

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menonton film kartun adalah hal yang selalu dilakukan anak-anak. Dapat dipastikan anak-anak akan betah di depan televisi. Mereka dengan penuh semangat dan konsistensi yang luar biasa selalu menantikan jadwal acara film kartun tersebut. Terlebih lagi di hari Minggu pagi, yang didominasi oleh acara anak-anak mereka akan betah seharian duduk manis di depan televisi. Dari dulu hingga saat ini sebenarnya tema-tema film kartun yang disuguhkan berkisar soal putri dan pangeran. Ada kisah putri Rapunzel yang disandera sang nenek sihir jahat namun dapat diselamatkan oleh keberanian pangeran, Putri Salju yang dibuang oleh ibu tirinya lalu pingsan setelah makan apel di hutan dan pada akhirnya selamat karena ciuman pangeran, atau si Cinderella yang disia-siakan ibu tiri dan kedua kakaknya yang pada akhirnya dipersunting pangeran berkat sepatu kacanya yang tertinggal di istana kerajaan. Perhatikan, semuanya tentang nasib putri yang diselamatkan oleh sang pangeran. Satu hal yang teringat sangat kuat sampai pada hari ini adalah pangeran selalu digambarkan tampan, kuat, berkuasa, penyelamat seorang putri, orang yang memecahkan masalah dan memenangkan akhir dari suatu alur cerita.

Pengalaman masa kanak-kanak dulu akan film bertemakan pangeran yang menyelamatkan putri sepertinya sekarang telah terbentur dengan penggambaran anak perempuan di film kartun *Dora The Explorer* yang dalam kurun waktu dua

tahun terakhir ditayangkan stasiun televisi Lativi. Ada yang menarik pada acara ini, apa yang Dora tampilkan sama sekali berbeda dibandingkan dengan kepribadian maupun fisik anak perempuan Putri Rapunzel, Putri Salju maupun Cinderella atau bahkan boneka Barbie yang sangat populer. Seorang putri selalu digambarkan berambut pirang panjang sepinggul, berkulit putih, bersepatu hak tinggi dan selalu memakai pakaian rok terusan panjang semata kaki, ia juga pasti seorang putri yang pengasih, sabar dan karena kesabarannya ia cenderung lemah, disakiti orang lain hingga pada akhirnya mengandalkan pertolongan sang pengeran untuk menyelamatkan hidup dan nasibnya.

Dora adalah gadis Latin yang imut dengan pakaian lucu pergi bertualang bersama teman seجاتinya yang selalu bersepatu merah bernama Boots. Selama petualangannya dia selalu membawa tas ranselnya yang berbicara dan sebuah map yang bisa menyanyikan lagu-lagu lucu. Dia juga tidak lupa membawa peralatan lainnya yang bisa berbicara. Petualangannya seperti dalam komputer dilengkapi *mouse* di layar yang diklik untuk menentukan pilihan jalan yang akan diambilnya. Dora bertanya pada penonton dan menunggu respon dari mereka. Dora selalu melakukan petualangan ke suatu tempat dan harus melalui berbagai rintangan. Dia selalu membawa peralatan petualangannya di ransel kesayangan pemberian orangtuanya. Ransel itu selalu memberikan solusi untuk petualangan Dora tapi tentu saja dengan bantuan penonton. Dora mengajak penonton mengatakan apa yang harus dilakukan dan Dora meminta bantuan penonton untuk mengikuti ucapannya, mengucapkan bahasa Spanyol dalam kata yang sederhana.

Dora The Explorer pertama kali ditayangkan oleh saluran Nickelodeon di

Amerika Serikat pada tahun 2000, dan kini film animasi ini dapat dikonsumsi masyarakat Indonesia di stasiun televisi Lativi.¹ Bahkan karena ketenarannya ini Dora bersama teman-temannya yang lain yang masih tergabung dalam channel Nickelodeon sejak satu Februari 2006 hadir di Global TV.

Sejak awal kemunculannya di televisi Indonesia, Dora sudah dapat mencuri perhatian anak-anak. Dalam sekejap demam Dora terjadi di mana-mana. Banyak sekali produk bertemakan gadis berkulit hitam ini dari kaos, tas sampai potongan rambut disukai oleh anak-anak. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir jam tayang film inipun ditambah, semula pukul 15.00 dari Senin-Jumat menjadi Senin-Minggu dua kali sehari yaitu pukul 05.30 dan 15.00 WIB. Tak heran kebijakan stasiun Lativi ini membuat anak-anak semakin “tergila-gila” kepadanya. Ketika sekarang kontrak penayangan Dora jatuh kepada stasiun Global TV yang selama 3 tahun memiliki hak siar kebijakan penayangan dua kali sehari tetap dipertahankan. Acara kartun Dora yang setiap episodenya berdurasi kurang lebih 30 menit memiliki rating yang cukup tinggi di televisi. Dipastikan saat berlangsungnya film kartun Spanyol tersebut, berbagai produk anak-anak dari makanan dan minuman ringan sampai produk shampo beriklan di sana. Iklan penayangan Dora ketika pindah dari stasiun televisi Lativi ke stasiun Global TV² mulai 1 Februari 2006 juga sempat gencar disiarkan pada awal kepindahan acara tersebut. Hal ini dikarenakan manajemen Global TV sudah dapat memprediksikan bahwa kepindahan penayangan kartun *Dora The Explorer* bersama-sama beberapa program anak-anak Nickelodeon yang lain seperti *Spongebob Squerpants*, *Go*

¹ Yulia Dian, *Demam Dora The Explorer*, <http://www.Detikhot.com.url.html.45389455>, 6 Februari 2006.

² YM, “Ada Nick di Global TV”, *Majalah Cakram*, 264 (Februari, 2006), hlm. 56

Diego Go, Blues's Clues, Danny Phantom, My Life As a Teenage Robot, Jimmy Neutron, Cat Dog, Chalk Zone, dan Hey Arnold akan mendapatkan perhatian yang besar oleh anak-anak. Semua program Nickelodeon ini akan tayang delapan jam setiap harinya dengan sasaran pemirsa anak-anak berusia 2-14 tahun. Tentu saja minat anak-anak yang besar akan film-film ini akan menjadi lahan yang potensial bagi Global TV menaikkan pendapatannya melalui iklan. Hal ini tidak berlebihan karena pada kenyataannya, pada dua tahun terakhir ini Dora adalah salah satu tokoh kartun yang paling disukai oleh anak-anak. Film *Spongebob, Dora The Explorer dan Marsupilami* adalah film animasi yang paling digemari anak-anak Indonesia saat ini mengalahkan film kartun *Mickey Mouse* atau *Teddy The Bear*³.

Pada beberapa episodenya Dora mengenalkan sepupunya Diego yang bekerja sebagai penyelamat hewan dan kemudian ikut menemani Dora berpetualang. Dengan dibantu Boots, peta serta ransel serbagunanya ia dapat melewati setiap rintangan dengan memimpin perjalanan berpetualang. Setiap episode Dora, selalu menampilkan contoh dan melatih kemampuan untuk mengambil keputusan, mengikuti petunjuk, kemampuan berhitung, musik, koordinasi fisik dan alih bahasa Inggris dan Spanyol yang sangat interaktif. Dora mengajak penonton berbicara dan mengeluarkan pendapatnya. Ini membuat anak-anak bisa terasah kemampuannya.

Kekuatan perempuan yang aktif dan seorang pemimpin juga ditonjolkan olehnya sangat berbeda dengan penggambaran anak perempuan yang lemah

³ *Kartun Spongebob Bertemakan Homoseksual*, <http://www.Hidayatullah.com.org.904720109>, 10 Februari 2006.

lembut oleh film-film kartun kebanyakan. Bahkan dengan kemandiriannya Dora pernah menyelamatkan seorang pangeran yang terjebak di dalam istana. Mungkin dua hal inilah menjadi magnet tersendiri bagi anak-anak sehingga kehadiran Dora sangat mudah mereka terima.

Film sebagai komunikasi massa, dalam pendekatannya film sebagai proses dari komunikasi dan bentuk daripada kebudayaan/ budaya massa, bagaimanapun diharapkan bahwa pemahaman yang lebih baik kepada film dapat diterima dan petunjuk untuk studi yang bermanfaat di masa depan⁴. Ketika media massa menjadi alat untuk melanggengkan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat, film kartun anak bahkan dapat dijadikan penanaman ideologi-ideologi yang sangat jauh dari asas persamaan nilai manusia.

Pandangan Radikal Liberatitarian menurut Millet⁵ bahwa ideologi patriakal, membesar-besarkan perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan, dan memastikan bahwa laki-laki selalu mempunyai peran yang maskulin dan dominan, sedangkan perempuan selalu mempunyai peran yang subordinat, atau feminin. Ideologi ini begitu kuat, hingga laki-laki biasanya mampu mendapatkan persetujuan dari perempuan yang mereka opresi.

Kemunculan kartun Dora merupakan suatu fenomena yang patut diteliti. Kehadirannya pada setiap episode sangat dinanti-nanti anak-anak, padahal penggambaran anak perempuan seperti tingkah laku, gaya bahasa sampai penampilan fisik Dora tidak pernah ada sebelumnya. Anak perempuan dalam

⁴ J. Garth and Linton. J.M, *Movies As Mass Communication*, (London: Sage Publication, 1980), hlm. 13.

⁵ Rosemarie Putnam Tong, *Feminist Thought (Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis)*, (Yogyakarta: Jalasutra, 1998), hlm. 74.

kartun Dora sangatlah mandiri, penuh rencana, dan yang terpenting ia memimpin perjalanan dalam berpetualang. Boots adalah monyet yang memiliki kelamin laki-laki namun dalam episode-episodenya ia hanya menemani dan membantu perjalanan Dora atau menjadi *second actor* setelah pemeran utamanya yaitu Dora yang notabene berkelamin perempuan. Seorang perempuan sering diperlihatkan dalam film-film kartun sebagai perempuan yang tidak pernah jauh dari konstruksi yang cengeng, lemah lembut dan tidak kuasa menyelesaikan persoalan-persoalannya seorang diri. Meskipun film-film kartun anak tokoh utamanya seorang putri cantik menjadi tokoh utama atau sentral namun pada intinya cerita pada film kartun tersebut pasti laki-laki yang dimunculkan untuk mengambil keputusan dan menyelesaikan persoalan. Konstruksi perempuan yang dibangun dalam setiap film bahkan pada film anak sangatlah memarjinalkan posisi perempuan sehingga perempuan hanya pantas pada wilayah yang lemah, cengeng dan tidak mampu berdiri sendiri tanpa bantuan laki-laki.

Dapat kita amati kartun *Dora The Explorer* dapat mematahkan konstruksi sosial budaya perbedaan peran sosial laki-laki dan perempuan atau *gender* dalam bingkai sebuah film kartun. Ciri sifat itu sendiri merupakan sifat yang dapat dipertukarkan (bukan kodrat Tuhan) dan perubahan dari sifat-sifat itu dapat terjadi dari waktu ke waktu, serta berbeda dari tempat ke tempat, maupun dari suatu kelas ke kelas lain⁶. Bahkan Dora terlihat dapat mendekonstruksi peran perempuan dalam film kartun *Dora The Explorer*.

⁶ Mansour Fakih, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 8.

Feminisme menghalau keras pemikiran semacam ini perbedaan peran sosial laki-laki dan perempuan yang semakin lama seolah terlegalkan oleh kepentingan politis (sebagai misal Rancangan Undang-Undang Anti Pornografi dan Pornoaksi yang tidak melindungi hak perempuan), bahkan oleh doktrin agama (sebagai misal anak perempuan mendapatkan setengah dari hak waris yang didapat oleh anak laki-laki). Feminis Radikal liberatirian menolak asumsi bahwa ada, seharusnya ada, hubungan yang pasti antara jenis kelamin (laki-laki atau perempuan) dengan *gender* (maskulin atau feminin), sebaliknya mengklaim bahwa *gender* adalah terpisah dari jenis kelamin, dan masyarakat patriaki menggunakan peran *gender* yang kaku, untuk memastikan bahwa perempuan tetap pasif (penuh kasih sayang, penurut, tanggap terhadap simpati dan persetujuan, ceria, baik dan ramah) dan laki-laki tetap aktif (aktif, kuat penuh rasa ingin tahu, ambisius, penuh rencana, bertanggung jawab, orisinil, dan kompetitif). Cara bagi perempuan untuk menghancurkan kekuasaan laki-laki yang tidak layak atas perempuan, adalah dengan pertama-tama menyadari bahwa perempuan tidak ditakdirkan untuk menjadi pasif, dan kemudian mengembangkan kombinasi apapun dari sifat-sifat feminin dan maskulin yang paling baik mereflesikan kepribadian untuk mereka masing-masing⁷.

