

PEMAKNAAN PENONTON PEREMPUAN MENGENAI *SUPERHERO* *PEREMPUAN* DALAM FILM

(Analisis Resepsi Terhadap Karakter *Superhero Perempuan* Dalam Film *Captain Marvel* Produksi Marvel Studios)

M Zulfikar Triadi Sucipto, Yovita Sabarina Sitepu

Universitas Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pemaknaan Penonton Perempuan mengenai *Superhero Perempuan* dalam Film, dengan sub bab Analisis Resepsi terhadap Karakter *Superhero Perempuan* Dalam Film *Captain Marvel* Produksi Marvel Studios". Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana resepsi penonton terhadap karakter *superhero* yang ditampilkan dalam film *Captain Marvel*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Teori dasar yang digunakan adalah teori *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall tentang bagaimana khalayak memproduksi sebuah pesan dari suatu teks media. Proses tersebut akan menghasilkan makna yang tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh kapasitas setiap penonton. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini merupakan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh dari wawancara mendalam terhadap lima informan yang telah menonton film *Captain Marvel* yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman budaya yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan film *Captain Marvel* dimaknai oleh informan sebagai film *superhero* yang menampilkan perjuangan seorang pahlawan super untuk membantu sesama. Selain itu film ini juga mencoba menyampaikan pesan feminisme di dalam beberapa adegan dan juga jargon film ini yang berbunyi *higher, further, faster*. Dalam proses konsumsi dan produksi makna terhadap film *Captain Marvel*, perbedaan latar belakang pendidikan, sosial budaya, pengalaman bekerja, dan referensi informan dalam menonton film menjadi faktor yang penting yang membedakan pemaknaan mereka.

Kata kunci: Film, Resepsi, Pahlawan Super, Perempuan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Film adalah media komunikasi massa yang kedua muncul di dunia setelah surat kabar, mempunyai masa pertumbuhan pada akhir abad ke-19. Pada awal perkembangannya, film tidak seperti surat kabar yang mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial dan demografi yang merintanginya kemajuan surat

kabar pada masa pertumbuhannya pada abad ke-18 dan permulaan abad ke-19 (Sobur, 2003: 126).

Teori resepsi mempunyai argumen bahwa faktor kontekstual mempengaruhi bagaimana khalayak memirsa atau membaca media, misalnya film atau program televisi. Faktor kontekstual termasuk elemen identitas khalayak, persepsi penonton atas film atau genre program televisi dan produksi, bahkan termasuk latar belakang sosial, sejarah dan isu politik (Hadi, 2009).

Analisis resepsi juga dapat dikatakan sebagai penanda suatu media maupun suatu pengalaman pada suatu peristiwa dan kejadian yang di dalamnya terdapat pesan-pesan yang akan disampaikan. Agar penonton melihat isi pesan yang disampaikan spesifik dengan apa yang dilihat menjadi obyek analisis yang empiris, maka fungsi resepsi adalah dengan memberikan saran (Argani, 2014).

Film *Captain Marvel* memiliki pesan-pesan yang dikemas dalam sebuah alur ataupun peran yang dilakoni oleh pemain film tersebut. Pesan tersebut dapat menciptakan makna yang mendalam oleh penonton. Perempuan merupakan makhluk setidaknya setara dengan laki-laki yang banyak ditampilkan melalui pesan-pesan yang terkandung dalam film sehingga penonton diterpa pesan melalui tanda-tanda yang ada dalam film untuk menanamkan makna dalam pikiran penonton.

Banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Hal ini berarti bahwa film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) di baliknya tanpa pernah berlaku sebaliknya, Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang di harapkan. yang paling penting dalam film adalah gambar, suara, dan musik film (Sobur, 2002).

Berbicara mengenai film, pasti berkaitan dengan penonton yang memaknai maksud, bahasa, maupun ideologi yang disampaikan. Teks media mendapatkan makna hanya pada saat penerimaan (resepsi), yaitu pada saat mereka dibaca, dilihat dan didengarkan. Dengan kata lain, penonton dilihat sebagai produser makna dan bukan hanya konsumen konten media. Penonton memaknakan teks media sesuai dengan latar belakang budaya dan pengalaman subyektif yang mereka alami dalam kehidupan. Sehingga satu teks media akan menimbulkan banyak makna dalam sebuah teks yang sama. Setiap teks mengandung ideologi yang menjadikan pentingnya kajian resepsi.

Maka dari beragamnya isi pemikiran dan cara berbagai orang dalam memaknai pesan-pesan dalam sebuah film, peneliti ingin memfokuskan tentang pemaknaan penonton perempuan mengenai superhero perempuan dalam film.

