

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era perkembangan teknologi yang semakin maju seperti saat ini, film sebagai media komunikasi massa juga telah tumbuh dan berkembang dengan sangat pesat (Kartikawati, 2024). Hal ini memungkinkan terjadinya pertukaran pesan yang lebih luas, karena media ini sering digunakan oleh banyak orang untuk menyampaikan berbagai pesan. Dengan demikian, film secara tidak langsung mengandung unsur komunikasi persuasif.

Berbagai tema film telah diproduksi sebagai sarana hiburan sekaligus media penyampaian pesan kepada khalayak. Kekuatan format audio-visual dalam film dianggap mampu menyentuh emosi dan moral penonton. Film sering kali menjadi wadah bagi para pembuatnya untuk menyampaikan pesan moral tersirat kepada target audiens. Pesan-pesan tertentu dalam film dikomunikasikan agar dapat dibaca atau didekodekan dengan tujuan memengaruhi persepsi penonton (Asri, 2020).

Secara umum, film dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan strukturnya: dokumenter dan fiksi. Film dokumenter diambil dari atau direkonstruksi berdasarkan peristiwa nyata, sedangkan film fiksi biasanya didasarkan pada imajinasi pembuatnya, meskipun sering kali ada inspirasi yang diambil dari dunia nyata. Genre utama dalam film fiksi meliputi aksi, komedi, drama, dan horor. Sementara itu, film dokumenter terutama terbagi menjadi empat genre: sejarah, biografi, perang, dan petualangan. Masing-masing genre memiliki sub genre, yang jumlahnya bisa mencapai puluhan, dengan setiap genre memiliki bahasa film yang khas (Herlina, 2019).

Selain dibedakan berdasarkan strukturnya, film juga dapat dikategorikan berdasarkan tingkat kerumitan bahasanya, yaitu film populer dan film seni (auteur). Film populer diproduksi terutama untuk menarik penonton sebanyak-banyaknya. Ciri utama film populer adalah penggunaan bahasa film yang mudah dimengerti oleh khalayak umum, melibatkan aktor terkenal, didistribusikan secara luas melalui berbagai saluran (bioskop, televisi, video, situs web, aplikasi, dan lain-lain), serta dipromosikan dengan gencar. Tujuan utama dari produksi film jenis ini adalah hiburan. Namun, ada juga film populer yang berkualitas dan dapat dinikmati. Meskipun bertujuan menghibur, beberapa film populer dapat meningkatkan pengetahuan, wawasan, selera estetika, dan memberikan inspirasi tentang kehidupan (Herlina, 2019). Teks film sering kali juga mengangkat isu-isu yang kompleks. Film dapat menjadi sarana untuk mempelajari berbagai sudut pandang terkait isu-isu tersebut, sekaligus membuka ruang diskusi antar-pihak yang memiliki pandangan berbeda (Herlina, 2019).

Oleh karena itu film, sebagai media komunikasi visual, memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan kompleks melalui bahasa yang mudah dipahami oleh penontonnya (Herlina, 2019). Melalui kombinasi elemen visual, suara, dan narasi, film mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan menjadikannya alat komunikasi yang efektif. Dengan kemampuan ini, film bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga sarana untuk menyampaikan nilai-nilai sosial, budaya, dan edukasi (Herlina, 2019).

