


## Resepsi Penonton Terhadap Makna Stereotip Gender Perempuan dalam Film Barbie Karya Greta Gerwig

Rida Satriani, Nuraida, Emi Puspita Dewi   
 Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia  
 ridasatriani11@gmail.com

Submitted: 2024-01-04

Revised: 2024-03-11

Accepted: 2024-04-15

### ABSTRACT

*Greta Gerwig's Barbie is one of the films that highlights women's gender issues, features various scenes with certain stereotypes, and gets a variety of responses from the audience. This phenomenon is interesting to study about how the audience's reception analysis of the meaning of female gender stereotypes in Greta Gerwig's Barbie Movie. Based on these problems, this study aims to determine the audience's interpretation process of gender messages contained in the film. This research method uses Stuart Hall's reception analysis with data collection through interviews, documentation, and literature study. The informants in the study amounted to 5 Barbie movie viewers who were selected based on purposive sampling technique. The results of this study show that there are variations in the interpretation of 4 indicators of female gender stereotyping messages in Barbie Movies with different position categories, namely dominant, negotiation, and opposition positions. There are certain parts of the informants agreeing to the message of female gender stereotypes displayed in the Barbie Movie, but there are parts when the informants are still negotiating the message, and there are informants who do not agree with the movie message in certain parts influenced by a number of factors. Some of the influencing factors are educational factors, environmental factors, and cultural factors which are the basis for interpreting gender stereotypical messages carried out by informants.*

**KEYWORDS:** Reception Analysis, Female Gender Stereotypes, Movie, Barbie

**Copyright holder:**

© Satriani, R.; Nuraida; Dewi, Emi Puspita. (2022)

**Published by:**

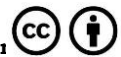
Scidacplus

**Journal website:**

<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

**E-ISSN:**

This article is under



**How to cite:**

Satriani, Rida., Nuraida, & Dewi, E. P. (2024). Resepsi Penonton Terhadap Makna Stereotip Gender Perempuan dalam Film Barbie Karya Greta Gerwig. *Social Science and Contemporary Issues Journal*.

### PENDAHULUAN

Pada kehidupan sehari-hari, identitas perempuan sering dianggap rendah dibandingkan dengan laki-laki, terutama dengan adanya revolusi industri dan teknologi baru yang melalui media massa memperkuat pembedaan gender. Media massa menjadi salah satu pihak yang berperan penting dalam membentuk atau mengubah pola pikir, perilaku, maupun cara berbusana<sup>1</sup>. Masyarakat cenderung menilai perempuan berdasarkan kecantikan fisik dan feminitas, menempatkan beban tersendiri bagi mereka untuk memenuhi standar yang tidak realistis.

Istilah gender sendiri muncul ketika menjelang akhir abad ke-20 yang menjadi bahasan setiap persoalan dan perdebatan mengenai pembangunan maupun perubahan sosial<sup>2</sup>. Namun, perlu diketahui bahwa gender dan jenis kelamin (seks)

<sup>1</sup> Silvia Riskha Fabriar, 'Etika Media Massa Era Global', *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 6.1 (2014), 70-85 <<https://doi.org/10.34001/an.v6i1>>.

<sup>2</sup> Suryati, *Sosiologi*, (Palembang: NoerFikri, 2017), Cet, Ke-1, h. 141.

merupakan dua hal yang berbeda dengan ciri dari aspeknya. Jenis kelamin dapat ditandai secara biologis berupa bentuk fisik antara laki-laki dan perempuan sejak lahir atas pemberian Tuhan Yang Maha Esa. Sedangkan, gender merupakan penggambaran antara dua jenis kelamin dalam konteks sosial seperti karakteristik dan tanggung jawab.

