

BAB II TINJAUAN LITERATUR

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan
1.	Analisis Resepsi Penonton Perempuan Terhadap Maskulinitas Pada Tokoh Bima Dalam Film Dua Garis Biru, Kurnia Pratiwi, 2022	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Menggunakan Resepsi audiens oleh Stuart Hall menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode wawancara secara mendalam (indepth interview)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memiliki beragam respons terhadap film "Dua Garis Biru" dan dapat dikelompokkan ke dalam tiga posisi pemaknaan, yaitu posisi dominan-hegemonik, posisi tawar-menawar, dan posisi oposisi. Variasi ini dipengaruhi oleh beragam faktor, seperti pengalaman hidup individu, latar belakang pendidikan, dan lingkungan sosial	Disarankan untuk memperluas khalayak seperti melakukan perbandingan dengan khalayak laki-laki agar pemahaman terkait maskulinitas dapat diperluas.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah mewawancarai khalayak dewasa awal untuk Mengidentifikasi satu posisi sebagai hasil dari posisi ketiga pemaknaan, yaitu dominan, perundingan, atau kesesuaian terhadap bacaan yang disukai yang sudah dicantumkan. Kemudian, perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu hanya meneliti dari pemahaman perempuan, sedangkan, di penelitian ini peneliti menggunakan khalayak perempuan dan laki laki untuk dibuat perbandingan.
2.	Resepsi Maskulinitas Dalam Musik Video Boyband K-Pop (Studi Analisis Resepsi Khalayak Pada Musik Video Nct	Universitas Islam Indonesia	Menggunakan analisis resepsi metode kualitatif	Hasil penelitian dari dua musik video NCT U menunjukkan beberapa respon yang variatif. Pada musik video "BOSS", kesepuluh informan	Disarankan untuk mendalami lebih lanjut tentang konsep maskulinitas dan tren budaya pop yang terus berubah seiring berjalannya waktu. Melalui penelitian yang	Perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu menggunakan video klip boyband kpop untuk diteliti, sedangkan penelitian ini menggunakan film Disney.

U: Boss Dan Make A Wish),, Qonitah Az-zahra Fatoni, 2022

masuk kedalam kelompok dominan dimana para member terlihat maskulin terhadap enam sifat: kekuatan, kompetitif, gagah, keberanian, tegas dan jantan. Pada musik video "Make a Wish", sebagian informan tidak setuju (oposisi) dengan penggambaran member NCT U yang menunjukkan sisi feminim, namun juga ada sebagian informan yang setuju (dominan) dengan tampilan member NCT U,

mendalam tentang maskulinitas dengan menggunakan pendekatan yang sama dari sudut pandang yang berbeda, atau dengan mewawancarai informan dari setiap generasi, kita dapat memahami pandangan masyarakat tentang konsep maskulinitas yang berbeda dari satu generasi ke generasi berikutnya.

3. Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Film High And Low The Movie 3 Final Mission, Yuana Sangaji Mussafah, 2022 Universitas Islam Indonesia Penelitian menggunakan dengan metode semiotika yang Roland barthes mengenai denotasi, konotasi dan mitos
- Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa karakter dalam film tersebut terhubung dengan berbagai konsep yang berkaitan dengan maskulinitas. Ini mencakup penampilan fisik yang dianggap ideal dan modis, peran sebagai penyedia atau pencari nafkah dalam kelompok atau keluarga, kemampuan untuk bertindak agresif dan berpengalaman
- Harapannya, penelitian berikutnya dapat mengembangkan studi tentang efek penonton setelah menonton film "High and Low: The Movie 3 Final Mission", memperdalam pemahaman tentang dampak film tersebut pada audiens.
- Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena metodanya berbeda. Penelitian sebelumnya mengkaji denotasi, konotasi, dan mitos; Namun penelitian ini menggunakan analisis resepsi Stuart Hall untuk melihat makna dominan, negosiasi, dan oposisi.

dalam situasi konflik dalam kelompok, kemampuan untuk mengendalikan emosi, kemampuan berpikir secara rasional dan logis (intelektual), kemampuan dalam berinteraksi dan memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, serta sikap kompetitif yang fair.

