

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Pada konteks penelitian terdahulu atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti terdahulu telah menyelidiki representasi maskulinitas dalam berbagai konteks, termasuk film, iklan produk perawatan pribadi, dan media lainnya. Ringkasan studi-studi ini disajikan di bawah ini.

Velda Ardia Murdiana menerbitkan **“REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN YAMAHA CBU DAN YAMAHA YZF R15”** pada tahun 2015. Menggunakan pendekatan semiotik Roland Barthes untuk menyelidiki bagaimana maskulinitas digambarkan dalam iklan sepeda motor Yamaha. Penelitian ini menemukan bahwa representasi maskulinitas pada kedua iklan tersebut berbeda, yaitu maskulinitas metroseksual pada iklan Yamaha CBU dan maskulinitas macho pada iklan Yamaha YZF R15.

Penelitian kedua oleh Luthfia Aziza Muttaqin, **“Representasi Maskulinitas dalam Program Tayangan Entertainment News Net.TV”**, pada tahun 2022. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam mengenai representasi maskulinitas yang terdapat di rubrik rupa majalah Men’s Health Indonesia. Hasilnya ditemukan bahwa majalah Men’s Health Indonesia mereproduksi gagasan ideologi masyarakat kapitalis, dimana pria abad 21 menjadi sasaran konsumen yang potensial. Majalah ini merupakan media yang efektif untuk mendorong pria agar membeli produk fashion berlabel internasional yang terpampang secara eksplisit. Pada penelitian

ketiga yang dilakukan pada tahun 2021 bertajuk **“REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM VIDEO KLIP (ANALISIS SEMIOTIK PADA ONE DIRECTION )”** karya Hanna Octavia penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai maskulinitas dari grup band luar negeri bernama “One Direction” dengan lima personel yang terdapat di dalamnya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa personel “One Direction” memiliki sisi maskulinitas metroseksual.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti M. Daffa Akbar Juliantoro yaitu dari objek penelitiannya, yaitu “Film” Jakarta Vs Everybody khususnya konteks Mitos maskulinitas yang terdapat pada tokoh utama yaitu Dominik. Berdasarkan dari penelitian atau serangkaian analisis makna denotasi dan konotasi tentang “Mitos Maskulinitas

Tokoh Utama Dalam Film Jakarta Vs Everybody” peneliti menyimpulkan bahwa film "Jakarta Vs Everybody" secara efektif menggambarkan cita-cita yang terkait dengan maskulinitas sebelum 1980, 1980an, dan juga 7 teori konsep maskulinitas tradisional dari Janet Saltzman.

**Tabel 2. 1**

(sumber : diolah oleh peneliti)

No	Judul	Tujuan	Metode	Temuan	Perbedaan
1	<b>“REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN YAMAHA CBU DAN YAMAHA YZF R15”</b>	Ingin mengetahui secara mendalam bagaimana tanda atau signs representasi maskulinitas digambarkan dalam iklan motor Yamaha.	Semiotik dari Roland Barthes	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas direpresentasikan secara berbeda dalam kedua iklan tersebut: maskulinitas metroseksual dalam iklan Yamaha CBU dan maskulinitas macho dalam iklan Yamaha YZF R15.	Objek penelitian
2	<b>“Representasi Maskulinitas dalam Program Tayangan Entertainment News Net.TV”</b>	untuk mengkaji lebih dalam mengenai representasi maskulinitas yang terdapat di rubrik rupa majalah Men’s Health Indonesia..	Semiotik dari Roland Barthes	Hasilnya ditemukan bahwa majalah Men’s Health Indonesia mereproduksi gagasan ideologi masyarakat kapitalis, dimana pria	Objek penelitian

				<p>abad 21 menjadi sasaran konsumen yang potensial. Majalah ini merupakan media yang efektif untuk mendorong pria agar membeli produk fashion berlabel internasional yang terpampang secara eksplisit Pada penelitian</p>	
3	<p><b>REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM VIDEO KLIP ( ANALISIS SEMIOTIK PADA ONE DIRECTION )</b></p>	<p>untuk menjelaskan mengenai maskulinitas dari grub band luar negeri bernama “One Direction”</p>	<p>Semiotik dari Roland Barthes</p>	<p>menunjukkan bahwa personel “One Direction” memiliki sisi maskulinitas metroseksual.</p>	<p>Objek penelitian</p>