Adapun organisasi Internasional yang menyepakati munculnya keberadaan gender di permukaan, yakni Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang membentuk upaya kesetaraan gender serta memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan dengan adanya kesepakatan global berupa *Sustainable Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) yang terdiri dari 17 tujuan (*goal*) dan 169 target. Di dalamnya tercantum satu tujuan untuk mencapai kesetaraan gender serta memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan dengan 5 target dalam poin ke-5 SDGs mengenai kesetaraan gender. Kelima target tersebut diantaranya mengakhiri segala bentuk diskriminasi, menghapuskan segala bentuk kekerasan, menghapuskan semua praktik-praktik yang membahayakan, menyadari dan menghargai pelayanan dan pekerjaan, serta memastikan bahwa semua perempuan dapat berpartisipasi penuh dalam kehidupan berpolitik, sosial dan ekonomi.

Sementara itu, dalam hal ini Pemerintah Indonesia juga telah menandatangani dokumen kesepakatan global tentang SDGs dari PBB dan sudah meratifikasi Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan atau *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women* (CEDAW) melalui Undang-undang No. 7 Tahun 1984. Bahkan, di Indonesia juga terdapat Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2000 yang dikeluarkan oleh Presiden RI Abdurrahman Wahid tentang Pengarusutamaan Gender dalam Pembangunan (Inpres PUG) dengan harapan bahwa pembangunan nasional akan mengintegrasikan perspektif gender sejak proses perencanaan, penyusunan, pelaksanaan, pemantauan, hingga evaluasi serta pemanfaatan hasil-hasilnya<sup>3</sup>.

Adanya SDGs, UU No.7/1984, dan Inpres No. 9/200 membuat representasi kesetaraan gender di media, terutama di Indonesia, mulai bermunculan sehingga dapat mematikan berbagai identitas gender, baik laki-laki maupun perempuan, dengan diakui agar memberikan validasi kepada individu atau kelompok dengan identitas gender berbeda untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dan saling menghargai keberagaman. Namun, gender dalam media juga masih sering memicu perdebatan dari masyarakat yang mengatakan bahwa kesetaraan gender bukan suatu hal yang realistis mengingat laki-laki dan perempuan memiliki peran berbeda, kesetaraan gender hanya akan membuat perempuan merasa superior, serta membuat perempuan menjadi lebih mandiri dan tidak membutuhkan laki-laki seperti yang tertulis dalam artikel yang berjudul “Pro dan Kontra dalam Kesetaraan Gender di Indonesia”<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup>Pentingnya Keadilan Dan Kesetaraan Gender Di Indonesia', *Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia*, 2017, <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1374/pentingnya-keadilan-dankesetaraan-gender-di-indonesia>, Diakses tanggal 7 Oktober 2023.

<sup>4</sup>Muslimah Ade Maya Saputri, 'Pro Dan Kontra Dalam Kesetaraan Gender Di Indonesia', *Sapos.Co.Id*, 2022, <https://sapos.co.id/2022/06/10/pro-dan-kontra-dalam-kesetaraan-gender-di-indonesia/>, Diakses tanggal 7 Oktober 2023.

Tidak hanya itu, salah satu media hiburan lain yang kini sangat dikenal oleh masyarakat yakni media film juga menjadi media yang menampilkan adanya karakter atau tokoh yang kerap menjadi model bagi penonton. Maka demikian, isi pesan dan karakter tokoh dalam film juga dapat berguna sebagai sarana edukasi dalam mengatasi diskriminasi gender dengan mempengaruhi cara pandang penonton mengenai peran gender dalam kehidupan sehari-hari.

Berkaitan dengan hal ini, salah satu film bioskop terbaru yang membahas tentang gender, yaitu Film Barbie karya Greta Gerwig. Film Barbie ini merupakan film *live-action* pertama dari boneka Barbie milik Perusahaan Mattel setelah terdapat beberapa film versi animasinya. Namun, Film Barbie karangan Greta Gerwig ini berbeda dari Barbie animasi karena mengangkat isu seksisme yang membuat film ini hanya boleh ditonton oleh penonton berusia 13 tahun ke atas. Materi-materi dalam film tersebut berupa tema yang sulit dipahami anak-anak, topik gender yang kuat bagi perempuan, beberapa kalimat menjurus pada kata-kata kasar, adegan yang mengandung unsur sindiran, pelecehan seksual, dan lainnya. Berdasarkan hal tersebut film ini menuai pro dan kontra atas adegan yang ditampilkan, sehingga menimbulkan perbedaan persepsi yang berkembang menjadi stereotip bagi penonton dalam cara pandang mengenai gender.

