kebangsaan, dan orientasi seksual. Dengan demikian, feminisme media merupakan pendekatan yang mengakui kompleksitas interaksi antara gender, kekuasaan, dan dimensi identitas lainnya dalam konteks media (Fortner & Fackler, 2014, hal. 78).

Adanya hubungan antara teori media dan feminisme menekankan pentingnya mengkritik peran media dalam pengumpulan, pengembangan, dan penggunaan teori feminisme. Mereka menyoroti bahwa teori feminisme menekankan pengalaman dan perspektif wanita dalam pengembangan teori, serta pentingnya media dalam merepresentasikan wanita dengan lebih baik untuk memperhitungkan pengalaman wanita yang berbeda, termasuk pengalaman diskriminasi dan marginalisasi. Dengan fokus pada peran media, teori feminisme dalam mempertimbangkan berbagai dimensi identitas wanita dalam berbagai konteks kehidupan (Fortner & Fackler, 2014, hal. 91).

Selama ini perempuan adalah salah satu obyek utama dari media, hal ini dapat diamati dari iklan-iklan produk-produk kecantikan maupun acara lain yang mengetengahkan perempuan sebagai obyeknya. Tidak ada yang salah dengan media, namun bagaimana peran media dalam mengedukasi masyarakat adalah suatu hal yang patut dicermati. Melalui media adalah masyarakat mengetahui banyak informasi.

Ketika terjadi kasus tindak pidana yang melibatkan perempuan misalnya, terkadang yang dibahas bukanlah kasusnya secara lebih detail, namun terkadang lebih menonjolkan sisi keperempuannya misalnya lebih dibahas mengenai tersangkanya yang merupakan perempuan yang cantik,

seksi ataupun mengenai pakaian yang sedang digunakan. Hal ini yang terkadang diekspose oleh media dari seorang perempuan yang justru menutupi masalah-masalah krusial yang seharusnya lebih dapat dijadikan edukasi bagi masyarakat. Rach Alia dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI), telah melakukan penelitian tentang bagaimana perempuan digambarkan di sejumlah media nasional (Indo Pos, Kompas, Warta Kota, Republika, Suara Pembaruan, Koran Tempo dan Media Indonesia) periode Juli-Agustus 2010. Hasil penelitian tersebut ditemukan masih banyak berita dengan kategori kekerasan terhadap perempuan yang mendominasi berita dalam 7 koran tersebut.

Menurut Laura Mulvey di dalam "*Visual Pleasure and Narrative Cinema*" (1975) memperkenalkan konsep "*male gaze* / pandangan laki-laki," yang menggambarkan bagaimana perempuan dalam film sering digambarkan sebagai objek kesenangan dan hasrat laki-laki. Pandangan ini memposisikan penonton laki-laki sebagai aktif dan dominan, sementara karakter perempuan pasif dan terobjektifikasi. Mulvey berpendapat bahwa dinamika ini memperkuat ideologi patriarki dan membatasi cara perempuan dapat direpresentasikan di media.

Teori performativitas gender Judith Butler dalam (John Storey 2018 hal.179), yang diutarakan dalam "*Gender Trouble*" (1990), menyatakan bahwa gender bukanlah kualitas bawaan melainkan serangkaian tindakan yang dilakukan yang dibangun secara sosial dan budaya. Perspektif ini menunjukkan bahwa representasi media memainkan peran penting dalam membentuk dan memperkuat norma gender. Dengan menggambarkan perilaku dan peran tertentu sebagai sesuatu yang secara inheren bersifat laki-laki atau perempuan, media melanggengkan pertunjukan ini dan membatasi ekspresi gender individu. Serta pandangan Bell Hooks dalam Shamim & Rafek (2024, hal. 2) yang menganjurkan narasi "kontra-hegemonik" yang menentang ideologi dominan dan menawarkan representasi alternatif. Narasi ini menantang status quo dan menyediakan ruang bagi suara-suara yang terpinggirkan. Dalam konteks media,

representasi kontra-hegemonik dapat menumbangkan peran gender tradisional dan menghadirkan citra yang lebih inklusif dan memberdayakan perempuan dan kelompok-kelompok lain yang kurang terwakili.

