



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Budaya Pop dan Barbie

Budaya pop, atau yang sering disebut sebagai budaya populer, mencakup sejumlah ide, pandangan, perilaku, citra, dan fenomena yang diterima secara luas dalam suatu masyarakat. Ini umumnya terjadi pada paruh pertama abad ke-20 di Barat dan secara global pada paruh kedua abad ke-20 hingga awal abad ke-21, dipengaruhi oleh media massa. Meskipun sering dianggap sepele karena usahanya mendapatkan penerimaan dalam arus utama, budaya populer sering mendapat kritik dari kelompok di luar arus utama, yang menganggapnya dangkal, materialistik, dan merusak.

Istilah "budaya populer" sudah ada sejak abad ke-19, pada awalnya mengacu pada pendidikan dan budaya kelas bawah, tetapi kemudian berkembang menjadi budaya yang diproduksi dan dikonsumsi secara massal, terutama setelah Perang Dunia II. Meskipun berasal dari Eropa, budaya populer tidak lagi eksklusif untuk kelas sosial bawah dan sering dihubungkan dengan "budaya massa", melibatkan produksi dan konsumsi dalam jumlah besar, membuatnya menjadi produk budaya yang tersedia luas dan dapat dinikmati tanpa usaha khusus.



Sumber: Wikipedia

Gambar 2. 1

Logo Brand Barbie



*Barbie*, sebagai ikon budaya pop, mewakili impian dan khayalan anak perempuan di seluruh dunia. Diperkenalkan oleh *Mattel* pada tahun 1959, *Barbie* menawarkan desain inovatif dan variasi produk yang membuatnya relevan secara global. Kehadiran *Barbie* dalam media, variasi produk, dan kemitraannya dengan merek terkenal telah membantu mempopulerkannya secara global. Meskipun *Barbie* telah memperoleh popularitas yang besar, pengaruhnya memiliki aspek baik dan buruk yang patut diperhatikan. *Barbie* dapat mempromosikan aspirasi dan imajinasi anak perempuan serta mencerminkan keragaman, membantu meningkatkan penerimaan diri dan rasa percaya diri anak-anak yang merasa diwakili olehnya.

Namun, *Barbie* juga telah menjadi sumber kritik atas representasi tubuh yang tidak realistis dan standar kecantikan yang tidak realistis, serta dapat memperkuat stereotip gender dan pandangan materialistik tentang nilai dan kepemilikan barang-barang. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengevaluasi pengaruh *Barbie* dalam budaya populer dengan cermat. Dengan ini, Film *Barbie* menjadi wadah yang kuat untuk memberikan dampak positif pada feminisme, standar kecantikan, dan kesetaraan gender, serta berani mengungkapkan isu-isu problematik yang sebelumnya tidak tersentuh dalam franchise *Barbie*.

## 2. Kampanye

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kampanye memiliki pengertian yang bervariasi berdasarkan pada aspek yang dituju. Kampanye dalam konteks pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian strategi promosi yang dirancang untuk meningkatkan atau mempertahankan tingkat penjualan, serta mencapai tujuan-tujuan pemasaran lainnya. Dapat dilihat pada pengertian kampanye berdasarkan buku *Advertising & IMC* menurut Tom Duncan sebagai seperangkat pesan komunikasi pemasaran dengan tema umum yang berjalan dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan komunikasi pemasaran tertentu.



Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye adalah kumpulan tindakan komunikasi

yang direncanakan yang dilakukan secara berkelanjutan selama periode waktu tertentu dengan tujuan mencapai efek tertentu pada sejumlah besar khalayak. Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa marketing komunikasi adalah cara perusahaan menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain itu, berbagai bentuk komunikasi yang digunakan dalam pemasaran termasuk dalam delapan kategori: iklan, promosi penjualan, aktivitas dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran viral, dan promosi personal. Dengan ini kegiatan kampanye dengan implementasi pada marketing komunikasi sebagai penyampaian pesan terstruktur dari suatu perusahaan, komunitas dan individu terhadap masyarakat atau target pasar dengan tujuan untuk mempengaruhi masyarakat dalam mengenal suatu produk yang memiliki efek ke proses pembelian.

Beberapa karakteristik yang perlu diketahui pada kampanye harus diidentifikasi dengan beberapa hal seperti:

- a. Kegiatan kampanye dimaksudkan untuk menimbulkan efek atau dampak tertentu terhadap suatu merek, komunitas atau individu dengan pendapat atau visi dan misi tertentu yang ingin dijalankan.
- b. Target audiens yang besar merupakan tanda bahwa suatu merek, komunitas, atau individu dikenal atau diakui secara publik.
- c. Sering kali terfokus pada jangka waktu tertentu sebagai strategi bagi suatu *brand*, komunitas, atau individu untuk meluncurkan kampanye di waktu yang tepat, dalam kondisi yang tepat, dan dalam situasi yang tepat.
- d. Melalui serangkaian tindakan komunikasi terorganisir mulai dari menganalisis, mendefinisikan, dan melaksanakan kampanye untuk suatu merek, komunitas, atau individu.



- e. Sumber yang teridentifikasi dengan jelas adalah individu yang menginisiasi, merencanakan, melaksanakan, dan bertanggung jawab atas suatu kampanye produk (pembuat kampanye). Dengan demikian, setiap penerima pesan kampanye memiliki kemampuan untuk mengenali dan menilai tingkat kepercayaan sumber pesan kapanpun diperlukan.

Pfau dan Parrot (1993) menyatakan bahwa upaya perubahan yang dimotori kampanye selalu dikaitkan dengan aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku, terlepas dari keanekaragaman dan fokusnya. Ostergaard (2002) menyebut ketiga komponen tersebut sebagai "3A", yang berarti persepsi, sikap, dan tindakan. Ketiga komponen ini saling berhubungan dan merupakan tujuan pengaruh yang harus dicapai secara bertahap untuk menciptakan kondisi perubahan. Larson (1992) membedakan tiga jenis kampanye menjadi:

a. Kampanye yang Berfokus pada Produk

Jenis kampanye yang berfokus pada produk ini biasanya dilakukan oleh bisnis dan biasanya disebut sebagai kampanye komersial. Untuk mencapai keuntungan yang diinginkan, tujuan mereka adalah untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan. Selain itu, termasuk dalam kategori ini adalah kampanye hubungan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

b. Kampanye yang Mengutamakan Kandidat

Jenis ini, juga disebut sebagai "kampanye politik", bertujuan untuk mendapatkan dukungan masyarakat terhadap kandidat yang diusulkan oleh partai politik untuk memegang jabatan politik tertentu. Contoh kampanye seperti ini dapat ditemukan dalam pemilihan umum atau dalam kampanye untuk mendapatkan perempuan di parlemen.

c. Kampanye Ideologis atau Perubahan Sosial

Kampanye jenis ini, juga disebut sebagai kampanye perubahan sosial, bertujuan untuk mengatasi masalah sosial melalui mengubah sikap dan perilaku masyarakat yang relevan.