Pada penelitian terdahulu pertama dengan judul “Analisis Resepsi Penonton Perempuan Terhadap Maskulinitas Pada Tokoh Bima Dalam Film Dua Garis Biru” yang diteliti oleh Kurnia Pratiwi pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus pada pemaknaan maskulinitas tokoh bima di kalangan perempuan. Analisis penerimaan penonton Stuart Hall dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Selain itu, pendekatan wawancara mendalam atau yang disebut dengan wawancara mendalam juga digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan penonton terhadap film Dua Garis Biru sangat beragam sehingga menghasilkan tiga posisi. Latar belakang pendidikan, pengalaman hidup, dan lingkungan sosial mempengaruhinya.

Penelitian terdahulu kedua dengan judul “Resepsi Maskulinitas Dalam Musik Video Boyband K-Pop (Studi Analisis Resepsi Khalayak Pada Musik Video Nct U: Boss Dan Make A Wish)” yang diteliti oleh Qonitah Az-zahra Fatoni pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi dan berfokus pada pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas yang ditampilkan oleh grup k-pop NCT di Musik Video Nct U: Boss Dan Make A Wish. Hasil penelitian dari dua musik video NCT U menunjukkan beberapa respon yang variatif. Pada musik video “BOSS”, sepuluh informan masuk ke dalam kelompok dominan dimana para member terlihat maskulin pada enam sifat: kekuatan, kompetitif, gagah, keberanian,

tegas dan jantan. Pada musik video “Make a Wish”, sebagian informan tidak setuju (oposisi) dengan penggambaran member NCT U yang menunjukkan sisi feminim, namun juga ada sebagian informan yang setuju (dominan) dengan tampilan member NCT U.

Penelitian terdahulu ketiga dengan judul “Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Film High And Low The Movie 3 Final Mission” yang diteliti oleh Yuana Sangaji Mussafah pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus pada penggambaran maskulinitas yang ada dalam film high and low the movie 3 final mission dengan menggunakan semiotika. Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa karakter dalam film tersebut terhubung dengan berbagai konsep yang berkaitan dengan maskulinitas. Ini mencakup penampilan fisik yang dianggap ideal dan modis, peran sebagai penyedia atau pencari nafkah dalam kelompok atau keluarga, kemampuan untuk bertindak agresif dan berpengalaman dalam situasi konflik dalam kelompok, kemampuan untuk mengendalikan emosi, kemampuan berpikir secara rasional dan logis (intelektual), kemampuan dalam berinteraksi dan memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, serta sikap kompetitif yang fair.

Pertama, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini melibatkan wawancara dengan khalayak dewasa awal untuk mengeksplorasi posisi hasil dari ketiga pemaknaan yang mungkin terbagi menjadi dominan, negosiasi, atau oposisi terhadap *preferred reading* yang telah ditetapkan. Selanjutnya, penelitian ini membandingkan jawaban dari khalayak perempuan dan laki-laki. Selain itu, penelitian sebelumnya menggunakan video klip boyband K-pop sebagai objek kajiannya, penelitian ini mengambil film-film Disney sebagai fokusnya. Terakhir, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall untuk mengeksplorasi pemaknaan dominan, negosiasi, dan oposisi, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada denotasi, konotasi, dan mitos. Untuk itu, penelitian ini akan memberikan kebaruan karena akan mendeskripsikan mengenai pemaknaan Maskulinitas Karakter Wade di khalayak Dewasa Awal Laki-laki dan Perempuan sebagai perbandingan.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Resepsi

Analisis resepsi mengasumsikan bahwa audiens berperan aktif dalam memberikan makna terhadap pesan media. Audiens melakukan interpretasi teks media dengan cara yang sesuai dengan pengalaman dan pemahaman pribadi mereka. Ini berarti makna dari pesan media tidak bersifat tetap atau konsisten, dan audiens sendiri yang secara aktif menciptakan makna ini melalui proses pemaknaan dan pandangan individu mereka. Dalam pendekatan analisis resepsi, Stuart Hall menekankan peran audiens atau individu dalam proses komunikasi, khususnya dalam tahap "decoding" pesan. Sebaliknya, khalayak berpartisipasi aktif dalam mengartikan dan memahami pesan-pesan yang dikirimkan melalui media; proses pengkodean, dimana pengirim mengirimkan pesan menggunakan kode tertentu, memungkinkan audiens untuk memahami dan memahami pesan tersebut.

