

## BAB II

### PERBANDINGAN PENELITIAN SEBELUMNYA

Sebelum peneliti melakukan penelitian tentang narasi seksualitas perempuan dalam film *7 Hati 7 Cinta 7 Wanita* telah ada penelitian serupa baik dalam metode yang menggunakan analisis naratif maupun penelitian yang mengangkat tema seksualitas perempuan dalam media.

#### A. Representasi Wanita Karir dalam Film *The Devil Wears Prada*

Penelitian pertama adalah penelitian yang ditulis oleh Adly Yunus Muluk mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2003. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah representasi wanita karir dalam film *The Devil Wears Prada*? penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi wanita karir divisualisasikan melalui mitos gender yang sudah mengalami perubahan nilai dalam film *The Devil Wears Prada*.
2. Untuk mengetahui ideologi apa dibalik representasi wanita karir dalam film *The Devil Wears Prada*.

Dalam penelitiannya, Adly menggunakan analisis semiotik untuk mengetahui representasi wanita karir dalam film *The Devil Wears Prada*. Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan tentang representasi wanita karir dalam film *The Devil Wears Prada* bahwa wanita karir (Miranda) diperlihatkan sebagai wanita yang mampu memimpin perusahaan besar. Memiliki partisipasi aktif yang sangat baik dalam perumusan maupun pengambilan kebijakan perusahaannya. Miranda juga memiliki akses dan kontrol yang teramat besar serta kekuasaannya

superior yang sangat dihormati bahkan ditakuti. Selain Miranda, adapula sosok Andrea yang digambarkan sebagai wanita yang mampu menentukan pilihan hidupnya dan ia merupakan subyek aktif dalam kemandirian. Andrea telah merubah tatanan simbolik masyarakat bahwa perempuan tidak pantas melakukan aktivitas yang biasa dilakukan laki-laki.

Perempuan dalam penelitian ini, merupakan perempuan yang menginginkan untuk dapat berada di ruang lingkup publik, berpartisipasi lebih aktif, bukan hanya dalam lingkungan domestik. Berkarir adalah salah satu bentuk dari partisipasi perempuan untuk dapat menempatkan posisi pribadinya dalam ruang lingkup publik. Kehidupan rumah tangga wanita dalam film *The Devil Wears Prada* ternyata tidak seimbang dengan kesuksesan karirnya. Karena eksistensinya di sektor publik lebih fokus dibandingkan sektor domestik. *The Devil Wears Prada* mampu menampilkan konstruksi perempuan yang kuat karena mampu bertahan, bangkit dan tampil sebagai wanita karir yang super. Film ini juga menampilkan konstruksi perempuan yang berani melakukan perlawanan terhadap budaya dan aturan-aturan sekitarnya yang mendukung kekuasaan laki-laki untuk menguasai diri perempuan. Mereka melakukan perlawanan dengan melakukan tindakan yang didasari atas kebebasannya dalam melakukan pilihan-pilihan hidup pribadinya. Pilihan yang bebas tanpa harus disertai beban kultural yang ada di sekitarnya.

Film *The Devil Wears Prada* mampu merepresentasikan wacana feminisme. Dimana karakter feminisme sangat kuat mempengaruhi perilaku

memposisikan diri sebagai feminis postmodern dan feminis eksistensialis. Feminist postmodern bertindak lebih maju untuk eksistensi wanita dalam ranah publik dan feminis eksistensialis bertindak menentukan pilihan dalam hidup. Perempuan tidak menginginkan hak untuk menjadi sama dengan laki-laki, tetapi menginginkan kebebasan yang sama dengan laki-laki dan tetap menjadi diri sendiri.

Sebuah konstruksi yang kuat mengenai superioritas wanita karir dalam kemandirian dan penggambaran wanita karir yang profesional tanpa menyalahi kodratnya sebagai perempuan, membuat film ini mampu merepresentasikan kepemimpinan dan kekuatan perempuan dalam karir sebagai basis identitas. Tidak perlu menjadi laki-laki untuk bisa menjadi pemimpin yang tangguh, bertindak aktif dan cerdas, serta tau apa yang menjadi keinginannya.