Kampanye ini mencakup berbagai bidang, seperti kesehatan (misalnya, AIDS, mendorong menyusui dengan ASI, keluarga berencana, dan donor darah), lingkungan (misalnya, mendorong air bersih), pendidikan (misalnya, mendorong penggunaan helm dan sabuk pengaman), ekonomi (misalnya, menarik investor asing), atau kemanusiaan (misalnya, mengumpulkan dana untuk korban bencana alam).

Berdasarkan pada wawancara Margot Robbie dan Greta Gerwig pada *ABC News Youtube*, Margot Robbie dan Greta Gerwig berbicara tentang perjalanan mereka dengan proyek *Barbie*. Mereka menjelaskan motivasi awal untuk proyek ini, yaitu memanfaatkan pengakuan global terhadap *Barbie*, yang memicu berbagai perasaan dari penggemar dan kritikus. Proses meyakinkan *Mattel* untuk mendukung visi mereka melibatkan langkah demi langkah dengan komitmen untuk menghormati merek *Barbie* sambil tetap mengatasi aspek-aspek *problematic*. Mereka juga mengulas tema feminis dalam film tersebut dan bagaimana *Barbie* mencerminkan aspek yang lebih umum dari konsep kesetaraan.

### 3. Film sebagai media kampanye.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, "film" berarti selaput tipis yang terbuat dari seluloid yang berfungsi sebagai tempat baik gambar negatif maupun gambar positif yang akan dibuat potret. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990), film juga disebut sebagai lakon cerita gambar hidup. Secara etimologis, film adalah filmografi. Kata "*cinema*" memiliki arti "gerak", dan "tho" atau "phytos" memiliki arti "cahaya". Oleh karena itu, film juga dapat diartikan sebagai melukis gerak dengan menggunakan cahaya.

Latar belakang film bermula dengan inovasi Thomas Edison. Pada tahun 1888, *The French Lumière Brothers* datang dengan gagasan memproyeksikan film di layar, dan dia menemukan kamera film pertama yang berfungsi. Sebagian besar film awal hanya menampilkan gambar hitam-putih diam pendek dari peristiwa nyata yang bergerak, seperti pacuan kuda. *The Great Train Robbery*, yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1903,



adalah film cerita pertama yang sangat populer. Pada awalnya, penonton menunduk ketika perampok menembakkan pistol kereta ke kamera.

Penemuan pada film oleh Thomas Edison menjadikan pintu gerbang untuk perkembangan film dengan pesat dengan munculnya suara pada film, perubahan pada film dengan warna monokrom menjadi format pada warna *technicolor*, perkembangan format dan genre pada film dan efek globalisasi dan diversifikasi pada film yang tidak hanya melibatkan aspek film terhadap kualitas pada visual dan audio, namun juga aspek baik pada pesan film terhadap masyarakat, representasi inklusif berdasarkan pada pemeran pada pemain film. Dengan ini, film-film pada abad 21 distandarisasikan untuk selalu memberikan pesan-pesan akan kepedulian terhadap masalah atau situasi sedang terjadi di dunia nyata terhadap khalayak.

Pada era modern saat ini, di mana kemajuan teknologi terus berkembang dengan cepat dan konektivitas semakin pesat, penggunaan media film sebagai alat kampanye telah menjadi semakin populer. Film bukan hanya digunakan sebagai bentuk hiburan, tetapi juga menjadi salah satu platform yang efektif untuk menyampaikan pesan kampanye. Dengan adanya daya tarik visual, naratif yang dinilai kuat, dan mempunyai kemampuan untuk menciptakan pengalaman emosional yang mendalam pada film. Film juga dapat menarik perhatian audiens dengan berbagai cara, seperti dikemas dengan unik dan memukau.

Kampanye-kampanye sosial, politik atau lingkungan menggunakan medium untuk merangkul dan membangun kesadaran para masyarakat terhadap isu-isu yang penting. Dengan itu, film tidak hanya menjadi alat untuk sebatas hiburan semata tetapi juga menjadi suatu kekuatan yang mendorong perubahan sosial dengan narasi dan visual yang memotivasi serta membuat para audiens bisa merasakan pesat yang didapat dari film.

Penggunaan media film untuk menyampaikan kampanye bisa dilihat dengan analisa pada dua film sebagai referensi. Film biografi "*Hidden Figures*" dirilis pada tahun 2016 dan

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengangkat kisah nyata tentang tiga wanita Afrika-Amerika yang sangat berbakat di *NASA*, yaitu Katherine Johnson, Dorothy Vaughan, dan Mary Jackson. Cerita film ini berfokus pada peran mereka sebagai inti dari salah satu operasi paling signifikan dalam sejarah, yakni peluncuran astronot John Glenn ke orbit.

Pencapaian luar biasa ini tidak hanya mengembalikan kepercayaan bangsa, tetapi juga membalikkan Perlombaan Luar Angkasa dan mempesona dunia. Film ini tidak hanya menceritakan pengalaman tiga wanita Afrika-Amerika bekerja di *NASA*, tetapi juga menyampaikan pesan moral tentang bagaimana setiap individu dapat mengatasi rintangan untuk mengembangkan diri dalam kecerdasan, kontribusi, dan kekuatan pribadi tanpa memandang ras atau jenis kelamin.

Moralitas yang disampaikan dalam film "*The Hidden Figures*" dijadikan sebagai kampanye anti-rasisme terhadap komunitas kulit hitam. Pesan tersebut juga sejalan dengan gerakan *Black Lives Matter*, yang berusaha untuk mencapai kesetaraan hak asasi manusia dengan menghapuskan supremasi kulit putih di bawah hukum, dengan tujuan menciptakan lingkungan di mana orang kulit hitam tidak lagi menjadi sasaran kekerasan dan perlakuan tidak adil. Gerakan ini berusaha menguatkan rasa kemanusiaan dan ingin memberikan kontribusi sepenuhnya dalam menghadapi penindasan yang terjadi.