McQuail dalam Dliya (2019) mengidentifikasi empat kategori audiens, yaitu:

1. Audiens sebagai kelompok penonton, pendengar, pembaca, atau pemirsa. Audiens dilihat sebagai penerima pesan dalam komunikasi massa, dan mereka ada dalam jumlah yang besar.
2. Audiens sebagai media massa. Fokus pada ukuran besar dari audiens dan ketidakkonsistenan serta perubahan dalam struktur sosial mereka.
3. Audiens sebagai kelompok sosial atau politik. Audiens dianggap sebagai bagian dari komunitas sosial yang aktif, berinteraksi, dan sebagian otonom dalam interaksinya dengan media. Namun, khalayak tidak sepenuhnya bergantung pada media untuk mengetahui keberadaan mereka.
4. Audiens sebagai pasar. Audiens dianggap sebagai calon pelanggan untuk barang atau produk tertentu dan juga sebagai sasaran iklan khusus. Hal ini memiliki dampak signifikan pada pendapatan media karena audiens berperan penting dalam menggerakkan pasar.

Stuart Hall dalam Ahmad Toni dan Dwi Fajariko (2017), mengidentifikasi tiga posisi yang mungkin diambil oleh audiens dalam menginterpretasikan pesan media:

1. **Posisi Dominan (Dominant Hegemonic Position)**
Pada posisi ini, audiens sepenuhnya setuju dengan pesan yang disampaikan oleh media dan memiliki pandangan yang sejalan dengan pesan tersebut. Dalam penelitian ini, posisi dominan merujuk pada audiens yang sepatutnya dan memiliki pandangan yang sama dengan pemaknaan maskulinitas wade yang digambarkan pada film elemental dan tidak sejalan dengan maskulinitas tradisional.
2. **Posisi Negosiasi (Negotiated Position)**
Pada posisi negosiasi, audiens menerima pesan media secara umum, namun mereka juga melakukan pertimbangan atau modifikasi terhadap pesan tersebut sehingga mencerminkan pandangan dan minat pribadi mereka. Dalam penelitian ini, posisi negosiasi merujuk pada audiens yang menerima pemaknaan maskulinitas wade yang digambarkan pada film elemental dan tidak sejalan dengan maskulinitas tradisional, tetapi mereka juga memiliki pandangan atau interpretasi yang berbeda terhadap penggambaran maskulinitas karakter tersebut.
3. **Posisi Oposisi (Oppositional Position)**
Dalam posisi oposisi, audiens tidak sejalan dengan pesan yang disampaikan oleh media dan menolak pesan serta maknanya. Dalam penelitian ini, posisi oposisi merujuk pada audiens yang menolak atau bahkan memiliki pandangan yang bertentangan dengan pesan yang disampaikan dalam konten media. Audiens disini tidak menerima bahwa karakter laki-laki maskulin digambarkan seperti Wade.

Pesan yang terkandung dalam media terdiri dari kumpulan makna, tanda, dan simbol yang dipilih untuk dibaca. Namun, khayalak mungkin menerima pesan yang dikirim dengan cara yang berbeda. Menurut Fauzi dalam Saima Sa'diyah (2023, p.13). Preferred reading merupakan suatu makna dominan yang terdapat

dalam suatu teks dikarenakan terdapat pola pembacaan yang dipilih serta pembacaan tersebut. Preferred reading merupakan makna dominan yang ada pada suatu teks. Hal ini dikarenakan bacaan yang lebih selektif tertanam dalam skema ideologis, institusional, atau politik.