Dekonstruksi perempuan aktif inilah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dora berhasil merefleksikan nilai-nilai yang ada pada pemikiran feminis yaitu kritik terhadap konstruksi patriaki yang melakukan dominasi dan operasi terhadap perempuan dengan segala atribut yang diadopsinya baik melalui penampilan fisik,

⁷ Rosemarie Putnam Tong, *Op.Cit. hlm.* 72.

perilaku bertutur maupun bersikap sebebaskan mungkin dengan penuh rasa percaya diri tanpa meminta bantuan dari laki-laki.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari permasalahan yang telah dipaparkan di muka, maka masalah yang akan diteliti dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah dekonstruksi perempuan dalam film kartun anak *Dora The Explorer* ?
2. Ideologi feminisme apa di balik dekonstruksi perempuan pada film kartun *Dora The Explorer* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana dekonstruksi perempuan divisualisasikan melalui mitos gender yang sudah mengalami beberapa perubahan nilai dalam film kartun *Dora The Explorer*.
2. Untuk mengetahui ideologi feminisme apa di balik dekonstruksi perempuan dalam film kartun *Dora The Explorer*

D. Manfaat Penelitian

1. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan dalam pengembangan maupun produksi film kartun anak-anak

2. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta sarana pengembangan berfikir ilmiah dalam rangka mengkaji lebih dalam bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang film dan semiotika

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi sebagai Proses dan Produksi Makna

Komunikasi memang sulit untuk didefinisikan Theodore Clerenger pernah menuliskan bahwa satu masalah yang terus ada adalah masalah mendefinisikan komunikasi untuk tujuan ilmu pengetahuan dan ilmiah. Kenyataan berbicara bahwa kata kerja berkomunikasi memang telah jelas maknanya di dalam kamus. Namun, hal itu justru menjadikannya susah digunakan untuk kepentingan ilmiah.⁸ Apabila kita ingin mengartikan apa arti dari komunikasi maka yang terjadi kata adalah *omnibus*, ini istilah yang maha luas pengertiannya. Kalau kita ingin mengartikannya maka asal kata dari komunikasi adalah cara paling sederhana yang bisa kita lakukan untuk pertama-tama. Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama". Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama⁹. Komunikasi adalah pertukaran secara verbal dari pemikiran dan ide¹⁰. Asumsinya bahwa pemikiran dan idenya telah dengan sukses bertukar.

Definisi Carey menegaskan bahwa komunikasi dan realitas saling

⁸ Stephen W. Littlejohn, *Theories Of Human Communication*, (USA: Thomson Wadsworth, 2005) hlm. 4.

⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm 42.

¹⁰ *Ibid.* hlm. 4.

berhubungan. Komunikasi adalah proses yang tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari yang menginformasikan cara kita menerima, memahami dan mengkonstruksi pandangan kita tentang realitas dan dunia.¹¹ Dengan kata lain, Carey ingin mengungkapkan komunikasi adalah proses pertukaran makna di mana dia mengambil peranan penting dalam kepala kita untuk mencoba menafsirkan, memaknai segala pesan yang kita terima dalam kehidupan sehari-hari.

Pesan yang diterima oleh komunikan tersebut kemudian dimaknai oleh komunikator sesuai dengan referensi yang dimilikinya, perbedaan budaya dapat mengakibatkan perbedaan dalam memaknai pesan. Hal ini dikarenakan pikiran manusia berasal dari bagaimana dia menyimpan segala informasi yang kemudian dicoba untuk diartikannya sesuai dengan *stock of knowledge* masing-masing individu. Perbedaan budaya seperti yang telah disebutkan di atas akan mengambil peranan yang besar suatu individu karena budaya akan dapat membentuk *stock of knowledge* yang bersifat secara pribadi dan akan ditentukan di manakah dan bagaimana individu itu hidup dan berkembang. Berikutnya proses komunikasi yang dijelaskan oleh teori Osgood. Pelajaran teori yang digunakan oleh Osgood mulai dengan asumsi bahwa individu bereaksi terhadap stimulus di dalam lingkungan, membentuk suatu stimulus menanggapi hubungan. Ia percaya bahwa dasar ini S asosiasi R adalah bertanggung jawab untuk pembangunan makna, yang mana suatu yang internal, response mental bagi suatu stimulus. Ketika anda melihat suatu pesawat udara, sebagai contoh, suatu asosiasi internal akan nampak di dalam pikiranmu, dan asosiasi ini mendasari maknamu untuk konsep pesawat

¹¹ John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, (New Jersey: Prentice-Hall, 1990), hlm. X.

udara dan penerbangan¹².

Selanjutnya Miller and Steinberg menulis, bahwa ketika orang-orang saling melakukan komunikasi, mereka (masing-masing individu) akan membuat prediksi-prediksi tentang efek-efek bagaimana sesungguhnya seseorang memberikan respon pada setiap pesan yang dikirimkan :

"When people communicate, they make predictions about the effects, or outcomes, of their communication behavior; that is they choose among various communicative strategies on the basis of predictions about how the person receiving the message will respond".¹³

Pernyataan di atas memiliki asumsi dasar bahwa saat seseorang berkomunikasi, mereka memprediksi atau memperkirakan efeknya dari perilaku komunikasi mereka, oleh karenanya mereka akan memilih berbagai strategi sebagai landasan prediksi tentang bagaimana orang akan menerima pesan yang diresponnya.

Menurut Dedy Mulyana yang senada dengan teori Osgood diatas adalah, persepsi seorang peserta komunikasi atas orang lain tergantung pada persepsi orang lain tersebut terhadapnya, dan bahkan tergantung pula pada persepsinya terhadap lingkungan di sekitarnya. Berikut pendapat tokoh komunikasi yang memiliki pemahaman yang sama¹⁴.

John R. Wenburg dan William W.Wilmot : "Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna"
Donald Byker dan Loren J.Anderson : "Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih"

¹² Stephen W.Littlejohn, *Op. Cit.* hlm. 188

¹³ William B, Stela Ting-Toomey, with Elizabeth Cua, *Culture And Interpersonal Communication*, Sage Publications, (California: Newbury Park, 1998), hal. 18.

¹⁴ Dedy Mulyana, *Op.Cit.* hlm. 68-69

William I.Gorden	: "Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan"
Judy C.Pearson dan Paul E.Nelson	: "Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna"
Stewart L.Tubbs Dan Sylvia Moss	: "Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih"

Selanjutnya masih menurut Dedy Mulyana komunikasi mempunyai tiga konseptual dasar¹⁵ :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah, definisi seperti ini mengisyaratkan komunikasi sebagai suatu kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain.
2. Komunikasi sebagai interaksi. Pandangan ini menyetarakan komunikasi dengan suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi, yang arahnya bergantian. Pokoknya masing-masing dari kedua pihak berfungsi secara berbeda, bila yang satu sebagai pengirim, maka yang satunya sebagai penerima, begitu pula sebaliknya.
3. Komunikasi sebagai transaksi. Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati.

Ketiga konsep diatas meskipun berbeda pada sifatnya namun sebenarnya pada hakikatnya memiliki unsur yang sama yaitu komunikasi sesungguhnya suatu proses penyampaian pesan. Kegiatan-kegiatan pada saat melakukan komunikasi baik verbal maupun non verbal akan melalui beberapa tahapan yang fungsional. Sebuah komunikasi disebut sebagai proses hal ini disebabkan pada saat proses komunikasi itu terjadi memiliki kegiatan-kegiatan yang ditandai dengan hal yang meliputi pertukaran, perubahan, dan perpindahan.

Ciri khas dari komunikasi adalah keanekaragamannya (*diversity*): ia

¹⁵ *Ibid.* hlm. 61-69.

mencakup media massa dan kebudayaan populer, melalui bahasa hingga ke perilaku individual dan sosial.¹⁶ Tak lebih dan tak kurang ketika proses komunikasi itu berlangsung dan kita dapat mencoba memaknainya akan sangat juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang berada di belakang kita. Ketika kita sebagai manusia melakukan komunikasi sebagai suatu proses transformatif melalui keanekaragamannya maka yang ada pemaknaan yang berbeda-beda tentang nilai-nilai, budaya atau bahasa akan sangat mungkin terjadi.

2. Representasi dan Konstruksi dalam Film

Sejumlah problem yang harus dipahami dari persoalan representasi adalah¹⁷ :

1. Representasi adalah hasil dari suatu proses seleksi yang mengakibatkan bahwa ada sejumlah aspek dari realitas yang ditonjolkan serta ada sejumlah aspek lain yang dimarjinalisasi. Hal ini mengandung implikasi bahwa seluruh representasi berarti “penghadiran kembali” dunia sosial yang kemudian membawa implikasi bahwa hasil dari suatu representasi pasti akan bersifat sempit dan tidak lengkap.
2. Apa yang dinamakan dengan dunia yang “nyata” itu sendiri layak untuk dipermasalahkan. Dalam hal ini menarik untuk mengemukakan pandangan dari kalangan pemikir konstruksionisme yang memberi satu penegasan bahwa tidak ada satu pun representasi dan realitas yang secara keseluruhan pastilah “benar” dan “nyata”.
3. Dalam benak khalayak sendiri terdapat suatu pemikiran yang menyatakan bahwa media tidaklah harus merefleksikan realitas. Sebab, dalam hal ini, media terutama televisi dan film yang dipenuhi hiburan, sekadar dianggap sebagai tempat pelarian (*escape*) dari realitas kehidupan sehari-hari.

¹⁶ John Fiske, *Op.Cit.* hlm. 3

¹⁷Fajar Junaedi M.Si *Mengenal Representasi, Memahami Realitas Media*, [Http://www.Sosiologikomunikasi.blogspot.com.url.28946308](http://www.Sosiologikomunikasi.blogspot.com.url.28946308), 22 Februari 2006

Perempuan pada media massa sering direpresentasikan berdasarkan *stereotype* yang dilekatkannya. Hal ini dikarenakan media massa memiliki berbagai kepentingan kapitalis yang mengambil keuntungan dari *stereotype-stereotype* yang sengaja dimunculkan kepada perempuan yang ditugaskan menjadi alatnya. Perempuan yang hidup dalam kungkungan pemikiran patriarkal juga mau tidak mau mendapat pelekatan identitas yang tidak memihak kepadanya. Analisis isi terhadap tayangan media seperti film atau iklan dapat membongkar ideologi dan konstruksi apa yang sebenarnya terjadi di balik sebuah representasi yang dibuat oleh media. Seperti yang diungkapkan Strinati¹⁸

"The capacity of the mass media to reflect the reality of women's lives in patriarchal, capitalist societies is something which is important to liberal feminist viewpoint, and can clearly be examined by a content analysis methodology. Content analysis can be used to show how cultural representation of women, say in advertising, distort the reality of women's lives, portraying a fantasy world rather than one women actually live in. But as we have already indicated, feminists have questioned this view by asking who is to be pointed out that some cultural stereotypes may have their social equivalents or at least elements of them in the "real" world."

Sehingga dapat kita sadari bahwa ketika media menghadirkan sebuah representasi maka pastilah ada yang sudah ditambah-tambahi bahkan ada yang dihilangkan sama sekali berbeda dengan kenyataan aslinya, sesuai dengan kepentingan-kepentingan yang sebenarnya ingin didapatkan oleh media itu sendiri. Sedangkan konstruksi merupakan pembuatan makna yang disengaja oleh sebuah representasi atau perwakilan akan sesuatu hal baik citra, benda, atau

¹⁸ Dominic Strinati, *An Introduction to Theories Of Popular Culture*, Routledge, London, hlm. 196, 1995

karakter dalam tampilannya di media.

Kapitalisme global sekarang semakin terang-terangan memperlihatkan permainan tanda dan pembentukan lebih banyak konsep untuk sebuah industri. Masyarakat kapitalisme global memperbanyak usaha-usaha untuk memperluas ranah seksualitas dengan memaksimalkan upaya komersialnya, melalui media-media yang menjadi alatnya. Dalam istilah Piliang sistem kapitalisme global yang menyebarkan ranah seksualitas dan hawa nafsu menjadi sebuah komoditi disebut dengan *Passionate Capitalisme*¹⁹. Dalam sistem ini perempuan sesungguhnya akan mendapatkan keuntungan dari status komersial tubuhnya, setiap getaran dan rangsangannya dikomersilkan. Oleh karena itu tubuh perempuan semakin terbebaskan dari nilai moral dan tabu-tabu seksual. Dan tubuh tersebut diciptakan untuk menandai sesuatu lewat tanda-tanda.

Sejarah tubuh perempuan dalam media sama dengan arena pemenjaraan tanda-tanda. Kapitalisme membebaskan tubuh perempuan dari tanda-tanda dan identitas tradisionalnya (tabu, etiket, adat, moral dan spiritual) dan memenjarakannya didalam hutan rimba tanda-tanda yang diciptakan sendiri sebagai bagian dari ekonomi politik kapitalis²⁰. Sepertinya tubuh mereka dijadikan aset untuk mendapatkan keuntungan dengan penampilan yang eksebisisionis²¹ disana-sini dan tanpa keseganan mereka mengundang orang untuk melihat. Para produsen juga tidak pernah berhenti untuk menciptakan tokoh

¹⁹ Yasraf Amir Piliang, *Libidonomics "Ekonomi Pasar Bebas Libido" dalam Sebuah Dunia Yang Dilipat*, Bandung: Pustaka Mizan, 1999), hlm. 84.