Film kedua sebagai referensi pada penggunaan media film sebagai kampanye adalah *Erin Brockovich* dirilis pada tahun 2000 dengan alur cerita film yang juga berdasarkan pada kisah nyata dengan sinopsis *Erin Brockovich* (Julia Roberts) adalah seorang wanita yang berada dalam situasi sulit. Setelah kecelakaan mobil di mana Erin tidak bersalah, Erin memohon kepada pengacaranya Ed Masry (Albert Finney) untuk mempekerjakannya di firma hukumnya. Erin menemukan beberapa catatan medis yang ditempatkan di arsip real estate

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. 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.
3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dia meyakinkan Ed untuk mengizinkannya menyelidiki, di mana dia menemukan adanya penyembunyian yang melibatkan air yang terkontaminasi di komunitas lokal yang menyebabkan penyakit parah di antara penduduknya. Film pada *Erin Brockovich* dapat mengangkat moral pesan akan seorang wanita dengan segala kekurangan pada latar belakangnya dan juga diskriminasi baik secara gender maupun secara penampilan yang dialami pada lingkungan kerja sekitar bukan lah menjadi hal yang membuat wanita untuk menyerah dan bertekad untuk menyelesaikan rintangan yang ada.

Pesan moral pada film *Erin Brockovich* dapat menjadikan salah satu pesan pada kampanye pada feminisme dengan fokus tujuan adalah memberantas ketidaksetaraan gender, keterlibatan perempuan dalam segala aspek, pemberantasan kekerasan seksual terhadap perempuan dan pemberantasan stereotip terhadap perempuan.

#### 4. Feminisme

Dalam bahasa Prancis, feminisme berasal dari kata "*feminin*", yang berarti "kewanitaan" atau untuk menunjukkan sifat perempuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), feminisme didefinisikan sebagai gerakan wanita yang mendukung persamaan hak penuh antara wanita dan pria. Stephanie Hodgson Wright (2002), berdasarkan buku *Women's Writing of the Early Modern Period*, mengatakan bahwa gerakan feminisme dimulai dengan gerakan untuk menghadapi patriarki di Inggris dari tahun 1550 hingga 1770.

Fokus dari gerakan ini adalah untuk menentang pandangan patriarki tentang kedudukan sosial perempuan, yang dianggap lemah, emosional, dan tidak rasional. Dengan ini, gerakan awal pada feminisme dapat dilakukan dengan tiga cara, baik pada perbaikan pada pandangan terhadap perempuan melalui ajaran pada gereja, adanya pertentangan terhadap buku panduan atau buku apapun yang mempunyai sifat untuk mengekang perempuan, dan juga membangun solidaritas terhadap penulis wanita.



Gerakan pada feminisme awal membukakan kesempatan sebagai gerakan pertama untuk mengembangkan gerakan feminisme ke berbagai gelombang sesuai dengan peradaban pada saat itu dengan fokus feminisme yang berkembang dan luas. Gerakan Feminisme tidak hanya berkembang sesuai dengan perkembangan zaman dengan fokus gerakan yang lebih interkultural, modern, dan melibatkan kompleksitas pada identitas gender.

Fokus pada gerakan feminisme dapat diwujudkan melalui berbagai metode, termasuk menggunakan media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan yang mengusung nilai-nilai feminisme kepada khalayak. Dengan perspektif pada feminis yang melihat industri perfilman secara keseluruhan menyoroti seksisme terutama dalam pemberian peran gender yang mendiskriminasi.

Melalui pengalaman visual, film konvensional memperkuat struktur dominasi patriarki, mendukung perlunya alternatif produksi film. Penyampaian kampanye feminisme pada film dapat dilakukan dengan kewajiban penuh pada produser film *Barbie* untuk menciptakan suatu ide, membangun visi dan misi pada film *Barbie*, termasuk pada menciptakan struktur pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dengan keseluruhan durasi waktu film untuk memberikan dampak yang diinginkan.

## 5. Teori Analisis Resepsi

Kajian resepsi ini merupakan suatu pendekatan yang berkaitan dengan kajian komunikasi massa. Merupakan teori yang digunakan untuk mengkaji bagaimana pesan yang disampaikan media diterima dan diinterpretasikan oleh khalayak serta peran pesan tersebut dalam membentuk pemahaman khalayak terhadap informasi yang disampaikan melalui media. Istilah “Resepsi” berasal dari bahasa Latin yang berarti “*recipere*” atau “*reception*” yang dalam bahasa Inggris berarti penyambutan atau penerimaan pembaca.

Dalam konteks yang lebih luas, Resepsi mengacu pada bagaimana pembaca memberi makna dan menafsirkan teks acara televisi, serta seberapa jauh tanggapan mereka



terhadapnya. Teori Penerimaan, yang menekankan makna yang dibuat oleh pembaca atau khalayak, lebih berfokus pada bagaimana pesan dipahami daripada niat pengirim.

Pemahaman sebuah pesan sangat dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan pengalaman hidup audiens.

Analisis resepsi, yang pertama kali dibuat oleh Stuart Hall, adalah studi tentang makna, produksi, dan pengalaman khalayak dalam interaksi mereka dengan media. Ini memungkinkan pengukuran bagaimana khalayak memahami pesan media. Teori ini juga berkonsentrasi pada *decoding* untuk mengetahui bagaimana pemahaman dan pembentukan makna dilakukan oleh media dan penerima. Dalam hal ini, institusi media (*encoder*) akan membuat pesan berdasarkan pandangan dan idealisme mereka, dan khalayak (*decoder*) akan menerima pesan tersebut berdasarkan pandangan dan idealisme mereka.

Oleh karena itu, proses pembentukan makna dalam media massa berasal dari hubungan antara teks dan khalayak, bukan hanya dari teks itu sendiri. Oleh karena itu, penonton dianggap sebagai entitas yang aktif daripada pasif dalam teori resepsi. Khalayak tidak hanya menerima pesan yang dikirim oleh media, tetapi juga berfungsi sebagai sumber, atau sumber, pesan. Teori resepsi menentang pandangan otonomi teks yang meyakini bahwa interpretasi tergantung pada sifat alami teks itu sendiri.