## **2.2. Pengertian - Pengertian Terkait Konsep Dasar Yang Diteliti**

### **2.2.1. Semiotika**

Ilmu yang mempelajari tentang tanda disebut semiotika. Semiotika adalah studi tentang struktur, norma, dan konvensi yang memungkinkan adanya sinyal. Studi semiotik beroperasi dengan asumsi bahwa proses sosial dalam masyarakat dan budaya adalah tanda. Itu bermakna. Paradigma kritis dan paradigma konstruktif menjadi landasan penelitian semiotika. Berdasarkan etimologinya, semiotika berasal dari istilah Yunani simeon yang berarti “tanda”. Secara terminologis, semiotika adalah ilmu yang mempelajari berbagai benda, peristiwa lengkap, dan kebudayaan sebagai tanda. Semiotika adalah “ilmu tentang tanda (signs) dan segala sesuatu yang berkaitan selanjutnya: bagaimana fungsinya, keseluruhannya dengan kata lain penyampaian dan penerimaan oleh mereka yang menggunakannya,” menurut Van Zoest (dalam Sobur, 2001, p. 96)

Semiotika, singkatnya, adalah ilmu atau pendekatan analitis yang mempelajari sinyal, menurut Sobur (2003, p. 15). Instrumen yang kita gunakan untuk mencoba melewati dunia ini, di antara manusia, dan dengan manusia, adalah tanda-tanda di sini. Semiotika, juga dikenal sebagai semiologi menurut Barth, pada dasarnya adalah studi tentang pola penggunaan manusia. Secara bersamaan, Lechtenberg menegaskan (dalam Sobur, 2003, p. 16) bahwa semiotika adalah studi tentang penandaan dan tanda.

### **2.2.2. Film**

Film adalah suatu bentuk komunikasi massa elektronik audiovisual yang mampu menampilkan kata-kata, suara, gambar, dan kombinasinya. Film merupakan salah satu bentuk komunikasi modern yang keduanya muncul (Sobur, 2004, 126). Film berfungsi sebagai media baru untuk mendistribusikan hiburan yang sebelumnya biasa saja kepada masyarakat umum, serta cerita, peristiwa, musik, drama, komedi, dan pertunjukan teknis lainnya (McQuail, 2003, p. 13). Prof Effendy juga menyatakan bahwa film merupakan alat komunikasi massa yang sangat efektif tidak hanya untuk hiburan tetapi juga informasi dan pendidikan (Effendy, 2003, Hal. 209). Film mempunyai dampak terhadap masyarakat dalam berbagai cara, termasuk efek psikologis dan sosial.

Ada beberapa faktor yang dapat digunakan untuk mengkategorikan film secara umum. Pertama, film ini menonjol dari segi media, khususnya layar besar dan kecil. Kedua, ada film bergenre yaitu film nonfiksi dan fiksi. Dokumenter, dokumentasi, dan film untuk tujuan ilmiah

adalah tiga jenis buku informasi. Film fiksi selanjutnya diklasifikasikan menjadi dua jenis: eksperimental dan genre. (JB Kristanto, 2007, hal.6)

### 2.2.3. Genre-Genre Film

Seiring berjalannya waktu, film berkembang dalam berbagai genre, antara lain horor, komedi, romansa, petualangan, religi, keluarga, dan masih banyak lagi lainnya. Selain itu, perkembangan cerita dalam film juga mengalami peningkatan dan menjadi lebih menarik. Film dapat dibedakan berdasarkan alur cerita, narasi, dan tindakan para tokohnya. Hasilnya, film hadir dalam banyak genre dan variasi, antara lain:

- A. Animasi adalah jenis film yang menggunakan gambar yang dihasilkan komputer untuk menceritakan sebuah cerita, seperti binatang yang berbicara. Pembuatan film memerlukan pembuatan gambar bingkai demi bingkai (*frame by frame*), seringkali dengan bantuan komputer.
- B. Film sejarah adalah film yang menceritakan peristiwa sejarah atau pembangunan suatu struktur tertentu, seperti "Oppenheimer"
- C. Film perang merupakan film yang sering menampilkan adegan-adegan emosional sekaligus menceritakan kisah perjuangan dan pengorbanan dalam situasi perang, seringkali dalam konteks perjuangan suatu bangsa.
- D. Komedi adalah salah satu jenis film yang menggunakan humor atau lelucon untuk menyampaikan pesan, biasanya dengan tujuan membuat penontonnya tertawa.
- E. Film futuristik adalah jenis film yang menggambarkan kisah-kisah masa depan, seringkali dengan tujuan memberikan inspirasi kepada penonton untuk mencapai kesuksesan di dunia.
- F. Film anak adalah jenis film yang mengisahkan kehidupan anak-anak, seringkali dengan unsur humor atau kelucuan.
- G. Film Kartun adalah jenis film yang menggunakan animasi untuk menggambar tokoh-tokohnya. Film ini sering mengisahkan petualangan seorang pahlawan, seperti dalam film "Kungfu Panda"
- H. Film Petualangan adalah jenis film yang mengisahkan tentang pertarungan untuk meraih kemenangan atau perjalanan menuju tujuan tertentu, seperti yang terlihat dalam film "Sherina's Adventure"
- I. Film Seks atau porno adalah jenis film yang menampilkan unsur erotis atau keintiman seksual.

