



# Ilusi Kesetaraan Gender dalam Film *365 Days*

Daffa Agung Pratama<sup>1)</sup> Altobelli Lobodally<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Email: 67170410@student.kwikkiangie.ac.id

<sup>2)</sup>Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Email: altobelli.lobodally@kwikkiangie.ac.id

**Abstract:** *365 Days* film is a film that tells the story of a mafia boss (Massimo) who likes beautiful women (Laura Biel). The film *365 Days*, often presents scenes where women are shown as figures who want to dominate men in terms of sexuality. The aim of this research is to uncovering gender equality in the film *365 Days*. This qualitative research using Popular Culture Theory with Roland Barthes semiotic analysis method with it's three elements (denotation, connotation, myth). This study discusses several scenes in the *365 Days* film that show the illusion of gender equality. From this study, foundend of myths to shift and stabilize. The results of this study found that six scenes contain the illusion of gender equality in the film *365 Days*. The conclusion of this study is that gender equality is an illusion, gender is a cultural product that is more dominated by men who have masculine characteristics.

**Keywords:** Gender Equality, Popular Culture Theory, Film, Semiotics

**Abstrak:** Film *365 Days* merupakan film yang menceritakan tentang seorang bos mafia Massimo yang menyukai Laura Biel. Dalam film *365 Days* ini sering kali menampilkan scene perempuan ditampilkan sebagai sosok yang ingin mendominasi pria dari segi seksualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membongkar adanya ilusi kesetaraan gender dalam film *365 Days*. Penelitian ini menggunakan Teori Budaya Populer dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis Semiotika Roland Barthes dengan tiga elemen analisis yaitu, denotasi, konotasi dan mitos. Penelitian ini membahas scene-scene dalam film *365 Days* yang menunjukkan ilusi kesetaraan gender. Dari penelitian ini, peneliti menemukan adanya pergeseran dan pemantapan mitos. Hasil dari penelitian ini ditemukan terdapat enam scene ilusi kesetaraan gender dalam film *365 Days*. Kesimpulan penelitian ini adalah kesetaraan gender adalah sebuah ilusi semata, gender merupakan sebuah produk budaya yang lebih didominasi oleh laki-laki yang mempunyai sifat maskulin.

**Kata Kunci:** Ilusi Kesetaraan Gender, Teori Budaya Populer, Film, Semiotika

## I. PENDAHULUAN

Kehadiran wanita tidak terlepas dari sebuah peran kehidupan yang diberikan Tuhan untuk melakukan tugasnya. Peran tersebut merupakan sebuah hak dan kewajiban yang sesuai dengan kedudukannya. Ketika mendengar kata “wanita” dan sebuah kata “peran”, pastinya *stereotype* yang keluar dari pikiran kita adalah wanita mempunyai peran melahirkan dan mengasuh anak. Wanita juga sering kali dikaitkan hanya sebagai pendamping dan pendukung dari kesuksesan pria, bahkan tidak asing kita mendengar kalimat “dibalik pria sukses, ada wanita hebat dibelakangnya” walaupun ukuran sukses setiap individu berbeda, tetapi kalimat tersebut menyampaikan sebuah makna dimana

wanita hanyalah pendukung dan berada dibelakang pria.

Wanita juga sering digambarkan sebagai makhluk yang lemah lembut, mempunyai rasa empati yang tinggi dan tentunya mengurus pekerjaan dalam rumah. Selain itu wanita juga dianggap cepat atau lambat nantinya akan menggantungkan hidupnya pada seorang pria walaupun sukses apapun dirinya. Wanita juga digambarkan sebagai sosok yang resesif bahkan dalam hal terkecil sekalipun, yakni asmara. Wanita hanya bisa menunggu seorang pria memilihnya, mengajaknya berkenalan sampai dengan memulai percakapan. Berbanding terbalik dengan penggambaran sosok pria yang dimana ia digambarkan kuat dan dominan.



Wanita merupakan makhluk Tuhan yang susunan tubuhnya sedikit berbeda dengan susunan tubuh pria. Menurut King, lekuk tubuh mampu membangkitkan sisi sensual wanita. Maka dari itu banyak mitos yang menjadikan kedudukan wanita berada dibawah atau lebih rendah dibandingkan kedudukan pria karena wanita hanya dipandang dari segi hubungan intim bukan dari kemampuan serta aspek-aspek manusiawi secara universal yaitu sebagai manusia yang berakal, bernalar dan berperasaan (Kosakoy, 2016: 7). Selain hal tersebut, Maryanta berpendapat bahwa wanita juga dianggap tidak memiliki kekuatan fisik, lemah dan cenderung emosional, sehingga hanya berhak mengerjakan pekerjaan halus seperti pekerjaan rumah, mengasuh anak dan lain-lain (Kosakoy, 2016: 4). Pernyataan serupa juga dipaparkan oleh peneliti wanita dalam representasi Jawa yaitu Permanadeli, yang dimana meskipun ada beberapa aktivitas sosial yang mengharuskan dia (wanita) berada di luar rumah, tetapi wanita tidak boleh menelantarkan keluarganya (Permanadeli, 2015: 109). Dari pernyataan tersebut disimpulkan bahwa penggambaran sosok wanita adalah sebagai makhluk yang lembut, mempunyai perasaan yang halus dan fisik yang lebih lemah daripada pria, sehingga dalam masyarakat peran wanita akan berbeda dengan peran pria yang dimana peran wanita lebih banyak mengerjakan pekerjaan dalam rumah, mengasuh anak serta yang lainnya sedangkan peran pria ialah bekerja diluar rumah untuk membiayai wanita. Jika wanita diharuskan bekerja diluar rumah, maka ia akan mempunyai peran ganda yaitu bekerja serta mengurus pekerjaan dalam rumah.

Perbedaan gender sebenarnya bukanlah suatu masalah, sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Perbedaan gender sendiri sebenarnya sudah menjadi ketetapan Tuhan sebagai fenomena kebudayaan. Namun pada kenyataannya, perbedaan tersebut melahirkan ketidakadilan baik bagi kaum pria, terutama pada kaum wanita (Susanto, 2015: 128). Pembagian peran pria dan wanita sering sekali dikaitkan dengan adanya kesetaraan gender. Kesetaraan gender merupakan adanya kesamaan kondisi bagi pria maupun wanita dalam memperoleh kesempatan serta hak-haknya sebagai manusia, agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam

kegiatan politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pendidikan, pertahanan dan keamanan nasional (Hankamnas) serta kesamaan dalam menikmati hasil pembangunan (Salma, 2015: 79-80). Terwujudnya kesetaraan dan keadilan gender ditandai dengan tidak adanya diskriminasi antara wanita dan pria sehingga dengan demikian antara wanita dan pria memiliki akses, kesempatan berpartisipasi, dan kontrol atas pembangunan serta memperoleh manfaat yang setara dan adil dari pembangunan (Salma, 2015: 80). Maka dari itu peneliti juga dapat menyimpulkan bahwa, jika memang kesetaraan gender itu ada, seharusnya sudah tidak ada lagi pembakuan peran, beban ganda, subordinasi, marginalisasi dan kekerasan terhadap wanita.