Dengan menyadari bahwa pembentukan makna melibatkan hubungan antara teks dan penerima teks, proses komunikasi dianggap sebagai lintasan di mana dua aspek, yaitu sirkulasi dan resepsi terjadi. Dengan cara yang berbeda, teori resepsi ini adalah studi yang berfokus pada proses *decoding*, interpretasi, dan pembacaan, dan berfokus pada makna, produksi, dan pengalaman khalayak saat berinteraksi dengan media. Stuart Hall juga menyatakan bahwa teori ini membagi mereka menjadi tiga posisi, yaitu:

- a. Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant Hegemonic Position*)



Hall menyatakan bahwa ketika media menyampaikan pesan yang diterima dengan baik oleh khalayak, maka terjadi hegemoni dominan. Sebagai contoh, jika khalayak menafsirkan iklan sesuai dengan preferensi media, itu menunjukkan bahwa media, pesan, dan khalayak masing-masing menganut ideologi yang mendominasi.

b. Posisi Negosiasi (*Negotiation Position*)

Ketika khalayak secara umum menerima ideologi yang dominan, tetapi kadang-kadang menolak untuk menerapkannya, ini disebut posisi negosiasi. Sebagai contoh, khalayak tidak selalu setuju atau setuju dengan apa yang diberitakan oleh media tentang suatu isu kontroversial.

c. Posisi Oposisi (*Oppositional Position*)

Penonton melakukan *decoding* dengan menentang atau mengubah pesan atau kode media dengan pesan atau kode alternatif. Khalayak menolak arti yang diberikan oleh media dan menggantikannya dengan pendapat atau pemahaman mereka sendiri tentang topik yang dibahas oleh media.

Dalam teori Analisis Resepsi, terdapat pengembangan dari teori *encoding-decoding* yang diperkenalkan oleh Stuart Hall. Teori ini meyakini bahwa setiap pesan atau makna yang disampaikan merupakan serangkaian peristiwa sosial yang mencakup ideologi. Stuart Hall juga menjelaskan bahwa proses ini melibatkan tiga tahap yang berbeda, yakni *encoding*, *decoding*, serta interpretasi dan pemahaman inti yang menjadi fokus analisis respons audiens.

Menyoroti pesan dan cara khalayak memahaminya adalah salah satu cara untuk menggunakan model teori ini. *Decoding* adalah proses pemaknaan dan reproduksi pesan, sedangkan *encoding* adalah proses pembuatan, konstruksi, dan pemingkanaan realitas, yang biasanya mengikuti ideologi kelompok dominan atau melayani nilai hegemonik. Model *encoding/decoding* yang diperkenalkan oleh Stuart Hall bertujuan memberikan pemahaman



yang lebih mendalam tentang bagaimana makna dan pesan disampaikan serta diinterpretasikan.

Dengan sederhana, teori ini menjelaskan bahwa pesan yang dibuat oleh produsen, seperti media massa atau komunikator, tidak selalu dipahami dengan cara yang sama oleh penerima pesan atau khalayak. Analisis resepsi tidak hanya terbatas pada pencarian tanggapan dari audiens, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mengamati dan memahami respons, penerimaan, sikap, dan makna yang dihasilkan atau dibentuk oleh audiens. Prinsip dasar teori ini adalah menganggap khalayak sebagai entitas yang aktif dalam proses komunikasi.

Selanjutnya, Storey (2010) menjelaskan bahwa *decoding dapat* terjadi jika teks media memiliki makna bagi khalayak. Jika tidak, interpretasi teks media tersebut tidak akan memiliki efek yang diharapkan. Menggabungkan tahap ketiga dan keempat, Storey (2010) menyederhanakan konsep Hall menjadi tiga bagian. Pada awalnya, terjadi diskusi tentang bagaimana film *Barbie* diterima oleh orang dewasa muda. Permintaan pasar untuk konten baru dan menarik atau kepentingan komunitas terkait adalah alasan utama produksi ini.

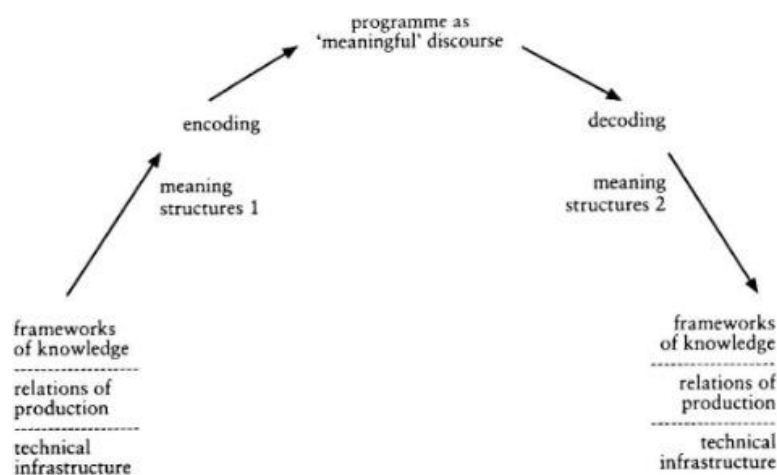
Pada titik ini, pengirim pesan membuat konsep, prinsip, dan fenomena sosial yang akan digunakan dalam film. Proses ini memulai siklus distribusi makna, yang menghasilkan pembentukan kode fenomena sosial sebagai pesan atau struktur makna. dalam banyak film terbaru, seperti *Barbie*. Penyampaian pesan dalam bentuk tayangan atau film adalah tahap kedua. Ide yang telah didiskusikan sebelumnya menjadi kenyataan dengan program ini. Penonton memiliki kemampuan untuk memahami pesan yang dikomunikasikan melalui medium ini.

Bahasa dan visualisasi yang dominan dalam tayangan, pengirim pesan tidak lagi terlihat pada tahap ini. Bagaimana orang melihat tayangan bervariasi dan bergantung pada siapa yang melihatnya. Pada tahap terakhir, audiens berusaha untuk memahami isi acara



dengan membongkar kode dari apa yang mereka lihat. Latar belakang penonton memengaruhi pembongkaran kode, dan interpretasi yang berbeda dapat muncul. Meskipun upaya dilakukan untuk membuat makna awal dapat dipahami dengan cara yang sama, proses *decoding* dapat membuat makna tersebut diterima dengan cara yang berbeda.

Hall menekankan bahwa khalayak tidak hanya menerima pesan tetapi juga dapat menirunya. Struktur makna yang tidak simetris ada antara *encoding* dan *decoding*, derajat simetris bergantung pada kesetaraan hubungan antara pembuat dan penerima pesan.



Sumber: ResearchGate.com

Gambar 2. 2

### Teori Encoding Decoding Stuart Hall

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada tahap perencanaan penelitian, memanfaatkan pengetahuan dari studi-studi sebelumnya menjadi kunci utama. Dengan merujuk kepada sepuluh riset terdahulu yang relevan, seorang peneliti dapat memperoleh pemahaman yang kokoh tentang kemajuan dalam bidangnya. Tetapi, penting untuk diingat bahwa penelitian tidak sekadar tentang mengulangi apa yang telah dilakukan, melainkan juga tentang meningkatkan dan mengembangkan pemahaman yang ada.