- J. Film Romantis adalah jenis film yang menceritakan kisah cinta atau asmara antara seorang pria dan wanita. Kisah film ini bisa fokus pada aspek positif atau negatif dari sebuah hubungan romantis, seperti yang terlihat dalam film "Dilan 1990".
- K. Film misteri/horor adalah salah satu jenis film yang sering menampilkan makhluk halus atau unsur supranatural yang hidup berdampingan dengan manusia. Film-film ini seringkali menggunakan musik untuk menciptakan ketegangan dan menciptakan suasana seram. Selain itu, film misteri/horor dapat menyelidiki fenomena supranatural yang membangkitkan rasa ingin tahu, heran, dan ketakutan.
- L. Film aksi merupakan salah satu genre film aksi yang sering menampilkan adegan aksi seperti kejar-kejaran mobil, baku tembak, dan partisipasi stuntmen. Kisah-kisah film aksi ini seringkali melibatkan konflik antara kebaikan dan kejahatan, seperti dalam film "Die Hard", di mana sekelompok gerakan radikalisme atau terorisme mengambil alih sebuah gedung dan mengancam akan menyalpkan nyawa siapa pun yang mencoba memasukinya. Seorang pahlawan muncul untuk menyelamatkan semua orang dan menjadi pahlawan.
- M. Film dokumenter merupakan satu dari sekian genre atau jenis film yang berfokus pada peristiwa atau kejadian nyata. Film dokumenter tidak hanya menyajikan berita dan informasi nyata tetapi juga dapat mengangkat topik-topik yang mendalam dan kompleks.
- N. Drama keluarga adalah film yang ditujukan untuk ditonton oleh semua usia. Dengan penyajian yang menarik dan tidak membosankan, film ini kerap mengangkat nilai-nilai edukasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

#### **2.2.4. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menjangkau banyak orang. Kebanyakan orang menganggap media massa sebagai sumber utama hiburan. Misalnya, mereka mungkin menonton televisi untuk menonton acara favoritnya, seperti sinetron, pertandingan sepak bola, atau bahkan penampilan penyanyi. Musik diputar di radio. Saat ini, media massa hadir dalam berbagai bentuk dan ukuran, beragam, serta menawarkan berbagai informasi dan hiburan. Media telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita, dan dapat ditemukan di mana saja, termasuk di desa-desa terpencil. 233 (Rubani, Psikologi Komunikasi). Media massa adalah jenis komunikasi yang berbeda dari metode komunikasi tradisional dalam beberapa hal utama.

Hal ini berarti menjangkau khalayak yang relatif besar, beragam, dan anonim. Pesan disiarkan ke banyak orang sekaligus. Komunikasi massa juga biasanya singkat dan cepat, dan komunikator sering kali bekerja dalam organisasi yang kompleks dengan biaya yang besar. (Elvinaro Ardianto dkk., 2014:4)

### **2.2.5. Macam-Macam Media Massa**

Menurut Cangara (2010:74), klasifikasi media massa mempunyai tiga kategori berbeda. Topik pembahasannya yaitu :

1. media cetak

Kemunculan media ini bisa ditelusuri kembali ke tahun 1920. Pada masa itu, pemanfaatan media massa oleh pemerintah terutama ditujukan untuk mengindoktrinasi masyarakat, dengan tujuan mengarahkan masyarakat pembaca menuju tujuan tertentu. Konsep hipotesis jarum suntik dalam teori komunikasi sering dibahas dalam kaitannya dengan komunikasi massa. Saat ini, terdapat kebebasan jurnalistik yang cukup tinggi, termasuk memasukkan masukan dari audiens sebagai aspek yang menonjol.

2. Media elektronik

mengacu pada sarana komunikasi yang memanfaatkan perangkat dan teknologi elektronik. Ini mencakup berbagai bentuk media seperti televisi, radio, dan internet. Platform ini mengizinkan Menyusul era media cetak, bentuk awal media elektronik yang muncul adalah radio. Sebagai alat komunikasi yang menyampaikan pesan melalui rangsangan pendengaran. Pemanfaatan siaran langsung secara signifikan meningkatkan kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman pesan radio. Pada masa penyebaran, penyebaran berita sangat difasilitasi dengan pemanfaatan media massa radio yang berperan penting dalam memberikan informasi tentang Proklamasi Kemerdekaan. Selanjutnya, terjadi pengembangan model televisi canggih yang mampu menayangkan konten visual. Khususnya media massa audio visual.