Fokus Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan fokus permasalahannya sebagai berikut : “Bagaimana pemaknaan penonton terhadap karakter *superhero* perempuan dalam film *Captain Marvel* yang di produksi oleh Marvel Studios?”.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui intepretasi yang diberikan penonton perempuan terhadap karakter *superhero* perempuan dalam film *Captain Marvel*.
2. Untuk mengetahui posisi penonton perempuan dalam menanggapi *superhero* wanita dalam film *Captain Marvel*.
3. Untuk menganalisis faktor – faktor yang menentukan posisi pemaknaan penonton perempuan.

KAJIAN PUSTAKA

Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan – kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (scope)-nya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa selalu mengklasifikasikan aspek – aspek komunikasi ke dalam jenis – jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya (Effendi, 2006: 52).

Paradigma

Paradigma penelitian kualitatif adalah model penelitian ilmiah yang meneliti kualitas-kualitas objek penelitian seperti misalnya; nilai, makna, emosi manusia, penghayatan religius, keindahan suatu karya seni, peristiwa sejarah, simbol-simbol atau artefak tertentu. Kualitas-kualitas itu harus dinilai atau diukur berdasarkan pendekatan tertentu, misalnya menggunakan pendekatan hermeneutika, semiotika, analitika bahasa, *verstehen*, dan metode lainnya yang sesuai dengan objek penelitian. Penelitian kualitatif menghindari metode matematis karena yang diukur adalah nilai (*value*) yang muncul dari objek penelitian yang bersifat khusus, khas, unik bahkan sangat spesifik dan selalu mengandung pemaknaan.

Konstruktivisme dibentuk oleh ide-ide yang muncul dari tradisi hermeneutika intelektual Jerman dan tradisi *verstehen* dalam sosiologi, fenomenologi Alfred Schutz, dan kritik-kritik terhadap saintisme dan positivisme dalam ilmu sosial yang dipengaruhi oleh tulisan para filsuf bahasa yang mengkritik empirisisme logis (misalnya, Peter Winch, A.R. Louch, Isaiah Berlin). Secara historis, paling tidak para konstruktivis menegaskan kekhasan penelitian manusia. Mereka menyatakan berbagai penolakan terhadap interpretasi naturalistik atas ilmu sosial (yakni pandangan bahwa tujuan dan metode ilmu sosial identik dengan tujuan dan metode ilmu alam). Mereka menyatakan bahwa ilmu jiwa (*Geisteswissenschaften*) atau ilmu budaya (*kulturwissenschaften*) berbeda dengan ilmu alam (*naturwissenschaften*). Tujuan ilmu alam adalah untuk memberikan penjelasan

ilmiah (*erklaren*), sedangkan tujuan ilmu jiwa dan budaya adalah memahami atau mengetahui (*verstehen*) “makna” fenomena sosial (Denzin & Lincoln, 2009: 148).

Komunikasi Massa

Menurut Wright (1959) defenisi komunikasi massa bisa dibagi kedalam tiga ciri yakni; Pertama, komunikasi massa diarahkan kepada penonton yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Kedua, pesan-pesan yang disebarakan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota penonton secara serempak dan sifatnya sementara. Ketiga, komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (dalam Vivian, 2008).

Film

Isi media massa termasuk film, pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa bukan saja sebagai alat dalam mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan bentuk seperti apa yang ingin diciptakan oleh produsen media tentang realitas tersebut. Akibatnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

Analisis Resepsi

Analisis resepsi bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Sebagai respon terhadap tradisi *scientific* dalam ilmu sosial, Analisis resepsi menandakan bahwa studi tentang pengalaman dan dampak media, apakah itu kuantitatif atau kualitatif. Seharusnya didasarkan pada teori representasi dan wacana serta tidak sekedar menggunakan operasionalisasi seperti penggunaan skala dan kategori semantik (Adi, 2008).