Dalam penelitian ini, *preferred reading* didasarkan pada wawancara dengan Mamoudou Athie, pengisi suara karakter Wade, dan sutradara Peter Sohn dari film *Elemental*. Athie mengungkapkan bahwa karakter Wade, yang tidak merasa bersalah dalam mengekspresikan emosinya, dianggap penting bagi penonton laki-laki karena menunjukkan bahwa menerima dan mengekspresikan emosi secara terbuka adalah hal yang wajar dan tidak harus dipermalukan. Sohn menambahkan bahwa kecenderungan Wade untuk menangis dibandingkan dengan Ember secara tidak sengaja menggambarkan bahwa laki-laki yang menunjukkan emosi secara terbuka adalah hal yang normal, bertentangan dengan stereotip gender konvensional (Ishiguro, 2023). Peneliti akan mengeksplorasi makna khalayak melalui penggunaan analisis resepsi—lebih tepatnya, analisis resepsi Stuart Hall, terhadap pemaknaan penonton pada maskulinitas karakter Wade pada film *Elemental*. Nantinya, peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah informan penelitian yang sudah ditentukan. Hasil yang diperoleh dari wawancara tersebut akan dianalisis secara deskriptif, dengan tujuan agar peneliti dapat menyusun deskripsi yang sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta terkait objek penelitian. Melalui analisis ini, peneliti akan dapat mengidentifikasi di mana posisi audiens berada, apakah dalam posisi dominan yang mendukung, posisi negosiasi yang menerima dengan modifikasi, atau posisi oposisi yang menolak pesan yang disampaikan.

2.2.2 Toxic Masculinity

Menurut Ramdani (2022) Maskulinitas toksik dihasilkan oleh perilaku sosial tidak adil yang ditujukan kepada laki-laki, yakni laki-laki. Struktur sosial ini bermula dari masyarakat patriarki, dimana maskulinitas laki-laki bertumpu pada perilaku represif dan tindakan dominan. Tidak hanya perempuan, tetapi juga laki-laki diperlakukan secara tidak adil oleh masyarakat, seperti mengatakan bahwa laki-

laki tidak boleh menangis atau merasa sedih. Namun, laki-laki juga manusia, dan menangis adalah sesuatu yang wajar.

Toxic masculinity atau jika diterjemahkan secara harfiah menjadi maskulinitas toksik sering diartikan dengan kekerasan, keagresifan, serta larangan guna menunjukkan bahwa emosi menangis dianggap sebagai sikap yang lemah bagi laki-laki. Meskipun saat ini sudah dianggap sebagai budaya yang dilakukan, namun adanya *toxic masculinity* ini justru memberikan beban yang berat bagi kehidupan laki-laki dalam kesehariannya (Muhammad, 2022). *Toxic masculinity* sendiri dasarnya merupakan suatu konstruksi sosial mengenai bagaimana seharusnya laki-laki dalam berperilaku dengan cara memaksakan standar “laki-laki sejati” atau “jantan” seperti laki laki dilarang menangis, tidak boleh bermain dengan perempuan, hanya dilatih bermain fisik, serta stereotip lainnya. Laki-laki pada konsep ini dianggap mendominasi dan memegang kekuasaan utama dalam kepemimpinan.

2.2.3 Maskulinitas

Menurut Darwin dalam Kaira Ashanala Sulasmoro et al. (2023, p. 47) Kata “maskulin” berasal dari kata “otot” atau “otot” yang berarti kekuatan, keperkasaan dan kekerasan. Laki-laki tidak boleh menangis atau bersikap lemah lembut jika ingin diakui sebagai laki-laki karena sifat dan kepribadiannya lebih terbuka, kasar, agresif dan rasional. Laki-laki percaya bahwa maskulinitasnya didasarkan pada emosi atau kemarahan, sedangkan perempuan dianggap emosional dalam menanggapi perasaannya (Saguni, 2014). Pria seringkali menolak merasakan perasaan seperti sedih, malu, dan bersalah karena dianggap lemah dan “feminin”.

Dalam perspektif sosiologi, maskulinitas adalah sebuah narasi yang menjelaskan bagaimana seorang pria diharapkan untuk berperilaku. Maskulin muncul sebagai hasil dari konstruksi sosial yang terjadi dalam masyarakat atau lingkungan. Konstruksi ini terkait erat dengan bagaimana masyarakat menciptakan konsep gender. Konsep ini memiliki banyak interpretasi yang bervariasi karena pandangan dan opini masyarakat terhadapnya berbeda. Gender sendiri adalah persepsi yang melekat pada laki-laki dan perempuan, dan konstruksi ini terbentuk

karena pengaruh lingkungan sosial dan budaya untuk menciptakan konsep gender yang dianggap normal oleh masyarakat. Menurut Sari, laki-laki tidak secara alami memiliki sifat maskulin saat lahir, melainkan sifat-sifat ini dibentuk oleh budaya dan lingkungan. Ini tidak hanya memengaruhi perempuan tetapi juga menciptakan kesulitan dan tantangan bagi laki-laki karena konstruksi gender dalam masyarakat. Seperti halnya gender yang merupakan produk konstruksi, nilai-nilai dalam maskulinitas dan karakteristik atau kepribadian laki-laki juga merupakan hasil dari pengaruh konstruksi sosial (Sari, 2013, p. 96).