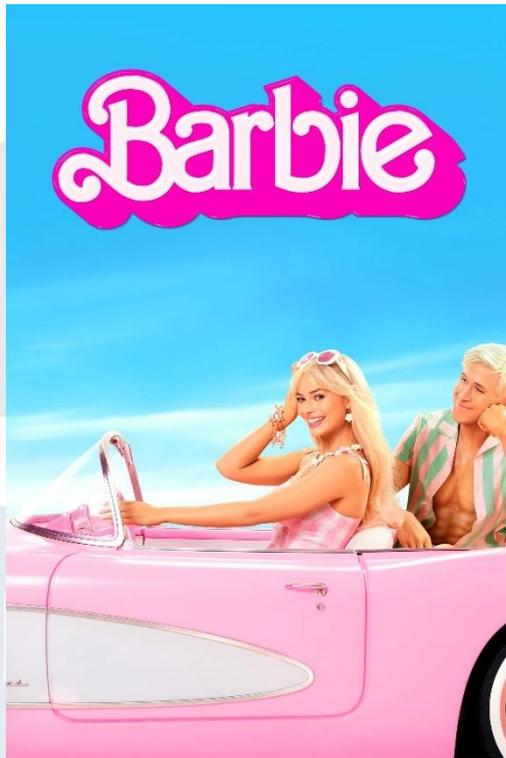
Karena itu, film layak menjadi bagian dari literasi film, di mana penonton tidak hanya diajak untuk menikmati sebuah karya, tetapi juga diajak untuk memahami, menganalisis, dan mengeksplorasi pesan-pesan yang terkandung di dalamnya. Literasi film ini penting untuk mengembangkan kemampuan kritis dan kreatif, serta memperkaya pemahaman budaya yang lebih luas dalam masyarakat. Literasi film didefinisikan sebagai kemampuan kritis, yang mencakup pemahaman, analisis, dan kenikmatan terhadap film; kreatif, yang mencakup produksi dan partisipasi dalam budaya film di berbagai platform; dan budaya, sebagai bentuk pengembangan emosi, estetika, dan intelektual, yang meliputi kemampuan memilih, menemukan, dan mengeksplorasi film dalam berbagai bentuk (Herlina, 2019).

Salah satu film yang memiliki banyak pesan penting untuk dikomunikasikan adalah Barbie tahun 2023. Film ini mengangkat isu perjuangan perempuan dan dirilis pada tanggal 19 Juli 2023 dengan sutradara Greta Gerwig. Mengandung gagasan feminisme eksistensial yang menekankan kemandirian, film Barbie menawarkan representasi perjuangan perempuan dalam membuat keputusan atas pilihan-pilihan tertentu. Namun, kenyataannya, pilihan yang dibuat oleh perempuan sering kali bukan sepenuhnya kehendak bebas, melainkan bentuk kondisi yang dipaksakan oleh masyarakat (Oktasari et al., 2024).

Pada awalnya, Barbie merupakan sebuah boneka yang pertama kali diluncurkan pada tahun 1959. Sejak debutnya, Barbie telah berkembang menjadi ikon *fashion* dan budaya, serta karakter legendaris dalam industri mainan. Barbie memiliki pengaruh signifikan terhadap jutaan perempuan dan anak perempuan di seluruh dunia. Sejarah panjang ini memberikan Barbie relevansi budaya yang tinggi dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Barbie memiliki ciri utama, yaitu fleksibilitas, di mana ia dapat berperan sebagai apa saja, mulai dari astronaut hingga perawat, dari seorang putri hingga pengusaha. Aspek-aspek ini berkontribusi pada reputasi positif Barbie, di mana waralaba ini mengajarkan nilai-nilai seperti persahabatan, harga diri, dan potensi tak terbatas bagi anak perempuan untuk menjadi apa pun yang mereka inginkan. Dengan pesan inspiratif ini, Barbie menjadi lebih dari sekadar mainan, melainkan juga panutan bagi banyak orang serta mendorong perempuan dan anak perempuan untuk mengembangkan gaya pribadi mereka sendiri (Subiksha, 2024).

Selain menjadi boneka yang populer secara global, Barbie melampaui batasan sebagai mainan dan memasuki sektor media dan hiburan, terutama melalui film. Barbie memulai kiprahnya di industri film pada awal tahun 2000-an, dipelopori oleh Richard Dickson, presiden Mattel, yang mendirikan Barbie Entertainment. Film berdurasi penuh pertama dari waralaba boneka Barbie adalah *Barbie in the Nutcracker*, sebuah film animasi yang dirilis pada tahun 2001. Tahun tersebut juga menandai peluncuran situs resmi pertama Barbie, yaitu Barbie.com. Kampanye pemasaran yang teliti dan terencana dengan baik diperlukan untuk memproduksi film yang terkait dengan merek ternama seperti ini. Waralaba film Barbie mengalami pertumbuhan yang pesat di bioskop, di mana Mattel dan Barbie Entertainment terus memproduksi film ramah keluarga yang ditujukan untuk anak-anak dan orang dewasa (Subiksha, 2024).