Kesetaraan gender di era modern sudah banyak diperbincangkan. Bahkan ada sejumlah kampanye, pandangan serta pesan tentang kesetaraan gender. Salah satunya melalui media massa. Film dapat menjadi salah satu medium untuk menyuarakannya. Penggambaran dan pemaknaan dalam film menjadi hal yang menarik untuk menjadi penelitian bagaimana adanya kesetaraan dan ketidaksetaraan gender. Dalam jurnal JCommSci Vol 2 no 3, yang berjudul "Pesan Kesetaraan Gender dalam Film Marlina si Pembunuh Dalam Empat Babak" (Mulachela, Paramita dan Teluma, 2019: 136) mereka (peneliti jurnal tersebut) melakukan analisis semiotika tentang kesetaraan gender pada film "Marlina si Pembunuh Dalam Empat Babak". Penelitian yang mereka lakukan adalah menganalisis makna simbol dan tanda yang ada pada film tersebut berdasarkan indikator kesetaraan gender. Hasil penelitian menemukan sebanyak 17 adegan mengandung pesan kesetaraan gender didalam film tersebut.

Berbeda dengan film yang berjudul "Marlina si Pembunuh Dalam Empat Babak", film yang akan peneliti teliti mempunyai penggambaran yang sebaliknya, yang dimana justru adanya ilusi kesetaraan gender. Film *365 Days* yang di rilis pada pertengahan tahun 2020 itu, menceritakan tentang seorang bos mafia (Massimo) yang menyukai seorang wanita cantik (Laura Biel) dan berusaha untuk memilikinya. Dalam film tersebut ilusi kesetaraan gender muncul di beberapa gambar, salah satunya di apartemen milik Clara



Biel yang berada di Polandia. Digambarkan Clara mengatakan kepada temannya, bahwa Massimo mewujudkan fantasi hubungan intim yang diinginkan Clara. Tidak hanya itu, bahkan Clara dengan terang-terangan mengatakan bahwa kemaluan (penis) Massimo dibentuk oleh “iblis”, Clara yang seolah membanggakan karena terpuaskan dan Massimo yang dijadikan sebagai objek hubungan intimnya. Tetapi penggambaran gambar di kapal menyatakan sebaliknya, walaupun Clara yang meminta Massimo untuk melakukan hubungan intim, tetapi sebenarnya Clara lah yang menjadi objek hubungan intim dari Massimo. Dalam gambar tersebut menggambarkan, Clara yang mendominasi Massimo dengan merangsang dan memulai oral hubungan intim, justru dirinya lah yang sebenarnya dijadikan alat untuk memuaskan Massimo. Lalu terdapat juga pada gambar dimana Clara sedang mandi berdua dengan Massimo. Clara yang tahu Massimo tidak akan menyentuhnya (melakukan hubungan hubungan intim), sengaja menggoda Massimo dengan menatap serta melirik kearah kemaluannya (penis). Tidak hanya itu, Clara juga mendorong Massimo ke tembok, mengelus dan merangsang bagian dada sampai ke bagian pantat yang membuat Massimo merasa bergairah. Clara yang mengetahui Massimo sangat terangsang, seketika itu langsung pergi meninggalkannya. Gambar tersebut menggambarkan bahwa Clara mempunyai kuasa atas Massimo, sedangkan Massimo tidak bisa berbuat apapun selain pasrah kepada Clara. Walaupun Massimo digambarkan sebagai orang yang kuat dan kejam bahkan tega membunuh seseorang, bahkan tetap diam walaupun diperlakukan Clara dengan semena-mena. Hal demikian terjadi karena Massimo menyukai Clara. Tetapi seiring berjalannya film, terdapat gambar dimana akhirnya Clara lah yang menjadi pemuas nafsu Massimo, yakni pada gambar di apartemen Clara. Digambarkan ketika Massimo baru datang dari Sisilia, Clara yang sedang marah langsung memukul dan menamparnya. Tetapi kemarahan Clara langsung mereda ketika Massimo mencium dan meraba tubuhnya. Dalam gambar ini, justru Clara lah yang terlihat pasrah ketika didorong ke jendela apartemen dan seketika disetubuhi. Bahkan dalam gambar tersebut Clara disetubuhi oleh Massimo sampai kelelahan dan tertidur pulas.

Film merupakan suatu bentuk komunikasi massa elektronik yang berupa media audio visual yang mampu menampilkan kata-kata, bunyi, citra, dan kombinasinya. Film juga merupakan salah satu bentuk komunikasi modern yang kedua muncul di dunia (Oktavianus, 2015: 3). Menurut Effendy (Oktavianus, 2015: 3) film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Film merupakan media massa audio visual yang mampu menafsirkan dan menggambarkan sebuah cerita yang dapat dinikmati khalayak orang (Shafura dan Syadian, 2019: 303).

Berbicara tentang film dan audio visualnya, pastinya kita tidak asing dengan kata *cinematography* yang sering disebut-sebutkan oleh para penontonnya. *Cinematography* sendiri berasal dari bahasa Yunani, *cinema* yang berarti gerakan dan *graphy* yang berarti menulis. Jadi *cinematography* bisa diartikan menjadi menulis dengan gambar yang bergerak (Nugroho, 2014: 11). Didalam *cinematography* terdapat unsur visual yang merupakan alat utama dalam berkomunikasi. Bahasa yang digunakan dalam *cinematography* adalah suatu rangkaian beruntun dari gambar bergerak yang dalam pembuatannya memperhatikan ketajaman gambar, corak penggambarannya, memperhatikan seberapa gambar itu ditampilkan, irama nya dan sebagainya yang kesemuanya merupakan alat komunikasi non- verbal (Nugroho, 2014: 12).

Dari yang peneliti paparkan di atas, kita tahu bahwa film menggunakan sebuah elemen gambar yang bergerak atau disebut *cinematography* yang dapat menjadi suatu tanda untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Pada dasarnya, suatu tanda memiliki hubungan antara tanda dengan makna yang terkandung di dalam tanda tersebut. Tanda-tanda merupakan perangkat yang kita gunakan dalam upaya mencari jalan di dunia, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*) (Mudjiyanto dan Nur, 2013: 74).



Semiotika berusaha menjelaskan tentang tanda, secara sistematis, menjelaskan esensi, ciri-ciri dan bentuk suatu tanda serta proses signifikasi yang menyertainya. Menurut Morissan, semiotika merupakan studi mengenai tanda (*signs*) dan simbol yang menggunakan tradisi penting dalam pemikiran tradisi komunikasi. Tradisi semiotika mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan dan sebagainya yang berada di luar diri (Morissan, 2009: 27).

