

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Maskulinitas merupakan sebuah konsep yang hadir karena adanya konstruksi sosial terhadap laki-laki. Dalam konsep ini, laki-laki merupakan sosok yang identik dengan kekerasan, aktif, agresif, logis, ambisius dan kuat. Konstruksi ini pula yang menyebabkan ketika seorang anak laki-laki lahir sudah dibebankan beberapa hal. Seperti norma, kewajiban dan harapan dari keluarga. Hal ini diturunkan dari generasi ke generasi sehingga seorang laki-laki harus melakukan hal yang telah berlaku bila ingin menjadi lelaki sejati.

Konsep maskulinitas memiliki perkembangan dari masa ke masa. Media pun kerap mencitrakan maskulinitas sesuai dengan perkembangannya. Contohnya pada artikel yang berjudul *Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman Dan Citranya Dalam Media* yang ditulis oleh Argyo Demartoto pada tahun 2010. Artikel ini menjelaskan bahwa maskulinitas merupakan sebuah konstruksi yang dibuat oleh kebudayaan untuk mengarahkan masyarakat untuk menjadi sesuatu yang dimiliki masyarakat, dapat diperlakukan sesuai kemauan masyarakat itu sendiri. (Dermatoto, 2010, h. 10).

Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa pada sebelum tahun 1980an, media mencitrakan maskulinitas sebagai sosok yang pekerja, terlihat sangat bapak dan mampu menjadi penguasa dalam rumah. Konsep maskulinitas yang seperti ini dianggap sebagai maskulinitas tradisional dalam pandangan barat. Kemudian pada tahun 1980an, konsep ini berkembang lagi. Laki-laki diperkenankan untuk menjalankan sifat alamiahnya, seperti perhatian dan lemah lembut. Konsep yang demikian masuk dalam kategori kelas menengah dan kaum intelek. Pada tahun 1990an, konsep laki-laki berkembang menjadi sosok yang konsumeris dan suka bersenang-senang. Pada tahun 2000an, konsep laki-laki menjadi lebih modern. Terdapat istilah metroseksual yang merupakan kaum sosialita atau yang disebut juga dengan kelas menengah atas.

Televisi swasta selalu membangun imaji perihal kehidupan kelas menengah, urban dan moderen yang tinggal di Jakarta melalui tayangannya berupa program televisi. Sinetron menjadi medium yang tepat untuk menggambarkan itu semua. Hal ini disebabkan karena sinetron merupakan program televisi yang digemari oleh masyarakat. Saat ini tayangan sinetron beraneka ragam. Keanekaragaman sinetron membuat adanya persaingan antar televisi swasta untuk mendapatkan penonton yang banyak. Setiap stasiun televisi swasta harus berinisiatif untuk membuat tayangan yang menarik dan berbeda dengan tayangan lainnya. Secara sajian ingin menampilkan sesuatu sungguhan yang berbeda, namun kontennya sama dengan tayangan seperti biasanya. Umumnya sinetron

bercerita tentang masyarakat moderen dengan latar tempat di Kota Jakarta. Dalam cerita tersebut biasanya menggambarkan lika-liku dari kehidupan kota. Sementara hal tersebut berbeda dengan sinetron yang berjudul *Preman Pensiun* yang ditayangkan oleh RCTI.

Sinetron ini menampilkan masyarakat kelas menengah bawah dan juga memperlihatkan unsur modernitasnya. Latar tempat yang diambil pada sinetron ini adalah kota Bandung yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia menunjukkan modernitas. Preman yang ditampilkan dalam sinetron tersebut memperlihatkan bahwa preman yang hadir di tengah masyarakat karena faktor ekonomi, pendidikan dan kultur masyarakat. Selain itu, sinetron ini tidak memperlihatkan sisi kriminalitas yang dilakukan oleh preman tersebut.

Sinetron *Preman Pensiun* merupakan sinetron garapan MNC Pictures yang ditulis dan disutradarai oleh Aris Nugraha. Sinetron yang ber-*genre* komedi ini tayang perdana pada tanggal 12 Januari 2015. Sinetron ini menceritakan tentang kehidupan preman dengan latar belakang yang berbeda dengan dibintangi oleh Didi Petet, Epy Kusnandar, Iking Sulung, Mat Drajat dan sebagainya. Terdapat 3 musim dalam sinetron ini. Pada musim pertama tayang sebanyak 36 episode, musim kedua sebanyak 46 episode dan musim ketiga sebanyak 38 episode.

Sinetron *Preman Pensiun 3* merupakan sinetron akhir yang diproduksi sebanyak 38 episode. Musim ini dipilih sebagai objek

penelitian karena preman yang diceritakan dalam sinetron ini merupakan preman-preman yang menguasai beberapa titik wilayah akan pensiun. Pensiunnya preman-preman tersebut dikarenakan adanya kekacauan yang dilakukan oleh pihak lain yang ingin menguasai kota Bandung. Tidak hanya itu, premanisme yang mereka anggap bisnis tersebut bukan suatu pekerjaan yang dapat menjamin kehidupan di masa depan dan hanya membuat hidup diliputi rasa gelisah. Mereka lebih memilih untuk membuka usaha sendiri meskipun harus dimulai dari awal. Contoh, Muslihat yang telah pensiun dari pimpinan para preman yang mulai membuka usaha panganan khas Bandung yaitu kecipring (keripik singkong). Selain itu, Komar juga mulai berjualan kue balok di pinggir jalan. Dari hal itu dapat tergambar bagaimana kelas sosial preman yang berperan dalam sinetron tersebut.

