

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri hiburan Indonesia beberapa tahun terakhir ini telah mengalami pertumbuhan. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan ini adalah sektor game. Industri game menduduki posisi kedua dalam bidang ekonomi kreatif dengan menghasilkan Rp 31,25 triliun tahun 2021 lalu (Aprilia, 2023). Melanjutkan tulisannya (Aprilia, 2023), menurut Iman Santoso, Direktur Aplikasi, Permainan, Televisi, dan Radio Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyebutkan bahwa jumlah pemain di Indonesia mencapai 174,1 juta orang dengan nilai industri game mencapai Rp 25 triliun. Pemerintah juga telah mendukung pertumbuhan industri game di dalam negeri dengan dikeluarkannya Perpres No.19 Tahun 2024 terkait Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional (Indonesia.go.id, 2024). Game tidak lagi hanya menjadi media hiburan belaka, lebih jauh, game telah berkembang sebagai media untuk menyampaikan budaya, nilai, ideologi dan konstruksi sosial tertentu.

Dalam konteks industri kreatif ini, media promosi seperti trailer menjadi salah satu alat yang penting untuk dapat mengkomunikasikan nilai jual dari produk kreatif yang telah dibuat. Trailer berfungsi sebagai bentuk komunikasi singkat untuk menyampaikan sebuah karya, dengan tujuan untuk mempromosikan dan menarik perhatian audiens. (Lovato, 2017) trailer game menunjukkan kepada audiens isi game tersebut melalui konten audio visual dan memiliki kekuatan untuk

mendorong emosi dan minat audiens tersebut untuk memainkannya. Trailer menjadi salah satu produk dari pemasaran yang termasuk dalam periklanan, trailer tersebut didistribusikan melalui media massa agar menjangkau pasar yang lebih luas, platform media massa tersebut salah satunya adalah media Youtube. Menurut datareportal, pada bulan April 2023 Youtube memiliki pengguna sebanyak 2,527 milyar dengan pengiklan yang dapat menjangkau 35 juta pengguna internet. Indonesia menjadi peringkat ke-empat pengguna Youtube dengan 139 juta pengguna aktif dan jangkauan iklan mencapai 50,2% dari total populasi.



Gambar 1.1 Data pengguna Youtube global
 Sumber: Datareportal.com



Gambar 1.2 Data pengguna Youtube di Indonesia
 Sumber: Datareportal.com

Namun, dalam banyak karya kreatif untuk media massa sering kali penggambaran perempuan ditampilkan dalam peran yang rentan atau terpinggirkan. Dalam budaya populer, perempuan sering direpresentasikan sebagai korban yang tidak berdaya, lemah, pasif dan rentan terhadap kekerasan. Representasi ini terlihat dalam berbagai format, termasuk film, iklan, hingga trailer. Dalam konteks trailer game, elemen-elemen visual seperti kostum, pencahayaan, dan penggambaran karakter menjadi medium yang efektif untuk menyampaikan konstruksi gender. Perempuan dalam iklan sering ditampilkan dalam peran yang pasif, hanya berkegiatan di rumah, menjadi objek yang tidak berdaya dan sebagai objek seksual (Santonicolo, *et al*, 2023). Stereotip terkait perempuan seperti ini sering kali dipengaruhi oleh sistem patriarki yang mendominasi budaya populer seperti film dan game. Dalam hal ini, penggambaran perempuan dalam media seperti trailer game dapat dipahami sebagai hasil dari konstruksi sosial yang terus-menerus diperkuat melalui norma-norma budaya dan praktik media (Wahyuni, 2024). Penggambaran seperti ini disebut realitas sosial, yang merupakan hasil dari konstruksi sosial. Konstruksi sosial menurut Berger dan Luckmann menganggap realitas tidak hanya diterima begitu saja, tetapi diciptakan melalui proses dialektis antara individu dan masyarakat, proses dialektis tersebut memiliki tiga tahapan berawal dari eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi (Agustiani, 2024).