### **B. Konstruksi Seksualitas Perempuan pada Majalah Men's Health**

Penelitian kedua adalah penelitian yang ditulis oleh Arif Sofyan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2006. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana konstruksi seksualitas perempuan dalam majalah Men's Health? Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana konstruksi seksualitas perempuan dalam majalah Men's Health
2. Untuk membongkar teks media yang menggambarkan seksualitas perempuan

Penelitian Arif Sofyan dalam membongkar konstruksi seksualitas dalam majalah Men's Health menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

tertentu untuk membicarakan dan memahami dunia atau aspek dunia. Sedangkan kritis memiliki makna menyelidiki dan menganalisis hubungan-hubungan kekuasaan yang terdapat dalam masyarakat dan perspektif-perspektif normatif yang digunakan untuk mengkritik hubungan-hubungan terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sosial.

Dalam penelitiannya, Arif Sofyan menemukan bahwa wacana konstruksi seksualitas dalam MH telah menempatkan perempuan dalam posisi subordinat. Majalah MH telah menjadikan seksualitas perempuan sebagai komoditasnya. Bentuknya adalah dengan merenggut tubuh perempuan dari sektor privat ke sektor publik. MH juga meletakkan seksualitas perempuan dalam hierarki kekuasaan dengan membuat dikotomi pemisah antara laki-laki dengan perempuan. Perempuan ditempatkan sebagai pihak yang pasif yang tidak bergerak. Dalam masalah keintiman MH tidak meletakkan dasar pembahasannya pada rasa cinta, serta kesetaraan melainkan meletakkannya dengan pondasi penaklukan dan kekuasaan.

### **C. Feminitas Perempuan dalam Iklan Kecantikan.**

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Rini Nurzanah mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun 2005. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana feminitas perempuan direpresentasikan dalam iklan *Ponds Flawless White series "7 Days to Love"* dan *"Love Conquers All"*? . penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran bagaimana feminitas perempuan direpresentasikan dalam iklan *"Ponds Flawless White series "7 Dyas to Love"*

Analisis feminitas melalui penampilan sifat emosional dan pasif pada iklan *pond's series "7 Days to Love"*. Carrie digambarkan dengan sosok yang emosional dan pasif sebagai perempuan. Ia rela berkorban demi mendapat pengakuan dari laki-laki dengan menggunakan *cream* pemutih. Saat perempuan bisa bersama laki-laki saat itulah kebahagiaannya datang. Oleh sebab itu, perempuan harus menyenangkan laki-laki untuk mendapatkan kebahagiaan ini. Pengorbanan yang dilakukan oleh perempuan nantinya tidak sebanding dengan kebahagiaan yang akan didapatkannya bila ia bersama laki-laki.

Analisis feminitas melalui sifat pengasuh dan emosional dalam memimpin pada iklan *Pond's series "Love Conquer All"*. Perempuan dimitoskan pada mitor domestik, pasif, emosional, dan lain sebagainya. Seperti yang diperankan Rose sebagai guru. Sifat pengasuh perempuan diidentikan dengan domestikasi di ranah publik. Rose tampak dalam representasi iklan yang menggambarkan peran perempuan pekerja yang tidak lebih sebagai pegawai biasa, seperti guru anak-anak. Kenyataan ini mengindikasikan bahwa posisi dan peranannya cenderung lebih bermakna sebagai sosok *second sex* setelah laki-laki. Begitu juga dengan sosok ibu Toms sebagai pemimpin yang lebih menonjolkan sifat emosional. Sedangkan seorang pemimpin biasanya diperlihatkan sebagai sosok tegas, berwibawa dan rasional.

Kemunculan feminitas perempuan dalam media bisa dikaitkan dengan eksistensi ideology patriarki yang sejak dulu mendominasi pada setiap lini kehidupan. Munculnya berbagai media justru malah lebih *memantapkan*

Penampilan fisik, peranan gender digemborkan dalam media tanpa kecuali dalam iklan *Pond's series*. Padahal media sebagai pilar ke empat dalam sebuah Negara harusnya tidak mendiskriminasikan suatu kelompok atau isu gender.