Pada penelitian ini, semiotika yang akan digunakan ialah konsep semiotika menurut Roland Barthes yaitu seorang tokoh semiotika yang juga terkenal. Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci analisisnya. Dengan mengabaikan bentuk dan substansi Barthes mendefinisikan sebuah tanda sebagai sebuah ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya dengan *content* atau *signified* (Wibowo, 2011:16). Dalam analisis Barthes terdapat tiga hal utama yang menjadi inti dalam penelitian yaitu makna denotatif (makna yang sebenarnya), konotatif (makna yang terkandung dengan tanda-tanda), dan mitos (pemikiran yang berkembang karena adanya pengaruh sosial dan budaya masyarakat akan sesuatu).

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan paradigma kritis. Penelitian kualitatif menurut Strauss dan Corbin (1997) merupakan model penelitian yang memproduksi hasil penemuan-penemuan yang tidak bisa diperoleh dengan menggunakan rangkaian prosedur-prosedur statistik ataupun cara yang digunakan dari pengukuran atau kuantifikasi. Secara umum, penelitian kualitatif dapat digunakan dalam penelitian yang berkenaan dengan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain (Sujarweni, 2014:19). Dalam menganalisis penelitian, peneliti menggunakan metode analisis isi-semiotika Roland Barthes dengan bahan penelitian berupa audio dan visual yang terdapat dalam video klip tersebut. Peneliti berupaya untuk mengungkap makna dibalik

simbol ataupun teks sehingga metode analisis isi-semiotika ialah metode yang cocok untuk menganalisis simbol-simbol yang muncul dalam film *365 Days*. Semiotika sendiri adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda.

Pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan data primer dengan menggunakan teknik observasi tidak langsung melalui data teks yang membahas sistem tanda karena dalam kajian ilmu komunikasi segala macam tanda merupakan teks yang di dalamnya terdapat simbol-simbol yang nantinya memunculkan makna tertentu (Kriyantono, 2014:38). Data teks tersebut berupaya untuk mengungkap adanya ilusi kesetaraan gender dalam film *365 Days*.

Serta data sekunder yang peneliti gunakan yaitu data dari kepustakaan (literatur) tentang kategori kesetaraan gender, budaya populer, semiotika dan ideologi. Tidak hanya berpacu pada data kepustakaan saja melainkan data dari jurnal mengenai kategori kesetaraan gender dan menggunakan beberapa rujukan elektronik, seperti *e-book* mengenai komunikasi massa. Selain itu teori yang penulis gunakan ialah teori budaya populer.

### A. Teori Budaya Populer

Perkembangan zaman pada saat ini semakin meningkat, bukan hanya teknologi saja yang dapat berubah tetapi perubahan itu terjadi pada perubahan budaya. Budaya dalam pandangan antropologi adalah seluruh yang disetujui oleh masyarakat dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kontribusi pewarisan tingkah laku dalam masyarakat biasanya dilakukan oleh institusi formal, seperti gereja dan negara yang saat ini dilakukan oleh media. (Imanto, 2012: 1-25).

Budaya populer di zaman modern ini, dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer didefinisikan melalui gagasan budaya massa. Sejumlah ahli berpendapat bahwa budaya massa selalu ada di tengah-tengah kita, dan menunjuk pada fungsi “roti dan sirkus” budaya populer pada masa kekaisaran Romawi (Lobodally, 2020: 228).

Budaya dari kacamata antropologi mengacu pada segala jenis perilaku manusia. Sedangkan



dari kacamata disiplin ilmu lainnya, budaya lebih banyak mengacu pada ranah makna yang tersimpan di dalam diri manusia. Dalam perspektif kebanyakan orang memiliki penafsiran yang berbeda-beda, pada pertengahan abad ke-19, beberapa ilmuwan menggunakan istilah *culture* untuk merujuk pada kapasitas manusia secara universal. Secara universal, sebagai sebuah panduan bagi manusia untuk berperilaku, budaya mewujud sebagai sesuatu yang dipelajari dan diaplikasikan salah satunya melalui proses untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, seperti komunikasi. Komunikasi sebagai bentuk perilaku interaksi sosial menjadi sarana budaya untuk tetap hidup di tengah-tengah masyarakat.

Budaya disini sangat berpengaruh terhadap perkembangan zaman yang ada, apalagi dengan adanya budaya populer yang sangat kita kenal. Budaya populer adalah budaya yang berpedoman terhadap busana, mode, dan seluruh kegiatan yang kita lakukan. Jadi kata populer yang sering disingkat “pop”, mengandung arti dikenal dan disukai orang banyak (umum), sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami orang banyak, disukai dan dikagumi orang banyak. Menurut Raymond William, istilah populer ini memiliki 4 makna yaitu banyak disukai orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Adi, 2011: 265).

Budaya populer yang masuk kedalam kehidupan kita saat ini mampu mempengaruhi masyarakat saat ini, semua orang berpikir seragam, mulai dari citra rasa masakan dengan cara *instant*, hingga cita-cita menjadi artis terkenal dengan bergantung pada *polling* sms dari penonton. Di beberapa stasiun televisi, kita juga bisa mengamati semangat budaya ini dalam acara pencarian bakat seperti *Indonesian Idol*. Kehadiran produk televisi ini tak lepas dari hegemoni massa. Secara sederhana, budaya populer dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa (Tanudjaja, 2007: 99).

Secara khusus, ada tiga tema atau argumen saling terkait yang dapat menjadi inti teori budaya populer pada abad kedua puluh. Tema pertama

adalah apa atau siapa yang menentukan budaya populer? Apakah ia lahir dari orang awam sendiri sebagai salah satu bentuk ekspresi mandiri atas kepentingan mereka dan berbagai bentuk pengalaman mereka, ataukah budaya populer itu dipaksakan dari atas oleh mereka yang sedang berkuasa sebagai salah satu bentuk kontrol sosial? Apakah budaya populer muncul dari orang awam “kalangan bawah”, atau turun dari elite “kalangan atas”, ataukah itu semata merupakan suatu persoalan interaksi diantara keduanya? Tema kedua berkenaan dengan pengaruh komersialisasi dan industrialisasi terhadap budaya populer. Apakah lahirnya budaya dalam berbagai bentuk komoditas berarti bahwa kriteria nilai keuntungan dan nilai jual lebih penting dari kualitas, keindahan, integritas, dan tantangan intelektual? Ataukah semakin banyaknya pasar universal bagi budaya populer menjamin bahwa budaya itu benar-benar populer karena budaya itu menyediakan komoditas yang benar-benar dibutuhkan orang kebanyakan? Siapa yang menang jika budaya populer dibuat secara industri dan dijual sesuai dengan kriteria nilai jual dan nilai keuntungan-perdagangan atau kualitas? Tema ketiga menyangkut peran ideologis budaya populer. Apakah budaya populer memang diperuntukkan untuk mendoktrinasi orang kebanyakan, memaksa mereka menerima dan mengikuti gagasan maupun nilai-nilai yang memastikan dominasi terus menerus mereka yang memiliki kedudukan istimewa yang menguasai mereka? Ataukah ini merupakan pemberontakan dan pembangkangan terhadap aturan sosial umum? Apakah budaya populer ini mengekspresikan perlawanan terhadap mereka yang berkuasa, dengan cara yang betapa pun tak terasa, halus dan belum berkembang, dan merupakan subversi cara-cara berfikir dan bertindak yang dominan (Strinati 2007: 25).