Adapun data yang dirilis oleh Bicara Box Office, Film Barbie berhasil memperoleh 1,5 juta lebih penonton di seluruh bioskop Indonesia dengan dominasi penonton dari kalangan remaja berusia 13 tahun hingga 24 tahun<sup>5</sup>.

Dari konteks latar belakang di atas, peneliti tertarik mengangkat penelitian dengan judul “Resepsi Penonton Terhadap Makna Stereotip Gender Perempuan dalam Film Barbie Karya Greta Gerwig” berdasarkan analisis resepsi dari Teori Resepsi milik Stuart Hall dengan strategi analisis *encoding-decoding* untuk melihat kolaborasi antara wacana media dan wacana pada resepsi khalayak terhadap makna gender dari penonton Indonesia kalangan remaja tingkat akhir, yakni berusia 18-24 tahun.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik analisis resepsi dengan teori resepsi berupa model *encoding-decoding* dari Stuart Hall yang mengamati perpaduan antara pesan dalam media dengan pandangan yang muncul dalam budaya masyarakat sebagai khalayak. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan dengan cara mengelompokkan penonton Film Barbie Karya Greta Gerwig ke dalam tiga segmen sehingga dapat ditentukan model informannya, apakah berada di posisi *dominant-hegemonic*, *negotiated*, atau *opposition*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Subjek dalam penelitian ini dipilih dengan teknik *purposive sampling* sehingga terdapat 5 informan berusia 18-24 tahun dengan latar belakang yang berbeda dan telah menonton Film Barbie karya Greta Gerwig.

---

<sup>5</sup> Ichwan Persada, 'SOROT: Catatan Box Office Di Bioskop Indonesia Periode Januari-Juli 2023', *SindoNews.Com*, 2023, <https://hypeabis.id/read/28270/barbie-puncaki-box-office-dunia-2023>, Diakses pada 4 September 2023.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Film Barbie karya Greta Gerwig

Film Barbie karya Greta Gerwig adalah film live action pertama yang mengangkat kisah boneka Barbie yang terkenal sejak tahun 1959. Film ini bercerita tentang Barbie Stereotipikal yang menjalani kehidupan sempurna di Barbie Land. Di sana, Barbie dan teman-temannya seperti Barbie Presiden, Barbie Fisikawan, Barbie Penulis, Barbie Jurnalis, dan Barbie Duyung, menikmati kehidupan yang penuh kegembiraan dan aktivitas seru.

Namun, Barbie tiba-tiba mengalami krisis jati diri dan mencari pemiliknya di dunia nyata untuk mengembalikan wujudnya yang sempurna. Barbie dan Ken menjelajah dunia nyata dan menemui kehidupan yang sangat berbeda. Laki-laki mendominasi pemerintahan dan perempuan dianggap sebagai objek. Ken pun tersadar akan ketidakadilan ini dan memutuskan untuk kembali ke Barbie Land.

Sementara itu, pihak Mattel yang merupakan perusahaan yang memproduksi Barbie mencari Barbie dan ingin mengembalikannya ke Barbie Land. Namun, Barbie tidak menyadari hal ini. Untungnya, Si Pemilik Barbie yang telah diberi tahu oleh sang anak bahwa Barbie adalah boneka miliknya yang dulu menjadi teman bermainnya. Maka dari itu, dia dan sang anak membantu Barbie kabur dari Mattel. Di sisi lain, Barbie akhirnya bertemu dengan Ruth, pencipta Barbie sekaligus CEO pertama Mattel, yang memberikan pemahaman dan dukungan padanya.

Barbie memutuskan untuk kembali ke Barbie Land bersama pemiliknya dan sang anak. Namun, Barbie terkejut melihat perubahan di Barbie Land, di mana para Ken telah mendominasi dan para Barbie menjadi pemeran pendukung. Barbie merasa hancur melihat stereotip perempuan yang ada di dunia nyata justru berbalik menghiasi Barbie Land.

