

**REPRESENTASI CITRA LAKI-LAKI DALAM FILM TERLALU  
TAMPAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**ILMU KOMUNIKASI**



**DISUSUN OLEH:**

**Chodijah Nurfajrin Fachmi**

**2016230086**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi**

**MALANG**

**2021**

**RINGKASAN**

Representasi atau penggambaran terhadap laki-laki dan perempuan sering kali terjadi di media massa seperti film. Dalam film yang berjudul “Terlalu Tampan” terdapat banyak representasi citra laki-laki. Film ini menampilkan jenis maskulinitas yang berbeda-beda. Dalam film ini terdapat jenis maskulinitas pada tahun sebelum 1980-an, tahun 1980-an, tahun 1990-an, dan pada tahun 2000-an. Jenis maskulinitas Korea Selatan (*soft masculinity*) juga ditemukan dalam film ini. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi citra laki-laki dalam film Terlalu Tampan.

Riset berikut memiliki metode deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes memiliki beberapa tahapan diantaranya tahapan denotasi yaitu tahapan untuk mendeskripsikan apa yang dapat diindera oleh manusia, tahapan konotasi yang menjelaskan makna-makna yang terkandung dalam tahapan denotasi. Selanjutnya, jika sebuah tanda diadopsi secara berulang dan dinormalisasi oleh masyarakat maka hal tersebut dapat dikatakan mitos.

Hasil penelitian mengungkapkan dalam film Terlalu Tampan laki-laki memiliki karakter maskulinitas *new man as narcissist, be a big wheel*, dan *give em hell*. Serta karakter *soft masculinity* seperti laki-laki bersifat *tender charisma, purity, politeness*, sensitif dan lemah lembut serta lebih berani menunjukkan emosinya (kecewa, sedih, dan putus asa). Namun pada beberapa *scene* dirasa citra laki-laki yang direpresentasikan dalam film terkesan berlebihan dan terlihat tidak rasional.

**Kata kunci: Film, Maskulinitas, Representasi, Soft Masculinity.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media massa (mass media) adalah kompartemen atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan, menyampaikan aspirasi masyarakat, dan lebih jauh lagi sebagai alat khusus untuk menyampaikan kabar atau pesan kepada masyarakat secara langsung secara bebas. Sesuai (Cangara, 2010:123) komunikasi luas adalah perangkat yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber ke orang banyak (penerima manfaat) dengan memanfaatkan instrumen khusus seperti kertas, TV, radio, dan film.

Media massa juga merupakan instrumen yang dapat kita gunakan untuk menyampaikan secara konsisten, kapanpun dan dimanapun antara satu individu dengan individu lainnya (Nuruddin, 2009). Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini setiap orang membutuhkan media massa untuk mengetahui insiden yang sudah terjadi di sekeliling mereka dan saling bertukar informasi melalui proses media massa. Media massa tentunya tidak dapat dipisahkan dengan adanya internet terutama media elektronik dan media siber.

Kemunculan internet juga dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses apapun yang diinginkan, salah satunya yaitu media massa dimana bisa digunakan sebagai alat dalam bertukar informasi serta mencari berbagai informasi yang dibutuhkan serta mengakses apapun seperti media sosial, berita, melihat siaran televisi, mendengarkan streaming radio, hingga *streaming* film. Perkembangan dunia inovasi, khususnya kemajuan di bidang komunikasi luas, telah menjadikan komunikasi luas sebagai implikasi yang benar-benar terkenal. Salah satu bentuk komunikasi luas yang mengalami kemajuan pesat adalah film (Suriyadi dan Dewi, 2017).

Film ialah salah satu media komunikasi elektronik yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat luas. Bentuk film yang berupa audio visual ini membuat film banyak disukai dan diminati oleh individu dari berbagai latar belakang dan usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Film juga

merupakan jenis korespondensi massal yang dapat mempengaruhi orang banyak. Selain itu, menurut Sobur dalam (Suriyadi dan Dewi, 2017) film merupakan pengembangan atau penggambaran suatu realitas, karena film dapat membentuk dan juga dapat memperkenalkan realitas berdasarkan kode-kode, pertunjukan, dan filosofi yang terkandung dalam budaya.