3. Media internet

mengacu pada berbagai bentuk konten media yang disebarluaskan dan diakses melalui internet. Ini mencakup berbagai media, termasuk namun tidak terbatas pada situs web Raksasa mesin pencari, Google, yang mendapatkan popularitas signifikan di abad ke-21, didirikan pada tahun 1997. Media internet mempunyai potensi melampaui kemampuan baik media cetak maupun media elektronik. Konvergensi media dan internet memungkinkan terjadinya potensi pengaksesan jaringan online melalui website. Jumlah yang signifikan Manfaat komparatif media massa internet dalam

kaitannya dengan platform media alternatif. Meskipun demikian, ketersediaan konektivitas internet yang tidak terbatas dapat menimbulkan risiko bagi individu yang kurang memahami potensi bahayanya. Misalnya saja aktivitas penipuan dan distribusi konten eksplisit. Media internet dapat dikelola oleh individu, bukan dikontrol secara eksklusif oleh perusahaan seperti media cetak atau media elektronik. Seiring berjalannya waktu, terlihat bahwa laju kemajuan terus meningkat, mengarah ke dimensi ketiga. Platform media ini terus memperkuat kehadirannya di ranah media massa. Kinerja media massa semakin membaik, menunjukkan supremasinya dan secara konsisten mampu menarik perhatian seluruh masyarakat. Jelas terlihat bahwa masyarakat saat ini sebagian besar mengandalkan media digital sebagai sarana utama mereka mengakses informasi dan hiburan.

### **2.2.6. Manfaat Komunikasi Massa**

Berikut penjelasan mengenai pengertian komunikasi massa, berikut beberapa manfaat atau keunggulan media:

1. **Penyebaran Informasi:** Salah satu peran media yang paling penting adalah memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan menyampaikan berita dan informasi aktual, media ini memenuhi kebutuhan pembaca, pendengar, dan pemirsa.
2. **Pendidikan:** Media berfungsi sebagai alat pembelajaran bagi khalayaknya. Memberikan materi edukasi kepada pemirsa dan pembaca yang dapat mengkomunikasikan nilai, etika, dan peraturan yang berlaku.
3. **Pengaruh:** Melalui berbagai konten seperti artikel, iklan, dan feature, media massa mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi khalayak. Media-media ini dapat menimbulkan dampak langsung dan tidak langsung.
4. **Pengembangan Mental:** Media massa membantu dalam pengembangan wawasan dan pengetahuan manusia. Komunikasi dengan orang lain juga menjadi kunci dalam proses pengembangan intelektualitas.
5. **Adaptasi Lingkungan:** Media massa membantu manusia dalam proses penyesuaian dengan lingkungannya. Ini membantu individu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya dan bertahan hidup.
6. **Manipulasi Lingkungan:** Fungsi ini mengacu pada upaya manusia untuk mempengaruhi lingkungannya dan orang-orang di sekitarnya. Komunikasi dalam media massa adalah alat utama untuk mencapai tujuan ini.



### **2.2.7. Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Film sering digunakan sebagai salah satu media komunikasi massa untuk menggambarkan kehidupan sosial di masyarakat. Film merupakan salah satu ciri media massa yang merupakan sarana komunikasi paling efektif. Film merupakan salah satu bentuk karya budaya yang banyak di antaranya memberikan gambaran kehidupan dan pelajaran penting bagi masyarakat. Film juga merupakan media komunikasi yang sangat baik. Film, dengan suara dan gambar berkualitas tinggi, merupakan media yang sangat efektif untuk menemukan pola berpikir kognitif sosial.

Film, menurut Wibowo, merupakan media penyampaian berbagai pesan kepada masyarakat melalui cerita. Wibowo, Fred. 2006, hal. 196. Film juga dapat digunakan sebagai media ekspresi artistik para seniman dan komunitas film untuk mengungkapkan gagasan dan gagasan cerita. Film pada hakikatnya dan secara mendasar mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi media komunitas.

### **2.2.8. Film Sebagai Realitas Sosial**

Sobur (2004). berpendapat bahwa film menangkap realitas yang terus berkembang di masyarakat dan kemudian menyoroti realitas tersebut dalam film. Sinema merupakan sebuah realitas yang ada di masyarakat, namun kedepannya para pembuat film juga akan lebih banyak menampilkan gambar-gambar yang terdistorsi untuk menampilkan sesuatu yang menarik bagi penontonnya. Graeme Turner dalam Agustina (2021). menjelaskan tentang film tidak merepresentasikan realitas sebagaimana media lain. Film mengkonstruksi dan menyajikannya melalui kode yang menggambarkan realitas, mitos, bahkan adat istiadat budaya. Bagi Turner, realitas diungkapkan melalui sinema. Inilah satu-satunya perbedaan antara masyarakat dan sinema; realitas itu sendiri.