Dengan menggabungkan temuan dari riset-riset terdahulu dengan ide-ide baru dan metode-metode terkini, peneliti berusaha untuk memberikan sumbangan yang berarti dalam bidangnya. Sehingga, studi-studi sebelumnya bukan hanya sebagai pijakan awal, tetapi juga sebagai sumber inspirasi untuk menghasilkan langkah-langkah baru yang memajukan pengetahuan manusia.

Penelitian pertama yang dilakukan pada tahun 2022 oleh M. Raihan Taruna dan Ratna Permata Sari dari Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, adalah analisis resepsi terhadap film "*Crazy Rich Asians*" yang dirilis pada tahun 2018. Dalam penelitian ini, mereka menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Peneliti menerapkan Teori Pengembangan Feminisme oleh Rosemarie Putman Tong dan Teori Analisis Resepsi untuk menganalisis respons para penonton terhadap film tersebut.

Dengan melibatkan lima informan yang telah menonton film "*Crazy Rich Asians*", penelitian ini membedah posisi pembacaan yang mencakup dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi, dimana posisi pembacaan yang paling banyak adalah negosiasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan resepsi dipengaruhi oleh beragam faktor seperti budaya, kekayaan, pendidikan, dan pekerjaan dari setiap informan yang terlibat dalam wawancara.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Billy Susanti pada tahun 2014 di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, adalah studi analisis resepsi film "*12 Years A Slave*" pada mahasiswa multi etnis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan audiens terhadap rasisme yang terjadi di Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, Susanti menggunakan metode analisis resepsi *encoding-decoding Stuart Hall*, dengan jenis penelitian kualitatif yang berfokus pada rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.



Teori Resepsi Stuart Hall digunakan sebagai kerangka teoretis dalam analisis data.

Data untuk penelitian ini diperoleh melalui wawancara terhadap informan dari latar belakang etnis minoritas di pulau Jawa, dengan asumsi bahwa mereka yang paling memungkinkan mengalami diskriminasi ras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan berada pada posisi oposisi, menolak adegan perbudakan dan kekerasan akibat rasisme yang ditampilkan dalam film tersebut.

Meskipun demikian, beberapa informan berada pada posisi dominan dalam adegan tertentu. Perlu dicatat bahwa latar belakang informan secara signifikan memengaruhi pandangan mereka, seperti mahasiswa keturunan China yang menyetujui salah satu adegan yang merugikan kulit hitam. Secara keseluruhan, menurut informan, rasisme dianggap sebagai tindakan yang tidak berperikemanusiaan dan sangat kejam.

Penelitian ketiga, yang dilakukan oleh Desliana Dwita dan Desi Sommali Agustina pada tahun 2018 di Universitas Muhammadiyah Riau, merupakan sebuah interpretasi feminisme dalam analisis resepsi khalayak Pekanbaru terhadap film "*Kartini*". Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada pembuat film tentang penerimaan penonton Indonesia terhadap isu kesetaraan gender. Dalam penelitian ini, metode penelitian kualitatif digunakan dengan pendekatan analisis resepsi model *Encoding/Decoding Stuart Hall* yang mengamati asimilasi antara wacana media dengan wacana dan budaya khalayaknya.

Teori feminisme dan Model Komunikasi Stuart Hall menjadi landasan teoretis dalam penelitian ini. Terdapat empat orang informan yang berada dalam kelompok *Dominant Hegemonic Position*, yaitu individu yang berlatar pendidikan terakhir SMA dan mengkolokkan tokoh '*Kartini*' sebagai seorang pejuang kebebasan memperoleh pendidikan bagi kaum perempuan.



Sementara itu, tiga informan lainnya berada dalam kelompok penonton *Negotiated*

*Position*, terdiri dari individu dengan latar belakang pendidikan S1 dan S2 serta pengamat dan praktisi film. Kelompok ketiga adalah kelompok penonton *Oppositional Position*, di mana terdapat satu informan yang berada dalam posisi ini, individu yang berpendidikan S3, religius, dari etnis Minang, dan sangat menjunjung tradisi, etika, sopan santun, dan norma agama.

Penelitian keempat, yang dilaksanakan oleh Anggi Fibriana Santoso, Jupriono, dan Irmasanthi Danadharta pada tahun 2020 di Universitas 17 Agustus Surabaya, bertujuan untuk mengeksplorasi resepsi mengenai pesan kesetaraan gender dalam film "*Birds of Prey*" di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall sebagai kerangka teoretis, dan metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan data yang diperoleh melalui wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya secara garis besar menerima pesan kesetaraan gender yang terdapat dalam film "*Birds of Prey*". Mereka menilai bahwa pesan tersebut menunjukkan bahwa perempuan memiliki kekuatan yang sama dengan laki-laki, dapat bertahan tanpa bantuan laki-laki, tidak bergantung kepada mereka, dan setara dengan mereka.

Resepsi ini menunjukkan bahwa narasumber menyetujui pesan kesetaraan gender dalam film tersebut karena sesuai dengan pemahaman mereka. Dalam konteks teori Resepsi Stuart Hall, penjelasan dari narasumber mengindikasikan bahwa mereka merupakan bagian dari Hegemoni Dominan, di mana mereka menerima pesan yang disampaikan oleh media tanpa penolakan karena sesuai dengan budaya yang ada dalam masyarakat.



Penelitian kelima, yang dilakukan oleh Achmad Latif Gunawan pada tahun 2022 di

Universitas Muhammadiyah Surakarta, bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerimaan khalayak terhadap patriarki dalam film "*Kim Ji-Young Born 1982*". Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teori yang digunakan adalah Analisis Resepsi *Encoding-Decoding* oleh Stuart Hall, yang mengidentifikasi tiga posisi penerimaan audiens: *Dominant-Hegemonic Position, Negotiated Position, dan Oppositional Position*.

Dalam tahap awal penelitian, pembuat film menciptakan tanda melalui film "*Kim Ji-Young Born 1982*", dengan tujuan mengkritik fenomena patriarki yang masih mendiskriminasi perempuan dalam budaya sosial. Hasil penelitian terhadap enam informan dengan tiga kategori berbeda mengenai penerimaan tanda patriarki dalam film tersebut menghasilkan dua posisi audiens: *Dominant-Hegemonic Position dan Negotiated Position*. Interpretasi khalayak terhadap patriarki dalam film ini bervariasi, dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman pribadi, pengaruh orang sekitar, serta cara pandang terhadap realitas sosial dan konsumsi media individu.