Seperti yang telah kita ketahui, bahwa preman identik dengan kekerasan. Sinetron ini pun bercerita tentang perebutan kekuasaan yang menyebabkan terjadinya kekacauan. Tokoh antagonis, Jamal, menginginkan kekuasaan itu menjadi miliknya semenjak Kang Mus sudah pensiun dari jabatannya. Jamal yang tidak menyukai Kang Mus menyusun strategi untuk mendapatkan kekuasaan tersebut. Strategi yang dilakukan Jamal berupa membuat kacau situasi pasar, terminal dan jalanan. Selain itu, kekacauan dilakukan dengan cara kekerasan demi mendapatkan kekuasaan yang ia dambakan.

Kekerasan yang dilakukan oleh Jamal, tidak dilakukan secara langsung. Melalui perantara orang suruhannya kekacauan itu terjadi. Hal tersebut dilakukan karena ia tidak ingin menampakkan diri jika ia ingin menguasai kota Bandung. Untuk mengacaukan situasi pasar, ia mengirimkan Unang yang merupakan anak buah Dikdik selaku pimpinan pasar. Cara yang dilakukan berupa menagih uang iuran kepada penjual di pasar dengan tidak sopan serta mengirimkan pencopet agar beroperasi di pasar. Situasi yang carut marut tersebut, membuat Taslim, anak buah Dikdik, merasa ada yang tidak beres dengan situasi demikian. Taslim mengetahui bahwa hal tersebut karena ulah Unang, Unang pun merasa khawatir. Akhirnya Unang kabur tanpa kabar dan membawa uang setoran dari pasar. Uang tersebut ia gunakan untuk membayar penjahat untuk menghajar Taslim. Hal yang sama dilakukan Kemod, anak buah Gobang yang telah berkhianat karena ia memiliki visi yang sama dengan Jamal. Kemod membuat situasi terminal menjadi kacau dengan cara yang sama dengan Unang.

Dalam hal ini, dapat terlihat bahwa laki-laki identik dengan kekerasan. Masyarakat mempercayai bahwa laki-laki adalah sosok yang tangguh, kuat dan siap mengambil setiap resiko. Untuk itu, aktor preman dari sinetron ini adalah laki-laki. Perempuan dianggap tidak lazim untuk menjadi preman karena karakternya yang lemah lembut dan mudah menangis.

Pada sinetron ini peneliti akan meneliti bagaimana maskulinitas tersebut ditampilkan dengan dipengaruhi oleh kelas sosial. Maskulinitas yang ditampilkan akan menuju pada maskulinitas hegemonik atau maskulinitas subordinat. Untuk itu peneliti menggunakan analisis semiotika untuk mengetahui makna dari simbol-simbol ataupun tanda-tanda yang ada di dalam sinetron tersebut. Analisis semiotika yang digunakan adalah model semiotika Roland Barthes dengan dua tahap pemaknaan (*two significations order*), yaitu denotasi dan konotasi. Di dalam konotasi, yang merupakan tahap pemaknaan kedua diperkuat dengan mitos. Mitos merupakan nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalahnya adalah :

Bagaimana maskulinitas kelas bawah ditampilkan pada sinetron *Preman Pensiun 3*?

C. Tujuan Penelitian

Pada sinetron tersebut terdapat tanda-tanda atau simbol-simbol yang menunjukkan tentang maskulinitas kelas bawah. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana maskulinitas ditampilkan dalam sinetron *Preman Pensiun 3* berdasarkan kelas sosial. Selain itu penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah maskulinitas yang ada

dalam sinetron tersebut merupakan maskulinitas hegemonik atau maskulinitas subordinat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis untuk memberikan pengetahuan mengenai konsep maskulinitas berdasarkan kelas sosial. Selain itu dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti tentang gender khususnya tentang maskulinitas.

E. Kerangka Teori

1. Maskulinitas Hegemonik

Konsep maskulinitas hegemonik dipopulerkan oleh RW Connel, sosiolog dari Australia untuk memperkenalkan posisi sosial dominan laki-laki dan posisi sosial subordinat perempuan. Hegemoni pada maskulinitas hegemonik secara sosiologi diperkenalkan melalui teori Gramsci yang fokus terhadap dinamika perubahan yang melibatkan mobilisasi dan demobilisasi setiap kelas. Sumber yang paling dasar terletak pada teori feminis patriarki dan juga debat mengenai peran laki-laki dalam mengubah sistem patriarki.