²⁰ Idy Subandy Ibrahim, *Perempuan dan Media: Konstruksi Ideology Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*, (Bandung: Rosda Karya, 1998), hlm. XiV.

²¹ Sikap untuk cenderung mempertontonkan, memperlihatkan untuk mempertegas kemampuan atau kepemilikan akan suatu hal.

perempuan yang cantik dengan ciri-ciri tubuh seksi atau sensual. Seksualitas perempuan memang kaya akan tanda-tanda dan citra seksual yang sengaja diciptakan untuk merangsang hasrat penontonnya.

Dalam masyarakat tontonan²² (*society of spectacle*), perempuan mempunyai fungsi dominan sebagai pembentuk citra (*image*) dan tanda (*sign*) berbagai komoditi²³. Namun sayangnya *image* dan tanda yang ditampilkan adalah tubuh perempuan dengan tujuan menjual komoditi atau dengan kata lain tubuh itu sendiri barang dagangannya. Fungsi ini memang sengaja dibuat oleh produsen untuk mendapat keuntungan finansial. Akibat dari pembentukan citra dan tanda perempuan dalam media yang dilihat dari nilai tubuh inilah, maka fungsi tubuh mengalami pergeseran yang awalnya fungsi organis menjadi fungsi ekonomi politik.

Schutz menyebutkan, realitas dapat mengacu pada pikiran manusia yang didalamnya membawa *stock of knowledge* yang berasal dari proses sosialisasi. *Stock of Knowledge* ini menyediakan orientasi yang mereka gunakan dalam menginterpretasikan obyek-obyek dan peristiwa yang mereka lakukan sehari-hari. Hal ini tidak memiliki makna universal atau inheren yang jauh dari kerangka yang sudah ditentukan, maka *stock of knowledge* dari orang-orang itulah realitas mereka.²⁴ Penangkapan manusia akan realitas sangat terbatas. Hal ini dikarenakan realitas yang ditangkap, lalu berproses dalam pikiran manusia baik secara sadar atau tidak sehingga kemudian dapat menghasilkan kesimpulan akhir dari suatu

²² Masyarakat tontonan menurut Guy Debord adalah masyarakat dalam setiap sisi kehidupan menjadi komoditi dan setiap komoditi tersebut menjadi tontonan.

²³ Idi Subandy I, *Op.Cit.* hlm XiV.

²⁴ Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar & CCSS, hlm 49, 2002

peristiwa.

Meminjam kembali yang pernah ditulis Ratna Noviani bahwa konstruksi realitas sosial merupakan penciptaan dan pembentukan makna secara sosial atas obyek dan peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, yang mana makna bentukan tersebut merefleksi struktur konteks sosial historis di mana dia diciptakan. Pengertian ini berangkat dari penjelasan yang disampaikan oleh Erving Goffman, bahwa dunia sosial pada dasarnya adalah ambigu, dimana objek, aktor, kondisi dan peristiwa tidak memiliki makna yang inheren. Makna diciptakan melalui tindakan manusia yang mengorganisasikan, mengkarakterisasi dan mengidentifikasi pengalaman dengan menggunakan definisi yang dipahami bersama. Makna dipelajari melalui proses sosialisasi, orang cenderung bertindak berdasarkan pada makna tersebut tanpa kesadaran akan kekuatan-kekuatan yang sosial yang diciptakannya. Dalam istilah Goffman, individu-individu menggunakan makna-makna yang terintusionalisasi itu untuk membingkai atau menginterpretasikan pengalaman mereka sehari-hari.²⁵

Jowett dan Linton menganalogikan film sebagai mimpi. Menurut mereka film bekerja sebagai “mimpi” dalam beberapa macam cara. Melalui fantasi, film mampu memenuhi mimpi-mimpi penonton.²⁶ Selain itu film juga dapat bertindak sebagai sebetuk “lamunan”:

“Thus, movies can serve as a kind of collective unconsciousness, inspiring, creating tensions, and almost causing a “standardization” of fantasy. Movies can create ideals of the perfect male or female, or perhaps provide an agenda for the

²⁵ *Ibid.* hlm. 52-53

²⁶ Joweth, Garth and Linton, *Op. Cit.* hlm. 42.

ideals lifestyle, allow of which is unwittingly ingested by the viewer."

Film anak-anak yang menghadirkan pangeran sebagai penyelamat seorang putri atau perempuan tampaknya juga sedang memberikan sebuah konstruksi bahwa perempuan yang lemah harus ditolong oleh laki-laki dengan kemaskulinan yang dimilikinya. Ideologi dibalik film tersebut adalah ideologi patriaki²⁷ yang menggambarkan perempuan sangat lemah dan karena kenyataan itu kaum hawa ini sangat maklum untuk ditopang laki-laki. Kesadaran kolektif yang hendak dibentuk dalam tayangan tersebut membuat standar ideal bagaimanakah kepribadian maupun fisik laki-laki yang baik yang ingin dicitrakan, dan perempuan yang seperti apa yang ingin dikonstruksikan sesuai keinginan pembuat film. Makna dibalik tanda yang dihadirkan pada sebuah film yang terjalin dari sebuah semiotika yang berarti jejalin atau tenunan tanda-tanda (bahasa latin *texere* 'menenun') merangkaikan sebuah representasi maupun konstruksi yang ditujukan bagi penontonnya. Seperti yang telah menjadi jargon semiotika, sesuatu tidak bermakna hanya karena dirinya saja, ia menunjuk pada hal lain. Dan bukan substansi dalam dirinya yang membuatnya bermakna, tetapi perbedaannya dengan yang lain, dan hubungannya dengan tanda-tanda lainlah yang menentukan seperti apakah dirinya. Semiotik menghadirkan penanda²⁸ dan petanda²⁹ yang dimiliki oleh makna dalam suatu teks.

Ketika film membungkus realitas sesuai dengan realitas versi media maka

²⁷ Dominasi sistematis dan terus berulang yang dilakukan laki-laki terhadap perempuan yang tersubordinasi di berbagai institusi dan praktik sosial. Konotasi dari keluarga yang dikepalai laki-laki, penguasaan dan superioritas.

²⁸ Bentuk atau media tanda, misalnya bunyi, citra, tanda yang membentuk kata dalam suatu halaman.

²⁹ Konsep, ide, logika, signifikansi, makna.

yang terjadi adalah realitas yang telah dikonstruksikan ulang untuk sekedar penghibur dalam alam sadar penontonnya. Jadi kesimpulannya, realitas aslinya tidak akan dapat dipahami manusia, karena realitas merupakan makna yang terdapat dibalik tanda (*sign*). Selanjutnya yang terjadi ternyata adalah makna yang diciptakan dan dibentuk secara sosial melalui konstruksi sosial.

Televisi dan dinamika sosial masyarakat sangat terkait, karena hubungan mereka tidak sekedar hubungan antara media dan penonton. Lebih dari itu, sajian televisi menggambarkan realitas dalam sebuah masyarakat. Walaupun realitas yang terbentuk lebih pada realitas media yang dikonstruksi sesuai dengan ideologi yang dianut media itu sendiri. Dalam realitas film dan televisi terdapat formulasi dualisme yaitu realitas media dan realitas representatif (*media*). Menurut Budhy Komarul Zaman, media massa merupakan *agencies of mediation* yang dalam pelaporan berita-beritanya, mereka tidak saja menawarkan atau barangkali lebih tepat menjual, tapi juga memakai *framework* tertentu dalam menafsirkan event-event tersebut dengan demikian media massa sebenarnya ikut membentuk dan menstruktur kesadaran kita dengan cara-cara tertentu dan dengan segala konsekuensi sosial politiknya³⁰.

Sekarang persoalannya adalah benarkah televisi itu mekonstruksikan realitas masyarakat atau televisi membangun realitasnya sendiri. Sebelumnya, kita harus tahu bahwa televisi membangun realitas dalam program-programnya dengan dua cara yaitu³¹: Jika pada program yang bersifat fiksional (film-film serial), upaya membangun realitas dilakukan dengan cara memindahkan secara

³⁰ Budhy KZ, "Sudut Pandang Media Massa atau Analisis Kritis atas Bahasa Representasi Media Film dan Televisi" (Laporan Penelitian, 2000).

³¹ Budhy KZ, "Realisme Televisi" (Laporan Penelitian, 2001).

metaforis atas *event-event* dalam kehidupan nyata sehari-hari. Sedangkan berita televisi akan melakukan pemindahan secara metonimis atas hal yang sama.

Edwin S. Porter³² seorang sutradara yang merupakan pelopor lahirnya film cerita (*The Narrative Film*) Pada filmnya yang pertama "*The Life of an American Fireman*" yang diselesaikan pada tahun 1902, ia memperlihatkan bahwa film dapat lebih realistis dibanding panggung sandiwara. Dengan mempergunakan adegan di dalam dan di luar gedung, ia memperlihatkan cara bagaimana sebuah film diedit untuk mengubah perhatian dari depan ke belakang atau sebaliknya pada peristiwa yang terjadi disuatu tempat atau waktu yang berbeda. Dia juga mengembangkan elemen dasar bagaimana menggambarkan adegan kesibukan dalam film dengan cara mengganti *shot-shot* secara berselang-seling antara seorang ibu dan anak yang terperangkap dalam rumah yang terbakar dengan mesin mobil pemadam kebakaran yang berlomba menyelamatkan mereka secara cepat.³³ Kenyataan ini menunjukkan pemegang kontrol yang menentukan isi dan realitas media jelas terletak kepada pembuat isi dari media tersebut.

Apabila kita terus membicarakan isi yang terdapat dalam media maka kita harus menyadari betul bahwa itu semua adalah hasil para pekerja media yang mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Karena berdasar sifat dan faktanya bahwa media massa menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi

³² Pelopor awal bagi perkembangan film cerita realistik atau film fiksi. Ia memulai usahanya sebagai seorang montir dan kameramen, sebelum pindah sebagai seorang pembuat film. Film pertamanya berjudul "*The Life of an American Fireman*" yang diselesaikan pada tahun 1902, kemudian film keduanya "*The Great Train Robbery*" (1903). Film ini merupakan yang paling kompleks dari film-film yang pernah di buat di masa itu, memuat 14 sekwen yang berbeda, meliputi adegan-adegan semacam keletihan sekelompok bandit pada saat-saat paling menentukan.

³³ Samuel L. Becker, *Film: Mitos dan Realitas*, (Yogyakarta: Laboratorium Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol-UGM, 1989), hlm. 22.

media adalah realitas yang dikonstruksikan (*constructed reality*). Dalam serial televisi yang menghadirkan tokoh kartun anak perempuan yang sangat mandiri, dan berpikiran serta berperilaku feminis sangat mungkin jika realitas tersebut direfleksikan tidak sama dengan realitas sebenarnya. Karena nilai-nilai feminisme bisa saja dikonstruksi oleh kreator media sesuai dengan ideologi yang ingin dibangun dalam serial tersebut.

3. Ideologi dalam Film

Althusser³⁴ memperkenalkan dua istilah kunci tentang sebuah ideologi, yaitu *Ideological State Apparatus (ISA)* dan *Repressive State Apparatus (RSA)*. Dalam terminologi marxiant, aparat negara yang represif (*State Apparatus*) terdiri dari pemerintah, tentara, polisi, birokrasi, pengadilan, penjara, dsb. Inilah yang oleh Althusser kemudian dinamakan sebagai RSA. RSA menjalankan fungsinya melalui kekerasan (*by violence*), baik dalam bentuk kekerasan fisik maupun non fisik. Sedangkan ISA menjalankan fungsinya secara ideologis (*by ideology*). Pada titik inilah terlihat secara jelas perbedaan antara ISA dan RSA. Karena itu ISA tidak bisa disamakan dengan RSA. Secara lebih jelas Althusser memaparkan hal ini dengan beberapa alasan yaitu bahwa pertama, hanya ada satu RSA, namun pada sisi yang lain terdapat pluralitas ISA. Kedua, RSA bergerak terbatas pada wilayah publik, sedangkan ISA dapat bergerak ke wilayah privat, seperti melalui lembaga agama, keluarga, sekolah, media massa, dsb. Memang RSA dapat menjalankan fungsinya baik melalui kekerasan maupun ideologi, tetapi RSA berfungsi secara massif dan didominasi dengan kekerasan. Artinya memang tidak

³⁴ Fajar Junaedi M.Si. *Op. Cit.*

ada RSA yang benar-benar menjalankan fungsinya hanya melalui kekerasan semata misalnya polisi atau militer yang juga berfungsi secara ideologis untuk menanamkan aturan untuk menjaga stabilitas. Namun hal ini tidak dapat disebut sebagai ISA karena dalam ISA, fungsi primernya secara ideologis baru kemudian secara sekunder melalui kekerasan. Bagi Althusser tidak ada kelas dalam masyarakat yang dapat memegang kekuasaan tanpa melakukan hegemoni dan menjalankan ISA.