Teori media feminis secara kritis meneliti bagaimana media tradisional sering kali memperkuat ketidaksetaraan gender melalui penggambaran perempuan yang stereotip dan reduktif. Kiasan umum meliputi (Shamim & Rafek, 2024, hal. 2-3):

- Gadis yang Sedang dalam Kesulitan: Perempuan sering kali digambarkan sebagai pasif dan membutuhkan pertolongan, memperkuat gagasan tentang kepahlawanan laki-laki dan ketergantungan perempuan.
- Wanita yang Mengerikan: Kiasan ini menggambarkan perempuan sebagai sosok yang menggoda dan berbahaya, sering kali memperkuat stereotip negatif tentang seksualitas dan agensi perempuan.
- Ibu/Istri: Perempuan sering kali dibatasi pada peran domestik, menekankan fungsi mereka sebagai pengasuh dan pendukung protagonis laki-laki. Representasi ini tidak hanya mencerminkan tetapi juga melestarikan norma-norma sosial yang membatasi kesempatan perempuan dan memperkuat struktur patriarki.

5. Teknik Sinematografi

Sinematografi merupakan elemen penting dalam proses pembuatan film, serial, sinetron, dan berbagai karya film lainnya. Sinematografi mengacu pada ilmu dan teknik pengambilan gambar, yang nantinya akan digabungkan menjadi kumpulan gambar dengan nilai atau gagasan tertentu. Joseph, sebagaimana dikutip oleh Irawan dan Humaini (2016, hal. 16), menyatakan bahwa ada aspek-aspek penting dalam sinematografi, terutama dalam teknik pengambilan gambar, untuk menghasilkan gambar yang memiliki nilai sinematik yang lebih tinggi, yaitu:

a. Komposisi

Komposisi dalam sinematografi bertujuan untuk mendukung alur cerita, dengan cara mengatur penempatan objek dalam satu

bingkai (frame). Fungsi utama komposisi adalah menonjolkan objek yang ditampilkan sehingga menjadi titik fokus dalam frame.

b. Sudut

Sudut pandang kamera, atau angle camera, adalah aspek yang dirancang untuk menentukan perspektif penonton, secara tidak langsung bertindak sebagai mata penonton ketika menyaksikan film. Ada beberapa jenis sudut pandang kamera, yaitu:

1. Sudut Pandang Kamera Objektif, yaitu sudut pandang di mana penonton tidak terlibat langsung dalam Adegan film, melainkan hanya sebagai penonton yang mengamati apa yang terjadi di layar.

2. Sudut Pandang Kamera Subjektif, sudut pandang ini berlawanan dengan sudut pandang kamera objektif karena kamera lebih melibatkan penonton, memungkinkan adanya interaksi antara karakter dalam film dengan penonton.

3. Sudut Pandang Kamera *Point Of View*, merupakan gabungan antara sudut pandang kamera subjektif dan objektif. Sudut pandang ini dianggap istimewa karena penonton dapat melihat situasi dari sudut pandang karakter dalam film, sehingga mereka bisa merasakan apa yang sedang dialami oleh karakter tersebut.

Ketiga jenis sudut pandang ini merupakan teknik dasar dalam sinematografi. Menurut Pratista (2008, hal. 106), ada beberapa detail sudut pandang yang bisa memberikan pengaruh lebih besar dalam film dengan cara menangkap objek tertentu, yaitu sebagai berikut:

1. *High Angle*, yaitu teknik pengambilan gambar di mana posisi kamera berada di atas objek. Fungsinya adalah untuk membuat objek terlihat lebih kecil dan kurang dominan dibandingkan dengan objek lainnya.