Maskulinitas hegemonik diketahui sebagai pola praktik yang memperbolehkan laki-laki memiliki dominasi lebih daripada perempuan. Hal tersebut dapat juga dikenal sebagai istilah patriarki. Karakteristik

patriarki sendiri diketahui bahwa laki-laki memiliki otoritas lebih daripada perempuan. Laki-laki yang mendapatkan manfaat dari sistem patriarki tanpa melakukan versi kuat dari dominasi maskulin dianggap melibatkan maskulinitas. Hegemoni bukan berarti kekerasan walaupun didukung dengan kekuatan. Kekuatan yang didapat berdasarkan pada budaya, lembaga dan kepercayaan. Maskulinitas hegemonik hadir untuk memperlihatkan keadaan yang spesifik dan membuka sejarah baru, sehingga bentuk-bentuk maskulinitas akan tergantikan oleh sesuatu yang baru (Connel dan Messerschmidt, 2015 h. 832).

Maskulinitas hegemonik bukan berupa entitas diskursif yang tunggal. Akan tetapi konsep ini merupakan konfigurasi dari praktik gender pada waktu tertentu hingga legitimasi maskulinitas. Maskulinitas hegemonik juga muncul dalam keadaan dinamis pada salah satu bentuk dominan identitas laki-laki yaitu kesatuan dan terbuka untuk tantangan. Dalam konfigurasi gender dinamis dari kemunculan hegemoni maskulinitas dan evolusi maskulinitas, seringkali digambarkan pada teks-teks kontemporer (Nilan, 2009, h. 332).

Kebijakan pemerintah pada Orde Baru telah mempertegas isu tentang gender. Isu mengenai gender dipertegas karena berkaitan dengan pembangunan nasional dan proses nasionalisasi. Sejak berakhirnya Orde Baru di tahun 1998, isu-isu mengenai gender menjadi semakin rumit. Tren-tren terbaru telah berpengaruh terhadap relasi gender, berupa:

pertumbuhan penduduk, usia menikah, pengawasan terhadap fertilitas, dan pertumbuhan partisipasi pekerja pada wanita (Nilan, 2009, h. 330).

Pada pemerintahan ini pun, laki-laki sangat ditekankan untuk menjadi sosok yang kuat, karena dengan begitu dapat mencerminkan karakter bangsa. Hal demikian menyebabkan peran laki-laki lebih menguasai sektor publik. Sementara peran perempuan cukup di rumah saja. Laki-laki diposisikan sebagai elemen penting dari negara sedangkan perempuan cukup fokus pada keluarga di rumah yang mendukung program dan kebijakan pemerintah secara total. Pada masa itu pemerintah membuat program untuk perempuan seperti PKK, Dharma Wanita dan KB (Kusumajati, 2014, h. 6).

Selain memiliki program untuk wanita, Orde Baru juga memfokuskan diri pada anak muda. Pada masa pemerintahan ini, pemerintah menginginkan agar anak muda di Indonesia patuh terhadap orang tua. Anak muda Indonesia, terutama laki-laki diwacanakan oleh orang tua, untuk dibimbing dan dikontrol agar menjadi pribadi yang baik ketika sudah menjadi orang tua. Mereka diajarkan juga agar dapat menjaga situasi yang harmonis baik dalam keluarga maupun lingkungan. Setiap kritik tidak baik jika dilakukan secara terbuka, sebab dikhawatirkan akan menimbulkan konflik.

Patriarki merupakan variasi dari ideologi hegemoni. Dalam patriarki, laki-laki tua memiliki hak istimewa daripada laki-laki muda. Hak istimewa itu berupa otoritas, di mana otoritas laki-laki tua lebih besar

daripada laki-laki muda. Pada masa Orde Baru terdapat istilah *Bapakism* yang merupakan perpaduan antara tradisi feodal dengan paradigma pertumbuhan moderen. Contohnya, Soeharto memperkenalkan diri bahwa beliau adalah bapak Pembangunan Nasional. Pada prinsipnya “Bapak” merupakan sosok yang dominan dalam keluarga dan memiliki aturan-aturan. Meskipun demikian, sosok “Bapak” tetap bisa berperan dalam suatu bisnis, kota maupun negara. Pada tulisan yang ditulis oleh Moghadam (1993) mengenai relasi gender tradisional menyatakan bahwa laki-laki yang lebih tua dari sebuah keluarga mempunyai otoritas lebih daripada anggota keluarga yang lain termasuk laki-laki muda dan wanita (Nilan, 2009, h. 333).

Tidak hanya itu, Soeharto dianggap juga sebagai laki-laki Jawa yang ideal. Beliau bagaikan raja yang sangat berkuasa dan kaya raya. Dalam kultur Jawa, laki-laki ideal adalah laki-laki yang memiliki uang dan kejantanan seksual. Penguasaan laki-laki terhadap perempuan merupakan tanda dari kejantanan. Posisi wanita tersebut disejajarkan dengan harta yang dimiliki oleh laki-laki itu sendiri namun wanita tidak mandiri (Darwin, 1999, h. 1). Selain kaya dan jantan, laki-laki ideal adalah laki-laki yang mampu mengontrol emosi, rasional dan karismatik.