Film hanya dapat menggambarkan realitas tanpa mengubahnya. Ini adalah gambaran realitas. Pada saat yang sama, film dapat membentuk dan menciptakan kembali realitas berdasarkan kode, deskripsi realitas, mitos, dan praktik budaya. Film tercipta secara alamiah, memuat kehidupan manusia, kemudian melahirkan ide-ide dari pemikiran dan kenyataan serta mentransformasikannya menjadi sebuah karya objektif. Awalnya film hanya ada sebagai karya seni. Namun saat ini sinema tidak hanya sekedar seni tetapi juga menjadi alat komunikasi yang mampu menyampaikan isi film kepada masyarakat. Oleh karena itu, sinema bukan lagi sebuah media yang berdiri sendiri, melainkan sebuah ekspresi dari proses sosial.

### **2.2.9. Pemanfaatan film sebagai media komunikasi Terhadap Konsep Maskulinitas**

Film adalah salah satu bentuk media massa yang memiliki pengaruh signifikan dalam menyebarkan berbagai ide, konsep, dan persepsi kepada masyarakat umum. Pemutaran film mempunyai kapasitas untuk menimbulkan banyak efek dan memberikan berbagai pengaruh kepada penonton. Dalam lingkungan media massa kontemporer, film diakui secara luas mempunyai dampak besar terhadap penonton. Namun, besarnya pengaruh ini bergantung pada interpretasi dan negosiasi penonton terhadap pesan yang disampaikan dalam film tersebut. Kemampuan audiens untuk secara efektif menegosiasikan makna komunikasi yang dimaksudkan memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilannya. Jika kemampuan penonton dalam menegosiasikan makna kurang, maka dampak menonton film tersebut akan semakin besar. Menurut McQuail (1991:101), Pengguna tidak memberikan teks apapun.

Film memainkan peran penting dalam komunikasi massa. Film, sebagai media audio-visual, memiliki kapasitas untuk mengkomunikasikan pesan secara efektif kepada khalayak kolektif yang berkumpul dalam ruang fisik bersama. Sinema memiliki kapasitas untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada penontonnya, menjadikannya media yang sangat efektif. Tujuan utama film adalah mengkomunikasikan berbagai pesan secara efektif, terutama yang berkaitan dengan maskulinitas dalam narasi sinematik. Intinya, bioskop berfungsi sebagai media massa yang sangat mujarab dalam menyampaikan pesan-pesan maskulinitas. Menurut (Effendy,1986)

Film ini memiliki maksud dan tujuan tersendiri yang ingin dikomunikasikan kepada pemirsanya. Dalam setting tertentu, karakter laki-laki dalam film mengambil peran penting. Karakter ini memiliki kemampuan untuk menjelaskan peran mereka dalam narasi film, sehingga berperan sebagai elemen penting dalam mengkomunikasikan pesan pembuat film secara efektif dan signifikansi menyeluruh kepada penonton atau media. Selain itu, karakter laki-laki dalam film diberi tanggung jawab untuk menyampaikan pesan dan tujuan pembuat film atau komunikator secara efektif kepada penonton.

Film memiliki struktur dan pola inheren yang berfungsi sebagai refleksi konteks budaya tertentu. Berdasarkan kapasitas pengaruhnya, film mempunyai potensi untuk membentuk dan memperkenalkan paradigma budaya baru, sehingga memberikan efek transformatif pada kerangka budaya yang sudah ada (Haryani, 2018). Konstruksi di atas juga terlihat pada penggambaran tokoh laki-laki dalam film tersebut.

### **2.2.10. Maskulinitas**

Maskulinitas dapat dikonseptualisasikan sebagai konstruksi multifaset yang mencakup persepsi diri dan rasa identitas individu dalam konteks kemanusiaannya. Gagasan tentang maskulinitas juga dibentuk oleh norma-norma budaya dominan yang diekspresikan melalui ciri-ciri tertentu. Konsep maskulinitas tradisional sering dikaitkan dengan apresiasi atribut seperti kekuatan fisik, pengaruh otoritatif, ketahanan, rasa pencapaian pribadi, perilaku proaktif, dominasi, dan kerja keras. Maskulinitas, sebagai sebuah konsep, umumnya dipengaruhi oleh norma dan ekspektasi masyarakat terkait peran gender, yang seringkali diwujudkan dan diperkuat melalui berbagai bentuk media sosial.

