

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Stereotip gender merupakan fenomena yang melibatkan pandangan seseorang bahwa perempuan merupakan salah satu dari dua jenis gender yang ada di masyarakat, yang secara umum dianggap memiliki perbedaan fisik dan non-fisik dengan laki-laki, membuat laki-laki menjadi dominan di berbagai sektor. Perempuan seringkali dianggap sebagai pendamping yang hanya memenuhi kebutuhan laki-laki, dan sering kali dipandang sebagai sosok yang tidak memiliki kekuatan fisik, lemah, dan cenderung emosional. Perempuan sering kali hanya dianggap cocok untuk melakukan tugas ringan seperti mengurus rumah tangga dan mengasuh anak (Maryanta, 2011). Seiring berjalannya waktu, semakin banyak perempuan yang mulai mengembangkan pemikiran mereka dan menginginkan kesetaraan gender, bahkan lebih dari laki-laki. Namun, perjalanan menuju kesetaraan gender tidaklah mudah, dan sering kali dihadapi dengan berbagai tantangan, termasuk penolakan atau resistensi dari laki-laki yang masih terikat dengan konsep gender stereotip yang masih melekat. Tantangan semacam ini masih banyak dihadapi di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Pernyataan tersebut semakin diperkuat dengan adanya stereotip wanita yang terbentuk dari representasi sebuah boneka barbie dengan gender perempuan (Pertwi, 2023).

Barbie merupakan sebuah boneka yang di ciptakan di Amerika Serikat yang merupakan salah satu produk dari Perusahaan Mattel pada tahun 1959. Boneka Barbie diproduksi pertama kali pada tanggal 9 Maret 1959 dan sekaligus menetapkan hari itu sebagai ulang tahun boneka Barbie. Pada artikel berjudul “Bagaimana awal mula Barbie diciptakan dan mengapa sebagian laki-laki sempat menentang boneka dengan figur perempuan” (BBC.com 2023), menjelaskan bahwa Mattel merupakan perusahaan yang di dirikan oleh Elliot Handler dan istrinya Ruth Handler di garasi rumahnya di California Selatan di tahun 1945, pada awalnya perusahaan Mattel hanya menjual bingkai foto dengan menggunakan plastik bekas dan kayu. Sang pembuat boneka Barbie yaitu Ruth Handler membuat boneka Barbie dengan inspirasi dari sebuah boneka bernama Bild Lilli yang ditujukan untuk anak-anak dan dibentuk menyerupai wujud bayi. Ruth Handler yang memiliki ide pembuatan boneka Barbie tersebut kemudian ingin membuat boneka Barbie menjadi boneka dengan wujud dewasa, dan ide tersebut di sampaikan kepada suaminya Elliot Handler sang pemilik perusahaan yang bernama Mattel. Hal ini dikarenakan Ruth Handler menyadari bahwasannya boneka berbentuk bayi akan menghambat pemasaran boneka tersebut.

Pada tahun 2023, muncul film Barbie Live Action sebagai wujud film Barbie pertama kali setelah beberapa kali film Barbie hanya muncul dalam bentuk animasi saja. Pada Film Barbie (2023), karakter Barbie dan Ken digambarkan sebagai sosok wanita dan pria dewasa yang memiliki paras menawan. Pada *scene* awal film Barbie (2023) memberikan narasi dan *scene* bahwa boneka Barbie dimainkan oleh anak-anak perempuan. Stereotip karakter boneka Barbie digambarkan sebagai karakter yang

memiliki rambut panjang berwarna pirang, selalu tersenyum, memiliki kulit yang bagus dan berbadan langsing. Hal ini juga digambarkan pada karakter pendamping yang bernama Ken, sosok pria pasangan Barbie yang memiliki paras tampan dan tubuh kekarnya serta memiliki karakter tegas. Barbie tidak hanya menjadi sebuah gambaran dari sebuah boneka saja, karakter Barbie dan Ken secara tidak langsung menciptakan sebuah identitas gender (Thorn, 2004).

Barbie merupakan sebuah boneka yang menjadi sarana imajinatif para kalangan perempuan remaja untuk mewujudkan pemikiran fantasi yang sangat luas dan diwujudkan dalam bentuk boneka mainan (Mary, 2009). Barbie merupakan bagian dari budaya populer dunia dengan penggemar setia yang antusias, karakter Barbie yang sering tergambarkan sebagai wanita dengan mengenakan *high heels* serta rambut panjang terurai menciptakan sebuah gambaran wanita ideal seperti karakter Barbie (Pohan, 2024). Karakter Ken yang maskulin juga menimbulkan kecenderungan laki-laki tergambar sebagai karakter pria bernama Ken dalam Film Barbie.