Pada zaman Orde Baru yang dipimpin oleh Presiden Soeharto, sosok laki-laki yang menjadi penguasa negara. Pada saat itu pula perpolitikan di Indonesia kental dengan patriarki, di mana urusan politik dan publik dipegang sepenuhnya oleh laki-laki. Ketika Orde Baru berakhir

dan Soeharto turun jabatannya dari presiden, wacana tentang feminis mulai bersuara. Ditambah Indonesia pernah dipimpin oleh presiden perempuan, yaitu Megawati. Terpilihnya Megawati sebagai presiden Indonesia disambut oleh para pejuang feminis. Hal tersebut menandakan bahwa sosok kuat dan mampu memimpin tidak hanya melekat pada sosok laki-laki, namun dapat melekat pula pada sosok perempuan sebagai bentuk dari perubahan sosial dan budaya.

2. Maskulinitas Anak Muda dan Maskulinitas Subordinat

Dalam setiap kebudayaan, tentu saja memiliki perbedaan dalam cara pandang melihat sifat kekelakian. Ketika seorang anak laki-laki lahir, maka ia akan dibebankan beragam norma, kewajiban, serta harapan dari keluarga terhadapnya (Dermatoto, 2010, h. 1). Citra diri seorang laki-laki dalam kehidupan sehari-hari bersumber pada norma budaya. Hal tersebut berupa cara berbicara, cara berpakaian, cara bergaul dan sebagainya. Laki-laki harus mendapat pendidikan yang baik agar mendapatkan pekerjaan tetap. Seorang laki-laki juga harus bertanggungjawab dan dapat dipercaya.

Dalam budaya tradisional Indonesia, laki-laki muda mencari perlindungan pada laki-laki yang lebih tua saat dihadapi kesulitan. Selain itu, laki-laki muda tidak individual melainkan berkelompok namun subordinat pada bapak, paman atau bos. Jika laki-laki yang lebih tua melakukan perbuatan buruk, maka laki-laki muda akan mengikuti perbuatan buruk juga.

Dalam beberapa media, khususnya tayangan televisi pada waktu *prime time*, ada tiga jenis anak muda Indonesia. Ketiga jenis anak muda itu adalah anak muda soleh, anak muda sekuler dan anak muda pelaku kriminal (Nilan, 2009, h.328). Pertama adalah jenis anak muda yang soleh. Anak muda yang soleh berpenampilan dengan menggunakan peci, baju putih dan berjenggot. Selain itu, anak muda ini menjalani kehidupannya sesuai dengan ajaran-ajaran agama. Anak muda yang seperti ini, menghabiskan waktunya untuk beribadah di masjid dan melakukan diskusi kelompok mengenai isu sosial dan anti barat. Secara kehidupan bersosial dengan masyarakat, mereka sangat menghindari kontak langsung dengan perempuan yang bukan *mahram*-nya. Selain itu, mereka menghindari untuk berkomunikasi lebih dengan non muslim.

Mereka menginginkan negara Indonesia menerapkan sistem hukum syariah, karena Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Mereka menganggap bahwa jika Indonesia menerapkan sistem hukum syariah maka akan mengurangi kriminalitas dan menumpas kejahatan yang ada di Indonesia. Meskipun demikian, anak muda Islam Indonesia tetap patuh orang yang lebih tua. Sepandainya mereka dalam urusan agama dan dianggap sebagai orang yang soleh, mereka tetap memiliki pendamping dalam kehidupannya. Sebagai anak muda, mereka kerap meminta nasihat dari orang yang lebih tua dari mereka agar hidup lebih terarah sesuai dengan bimbingan agama.

Anak muda Islam di Indonesia tidak beda jauh dengan anak muda Islam yang ada di tempat lainnya. Di Tehran, anak muda Islamnya mengorganisir kehidupannya di masjid, pesantren dan kesatuan militer. Mereka berasal dari kelas bawah dan kelas menengah tradisional. Tujuan mereka adalah untuk membuat orang-orang mentaati peraturan. Sementara stereotip yang ada di Indonesia, anak muda Islam datang dari keluarga miskin dan jarang dari keluarga berpendidikan.

Tipe anak muda kedua adalah anak muda sekuler. Anak muda tipe ini sangat bertolak belakang dengan tipe anak muda yang pertama, yaitu anak muda soleh. Jika anak muda soleh menjadikan agama sebagai pedoman hidupnya, maka anak muda sekuler berlaku sebaliknya. Hal lain yang membedakan keduanya adalah dari segi konsumsi rokok. Anak muda soleh tidak mengkonsumsi rokok, sementara anak muda sekuler mengkonsumsi rokok. Anak muda yang seperti ini biasanya masuk ke dalam golongan kelas menengah.