Dalam kasus Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer, narasi dan visual yang ditampilkan memberikan ruang untuk dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana tanda-tanda mengkonstruksi perempuan. Trailer ini menghadirkan tanda-tanda yang disusun sedemikian rupa sehingga menghasilkan trailer yang penuh makna. Dengan pendekatan semiotik, analisis terhadap trailer

dapat mengungkap bagaimana tanda-tanda digunakan untuk mengkonstruksi perempuan, sehingga dapat diambil pemaknaan dari konstruksi tanda-tanda tentang perempuan tersebut. (Wirianto, 2016, hal. 27) berpendapat, penonton hanya mengetahui makna secara menyeluruh, tetapi ketika dianalisis, di dalamnya banyak sekali makna denotasi, konotasi dan mitos. Maka, untuk lebih memahami tentang bagaimana perempuan dikonstruksi dalam trailer, kajian semiotik milik Roland Barthes menjadi alat analisis yang relevan.

Roland Barthes mengembangkan teori yang sangat berpengaruh dalam memahami makna tanda dan simbol dalam budaya, terutama dalam kaitannya dengan media populer seperti film dan game. (Sobur, 2015) disebutkan bahwa sistem pemaknaan menurut pendapat Roland Barthes terbagi menjadi 2 yaitu, makna denotasi kemudian makna konotasi. Denotasi merupakan makna secara gamblang atau eksplisit, makna konotasi adalah makna secara tidak langsung yang di dalamnya kemudian ada mitos, yaitu makna dari kehidupan budaya yang menjadi faktor utama terciptanya mitos tersebut (Kartini, 2023).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan melihat bagaimana perkembangan media hiburan terutama game di Indonesia. Terhususnya dalam penelitian ini, Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer. Penelitian ini menjadi penting karena meskipun trailer game sering kali dianggap hanya sebagai alat promosi, namun sebenarnya memiliki potensi besar untuk dapat mempengaruhi persepsi publik. Sebagai bagian dari budaya populer, trailer game menjadi medium penting untuk merefleksikan maupun membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu-isu gender. Pola, dkk. (2023, hal. 73) menyatakan bahwa

budaya patriarki mengakar pada pola pikir dan norma-norma yang dapat menghasilkan ketidaksetaraan gender, perempuan sering dianggap lemah, kurang berpengaruh, dan hanya bertugas pada peran-peran domestik (kerumahtanggaan). Media populer, termasuk trailer game, sering kali menjadi tempat di mana perubahan dan resistensi terhadap nilai-nilai tradisional ini terjadi. Sehingga penelitian dengan judul “Konstruksi Tanda-tanda tentang Perempuan Dalam Trailer Game pada Media Youtube (Analisis Semiotik Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer) ini perlu dilakukan untuk melihat bagaimana konstruksi tanda-tanda tentang perempuan ditampilkan dalam trailer game Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari uraian latar belakang penelitian ini adalah, “Bagaimana konstruksi tanda-tanda tentang perempuan ditampilkan dalam Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengungkap makna dari konstruksi tanda-tanda tentang perempuan yang ditampilkan dalam *Agni: Village of Calamity - TLGA 2024 Trailer*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Harapannya, penelitian ini dapat berkontribusi dalam kajian teori semiotik dalam studi komunikasi, khususnya analisis menggunakan semiotik model Roland Barthes. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi penting bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik dengan studi media, gender, dan analisis semiotik, terutama dalam konteks budaya populer dan industri kreatif di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pemasar dan pengembang game atau film dalam merancang strategi promosi yang lebih inklusif, dengan mempertimbangkan representasi gender yang adil dan realistis. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu audiens untuk memahami bagaimana media populer menggambarkan sosok perempuan sehingga audien bisa memiliki pandangan yang lebih luas terkait bagaimana perempuan ditampilkan dalam media populer.