Namun, dengan bantuan Ruth—sang pencipta boneka Barbie—Barbie dan teman-temannya berhasil memperbaiki keadaan. Ruth juga memberi nasihat bahwa Barbie bisa menjadi apapun yang diinginkannya, bahkan menjadi manusia. Sehingga hal inilah yang menjadi pesan utama dari film ini bahwa betapa pentingnya mencari jati diri dan menyadari perempuan maupun laki-laki dapat menjadi apa pun yang mereka inginkan<sup>6</sup>.

### Adegan Stereotip Gender dalam Film Barbie sebagai *Encoding*

*Encoding* dapat merujuk pada proses produksi teks media yang meliputi aktivitas media dalam membuat pesan komunikasi yang spesifik melalui kode-kode bahasa. Maka demikian, secara sederhana, dalam penelitian ini *encoding* yang dilakukan oleh sutradara Film Barbie memiliki pandangan yang mungkin sama atau justru berbeda dengan penonton terkait pesan yang disampaikan. Pada penelitian ini menganalisis adanya *encoding* penonton terhadap Film Barbie dalam beberapa elemen, yaitu berupa *encoding* penyampaian isu gender di dalam film, *encoding* Barbie mendominasi Barbie Land, *encoding* Barbie sebagai perempuan harus sempurna, dan *encoding* perempuan sebagai bahan objektivitas di dunia nyata.

---

<sup>6</sup> 'Sinopsis Barbie, Pencarian Jati Diri Si Boneka Ikonis Ke Dunia Nyata', *CNN Indonesia*, 2023  
<<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230718144317-220-974900/sinopsis-barbie-pencarian-jati-diri-si-boneka-ikonis-ke-dunia-nyata/2>>.

## Pengelompokkan Pemaknaan Informan Berdasarkan Teori Resepsi

Penggunaan teori resepsi dalam penelitian ini, berangkat dari pemikiran Stuart Hall yang mengkritisi pesan dibuat oleh produsen dengan tujuan tertentu dan dimaknai oleh konsumen dengan makna yang berbeda sesuai dengan latar belakang masing-masing. Sehingga pada akhirnya, Stuart Hall mengidentifikasi tiga posisi penonton yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi posisi<sup>7</sup>.

Pada penelitian ini ditemukan sejumlah adegan yang menjadi pesan bahwa adanya stereotip gender perempuan dalam Film Barbie karya Greta Gerwig. Adegan dalam film tersebut kemudian menjadi 4 macam *decoding* atau pemaknaan yang dianalisis.

*Decoding* dalam penelitian ini merujuk pada proses penerjemahan kode-kode Bahasa oleh penonton untuk menemukan makna. Secara lebih lanjut, *decoding* dapat dipahami sebagai kegiatan menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima pesan. Pemaknaan pesan juga bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup khalayak masing-masing. Oleh karena itu, interpretasi makna di sisi khalayak dapat berbeda antara satu khalayak dengan khalayak lainnya, tergantung pada karakter dan konteks sosial budaya yang memengaruhi mereka memaknai sebuah teks komunikasi tersebut.

Pada bagian ini, peneliti memaparkan hasil yang diperoleh dari wawancara dengan 5 informan dari Penonton Film Barbie yang berasal dari Indonesia.

**Tabel 1. *Decoding* Penonton Terhadap Penyampaian Pesan Isu Gender pada Film Barbie**

Kategori	Informan	Posisi <i>Decoding</i> Penonton		
		Domina n	Negosias i	Oposi si
<b><i>Decoding</i> Penonton Terhadap Penyampaian Pesan Isu Gender pada Film Barbie</b>	Alina	V		
	Ryan		V	
	Jinju		V	
	Alivia	V		
	Vieren	V		

Pada *decoding* pertama, terdapat 3 informan, yakni informan 1-4-5, berada di posisi dominan. Sementara itu, informan 2 dan 3 berada di posisi negosiasi. Ketiga informan menyatakan bahwa Film Barbie memiliki keahlian dalam pengemasan pesan yang bukan hanya menyampaikan permasalahan, tetapi juga menampilkan solusinya melalui adegan, akting pemeran, hingga penggarap atau sutradara sehingga mampu membuat mereka terpengaruh untuk menerapkan adanya kesetaraan gender dan meminimalisir stereotip gender. Hal ini sesuai dengan teori resepsi yang menyatakan bahwa posisi dominan merupakan klasifikasi ideal penyampaian pesan yang transparan karena respon audiens dianggap sesuai dengan harapan pengirim pesan<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> WIdya Pujarama; Ika Rizki Yustisia, *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk Penelitian Gender Dan Media* (Malang: UB Press, 2020).