Hal-hal yang dilakukan oleh anak muda jenis ini adalah bermain musik, olahraga dan berkumpul dengan teman-temannya. Selain itu, mereka juga amat peduli dengan penampilannya. Biasanya uang yang mereka miliki dihabiskan untuk perawatan motor, membeli rokok dan membeli pakaian. Meskipun demikian, anak muda sekuler ini berada dalam dua kondisi. Kondisi dalam status anak, di mana mereka harus patuh dengan orangtuanya yang memiliki otoritas lebih tinggi. Kemudian

kondisi sebagai orang dewasa. Kondisi seperti ini merupakan masa transisi seorang anak muda untuk menjadi dewasa.

Tipe anak muda yang ketiga adalah anak muda yang suka hidup berkelompok dan kerap melakukan perbuatan kriminal. Mereka seperti preman, pengguna dan pengedar narkoba, berjudi dan suka mabuk. Kelompok laki-laki yang suka melakukan kekerasan disebut juga dengan preman.

Kasus tawuran yang seringkali didominasi oleh remaja laki-laki merupakan salah satu aksi dari pemahaman negatif doktrin laki-laki yang dipahami oleh remaja laki-laki. Bagi mereka, jika remaja laki-laki tidak bisa beradaptasi dengan norma yang berlaku mengenai maskulinitas, maka akan dilecehkan oleh teman sebayanya. Maskulinitas dianggap sebagai acuan untuk menjadi pria sejati dan kepantasan dalam pergaulan. Jika mematuhi maskulinitas maka akan meraih superioritas dan menjadi laki-laki sejati. Akhirnya, mereka berusaha untuk melakukan berbagai cara untuk mendapatkan label 'laki-laki sejati'. Akan tetapi maskulinitas diterjemahkan sebagai cara yang harus ditempuh dengan melakukan perkelahian dan penindasan.

Saat laki-laki tidak mampu menjalankan peran gender, mereka akan merasa malu dan terhina. Saat itu pula laki-laki merasa harga dirinya jatuh. Ketika mereka merasa harga dirinya jatuh, mereka akan merasa takut. Sebisa mungkin menjaga dan mempertahankan harga dirinya. Efek dari kegagalan dalam menjalankan peran gendernya banyak tindakan

negatif yang dilakukan. Seperti mabuk, mengkonsumsi narkoba dan menjadi anggota kelompok kriminal. Tindakan tersebut dipilih karena berlabel 'jantan' dan dapat menutupi harga diri kekelakiannya yang jatuh. Masyarakat pun menganggap hal tersebut wajar dilakukan oleh laki-laki, karena erat dengan label jantan. Masyarakat cenderung permisif dengan nilai kejantanan yang sifatnya negatif ketika kita membicarakan tentang laki-laki dan alkohol. Jika laki-laki menjadi peminum dan pecandu alkohol itu adalah hal yang biasa. Kelonggaran kontrol sosial tersebut, menyebabkan laki-laki meminum-minuman beralkohol dengan berbagai alasan.

Ketika laki-laki merasa harga dirinya jatuh, mereka bisa juga melakukan hal positif untuk menjaga dan mempertahankan kekelakiannya. Hal positif yang dapat dilakukan adalah berkaitan dengan kemampuan diri dalam menerima diri dan pengelolaan emosi negatif, namun tidak banyak laki-laki yang mampu mengelola emosi dalam dirinya. Kondisi ini yang menyebabkan mereka tidak dapat mengontrol dinamika perasaan negatifnya.

Di Indonesia kontemporer saat ini muncul istilah '*a new masculine cast*'. Gejala ini ditandai dengan adanya kekerasan yang terjadi terhadap kelompok homoseksual di Indonesia. Hal tersebut menandakan adanya politik homophobia. Homophobia merupakan ketakutan diri pada seorang laki-laki jika mereka tidak dapat melakukan apa yang harus dilakukan oleh laki-laki. Laki-laki akan sangat merasa takut jika mereka dikatakan sebagai

seorang *gay*. Mereka pun takut jika mereka dikatakan sebagai seorang banci karena sikapnya yang begitu *kemayu*. Banci dianggap sebagai label yang paling merendahkan seorang laki-laki karena *kemayu*, tidak gagah dan tidak keren (Mahendra, 2016).

Tahun 2005-2006 diramaikan dengan perdebatan mengenai Undang-Undang Antipornografi dan Pornoaksi. Di saat itu pula FPI melakukan penggrebakan kantor majalah Playboy. FPI dalam hal ini menunjukkan kuasanya. Selain melakukan penggrebakan, FPI pun menyerang kelompok *gay* dengan aksi kekerasan yang sangat terbuka. Kehadiran sekelompok *gay* tersebut dinilai tidak lazim oleh FPI karena hegemoni pada masa Orde Baru. Orde Baru sangat menjunjung tinggi nilai keluarga bahagia yang terdiri dari ayah, ibu dan anak. FPI pun melihat bahwa *gay* tidak mencerminkan karakter Indonesia.

3. Maskulinitas dalam Media

Media menjadi salah satu sarana untuk menggambarkan citra maskulinitas. Selain itu, media juga memberikan gambaran dari konsep maskulinitas yang memiliki perkembangan. Konsep maskulinitas dapat dimediasi melalui film, novel, pertunjukan teater, iklan dan lain sebagainya.