Sebagian besar audiens berada pada *dominant-hegemonic position*, menunjukkan bahwa mereka sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film dan tidak setuju dengan muatan patriarki dalam film tersebut. Namun, ada juga audiens yang berada pada *negotiated position*, di mana mereka sebagian menerima dan sebagian menolak isi pesan yang berkaitan dengan patriarki dalam film tersebut. Hal ini menunjukkan kompleksitas resepsi audiens terhadap pesan kesetaraan gender yang disampaikan melalui film "*Kim Ji-Young Born 1982*".

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Karina Nabila Vanska Putri Sinulingga, Sunarto, dan Hedi Pudjo Santosa pada tahun 2023 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak terhadap



objektifikasi perempuan dalam serial Netflix *"Squid Game"*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi khalayak dari Stuart Hall.

Penelitian ini mengelompokkan khalayak ke dalam tiga posisi: posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi.

Teori utama yang digunakan adalah Teori Cultural Studies dan Teori Resepsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan dalam serial *"Squid Game"* terjadi dalam dua bentuk utama. Pertama, objektifikasi seksual yang dilakukan oleh kelompok dominan dan media massa. Hal ini tercermin dalam perlakuan tidak pantas terhadap karakter perempuan, serta melalui teknik-teknik visual yang menampilkan bagian-bagian tubuh perempuan untuk tujuan bisnis. Selain itu, *self-objectification* juga terjadi, ditunjukkan oleh karakter Han Mi Nyeo yang mengalami perlakuan seksual yang tidak pantas dari karakter laki-laki dalam cerita, serta perilaku yang mengobjektifikasi diri sendiri demi mendapatkan perlindungan.

Analisis pemaknaan khalayak menunjukkan mayoritas berada pada posisi oposisi terhadap adanya objektifikasi dalam *"Squid Game"*. Khalayak menolak menerima keputusan pembuat film yang menambahkan adegan-adegan berbau objektifikasi terhadap perempuan dalam serial tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya kesadaran akan representasi gender yang lebih positif dalam media hiburan. Perlunya perhatian lebih terhadap perlakuan dan citra perempuan dalam konteks industri hiburan juga terungkap dalam penelitian ini.

Penelitian ketujuh, yang dilakukan oleh Agistian Fathurizki dan Ruth Mei Ulina Malau pada tahun 2020 di Universitas Telkom, bertujuan untuk mengidentifikasi posisi audiens terhadap konten pornografi dalam film *"Men, Women & Children"* menggunakan tiga posisi pembacaan milik Stuart Hall: *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi Stuart Hall.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh scene unit analisis yang diteliti, mayoritas informan berada dalam posisi *oppositional reading* terhadap konten pornografi dalam film tersebut. Setiap scene memiliki materi seksualitas yang berbeda, termasuk gerak tubuh, percakapan, suara, tulisan, dan gambar bergerak/video, sesuai dengan definisi pornografi dalam UU Republik Indonesia No. 44 tahun 2008. Tidak ada informan yang berada dalam posisi *dominant reading* karena semua informan menolak adanya adegan pornografi dalam film.

Penelitian kedelapan ini, yang dilakukan oleh Rachela Belinda Fatharani pada tahun 2020 di Universitas Negeri Yogyakarta, bertujuan untuk menganalisis resepsi tentang citra publik perempuan dalam film *Critical Eleven*. Penelitian ini mengeksplorasi pemaknaan audiens tentang peran domestik dan peran publik perempuan dalam film tersebut, serta bagaimana citra publik perempuan direpresentasikan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis resepsi khalayak dengan pendekatan kualitatif, mengacu pada Teori Analisis Resepsi Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memaknai peran domestik perempuan sebagai tanda bakti dan kewajiban, sementara peran publik perempuan diinterpretasikan sebagai mata pencaharian, relasi sosial, status sosial, harga diri, dan aktualisasi diri. Citra publik perempuan dalam film ini dipahami dalam konteks pigura, persahabatan, dan manfaat, walaupun ada beberapa bagian dari film yang tidak disetujui oleh audiens, seperti penampilan dan interaksi sosial karakter. Sebagai hasilnya, posisi pembacaan penonton *Critical Eleven* cenderung pada posisi negosiasi, menunjukkan variasi pemaknaan individu terhadap citra publik perempuan dalam konteks film tersebut.

Penelitian kesembilan ini, yang dilakukan oleh Glorious Randi Gigih Satria, Drs. Gatut Priyowidodo, dan Agusly Irawan Aritonang pada tahun 2021 di Universitas Kristen Petra Surabaya, bertujuan untuk mengeksplorasi penerimaan audience dewasa terhadap



feminisme dalam film *Roma*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*). Temuan penelitian ini mengidentifikasi

penerimaan masing-masing informan berdasarkan pengalaman dan bingkai referensi mereka.

Penelitian ini mengacu pada Teori *Audience*, Teori Feminisme, dan Teori Analisis Resepsi. Berdasarkan data lapangan dan analisis yang dilakukan, peneliti mengkategorikan penerimaan *audience* dewasa berdasarkan jawaban wawancara mereka. Sebagai contoh, informan Roni memberikan pemaknaan secara *oppositional* terhadap feminisme dalam film *Roma* dengan alasan bahwa menurutnya, *feminism* bisa dilakukan oleh semua perempuan, tergantung pada situasi rumah tangga, mengingat sebagian besar masyarakat Jawa masih menganut sistem patriarki yang kuat.

Sementara itu, informan Anton memberikan pemaknaan secara *negotiated* dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan dalam hubungan keluarga dan keputusan yang diambil berdasarkan kesepakatan individu. Jawaban yang berbeda juga ditemukan dari informan perempuan seperti Rani dan Lea, yang memberikan pemaknaan secara *dominant*, mempertimbangkan pengalaman dan pandangan mereka yang berbeda dalam membangun hubungan dan menghadapi feminisme sebagai strategi untuk mengantisipasi potensi risiko pada diri mereka sendiri.

Penelitian kesepuluh ini, yang dilakukan oleh Yovita Sitepu dan M Zulfikar Triadi Sucipto pada tahun 2019 di Universitas Sumatera Utara, bertujuan untuk mengungkap resepsi penonton terhadap karakter superhero perempuan dalam film *Captain Marvel*. Metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi digunakan dalam penelitian ini, mengacu pada Teori Resepsi Stuart Hall. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang telah menonton film *Captain Marvel*, yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman budaya yang beragam.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memaknai film *Captain Marvel* sebagai kisah superhero yang menampilkan perjuangan seorang pahlawan super untuk membantu sesama, serta menyampaikan pesan feminisme dalam beberapa adegan dan jargon film "*higher, further, faster*". Faktor-faktor seperti latar belakang pendidikan, sosial budaya, pengalaman bekerja, dan referensi informan dalam menonton film memengaruhi proses konsumsi dan produksi makna terhadap *Captain Marvel*.