Sedangkan apakah sebenarnya penjelasan dari ideologi itu sendiri. Masih menurut Althusser³⁵ ada dua tesis yang menjawab pertanyaan ini pertama, ideologi menghadirkan *imaginary relationship* antara individu dengan eksistensi kondisi realitasnya, seperti yang dikenal sebagai ideologi agama, ideologi etika, ideologi hukum, ideologi politik, dsb. Tesis ini memperoleh satu pernyataan menarik yaitu mengapa manusia memerlukan *imaginary relationship*. Tesis kedua, ideologi mempunyai eksistensi material. Ideologi tidak dapat dibatasi sebagai ide semata, namun ia memiliki aspek material yang berupa aparat yang menjalankannya dan praktik ideologi yang bersangkutan dalam realitas kehidupan. Dari kekompakan kerja antara RSA dan ISA inilah yang menjadikan individu-individu seakan-akan takluk begitu saja dihadapan kekuasaan negara. Dari sinilah kemudian Althusser mendefinisikan ideologi dalam dua tesis utama sebagaimana yang telah disinggung di atas.

Selanjutnya Louis Althusser³⁶ menjelaskan hubungan yang setara antara negara, ideologi dan hegemoni. Tak satupun kelas yang mampu memegang kuasa

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Louis Althusser, *Tentang Ideologi: Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis, Cultural Studies*, (Yogyakarta : Jalasutra, 1994), hlm. 20.

negara dalam periode yang lama tanpa sekaligus menjalankan hegemoninya, dikelilingi dan di dalam apparatus Negara Ideologis. Saya hanya perlu satu contoh untuk membuktikannya: perhatian Lenin yang menyedihkan untuk merevolusi ISA pendidikan (di antaranya), hanya memungkinkan bagi kaum proletar Soviet yang telah meraih kekuasaan negara untuk menjamin masa depan kediktatoran proletar dan transisi menuju Sosialisme.³⁷

Apparatus³⁸ negara atas sejumlah realitas tertentu yang menghadirkan dirinya sendiri kepada pengamat dekat dalam bentuk pelbagai institusi yang khusus dan berbeda. Saya menawarkan suatu daftar empiris dari pelbagai apparatus ini yang tentunya harus diperiksa dengan cermat, diuji, diperbaiki, dan diatur kembali. Dengan segala syarat yang diimplikasikan oleh keperluan ini, kita sesaat dapat memandang institusi-institusi berikut sebagai apparatus Negara Ideologis (urutan yang terdaftar tidak memiliki signifikansi tertentu):

1. ISA Agama (sistem gereja-gereja yang berbeda),
2. ISA Pendidikan (sistem 'Sekolah' privat dan publik yang berbeda),
3. ISA Keluarga,³⁹
4. ISA Hukum,⁴⁰
5. ISA Politik (sistem politik, termasuk pelbagai partai yang berbeda),
6. ISA Serikat Buruh,
7. ISA Komunikasi (press, radio dan televisi, dan sebagainya),
8. ISA Budaya (kesusastraan, seni, olahraga, dan sebagainya)

Ideologi lebih merupakan partisipasi segenap kelas sosial, bukan sekedar seperangkat ide yang dipaksakan oleh suatu kelas terhadap kelas sosial lainnya.

³⁷ Di dalam sebuah teks yang menyedihkan yang ditulis tahun 1937, Krupskaya menghubungkan sejarah dari usaha-usaha Lenin yang sia-sia dan apa yang dianggapnya sebagai keagalannya.

³⁸ Louis Althusser *Op.Cit.*.

³⁹ Keluarga tentunya memiliki 'fungsi-fungsi' lain daripada yang terdapat dalam ISA. Keluarga ikut campur dalam reproduksi tenaga kerja. Di dalam model produksi yang berbeda, keluarga merupakan unit produksi dan/ atau unit konsumsi.

⁴⁰ 'Hukum' berada baik pada apparatus Negara (Represif) dan pada sistem ISA

Fakta bahwa segenap kelas berpartisipasi didalam praktik tersebut tidak berarti bahwa praktik itu sendiri tidak lagi melayani kepentingan kelas dominan. Dimaksud oleh Althusser adalah bahwa ideologi bersifat lebih efektif dibandingkan apa yang diberikan Marx, karena ideologi bekerja dari dalam, bukan dari luar, dan secara mendalam menginskripsikan cara berpikir dan cara hidup tertentu pada segenap kelas⁴¹.

Ideologi dan pertandaan memiliki hubungan yaitu tanda-tanda memberi mitos dan nilai bentuk yang konkret dan dengan cara demikian keduanya mengabsahkan tanda dan membuat tanda menjadi bersifat publik. Dalam penggunaan tanda-tanda kita menjaga dan memberi kehidupan pada ideologi, namun kita juga dapat dibentuk oleh ideologi itu, dan melalui respons kita terhadap tanda-tanda ideologis.⁴²

De Tracy memunculkan kata "ideologi" sebagai istilah yang menunjuk pada ilmu tentang gagasan. Semenjak itu khususnya karena pengaruh para pemikir seperti Marx, Freud dan lebih belakangan Mannheim arti istilah ini bergeser. Dalam penggunaannya lebih modern dan sempit, ideologi biasanya mengacu pada sistem gagasan yang dapat digunakan untuk merasionalkan, memberikan teguran, memaafkan, menyerang atau menjelaskan keyakinan, kepercayaan, tindak atau pengaturan kultural tertentu.⁴³ Faktor Ideologis

⁴¹ Louis Althusser, *Op.Cit*, hlm. Xi.

⁴² Stephen W. Littlejohn, *Op.Cit*, hlm. 236.

⁴³ *Ibid.* Hlm. 154.

mempengaruhi komponen budaya melalui proses pengkondisian psikologis, yakni lewat dampak gagasan terhadap perilaku manusia.⁴⁴

Istilah ideologi budaya mengacu kepada kawasan idesional dalam suatu budaya. Dengan demikian istilah ideologi dalam penggunaannya meliputi nilai, norma, falsafah dan kepercayaan religius, sentimen, kaidah etis, pengetahuan atau wawasan tentang dunia, etos dan sebagainya.⁴⁵ Dalam arti yang lebih khusus ideologi merupakan suatu perangkat yang menata masyarakat berperilaku, bersikap dalam setiap segi kehidupan. Peranan suatu ideologi dalam masyarakat ternyata sangat menentukan landasan pemikiran manusia hidup. Sistem simbol atau ideologi yang digunakan manusia untuk menjelaskan dan menata sistem sosial serta alamnya akan memainkan sesuatu peranan serta perubahan struktur kemasyarakatan.⁴⁶

Media massa tidak berfungsi dengan cara-cara penindasan secara fisik, melainkan dengan menyebarkan gagasan dominan yang diproduksi oleh kelas dominan yang sedang menguasai negara⁴⁷. Telah disepakati bersama bahwa media selalu membawa ideologi-ideologinya dibalik sebuah tanda (*sign*) yang coba dibangunnya. Sehingga sangat memungkinkan setiap produksi pesan yang dilakukan media dalam hal ini media film merupakan alat ampuh untuk menyebarkan ideologi-ideologi tertentu yang ingin disebarkan oleh media itu tadi. Pada film dan tayangan televisi anak-anak sekalipun yang memposisikan

⁴⁴ David Kaplan dan Albert Manners, *Teori Budaya*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1999), hlm 160

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 154.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 155.

⁴⁷ Fajar Junaedi, *Op.Cit.*

perempuan sebagai subordinat dibawah laki-laki, ideologi patriarkial yang sedang bekerja disana.

4. Ideologi Feminis

Ideologi feminis yang menganggap ideologi patriarkial yang telah mengakar pada sistem budaya serta sosial kita sehingga dengan mudah menguasai *mind set* masyarakat bahwa perempuanlah yang paling berhak berada pada struktur masyarakat satu tingkat dibawah laki-laki. Beberapa feminis antarandrogini berpendapat bahwa masalahnya bukan feminitas dan esensinya itu sendiri, melainkan penilaian yang rendah, yang diberikan pada kualitas feminis. Misalnya, “kelembutan, kesederhanaan, sifat mendukung, empati, kepedulian, kasih sayang, sifat pengasuh, sifat intuitif, sensitivitas, ketidakegoisan dan penilaian yang tinggi diberikan kepada kualitas maskulin” seperti ketegasan, keagresifan, kekerasan, rasionalitas, atau kemampuan untuk berpikir logis, abstrak, dan analitis, kemampuan untuk mengendalikan emosi. Mereka mengklaim jika masyarakat dapat belajar untuk menilai feminin secara setara dengan maskulin, opresi terhadap perempuan akan menjadi kenangan buruk semata. Beberapa feminis antindrogini lain tidak setuju dengan membalikkan “teori sifat alamiah”, dan berargumentasi bahwa alih-alih paksaan patriarki atas sifat alamiah feminin yang semu dan tidak autentik terhadap perempuan, banyak perempuan telah menemukan kembali sifat-sifat alamiah perempuan-nya yang sejati, atau autentik. Kebebasan pribadi yang penuh bagi perempuan terdiri atas kemampuannya untuk

menolak diri femininnya yang semu dan berpaling kepada diri perempuan⁴⁸ sejatinya.⁴⁹

Beberapa pergerakan kaum feminis memiliki sudut pandang yang berbeda dalam melihat ketimpangan perempuan:

1. Paradigma feminis posmodern

Teori feminisme Posmodern mempunyai landasan di mana individu sebagai yang terfragmentasi. Artinya, perempuan bagi posmodern dilihat sebagai 'yang lain' (sama seperti teori eksistensialisme 'the other'). Teralineasinya perempuan bukan hanya karena rasa tertekan atau inferioritas tapi karena cara berada, berpikir dan bahasa perempuan yang tidak memungkinkan terjadinya keterbukaan, pluralitas, diversifikasi dan perbedaan⁵⁰. Feminisme posmodern menggali banyak aspek tentang aleansiasi perempuan secara seksual, psikologis dan sastra dengan bertumpu pada bahasa sebagai sistem. Aliran feminisme posmodern, memaknai seksualitas dengan mendekonstruksi seks sebagai basis identitas, feminis posmo mengeksplorasi persoalan gender dengan meninggalkan konsep patriarki sebagai penjelasan tunggal dari ketertindasan perempuan⁵¹.

2. Paradigma feminis konservatif

Berbeda dengan ideologi feminis konservatif, mereka melihat dari segi ketimpangan yang terjadi akibat dari dominasi kultur patriarki. Bahwa segala jenis

⁴⁸ Kata perempuan dalam bahasa anti androgini yang ketiga ini, mengacu kepada kata "female" yang tidak diterjemahkan secara literal menjadi betina. Tetapi, dengan mempertimbangkan bahwa feminitas adalah konstruksi sosial budaya "perempuan" dalam bahasan ini dapat dianggap perempuan yang sesungguhnya, dalam arti perempuan sebelum terobjektifikasi oleh konstruksi sosial budaya patriakal (gender: feminin)

⁴⁹ Rosemarie Putnam Tong, *Op.Cit.* hlm. 4.

⁵⁰ Gadis Arivia, *Jurnal perempuan: Teori Multikultural dan Feminisme Global*, (2000), XIII, Maret, hlm. 36.

⁵¹ *Jurnal perempuan: Budaya Pop dan Perempuan*, (2000), XIII, Maret, hlm. 7.

eksploitasi seksual sebagai misal terbentuk karena kediktatoran homogenitas pada masyarakat patriarkal. Dengan satu cara pandang ini, feminis konservatif sepertinya sepakat untuk menjadikan dominasi lelaki sebagai alasan kuat terjadinya ketimpangan gender. Seperti halnya seksualitas, feminis konservatif melihatnya sebagai sesuatu yang sakral dan puritan. Nilai seksualitas konservatif, membungkam naluri seksual dengan segala bentuk ketabuan. Akibatnya seksualitas menjadi terfragmentasi dan keluar dari naluri alamiahnya. Seksualitas represif ini, menyebabkan masyarakat mendobrak ketabuan seksual yang selama ini terjadi. Banyak feminis yang mulai mendekonstruksi paham konservatif dengan revolusi seksual. Disinilah pemahaman posmodern menjadi penggugat dan pendobrak yang mulai mendekonstruksi makna seksualitas konservatif.