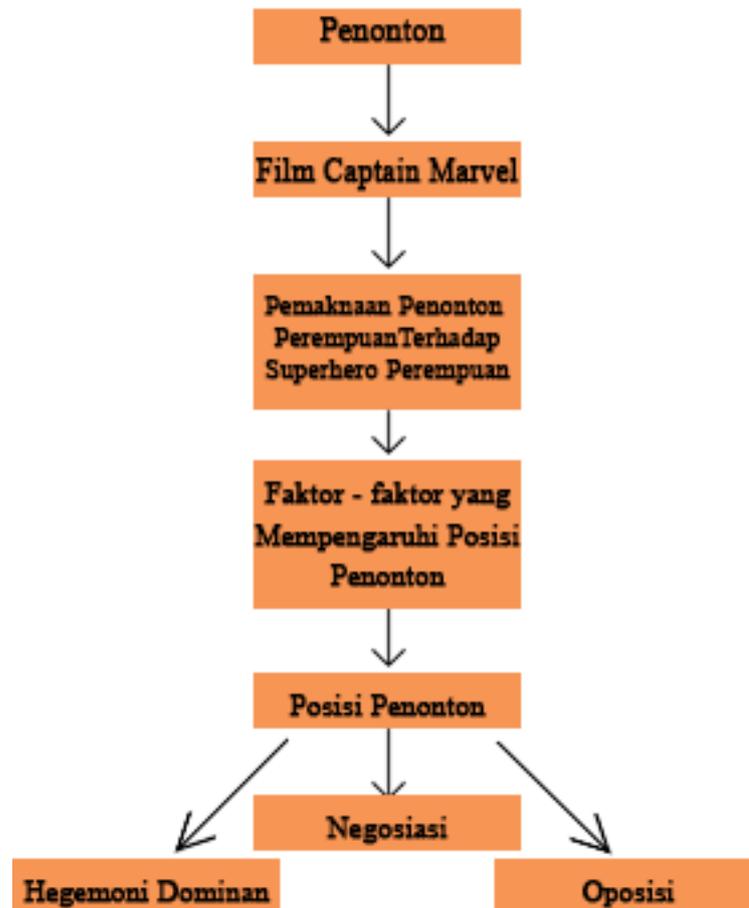
Perempuan Dalam Film

Perempuan menjadi salah satu bagian penting dalam industri media, sering kita jumpai wanita wanita di pasang untuk mempromosikan suatu produk atau sebagai daya tarik dari sebuah film. Hal ini tentu lumrah karena perempuan di anggap memiliki “selling point” dan daya tarik yang tinggi.

Feminisme

Pola pikir patriarki adalah pola pikir yang menganggap perempuan dan pria sebagai manusia yang memiliki perbedaan. Perbedaan menimbulkan *stereotype* tentang pria dan perempuan. Seorang pria diharuskan mempunyai sifat pemberani, mempunyai tubuh kuat, tidak mudah menangis sedangkan perempuan pastilah seorang keibuan, lembut, sensitif. Namun hal itu sebenarnya tidak mutlak melekat pada perempuan dan pria, seiring berkembangnya zaman tentunya pola pemikiran pun berkembang, begitu juga dengan perempuan Indonesia mulai berani mendobrak belenggu yang selama ini menjeratnya.

Model Teoritik



Metode Penelitian

Soehartono (2008) menyebutkan bahwa metodologi penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan. Metode penelitian perlu dibedakan dari teknik pengumpulan data yang merupakan teknik yang lebih spesifik untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif.

Objek Penelitian

Saifudin (2009) mengartikan objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan yang dimaksud dapat berupa kuantitas dan kualitas yang dapat pula berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan, penilaian, sikap pro-kontra,

simpati-antipati, keadaan batin, dan juga berupa proses. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan film *captain marvel* produksi marvel studios.

Subjek Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah penonton perempuan yang sudah menonton film *Captain Marvel* dan telah menyelesaikan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Berdasarkan tingkat pendidikannya, peneliti memilih informan yang sudah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas, mahasiswa maupun yang sudah bergelar sarjana. Hal ini disebabkan melihat segmentasi film kepada para khalayak yang sadar maupun tidak sadar media. Selain itu karena tema cerita dalam film *Captain Marvel* merupakan tema yang cukup berani terlebih dipaparkan dengan visualisasi yang menarik.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam
2. Observasi
3. Penelitian kepustakaan

Kerangka Analisis

Penelitian analisis resepsi ini peneliti menggunakan model *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall pada tahun 1973 (Durham & Douglas, 2002: 166). Objek dari model ini adalah makna dan pesan dalam bentuk tanda yang diproses melalui pengoperasian kode dalam rantai wacana.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan terhadap 6 orang informan dengan latar belakang yang hampir semuanya berbeda. Informan pertama adalah Yulin Masdakarty, seorang penggemar film *superhero* yang bekerja sebagai *writer, copy editor & content editor* untuk majalah *Otten Coffee Indonesia*. Yulin tinggal di daerah Pasar Merah, Medan Area. Sebelum memiliki pekerjaan seperti saat ini, Yulin pernah bekerja sebagai penyiar radio di salah satu radio di kota Medan, namun ia tidak mau menyebutnya karena malu. Peneliti memilih Yulin sebagai salah satu responden karena sudah sering bertemu di salah satu tempat peneliti bekerja sebagai barista, peneliti dan Yulin juga sering bertukar pikiran tentang film – film *superhero*. Wawancara dengan Yulin dilakukan hari Sabtu, 21 September 2019 di *Starbucks Coffee* Mangonsidi Medan. Sebelumnya peneliti dan Yulin membuat janji untuk bertemu di lokasi pada pukul 17.00 di hari yang sama.