Sedangkan, menurut teori maskulinitas Connel dalam Suprpto (2018), Maskulinitas hegemonik merupakan standar atau gambaran ideal tentang bagaimana seorang pria seharusnya dalam masyarakat yang dikonstruksi oleh norma-norma budaya. Karena dipengaruhi oleh faktor-faktor kultural, bentuk-bentuk maskulinitas hegemonik ini cenderung bervariasi dari satu lokasi ke lokasi lain dan dari satu periode waktu ke periode waktu lainnya. Pembentukan peran dominasi ini terjadi sejak masa anak-anak, di mana masyarakat mengajarkan bahwa pria memiliki lebih banyak tanggung jawab, terutama dalam hal kekuatan dan kekuasaan. Oleh karena itu, dalam lingkungan sosial tersebut, pria dianggap sebagai sosok yang kuat dan bertanggung jawab.

Dalam konteks ini, konsep maskulinitas mulai terbentuk, yang erat kaitannya dengan konsep dominasi, kekuatan, dan kekuasaan. Ketika laki-laki mendominasi perempuan dalam masyarakat, maka dianggap sebagai lambang maskulinitas, mereka dianggap mampu melakukan hal-hal yang dianggap tidak mampu dikerjakan oleh perempuan. Dengan kata lain, teori ini menjelaskan tentang bagaimana peran dan pandangan laki-laki terbentuk dalam lingkungan tertentu, bukan hanya sebatas peran, akan tetapi juga mengenai seperti apa persepsi terhadap laki-laki dibentuk dalam konteks sosial tersebut.

Nilai-nilai maskulinitas dapat bervariasi tergantung pada budaya dan perubahan zaman, dan konsep stereotip mengenai maskulinitas dalam masyarakat pun dapat dipengaruhi oleh perbedaan budaya dan perkembangan zaman. Pembentukan nilai-nilai maskulinitas juga mengalami perubahan dari waktu ke waktu, dan saat ini, konsep maskulinitas memiliki beragam tipe. Lebih dari itu, dalam era saat ini, pandangan terhadap nilai-nilai maskulinitas dan feminitas telah

bergeser, di mana peran yang dahulu hanya diidentifikasi dengan perempuan sekarang juga bisa diemban oleh laki-laki, dan sebaliknya.

Dalam konsep maskulinitas yang didefinisikan oleh Janet Saltzman Chafetz dalam Sari (2019), ada tujuh kategori maskulinitas, termasuk:

1. Penampilan Fisik, yang melibatkan kekuatan fisik, seperti kejantanan, kebugaran, kekuatan, dan keberanian.
2. Fungsional, yang mencakup peran laki-laki sebagai penopang keluarga dan dirinya sendiri.
3. Seksual, yang berkaitan dengan pengalaman dan hubungan dengan perempuan.
4. Emosi, di mana laki-laki diharapkan mampu mengendalikan atau menyembunyikan emosi mereka.
5. Intelektual, yang melibatkan pemikiran cerdas, logis, rasional, dan objektif.
6. Interpersonal, yang membentuk laki-laki sebagai individu yang bertanggung jawab, mandiri, berjiwa kepemimpinan, dan cenderung dominan.
7. Karakter Personal, yang mencakup sifat seperti ambisi, egoisme, moralitas, kepercayaan, sifat kompetitif, dan ketertarikan pada petualangan.