Setelah debutnya dalam *Barbie in the Nutcracker* pada tahun 2002, waralaba ini terus berkembang di layar lebar dengan serangkaian film animasi seperti *Barbie in the 12 Dancing Princesses* (2006), *Barbie Starlight Adventure* (2008), dan lainnya. Film-film ini semakin populer di kalangan anak perempuan dan remaja, sering kali menampilkan tema-tema persahabatan, nilai-nilai keluarga, dan mode. Barbie memperluas jangkauannya lebih jauh lagi dengan melakukan debut film *live-action* pada tahun 2009 melalui *Barbie and the Three Musketeers*, yang dibintangi oleh Tiffany Thornton sebagai Barbie. Berkat kesuksesan proyek ini, waralaba memutuskan untuk mengeksplorasi lebih banyak proyek film *live-action*. Brand Barbie tetap populer dan relevan selama bertahun-tahun dengan secara berkala meluncurkan produk baru, bekerja sama dengan mitra untuk menciptakan cerita yang menarik, serta memproduksi film animasi. Inovasi yang konsisten ini memperkuat posisi Barbie sebagai salah satu merek mainan dan hiburan paling terkenal dan sukses di dunia (Subiksha, 2024).



Gambar 1.1 Poster Film Barbie (2023)

(Sumber:(Barbie (2023), 2023))

Telah menjadi pesan inspiratif dan panutan bagi banyak orang, karakter Barbie dalam berbagai media, khususnya film, mencerminkan pergeseran pandangan terhadap isu-isu sosial, terutama feminisme dan patriarki. Mengingat bahwa banyak perempuan saat ini masih menghadapi diskriminasi dalam kehidupan sehari-hari, film sering kali mengangkat isu kesetaraan gender. Karena masalah ini sangat serius, penelitian dan analisis terkait topik ini terus dilakukan dan dipublikasikan agar dapat diakses oleh masyarakat luas. Upaya untuk meningkatkan kesadaran di antara semua pemangku kepentingan, sehingga sistem budaya patriarki yang ada dapat memberdayakan perempuan secara positif di berbagai bidang, tercermin dalam berbagai penelitian yang disajikan melalui media edukasi film (Myisha et al., 2023).

Patriarki adalah sistem sosial di mana pusat kekuasaan dan otoritas terletak di tangan laki-laki, biasanya dalam struktur keluarga atau masyarakat secara luas. Dalam konteks patriarki, laki-laki dipandang mendominasi peran kepemimpinan, membuat keputusan, serta mengendalikan sumber daya dan struktur sosial (Myisha et al., 2023).

Konsep patriarki tetap relevan dan berguna dalam menjelaskan kekerasan terhadap perempuan, karena konsep ini menggambarkan hierarki gender, dominasi, dan struktur kekuasaan. Laki-laki sering kali diberikan hak dan privilese yang lebih besar dibandingkan perempuan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk hak atas properti, pendidikan, dan akses terhadap sumber daya (Myisha et al., 2023).

Di Indonesia sendiri, kasus patriarki juga terjadi dan merugikan kaum perempuan. Hal ini dikarenakan patriarki membuat laki-laki dianggap paling penting dan dominan, baik dalam keluarga maupun lingkungan sekitar, sehingga berbagai faktor himpitan seperti ekonomi keluarga dan masalah kota besar serta pekerjaan yang berat mendorong stress serta mendorong tingginya temperamental orang, membuat banyaknya kasus kekerasan perempuan terjadi terutama di Indonesia (Hendra et al., 2022).

Salah satu kasusnya adalah Elitha Tri Novianty, seorang karyawan berusia 25 tahun yang bekerja di PT Alpen Food Industry (AFI), produsen es krim Aice, di mana kasusnya menjadi cerminan nyata bagaimana budaya patriarki masih mengakar kuat dalam sektor ketenagakerjaan di Indonesia. Di sini, Elitha mengalami endometriosis yang kambuh akibat beban kerja fisik yang berlebihan meskipun telah secara resmi mengajukan permohonan untuk dipindahkan ke divisi yang lebih sesuai, perusahaan justru mengancam akan memberhentikannya. Tanpa pilihan lain, Elitha terpaksa melanjutkan pekerjaannya hingga akhirnya mengalami pendarahan hebat dan harus menjalani prosedur kuret (Yasmin et al., 2020).