<sup>8</sup> Mega Pertiwi, Ida Ri'aeni, and Ahmad Yusron, 'Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga Dalam Film "Dua Garis Biru"', *Jurnal Audiens*, 1.1 (2020), 1-8 <<https://doi.org/10.18196/ja.1101>>.

Di sisi lain, informan 3 dan 4 yang berada di posisi negosiasi menyatakan bahwa Film Barbie ini memang memiliki keahlian dalam pengemasan pesan mengenai isu gender melalui adegan akting pemeran, dan sutradara, tetapi mereka tidak terwakili oleh pesan yang disampaikan. Menurut informan ke-3, Film Barbie ini belum mampu mewakili kesenjangan gender bagi laki-laki. Sedangkan, informan ke-4 mengatakan bahwa dia juga tidak merasa terwakili atas pesan di dalam Film Barbie, karena hal ini berkaitan dengan latar belakang informan yang mengaku dirinya berada di pihak netral terhadap adanya fenomena kesetaraan gender.

**Tabel 2. Decoding Stereotip Gender Perempuan: Barbie Mendominasi Pemerintahan di Barbie Land**

Kategori	Informan	Posisi Decoding Penonton		
		Domina n	Negosias i	Oposisi
<b>Decoding Stereotip Gender Perempuan: Barbie Mendominasi Pemerintahan di Barbie Land</b>	Alina	V		
	Ryan	V		
	Jinju	V		
	Alvia	V		
	Vieren			V

Pada *decoding* kedua mengenai stereotip Barbie yang mendominasi pemerintahan di Barbie Land menghasilkan 4 informan berada di posisi dominan dan 1 informan berada di posisi oposisi dengan alasan yang berbeda. Informan 1 dan 2 memiliki alasan serupa yang menyatakan bahwa sah-sah saja apabila perempuan yang dominan di dalam mengelola pemerintahan, asalkan perempuan/individu tersebut kompeten dalam menjalankan tugasnya. Lalu, ada informan 3 dan 4 yang juga memiliki alasan serupa, mereka mengatakan bahwa suatu kewajaran jika perempuan dapat mendominasi pemerintahan di suatu wilayah, karena hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa semua gender memiliki kesempatan yang sama.

Namun, berbanding terbalik dengan informan 5 yang berada di posisi oposisi. Informan ke-5 justru menganggap perempuan yang mendominasi suatu pemerintahan merupakan hal yang berlebihan, karena akan memicu serta mendukung adanya stereotip dan kesenjangan gender. Proses pemaknaan inilah yang membuat informan 5 berada sendirian di posisi oposisi, yaitu tidak dapat menerima pesan yang disampaikan oleh media karena hal tersebut akan menimbulkan adanya ketimpangan antargender.

**Tabel 3. Decoding Stereotip Gender Perempuan: Barbie sebagai Perempuan Harus Sempurna**

Kategori	Informan	Posisi Decoding Penonton		
		Domina n	Negosias i	Oposisi
<b>Decoding Stereotip Gender Perempuan: Barbie sebagai Perempuan Harus Sempurna</b>	Alina			V
	Ryan		V	
	Jinju			V
	Alvia			V
	Vieren			V

Pada *decoding* penonton terhadap adegan Barbie sebagai gender perempuan harus tampil sempurna ini menghasilkan 4 informan berada di posisi oposisi dan 1 informan berada di posisi negosiasi. Keempat informan yang dominan memiliki alasan yang berbeda-beda. Di dalam hasil wawancara, informan 1 menyatakan kesempurnaan di dunia ini hanya bersifat fleksibel dan sulit diraih. Lalu, informan 2 berpendapat bahwa dia tidak menyetujui karena perempuan bukan sebuah boneka yang bisa menjadi sempurna seperti yang diinginkan pemiliknya. Selanjutnya, informan 3 mengatakan bahwa perempuan tidak perlu memaksa diri untuk mengikuti standar fisik yang harus sempurna. Sedangkan, informan 5 juga tidak menyetujui tuntutan tersebut karena akan menimbulkan dampak negatif pada penampilan dan harga diri perempuan.