2. *Low Angle*, yaitu posisi kamera berada di bawah objek. Teknik ini membuat objek tampak lebih besar dan terkesan superior.

3. *Eye Angle*, adalah penggunaan kamera dengan sudut pandang yang sejajar dengan mata objek. Ini memberikan kesan netral atau setara dengan hanya memperlihatkan apa yang dilihat dari sudut pandang mata manusia.
4. *Bird Eye Angle*, adalah sudut pandang yang tidak menonjolkan objek tertentu, melainkan menampilkan latar dari ketinggian. Posisi kamera lebih tinggi daripada high angle, memberikan pandangan luas dan menyeluruh, mirip dengan perspektif burung yang terbang di atas.

Jarak dalam sinematografi mengacu pada jarak antara kamera dan objek dalam satu frame. Jarak ini relatif, tetapi tolak ukur yang digunakan adalah objek dalam frame, biasanya diukur berdasarkan skala manusia karena objek dalam film umumnya adalah manusia. Menurut Pratista (2008, hal. 104), aspek jarak dalam teknik sinematografi terbagi menjadi 7 kategori, yaitu:

1. *Extreme Long Shot*, di mana kamera diposisikan paling jauh dari objek. Teknik ini digunakan untuk menangkap gambar dari lokasi, suasana, atau latar dalam film. Objek cenderung tidak dominan dan kurang terlihat dibandingkan dengan latarnya.
2. *Long Shot*, di mana kamera masih berada jauh dari objek, tetapi fisik objek terlihat dengan lebih jelas, meskipun latar masih mendominasi. Teknik ini sering digunakan sebagai transisi menuju bidikan yang lebih dekat.
3. *Medium Long Shot*, yang menyeimbangkan objek dan latar, tanpa adanya dominasi dari keduanya. Teknik ini menampilkan manusia dalam skala dari lutut hingga kepala.
4. *Medium Shot/ Full Shot*, juga dikenal sebagai *Full Shot*, di mana kamera mendekat, menampilkan objek lebih dekat, biasanya manusia. Teknik ini menampilkan manusia dari kepala hingga

pinggang, dengan ekspresi karakter yang mulai terlihat dan objek menjadi lebih dominan.

5. *Medium Close Up*, di mana kamera semakin dekat dengan objek, sehingga objek menjadi lebih dominan dalam frame. Teknik ini biasanya digunakan dalam Adegan dialog biasa, di mana ekspresi wajah karakter lebih jelas terlihat. *Medium Close-Up* menampilkan manusia dari dada hingga kepala.
6. *Close Up*, adalah teknik yang fokus pada detail dalam Adegan film. Biasanya digunakan untuk menampilkan objek spesifik seperti wajah, tangan, atau kaki. Teknik ini sering digunakan dalam Adegan percakapan yang lebih intim dan terfokus, menekankan ekspresi tertentu dari karakter.
7. *Extreme Close Up*, digunakan untuk menciptakan kesan dramatis dalam Adegan, terutama saat dialog atau monolog karakter. Bagian yang diambil biasanya adalah mata, hidung, bibir, atau detail lain yang mendukung suasana dalam Adegan tertentu.

Aspek-aspek yang disebutkan di atas adalah elemen krusial dalam penerapan teknik sinematografi. Dengan aspek-aspek ini, sebuah film bisa memberikan kesan yang lebih sinematik, dramatis, dan hidup. Aspek sinematografi dalam konsep semiotika secara sederhana dapat menggambarkan hubungan antara penanda dan petanda dalam proses pengambilan gambar (*shot*) dan penempatan kamera dalam film (Hadiati, 2006 dalam Nugraini, 2021, hal. 48). Berikut adalah tabel yang menunjukkan hubungan antara penanda dan petanda tersebut.