Kisah Elitha bukanlah satu-satunya. Sejak tahun 2019, Federasi Serikat Buruh Demokratik Kerakyatan (F-SEDAR) telah mencatat 15 kasus keguguran dan enam kasus bayi lahir mati di antara pekerja perempuan di Aice. Dilaporkan bahwa pekerja perempuan yang sedang hamil diwajibkan untuk mengangkat beban berat dan bekerja pada shift malam hingga usia kehamilan mencapai tujuh bulan (Yasmin et al., 2020).

Fenomena ini menunjukkan bagaimana pekerja perempuan sering ditempatkan sebagai tenaga kerja "kelas dua", yang merupakan dampak langsung dari stigma yang dilanggengkan oleh norma-norma patriarki. Perempuan sering dianggap sebagai pekerja yang lebih lemah dibandingkan laki-laki, sehingga hak-hak mereka di tempat kerja sering diabaikan. Sebuah studi di sektor garmen di Kawasan Berikat Nusantara (KBN) Cakung mengungkapkan bahwa meskipun mayoritas pekerja perempuan pernah mengalami pelecehan seksual, sangat sedikit yang melaporkan kejadian tersebut karena takut kehilangan pekerjaan (Yasmin et al., 2020).

Kasus lain yang menunjukkan budaya patriarki di Indonesia adalah kejadian yang dialami oleh para jurnalis perempuan di Indonesia. Hasil survei terhadap 405 jurnalis perempuan di 34 provinsi di Indonesia yang dilakukan oleh PR2Media dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) pada tahun 2022 mengungkapkan masih adanya diskriminasi berbasis gender terhadap jurnalis perempuan di lingkungan kerja. Hal ini mencakup aspek-aspek penting seperti remunerasi, promosi jabatan, hak cuti, hak melahirkan, tunjangan kesehatan, hingga partisipasi dalam pengambilan keputusan di ruang redaksi (Litha, 2022).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Penelitian ini menggunakan metode survei yang berlangsung pada 4–18 April 2022 dengan 12 pertanyaan yang mencakup enam aspek kesetaraan gender. Responden berasal dari berbagai kelompok usia, yaitu di bawah 30 tahun, 30–40 tahun, 41–50 tahun, dan di atas 50 tahun. Selain itu, responden mewakili berbagai jenis media, seperti media daring, multiplatform, televisi, radio, dan cetak, baik dari media komersial maupun publik (RRI/TVRI) Dalam survei ini, 16,8% responden melaporkan mengalami diskriminasi gender dalam remunerasi yang mencakup gaji pokok, bonus, dan tunjangan. Selain itu, 29,6% responden mengalami diskriminasi dalam hal penugasan peliputan. Bias gender terlihat dari kecenderungan jurnalis perempuan hanya diberikan tugas peliputan pada isu-isu yang secara tradisional dianggap sebagai "wilayah perempuan," seperti isu domestik atau hiburan. Sementara itu, kesempatan untuk meliput isu-isu yang lebih prestisius, seperti politik atau jurnalisme investigasi, sering kali tidak diberikan meskipun mereka memiliki kemampuan dan minat di bidang tersebut (Litha, 2022).

Selain diskriminasi dalam tugas, jurnalis perempuan juga menghadapi beban kerja tambahan tanpa adanya insentif. Beberapa responden menyebutkan adanya eksploitasi tubuh perempuan, seperti permintaan narasumber yang secara khusus meminta ditemani oleh jurnalis perempuan demi mendapatkan wawancara tertentu. Hak cuti juga menjadi isu penting dalam survei ini. Sebanyak 67,9% responden menyatakan tidak mendapatkan hak cuti haid, sedangkan 11,6% lainnya tidak diberikan hak cuti melahirkan. Responden melaporkan bahwa perempuan yang mengambil cuti sering dianggap tidak produktif atau dilabeli sebagai individu yang lemah. Dalam konteks kebijakan perusahaan, perempuan sering kali tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Sebanyak 11,4% responden menyatakan bahwa ide atau saran mereka tidak diakomodasi dalam ruang redaksi, dan 14,8% melaporkan hal serupa terkait kebijakan perusahaan (Litha, 2022).