Dalam konteks ini, perlu disorot bahwa di bawah ini tersedia sebuah tabel yang menggambarkan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Penyajian tabel tersebut bertujuan untuk mempermudah pemahaman pembaca mengenai latar belakang dan konteks penelitian yang sedang dilakukan.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Analisis Resepsi Kelas Sosial Dalam Film " <i>Crazy Rich Asians</i> "/ M. Raihan Taruna,Ratna Permata Sari/2022/ Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta	melakukan analisis resepsi terhadap film " <i>Crazy Rich Asians</i> " yang dirilis 2018. Penelitian dilakukan secara kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam.	Teori Pengembangan Feminisme oleh Rosemarie Putman Tong, Teori Analisis Resepsi	Wawancara lima informan menikah yang menonton " <i>Crazy Rich Asians</i> " menunjukkan variasi dalam posisi pembacaan. Mayoritas mengadopsi negosiasi, dengan sebagian kecil hegemonik atau



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang			oposisi. Perbedaan hasil disebabkan oleh faktor budaya, kekayaan, pendidikan, dan pekerjaan masing-masing informan.
Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film <i>12 Years A Slave</i> Pada Mahasiswa Multi Etnis) /Billy Susanti /2014/Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta	Dengan permasalahan tersebut, penelitian dilakukan untuk mendeskripsikan pemaknaan audiens terhadap rasisme yang terjadi di Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi <i>encoding-decoding</i> Stuart Hall, dengan jenis penelitian kualitatif	Teori Resepsi Stuart Hall	Data dari wawancara dengan informan etnis minoritas di Pulau Jawa menunjukkan penolakan terhadap adegan perbudakan dan kekerasan rasisme dalam film. Mayoritas berada pada posisi oposisi, sementara beberapa informan menunjukkan dominasi dalam adegan tertentu.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	yang berfokus pada rasisme yang terjadi di Amerika Serikat		Mahasiswa keturunan China menyetujui adegan yang merugikan kulit hitam, menyoroti pengaruh latar belakang. Rasisme dikecam sebagai kejam dan tidak berperikemanusiaan.
Interpretasi Feminisme: Analisis Resepsi Khalayak Pekanbaru Tentang Film 'Kartini' /Desliana Dwita & Desi Sommaliagustina /2018 Universitas Muhammadiyah Riau	Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah untuk memberi masukan kepada pembuat film tentang penerimaan penonton Indonesia terhadap isu kesetaraan gender Penelitian menggunakan	Teori Feminisme, Model Komunikasi Stuart Hall	Terdapat empat informan dalam kelompok <i>Dominant Hegemonic Position</i> , dengan latar belakang pendidikan SMA dan pengagum 'Kartini'. Tiga informan dalam kelompok <i>Negotiated Position</i> ,

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi model <i>Encoding/Decoding Stuart Hall</i> yang mengamati asimilasi antara wacana media dengan wacana dan budaya khalayaknya</p>		<p>memiliki latar belakang pendidikan S1 dan S2 serta terlibat dalam industri film. Satu informan dalam kelompok <i>Oppositional Position</i>, berpendidikan S3, religius, dari etnis Minang, dan sangat memegang tradisi, etika, dan norma agama.</p>
<p>Resepsi Mengenai Pesan Kesetaraan Gender Dalam Film "<i>Birds Of Prey</i>" Di Kalangan Mahasiswa Ilkom Untag Anggi Fibriana Santos, Jupriono, Irmasanthi Danacharta/2020/</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana resepsi mengenai pesan kesetaraan gender dalam film "<i>Birds of Prey</i>" di kalangan</p>	<p>Teori Resepsi Stuart Hall</p>	<p>Empat narasumber menyetujui pesan kesetaraan gender dalam film "<i>Birds Of Prey</i>", menunjukkan perempuan memiliki kekuatan sendiri dan tidak bergantung</p>



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Universitas 17 Agustus Surabaya Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Resepsi Stuart Hall dan metode yang digunakan oleh peneliti ialah kualitatif deskriptif dengan data yang diperoleh melalui wawancara		pada laki-laki. Mereka mengikuti pola Hegemoni Dominan, menerima pesan tanpa penolakan karena sesuai dengan budaya masyarakat. Pesan film mencerminkan kesetaraan gender yang diterima secara positif oleh narasumber.
Analisis Resepsi Terhadap Patriarki Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film <i>Kim Ji-Young Born 1982</i> ) Achmad Latif Gunawan/2022/Universitas Muhammadiyah Surakarta	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerimaan khalayak terhadap patriarki dalam film	Penelitian ini menggunakan teori Analisis Resepsi <i>Encoding- Decoding</i> oleh <i>Stuart Hall</i> .	Pada film " <i>Kim Ji- young Born 1982</i> ", produsen mengeksplorasi fenomena patriarki sebagai kritik terhadap

1. Ditaring 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.



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p><i>Kim Ji-young Born 1982</i></p> <p>Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i>.</p>		<p>diskriminasi terhadap perempuan. Hasil penelitian dengan enam informan menunjukkan dua posisi audiens: <i>dominant-hegemoni position</i> dan <i>negotiated position</i>. Audiens menerjemahkan patriarki berdasarkan latar belakang budaya, pengalaman pribadi, dan pengaruh orang sekitar, dengan sebagian besar mendukung kritik terhadap patriarki dalam film.</p>



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
<p>Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Objektifikasi Perempuan Dalam Serial Netflix “Squid Game”/Karina Nabila Vanska Putri Sinulingga, Sunarto, Hedi Pudjo Santosa /2023/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana objektifikasi perempuan ditampilkan dalam adegan film ini dan bagaimana pemaknaan khalayak terhadap adegan objektifikasi perempuan yang ditampilkan melalui berbagai aspek film. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.</p>	<p>Teori utama yang digunakan adalah Teori <i>Cultural Studies</i> dan Teori Resepsi.</p>	<p>Penelitian menemukan dua jenis objektifikasi terhadap perempuan: seksual oleh kelompok dominan dan melalui media massa, serta <i>self-objectification</i>. Analisis semiotika menunjukkan ada objektifikasi dalam enam adegan “Squid Game”. Hasil wawancara menunjukkan variasi pemaknaan, dengan mayoritas narasumber menolak objektifikasi dalam serial tersebut. Kesimpulannya,</p>

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.