Karakter Wade jika dilihat dari *preferred reading*, maka akan berfokus pada pengelolaan emosi Wade sebagai karakter laki-laki karena terdapat 8 scene dari karakter Wade yang menunjukkan bagaimana ia kurang bisa mengendalikan emosinya terutama pada saat menangis. Namun, selain dari nilai emosi, peneliti juga melihat ketujuh nilai maskulinitas selain emosi yang ada pada karakter Wade. Seperti dari nilai penampilan fisik yang memperlihatkan kekuatan Wade, lalu nilai fungsional dimana Wade bekerja menjadi *citi inspector*, nilai seksual yaitu saat Wade dihadapkan dengan wanita yang ia sukai, nilai emosi seperti wade yang mudah menangis dan sangat perasa, nilai intelektual dilihat dari bagaimana Wade mencoba menyelesaikan masalah yang dihadapi Ember, nilai interpersonal seperti sikap tanggung jawabnya saat bersama Ember, dan terakhir yaitu nilai karakter personal seperti karakter berpetualang sebagaimana ditunjukkan pada scene dimana Wade berani mengambil resiko yang mengancam nyawanya.

Sehingga, peneliti ingin menggali lebih dalam dengan mengeksplor lebih jauh bentuk maskulinitas karakter Wade dengan menggunakan seluruh nilai-nilai maskulinitas milik Janet.

2.2.4 Film

Film adalah media audiovisual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penonton dengan menggunakan pesan verbal dan non-verbal. Tidak hanya menjadi sarana hiburan dan hobi, tetapi juga berperan sebagai alat komunikasi yang efektif antara pembuatnya dengan penonton. Menurut Sobur dalam Zahid (2020, p-3) Film dapat menjadi media berisi informasi yang bersifat menghibur dan menyenangkan, alat propaganda, maupun menjadi alat politik. Bukan hanya itu saja Tidak hanya itu, Film mampu menjadi alat dalam menyebarkan budaya baru atau perpaduan budaya lama.

Menurut Meity et al. (dalam Nisa, 2020, p. 17), Film diartikan sebagai "selaput tipis" yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif dan kemudian dibentuk menjadi potret atau positif untuk ditampilkan di bioskop. Secara harfiah, kata "film" berasal dari kata "cinema", yang berarti "cahaya", dan "graphie", yang berarti "tulisan", yang berarti "gambar" atau "citra". Dengan demikian, film diartikan sebagai melukis gerak dan cahaya, dan untuk melakukannya, Anda memerlukan alat khusus, yaitu kamera.

Teori mendasar menurut (Liliweri, 2019, p. 378), film dibagi menjadi dua kategori yakni film cerita dan non cerita atau sering disebut dengan kata fiksi dan non fiksi:

1. Film cerita, juga disebut film fiksi, adalah film yang didasarkan pada sebuah kisah yang ditulis serta dimainkan oleh para aktor dan aktris. Film ini sebagian besar bertujuan untuk keuntungan moneter; itu dapat ditayangkan di bioskop dengan biaya tiket tertentu atau disiarkan di televisi dengan adanya dukungan iklan.
2. Film non cerita atau non fiksi, merupakan film yang didasari oleh kisah nyata atau kerangka pengalaman asli yang benar terjadi sebagai subjek.

Menurut Limbong & Simarmata, ada beberapa jenis film yang diproduksi untuk berbagai keperluan (Limbong & Simarmata, 2020). Salah satunya adalah film dokumenter, yang digunakan untuk menggambarkan realitas melalui berbagai metode dan tujuan yang beragam. Contoh-contoh film dokumenter populer termasuk program-program seperti National Geographic dan Animal Planet. Selain itu, ada film cerita pendek dengan durasi sekitar 60 menit, serta film cerita panjang dengan durasi yang berkisar antara 90, 100, hingga 180 menit.

Jenis film lainnya adalah yang dibuat untuk keperluan institusi terkait, seperti perusahaan yang menggunakannya sebagai alat bantu presentasi. Selain itu, ada juga iklan televisi, program televisi, baik yang bersifat fiksi maupun nonfiksi, dan video klip musik yang dipasarkan melalui televisi.

Film memiliki berbagai genre, termasuk genre-genre seperti horor, drama, romantis, drama keluarga, kolosal, thriller, fantasi, komedi, misteri, aksi atau laga, fiksi ilmiah, dan animasi (Liliwari, 2019).