Dari kasus-kasus yang terjadi di atas, nilai-nilai patriarki di Indonesia sendiri masih mendominasi terutama di lingkungan kerja. Diskriminasi ini tidak hanya menempatkan perempuan pada posisi yang lebih rendah dibandingkan laki-laki tetapi juga memperkuat stereotip gender yang membatasi peran perempuan dalam ranah profesional. Ketimpangan yang terjadi, seperti hambatan dalam promosi, eksploitasi tubuh, hingga stigma terhadap hak cuti, menunjukkan bahwa perempuan kesulitan dan tidak diperlakukan setara dengan rekan laki-laki mereka.

Dalam film *Barbie*, patriarki ditantang karena perempuan yang mendominasi dan menjadi penguasa dalam sistem tersebut. Film ini menjelaskan bagaimana patriarki dibalik, namun pada saat yang sama juga tetap dipertahankan dalam film tersebut, serta menganalisis makna di baliknya. Walaupun bergenre komedi fantasi, bila ditelisik film *Barbie* mempunyai sejumlah nilai tersirat terkait nilai-nilai feminisme dan anti-patriarki (Ayuningtyas et al., 2024).

Sebagai film *live action* pertama dari karakter *Barbie* juga, *Barbie* (2023) telah lama dinantikan oleh penggemarnya sebagai cara untuk bernostalgia dan melihat boneka ikonik ini dalam wujud manusia. Dengan kisah yang menggabungkan dunia fantasi *Barbieland* dan dunia nyata, film ini tidak hanya menarik perhatian karena ceritanya, tetapi juga memicu fenomena tren budaya seperti *Barbiecore*, yaitu gaya busana serba merah muda yang kembali viral bersamaan dengan promosi filmnya. Tren ini bahkan mendapatkan sorotan di media besar seperti *Vogue*, *Bazaar*, dan ajang Paris Fashion Week, menciptakan gelombang diskusi yang melibatkan aspek gaya hidup, budaya populer, hingga representasi gender di berbagai kalangan (Qomariyah, 2023).

Feminisme sendiri merupakan gerakan yang memperjuangkan kesetaraan hak antara laki-laki dan perempuan. Gerakan ini telah ada sejak akhir abad ke-18, dengan kata "feminisme" pertama kali diperkenalkan oleh aktivis sosialis utopis Charles Fourier pada tahun 1837. Awalnya, gerakan feminisme berfokus pada hak politik dan ekonomi perempuan, namun kini juga mencakup upaya untuk memperbaiki citra perempuan yang sering dianggap lemah dan jarang didengarkan suaranya (Ayuningtyas et al., 2024).

Film *Barbie* juga menyampaikan pesan-pesan feminisme secara tersirat. *Barbie*, yang awalnya diciptakan oleh Ruth Handler sebagai boneka wanita dengan bentuk fisik ideal, pinggang kecil, dan pakaian menarik, berhasil menarik perhatian penggemar perempuan. Namun, seiring perkembangan zaman dan pemikiran, *Barbie* mulai dikaitkan dengan isu-isu feminisme (Ayuningtyas et al., 2024)

Pesan feminisme dalam film ini terlihat melalui penyampaian bahwa *Barbie* bukan sekadar boneka. Dalam banyak kasus, perempuan seringkali dipandang sebagai objek yang dapat "dimainkan" semata-mata. Namun, dalam film tersebut, *Barbie* digambarkan sebagai sosok yang memiliki kebebasan untuk mengejar impian dan profesinya sendiri, tanpa terikat oleh karakter "Ken," pria yang sering dipasangkan dengannya. Hal ini menyuarakan bahwa perempuan dapat menjadi individu yang mandiri, dengan hak untuk memilih karier atau melakukan apa pun yang diinginkannya tanpa dibatasi oleh pandangan sosial yang sering meremehkan kemampuan perempuan (Ayuningtyas et al., n.d.).