Maskulinitas pada media pun tak luput dari konstruksi. Isi dari media merupakan hasil dari konstruksi realitas dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sementara bahasa itu sendiri, selain

dapat dijadikan sebagai alat realitas tetapi bisa juga menentukan relief yang diciptakan bahasa pada realitas tersebut (Sobur, 2001, h. 88).

Hanke berpendapat bahwa hubungan antara maskulinitas dan media pada tahun 1970-an dan dikenal secara meluas pada tahun 1980-an. Konsep yang dikenal pada saat itu adalah “*masculinity as fact*” (Kurnia, 2014, h. 23). Dalam media, maskulinitas dipahami sebagai produk dan proses dari representasi. Maskulinitas dianggap sebagai salah satu subyektifitas yang memperbaiki identitas sosial dengan pendekatan konstruksionis. Sementara Foucault mempengaruhi konsep “*exhibiting masculinity*”. Gagasannya mengenai maskulinitas di media ke dua arah yaitu, maskulinitas sebagai konstruksi sosial dan maskulinitas terbuka pada teori pos-strukturalis (Kurnia, 2004, h. 24).

Dalam media massa, terdapat pertarungan simbolik pada konstruksi gender. Pertarungan simbolik tersebut ditunjukkan pada diksi yang digunakan oleh media massa. Diksi atau pemilihan kata-kata digunakan karena mampu menutupi realitas kekerasan reproduksi sosial. Diksi eufimisasi mengkontruksikan kesopanan diri pelaku konstruksi gender di media massa. Laki-laki dianggap sebagai *male modesty*, maka mereka tidak harus berpenampilan sopan. Sedangkan perempuan dengan label *female modesty* yang harus menjaga kesopanan. Dalam diksi eufimisasi yang erat kaitannya dengan patriarki, laki-laki distereotipkan sebagai pemberi dan perempuan sebagai penerima (Dinurriyah, 2013, h. 15).

Maskulinitas dalam iklan pun seringkali menggambarkan sosok laki-laki yang berotot, berkeringat, mampu mengangkat beban berat dan mempesona. Biasanya *image* tersebut tergambar pada iklan rokok, minuman berenergi, dan sebagainya. Contoh pada iklan *L'Men*, yang memiliki tagline “*Kerempeng Mana Keren*” menunjukkan bahwa sosok laki-laki yang bertubuh kurus itu tidak keren. Iklan tersebut memiliki konsep ideal pada laki-laki yaitu memiliki badan yang tidak kurus dan atletis sehingga menjadi dambaan para wanita (Prasetyo, 2011, h. 206).

Situasi politik dapat mempengaruhi citra maskulinitas dalam iklan itu sendiri. Pada skripsi yang dituliskan oleh Toni Nur Fakhri Kusumajati (2014) yang berjudul *Dinamika Maskulinitas Pada TVC Di Era Orde Baru Dan Pasca Orde Baru* menjelaskan tentang citra maskulinitas yang direpresentasikan pada beberapa TVC atau iklan televisi. Pada era orde baru, iklan mengkonstruksikan bahwa laki-laki adalah jantan, gagah dan macho. Selain konstruksi tersebut, laki-laki berperan dalam lingkup publik. Hal ini sesuai dengan pemerintahan di bawah pimpinan Presiden Soeharto yang mewajibkan laki-laki menjadi sosok yang kuat dan jantan sebagai bagian dari karakter bangsa. Iklan pada era orde baru sering kali memunculkan beberapa simbol yang menunjukkan sifat kelelakian yang jantan dan tangguh, seperti otot, wajah macho, cara berpakaian yang *simple* dan bekerja di lapangan. Maskulinitas yang ditunjukkan melalui iklan pada era orde baru adalah maskulinitas tradisional. Laki-laki digambarkan dengan fisik dan kekuatan.

Runtuhnya orde baru, berpengaruh pada penggambaran laki-laki melalui media iklan. Pada era tersebut laki-laki ditampilkan lebih modern atau yang dikenal dengan istilah metroseksual. Laki-laki metroseksual sangat memperhatikan penampilan. Dengan penampilan tersebut mereka merasa lebih berani dan percaya diri. Hal tersebut digambarkan melalui iklan *Nivea For Men*. Selain merasa lebih berani dan percaya diri, laki-laki yang menjaga penampilannya akan mampu menarik perhatian lawan jenis.

Iklan pada era pasca orde baru pun mulai menggambarkan peran domestik yang diperankan oleh seorang laki-laki. Pada iklan *Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika* menunjukkan bahwa Ayah berperan pula dalam mengasuh dan memberikan perhatian lebih pada anaknya. Selain itu, pada iklan *Duhsill Mild Versi Go Wherever Fine Taste Takes You*, menggambarkan bahwa tidak hanya seorang perempuan saja yang bisa memasak dirumah, laki-laki pun dapat melakukannya. Pada penelitian dengan objek iklan tersebut menunjukkan bahwa hegemoni yang dilakukan oleh media tidak terlepas oleh rezim.