Konsep maskulinitas merupakan konstruksi sosial yang dibentuk oleh pengaruh budaya. Variabel budaya masyarakat Timur, khususnya di Indonesia, mempunyai pengaruh terhadap konstruksi maskulinitas. Setelah kelahiran seorang anak laki-laki, ia secara inheren tunduk pada banyak konvensi, kewajiban, dan harapan masyarakat yang dipaksakan kepadanya oleh keluarga dekatnya. Ritual adat, kitab-kitab keagamaan, pola asuh orang tua, macam-macam permainan, acara televisi, buku bacaan, tuntunan, dan falsafah hidup merupakan wujud dari beragam aturan budaya dan adat istiadat. Kejadian sehari-hari yang terjadi secara teratur sepanjang hidup seseorang, yang berasal dari konvensi masyarakat, berkontribusi pada pembentukan persepsi diri individu. Wujud identitas budaya dapat diamati melalui berbagai aspek seperti preferensi dan gaya berpakaian, penampilan fisik, keterlibatan dalam aktivitas, interaksi sosial, pendekatan penyelesaian masalah, response verbal dan nonverbal, serta pemanfaatan aksesoris tubuh (Vigorito & Curry, 1998: 1).

### **2.2.11. Semiotika Roland Barthes**

Semiotika berasal dari kata Yunani *semeion*, yang berarti “tanda” atau “simbol” dalam bahasa Inggris. Merupakan ilmu yang menganalisis sistem simbol, dimana segala bentuk komunikasi, khususnya kata-kata, (bahasa), ekspresi wajah, gerak tubuh, atau film, tanda dan karya sastra, termasuk musik atau produk budaya masyarakat itu sendiri, mempunyai makna. Manusia tidak akan dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa sistem sinyal. Menurut Roland Barthes, studi semiotika berupaya memahami bagaimana individu memahami konsep-konsep yang berbeda. Dalam konteks ini, “memberi makna” mengacu pada lebih dari sekedar berkomunikasi. Konsep “membuat makna” berkaitan dengan gagasan bahwa objek tidak hanya membawa informasi untuk dikomunikasikan tetapi juga merupakan sistem simbol yang terstruktur. Menurut Barthes, representasi adalah suatu proses menyeluruh yang terdiri dari

susunan tanda-tanda yang teratur. Hal ini tidak terbatas pada bahasa tetapi juga meluas ke hal-hal lain. Menurut Barthes, eksistensi sosial dalam segala bentuknya dapat dipandang sebagai suatu sistem simbol yang memiliki struktur tersendiri. Dengan kata lain, kehidupan sosial merupakan suatu bentuk makna yang kompleks. (Sobur, 2014.,).

Roland Barthes, seperti halnya Saussure, berpendapat bahwa hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, dalam artian tidak ada hubungan alamiah antara kata atau tanda dengan makna yang diungkapkannya. Namun, selain tataran denotatif yang ditekankan Saussure, Barthes melangkah lebih jauh dengan mengkonstruksi sistem makna pada tataran konotatif. Barthes juga menaruh perhatian pada konsep "mitos", dan bagaimana mitos mencerminkan dan mendefinisikan aspek fundamental masyarakat. Dengan kata lain, menurut Barthes, tanda tidak hanya mencerminkan bahasa atau makna dasar (denotatif), namun juga sistem makna yang lebih rumit dalam masyarakat.

Teori semiotika Roland Barthes didasarkan pada filsafat linguistik Ferdinand de Saussure. Bahasa, menurut Barthes, merupakan suatu sistem simbol yang mewakili praanggapan masyarakat pada suatu periode tertentu. Kemudian, dengan menggunakan konsep petanda, Barthes mengembangkan teori ini menjadi teori metalinguistik dan makna. Menurut Barthes, "penandatanganan" menjadi "ekspresi" (E) dan "isi" (C). Barthes sebaliknya menggarisbawahi pentingnya hubungan (R) antara E dan C dalam membentuk suatu tanda (tanda, Sn). Karena hubungan ini ditentukan oleh pengguna tanda itu sendiri (Romi 8:1), hal ini memungkinkan teori tanda berkembang lebih jauh.