Sedangkan dari perspektif *cultural studies*⁵², politik budaya feminis dapat dibagi secara luas dalam lima kategori⁵³:

1. Politik liberal feminis liberal menekankan pentingnya persamaan dan kesempatan dalam bidang –bidang seperti pekerjaan, akses kependidikan dan perawatan anak. Kaum feminis liberal menekankan individualitas perempuan tanpa berfokus pada perbedaan dengan laki-laki.
2. Politik budaya terpusat pada perempuan, di pihak lain memusatkan perhatian pada perspektif yang mengistimewakan perbedaan perempuan. Feminis politik budaya lebih melihat pada sejarah perempuan dari perspektif mereka.
3. Feminis Marxis memandang gender sebagai fenomena budaya. Perbedaan gender dijelaskan dalam hal bagaimana perbedaan-perbedaan ini bagi kapitalisme.
4. Feminis posmo menekankan bahwa gender dan ras tidak memiliki makna tetap. Menurutnya tidak ada secara alami adanya laki-laki dan perempuan semuanya adalah konstruksi sosial. Feminitas dan maskulinitas dikonstruksi secara sosial dan merupakan situs perjuangan politik akan

⁵² Bidang penelitian interdisipliner atau bidang pasca-interdisipliner yang mengeksplorasi produksi dan penempatan peta makna. Satu proses pembentukan diskursif, atau cara teratur dalam berbicara, yang terkait dengan isu kekuasaan dalkamparkatik pemaknaan pembentukan diri manusia.

⁵³ Ziauddin Sardar dan Borin Van Loon, *Mengenal Cultural Studies for begginers*, (Bandung: Mizan, 2001), hlm. 142-144.

makna. Menunjukkan bahwa konstruksi sosial atas gender melibatkan relasi.

5. Feminis kulit hitam dan non barat berkonsentrasi pada rasisme dan kolonialisme dan memandang hal itu sebagai alat untuk memahami relasi gender.

Sedangkan penelitian ini berangkat pada pemikiran feminis posmo yang melihat bahwa gender adalah konstruksi yang tidak tetap karena didalamnya selalu menjadi arena pertentangan makna. Sehingga bisa kapan saja berubah dalam relasi antara kedua jenis kelamin.

Feminis bukanlah sebuah perspektif yang monolitik, akan tetapi manapun variannya feminis tidak pernah melepaskan dirinya dari politik. Feminisme bertabiat politis lantaran niscaya memperkarakan struktur hubungan kekuasaan diantara laki-laki dan perempuan. Mereka mempertanyakan hubungan dominasi dan subordinasi antara laki-laki dan perempuan yang semata-mata tidak hanya dipahami secara biologis yakni sebagai jenis kelamin melainkan sebagai konstruksi kultural yang disebut gender⁵⁴.

Berdasarkan pemikiran antropolog Claude Levi Strauss bahwa setiap masyarakat diatur oleh rangkaian tanda, peran dan ritual yang tidak saling berhubungan, Lacan mengistilahkan rangkaian ini sebagai "Tatanan Simbolik". Karena untuk berfungsi secara memadai di dalam masyarakat, seorang anak harus menginternalisasi tatanan simbolik atas bahasa; dan semakin banyak seorang anak tunduk kepada aturan linguistik di dalam masyarakat, semakin banyak aturan yang terpatrit di dalam ketidaksadarannya. Dengan perkataan lain, tatanan simbolik mengatur masyarakat melalui pengaturan individu tersebut berbicara

⁵⁴ Kris Budiman, *Feminis Laki-laki dan Wacana Gender*. (Yogyakarta: Yayasan Indonesiatara, 2000), hlm. 1.

dalam bahasa dan tatanan simbolik tersebut dan menginternalisasi peran gender dan kelas yang terkandung di dalamnya, masyarakat akan memreproduksi dirinya dalam bentuk yang cukup konstan.

Penelitian ini akan menggunakan perspektif feminis posmo yaitu dengan memaknai aktivitas memimpin dan berpetualang dengan mendekonstruksi⁵⁵ kepemimpinan sebagai basis identitas. Bukan hanya persoalan patriarkis yang sudah sejak lama mengakar dalam kebudayaan kita dan menyebabkan peran perempuan secara berpikir dan bersikap semakin teralienasi dalam kehidupan. Bahwa masalah ketimpangan representasi kepemimpinan perempuan dalam sebuah alur film kartun anak dapat dilihat dari persoalan gender dan bagaimana ekspresi kebebasan perempuan direpresentasikan dalam media film kartun anak.

Beberapa akar feminisme posmodern ditemukan dalam karya Simone de Beauvoir, yang mengajukan pertanyaan esensial dalam teori feminis, “mengapa perempuan adalah *second sex* ?” yang jika difrase ulang dalam istilah posmodern, berubah menjadi “mengapa perempuan Liyan?”. Mengapa perempuan tetap berada di bawah, imanen, dan ditentukan (takdirnya), sementara perempuan melihat laki-laki melompat menuju ranah transendensi, zona kebebasan ?.⁵⁶ Feminis posmodern memanfaatkan pemahaman Beauvoir mengenai ke-Liyanan dan kemudian memutarbalikkannya. Perempuan masih merupakan Liyan, tetapi

⁵⁵ Dekonstruksi mengambil sikap kritis terhadap segala sesuatu yang dianggap baik, benar dan indah oleh masyarakat dan menyiratkan kemungkinan adanya sesuatu yang lebih baik bagi seseorang individu untuk menjadi “buruk”, “semu” dan “jelek”. Mendekonstruksi berarti memisahkan, melepaskan, membongkar dalam rangka mencari dan membeberkan asumsi suatu teks, strategi retorik dan ruang kosong teks. Pengungkapan oposisi biner hierarkis seperti realitas/ penampakan, alam/ kebudayaan, nalar/ kegilaan, untuk menunjukkan: (a) satu bagian dari pasangan biner tersebut dipandang tidak penting; (b) bahwa pasangan biner tersebut menjamin kebenaran; (c) bahwa masing-masing bagian dari pasangan biner tersebut saling berdampak.

⁵⁶ Rosemarie Putnam Tong, *Op.Cit*, hlm. 286.

alih-alih menafsirkannya sebagai kondisi yang harus ditransedensi, feminis posmodern justru mengambil manfaatnya. Kondisi ke-Liyanan memungkinkan perempuan untuk mengambil jarak dan mengkritisi norma, nilai, dan praktik-praktik yang dipaksakan oleh kebudayaan dominan (patriaki) terhadap semua orang, termasuk mereka yang hidup dalam lingkaran luarnya dalam hal ini perempuan. Karena itu, ke-Liyanan, bersama segala keterkaitannya dengan opresi dan inferioritas, adalah lebih daripada sekedar kondisi teropresi atau inferior. Ke-Liyanan juga merupakan cara ber-Ada, cara berpikir dan cara bertutur yang memungkinkan adanya keterbukaan, pluralitas, keragaman, dan perbedaan.

Feminisme mendekati budaya populer, setidaknya melalui empat perspektif. *Pertama*, konsep citra perempuan dan bagaimana posisi perempuan dalam kebudayaan dan konsekuensi dari citra perempuan tersebut. Misalnya citra perempuan dalam film yang dianggap sebagai obyek pandangan mata, sehingga yang terjadi perempuan dikonotasikan sebagai subyek pasif. Atau sebaliknya, representasi perempuan bisa jadi merupakan upaya pemberdayaan jika perempuan mampu bersikap pro aktif terhadap budaya populer.

Kedua, persepsi feminis mengenai masalah budaya pop, sehingga terbentuk pemahaman yang lebih baik bagi audiens perempuan. Bagaimana pandangan perempuan terhadap budaya pop yang nota bene maknanya dangkal dan mengandung upaya pembodohan. Contohnya penelitian yang dilakukan Janice Radway dalam karyanya, *Reading the romance : Women, Patriarchy and*

*popular literatur (1987)*⁵⁷. Penelitian ini menganalisa, bagaimana kecenderungan perempuan dalam membaca roman. Roman merupakan salah satu dari produk budaya pop. Kenyataannya, perempuan membaca roman dengan tujuan untuk eskapisme. Dengan membaca roman mereka berusaha untuk mendapatkan fantasi dan harapan yang tidak bisa didapatkan di dunia nyata. Ini berkaitan dengan proses identifikasi antara pembaca perempuan dengan tokoh perempuan.

Ketiga, pemulihan dan rekonstruksi kembali sejarah dengan melihat kembali bagaimana perempuan mengekspresikan dirinya dalam dominasi kultur patriarki. Upaya rekonstruksi yang dilakukan, memberikan kesimpulan bahwa tidak semua budaya pop memberikan kedangkalan makna bagi audiens perempuan. Yang menjadi kuncinya adalah bagaimana perempuan mampu memberdayakan dirinya dalam dunia yang didominasi kultur patriarkis.

Empat, pendekatan struktural tentang bagaimana dua kultur yang berbeda (patriarki dan matriarki) menghendaki sesuatu dan seperti apa perubahan yang terjadi. Patriarki dan budaya pop merupakan kesatuan yang mencolok dalam kapitalisme. Setiap standar produk budaya pop selalu disesuaikan dengan selera lelaki. Contohnya dalam dunia fesyen, pakaian yang minim untuk menonjolkan bentuk tubuh, merupakan salah satu bentuk dominasi patriarki. Dan akhirnya citra perempuan cantik selalu berdasarkan standar tersebut sehingga perempuan menjadikan itu sebagai tuntutan. Bagaimanapun kepentingan dua kultur yang berbeda ini akan selalu berseberangan. Namun setidaknya dominasi budaya patriarki dapat diminimalisir, jika perempuan bisa mengakomodir kepentingannya

⁵⁷ Maneke Budiman, *Jurnal Perempuan: Budaya Populer sebagai Perlawanan Perempuan*, (2000) XIII, hlm. 9.

tanpa intimidasi lelaki. Meskipun perubahan ini merupakan perjalanan yang masih jauh bagi perjuangan feminis.

Kemudian muncul gugatan dari feminis yang berkaitan representasi perempuan dalam film. Apakah benar bahwa pandangan mata selalu dikonotasikan dengan maskulinitas. Adakah cara pandang perempuan?. Jackie Stacey memfokuskan penelitiannya pada perempuan inggris yang menonton film Amerika tahun 40an dan 50an. Dia mendapati bahwa sebagian besar dari mereka menonton film untuk eskapisme. Mereka mengidentifikasi dirinya seperti tokoh dalam film. Namun identifikasi mereka lakukan justru menjadi pemicu bagi upaya pemberdayaan diri mereka sendiri, seperti munculnya fantasi tentang kepercayaan diri dan kekuasaan⁵⁸.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan dalam budaya populer menurut perspektif feminis posmo, tidak seluruhnya mengakomodir kepentingan patriarki. Karena feminis posmo juga melihat tidak semua massa khususnya perempuan selalu terbodohi atau bahkan tereksplotasi. Justru yang terpenting sekarang adalah bagaimana perempuan bersikap terhadap budaya populer.

Satu tantangan besar bagi para feminis adalah upaya menghapuskan bentuk alineasi perempuan yang cenderung menyamakan identitas. Dengan membentuk suatu sistem yang memungkinkan terciptanya keanekaragaman dan pluralitas dalam cara berpikir perempuan. Penting bagi perempuan untuk sadar bahwa dirinya berhak melakukan pemberdayaan dan tidak begitu saja menerima

⁵⁸ *Ibid.* hlm. 10.

sebuah bentuk kediktatoran patriarki. Salah satunya adalah dengan merubah citra perempuan dalam representasinya di media. Setidaknya memberikan pemberdayaan bagi perempuan bahwa mereka bukan sekedar obyek seksualitas, kecantikan bahkan hawa nafsu pandangan mata yang kapan saja bisa dieksploitasi.

5. Media yang Tidak Feminis

*Media and communication are a central element of modern life, whilst gender and sexuality remain at the core of how we think about our identities*⁵⁹.

Disadari atau tidak media televisi memang menyebarkan ideologi *gender*. Dalam media tersebut terdapat pesan yang turut menyebarkan dan melestarikan ideologi *gender*. Melalui media massa kita belajar untuk menyesuaikan diri dengan harapan-harapan masyarakat agar berperilaku seturut perbedaan dan stereotip *gender*⁶⁰. Jadi selain lingkungan sosial (masyarakat, keluarga, sekolah) ternyata media massa merupakan agen sosialisasi yang memiliki pengaruh khusus dan menyalurkan ideologi *gender*.

Bahkan dalam preferensi program televisi terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan, yang berarti penanaman ideologi *gender* oleh media televisi sangat dominan sampai mempengaruhi pilihan menonton. Studi kasus James Lull membuktikan bahwa laki-laki pada umumnya lebih memilih program olah raga atau serial laga, karena program tersebut hadir dengan seperangkat citra maskulin

⁵⁹David Gauntlet, *Media, Gender, and Identity An Introduction*, (New York: Routledge, 2002), hlm. 1.

⁶⁰Alex Sobur, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 37.

yang direpresentasikan. Sedangkan perempuan lebih memilih telenovela atau opera sabun, karena ketika mereka menonton, mereka mengidentifikasi dirinya dengan pengalaman pribadi sebagai perempuan⁶¹. Studi ini memberikan pengertian bahwa citra maskulin atau feminin direpresentasikan dalam media televisi dengan mengkonstruksikan tanda dan makna tertentu. Sehingga terjadi dikotomi yang membedakan preferensi menonton program televisi antara laki-laki dan perempuan.