Pada dasarnya budaya populer lahir karena perkembangan zaman yang semakin meningkat, dimana kebudayaan yang asli akan luntur tetapi tidak akan hilang begitu saja. Praktik-praktik yang mengusung budaya kapitalis pun telah mendominasi dalam lingkungan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Kenyataan ini telah menggambarkan bahwa kebudayaan kita





kekuatan, kemewahan, kecanggihan dan eksklusif, sedangkan kombinasi warna coklat memiliki makna merepresentasikan perasaan menyeluruh, ketertiban, dan tetap membumi (Bernard, 2015: 14), warna tersebut merepresentasikan profesi sebagai pramugari pesawat dan juga warna yang sangat mencerminkan kepribadian seseorang yang memakainya. Dibalik warna tersebut memiliki pemaknaan bahwa pakaian yang digunakan itu ingin mencerminkan kepribadiannya yang lebih mendominasi dibandingkan gender lainnya, warna putih itu sendiri untuk menyampaikan pesan tentang kesempurnaan, pemaknaan memaknai tanda sebagai suatu ajang untuk memperbaiki *image* didalam dirinya, padahal pada kenyatannya citra wanita pada saat ini tetap pada wilayah subordinatnya tidak melebihi lawan gendernya tetapi pada pemaknaan ini ia menjadi sebuah pelengkap dalam melakukan berbagai hal.

Pada adegan ini wanita itu menunjukkan profesionalitas dalam menjalankan pekerjaannya, bekerja sebagai seorang pramugari. Pramugari adalah staf/karyawan perusahaan penerbangan yang bertugas melayani penumpang. Tugas utama seorang pramugari adalah menjaga keselamatan dan melayani kenyamanan penumpang selama dalam perjalanan (Patricia & Handayani, 2014: 12), begitupun dengan wanita sebagai pramugari itu, ia ingin menunjukkan pekerjaannya yang melayani penumpang, akan tetapi dalam gambar tersebut wanita ini menunjukkan sisi lain dari seorang pramugari, kata melayani pada arti pramugari tersebut memiliki makna, menurut KBBI kata "melayani" adalah: membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang atau meladeni. Pada gambar tersebut, arti dari sebuah profesi itu memunculkan pemikiran bahwa harus mengikuti sebuah perintah, pada peran wanita tersebut dikendalikan oleh pria dan mengikuti semua perintah pria sebagai objek atau sebagai pemuas hubungan intim.

Secara jelas pada film ini penempatan wanita menjadi objek dan menstereotipkan wanita sebagai bawahan laki-laki dan terbatasnya hak wanita karena dibatasi oleh pemenuhan hak

laki-laki, seolah wanita termarginalkan (Siregar, 2000: 73), wanita di jadikan sebagai warga kelas dua.

Teknik pengambilan gambar pada adegan ini adalah *medium shot* dimana objek yang terlihat diambil dari bagian pinggang ke atas, gestur serta ekspresi wajah mulai tampak. Sosok manusia mulai dominan dalam *frame* (Pratista, 2015: 147), sosok yang dimaksud adalah Massimo dan wanita yang memakai kemeja panjang berwarna putih dengan dasi berwarna hitam perpaduan warna coklat bercorak, adegan ini lebih memfokuskan kepada objek yang ada pada gambar tersebut, serta melihat reaksi dari kedua tokoh yang ada digambar itu.

Ruangan pada adegan ini adalah ruangan VIP (*Very Important Person*) penumpang VIP adalah penumpang yang kedudukannya atau jabatannya tinggi dalam suatu pemerintahan menyebabkan penumpang tersebut harus mendapatkan penanganan secara khusus (dalam hal ini prioritas/istimewa) (Majid & Probo, 2010: 6), yang dikhususkan untuk bos besar dari Sisilia, Italy Bernama Massimo. Terlihat bahwa ruangan tersebut sangat istimewa karena interior pada ruangan tersebut terlihat ruangan berinterior *classic* terlihat *elegant* karena warna dari ruangan pesawat tersebut berwarna putih dan dilengkapi dengan bantal berwarna coklat dan kamar mandi, sedangkan cahaya pada gambar tersebut terlihat cerah karena siang hari dan dibantu dengan warna ruangan berwarna putih, warna sangat mempengaruhi intensitas keluar masuknya cahaya, pada adegan ini warna sangat penting untuk menjaga pencahayaan, estetika dan juga memiliki banyak manfaat seperti warna memberikan dampak psikologis bagi yang melihatnya, tidak hanya estetika yang indah dipandang mata, banyak yang dapat dipengaruhi dan dibentuk oleh warna (Snyder & Catanese, 1991: 25), *setting* yang sempurna adalah setting yang sesuai dengan konteks ceritanya (Pratista, 2017: 101).

Gambar berganti, selanjutnya terlihat pada seorang wanita membuka ikat pinggang dan celana panjang hitam milik pria itu untuk melakukan *oral seks*, terlihat dari tatapan muka

a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



wanita itu seolah-olah mengikuti keinginan pria tersebut, pandangan yang diberikan oleh wanita pada film tersebut memiliki tanda bahwa ia mengikuti sebuah perintah nonverbal yang diberikan oleh pria, pada saat ia mengikuti perintah pria tersebut ia ingin mendominasi, pada kenyataannya wanita itu menjadi sebuah objek pemuas *seks* sesaat oleh pria.

Bisa kita lihat bahwa wanita dijadikan objek pemuas hubungan intim seorang pria, wanita memang hampir selalu dikaitkan dengan hubungan intimnya dan dianggap bernilai karena itu (Lie, 2005: 50), sebagai pihak yang lebih kuat, pria dianggap sebagai pihak yang lebih berkuasa di bandingkan wanita (Sugihastuti dan Saptiawan, 2007: 280).

Teknik pengambilan gambar yang digunakan pada gambar ini adalah *medium shot* dimana gambar yang diambil dari pinggul ke atas dan tidak menampilkan seluruh bagian tubuh. Sudut pandang yang digunakan pada gambar ini adalah *eye level angle* dengan fokus pengambilan gambar yaitu *soft focus* (Pratista, 2015: 147). Pada adegan ini terlihat musik yang mendukung untuk alur dari cerita tersebut, bukan hanya itu gerak gerik yang diciptakan oleh tokoh Massimo dan pramugari itu sangat menikmati *moment* itu terlihat Massimo yang menggunakan pakaian serba hitam yang menunjukkan warna yang sangat kuat yang melambangkan kelas, keanggunan dan kekayaan, sesuai dengan Massimo yang memerintahi pramugari itu untuk melayaninya.