#### **A. Makna Denotasi**

Denotasi adalah makna suatu kata atau lambang yang lurus dan tidak ambigu, yang berkaitan dengan makna yang nyata atau nyata secara obyektif. Dalam komunikasi, tingkat awal penandaan adalah denotasi. Konotasi, di sisi lain, adalah makna yang disarankan atau tidak langsung dari kata atau simbol. Konotasi suatu istilah mengacu pada asosiasi, perasaan, atau makna lebih dalam yang terkait dengannya

#### **B. Makna Konotasi**

Konotasi suatu istilah mengacu pada asosiasi, perasaan, atau makna lebih dalam yang terkait dengannya. Konotasi sering kali dikaitkan dengan pengalaman, budaya, dan pandangan individu, dan mungkin berbeda antar orang. Konotasi identik dengan pemikiran ideologis yang mewakili nilai-nilai dominan yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu, menurut teori semiologi Roland Barthes. Tanda-tanda konotatif

memiliki arti tambahan dalam konteks Barthes, namun tanda-tanda tersebut juga memiliki dua elemen denotatif yang mendasarinya. Hal ini menunjukkan bahwa konotasi tidak hanya menambah makna, namun juga memasukkan pengetahuan simbolik dalam kaitannya dengan konteks sosial dan budaya yang lebih luas. R.Barthes (1977). Hill dan Wang, New York, Gambar, Musik, Teks)

### **C. Mitos**

Selain itu, Barthes memaparkan adanya mitos dalam kerangka semiotiknya. Mitos adalah jenis narasi atau wacana yang memerlukan penerimaan sebagai kebenaran tanpa verifikasi empiris. Dalam ranah mitologi, sebuah ide dikomunikasikan secara efektif. Menurut Barthes, pengertian mitos dalam bidang semiotika bukan sekadar kerangka konseptual, melainkan metode penyampaian makna (Sobur, 2016: -71). Dalam konteks khusus ini, istilah "mitos" tidak berkaitan dengan makna sehari-harinya, yang biasanya menunjukkan narasi klasik. Dalam penelitian ini, para peneliti menggunakan film sebagai topik utama penyelidikan mereka.

## **2.3. Basic Teori Yang Digunakan**

### **2.3.1. Teori Representasi**

Hall (1997) berpendapat dalam karyanya yang penting, "Representasi: Representasi Budaya dan Praktik Penandaan," bahwa konsep representasi berfungsi sebagai penghubung penting antara makna, bahasa, dan budaya. Representasi memainkan peran penting dalam menghasilkan dan mentransmisikan makna antar individu dalam konteks budaya tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa menggunakan representasi yang lugas adalah sebuah metode untuk menghasilkan signifikansi.

Bab 3 dari buku "Mempelajari Budaya: Pengantar Praktis" menggunakan tiga definisi berbeda untuk istilah "mewakili". Definisi-definisi ini berfungsi sebagai kerangka konseptual untuk memahami sifat representasi yang beraneka segi.

1. Tindakan "membela" atau mewakili sesuatu dapat ditunjukkan dengan penggunaan bendera suatu negara pada suatu acara olah raga, dimana bendera tersebut melambangkan keikutsertaan negara tersebut dalam acara tersebut.
2. Konsep "berbicara atau bertindak atas nama" mengacu pada tindakan mewakili atau mengadvokasi seseorang atau suatu kelompok. Ilustrasi yang menonjol mengenai hal ini terlihat pada fungsi Paus, yang berfungsi sebagai perwakilan dan pembela umat Katolik.

3. Istilah "menyajikan kembali" mengacu pada penggunaan tertentu, seperti dalam literatur sejarah atau biografi, di mana peristiwa dari masa lalu direpresentasikan kembali.

Dalam penerapan praktisnya, terdapat potensi tumpang tindih antara ketiga penafsiran representasi tersebut. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep representasi dan fungsinya dalam budaya budaya, teori Hall mungkin bisa memberikan bantuan yang besar.

Dalam karyanya, Stuart Hall berpendapat bahwa teori representasi yang dipertimbangkan menganut perspektif konstruksionis, yang berpendapat bahwa makna dibentuk melalui penggunaan bahasa. Menurut perspektif individu, objek tidak memiliki makna yang melekat; sebaliknya, manusia menghasilkan dan memberikan makna melalui pemanfaatan sistem representasi, seperti konsepsi mental dan tanda-tanda linguistik. Pemanfaatan konsep dan tanda mempunyai peranan penting dalam pembentukan atau pembangkitan makna.

### **2.3.2. Teori Identitas Maskulinitas**

Identitas gender adalah pilihan pribadi. Interpretasi individu terhadap karakteristik maskulin dan feminin berbeda-beda, sehingga seseorang percaya dan mengidentifikasi dirinya sebagai laki-laki atau perempuan. Orang yang sangat maskulin cenderung mengkorelasikan ciri-ciri maskulinitas dengan minat, hobi, dan kemampuan sosialnya. Laki-laki diajarkan untuk menjadi kuat dan tangguh dalam situasi sosial, dan kata sifat maskulin sering dikaitkan dengan kekuatan fisik.