Informan kedua adalah May Rahma Tarigan, seorang guru di salah satu yayasan mendengar dan berbicara di kota Medan. May merupakan senior peneliti di bangku SMA. Peneliti tidak sengaja bertemu dengan May ketika peneliti selesai melakukan wawancara dengan informan pertaman, yaitu Yulin di *Starbucks Coffee* Mangonsidi Medan. Ketika May bertanya kepada peneliti untuk apa dia berada di lokasi bersama seseorang, peneliti menjawab kalau peneliti sedang

melakukan wawancara untuk keperluan skripsi. Setelah mendengar dan mengetahui tentang judul dan materi penelitian peneliti, May mengajukan diri sebagai salah satu responden untuk penelitian ini. Lokasi wawancara dilakukan di *23 Coffee Stand* Mangonsidi, Medan pada pukul 19.00.

Informan ketiga dari penelitian ini adalah As Melvy Tinezia Siregar, teman lama peneliti sejak bangku SMP sampai SMA selalu satu sekolah. Melvy sendiri tidak tinggal di kota Medan sejak tamat SMA dan menetap di Jakarta Selatan. Wawancara sendiri dilakukan peneliti ketika Melvy di Medan dan sedang duduk ngopi bareng teman – teman lama. Peneliti menanyakan apakah sudah pernah menonton film *Captain Marvel*, ternyata sudah dan itu cukup untuk menjadikan Melvy sebagai informan terakhir dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini. Proses wawancara berlokasi di 117 Coffee pada hari rabu, 25 September 2019 pada pukul 21.35.

Peneliti melakukan penelitian ulang dan mencari responden pengganti atas saran dari dosen pembimbing. Dosen pembimbing memberi saran bahwa lebih jika semua responden untuk penelitian ini adalah perempuan. Peneliti selanjutnya mencari responden tambahan untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

Informan selanjutnya adalah Aulia Ellyen, biasa dipanggil Yeyen, ia merupakan seorang pemilik *snack, fresh, artificial bouquet* di Medan. Peneliti ingin melihat sudut pandang lain untuk penelitian ini. Yeyen dipilih karena ia merupakan perempuan yang memiliki usaha di usianya yang masih terbilang muda, Yeyen juga merupakan karyawan di Indihome Medan, dan juga seorang ibu muda. Peneliti mencoba menghubungi Yeyen untuk memastikannya masuk ke dalam kriteria yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian ini. Setelah mastikan bahwa Yeyen masuk ke dalam kriteria sebagai salah satu responden untuk penelitian ini dan juga menanyakan kesediaannya untuk diwawancarai, peneliti datang untuk mewawancarai Hera pada hari Jumat, 1 November 2019 pada pukul 14.00 di Omerta Kopi.

Informan terakhir adalah Bella Syafira Nasution, mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2016. Peneliti sudah menghubungi Bella untuk menanyakan kesediaannya menjadi responden penelitian ini pada hari Minggu, 20 Oktober 2019 dan sepakat untuk bertemu untuk melakukan wawancara mengenai penelitian ini. Wawancara dilakukan pada hari yang sama dengan informan terakhir yaitu, Minggu, 20 Oktober 2019 pada pukul 16.00 bertempat di 5 Sodara Kopi di jalan Krakatau Medan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai interpretasi terhadap karakter *superhero* perempuan dalam film *Captain Marvel*, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dengan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Interpretasi penonton terhadap *superhero* perempuan dalam film *Captain Marvel* produksi Marvel Studios memunculkan beberapa pemaknaan dengan tiga kategori, yakni *dominant-hegemonic position* (posisi

hegemonik-dominan), *negotiated position* (posisi ternegosiasi) dan *oppositional position* (posisi oposisi/berlawanan). Seluruh Informan memaknai karakter *superhero* perempuan dalam film *Captain Marvel* sebagai karakter perempuan yang pada umumnya di film *Hollywood* lainnya, hanya saja menjadi karakter kunci dalam film *Captain Marvel*, sehingga memiliki judul dan film sendiri. **Informan I, Informan II, Informan III, Informan IV** dan **Informan V** memahami bahwa karakter *superhero* perempuan pada dasarnya selain berbasis bisnis industri media massa, juga sebagai salah satu media untuk memperkenalkan gerakan feminisme dan hak – hak kesetaraan *gender*.