Di sisi yang berbeda, informan 2 yang menduduki posisi negosiasi mengatakan penampilan fisik tergantung pada masing-masing individu karena sekarang pun di sekitarnya sudah banyak perempuan yang berlomba-lomba menjadi cantik demi memenuhi standar kecantikan yang sempurna di mata orang lain.

**Tabel 4. *Decoding* Stereotip Gender Perempuan: Perempuan sebagai Bahan Objektivitas Seksual**

Kategori	Informan	Posisi <i>Decoding</i> Penonton		
		Domina n	Negosias i	Oposi si
<b><i>Decoding</i> Stereotip Gender Perempuan: Perempuan sebagai Bahan Objektivitas Seksual</b>	Alina			V
	Ryan			V
	Jinju			V
	Alvia			V
	Vieren			V

*Decoding* terakhir memperlihatkan seluruh informan berada di posisi oposisi yang berarti mereka menolak pesan dalam film yang menunjukkan bahwa perempuan sebagai bahan objektivitas. Kelima informan juga memiliki alasan yang berbeda-beda dalam memaknai pesan ini. Di dalam hasil wawancara, informan 1 mengatakan bahwa dengan menjadi bahan objektivitas, perempuan tidak akan mendapatkan ruang untuk mengekspresikan diri. Lalu, bagi informan 2, 3, dan 4 memiliki alasan yang serupa bahwa perempuan juga memiliki hak yang sama dengan laki-laki. Sementara, informan 5 menanggapi ketidaksetujuannya terhadap makna perempuan sebagai bahan objektivitas, karena baginya hal tersebut akan melanggar norma dan moral serta menimbulkan adanya kesenjangan gender.

Dari hasil penelitian tersebut, terdapat juga sejumlah faktor yang mempengaruhi penonton dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh media. Faktor-faktor tersebut berupa faktor pendidikan formal, faktor lingkungan, dan faktor budaya.

Mengenai hal ini, seluruh informan memiliki pendidikan formal. Namun dikarenakan peneliti membahas tentang makna penyampaian pesan dari film dan persoalan gender, hanya terdapat 2 informan yang memiliki latar belakang yang berkaitan dengan kedua hal tersebut, yaitu informan 1 dan 2. Informan 1 mengaku bahwa banyak belajar tentang peran gender sejak duduk di bangku kuliah Jurusan S1 Sosiologi sehingga membuatnya cukup terbuka dalam menanggapi

permasalahan gender di Film Barbie. Sedangkan, informan 2 mengaku dirinya merupakan lulusan Sastra Perancis sekaligus mempelajari banyak hal mengenai dunia perfilman, maka baginya film-film yang dihasilkan Greta Gerwig termasuk ke dalam film-film yang memiliki bahan bagus untuk diulas.

Selanjutnya, terdapat 4 informan yang masuk ke dalam kategori informan yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Informan 1 menjelaskan bahwa di lingkungannya kebanyakan orang menganggap gender perempuan tidak dianjurkan sekolah lebih tinggi dan lebih baik segera menikah, karena pendidikan tinggi yang dimiliki akan sia-sia karena nantinya akan berakhir di pernikahan dan mengurus rumah tangga. Informan 2 yang memiliki pandangan netral dalam isu kesetaraan gender mengungkapkan kampanye kesetaraan gender sekarang sudah melenceng, karena para pelaku kampanye justru menjadikan hal tersebut sebagai ajang untuk memberi makan ego-ego yang terpendam. Lalu, ada Informan 3 yang pernah mendapatkan tekanan gender karena menjadi ketua di sebuah organisasi di kampusnya, seperti kerap diremehkan sebagai perempuan. Kemudian, Informan 4 yang juga beranggapan bahwa lingkungan di sekitarnya sangat mendukung patriarki, mulai dari laki-laki tidak boleh mengerjakan pekerjaan rumah tanggakarena hal tersebut dianggap sebagai kegiatan yang layak dilakukan oleh perempuan.