Selain mengambil dari skripsi peneliti juga mengambil beberapa jurnal untuk melengkapi tinjauan pustaka, seperti jurnal yang berjudul :

1. Budaya Seksual dan Dominasi Laki-Laki dalam Perikehidupan Seksual Perempuan yang ditulis oleh Irwan M. Hidayana dosen pada departemen Antropologi pada Pusat kajian Gender dan Seksualitas FISIP UI. Dalam jurnal tersebut disebutkan bahwa seksualitas tertanam dalam berbagai aspek kehidupan budaya masyarakat yang disebut Foucault sebagai *ars erotica*. Dalam kebudayaan Indonesia, *ars erotica* ini muncul melalui tarian jaipong, ronggeng, ludruk dan sejenisnya. Seks adalah bagian dari kehidupan dalam keseharian masyarakat. Akan tetapi budaya seksual menempatkan perempuan pada posisi subordinat seperti keperawanan, sunat wanita, nikah *siri*, poligami atau prostitusi.
2. Jurnal selanjutnya berjudul Perempuan dan Kesejahteraan Keluarga di Indonesia : Kritik atas Model Keluarga Lelaki sebagai Pencari Nafkah Utama yang ditulis oleh Atnike Nova Sigiuro. dalam jurnal tersebut disebutkan bahwa munculnya bentuk Negara kesejahteraan di Barat, tetap memposisikan

Perempuan melakukan berbagai cara untuk mempertahankan kesejahteraan keluarga, mulai dari menikah, menjadi gundik, berutang, spiritual, hingga menjadi buruh migran.

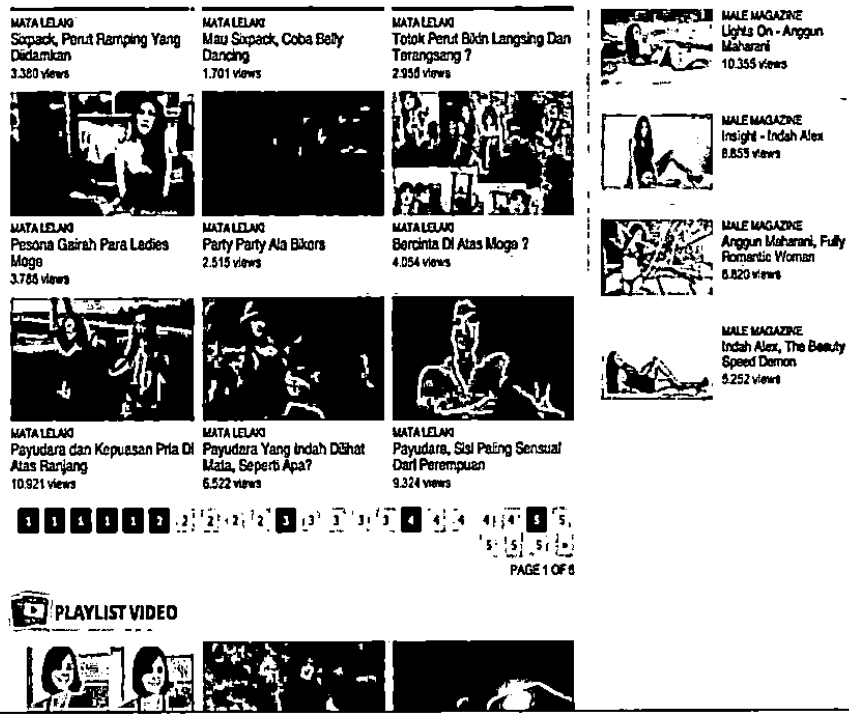
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang ada sebelumnya seperti yang telah peneliti sampaikan di atas adalah bahwa penelitian ini ingin mengetahui narasi seksualitas perempuan dengan menggunakan penelitian yang menggunakan analisis naratif dengan obyek penelitian film *7 Hati 7 Cinta 7 Wanita*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh ketiga penelitian sebelumnya adalah perbedaan dalam menggunakan metode penelitian dimana dua dari penelitian sebelumnya menggunakan analisis semotik dan satu penelitian menggunakan analisis wacana. Adapun kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Adly Yunus, Arief Sofyan, dan Rini Nurzanah yaitu sama-sama menganalisis tentang seksualitas perempuan.