2. Berdasarkan pengkategorian topik yang telah diklasifikasi dalam bagan, informan yang menempati posisi *dominant-hegemonic* adalah **Informan I, Informan IV** dan **Informan V**. Hasil wawancara mendapati interpretasi **informan IV** dan **informan V** yang menerima hampir seluruh nilai - nilai yang disampaikan pembuat film melalui film *Captain Marvel* yang direpresentasikan baik dari sisi '*meaningful discourse*' maupun sinematografi dalam film *Captain Marvel*. Dalam posisi *negotiated* ini, peneliti memilih **Informan II** dan **Informan III**. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa kedua informan menyetujui semua pesan yang disampaikan oleh film *Captain Marvel*. Namun, untuk beberapa bagian film dan topik yang dikategorikan oleh peneliti, **Informan II** dan **Informan III** informan memiliki pandangannya masing-masing dan cenderung bertentangan dengan pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki. Sedangkan untuk posisi *oposition*, tidak ditemukan oleh peneliti di dalam penelitian ini. Seluruh informan tidak ada yang menolak ide – ide yang disampaikan pembuat film melalui film *Captain Marvel* yang direpresentasikan baik dari sisi '*meaningful discourse*' maupun sinematografi dalam film *Captain Marvel*.
3. Latar belakang keluarga dan pengalaman berinteraksi dengan lingkungan mampu mempengaruhi informan untuk bersikap lebih sikap kritis, mandiri, dan memiliki kedalaman berpikir. Hal ini tergambar dari hasil wawancara kepada **informan V**, selain ia datang sebagai penggemar film – film *superhero* khususnya Marvel, ia merupakan seorang perempuan mandiri yang memiliki beberapa usaha sendiri tanpa bantuan orang lain. Selain itu, orang tua yang bercerai juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi posisi pemaknaan penonton dari **informan V**. **Informan I** memiliki sikap kritis terhadap media massa karena hal ini didukung oleh *track record* mereka dalam bekerja di ranah media, sebagai penyiar radio. Sedangkan **informan IV** memiliki sikap kritis karena suka menonton film *hollywood* yang telah banyak memiliki banyak pesan tersembunyi di dalam *plot twist* film.
4. Konsep feminisme atau kesetaraan *gender* sudah diketahui oleh seluruh informan. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang menunjukkan bahwa semua informan telah tahu apa itu feminisme. Seluruh informan tidak menolak jika harus mengatakan film *Captain Marvel* sebagai alat propaganda feminisme.

Saran

Isi media massa termasuk film merupakan representasi realitas sosial. Film genre *superhero* mencerminkan atau merekam realitas sebagai medium representasi yang nyata sesuai dengan ide pembuat film. Sehingga khalayak disarankan untuk lebih bijak dan aktif dalam memahami isi media agar tidak mudah terprovokasi dengan pesan yang disampaikan. Faktanya sejauh ini wacana kampanye gerakan feminisme dan kesetaraan *gender* belum banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia. Wacana tersebut sebagai salah satu bagian dari pemahaman literasi media patut untuk diketahui banyak pihak agar mampu lebih selektif dan cerdas dalam memilih media dan penggunaannya.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifudin. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, Norman K & Yvonna S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Durham, M. Gigi., & Douglas. M. Kellner. (Eds.). (2002). *Media and Cultural Studies : Keywords*. Massachusetts: Blackwell Publisher.
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi Bandung* : PT. Remaja Rosdakarya.
- Soehartono, Irawan. (2008). *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vivian, John.(2008). *The Media of Mass Communicatio*. Boston : Pearson Education.

Sumber Jurnal:

- Prijana Hadi, Ido. (2009). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, 3 (1): 1-7.
- Argani, Reza Dhane (2014). *Analisis Resepsi Penonton Terhadap Citra Muhammadiyah Melalui Wayang Santri Sang Pencerah*. Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Adi, Tri Nugroho. (2008). *Identitas Kultural Dan Televisi Lokal (Studi Tentang Konstruksi dan Representasi Identitas Kultural dalam Tayangan Banyumas TV)*. Thesis Magister Pascasarjana Universitas Sebelas Maret. Surakarta.