Pemaknaan pengambilan gambar sebagai alat komunikasi nonverbal yang ditampilkan pada film tersebut, wanita menjadi pengalaman visual yang menyenangkan bagi pria. Secara medianya, mata kamera selalu dianalogikan dengan mata laki-laki, wanita cenderung menganut kontrol tatapan laki-laki. Mulvey mengemukakan bahwa wanita adalah manusia yang dikebiri, yang menyebabkan wanita menjadi *inferior* dibandingkan pria karena tidak memiliki penis, pria dapat menyadari obsesinya dan fantasi karena wanita, hal ini membuat wanita berada pada posisi yang tidak memiliki kekuasaan atas dirinya sendiri,

melainkan hanya menjadi objek keinginan pria.

Pada adegan ini hubungan intim digambarkan mampu memberikan dukungan atas hasrat tingkat hubungan intim yang tinggi, tokoh Massimo yang mempunyai tingkat hubungan intim tinggi menunjukkan sebuah fantasi *foreplay* untuk menggantikan pemanasan sebelum berhubungan *seks* (Sutarman, 2013: 81) dan adegan itu berlangsung selama beberapa menit. *Foreplay* atau pemanasan memiliki peran besar bagi kepuasan berhubungan intim, menurut Hills yang merupakan penulis buku hubungan intim berjudul *The Seks Myth*, durasi waktu berhubungan intim yang *ideal* adalah sekitar 7,5 menit (Hills, 2015: 60), kenikmatan lebih dapat dicapai dengan proses pembentukan seseorang yang mempunyai fantasi hubungan intim), pada adegan ini terlihat Massimo yang sudah tak tahan untuk kepuasan hubungan intim itu terpenuhi, dengan pengambilan gambar yang menggunakan *medium shot* dengan ekspresi yang dimainkan sudah menggambarkan bahwa kepuasan hubungan intim pria tersebut terpenuhi.

Pada gambar ini ilusi kesetaraan *gender* yang ditunjukkan yaitu melalui dominasi palsu seorang wanita dalam berhubungan intim, pada gambar ini nampak jelas bagaimana wanita tersebut berupaya mendominasi seorang pria, namun justru dirinyalah yang dijadikan objek bukan subjek dalam hubungan intim tersebut.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, setelah peneliti melakukan analisis denotasi dan konotasi terhadap *scene-scene* pada film *365 Days* yang menunjukkan ilusi kesetaraan gender, dari hasil denotasi dan konotasi penelitian menemukan bahwa:

1. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui dominasi palsu seorang perempuan dalam berhubungan intim, pada bagian ini misalnya wanita berupaya untuk mendominasi seorang pria, tetapi pada kenyataannya wanita tersebut justru hanya dijadikan suatu objek pemuas hasrat



seorang pria sehingga upaya yang ia lakukan itu hanyalah ilusi belaka

2. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui dikotomi peran yang diciptakan oleh lingkungan sosial yang menganggap bahwa peran maskulin yang ada pada pria lebih mendominasi dibandingkan wanita, sehingga *stereotype* masyarakat sebagai suatu yang tidak boleh diubah karena dianggap kodrati dan alamiah menjadikan itu sebagai ideologi gender
3. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui sifat maskulin seorang pria yang lebih mendominasi terhadap gender lainnya, pelebelan tersebut menunjukkan sebagai sebuah kekuatan untuk menduduki lawan jenisnya sehingga wanita selalu dijadikan pemuas hasrat pria dan terdominasi oleh gender lainnya
4. Ilusi kesetaraan gender yang ditunjukkan oleh seorang wanita yang mendominasi melalui sesuatu tindakan semu, pada bagian ini misalnya seorang wanita saat melakukan hubungan intim ia cenderung lebih aktif untuk memulai hal tersebut dikarenakan ia ingin menunjukkan bahwa wanita bukan dijadikan sebagai objek semata tetapi ia menjadi subjek seorang pria, akan tetapi pada kenyataannya wanitalah yang dijadikan objek pada saat berhubungan intim
5. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui perilaku seorang wanita yang menunjukkan dirinya sebagai pusat pemuas kebutuhan, pada bagian ini misalnya seorang wanita menunjukkan pakaian yang ia pergunakan, hal ini menjadikan dirinya sebagai pusat pemuas oleh gender lainnya, tetapi itu semua hanyalah ilusi semata pada kenyataannya justru wanitalah yang dijadikan objek pemuas penglihatan dari gender lainnya, sehingga menimbulkan sebuah ilusi semata
6. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui pemikiran seorang wanita yang beranggapan gender lainnya dijadikan pusat pemuas seksualitas wanita, pada bagian ini sifat ingin mendominasi seorang wanita cenderung aktif dalam melakukan hubungan intim, tetapi pada kenyataannya

wanita dijadikan sebuah pemuas hasrat pria

Berdasarkan temuan diatas peneliti menemukan adanya pemaknaan gender yang sama antara apa yang muncul dimasyarakat dan apa yang muncul didalam film *365 Days*. Pada penemuan penelitian, peneliti menemukan sebuah dominasi palsu terhadap kesetaraan gender perempuan pada saat melakukan hubungan intim, dimana perempuan berupaya untuk mendominasi seorang pria dalam berhubungan, pada kenyataannya ia hanyalah dijadikan suatu objek pemuas hasrat seorang pria, hal ini sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Hafidz (Niasti, 2017: 33) bahwa gender adalah sebuah konstruksi sosial tentang peran laki-laki dan wanita sebagaimana dituntut oleh masyarakat dan diperankan oleh masing-masing mereka.

Kemudian peneliti juga menemukan sebuah ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui dikotomi peran gender yang terdominasi oleh gender maskulin yang ada pada pria dibandingkan gender lainnya, sehingga *stereotype* masyarakat sebagai suatu yang tidak boleh diubah karena dianggap kodrati dan alamiah, menjadikan itu sebagai ideologi gender, hal ini sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Dagun (1992:3) kesetaraan *gender* hanya lah ilusi semata, dalam film ini tidak adanya kesetaraan gender baik wanita maupun laki-laki, gender yang lebih mendominasi adalah laki-laki yang memiliki sifat maskulin, laki-laki dianggap sebagai makhluk yang kuat, rasional, jantan dan perkasa.

Ilusi kesetaraan gender juga ditunjukkan melalui seseorang yang ingin mendominasi melalui tindakan semu melalui hubungan intim ia cenderung lebih aktif sehingga semua itu hanyalah ilusi belaka sehingga ia dijadikan objek oleh pria pada saat berhubungan intim, hal ini sesuai Dagun (Dagun, 1992: 3) kesetaraan gender hanyalah ilusi semata, sehingga gender yang lebih mendominasi adalah laki-laki yang memiliki sifat maskulin, laki-laki dianggap sebagai makhluk yang kuat, rasional, jantan dan perkasa.