Tabel 1. 2 Hubungan Penanda dan Petanda Shot pada Film

Penanda (shot)	Definisi	Petanda
<i>Close Up</i>	Wajah	Intim
<i>Medium Shot</i>	Mendekati Seluruh Wajah	Relasi Personal
<i>Long Shot</i>	Karakter dan <i>Setting</i>	Publik, Lingkup, Konteks
<i>Full Shot</i>	Keseluruhan Tubuh	Relasi Sosial

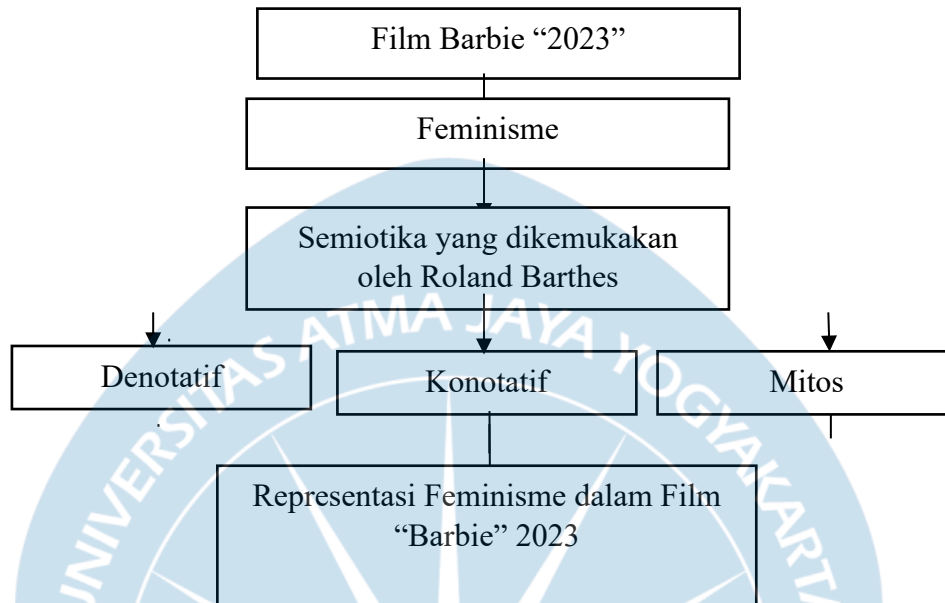
Sumber: Nugraini 2021, dengan sedikit modifikasi peneliti

Tabel 1. 3 Hubungan Penanda dan Petanda Camera Angle pada Film

Penanda	Definisi	Petanda
<i>High Level</i>	Kamera diletakkan lebih tinggi dari tokoh pada film.	Kelemahan, Inferior, Intimidasi
<i>Eye Level</i>	Kamera diletakkan setara dengan mata tokoh pada film	Keseimbangan
<i>Low Level</i>	Kamera diletakkan lebih rendah dari tokoh pada film	Superior, Dominasi, Kekuatan
<i>Dolly in</i>	Kamera bergerak ke dalam	Observasi, Memfokuskan
<i>Wipe</i>	Gambar terhapus dari layar atau <i>frame</i>	Kesimpulan
<i>Cut</i>	Perpindahan dari satu gambar ke gambar yang lain	Hubungan, Kesenambungan
<i>Fade in / Fade out</i>	Gambar atau <i>frame</i> akan dimulai / diakhiri dengan layar kosong	Awal, Tutup

Sumber: Nugraini 2021, dengan sedikit modifikasi peneliti

F. Kerangka Konsep



Bagan 1. 1 Teknik Analisis Semiotika pada Film "Barbie" (2023)

Sumber: Olahan Peneliti.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis teori semiotika Roland Barthes. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Menurut Creswell (2013, hal. 36), paradigma konstruktivis berfokus pada pengalaman subjektif individu dan konstruksi sosial atas realitas. Paradigma ini sering diterapkan dalam penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana makna diciptakan melalui interaksi, bahasa, dan narasi budaya.