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Film “Men, Women &amp; Children” /Agishta Fathurizki, Ruth Mei Ulina Malau/2020/ Universitas Telkom</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi audiens menurut tiga posisi pembacaan milik Stuart Hall terhadap konten pornografi dalam film “Men, Women &amp; Children”. Ketiga posisi tersebut yaitu <i>dominant reading</i>, <i>negotiated reading</i> dan <i>oppositional reading</i>.</p>	<p>Teori Analisis Resepsi Stuart Hall</p>	<p>audiens secara umum menolak adegan objektifikasi terhadap perempuan dalam “<i>Squid Game</i>”.</p> <p>Dari sepuluh <i>scene</i> yang dianalisis, delapan informan menunjukkan posisi <i>oppositional reading</i> terhadap konten pornografi dalam film. Dua <i>scene</i> lainnya memiliki satu informan dengan <i>negotiated reading</i> dan dua informan dengan <i>oppositional reading</i>. Semua informan menolak adegan pornografi</p>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis resepsi ( <i>reception analysis</i> ) Stuart Hall.		dalam film, yang diidentifikasi dalam berbagai elemen seperti gerak tubuh, percakapan, suara, tulisan, dan gambar bergerak.
Analisis Resepsi Tentang Citra Publik Perempuan Dalam Film <i>Critical Eleven</i> /Rachela Belinda Fatharani /2020/Universitas Negeri Yogyakarta	Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemaknaan audiens terhadap peran domestik, peran publik, dan citra publik perempuan dalam film " <i>Critical Eleven</i> " melalui analisis resepsi khalayak kualitatif.	Teori Analisis Resepsi Stuart Hall	Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens " <i>Critical Eleven</i> " memaknai peran domestik perempuan sebagai bakti dan kewajiban, peran publik sebagai mata pencaharian dan relasi, serta citra publik meliputi pigura, persahabatan, dan manfaat. Namun,

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)			ada perbedaan pandangan di antara audiens terhadap beberapa aspek film, seperti penampilan dan interaksi sosial. Secara keseluruhan, posisi pembacaan audiens adalah negosiasi.
Penerimaan Audience Dewasa Terhadap Feminisme Dalam Film <i>Roma</i> /Glorious Randi Gigih Satria, Drs. Gatut Priyowidodo, Agusly Irawan Aritonang/2021/Universitas Kristen Petra Surabaya	Peneliti menggunakan metode penggalian data secara Diskusi Kelompok Terfokus ( <i>Focus Group Discussion</i> )  Temuan penelitian ini mengetahui penerimaan masing-masing informan berkaitan dengan pengalaman serta	Teori Audience,  Teori Feminisme,  Teori Analisis Resepsi	Berdasarkan analisis wawancara, penerimaan audience dewasa terhadap film " <i>Roma</i> " dikategorikan sebagai <i>oppositional</i> oleh Roni, <i>negotiated</i> oleh Anton, dan <i>dominant</i> oleh Rani dan Lea. Roni

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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



Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	bingkai referensi mereka		menekankan bahwa <i>feminism</i> bergantung pada status berumah tangga, sementara Anton mempertimbangkan kesepakatan dalam hubungan. Rani dan Lea menyoroti selektivitas perempuan dalam hubungan, menekankan pentingnya <i>feminism</i> untuk melindungi diri sendiri.
<p>Analisis Resepsi Terhadap Karakter Superhero Perempuan Dalam Film <i>Captain Marvel</i> Produksi <i>Marvel Studios</i>/Yovita Sitepu, M Zulfikar Triadi</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana resepsi penonton terhadap karakter superhero yang ditampilkan dalam</p>	<p>Teori Resepsi Stuart Hall</p>	<p>Dari lima informan berlatar belakang beragam, film "<i>Captain Marvel</i>" dianggap sebagai narasi pahlawan super dengan pesan</p>

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

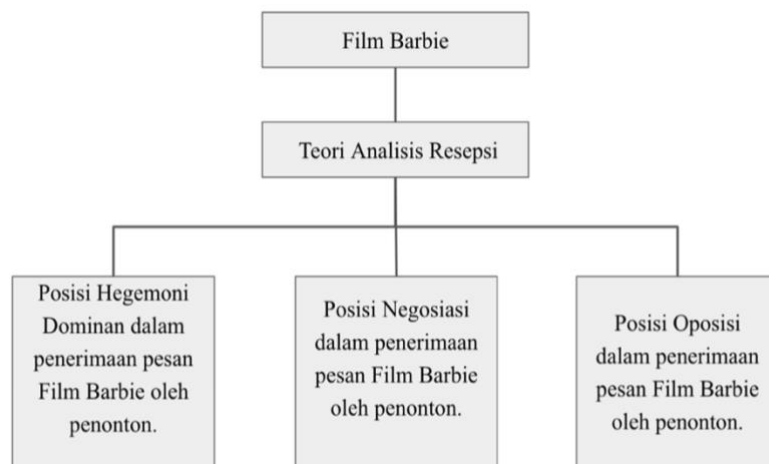


Judul/ Penulis/Tahun/Kampus/ Lembaga	Tujuan dan Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Sucipto/2019/Universitas Sumatera Utara  Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	film <i>Captain Marvel</i> . Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi.		feminisme. Latar belakang pendidikan, sosial budaya, pengalaman kerja, dan referensi menonton film memengaruhi pemahaman individu terhadap film tersebut.

Sumber: Olahan Peneliti

## B. Kerangka Pemikiran

Bertumpu pada pemaparan penelitian yang sudah peneliti buat sebelumnya, maka peneliti dapat merumuskan menjadi sebuah hasil kerangka pemikiran sebagai berikut:





Sumber: Olahan Peneliti

**Gambar 2. 3**

### **Kerangka Pemikiran**

", peneliti

Dak mengambil Film *Barbie* sebagai subjek utama, menerapkan teori analisis resepsi dengan konsep tiga pihak: hegemoni dominan (pihak yang menerima pada pesan feminisme dalam film *Barbie*), negosiasi (pihak yang mempertimbangkan pada pesan feminisme dalam film *Barbie*), dan oposisi (pihak yang menolak pada pesan feminisme dalam film *Barbie*), berlandaskan teori Stuart Hall. Posisi informan akan ditentukan berdasarkan analisis terhadap ketiga pihak tersebut, memungkinkan pemahaman lebih dalam mengenai variasi persepsi terhadap pesan feminisme dalam Film *Barbie*.

Metode analisis ini memungkinkan gambaran kompleks dari resepsi pesan feminisme dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Diharapkan hasil penelitian memberikan wawasan tentang bagaimana pesan feminisme disampaikan dan diterima, serta implikasinya terhadap konstruksi makna gender dalam media hiburan anak-anak.

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.