Dalam sebuah film tentunya terdapat sebuah representasi atau penggambaran terhadap sesuatu yang merupakan potret generalisasi bagaimana kita mempersepsikan realita sosial. Penggambaran dapat dikatakan sebagai suatu siklus dimana suatu makna (importance) dapat disampaikan dengan memanfaatkan bahasa (language) dan diperjualbelikan antara sekelompok individu dalam suatu budaya (culture). Penggambaran juga dapat dikatakan sebagai kontak antara ide-ide yang terkandung dalam diri kita dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan kita untuk menguraikan suatu hal, individu, peristiwa nyata (asli), dan dunia fiksi artikel, individu, peristiwa, dan peristiwa yang terjadi. tidak asli (fiktif) (Hall, 2005).

Melalui representasi, media mengorganisir pemahaman kita mengenai kategori-kategori sosial dan mengapa seseorang harus tergolong dalam kategori tersebut. Hal tersebut dilakukan dengan sistem repetisi dimana ide yang sama akan terus menerus diulang. Penggambaran atau representasi tersebut dapat terjadi dalam acara televisi yang berbeda-beda sehingga bisa menjadi penggambaran yang dominan terhadap suatu kelompok atau terkadang ia menjadi satu-satunya penggambaran yang membuat ciri-ciri yang diberikan oleh media kepada kelompok sosial tertentu terasa natural. Contoh penggambaran yang sering terjadi dalam sebuah film salah satunya yaitu tentang gender.

Gender sering sekali dianggap masyarakat sebagai ketentuan Tuhan yang bersifat kodrati, Bagaimanapun juga, sebenarnya orientasi bukanlah sesuatu yang kita bawa ke dunia juga bukan sesuatu yang kita miliki, melainkan sesuatu yang kita lakukan. Sementara itu, Judith Steward menawarkan pandangannya bahwa orientasi adalah sesuatu yang kita tunjukkan (Sugihastuti dan Septiawan, 2007: 4). Orientasi adalah pemisahan

pekerjaan, kemampuan dan kewajiban antara perempuan dan laki-laki yang terjadi karena perkembangan sosial-sosial dan dapat berubah dalam jangka panjang. Pembahasan tentang gender erat kaitannya dengan feminitas dan maskulinitas hal ini merupakan pembagian hak yang rata antara pria dan wanita jikalau keduanya sudah terjun di masyarakat, mereka berhak memperoleh perlakuan yang sama pada setiap bidang kehidupan seperti di bidang politik, di tempat kerja, maupun bidang lain yang terkait dengan kebijakan tertentu (Mufidah, 2008).

Saat membicarakan orientasi, tidak asing lagi kita mendengar istilah seperti female atau manly. Jika jenis kelamin menekankan pada perbedaan antar manusia dalam hal orientasi, berbeda dengan orientasi yang merupakan perkembangan sosial dan sosial yang mengakui bagaimana seharusnya manusia memandang dirinya sebagai laki-laki atau perempuan.

Kejantanan adalah gagasan tentang pekerjaan yang ramah, cara berperilaku dan implikasi tertentu yang terkait dengan pria pada waktu tertentu. Jantan juga dapat diartikan sebagai jenis perkembangan laki-laki terhadap laki-laki (Kimmel dan Aronson, 2002). Untuk situasi ini, kejantanan belum dibingkai secara normal namun dibentuk melalui budaya. Kejantanan juga dapat dicirikan sebagai suatu jenis praktik orientasi yang merupakan perkembangan sosial yang mengacu pada tubuh laki-laki yang secara simbolis masih dibangkitkan oleh ilmu pengetahuan laki-laki.

Kejantanan juga dikomunikasikan oleh Connell (2005) dan dianggap sebagai medan regeneratif yang masuk akal bahwa tubuh bukanlah sesuatu yang tetap namun tubuh dapat diselesaikan secara organik melalui interaksi yang dapat diverifikasi. Gagasan tentang kejantanan dapat berubah dan telah menciptakan lagi dan lagi. Sesuai Beynon dalam buku harian Dermartoto, kejantanan berubah seperti jarum jam. Itu jantan sebelum tahun 1980-an, 1980-an, 1990-an, dan jantan selama tahun 2000-an.

Dari empat kelompok, kualitas kejantanan menurut Beynon dalam buku harian Dermartoto termasuk No Sissy Stuff (bukan perempuan), Be a Major Wheel (signifikan impact), Be a Durable Oak (solid), Demolish em (berani),

New Man sebagai Nurturer (ayah), New Man sebagai Egomaniac (egois), kejantanan macho, kekejaman dan hooliganisme (mengerikan), dan pria metroseksual yang merayakan gaya.