Kemudian ilusi kesetaraan ditunjukkan melalui perilaku seorang wanita yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
KIK (Sistem Informasi dan Komunikasi)  
Kwik Kian Gie School of Business  
Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ditunjukkan oleh sifat maskulin gender yang mendominasi gender lainnya. Dalam konteks ini pria mendominasi wanita. Lalu yang kedua, pergeseran mitos dalam *365 Days* juga tampak melalui pemikiran gender yang beranggapan bahwa gender lainnya dapat menjadi pusat pemuas seksualitasnya. Sedangkan dalam kehidupan masyarakat, kesetaraan gender seharusnya dialami dalam setiap aspek kehidupan, dari mulai hukum, sosial maupun ekonomi. Gender merupakan sebuah disparitas status yang menetap dimana peran setiap gender dibentuk, disosialisasikan, diperkuat bahkan dikonstruksikan secara sosial atau kultur oleh lingkungan sekitar. Adanya ketidakadilan gender juga merupakan sebuah produk budaya yang menetap di tengah masyarakat, semua manifestasi ketiadilan tersebut saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

Tetapi dalam film *365 Days* juga menunjukkan ada hal yang sama dengan apa yang ditunjukkan oleh masyarakat mengenai gender yaitu adanya pembagian peran atau dikotomi peran terhadap gender yang dimana dalam film *365 Days* ditunjukkan oleh dominasi palsu yang dilakukan gender pada saat berhubungan intim yang sebenarnya gender tersebut tidak lebih memainkan sebuah peran untuk memuaskan gender lainnya. Didalam masyarakat juga menunjukkan adanya bentuk dominasi fisik kaum patriarki yang menganggap gender yang memiliki sifat maskulin yaitu pria lebih superior sehingga lebih mendominasi dibandingkan gender lainnya. Hal tersebut tampak jelas di dalam Film *365 Days* yang ditunjukkan dengan adanya dikotomi peran atau pembagian peran yang dimana perempuan seolah olah tidak berdaya dan terdominasi. Lalu pada film *365 Days* juga terlihat adanya aktivitas gender yang ingin mendominasi gender lainnya dengan tindakan semu. Hal tersebut sama dengan apa yang terjadi dimasyarakat bahwa gender yang mempunyai sifat maskulinitas akan lebih mendominasi. Dalam film *365 Days*, pemantapan mitos terlihat juga pada perilaku gender yang ingin menunjukkan sebagai pusat pemuas kebutuhan bagi gender lainnya, tetapi hal tersebut merupakan sebuah ilusi yang dimana justru gender tersebutlah yang dijadikan objek pemuas penglihatan dari gender lainnya. Hal ini sama dengan yang terjadi didalam masyarakat yaitu

pada dasarnya perjuangan gender ingin melakukan dekonstruksi terhadap ideologi gender.

Penelitian ini menggunakan teori budaya populer. Film termasuk budaya populer dikarenakan salah satu karakteristik budaya populer ialah budaya massa. Film menggunakan teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Karakteristik lain ialah budaya populer visual, yang dimana dizaman modern ini orang-orang tidak begitu suka lagi dalam hal membaca, mereka lebih menyukai melihat gambar dan itu sebabnya industri film sangat berkembang pesat. Hal tersebut berkaitan dengan film *365 Days*, yang berawal dari sebuah novel trilogi pertama yang ditulis oleh Blanca, tetapi sayangnya novel ini tidak meledak seperti setelah dijadikan sebuah film. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang lebih suka melihat gambar dibandingkan kata-kata. Film *365 Days* juga tidak terlepas dari karakteristiknya yaitu produk komunikasi massa, yang dimana di dalamnya dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa. Lalu pembuat film *365 Days* juga tidak terlepas dari jaringan bisnis untuk meraup keuntungan, yang dimana orang-orang didalamnya terjebak dalam jaringan industri dan komersialisasi.

Kemudian tema teori budaya populer ketiga dimana dikatakan bahwa budaya populer menyangkut peran ideologis budaya populer. Apakah budaya populer memang diperuntukkan untuk mendoktrinasi orang kebanyakan, memaksa mereka menerima dan mengikuti gagasan maupun nilai-nilai yang memastikan dominasi terus menerus mereka yang memiliki kedudukan istimewa yang menguasai mereka? Ataukah ini merupakan pemberontakan dan pembangkangan terhadap aturan sosial umum. Film *365 Days* merupakan sebuah pesan yang disampaikan melalui film, pesan bahwa perempuan memiliki otoritas diatas laki-laki, akan tetapi digambarkan dalam film *365 Days*, perempuan sama sekali tidak memiliki kekuatan untuk mengalahkan maskulinitas laki-laki yang kemudian dikatakan bahwa perempuan dalam film *365 Days* hanya menjadi objek pemuas nafsu

- a. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



belaka tanpa memiliki power untuk mendominasi peran laki-laki.



#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada film *365 Days*, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Pemaknaan gender yang sama antara apa yang muncul di masyarakat dan apa yang muncul didalam film *365 Days*, dominasi palsu yang terjadi terhadap kesetaraan gender perempuan pada saat melakukan hubungan intim. Dimana perempuan berupaya untuk mendominasi seorang pria dalam berhubungan, pada kenyataannya ia hanyalah dijadikan suatu objek pemuas hasrat seorang pria, jadi gender adalah sebuah konstruksi sosial tentang peran pria dan wanita sebagaimana dituntut oleh masyarakat dan diperankan oleh masing-masing gender
2. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui dikotomi peran gender yang terdominasi oleh gender maskulin yang ada pada pria dibandingkan gender lainnya, *stereotype* masyarakat sebagai suatu yang tidak boleh diubah karena dianggap kodrati dan alamiah, menjadikan itu sebagai ideologi gender. Kesetaraan gender hanyalah ilusi semata, gender yang lebih mendominasi adalah laki-laki yang memiliki sifat maskulin, laki-laki dianggap sebagai makhluk yang kuat, rasional, jantan dan perkasa
3. Kesetaraan gender seharusnya dialami dalam setiap aspek kehidupan seperti hukum, sosial maupun ekonomi, hal tersebut digambarkan sebagai *stereotype* kesetaraan gender yang ada pada masyarakat maupun negara-negara luar lainnya, kemudian gender merupakan sebuah disparitas status yang menetap, sehingga ketidakadilan gender merupakan sebuah produk budaya yang menetap didalam masyarakat, kesetaraan gender ditunjukkan melalui sifat maskulin seorang pria yang lebih mendominasi terhadap gender lainnya, pelebelan tersebut menunjukkan sebagai sebuah kekuatan

untuk mendominasi lawan jenisnya sehingga wanita selalu dijadikan pemuas hasrat pria dan terdominasi oleh gender lainnya