Pada film *action* kerap kali memunculkan maskulinitas. Maskulinitas yang digambarkan pada film tersebut biasanya cenderung melakukan kekerasan, berani, dan aksi heroik. Selain itu, aktor yang dimainkan pada film tersebut berpenampilan gagah, macho, kuat dan pemberani. Contoh pada film *action* Indonesia, *The Raid*, terdapat aksi perkelahian di dalamnya. Salah satu pemain dalam film ini, adalah Iko Uwais, yang merupakan atlit pencak silat Indonesia. Iko menjadi

representasi maskulinitas dalam film yang ber-*genre action* di Indonesia. Sebelum bermain di film *The Raid*, Iko juga pernah berperan dalam film *Merantau*. Iko berperan sebagai laki-laki yang cukup gagah dengan seni bela diri yang dilakukannya.

Di majalah banyak artikel yang membicarakan perihal laki-laki secara terbuka. Selain itu, terdapat pula artikel yang membicarakan soal perempuan dari sudut pandang laki-laki. Beberapa film yang menunjukkan adanya karakter baru pada maskulinitas adalah film *Kuldesak*, *Tato*, *Gerbang 13* dan *9 Naga*. Film tersebut menceritakan tentang laki-laki yang semula bersikap baik namun dapat melakukan kekerasan atau mengamuk dikarenakan faktor kemiskinan.

Film *Kuldesak* merupakan film omnibus yang menjadi film independen Indonesia pertama dengan sutradara sebanyak empat orang yaitu, Riri Riza, Nan Achnas, Mira Lesmana dan Rizal Mantovani. Film ini menceritakan tentang kehidupan pemuda Jakarta tahun 1990an. Mengisahkan tentang hal-hal yang memaksa para tokoh utama untuk melakukan hal-hal yang radikal. Contohnya pada tokoh Aksan yang diperankan oleh Wong Aksan. Aksan ingin membuat sebuah film dan membutuhkan uang, namun ayahnya tidak mendukung keinginan Aksan. Terpaksa Aksan mencuri uangnya untuk dapat mewujudkan keinginannya yaitu membuat film. Film tersebut menunjukkan bahwa hal-hal radikal dapat dilakukan oleh seorang laki-laki agar mendapat kepuasan diri.

F. Metode Penelitian

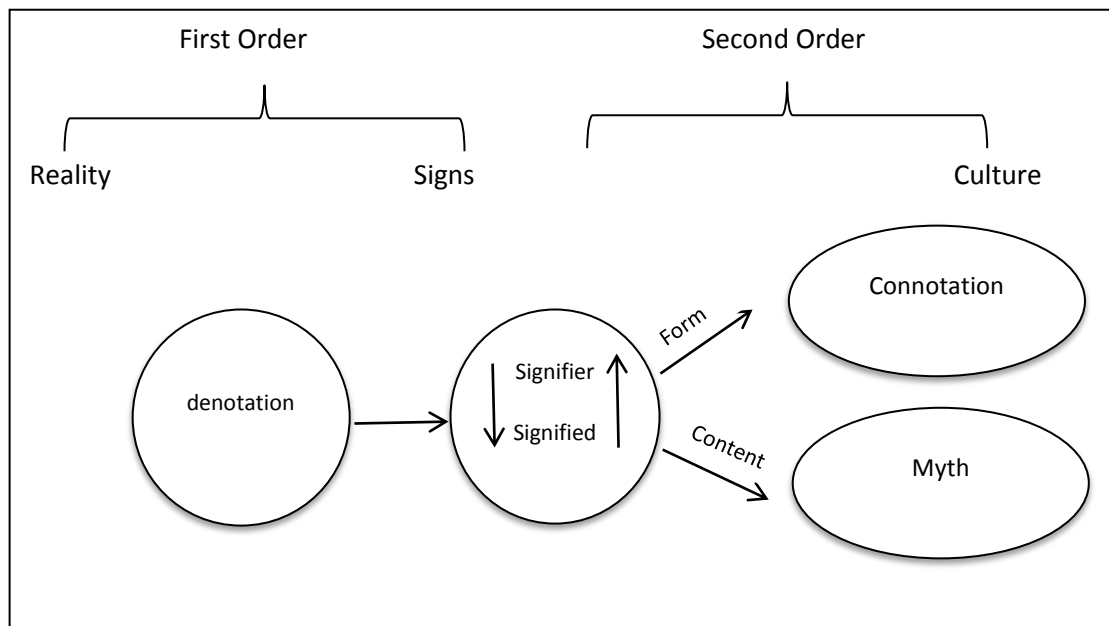
Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus menuju hal-hal yang umum (Kriyantono, 2006, h. 196).

1. Analisis Semiotik Roland Barthes

Semiotik merupakan kajian mengenai tanda dan cara-cara tanda tersebut bekerja. Dari tanda dan cara tanda tersebut bekerja, memiliki berbagai informasi. Analisis semiotik berupaya menemukan makna dan tanda termasuk hal-hal yang bersembunyi dibalik sebuah tanda (Kriyantono, 2006, h. 266). Model analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah model semiotik Roland Barthes. Model tersebut digunakan untuk memperlihatkan hal-hal yang belum tersampaikan secara eksplisit pada sinetron. Melalui model tersebut maka dapat diketahui hegemoni atau subordinat pada sinetron tersebut.