Penelitian kualitatif berfokus pada makna dan interpretasi. Pendekatan ini menghasilkan data yang bersifat deskriptif, diperoleh melalui observasi subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan melaporkan fenomena atau peristiwa secara faktual, tanpa penambahan atau modifikasi. Data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu data yang berupa kata-

kata dan kalimat. Semua data yang dikumpulkan akan disajikan dan diolah dalam bentuk narasi, bukan dalam bentuk statistik (Creswell 2014).

2. Metode Penelitian

Metode Penelitian menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan semiotika model Roland Barthes untuk mengkaji film "*Barbie*" (2023). Semiotika model Roland Barthes menganalisis makna tanda melalui dua tahap pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi. Tahap *pertama*, denotasi, menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda secara eksplisit dan pasti. Ini adalah tingkat makna konvensional, di mana tanda-tanda disepakati secara sosial oleh masyarakat. Tahap *kedua*, konotasi, menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda secara tidak langsung dan tidak pasti, menghasilkan makna yang lebih kompleks. Tahap ini biasanya terkait dengan aspek psikologis seperti perasaan dan emosi (Piliang, 2004).

3. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tokoh-tokoh pemeran di film asal Amerika Serikat berjudul "*Barbie* (2023)" yang rilis pada 19 Juli 2023 dan ditayangkan di beberapa bioskop besar di Indonesia seperti XXI dan CGV. Kemudian, dalam pengambilan data, peneliti menggunakan web streaming seperti Max.com dan Hulu.com untuk pengolahan data lebih lanjutnya.

4. Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan dua sumber data, yakni:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015, hal.137) data primer adalah sumber data yang memberikan informasi langsung kepada peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang digunakan adalah cuplikan adegan atau beberapa *sceneyang* diteliti dalam film "*Barbie*" (2023).

b. Data Sekunder

Bagi Sugiyono (2015, hal.137) data sekunder adalah suatu data yang secara tidak langsung memberikan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian,

dimana dalam penelitian ini nantinya sumber data sekunder akan berasal dari buku, jurnal, media internet terkait dengan teori yang relevan dengan penelitian.

5. Unit Analisis

Unit analisis data adalah komponen penting dalam penelitian yang menunjukkan elemen-elemen yang relevan dengan masalah yang diteliti. Fungsinya adalah membantu peneliti menangkap peristiwa atau fenomena secara valid dari data yang mewakili rumusan masalah penelitian, sehingga data tersebut dapat memberikan jawaban yang logis dan valid untuk pertanyaan penelitian (Yin, 2003, hal. 30).

Peneliti akan memilih beberapa adegan atau potongan adegan terkait feminisme untuk dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian. Adegan-adegan ini harus memenuhi kriteria tertentu berdasarkan representasi feminisme, dengan fokus pada adegan yang menampilkan karakter-karakter *Barbie*. Kriteria adegan yang akan dianalisis dan sesuai dengan fokus penelitian yaitu adegan yang memperlihatkan dominasi *frame* karakter protagonis yakni *Barbie*.

Karakter *Barbie* serta karakter perempuan lainnya memperlihatkan bentuk dari feminisme terkhusus pada isu kesetaraan gender. Isu kesetaraan gender tersebut akan diidentifikasi berdasarkan dialog atau monolog, perilaku, sikap, ekspresi, gestur, mimik, serta beberapa faktor eksternal maupun internal lainnya yang mempengaruhi penggambaran karakter-karakter perempuan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi menonton film *Barbie* (2023) dengan mencatat adegan yang penting dan relevan dengan permasalahan penelitian, mengumpulkan tinjauan pustaka, dan dokumentasi lain yang mendukung seperti tulisan terkait film *Barbie* di berbagai media.