Satu lagi jenis kejantanan yang dikomunikasikan oleh Jung dalam (Octaningtyas, 2017) adalah kejantanan halus atau kejantanan ala Korea, yang merupakan perpaduan atau kombinasi karakter jantan dan ladylike. Kejantanan halus atau bisa juga disebut kejantanan halus adalah suatu pemikiran dimana laki-laki memiliki wajah yang menyenangkan, memiliki sifat yang halus, tidak bercacat dan murni.

Sun Jung telah melakukan eksplorasi pada kejantanan yang halus. Dalam eksplorasinya tentang "Bae Yong Joon, Kejantanan Lembut dan Fans Jepang". Ia memperhatikan dan menemukan bahwa menurut penggemar, sosok Bae Yong Joon yang memerankan Joon Sang dalam film Winter Sonata memiliki karakter kejantanan yang halus. Sesuai Jung, Bae Yong Joon memiliki daya tarik sendiri yang disebut kejantanan halus atau jantan halus, yang merupakan ide di mana seorang pria memiliki wajah yang indah, dan memiliki sifat lembut, jujur dan murni.

Jung in (Octaingtyas, 2017) menemukan beberapa hal yang membuat pria disebut gentle manly. Ada tiga hal, secara spesifik memiliki sifat-sifat halus, menyenangkan, dan tidak bernoda. Magnetisme halus adalah kehadiran yang tidak memihak, bahwa pria itu non-partisan, atau setidaknya, dia tidak terlihat maskulin seperti "macho" atau pria yang berlari namun juga tidak terlihat seperti wanita. Dia lembut, menawan, dan ramah. Dia berubah menjadi pria yang dibutuhkan setiap wanita. Ini adalah hal yang Sung Jung katakan tentang kualitas mistik halus sebagai kejantanan yang tidak memihak. Merek dagang berikutnya adalah kemurnian. Kesucian tidak terlepas dari pria yang menunjukkan kasih sayangnya dengan sungguh-sungguh. Penggambaran terbaik dari "murni" ini adalah ketidakbersalahan yang ditunjukkan oleh pria dengan menghargai apa adanya. Hal ketiga adalah sopan santun. Kemurahan hati dapat diartikan sebagai memiliki cara

berperilaku yang hebat dan berwawasan luas dan mentalitas yang hormat dan terus-menerus menunjukkan pertimbangan tentang kaki tangan Anda.

*Soft masculinity* erat kaitannya dengan *flower boys image*. Menurut Jung dalam (Octaningtyas, 2017) *soft masculinity* merupakan karakter laki-laki cantik. Di Korea itu sering disebut sebagai "Kkominam" dan itu berarti bunga dan pria yang luar biasa. Ungkapan "Kkominam" muncul sebagai akibat dari dampak gambar anak-anak yang bagus dari Jepang yang ditemukan dari karakter komik. Gambar anak laki-laki yang ditampilkan saat tampak sarat dengan warna-warni itulah sebabnya disebut sebagai gambar pemuda mekar.

Dalam sebuah film yang berjudul *Terlalu Tampan* menceritakan tentang kisah sebuah keluarga yang terlahir tampan diantaranya yaitu Pak Archewe yang merupakan kepala keluarga, Ibu Jer Basuki Mawa Bea (Bu Suk) istri dari Pak Archewe, Mas Okis yang merupakan anak pertama keluarga tampan, dan Witing Tresno Jalaran Soko Kulino atau yang biasa dipanggil (Mas Kulin) yang merupakan anak terakhir, serta beberapa tokoh lainnya yang terdapat di film tersebut.

Pak Archewe yang dikenal karena ketampanannya dahulu merupakan pakar cewe yang dapat menaklukkan banyak perempuan. Tokoh yang kedua yaitu Jer Basuki Mawa Bea atau biasa disapa Bu Suk ini juga memiliki wajah yang tampan. Tokoh selanjutnya yaitu Mas Okis anak pertama dari keluarga tampan ini mengikuti jejak ayahnya yang *playboy*, ia memanfaatkan ketampanannya dan ingin mengalahkan ayahnya yang bisa menaklukkan banyak perempuan. Berbeda dengan tokoh Witing Tresno Jalaran Soko Kulino atau yang biasa disapa Mas Kulin. Ia memilih untuk *homeschooling* karena dirasa ketampanannya melampaui batas dan setiap perempuan yang tidak kuat melihatnya akan jatuh pingsan atau mimisan. Maskulin merasa risih dan dia ingin merasakan hidup normal seperti manusia pada umumnya.