2.2.5 Film Sebagai Media Massa

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikirim dari suatu media massa ke khalayak luas. Beberapa media dalam komunikasi massa meliputi film, serial drama, televisi, radio, majalah, surat kabar, buku, serta tabloid. Komunikasi massa memiliki ciri tertentu yaitu melibatkan lembaga, komunikasinya memiliki sifat heterogen, pesan yang disampaikan merupakan pesan umum, komunikasi terjadi hanya satu arah, serta adanya gatekeeper (Asyari, 2021). Komunikasi massa dapat diartikan sebagai pemanfaatan sistem media massa untuk mengirimkan pesan pada khalayak luas, bertujuan untuk mengirimkan informasi, mempersuasi, serta menghibur. Dalam komunikasi massa, film menjadi salah satu komponennya.

Terdapat empat fungsi dari media massa (Anggreswari & Isnaeni, 2020, p. 243-244) yang terdiri dari:

1. Fungsi Informasi Media massa memiliki peran penting dalam menyajikandan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mereka.

2. Fungsi Mempengaruhi Media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku dan sikap masyarakat, mempengaruhi mereka untuk mengikuti pola yang diharapkan.
3. Fungsi Edukasi Media massa berperan sebagai alat pendidikan, bertujuan untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat melalui program-program yang disiarkan
4. Fungsi Hiburan Media massa memiliki peran untuk memberikan hiburan kepada masyarakat, menghadirkan kesenangan bagi penonton. Salah satu bentuk media massa yang dapat dirasakan oleh indera penglihatan dan pendengaran adalah film.

Film menjadi salah satu media massa yang dapat dirasakan oleh indera penglihat dan pendengar. Film menyampaikan pesannya melalui isyarat atau simbol yang dapat berupa gambar yang ditayangkan pada film tersebut (Segara, 2017, p. 11). Pesan-pesan dalam film dipengaruhi oleh pembawaan cerita serta visualisasi yang ditawarkan kepada penonton dan film juga memiliki potensi untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan tindakan penonton (Garrett, 2019).

Melalui film *Elemental*, peneliti ingin mengidentifikasi terkait bagaimana pesan yang dikirimkan melalui *Elemental* mengenai maskulinitas karakter Wade dibentuk dan diterima oleh audiens. Sehingga, pemaknaan maskulinitas karakter Wade di film *Elemental* berdasarkan latar belakang masing-masing audiens.

2.2.6 Konstruksi Realitas dalam Film

Film menjadi media yang mencerminkan realitas di masyarakat, serta dapat mencerminkan serta menjadi agen dalam konstruksi realitas. Menurut Nurbayati, Husnan Nurjuman dan Sri Mustika dalam Rahman Asri, Film sebagai refleksi realitas adalah cara di mana film mencerminkan ide, makna, dan pesan yang terkandung dalam ceritanya, melalui interaksi antara pembuat film dan masyarakat serta realitas yang mereka hadapi. Sebagai alat untuk membangun realitas, film melibatkan pembuatan objektivasi tentang ide dan pemikiran tertentu oleh sineas, yang kemudian direkonstruksi dalam bentuk simbol dan teks dalam film, seperti