4. Ilusi kesetaraan gender juga ditunjukkan melalui gender yang ingin mendominasi gender lainnya melalui tindakan semu dalam hubungan intim, dalam hal ini wanita yang ingin mendominasi pria. Tetapi bukannya menjadi subjek, justru wanita kembali lagi dijadikan objek pemuas hasrat pria
5. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui perilaku gender yang ingin menunjukkan dirinya sebagai pusat pemuas kebutuhan bagi gender lainnya, dalam hal ini wanita yang ingin menjadi subjek dari pria. Tetapi hal tersebut merupakan sebuah ilusi yang dimana justru gender tersebutlah yang dijadikan objek pemuas penglihatan dari gender lainnya
6. Ilusi kesetaraan gender ditunjukkan melalui pemikiran gender yang beranggapan bahwa gender lainnya dapat menjadi pusat pemuas seksualitasnya. Dalam hal ini wanita yang beranggapan gender lainnya dapat dijadikan pemuas kebutuhan seksualitasnya. tetapi lagi-lagi, hal tersebut merupakan tindakan semu, yang dimana gender tersebutlah yang dijadikan objek pemuas hasrat seksualitas gender lainnya

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Sobur. (2003). *“Semiotika Komunikasi”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- A. Elvinaro. (2007). *“Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi”*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- A. Lobodally & R. W. Wardana. (2016). *“Analisis Semiotika Mengenai Kematian dalam Iklan San Diego Hills dan Film The Killers”*. Kalbisocio: Jurnal Bisnis dan Komunikasi.
- A. Alfian. (2015). Disertasi Doktor: *Representasi Istri Dalam Film “Habibie & Ainun”*, UNIVERSITAS AIRLANGGA.



Althusser, Louis. (2015). " *Ideologi dan Aparatus Ideologi Negara (Catatan-Catatan Investigasi)*". Diterjemahkan oleh Mohamad Zaki Hussein dari judul asli " *Ideology and Ideological State Apparatus (Notes towards an Investigation)*". Yogyakarta: Jalansutra.

(2008). " *Definisi Kesehatan Reproduksi Remaja*".

Apriansyah, A. L. (2018). Disertasi Doktor: " *Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film "Moana" Produksi Walt Disney*". UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945.

Avionita, F. (2016). " *Representasi Perempuan dalam Film (Analisis Semiotika Representasi Perempuan dalam Film "Fifty Shades of Grey")*".

AWS. Hubeis (2010). " *Pemberdayaan Perempuan dari Masa ke Masa*". Bogor: IPP Press

Barthes, Roland. (2004). " *Mitology*". Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Barthes, Roland. (2012). " *Elemen-elemen Semiotika*". Yogyakarta: Jalasutra

Batubara, J. (2017). " *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*". Jurnal Fokus Konseling: 3(2), 95-107.

Bawantara, Agung. (2005). " *Panduan Membuat Video Keluarga (Membuat Story Board/ Story Line, Teknik Syuting, Teknik Editing, Teknik Mengisi Suara)*" Jakarta: Kawan Pustaka.

Bernard, Malcon. (2011). " *Fashion sebagai Komunikasi*". Yogyakarta: Jalasutra

C. K. Ogden, and I.A. Richards. (1989). " *The Meaning of Meaning*". San Diego: Harcourt Brace Jovanovich. (Original published London: Kegan Paul).

D.S, Madison (2005). " *Critical ethnography: Methods, ethics, and performance. Thousand Oaks*" CA: Sage.

Dagun, (1992). " *Save M. Maskulin dan Feminim: Pria dan Wanita dalam Fisiologi, Psikologi, Seksual, Karier dan Masa Depan*". Jakarta: Rineka Cipta.

Danesi, Marcel. (2010). " *Pengantar Memahami Semiotika Media*". Yogyakarta: Jalansutra.

E, Widyawati, (2015). Disertasi Doktor : " *Kualitas Pelayanan Pasasi Di Bandara Juanda*" (Studi Deskriptif Tentang Penanganan Penumpang Khusus (Special Passenger) oleh Petugas Pasasi di PT Global Jasa Angkasa (GJA) Bandar Udara Internasional Juanda-Surabaya) UNIVERSITAS AIRLANGGA.

E. A. Wibowo (2015). " *Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita Analisis Semiotika Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita (Doctoral dissertation)*". Universitas Muhammadiyah Surakarta.

E. Hutapea,. (2016). " *Identifikasi Diri Melalui Simbol Simbol Komunikasi (Studi Interaksionisme Simbolik Komunitas Pemakai Narkoba)*" DKI Jakarta: Jurnal Bricolage.

F. D., Ching, & F. Dai-Kam. (1996). " *Arsitektur: Bentuk, ruang, dan tatanan*". Penerbit: Erlangga.

Fatoni, Muhammad (2013) " *Konsep Cinta Sesama dalam Iklan Televisi*" Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Fiske, John. (2007) " *Cultural and Communication Studies*" Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Diterjemahkan oleh Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim. Bandung: Jalasutra.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Instansi ini bermitra dengan IBIKKG (Institut Bisnis dan Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie)



G, Burton. (2008). *“Media dan Budaya Populer”*.  
Penyadur: Alfathri Adlin. Yogyakarta:  
Jalasutra.

GA, Prasjo. (2003). *“Tata Ruang Rumah  
Tinggal”*. Yogyakarta: Yayasan  
Sejahtera.

Gita fiolanda, Gresia. (2015)  
Skripsi: *“Representasi Pesan Budaya  
Karo dalam Film 3 Nafas Likas”*. Medan:  
Universitas Sumatra Utara.

H Oktavianus, (2015). *“Penerimaan Penonton  
Terhadap Praktek Eksorsis di dalam  
Film Conjuring”*. *Jurnal e-  
Komunikasi*, 3(2).

H Mulachela, A. R., Teluma, & E. P. Paramita,  
(2019). *“Gender Equality Messages in  
Film Marlina The Murderer In Four  
Acts”*. *JCommsci-Journal Of Media and  
Communication Science*.

H Muliadi, H. M., Syam, & N, Anisah (2018).  
*“Nilai Moral Tokoh Anak Dalam Film  
Hafalan Surat Delisa”*. *Jurnal Ilmiah  
Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu  
Politik*.

Hafidz, Wardah (1995). *“Daftar Istilah Gender”*.  
Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan  
Peranan Wanita

Hall, Suart. (1997).

Hasan Susanto, Nanang. (2015) *“Tantangan  
Mewujudkan Kesetaraan Gender Dalam  
Budaya Patriarki”*. *Jurnal Pendidikan  
Sosial*. Vol.7, No.2.

Hills, (2015). *Rachel the sex myth*

J. G, Ponterotto. (2005). *“Qualitative Research  
in Counseling Psychology: A Primer on  
Research Paradigms and Philosophy of  
Science. The Counseling Psychologist”*.

J. P, Kosakoy. (2016). *“Representasi Perempuan  
Dalam Film “Star Wars VII: The Force  
Awakens”*. *Jurnal E-Komunikasi*,

J.W. Creswell, (2009). *“Research Design:  
Qualitative and Quantitative Approach.  
Thousand Oaks”*, CA: Sage

JT, Wood (2001). *Gendered Lives:  
Communication, Gender, and Culture*.  
United States of America: Wadsworth  
Thomson Learning

Karunianingsih, Dyah A. (2016). *Kamera  
Sebagai Alat Operasi Male Gaze:  
Analisis Male Gaze dalam Film Horror  
“Pacar Hantu Perawan”*.