Feminisme dalam film *Barbie* mengacu pada feminisme eksistensial, sebuah gagasan yang berasal dari pemikiran filsuf besar abad ke-20, Jean-Paul Sartre. Sartre mulai mengembangkan konsep eksistensialisme setelah bertemu dengan Edmund Husserl pada tahun 1931, yang menginspirasi dirinya untuk mendalami fenomenologi. Dalam karya Sartre yang terkenal, *L'existentialisme est un humanisme*, ia menekankan bahwa eksistensi manusia tidak ditentukan oleh kekuatan eksternal, melainkan oleh kebebasan dan tanggung jawab individu atas pilihan mereka sendiri (Heriyanti et al., 2020).

Pemikiran ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Simone de Beauvoir, salah satu tokoh terpenting dalam feminisme eksistensial. Beauvoir memperkenalkan konsep "The Other" yang menggambarkan bagaimana perempuan sering kali dianggap sebagai kelompok yang tertindas dalam struktur sosial. Dalam bukunya *The Second Sex*, Beauvoir menyoroti bahwa perempuan selalu dilihat sebagai "jenis kelamin kedua," sebuah status yang diperkuat oleh tanggung jawab sosial yang dibebankan kepada mereka, seperti mengasuh anak dan peran domestik lainnya (Heriyanti et al., 2020).

Dalam konteks feminisme eksistensial, perempuan didorong untuk membuat pilihan sulit dan memikul tanggung jawab atas pilihan tersebut demi mencapai kebebasan sejati. Konsep inilah yang tercermin dalam film *Barbie* (2023), di mana tokoh Barbie diberikan kebebasan untuk memilih jalan hidupnya sendiri, tanpa terikat oleh norma patriarki yang tradisional. Kebebasan perempuan untuk menentukan nasib mereka sendiri menjadi tema utama dalam film ini, selaras dengan pandangan Beauvoir tentang pentingnya perempuan untuk berani menentang peran yang dikondisikan oleh masyarakat (Heriyanti et al., 2020).

Dalam konteks inilah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis simbolisasi feminisme pada budaya patriarki dalam film *Barbie* dengan menggunakan pendekatan semiotika Umberto Eco. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk mengeksplorasi makna-makna tersembunyi di balik tanda dan simbol yang digunakan dalam film, serta bagaimana makna-makna ini mencerminkan nilai-nilai budaya yang lebih luas. Umberto Eco menyatakan bahwa semiotika pada dasarnya adalah "teori kebohongan." Eco berpendapat bahwa, "Pada prinsipnya, semiotika adalah disiplin yang mempelajari apa pun yang dapat digunakan untuk berbohong." Meskipun definisi ini terdengar aneh, pernyataan tersebut secara eksplisit menyoroti pentingnya konsep penipuan dalam wacana semiotik, dengan menyiratkan bahwa kebohongan merupakan prinsip dasar dari semiotika (Wahjuwibowo, 2018)

Menurut Eco, seorang semiotikus terkenal asal Italia, tanda-tanda dapat digunakan untuk menyampaikan baik kebenaran maupun kebohongan. Semiotika memfokuskan diri pada segala sesuatu yang dapat ditafsirkan sebagai tanda. Tanda adalah apa pun yang dapat dianggap sebagai sesuatu yang mewakili hal lain. "Hal lain" tersebut tidak selalu harus benar-benar ada, dan tanda itu sendiri tidak perlu hadir di tempat atau waktu tertentu. Jadi, pada intinya, semiotika adalah disiplin yang mempelajari apa pun yang dapat digunakan untuk mengekspresikan kebohongan. Jika sesuatu tidak dapat digunakan untuk berbohong, maka hal itu juga tidak dapat digunakan untuk menyampaikan kebenaran (Wahjuwibowo, 2018).

Eco mengatakan tanda tidak hanya sekedar mewakili apa yang tercantum di dalam kamus, namun juga perlu ditafsirkan maksudnya. Di mana pandangannya ini menjadi sebuah “interpretant” yang menghasilkan semiosis tidak terbatas (Sobur, 2013).