Faktor terakhir, yaitu faktor budaya yang ikut mempengaruhi resepsi penonton terhadap pesan dalam media. Hasil penelitian ini mengungkapkan terdapat 3 informan yang meresepsi pesan stereotip gender perempuan dalam Film Barbie karya Greta Gerwig. Hal tersebut terjadi karena ketiga informan ini merasa bahwa kebiasaan yang terjadi di kehidupan mereka juga diikuti dengan hadirnya masing-masing peran gender yang menjadi patokan, sehingga memunculkan stereotip gender di tengah-tengah masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari analisis hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penonton memiliki pemaknaan yang berbeda-beda dalam meresepsi makna stereotip gender perempuan dalam Film Barbie karya Greta Gerwig. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang sudah diklasifikasikan berdasarkan teknik purposive sampling. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini dilakukan dengan menganalisis menggunakan Teori Stuart Hall tentang resepsi khalayak yang memposisikan khalayak pada tiga posisi yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi.

Dari hasil tersebut dapat ditunjukkan bahwa adanya variasi dalam pemaknaan 4 pesan film dengan ditemukannya kategori informana dalam posisi yang berbeda, yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Pemaknaan penonton terhadap makna stereotip penyampaian isu gender dalam Film Barbie karya Greta Gerwig ini terdapat dua informan di posisi negosiasi dan tiga di posisi dominan. Selanjutnya, pada pemaknaan penonton terhadap stereotip gender perempuan yang memperlihatkan bahwa Barbie memiliki kuasa dalam mendominasi Barbie Land menunjukkan adanya empat informan yang di posisi dominan dan satu informan yang di posisi oposisi. Lalu, pada pemaknaan penonton terhadap stereotip gender perempuan yang memperlihatkan bahwa Barbie sebagai perempuan dituntut harus menjadi sempurna menunjukkan bahwa terdapat empat informan yang di posisi oposisi dan satu informan yang di posisi negosiasi. Sedangkan, pada pemaknaan terhadap stereotip gender perempuan yang



memperlihatkan bahwa perempuan sebagai objektivitas dalam dunia nyata menunjukkan seluruh informan berada di posisi oposisi.

## **REFERENSI**

- Fabriar, Silvia Riskha, 'Etika Media Massa Era Global', *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6.1 (2014), 70–85
- Ichwan Persada, 'SOROT: Catatan Box Office Di Bioskop Indonesia Periode Januari-Juli 2023', *SindoNews.Com*, 2023 <<https://gensindo.sindonews.com/read/1174291/700/sorot-catatan-box-office-di-bioskop-indonesia-periode-januari-juli-2023-1691831314>>
- Muslimah Ade Maya Saputri, 'Pro Dan Kontra Dalam Kesetaraan Gender Di Indonesia', *Sapos.Co.Id*, 2022
- 'Pentingnya Keadilan Dan Kesetaraan Gender Di Indonesia', *Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia*, 2017
- Pertiwi, Mega, Ida Ri'aeni, and Ahmad Yusron, 'Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga Dalam Film "Dua Garis Biru"', *Jurnal Audiens*, 1.1 (2020), 1–8 <<https://doi.org/10.18196/ja.1101>>
- 'Sinopsis Barbie, Pencarian Jati Diri Si Boneka Ikonis Ke Dunia Nyata', *CNN Indonesia*, 2023 <<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230718144317-220-974900/sinopsis-barbie-pencarian-jati-diri-si-boneka-ikonis-ke-dunia-nyata/2>>
- Suryati, *Sosiologi*, 1st edn (Palembang: NoerFikri, 2017)
- WIdya Pujarama; Ika Rizki Yustisia, *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk Penelitian Gender Dan Media* (Malang: UB Press, 2020)