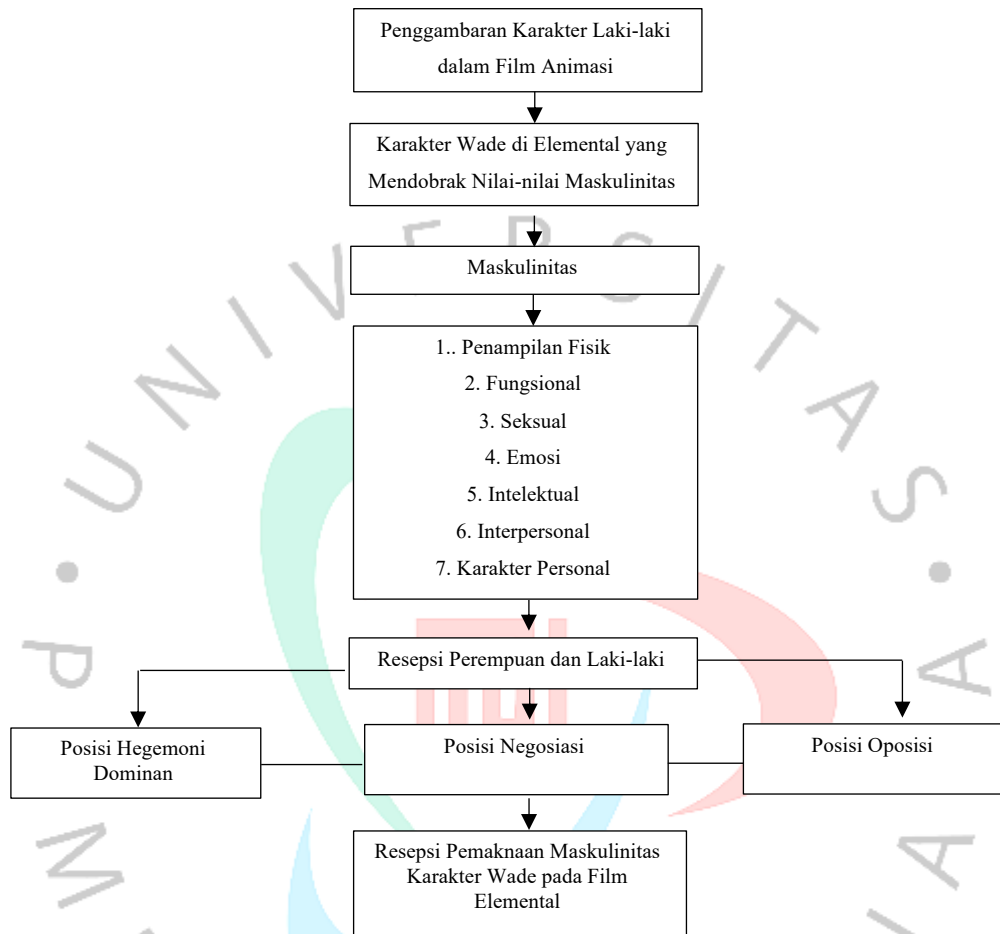
adegan, dialog, dan setting. Ini membuat film menjadi bagian dari budaya yang berinteraksi dengan masyarakat, membentuk siklus konstruksi realitas sosial (Asri, 2020, p.79).

2.2.7 Penonton Film

Penonton film merupakan individu yang aktif dalam proses mengamati dan mengikuti narasi yang disajikan melalui medium film. Menurut Javandalasta dalam Nugraha (2016), Film tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan cerita, tetapi juga menjadi jembatan yang menghubungkan penonton dengan pengalaman visual dan audio yang disajikan dalam bentuk gambar dan suara dalam bukunya. Penonton film tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif dalam mengaitkan diri dengan cerita yang ditampilkan, kadang-kadang bahkan merasakan pengaruh emosional yang kuat dan dapat merespons secara personal terhadap kisah yang dipresentasikan. Selain itu, film juga memiliki kemampuan unik untuk mengilustrasikan perbedaan visual secara langsung, sehingga mampu berkomunikasi dengan penonton tanpa batas dan memperluas perspektif pemikiran mereka.

Sehingga, penonton film tidak hanya sekadar menonton secara pasif, melainkan juga secara aktif terlibat dalam interpretasi dan penyerapan pesan yang disampaikan oleh karya tersebut. Melalui proses ini, penonton dapat memperkaya pemahaman mereka tentang dunia, mengasah empati, dan bahkan mendapatkan wawasan baru tentang diri mereka sendiri dan masyarakat di sekitar mereka (Nugraha, 2016. p, 9-10).

2.3 Kerangka Berpikir



Tabel 2.2. Kerangka Berpikir

Penelitian ini berangkat dari pergeseran penggambaran maskulinitas dalam karakter animasi Disney dan Pixar, dengan fokus pada karakter Wade dalam film "Elemental". Di era 2000-an, karakter laki-laki tidak lagi digambarkan se-maskulin seperti era 90-an, di mana nilai-nilai maskulinitas sangat diutamakan. Film "Elemental" menjadi contoh di mana karakter Wade mendobrak nilai-nilai maskulinitas tradisional. Dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana khalayak usia 20-an menafsirkan maskulinitas Wade. Diharapkan, penelitian ini memberikan pemahaman tentang pemaknaan

maskulinitas dalam film animasi modern oleh penonton terutama khalayak Dewasa
Awal usia 20-an.