Film tersebut merupakan film yang diadopsi dari serial cerita webtoon yang juga memiliki judul sama. Karena dirasa unik dan banyak peminatnya, visinema *pictures* memutuskan untuk bekerjasama dengan kaskus *networks*

dan memproduksi film tersebut mengangkatnya menjadi sebuah film dengan judul yang sama dan juga nama tokoh yang sama seperti pada webtoon.

Dilansir melalui <https://hot.detik.com/movie/d-4935663/sinopsis-terlalu-tampan-ternyata-susah-jadi-ganteng> di webtoon, komik Terlalu Tampan sudah mencapai 9 juta kali pembaca sejak keluarnya pada Maret 2017. Bukan hanya itu saja, Terlalu Tampan mempunyai seratus episode sudah tersedia dalam berbagai Bahasa diantaranya terdapat dalam bahasa Indonesia, Inggris, Thailand, hingga Mandarin.

Semenjak poster resmi film Terlalu Tampan rilis dan dibagikan ramai-ramai oleh para pemeran film di akun instagram masing-masing pada bulan Desember 2018 lalu, banyak penggemar yang mengaku excited menantikan film Terlalu Tampan. Selain itu, poster Terlalu Tampan juga mendapat banyak pujian dari warganet. Sebagai pemeran utama, unggahan Instagram Ari Irham (Tokoh pemeran Mas Kulin) paling dibanjiri warga net (wowkeren.com).

Dalam film Terlalu Tampan, terdapat berbagai jenis maskulinitas yang digambarkan oleh berbagai tokoh laki-laki yang berperan dalam film tersebut. Film tersebut juga memasukkan gaya *soft masculinity* atau maskulinitas ala korea selatan yang diperankan oleh tokoh Mas Kulin dalam film tersebut. Menurut Sasono (2021) dalam sebuah artikel yang ditulis olehnya tokoh Mas Kulin dalam film Terlalu Tampan sangat berbeda dan keluar dari penggambaran karakter maskulinitas yang lazim ditemui dalam film di Indonesia. Saat tokoh Mas Kulin Berbeda dengan karakter film Visinema lainnya yang umumnya diperankan oleh Chicko Jericho dan Rio Dewanto, Mas Kulin sangat berbeda. Dia lebih seperti karakter utama pria yang dilacak dalam drama Korea dan juga di beberapa acara yang sengaja ditempatkan di batas pertunjukan di antara orang-orang. Misalnya, tokoh Mas Kulin seringkali terlihat menggunakan pakaian berwarna pastel atau pada satu scene terlihat memakai baju milik Oma yang merupakan nenek dari temannya Mas Kulin.

Beberapa hal tersebut membuat saya tertarik untuk menganalisis film terlalu tampan memanfaatkan pemeriksaan semiotika Roland Barthes untuk melihat tanda dan implikasi yang terkait dengan gambaran laki-laki dalam film *Overly Attractive*. Sama seperti media korespondensi pada umumnya, film juga mengandung pesan yang disampaikan kepada orang banyak. Karena film mengandung banyak citra dan tanda, maka titik fokus pertimbangan eksplorasi adalah pada tinjauan semiotik (Suriadi dan Dewi, 2017).

Semiotika akan sangat berguna dalam berkonsentrasi pada signifikansi dan mengungkap pentingnya yang terkandung dalam sebuah film. Dalam istilah sederhana, semiotika adalah penyelidikan tanda-tanda (Suriadi & Dewi, 2017). Dalam riset berikut metode analisa memakai metode analisis semotika Roland Barthes dikarenakan saya ingin mengetahui maskulinitas yang terdapat pada film *Terlalu Tampan*. Dimana maskulinitas ini merupakan konstruksi yang diberikan kepada laki-laki dan dibentuk oleh kebudayaan. Pada konsep semiotika yang dipaparkan oleh Roland Barthes ini menggunakan tahapan denotasi dan konotasi. Indikasi adalah kepentingan asli, atau kekhasan yang terlihat dengan lima deteksi, atau biasa disebut penggambaran mendasar, sedangkan implikasi adalah implikasi sosial yang muncul karena perkembangan sosial sehingga terjadi pergeseran, namun tetap berhubungan dengan citra atau tanda.