Ada berbagai ciri yang berhubungan dengan kejantanan dalam pengertian tradisional maskulinitas. Menurut Beynon (Nasir, 2007). Maskulinitas diklasifikasikan menjadi delapan kategori:

1. *No Sissy Stuff* : Mencegah perilaku atau kualitas feminin.
2. *Be a Big Wheel* : Mengukur maskulinitas berdasarkan prestasi, kekuasaan, dan pengakuan eksternal.
3. *Be a Sturdy Oak* : Menunjukkan logika, kekuatan, dan kemandirian dengan mengendalikan emosi dan kelemahan.
4. *Give em Hell* : harus berani, tetap tangguh, dan mau mengambil risiko.
5. *New man as nurturer* : Laki-laki berperan sebagai pengasuh dan perhatian penuh terhadap tugasnya sebagai kepala keluarga.

6. *New man as narcissist* : memproyeksikan maskulinitas melalui gaya hidup yang mencolok dan memenuhi keinginan pribadi..
7. Sifat-sifat kekelakian yang macho : Keterlibatan dalam aktivitas kekerasan, hooliganisme, mabuk-mabukan, dan seksualisasi perempuan semuanya merupakan ciri-ciri laki-laki yang macho.
8. Laki-laki metroseksual : Laki-laki metroseksual cenderung perfeksionis dalam hal fashion dan penampilan.

Maskulinitas juga dapat diartikan sebagai ciri-ciri laki-laki seperti jantan, kuat, agresif, rasional, dan dominan. Penting untuk digarisbawahi bahwa maskulinitas tidak ditentukan oleh Tuhan dan tidak mempunyai hubungan langsung dengan ciri-ciri biologis seperti ada tidaknya alat kelamin pada laki-laki dan tidak adanya kelamin laki-laki pada perempuan. Maskulinitas, di sisi lain, merupakan konstruksi sosial dan budaya yang memberikan ciri-ciri maskulin pada sosok laki-laki. Maskulinitas merupakan salah satu komponen gender yang merupakan klasifikasi sosial laki-laki dan perempuan berdasarkan identitas, hubungan, dan tugas sosial. (Harding:1968 dan Siva:1989) keduanya mengakui hal ini.

### **2.3.3. Teori 7 Konsep Maskulinitas**

Janet Saltzman Chafetz (2006) mengusulkan tujuh konsep yang melekat pada laki-laki yang dianggap maskulin. Konsep-konsep tersebut adalah:

1. Penampilan: Laki-laki maskulin dalam konsep ini digambarkan memiliki penampilan yang jantan, seperti memiliki tubuh atletis, gagah, dan memiliki kekuatan luar biasa.
2. Fungsional: Konsep fungsional menempatkan laki-laki maskulin sebagai kepala keluarga atau tulang punggung dan pencari nafkah dalam keluarga, serta sebagai orang yang mampu memenuhi kebutuhan dirinya sendiri.
3. Seksual: Konsep ini mencakup pengalaman laki-laki dalam menjalin hubungan dengan perempuan dan aspek-aspek seksualitasnya.
4. Emosi: Konsep ini mencakup bagaimana laki-laki dapat mengendalikan dan menyembunyikan emosinya, seringkali dengan menunjukkan rasa maskulinitas yang kuat dan menahan diri dari mengekspresikan emosi secara terbuka.
5. Intelektual: Konsep ini mencakup gambaran seorang laki-laki memiliki kecerdasan, pemikiran logis, rasional, objektif, dan praktis.
6. Interpersonal: Konsep ini menggambarkan laki-laki maskulin sebagai individu yang memiliki otoritas, kemampuan kepemimpinan, dominasi, sikap disiplin, serta sebagai individu yang mandiri, independen, dan bertanggung jawab.

7. Karakter Personal: Konsep ini menggambarkan laki-laki memiliki karakteristik yang kuat dan berusaha untuk mencapai tujuan mereka, termasuk sifat ambisius, egosentris, memiliki rasa bangga, bersifat kompetitif, dan suka petualangan.

Dalam konsep-konsep ini, Saltzman Chafetz menyajikan gambaran umum tentang bagaimana laki-laki yang dianggap maskulin dipersepsikan dalam masyarakat. Namun, penting untuk diingat bahwa konsep-konsep ini tidak bersifat universal dan dapat bervariasi dalam budaya dan konteks sosial yang berbeda.

#### **2.4. Asumsi Dasar**

Pendapat individu mengenai suatu isu bergantung pada sudut pandang unik mereka, serta pemeriksaan mereka terhadap tanda-tanda atau semiotika yang ada dalam film. Untuk menganalisis penggambaran mitos maskulinitas dalam film “Jakarta Vs Everybody”, peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang melambangkan judul yang dikonstruksi oleh peneliti.