Berkaitan dengan konsep semiosis tak terbatas ini, Eco menjelaskan sifat kode secara umum, kode dapat terbagi menjadi dua jenis. Kode dapat berbentuk tunggal, seperti kode Morse, di mana kode tertentu (titik dan garis) mewakili serangkaian tanda, yaitu huruf-huruf alfabet. Jenis kode ini, di mana satu sistem elemen diterjemahkan ke dalam sistem lain, memiliki penerapan yang sangat luas, sehingga hubungan antara DNA dan RNA dalam biologi pun dapat dianalisis menggunakan prinsip-prinsip kode (Sobur, 2013). Kemudian ada bahasa, yang terdiri atas *langue* (di mana kode = tata bahasa, sintaksis, sistem) dan *parole* (tindakan berbicara). Di sini, kode sesuai dengan struktur bahasa dan menghubungkan ranah ekspresi (medium) dengan isinya (Sobur, 2013).

Tidak hanya untuk menganalisis tanda-tanda dalam film *Barbie 2023*, semiotika Umberto Eco akan juga dipakai untuk menyoroiti simbolisasi feminisme terhadap budaya patriarki. Eco menekankan bahwa tanda tidak bersifat statis atau tertutup, melainkan dinamis dan terbuka (Sobur, 2013).

Prinsip inilah yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini, karena film *Barbie* menunjukkan bagaimana perempuan dapat memilih jalan hidupnya sendiri. Dengan menggunakan analisis semiotika dengan tambahan wawancara mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap studi budaya populer dan representasi gender dalam media, khususnya dalam konteks simbolisasi feminisme terhadap budaya patriarki yang masih kuat mengakar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dilihat film *Barbie* (2023) mencoba membawakan simbolisasi feminisme terhadap budaya patriarki melalui karakter *Barbie* yang mencerminkan gagasan tersebut. Karakter *Barbie* ini tidak

hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai simbol yang memperkuat narasi feminisme dalam melawan dominasi patriarki.

Selain menyuguhkan gambaran budaya patriarki, film ini juga menyuarakan bentuk feminisme secara halus tentang para perempuan yang menyadari hak-hak mereka dan kemampuan untuk menentukan hidupnya sendiri sesuai dengan keinginannya, sebagaimana digambarkan dalam perjalanan karakter-karakter dalam film *Barbie* (2023).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui penjelasan pada latar belakang masalah, maka ditemukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana simbolisasi feminisme pada budaya patriarki dalam film *Barbie* (2023)?

1.4 Tujuan Penelitian

Melalui latar belakang masalah, maka ditemukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menjelaskan simbolisasi feminisme pada budaya patriarki dalam film *Barbie* (2023)

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini akan berguna untuk berkontribusi dalam ilmu pengetahuan komunikasi terbaru mengenai semiotika dan penyampaian komunikasi budaya yang baik melalui film sebagai komunikasi massa. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para calon peneliti bidang kualitatif yang juga ingin menggunakan teori semiotika Umberto Eco.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi para praktisi di bidang komunikasi, khususnya yang berfokus pada komunikasi visual dalam media film. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan dalam menciptakan konten yang mampu berkomunikasi secara mendalam dan relevan dengan audiens, khususnya terkait isu gender.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi audiens film sebagai khalayak komunikasi massa, termasuk pecinta film *Barbie*, dalam meningkatkan pemahaman mereka terhadap simbol-simbol feminisme dan patriarki yang disampaikan melalui media film. Dengan begitu, penelitian ini dapat mendorong diskusi yang lebih kritis di masyarakat mengenai pesan-pesan gender yang diangkat dalam film dan bagaimana media berperan sebagai alat komunikasi untuk menciptakan perubahan sosial.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait cakupan data yang dianalisis, yakni hanya berfokus pada film *Barbie* (2023) sebagai objek kajian. Selain itu, sumber data berupa film memiliki keterbatasan karena representasi yang ditampilkan adalah hasil konstruksi sutradara dan tim produksi, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan realitas sosial.

Hal ini bisa menyebabkan hasil penelitian hanya berfokus pada simbolisasi patriarki dan feminisme, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut dengan objek dan pendekatan yang berbeda untuk memperkaya pemahaman dalam kajian komunikasi visual.