Barbie pada akhirnya menimbulkan stereotip yang terbentuk karena penggambaran karakter dalam film tersebut. Stereotip merupakan gambaran mentah tentang kelompok sosial atau individu yang dimiliki oleh setiap orang. Stereotip juga merupakan bagian dari proses kognitif manusia yang dapat digunakan untuk menyederhanakan dunia yang kompleks (Allport dalam Zuma, 2014). Barbie menjadi salah satu mainan yang paling ikonik di dunia dan telah lama menjadi simbol kontroversial dalam perdebatan tentang stereotip gender. Sejak diluncurkan pertama kali oleh Mattel pada tahun 1959, Barbie sering dikritik karena mempromosikan

standar kecantikan yang tidak realistis dan memperkuat stereotip tradisional tentang perempuan.

Norton (2014) mengatakan bahwa memainkan boneka Barbie dapat mempengaruhi persepsi anak-anak perempuan terhadap tubuh mereka sendiri dan dapat mempersempit pandangan mereka tentang apa yang bisa dicapai oleh perempuan. Selain itu, Rogers (1999) dalam bukunya *Barbie Culture* mengungkapkan bahwa Barbie tidak hanya menjadi representasi dari cita-cita fisik yang tidak mungkin tercapai tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang menekankan pentingnya penampilan dan kecantikan. Barbie berkembang terus menerus dengan memperkenalkan berbagai jenis tubuh, warna kulit, dan profesi (Gurrieri & Drenten, 2019).

Barbie bukan hanya sekadar boneka atau film, melainkan telah menjadi sebuah ikon global yang dapat memikat para penggemarnya, pada dasarnya barbie bukan hanya sekadar boneka mainan biasa, keberadaannya yang telah bertahan lebih dari enam dekade tidak hanya bergantung pada penampilan fisiknya yang menarik dengan warna merah muda cerah yang memukau pada akhirnya hidup abadi menjadi sebuah ikon global yang terus bertahan (Republika.com, 2023). Barbie yang merupakan simbol budaya populer global bisa tetap eksis karena memiliki daya tarik luar biasa yang bisa memikat para penggemarnya dan menimbulkan sikap yang setia. Meskipun zaman terus berubah dan muncul generasi baru yang merupakan bagian dari era internet, pesona Barbie tidak pernah pudar dan justru akan terus berkembang dengan menyesuaikan jamannya.

Dengan penampilan yang dibawakan oleh karakter pada film Barbie pada akhirnya menimbulkan stereotip yang terbentuk karena penggambaran karakter dalam film tersebut. Stereotip merupakan gambaran mentah tentang kelompok sosial atau individu yang dimiliki oleh setiap orang. Stereotip juga merupakan bagian dari proses kognitif manusia yang dapat digunakan untuk menyederhanakan dunia yang kompleks (Allport dalam Zuma, 2014). Stereotip yang menempel pada serial Barbie pada akhirnya melekat dan membentuk standar baru yang secara tidak langsung terbentuk oleh media, pernyataan ini diperkuat dengan konstruksi yang dibangun di sebagian besar karakter utama dalam beberapa judul animasi serial Barbie selalu digambarkan dengan konsep kesempurnaan yang dibentuk oleh pembuat boneka dan juga keinginan sutradara.

Identitas Gender merupakan keseluruhan konsep tentang diri seseorang, yang dibentuk di masa kini dan memiliki dasar (Weinreich & Saunderson, 2003). Pada dasarnya, deskripsi cantik merupakan hal yang cenderung relatif dan memiliki standart yang berbeda bagi setiap individu, faktor kecantikan juga tidak memiliki dasar paten untuk menjadi acuan, dikarenakan dasar stereotip kecantikan dalam berbagai negara juga dipengaruhi oleh latar belakang budaya, suku, dan juga ras dimana tempat seseorang tinggal. Contohnya di dalam buku karya Naomi Wolf yang berjudul "The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women", Naomi Wolf membahas mitos kecantikan yang digunakan sebagai senjata politik untuk menghambat kemajuan kaum perempuan. Wolf mengawali bukunya dengan menunjukkan bahwa selama ini perempuan-perempuan kulit hitam, kulit cokelat,