Dua bagian Roland Barthes di atas merupakan fokus utama dalam mengeksplorasi semiotika. Barthes juga memasukkan bagian dari fantasi, khususnya ketika perspektif implikasi menjadi ide yang terkenal di mata publik, maka, pada saat itu, sebuah legenda telah dibentuk terhadap tanda tersebut. Penalaran Barthes dianggap sebagai yang paling fungsional, sehingga dalam banyak kasus digunakan dalam penelitian dan dipandang tepat dalam ulasan ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Melalui latar belakang sudah dideskripsikan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana representasi citra laki-laki dalam film Terlalu Tampan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan rumusan masalah yang sudah tercantum, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra laki-laki di representasikan dalam film Terlalu Tampan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Riset berikut mempunyai manfaat yang ingin didapatkan melalui riset berikut ada dua, diantaranya yaitu:

### **a. Secara Teoritis**

Harapannya riset ini bisa memberikan sumbangsih untuk yang mau mengembangkan terkait kajian yang sama dan dapat memberikan referensi bagi yang meneliti dengan penelitian sejenis, khususnya berkaitan tentang bagaimana media massa khususnya film dalam merepresentasikan sesuatu hal.

### **b. Secara Praktis**

1. Harapannya riset ini bisa memberikan intelektual yang baru untuk peminat baca agar bisa mengetahui bagaimana penggambaran media massa khususnya film terhadap pembentukan citra laki-laki.
2. Penelitian ini merupakan bagian dari syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardia, Velda. 2015. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Yamaha CBU Dan Yamaha YZF R15*. Jurnal Komunikasi. Vol. 3 No. 2, Hal 62-67.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, Pratiwi Try. 2016. *Penerimaan Penggemar K-Pop Terhadap Gambaran Pria Soft Masculine Boyband EXO di Music Video "Miracle in December"* Jurnal E-Komunikasi. Vol. 4 No. 1, Hal 3-9.
- Bungin, Burhan. 2010. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pra nada Media Group.
- Burton, Graeme. 2007. *Membincangkan Televisi (Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi)*. Bandung: Jelasutra.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Connell, R. W. 2005. *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Demartoto, Argyo. 2010. *Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Hall, Stuart. 2005. *Culture, Media, Language*. CCCS: Birmingham.
- Ibrahim, I. S. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratis di Indonesia*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Imanjaya, Ekky. 2006. *A to Z About Indonesian Film*. Bandung: DAR! Mizan.
- Kimmel dan Aronson. 2002. "Men and Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia Volume 1: A-j" USA: ABC Clio.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurnia, Novi. 2004. *Representasi Maskulinitas Laki-laki dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 8 No. 2, Hal 28.
- Linggosiswojo, Samuel G. 2016. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Umild "Kode Cowo"*. Jurnal E-Komunikasi. Vol. 4 No. 1, Hal 3.
- Mufidah. 2008. *Psikologi Keluarga Berwawasan Gender*. Malang: UIN Malang Press.

- Monica, Laura Christina L. 2011. *Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan*. Jurnal HUMANIORA. Vol. 2 No. 2, Hal 1092.
- Nuruddin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Octaningtyas, Vian A. 2017. *Representasi Maskulinitas Boyband Dalam Video Klip*. Jurnal Kemadha. Vol. 6 No. 2, Hal 62-63.
- Prasetya. 2019. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homeran Pustaka.
- Romli, A. S. 2009. *Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Yuliyanti, Friska Dewi dkk. 2017. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini*. Jurnal Komunikasi. Vol. 9 No. 1, Hal 20.
- Sobur, Alex. 2011. *Semiotika Komunikasi*. Kota: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugihastuti dan Septiawan. 2007. *Gender dan Inferioritas Perempuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suriadi & Dewi, Sulih Indra. 2017. *Analisis Semiotik Pesan Perjuangan Pada Film 3 Srikandi Karya Iman Brotoseno*. JISIP. Vol 6 No 3, Hal 2.
- Tinarboko, Sumbo. 2009. *Semiotiks Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.