Banyak iklan di media-media seperti televisi, koran, dan radio ditujukan untuk perempuan. Produk-produk seperti shampoo, sabun mandi atau pembalut wanita ditujukan untuk perempuan. Namun tahukah kita bahwa sesungguhnya saat ini perempuan mengambil peranan yang sangat kecil dalam proses produksi media.

Dalam perbandingan jumlah antara karyawan perempuan dan laki-laki dalam tiga biro iklan berikut Lowe Lintas&Partners 56:34, JWT ABDUH Force 60:40, dan Grafik McCann Erickson 60:40⁶². Secara jumlah karyawan perempuan memang lebih besar tapi perempuan yang bekerja di biro iklan 90% menempati sebagai *client service*. Ini artinya mereka tidak memiliki andil yang besar dalam menentukan pesan iklan yang diproduksi oleh biro iklan. Di industri televisi, pada tahun 1998, dari 222 orang jurnalis televisi, 31,5 % diantaranya adalah perempuan dan presenter perempuan sebesar 50 %.⁶³ Sebagian besar orang yang bekerja dan

⁶¹ James Lull, *Constructing Ritual of Extension Through Family Television Viewing*, (1998), hlm. 273-259.

⁶² Tri Hastuti Nur R, *Jurnal Perempuan: "Perempuan dan Media"*, (Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan, 2003), hlm. 125.

⁶³ Soemandoyo Priyo, *Wacana Gender & Layar Televisi : Perempuan Dalam Pemberitaan Televisi Swasta*, (Yogyakarta: LP3Y, 1998), hlm. 127.

menentukan isi media adalah laki-laki. Maka secara tidak langsung isi media akan sangat bercita rasa laki-laki. Di pihak lain, perempuan merupakan penonton televisi terbesar di Indonesia. Lalu dimana sebenarnya letak perempuan dalam industri media ?. Perempuan hanya berada pada posisi obyek. Media massa akan melibatkannya, melalui posisinya menjadi bintang iklan, bintang sinetron, bintang film atau konsumen yang setiap hari dihujami berbagai iklan bernada seksis di televisi, di mall atau bahkan pada tabloid-tabloid seharga seribu rupiah. Tabloid-tabloid semacam itu, menghadirkan perempuan pada posisi bahwa sepantasnya perempuan adalah tempat menumpahkan hawa nafsu yang menontonnya. Kebutuhan hawa nafsu laki-laki dapat terpenuhi melalui kehadiran perempuan berupa tanda (*sign*) sebuah tabloid murahan. Teori tentang hawa nafsu dan kebutuhan oleh Lacan, dalam psikoanalisisnya kebutuhan adalah energi murni organik (seperti dorongan makan secara organis) sedangkan hawa nafsu adalah energi aktif yang berkaitan dengan proses psikis (seperti dorongan seksual)⁶⁴. Keduanya bertumpu pada tiga unsur utama yaitu real (*real*), imajiner (*imaginary*) dan simbolik (*symbolic*). Menurutnya setiap orang memiliki kebutuhan, dan tidak semuanya dapat terpenuhi. Namun akhirnya setiap manusia memiliki harapan untuk memenuhi semua itu sehingga ideologi hawa nafsu sepertinya menjembatani antara kebutuhan ideal dengan kebutuhan realitas dengan menciptakan dunia tanda-tanda.

Citra perempuan dengan segala sensualitas tubuh banyak dilihat dari kaca mata maskulin. Bisa dibayangkan jika citra perempuan seperti itu dilihat oleh

⁶⁴ Yasraf Amir Pilliang, Op.Cit. hlm. 93.

banyak perempuan lain yang pada kenyataannya konsumen media terbanyak. Alhasil penonton perempuan merefleksikan citra mereka sendiri dalam tontonan yang simbolik dengan kemolekan tubuh, tanpa menyerap faktor lain yang lebih mendidik dan bersifat intelektual. Begitulah nasib perempuan dalam media yang terperangkap dalam kekerasan simbolik dan fragmen tanda. Menurut Simone de Beauvoir seorang feminis Perancis, setiap mitos yang menggambarkan kedudukan perempuan sering berupa mitos seksual yang sifatnya eksklusif dalam hubungannya dengan laki-laki⁶⁵. Kadang kita menggunakan kata seks untuk menggambarkan sosok perempuan, tubuh kenikmatan dan bahayanya. Begitu pula yang terjadi dalam wilayah representasi perempuan dalam media.

Masyarakat Patriaki memposisikan perempuan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam urusan domestik. Oleh karena itu mereka ditempatkan di rumah untuk mengurus rumah tangga. Artinya, waktu yang akan dihabiskan perempuan di rumah akan sangat besar. Di sisi lain televisi lebih banyak dikonsumsi di rumah, maka tak heran jika sebagian besar acara televisi ditonton oleh perempuan. Pada jam 11.00-18.00 mayoritas penonton televisi adalah perempuan. Setelah jam 18.00 jumlah penonton mulai berimbang dan setelah jam 21.00 penonton perempuan menurun.⁶⁶ Dalam masyarakat patriaki, laki-laki lebih banyak memiliki otoritas termasuk dalam hal penggunaan media di rumah. Cara perempuan menonton televisi akan sangat berbeda dengan cara menonton laki-laki hal ini disebabkan posisi perempuan yang berada pada sektor domestik.

⁶⁵ Simone De Beauvoir, *Second Sex: Fakta dan Mitos*, (Jakarta: Pustaka Promethe, 2002), hlm. 213

⁶⁶ Iswara, Dana, Jurnal perempuan : "*Perspektif Perempuan pada Program Televisi*", (Jakarta : Yayasan Jurnal Perempuan, 2003), hlm. 17.

Berdasarkan penelitian mengenai analisis isi media (*content analysis*), perempuan memiliki frekuensi sering muncul dalam media massa baik film maupun tayangan televisi. Perempuan di media massa menyanggah berbagai pekerjaan yang jauh dari kesan pemberani, kuat atau pembuat keputusan penting, hal ini tentu saja bersifat seksis⁶⁷ :

“Numerous quantitative content analysis have shown that women hardly appear in the mass media, be it depicted as wife, mother, daughter, girlfriend; as working in traditionally female jobs (secretary, nurse, receptionist); or as sex-object. Moreover, they are usually young and beautiful, but not very well educated. Experimental research done in the tradition of cognitive psychology tends to support the hypothesis that media act as socialization agents-along with the family-teaching children in particular their appropriate behavior.

....It is thought that media perpetuate sex role stereotype because they reflect dominant social values and also because media producers are influenced by these stereotypes.”

Sosok non biologis seperti ketrampilan, kesehatan, maupun kepintaran perempuan jarang diperlihatkan dalam acara-acara televisi. Banyak kita temui berbagai format acara seperti *talk show*, *infotainment*, atau *variety show* menunjukkan perempuan dengan seputar masalah-masalah mengurus rumah, memasak, *smart shopping*, *fashion*, kecantikan sampai urusan *gossip* selebritis. Secara garis besar para feminis memahami terlebih dahulu kekuatan kapitalisme yang menggerakkan representasi tersebut. Sebuah sistem kapitalisme, tidak terlepas dari budaya populer, karena budaya pop merupakan komoditas dari kapitalisme. Dalam hubungannya dengan perempuan, budaya pop merupakan ajang dipertarungkannya makna dan digugatnya ideologi dominan. Melihat pertarungan tersebut, dapat dilihat bagaimana perempuan direpresentasikan dan

⁶⁷ Dominic Strinati, Op.Cit. hlm. 181.

bagaimana seharusnya perempuan bersikap terhadap budaya populer.

6. Semiotika

Tanda-tanda menyatu dalam satu kesatuan sistem tanda yang mengatur kehidupan, oleh karena tanda itu sangat dekat dengan kehidupan manusia. Untuk mengobservasi dan memahami sistem tanda tersebut, Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilahan menjadi dua yaitu : Penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda merupakan aspek material yang bersifat sensoris, sedangkan petanda merupakan aspek mental⁶⁸. Kedua elemen ini menyatu dan saling tergantung satu sama lain. Ada satu hal yang lebih krusial. Bagi Saussure, hubungan antara petanda dan penanda bersifat arbiter (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure ini tidak berarti “bahwa pemilihan penanda sama sekali meninggalkan pembicara” namun lebih dari itu adalah “tak bermotif”, yakni arbiter dalam pengertian penanda tidak mempunyai hubungan alamiah dengan petanda.⁶⁹

Signifier dan *Signified*. Yang cukup penting dalam upaya menangkap hal pokok pada teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Bahasa itu merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Suara-suara baik suara manusia, binatang, atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau

⁶⁸ Kris Budiman, *Op.Cit.*, hlm. 46.

⁶⁹ Ferdinand de Saussure dalam Arthur Asa Berger, *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, Suatu Pengantar Semiotika*, (Yogyakarta, Tiara Wacana, 2005), hlm. 12.

bunyi tersebut mengespresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu suara-suara tersebut harus merupakan bagian dari sebuah sistem konvensi, sistem kesepakatan dan merupakan bagian dari sebuah sistem tanda⁷⁰.

Setiap tanda kebahasaan, pada dasarnya menyatukan sebuah konsep (*concept*) dan suatu citra suara (*sound image*), bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda (*signifier*), sedang konsepnya adalah petanda (*signified*). Dua unsur ini tidak dapat dipisahkan sama sekali. Ambil saja misalnya, sebuah kata apa saja, maka kata tersebut pasti menunjukkan tidak hanya suatu konsep yang berbeda (*distinct concept*), namun juga suara yang berbeda (*distinct sound*).⁷¹

Semiotika merupakan pendekatan teoritis yang berorientasi kepada kode (sistem) dan pesan (tanda-tanda dan maknanya), tanpa mengabaikan konteks dan pihak pembaca (*audiens*)⁷². Semiotika merupakan proses untuk menginterpretasi kode dan pesan yang direpresentasikan oleh media agar penonton dapat memahami makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Teks tidak hanya berkaitan dengan aspek linguistik saja. Semiotik dapat meneliti teks di mana tanda-tanda terkodifikasi dalam sebuah sistem. Dengan demikian, semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, film, iklan, *fashion*, fiksi, puisi dan drama⁷³.

Barthes juga membangun model makna yang sistematis, menurutnya ada dua tingkat makna yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkatan dasar,

⁷⁰ Drs. Alex Sobur, M.Si, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 46

⁷¹ *Ibid*, hlm. 47

⁷² Kris Budiman, *Semiotika Visual*, (Yogyakarta: Yayasan Cemeti, 2003), hlm. 12.

⁷³ Drs. Alex Sobur, M.Si, *Op.Cit*, hlm. 123.

sederhana dan deskriptif di mana konsensus secara luas diterima dan disetujui oleh orang banyak orang. Kedua, konotasi yang menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pemakainya, dan ketika tanda bertemu dengan nilai-nilai kebudayaan pemakainya⁷⁴. Barthes tertuju pada gagasan signifikasi dua tahap (*two order signification*). Dalam studi semiotika visual, kajiannya akan beroperasi pada dua level. Pertama, melakukan analisis terhadap semua kode-kode penandaanya (*sygnifying codes*) yang dipergunakan dalam kaitannya dengan makna psikologis, kultural dan estetik. Kedua melakukan kajian pada ungkapan-ungkapan sinematiknyanya (bagaimana kode-kode itu diolah) semata yang disampaikan kepada kita⁷⁵. Pada tataran kedua inilah mitos berada. Penanda-penanda pada *the second order semiological system* itu atau konotator-konotator, yang tersusun pada sistem pertama ialah aspek material mitos. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos-mitos yang bekerja dalam teks film, biasanya bersifat citrawi. Untuk itu kita harus memahami dua buah pesan yang terkandung dalam citra yaitu citra itu sendiri sebagai pesan ikonik yang dapat kita lihat, baik berupa adegan (*scene*), maupun realitas harafiah yang terekam. Citra tidak perlu dirancukan dengan realitas sendiri.

Menurut Barthes citra tidak terisolasi, ia berkomunikasi dengan bahasa. Bahasa merupakan pesan parasitik yang disusun untuk mengkonotasikan citra. Sehingga muncul sebuah citra baik dalam judul, dialog, tokoh dan lain-lain.

⁷⁴ Roland Barthes, *Elements of Semiology*, (New York: Hill and Wang, 1967), hlm. 89-90.