Data primer untuk penelitian ini diperoleh langsung melalui menonton dan memahami konten atau narasi dari film "*Barbie* (2023)" yang diunduh melalui internet. Adegan yang diambil oleh peneliti berjumlah 6 adegan. *Pertama*, adegan 1 yaitu *Barbie* bangun tidur bersiap untuk memulai harinya pada menit ke 03:56. Adegan ini dipilih karena *Barbie* digambarkan sebagai "Wanita Sempurna" yaitu

memiliki kebebasan dan tidak terkekang dalam peran tradisional, seperti mengurus urusan rumah tangga dan lain sebagainya. *Kedua*, adegan 2 yaitu Revolusi *Barbie* pada menit ke 03:05. Adegan ini dipilih karena menunjukkan keberagaman profesi seorang perempuan yang terus berevolusi. Adegan ini menarik peneliti karena memunculkan isu kesetaraan gender bahwa tidak hanya laki-laki saja yang dapat berkarir dan mengejar impian mereka tetapi perempuan juga. *Ketiga*, adegan 3 yaitu adegan *Barbie* mengadakan pidato dengan para *Barbie* lainnya pada menit ke 07:17. Peneliti memilih adegan ini karena memunculkan kepemimpinan dari seorang perempuan, yang dimana mematahkan pandangan patriarki bahwa seorang perempuan juga dapat menjadi seorang pemimpin. *Keempat*, adegan 4 yaitu adegan sekelompok pria berjas mengabaikan wanita yang ingin bergabung ke dalam percakapan pada menit ke 31:10. Terdapat dominasi pria dan masalah ketimpangan gender berupa ketidaksetaraan di tempat kerja seperti pengabaian dan penolakan. *Kelima*, adegan 5 yaitu adegan *Barbie* berkumpul untuk memberitahukan bahwa kaki yang dimilikinya rata. Pemilihan adegan ini dikarenakan fokus kepada peran perempuan dalam masyarakat patriarki. *Keenam*, adegan *Weird Barbie* memberikan dua pilihan sepatu kepada *Barbie* pada menit ke 22:21. Pemilihan adegan ini menggambarkan sosok yang menentang perempuan dalam masyarakat patriarki untuk mendorong eksplorasi dan penemuan diri.

Selain itu, data sekunder diambil dari berbagai sumber lain yang relevan dengan topik penelitian (Kriyantono, 2006, hal. 128-129).

7. Teknik Analisis Data

Menurut Pramudika (2015, hal. 44), teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah data sehingga menjadi informasi yang lebih mudah dipahami dan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan, terutama masalah yang ada dalam sebuah penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dalam dua tahap, yaitu:

a. Denotatif

Setiap objek penelitian sesuai dengan yang ada dalam film "*Barbie*" (2023). Film "*Barbie*", dengan durasi 1 jam 54 menit, akan dibagi menjadi beberapa adegan

berbeda. Peneliti kemudian akan melakukan analisis makna denotatif pada setiap gambar dalam *scene* tersebut.

b. Konotatif

Tataran konotatif menggambarkan proses makna konotatif yang dapat ditemukan peneliti dalam setiap gambar yang sesuai dengan alur cerita dalam film "*Barbie*" (2023). Peneliti akan mendeskripsikan representasi isu feminisme, yaitu kesetaraan gender dalam film tersebut. Proses pemaknaan pada setiap gambar akan dikombinasikan dengan berbagai perspektif, gerak tubuh, dan elemen lainnya.

Teknik analisis data lainnya juga menggunakan teknik penggunaan sudut kamera, bidikan, dan pembingkai di setiap adegan untuk memahami bagaimana teknik-teknik ini berkontribusi pada representasi kesetaraan gender. Ini meliputi:

- Sudut Kamera: Menganalisis dampak sudut objektif dan subjektif pada persepsi penonton.
- Jenis Bidikan: Mengevaluasi penggunaan jarak bidikan yang berbeda (misalnya, bidikan jarak jauh, bidikan jarak sedang, bidikan jarak dekat) dan perannya dalam menekankan atau mengecilkan dinamika gender.
- Pembingkai dan Komposisi: Menyelidiki bagaimana susunan elemen dalam bingkai memengaruhi penggambaran karakter dan interaksinya.