Ketiga penelitian sebelumnya memiliki tiga fokus permasalahan seksualitas yang berbeda dengan penelitian ini. Seksualitas perempuan yang diteliti oleh Adly Yunus adalah bagaimana wanita karir dikonstruksi dalam film yaitu film *The Devil Wears Prada*. Arief Sofyan meneliti seksualitas dalam majalah *Men's Health*, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana seksualitas perempuan dinarasikan dalam film, yaitu film *7 Hati 7 Cinta 7 Wanita*. Rini Nurzanah melihat feminitas perempuan dalam iklan kecantikan. Objek penelitian yang merupakan iklan kecantikan, maka hasil temuannya adalah bagaimana feminitas perempuan dinilai secara fisik, serta

Berbagai tayangan dengan objek utama perempuan menjadikan perempuan sebagai komoditas yang laku dijual di pasaran. Komodifikasi adalah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme di mana objek, kualitas dan tanda menjadi komoditas, dimana komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual kepasar (Barker, 2006: 408). Perempuan yang menjadi korban komodifikasi media massa yang juga dikuasai laki-laki dieksploitasi keindahan tubuh perempuan. Tayangan- tayangan mengenai perempuan di media massa menjadikan perempuan sebagai komoditas dan *fetish object*.

Televisi menjadi salah satu media massa yang mempunyai control penuh dalam penggambaran dan penayangan mengenai perempuan. Mata Lelaki sebagai salah satu contoh program yang ada di Trans 7. Mata lelaki merupakan sebuah program variety show bergenre dewasa. Melihat dari judul nya saja, masyarakat sudah dapat mengetahui kurang lebih konten yang dihadirkan oleh program itu. Mata Lelaki sebagai program acara dewasa menjadikan perempuan sebagai objek





**Gambar 2.1 Program Mata Lelaki Trans 7**

*Sumber : <http://www.mytrans.com/program/62/63/116/mata-lelaki> dikases pada tanggal 26 Desember 2013.*

Dilihat dari foto diatas, terdapat berbagai judul yang terlihat jelas menjadikan perempuan sebagai objek seksual. Program tv ini seolah-olah menjadikan perempuan sebagai hidangan yang dapat dinikmati oleh laki-laki. Perempuan yang menjadi objek seksual bagi laki-laki dalam media bisa berarti bahwa perempuan telah kehilangan otonomi tubuhnya. Perempuan menjadi seksi, langsing, putih berambut panjang dilakukannya demi kesenangan laki-laki bukan untuk diri perempuan itu sendiri.

Majalah Men's Health seperti yang telah diteliti oleh Arif Sofyan

menempatkan perempuan dalam titik subordinat dan menjadikan seksualitas perempuan sebagai komoditasnya. Televisi dan majalah mempunyai peran yang besar dalam mengkonstruksi realitas khususnya mengenai seksualitas perempuan. Seksualitas perempuan tidak hanya menjadi objek yang dapat dinikmati oleh lelaki, namun seksualitas perempuan juga dapat menjadi sumber ekonomi yang besar. Ekonomi kapitalisme mutakhir telah berubah kearah penggunaan tubuh dan hasrat sebagai titik sentral komoditi, yang disebut dengan ekonomi libido (Sobur, 2001: 38). Dilihat dari hal tersebut, tidak mengherankan apabila media di Indonesia berlomba-lomba menghadirkan program dengan menggunakan seksualitas perempuan sebagai objek utamanya.