Kasiyan. (2008). *“Manipulasi dan Dehumanisasi  
Perempuan Dalam Iklan”*. Yogyakarta:  
Penerbit Ombak.

Kountur, Ronny. (2003). *“Metode Penelitian  
Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis”*,  
Jakarta: Teruna Grafika.

Kurniawan, (2001), *“Semiotologi Roland Barthes”*.  
Magelang: Yayasan Indonesiatara.

L, Beamer, & I. Varner, (2008). *“Intercultural  
Communication in The Global  
Workplace (4th Edition ed.)”*. New York,  
USA: McGraw-Hill.

Lie, Shirley (2005). *“Pembebasan Tubuh  
Perempuan”*. Jakarta: Grasindo

Lukmantoro. (2003). Tesis: *“Televisi dan Motif  
Meneonton Tayangan Televisi”*,  
Semarang.

M, Fuady (2013). *“Teori-Teori Besar (Grand  
Theory) Dalam Hukum”*. Jakarta:  
Kencana Prenada Media Group.

M, Ilham, (2017). Skripsi: *“Presentasi Budaya  
Populer Meme Comic Indonesia  
(Analisis Semiotika Meme dalam  
Fanpage Meme Comic  
Indonesia)”*. Departemen Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin.

M. M., Lutfi, & T. Rahardjo, (2013). *“Hubungan  
Terpaan Pemberitaan Di Media Massa  
Mengenai Kasus Terorisme Yang Terjadi*



Di Kota Surakarta Dengan Citra Wali Kota Joko Widodo”.

Macdonald, Mandy dan Sprenger, Ellen. (1997). “Gender dan Perubahan Organisasi”. Yogyakarta: Insist Press.

Majelis Umum PBB (1946) “Freedom of Information is a Fundamental Human Right and is the Touchstone of All the Freedoms to Which the United Nations is Consecrated”

Mansour, Fakhri. (2010). “Analisis Gender & Transformasi Sosial”. Yogyakarta: Pustaka.

Moleong, Lexy J. (2004). “Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2009). “Teori Komunikasi Organisasi”. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mudjiyanto, Bambang dan Nur, Emilayah. (2013). “Semiotika Dalam Metodologi Penelitian Komunikasi”. Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa (PEKOMMAS). Vol. 16 (1)

Mulvey, Laura. (1989). “Visual and Other Pleasure”. New York: Palgrave Houndmills

Mulyana, Deddy. (2010). “Pengantar Ilmu Komunikasi”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

N Mackenzie & S. Knipe (2006). “Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology”. Issues In Educational Research.

N. L., Patricia, & S, Handayani. (2014). “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “ ”. Jurnal Psikologi Esa Unggul.

N. S. Siregar, (2012). “Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. Perspektif”.

N. W., Prosodjo, & N. K.Pandjaitan, (2015). “Stratifikasi Sosial Sosiologi Umum”.

N.K., Denzin, & Y.S. Lincoln, (2005). “The Sage handbook of qualitative research. Thousand Oaks”. CA: Sage.

Neuman, W. Lawrence. (2003). “Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach”. New York: Pearson Education, Inc.

Nugroho, Sarwo. (2014). “Teknik Dasar Videografi”. Yogyakarta: Andi

Nurudin. (2007). “Pengantar Komunikasi Massa”. Jakarta : Rajawali Pers.

NY. Macmillan. (1996). *Webster’s New World College Dictionary*

O. U. Effendy, (2000). “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Oakley, Ann (1972). “Sex. Gender and Sociev”. New York: Harper and Row.

P., Shafura, & T. Sya'dian, (2020). “Penyutradaraan Pada Penciptaan Film Pendek “Viola”. Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain.

Pratista, Himawan. (2017). “Memahami Film”. Yogyakarta: Montase Press.

Pujileksono, Sugeng. (2015). “Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif”. Malang : Kelompok Insrans Publishin.

Pujiriyanto. (2005). “Desain Grafis Komputer”. Yogyakarta: Andi Offset

R, Kriyantono. (2006). “Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran”. Jakarta: Kencana.

R, Kriyantono. (2006). “Teknik Praktis Riset Komunikasi”. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.



R, Permanadeli (2015). *“Dadi Wong Wadon: Representasi Sosial Perempuan Jawa di Era Modern”*.

Rahardjo, D. D. F. (2016). *“Representasi Budaya Populer Dalam Film “Slank Nggak Ada Matinya”*. Karya Fajar Bustomi: Ejournal Ilmu Komunikasi.

Rakhmat, Jalaludin. (2005). *“Psikologi Komunikasi”*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya

Rudi Aldianto. (2015). *“Kesetaraan Gender Masyarakat Transmigrasi Etnis Jawa”*. Vol. 3, No. 1.

Rizki Kurniawan (2014), *“Imitasi Budaya Pada Tayangan Televisi di Indonesia”*. Jurnal Dimensi, Vol 11-No.2

Rotintulus, Olga (2018), *“GENDER EQUALITY AND WOMEN’S POWER IN AMERICAN INDIAN TRADITIONAL CULTURE IN ZITKALA-SA’S SHORT STORIES”*. Jurnal Center of Humanities Studies Universitas Negeri Padang, Vol. 17 No. 2, 2018.

Salma. (2015). *“Pengarustamaan Gender Dalam Pengambilan Kebijakan Di Sekretariat Daerah”*. Vol. 3, No. 1

Sanderson. (2000). *“Sosiologi Macro, Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial”*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sarlito Wirawan Sarwono (2005), *“Psikologi Remaja”*, Jakarta : Universitas Indonesia

Slamet, Mugi. (2016) Skripsi: *“Hubungan Antara Nilai Keperawanan (Virginity value) Dengan Perilaku Seksual Pranikah Remaja”*.

Snyder, C., James & Catanese, J, Anthony (1991). *“Pengantar Arsitektur “* (Hendro Sangkoyo, Penerjemah). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sugihastuti dan Saptiawan. (2007). *“Gender dan Inferioritas Perempuan”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugihastuti. (2000). *“Wanita di Mata Wanita”*. Bandung: Penerbit Nuansa

Sugiyono. (2016), *“Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D”*. Penerbit Alfabeta: Bandung.

Susiloningsih dan M. Najib, Agus, (2004) *“Kesetaraan Gender di Perguruan Tinggi”*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Sobur, Alex, (2003) *“Semiotika Komunikasi”*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

T, Christomy dan Yuwono, Untung (2004). *“Semiotika Budaya, Pusat Kemasyarakatan dan Budaya”*. UI: Jakarta.

Vera Nawiroh, (2014) *“Semiotika dalam Riset Komunikasi”*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, Indian Seto Wahyu. (2011). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Zaitunah, Subhan. (2004). *“Kekerasan Terhadap Perempuan”*. Pustaka Pesantren: Yogyakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyediaan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.