⁷⁵ *Ibi.*, hlm 49-50

Penggunaan pesan bahasa atau *linguistic message* untuk menambat bagi seluruh kemungkinan makna obyek, mengingat setiap citra bersifat polisemik yang mengimplikasikan suatu rangkaian tanda-tanda yang mengapung. Disini teks bersama citra berguna untuk memandu interpretasi dan mengarahkan pembaca pada makna-makna tertentu. Penambat ini dibuat untuk mengkonotasikan citra, mengikatnya pada tatanan kedua (denotasi) serta membebaninya dengan suatu kultur, moral maupun imajinasi. Jadi teks hadir untuk mengeksplisitkan seperangkat konotasi yang ada dalam citra. Makna dalam citra tidak bisa ditemukan dalam teks. Sehingga makna dan citra bertugas saling melengkapi atas kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Untuk memahami sistem tanda yang direpresentasikan dalam media televisi kita dapat menggunakan konsep signifikasi. Menurut Fiske diibaratkan seperti proses memotret menggunakan sebuah kamera. Denotasi adalah reproduksi mekanis ke dalam film sedangkan konotasi adalah bagian manusiawi dari proses tersebut, seperti *frame* apa yang diambil, dari *angle* mana, fokus, kualitas film dan sebagainya. *Denotation is what is photographed ; Connotation is how it is photographed*⁷⁶

Sesungguhnya dalam semiotika pokok perhatiannya adalah tanda. Studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja dinamakan semiotika atau semiologi. Semiotika, mempunyai tiga bidang studi utama :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian

⁷⁶ John Fiske, *Op.Cit*, hlm. 86.

- manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikannya tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
 3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.⁷⁷

Teks media selalu tersusun melalui tanda. Semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media dikomunikasikan dengan menggunakan tanda tersebut. Semiotika mengeksplorasi bagaimana makna yang terbangun oleh teks telah diperoleh melalui penataan tanda dan melalui penggunaan kode-kode budaya. Analisis ini banyak mengambil dari ideologi, atau mitos teks.⁷⁸

Dalam media televisi representasi perempuan divisualkan melalui reproduksi dari mitos akan perempuan itu sendiri. Mitos⁷⁹ bekerja dengan menggunakan stereotip tentang perempuan yang selama ini sudah sangat mengakar dalam hegemoni patriarki. Reproduksi mitos, *images* dan *roles expectation* begitu mulus merasuki kepala semua orang melalui kotak mungil televisi yang secara menakjubkan mampu menghujamkan secara terus menerus ideologi tersebut. Mekanisme suatu mitos adalah cara gambaran-gambaran biasa terikat pada obyek dan penerapannya sehingga makna-makna ideologis menjadi tampak alami dan dapat diterima dengan akal sehat. Denotatif dan konotatif, setidaknya ada dua makna yang paling mungkin muncul, sedangkan mitos yang

⁷⁷ John Fiske, Op.Cit. hlm. 60.

⁷⁸ Chris Barker, *Cultural Studies, Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2004), hal. 32.

⁷⁹ Kisah atau dongeng yang bertindak sebagai petunjuk simbolis atau peta makna dan tanda dalam kosmos.

terkait mengandung makna konotatif yang membahasakan secara tidak langsung. Mitos perempuan dalam televisi identik dengan obyek pasif yang hanya menguasai wilayah domestik dan dinilai dari tubuhnya. Namun mitos ini perlahan mengalami perubahan, seiring dengan gerakan feminis yang mengangkat isu ini dalam setiap pergerakannya. Seperti representasi perempuan terkait dengan aktivitasnya berpetualang, memecahkan masalah dan bekerja sama dengan lawan sejenisnya dimana mitos perempuan sebagai obyek tertindas kini bergeser menjadi perempuan aktif dan memiliki kontrol penuh akan pengambilan keputusan dalam suatu petualangan, bernegosiasi atau bahkan menyelamatkan seorang pangeran, seperti yang dilakukan anak perempuan dalam setiap episode film kartun anak *Dora The Explorer*.

Skema yang dipakai Fiske untuk menganalisis program televisi, akan digunakan dalam penelitian ini dan memakainya untuk menganalisis naskah representasi nilai-nilai feminisme dalam film kartun anak *Dora The Explorer*. Penelitian ini akan difokuskan pada kode-kode (teknis dan konvensional-representasional) yang mengatur organisasi tanda-tanda dalam film.

Menarik hubungan antara semiotik dan representasi, Stuart Hall mengemukakan adanya dua sistem representasi⁸⁰: yang pertama apa yang disebut mental *representation*, yaitu :

“meaning depends on the system of concept and images form in our thought which can stand for or represent the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads.”

⁸⁰ Eva Leliyanti, *Jurnal Perempuan: Konstruksi identitas Perempuan Dalam Majalah Cosmopolitan*, (2003), 28, hlm. 70.

Sementara itu sistem yang kedua adalah makna yang bergantung pada konstruksi sebuah set korespondensi antara peta konseptual kita dan sebuah set tanda, bahasa yang merepresentasikan konsep-konsep tersebut.

Sedangkan Burton menjelaskan bahwa representasi mengenai suatu nilai dalam media dilakukan dengan berbagai cara. Hal tersebut, sedikit banyak mempengaruhi penonton dalam memandang dan mengeneralisir pesan dan nilai yang dibangun media. Representasi dalam media telah membantu seseorang dalam membangun dan mempertahankan pemahaman-pemahaman yang sudah dibangun sebelumnya. Barthes menjelaskan bahwa tanda-tanda yang dibangun oleh media sesungguhnya adalah menghadirkan nilai-nilai dan pemahaman yang dianut oleh kelas-kelas yang dominan. Namun selanjutnya kritik yang ditujukan terhadap pendapat Barthes tersebut dinyatakan Griffin⁸¹ dalam bukunya :

“Barthes interpretations of cultural signs are usually fascinating and frequently compelling. But are connotative systems always ideological and do they inevitably uphold the values of the dominant class? Perhaps there are significant semiotic systems that suggest divergent perspectives or support alternative voices. To some students of signification, Barthes monolithic Marxists approach to myth making borders on a conspiracy theory, These interpreters are unwilling to accept the idea that all representation is a capitalistic plot, or that visual signs can't be used to promote resistance to dominant cultural values “

Kritik Griffin sesungguhnya memberikan pandangan bahwa media juga dapat memunculkan tanda-tanda yang menunjukkan perlawanan terhadap nilai-nilai kelas yang dominan. Anne Norton⁸² memperluas pemahaman *semiotic* yang di buat oleh Barthes untuk memperhitungkan hal yang mungkin terjadi. Anne

⁸¹ EM. Griffin, *A First Look At Communication Theory Fourth Edition*, (London: The McGraw-Hill Companies, 2000), hlm 334-335.

⁸² *Ibid.*

menggunakan contoh penyanyi Madonna, ia adalah sosok perempuan yang secara seksual mencunjukkan kemandirian atau *independent*, representasi yang dia hadirkan mendatangkan inspirasi kepada perempuan muda lainnya untuk mengontrol dirinya daripada harus dikontrol oleh lingkungan mereka. Madonna mengkonstruksikan dirinya sebagai "*material girl*", dan ternyata hal tersebut berhasil untuk meraih popularitasnya. Sesungguhnya pertandaan yang ia munculkan sebagai seorang perempuan belum pernah dilakukan oleh artis lain, cara-cara Madonna menunjukkan identitas pribadinya sangat bertolak dengan cara artis-artis lain sebelumnya, artinya Madonna berhasil hadir dan diterima masyarakat melalui perlawanan terhadap nilai-nilai kelas dominan yang terlebih dulu hadir.

Representasi dan tipe manusia merupakan sesuatu yang dibangun dari berbagai macam elemen, yang menjadi familiar bagi penonton ketika media terus melakukan pengulangan dan penekanan terhadap elemen tersebut. Tipe-tipe itu sendiri meliputi umur, ras, pekerjaan dan *gender*.

"So representation of people in the media help build and maintain these perceptual sets. The representation of types has to be constructed from something type is composed from certain elements, the elements become familiar the more they are used repetition and reinforcement. Typing takes place by age, by race, by occupation, by gender".⁸³

Pemahaman terjadi selanjutnya bahwa media sangat mempengaruhi penonton ketika mereka memberikan penilaian terhadap sesuatu, termasuk permasalahan perempuan yang menjadi pemimpin dalam suatu petualangan dan

⁸³ Graeme Burton, *More Than Meet The Eye, An Introduction to Media Studies*, (New York: Routledge, Chapman and Hall, 1992), hlm. 27-29.

bagaimana media membangun citra perempuan. Feminitas dalam penokohan dalam film dulu terlihat sangat tabu, sedangkan kepemimpinan perempuan tidak lepas dari konstruksi dengan *stereotype* negatif dan kerap mendapat hukuman simbolis dari masyarakat. Konstruksi ini mengalami perubahan karena feminitas kini semakin gamblang dan media kini melihatnya dalam perspektif perempuan. Seperti terlihat dalam film *Dora The Explorer*.

Kemudian bagaimana serial televisi medekonstruksi nilai seksualitas dan ideologi *gender* ke dalam struktur narasi yang menarik untuk ditonton. Sehingga penonton dikondisikan melihat itu sebagai sesuatu yang merefleksikan realitas sebenarnya. Untuk mencari tahu bagaimana ideologi merasuk dalam teks film dan televisi tentunya tidak sesederhana yang dibayangkan karena biasanya tidak berupa pernyataan langsung yang berupa refleksi kultural, tapi tersembunyi dalam struktur naratif atau wacana yang dipakai dalam imaji-imaji, konvensi sinematik, mitos-mitos dan *visual style* yang dipergunakan⁸⁴.

Beberapa penelitian yang mengkaji tentang televisi lebih banyak menganalisis dari segi tekstual bukan institusinya. Misalnya studi televisi akan program televisi dengan *genre* situasi komedi, telenovela atau opera sabun. Kebanyakan pengkajian tentang televisi ini, menjadi pertimbangan dari para feminis. Mereka menggabungkan teori feminis dan studi televisi yang kebanyakan dilihat dari representasi perempuan dalam televisi, baik sebagai obyek atau

⁸⁴ Budhy KZ, Op.Cit. hlm. 5.

subyek. Charlotte Burnsdon seorang feminis yang melakukan pengkajian televisi, membagi penelitiannya dalam empat elemen antara lain⁸⁵.

Woman working on television industry (as writer or producer), the presence of woman on TV screen (newsreaders), the program themselves (specific content and images connected to woman or gender) and the television audiences.

Penelitian ini mengkaji dari elemen ketiga yaitu tayangan program itu sendiri yang meneliti isi dan *image* yang terkait dengan representasi perempuan atau *gender*. Dalam hal ini terkait dengan representasi kepemimpinan perempuan yang tentu saja dalam perspektif perempuan dan bagaimana perempuan ditampilkan dalam program televisi film kartun anak. Kebanyakan program yang paling sering diteliti adalah *genre* opera sabun, melodrama keluarga dan situasi komedi domestik, karena program ini cenderung menekankan pada aspek-aspek dimana *gender* memainkan peran terkuat⁸⁶. Namun budaya televisi sekarang mengalami pergeseran dalam merepresentasikan mitos *gender* khususnya dalam representasi perempuan, mereka kini mulai berpikir untuk memproduksi citra yang lebih positif, dan *independent*.

Seperti dalam film *Dora The Explorer*, representasi perempuan dalam serial ini sangat berbeda dengan film anak-anak kebanyakan. Baik dalam narasi dan representasi tokoh perempuan dalam alur kisahnya. Film kartun ini perempuan direpresentasikan sebagai obyek aktif yang menentukan setiap keputusan dengan mempertimbangkan saran dari penonton. Dora selalu mempraktekkan perilaku yang demokratis dengan mempertimbangkan hal-hal

⁸⁵ Christine Geraghty dan David Lusted (ed), *The Television Studies Book (USA: Oxford University Pers., 1998)*, hlm. 117.

⁸⁶ *Ibid*, hlm. 118.

yang diajukan oleh lawan bicara. Berbeda dengan perempuan dalam film-film kartun lainnya yang kebanyakan terbalut dalam stereotip perempuan yang pasif dan tidak memiliki kontrol atas dirinya.

F. Metode Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Film yang diteliti akan didokumentasikan melalui *CD*, lalu film di scan untuk kemudian dijadikan potongan-potongan gambar (*per-scene*) untuk memudahkan dalam meneliti.

b. Studi Pustaka

Peneliti mengumpulkan teori-teori yang relevan terhadap penelitian seperti yang terdapat pada jurnal, koran, tabloid, majalah, buku maupun internet. Dengan pengumpulan teori-teori tersebut diharapkan penelitian terhadap objek yang dituju dapat semakin baik dan rinci.

2. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah semiotika. Berdasar pada teori Roland Barthes tentang ilmu semiotika berkaitan dengan analisis simbol-simbol, pesan serta makna. Selain menggunakan teori Barthes penulis juga memakai pendekatan semiotika dari John Fiske. Bahwa sistem representasi dan produksi makna melalui sistem bahasa, dibangun dengan kode-kode tertentu yang menyimpan makna ideologis sendiri.

Kode-kode tersebut berjalan melalui struktur sebagai berikut:

Level one:
"REALITY"

appearance, dress, make-up, environment, behavior, speech,
gesture, expression, sound, etc.

these are encoded electronically by
technical codes such as those of:

Level two:
REPRESENTATION

camera, lighting, editing, music, sound

which transmit the
conventional representational codes, which shape the
representations of, for example:
narrative, conflict, character, action, dialogue, setting,
casting, etc.

Level three:
IDEOLOGY

which are organized into coherence and social acceptability by
the *ideological codes*, such as those of:
individualism, patriarchy, race, class, materialism, capitalism, etc.