maupun kulit putih di Amerika berhadapan dengan mitos kecantikan untuk menjadi perempuan yang sempurna yaitu memiliki tubuh tinggi, langsing, putih, dan berambut pirang. Kulit wajah mereka tidak boleh memiliki cacat sedikit pun dan lingkaran pinggang mereka haruslah sekecil betul ukurannya. Wolf menyamakan mitos kecantikan di era modern seperti alat penyiksaan bernama “Iron Maiden” atau konsep feminine mystique dari Betty Friedan yang awalnya dikira sudah tak mungkin terjadi lagi. Sayangnya, berkat iklan di media massa, mitos kecantikan yang sudah disuntikkan pola pikir dengan konsep patriarki terus-menerus direproduksi.

Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang masih memposisikan laki-laki sebagai individu yang lebih unggul secara biologis, dengan kekuatan fisik yang lebih dominan daripada perempuan. Akibatnya, terjadi ketidakadilan dalam pembagian peran dalam kehidupan sosial. Misalnya, dalam sektor publik dan domestik, peran laki-laki dan perempuan cenderung didasarkan pada stereotip gender yang tidak adil. Sistem yang berkembang dalam masyarakat menyebabkan persepsi bahwa perempuan lebih cocok untuk pekerjaan domestik karena dianggap memiliki sifat feminin yang cenderung lebih telaten. Di sisi lain, laki-laki diarahkan ke sektor publik, di mana mereka diharapkan menjadi kepala rumah tangga yang bekerja di luar rumah, bertanggung jawab menyokong keluarga, dan berperan sebagai pelindung.

Standar kecantikan juga dapat dibentuk oleh media dan menciptakan konstruksi stereotip yang sempurna dan indah tetapi tidak dapat dicapai dalam realitas (Levine dalam Indriastuti, 2017). Menurut Ball (2012) Stereotip akan terus berkembang seiring berubahnya masa ke masa dan terus membekas sebagai standar kecantikan pria

maupun wanita, seperti pada Film Barbie (2023), film yang pada awalnya dibuat untuk hiburan semata, namun tetap tidak terlepas dari stereotip yang terbentuk dari aktor pemeran karakter yang ada pada Film Barbie (2023) tersebut. Karakter yang tergambar dari latar belakang terbentuknya Barbie dan berbagai karakter pendukungnya, terbawa hingga mencakup seluruh serial Barbie baik versi animasi ataupun Live Actionnya.

Film merupakan sebuah gambaran dari media yang mampu menampilkan informasi dan memberikan pengaruh kepada siapapun yang menontonnya. Media yang memiliki dampak dan pengaruh besar kepada masyarakat dan dapat mengubah pandangan dalam suatu hal adalah film (McQuail dalam Sya'dian, 2015). Sehingga tak heran bahwa hal seperti gender, stereotip dan konstruksi khalayak dapat terwujud dengan budaya yang diangkat (Butler, 1998). Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Lippman dalam Sunarto (2010:237), menjelaskan jika stereotip ditentukan secara budaya gambar yang pada akhirnya menyebabkan perubahan makna dan persepsi setiap individu dan pemahamannya tentang dunia, serta kaitannya dengan kenyataan. Kemudian dielaborasi karena media yang diasosiasikan dengan stereotip tertentu mempunyai pengaruh yang besar di masyarakat dan menyebabkan asumsi bahwa apa yang dibangun oleh media merupakan kebenaran.

Teori dari Stuart Hall terkait encoding / decoding, menjelaskan bahwa konsumsi media membantu mendorong terjadinya interpretasi yang bermacam-macam yang bersumber dari satu media, hal ini ditunjukkan dengan pemaknaan yang tidak akan pernah sama oleh setiap individu. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian lebih lanjut terhadap stereotip yang tergambar pada karakter Barbie dan Ken di film Barbie (2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Penerimaan Audiens terhadap Stereotipikal Barbie di film Barbie (2023)”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan penonton Barbie (2023) terhadap stereotip yang melekat pada karakter Barbie dan Ken di Film Barbie (2023) menggunakan analisis resepsi Stuart Hall.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan pengetahuan dan memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan penerimaan penonton terhadap stereotipikal sebuah gender yang terbentuk dari suatu permasalahan dalam sebuah film