Semiotik menjadi pendekatan penting dalam teori media pada akhir tahun 1960-an sebagai hasil karya Roland Barthes. Barthes menyatakan bahwa semua objek kultural dapat diolah secara tekstual. Teks yang dimaksud adalah teks dalam arti luas. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda-tanda dapat terkodifikasi sistem. Maka dari itu teks yang dimaksudkan berupa berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi dan drama

(Sobur, 2001, h. 123). Fokus gagasan Barthes tertuju pada signifikasi dua tahap seperti pada gambar.



Gambar 1.1

Peta Tanda Barthes

Dari gambar di atas menjelaskan tentang signifikasi pada tahap pertama yaitu hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas. Signifier dan signified merupakan terminologi dari Saussure. Barthes menyebutnya dengan denotasi, yaitu apa yang diyakini akal sehat/orang banyak (*common-sense*), makna yang teramati dari sebuah tanda (Fiske, 2012, h.120). Sementara konotasi merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan hubungan tahap kedua. Signifikasi kedua berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (Sobur, 2001: 128).

Menurut Barthes, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Di sisi lain, denotasi menunjukkan arti yang eksplisit dari kata-kata dan fenomena lain. Sementara konotasi identik dengan ideologi yang disebut sebagai mitos yang bertujuan untuk memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku. Konotasi juga menjelaskan interaksi yang terjadi pada tanda yang bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna tanda tersebut.

Mitos merupakan cerita tentang kebudayaan yang menjelaskan aspek-aspek dari realitas atau alam. Mitos, bagi, Barthes, sebuah budaya cara berpikir, tentang sesuatu, cara mengonseptualisasi atau memahami hal tersebut (Fiske, 2012, h. 144). Di dalam mitos terdapat pola tiga dimensi yaitu, penanda, penanda dan tanda. Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang ada sebelumnya, atau dengan kata lain, mitos adalah suatu pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2006, h. 71).

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah sinetron *Preman Pensiun 3*. Sinetron tersebut terdiri dari 38 episode. Dalam penelitian ini hanya diambil beberapa episode yang sesuai dengan penelitian ini. Episode yang dipilih adalah episode 1, 13, 15, 23, 36 dan 38. Episode-episode tersebut dipilih karena sesuai dengan elemen-elemen maskulinitas. Elemen-elemen maskulinitas tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Elemen-elemen maskulinitas

No.	Elemen-Elemen
1.	Laki-laki menjadi kepala keluarga
2.	Laki-laki pencari nafkah untuk keluarga
3.	Laki-laki adalah seorang pemimpin
4.	Laki-laki sangat ambisius
5.	Laki-laki lebih rasional
6.	Laki-laki melindungi perempuan dari berbagai ancaman
7.	Laki-laki superior, sementara perempuan inferior
8.	Laki-laki bertubuh tinggi, gagah, kuat dan berotot
9.	Laki-laki memakai pakaian yang simple dan konservatif

Sumber : Peneliti

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama dari penelitian ini, sementara data sekunder merupakan data pendukungnya.

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah Sinetron Preman Pensiun 3 dengan beberapa episode yang telah dipilih karena dianggap relevan.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, buku, serta tulisan dari media cetak maupun media internet yang memuat informasi tentang penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data-data yang telah terkumpul. Data yang terkumpul tersebut dapat berupa catatan lapangan, gambar, foto, dokumen, artikel dan sebagainya. Data yang telah didapat kemudian diurutkan, dikategorisasikan dan dikelompokkan (Moleong, 2001, h. 103). Data yang dimaksud pada penelitian ini adalah makna dari tanda-tanda yang menggambarkan tentang maskulinitas kelas bawah pada sinetron *Preman Pensiun III*. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data adalah:

1. Mengamati sinetron *Preman Pensiun III* yang terdiri dari 38 episode dari dokumentasi *youtube*.
2. Memahami alur cerita dan skenario yang ada pada sinetron tersebut, kemudian memilih beberapa episode yang dianggap relevan dengan penelitian.
3. Dari setiap episode, dilihat beberapa adegan yang mengandung unsur maskulinitas kelas bawah. Kemudian dari setiap adegan akan dipilih dan dianalisis. Sajian data yang ditampilkan dalam bentuk tabel dan cuplikan adegan yang telah dipilih.
4. Adegan yang telah dipilih kemudian dianalisis dengan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.
5. Dari adegan yang dipilih kemudian dijelaskan makna denotasinya. Makna denotasi merupakan makna sebenarnya

dan masuk kedalam signifikasi tahapan satu pada peta Roland Barthes.

6. Dari makna denotasi yang telah diketahui, tahapan selanjutnya adalah menjelaskan makna konotasinya. Konotasi merupakan tahap signifikasi kedua di mana lambang denotasi yang telah diketahui dikaitkan dengan aspek emosi.