Gambar 1. 1

Sumber: John Fiske, *Television Culture*, tahun 1987

2. Sasaran penelitian

a. Tokoh utama dan pendukung

Dora sebagai tokoh utama adalah gadis Latin yang berkulit dan berambut hitam. Gaya rambut pendek dan khas serta bahasa yang digunakan meliputi dua bahasa inti yaitu Spanyol (di Indonesia telah dialih bahasakan) dan bahasa Inggris. Tokoh ke dua Boots berkelamin laki-laki dan dalam figur binatang monyet.

b. Episode yang Diteliti

1. Bermain suara keras dan lembut. Episode ini menggambarkan sebagai perempuan Dora berani menentang tatanan simbolik bahwa perempuan diharuskan untuk lemah lembut dan pasif

sekaligus memperlihatkan sikap rasionalitas dalam melakukan petualangan menggunakan peta.

2. Mencari es cream. Episode ini menunjukkan untuk mendapatkan hal yang kita inginkan kita harus mau bekerja keras dan berusaha sendiri. Kemandirian juga ditekankan dalam episode ini sehingga secara jelas menggambarkan sosok Dora yang benar-benar gigih dalam memperjuangkan keinginannya
3. Menyelamatkan anak babi. Episode ini memperlihatkan keberanian, kekuatan fisik dan kecekatan Dora dalam menyelamatkan anak babi mempertunjukkan sebagai perempuan ia tidak diharuskan untuk menyayangi dengan cara yang feminin.

c. Instrumen Penelitian

1. Visual

Terdiri dari kerja kamera, komposisi obyek dan *angle*. Untuk melihat bagaimana kamera mendekati setiap tokoh untuk menggambarkan ekspresi, emosi, waktu, kejadian dan tempat secara lebih jelas. Setiap *angle* yang diambil memiliki interpretasi tersendiri.

Tabel 1. 1

Teknik Kerja Kamera

1. Camera Shots	<i>Extreme Close Up</i>	Pengambilan gambar sedekat mungkin dengan obyek, misal hanya mengambil bagian dari wajah ⁸⁷ . Jenis <i>Shot</i> ini
-----------------	-------------------------	--

⁸⁷ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Technique*, (Beverly Hills: Sage Publication, 1983), hal. 52.

		<p>digunakan untuk menunjukkan kedekatan hubungan dengan cerita atau pesan film.</p>
	<i>Close Up</i>	<p>Pengambilan gambar pada wajah aktor keseluruhan sebagai obyek, untuk menunjukkan keintiman, bisa juga menandakan bahwa obyek sebagai inti cerita⁸⁸. Dalam <i>close up</i> latar belakang (<i>background</i>) hampir tidak ada karena kamera memfokuskan pada obyeknya. Karena fokusnya hanya kepala maka <i>close up</i> sering disebut dengan <i>talking heads</i>⁸⁹.</p>
	<i>Close shot</i>	<p>Pada gambar akan menimbulkan beberapa efek tertentu antara lain⁹⁰: pertama, gambar akan memberikan efek yang kuat. Kedua, dapat menjadikan konsentrasi pada titik tertentu. Ketiga, mudah merangsang dan menimbulkan reaksi, tanggapan bahkan emosi. Dan keempat, dapat memberikan informasi</p>

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ Novi Kurnia, *Diktat Bahan Ajar Mata Kuliah Sinematografi*, D3 Komunikasi (Yogyakarta: Fisipol UGM, 2002), hlm 52.

⁹⁰ Darwanto Sostro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm 96-97.

⁹¹ *Ibid*, hlm 88

⁹² Arthur Asa Berger, *Op.Cit.*

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 5.

⁹⁵ Arthur Asa Berger, *Op.Cit.*

⁹⁶ Darwanto, *Op.Cit.* hlm. 97.

⁹⁷ Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 62.

		terhadap hal-hal yang tidak mungkin terlihat oleh penonton.
	<i>Medium Close Up</i>	adalah pengambilan gambar dari kepala sampai dada subyek ⁹¹
	<i>Medium Shots</i>	pengambilan gambar setengah badan ⁹² . Dari kepala sampai pinggang. Menggambarkan hubungan personal antar tokoh dan kompromi yang baik ⁹³ .
	<i>Long Shot</i>	pengambilan gambar jarak jauh dimana ia menekankan lingkungan atau latar pengambilan gambar ⁹⁴ . Artinya menggambarkan konteks, skop dan jarak publik ⁹⁵ . Dengan pengambilan gambar <i>long shot</i> , bisa menimbulkan suatu suasana yang dapat memperlihatkan arah dan maksud dari suatu gerakan ⁹⁶
	<i>Full shot</i>	pengambilan gambar seluruh badan obyek, menggambarkan hubungan sosial ⁹⁷ .
2)Pergerakan Kamera	<i>Zoom In</i>	pergerakan kamera yang mendekati subyek secara optis atau menambah panjang fokal lensa dari sudut sempit ke sudut lebar ⁹⁸ . Menunjukkan

⁹⁸ Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 60

	<i>Zoom Out</i>	kedalaman pengamatan terhadap obyek ⁹⁹ . pergerakan kamera menjauhi obyek secara optis ¹⁰⁰ .
	<i>Ped up atau down</i>	pengambilan gambar ketika pedestal ¹⁰¹ dinaikkan dan sebaliknya ¹⁰² .
	<i>Panning:</i>	pergerakan kamera secara horisontal dan vertikal tanpa mengubah posisi kamera ¹⁰³ . Ada beberapa tipe panning antara lain ¹⁰⁴ : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Following Pan</i> yaitu gerakan di mana kamera akan mengikuti sebuah gerakan dari subyek ke kiri atau ke kanan. • <i>Survening pan</i> yaitu kamera perlahan-lahan akan menelusuri pemandangan, mengakibatkan penonton melakukan observasi. • <i>Interrupted panning</i>, gerakan kamera yang halus tetapi tiba-tiba dihentikan untuk menghubungkan dua subyek di mana

⁹⁹ Arthur Asa Berger, *Op.Cit.*

¹⁰⁰ Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 61.

¹⁰¹ Pedestal adalah penyangga atau landasan kamera yang dapat digerakkan naik atau turun.

¹⁰² Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 58-59.

¹⁰³ *Ibid*, hlm 54

¹⁰⁴ Darwanto, , *Op.Cit.* hlm. 90-91.

¹⁰⁵ *Ibid*, hlm 94

¹⁰⁶ Darwanto, *Op.Cit.* hlm. 93.

		subyak tersebut terpisah satu dengan lainnya.
	<i>Dollying Tracking</i>	<i>atau</i> gerakan kamera mengikuti atau menjauhi obyek ¹⁰⁵ . Mendekati obyek disebut dengan <i>Dolly in</i> sedangkan menjauhi obyek disebut dengan <i>Dolly back</i> . Tujuan <i>Dolly in</i> untuk meningkatkan titik atau pusat perhatian, rasa ketegangan dan rasa ingin tahu sedangkan <i>Dolly back</i> sebaliknya.
	<i>Tilting</i>	seperti halnya <i>panning</i> , hanya bedanya gerakan badan kamera dilakukan secara vertikal. Umumnya tehnik ini digunakan untuk menunjukkan ketinggian atau kedalaman dan menunjukkan adanya suatu hubungan. Tujuan <i>Ped up</i> adalah untuk merangsang emosi, perasaan dan perhatian dan keinginan untuk mengetahui yang akan datang. Sedangkan <i>Pan down</i> menunjukkan kesedihan atau kekecewaan ¹⁰⁶ .

3)Camera Angles	<i>High Angle</i>	penempatan kamera lebih tinggi daripada obyek ¹⁰⁷ . Efek dramatis yang timbul adalah berkurangnya superioritas subyek sekaligus melemahkan kedudukannya.
	<i>Low Angle</i>	pengambilan gambar subyek dari bawah yang menampakkan subyek memiliki kekuatan dan menonjolkan kekuasaannya ¹⁰⁸ .
	<i>Straight Angle</i>	merupakan sudut pengambilan gambar yang normal, biasanya ketinggian kamera setinggi dada dan sering digunakan pada acara yang gambarnya tetap ¹⁰⁹ .
4)Tehnik Editing	<i>Fed in atau Out</i>	pergerakan kamera di mana image muncul dari gelap ke terang dan sebaliknya, merupakan permulaan dan akhir cerita ¹¹⁰ .
	<i>Cut</i>	pergantian gambar secara mendadak dari gambar satu ke gambar lainnya tanpa ada penumpukan gambar yang dapat memberikan perubahan gambar, memendekkan waktu, membuat variasi sudut pandang dan

¹⁰⁷ *Ibid*, hlm 94

¹⁰⁸ *Ibid*, hlm 63

¹⁰⁹ Darwanto, *Op.Cit.* hlm 101

¹¹⁰ Arthur Asa Berger, *Op.Cit.*

	<p><i>Dissolve</i></p> <p><i>Wipe</i></p>	<p>membangun sebuah ide atau image¹¹¹</p> <p>perpindahan adegan dari satu adegan ke adegan lainnya secara perlahan-lahan sehingga pergantian adegan tersebut halus dan tidak terasa karena ada tumpukan gambar diantara kedua gambar tersebut¹¹².</p> <p>pergantian adegan secara perlahan-lahan dengan mendorong satu adegan kemudian memunculkan adegan lainnya, di mana proses pergantiannya terlihat sangat jelas¹¹³.</p>
<p>5) Alasan pemilihan gerakan kamera¹¹⁴</p>	<p>Tujuan menggunakan <i>Panning</i> atau <i>Titling</i></p> <p>Tujuan menggunakan <i>Ped up</i></p> <p>Tujuan <i>ped down</i></p>	<p>untuk menghubungkan subyek yang tempatnya terpisah, memperlihatkan sebab akibat, memperlihatkan hubungan bagian satu dengan bagian lainnya, mengalihkan titik perhatian penonton dan membangun ketegangan pada penonton.</p> <p>untuk mengurangi kekuatan subyek dan melihat subyek dari bawah ke atas.</p> <p>untuk meningkatkan perhatian penonton dan menambah kekuatan subyek.</p>

¹¹¹ Novi Kurnia, *Op.Cit.* hlm. 67.

¹¹² *Ibid*, hlm 68

¹¹³ *Ibid*, hlm 63

¹¹⁴ Darwanto, *Op.Cit.* hlm. 102-105.

	Tujuan dari <i>Dolly in</i>	untuk menciptakan efek subyektif, meningkatkan ketegangan, mengalihkan perhatian penonton, dan memusatkan perhatian.
	Tujuan <i>Dolly out</i>	untuk mengurangi dominasi, menunjukkan adanya kejutan, meningkatkan ketegangan, memperluas sudut pandang dan mengakomodasi gerakan yang akan datang.

Tabel diatas disusun dari berbagai sumber buku dengan tujuan merangkum dan mengumpulkan teori yang berkorelasi antara satu dengan yang lain mengenai teknik pengambilan gambar, teknik editing sampai alasan menggunakan teknik tersebut. Perangkuman berbagai teori bertujuan memudahkan untuk melakukan penelitian berdasarkan kategori dan alasan pengambilan suatu *scene* yang selanjutnya memudahkan untuk membongkar makna di balik sebuah *scene*.

2. Perilaku tokoh utama dan pendukung

Bagaimana tindakan-tindakan Dora dalam memimpin suatu petualangan untuk memecahkan permasalahan bahkan untuk memutuskan dengan cara apa dan bagaiman seharusnya ia dan Boots sahabatnya bertindak.

3. Dialog

Bagaimana gaya bahasa, dan pilihan kata ditampilkan oleh karakter Dora. Film kartun ini Dora memiliki bahasa-bahasa yang khas untuk memotivasi dan merayakan setiap keberhasilan-keberhasilannya memecahkan masalah disetiap akhir acara.

4. *Setting*

Dalam visualisasinya tokoh sentral yaitu Dora dan Boots yang memiliki karakter khas, dominan selalu berada pada situasi di alam terbuka.

Tabel 1. 2

Tabel Instrumen Penelitian :

Unit penelitian	Unsur	Sub Unsur
1. Visual	- Pergerakan kamera - <i>Camera shot</i> - <i>angle</i> -tehnik editing	- <i>Zoom in, zoom out, ped down and up, panning</i> - <i>Extrem close up, Close up, Middle Shot, Long Shot, Full Shot.</i> - <i>High angle, low angle, straight angle</i> - <i>Fed in and out, cut, dissolve, wipe</i>
2. Perilaku	- Adegan	- Adegan yang mewakili nilai feminitas kepemimpinan perempuan dalam suatu petualangan -Adegan kemandirian seorang anak perempuan menjelajahi tempat yang belum pernah di datangnya
3. Dialog	- Gaya bahasa - Pilihan kata	Lebih non formal, perbincangan sehari-hari, bahasa sehari-hari anak-anak pada umumnya
4. <i>Setting</i>	- Ruang publik	Taman, Hutan, Pegunungan di alam terbuka