Film juga mempunyai andil yang cukup besar dalam penggambaran mengenai seksualitas perempuan. Banyak film-film yang diproduksi dengan mengangkat tema mengenai perempuan. Beberapa judul film yang mempunyai tema mengenai perempuan adalah Pasir Berbisik, Eliana-eliana, Berbagi Suami dan Perempuan Punya Cerita. Film Perempuan Punya Cerita disutradarai oleh 4 perempuan yang berbeda. Film Perempuan Punya Cerita menceritakan 4 cerita yang berbeda. Kesamaan dari 4 cerita film ini adalah perempuan sama-sama masih menjadi korban dari praktik patriarki. 4 sutradara perempuan seperti menggambarkan apa yang terjadi pada mereka dalam kehidupan sehari-hari sehingga penggambaran perempuan melalui film ini adalah mutlak bahwa perempuan masih menjadi korban tidak sebagai pelaku.

Berbeda dengan film 7 Hati 7 Cinta 7 wanita garapan sutradara Robby

Film ini ini menggambarkan perempuan dengan permasalahannya

yang berbeda-beda dan menempatkan perempuan tidak hanya sebagai korban, namun juga sebagai pelaku. Perempuan menjadi korban tetap dengan tema kekerasan dalam rumah tangga yang disebabkan oleh laki-laki. Namun di satu pihak perempuan juga menjadi pelaku dari dominasi antara laki-laki dan perempuan yang diceritakan melalui karakter perempuan yang mandiri dan sukses di ranah domestik. Film ini berusaha menghadirkan cerita yang terlihat adil, namun tetap saja timpang tanpa mengabaikan sutradara dari film ini adalah laki-laki.

Penggambaran atau *stereotype* mengenai perempuan sudah banyak dibicarakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kali ini, peneliti ingin mengamati sisi lain mengenai seksualitas perempuan yakni mengenai otonomi tubuh perempuan. Narasi seksualitas perempuan mengenai hilangnya otonomi tubuh perempuan dalam relasi antara perempuan dan laki-laki yang tidak setara. Peneliti ingin melihat bagaimanakah narasi yang dibangun mengenai otonomi tubuh perempuan oleh film *7 Hati 7 Cinta 7 Wanita* melalui elemen-elemen teori naratif Helen Fulton.

Otonomi perempuan berarti perempuan yang otonom, independen, dan mandiri dalam segala hal termasuk tentang tubuh dan kesehatannya. Perempuan bebas memutuskan apa yang terbaik untuk tubuhnya dan kesehatan reproduksinya (Naqiyah, 2005: 2). Konsep otonomi sendiri didefinisikan oleh Duits dan Zoonen sebagai bentuk kebebasan berpikir dan bertindak yang seringkali muncul dalam wacana populer tentang feminitas (Priyatna, 20013: 12). Dalam konteks ini

menarik dan proses saling mempengaruhi antara konstruksi sosial budaya dan otonomi serta subjektivitas perempuan. Perempuan seharusnya mempunyai hak penuh atas tubuhnya sendiri, namun pada kenyataannya tubuh perempuan justru dieksploitasi oleh kepentingan ekonomi global. Mereka menjual tubuh perempuan dan kecantikannya dengan segala cara yang berpengaruh besar terhadap pembentukan budaya masyarakat melalui media massa dan elektronik.

Dalam relasi seksualitas antara laki-laki dan perempuan harusnya bersifat setara. Tidak mengenal perbedaan dikotomi aktif dan pasif yang sebenarnya merupakan dikotomi manusia dan benda mati. Laki-laki ditempatkan sebagai manusia yang aktif dan bergerak sedangkan perempuan ditempatkan sebagai benda mati yang tidak bergerak. Perempuan yang mempunyai inisiatif untuk memulai lebih dulu dianggap sebagai perempuan agresif yang mempunyai konotasi negatif. Hasrat perempuan, yang ditampakkan dalam ruang publik atau di luar ruang domestiknya, sering digambarkan sebagai bentuk penyimpangan, sebagai kesalahan dan dosa. Perempuan mendapatkan tempat sebagai *the second*

... adalah ... ditampati oleh laki laki