

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibutuhkan untuk menjadi acuan dalam sebuah penelitian agar dapat memperluas teori dan konsep yang digunakan untuk memperlengkap penelitian. Penelitian ini menggunakan enam (6) penelitian terdahulu dengan rincian: lima (5) penelitian terindeks SINTA dan satu (1) penelitian internasional SCOPUS yang dijadikan rujukan. Seluruh penelitian terdahulu memiliki kesamaan yaitu mengkaji tentang gender dalam film dengan fokus pada tokoh yang bernegosiasi, menyimpang, dan gagal memenuhi tuntutan norma gender.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji tentang gender dalam film dengan menggunakan berbagai pendekatan teoritis dan metodologis. Penelitian Fitria & Priyatama (2025) yang mengkaji film *Monster* (2023) melalui teori hegemoni Gramsci menemukan bahwa tekanan homogenitas masyarakat Jepang yang bersumber dari konfusianisme merupakan akar dari praktik *ijime* yang menghimpit kelompok LGBTQIA+. Meskipun menganalisis film yang sama, penelitian tersebut mengkaji sistem hegemoni yang ada di Jepang dan tidak menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dan konsep maskulinitas dalam penelitiannya. Penelitian Rohmatul & Machfud (2024) yang menganalisis film *The Danish Girl* dengan teori utama performativitas gender Judith Butler menemukan bahwa norma gender yang kaku membatasi kebebasan ekspresi identitas tokoh transgender. Meskipun mengkaji tentang gender dalam film, penelitian tersebut tidak menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai metode analisis dan tidak membahas mengenai peran media dalam memperkuat atau memperlemah norma gender.

Penelitian Saputra & Albab (2024) menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis maskulinitas pada tokoh Dom dalam film *Jakarta vs Everybody*. Penelitian ini menemukan bahwa Dom memenuhi enam dari

tujuh konsep kejantanan Chafetz. Penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan metodologis dan konsep paling dekat dengan penelitian ini, namun penelitian tersebut hanya berhenti pada tataran deskriptif yang mengonfirmasi atribut maskulinitas tokoh. Penelitian Yakali (2023) mengkaji dekonstruksi maskulinitas hegemonik dalam film *Barbie* (2023) melalui kerangka wacana post feminis dan berargumen bahwa Ken diposisikan sebagai ikon maskulinitas post feminis yang secara satir menantang ideal maskulinitas normatif. Meskipun relevan secara isu, penelitian ini mengkaji maskulinitas post feminis dan tidak menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai metode analisisnya.

Penelitian Hasanah & Ismail (2023) menggunakan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis ketidakadilan gender dalam film *Yuri*. Penelitian ini menemukan bahwa lima bentuk ketidakadilan yang bekerja melalui kuatnya kultur patriarki. Penelitian ini memiliki kesamaan metodologis dengan penelitian ini, yaitu semiotika Roland Barthes dengan tiga tingkat pemaknaan untuk membongkar ideologi gender dalam film, namun fokus penelitian tersebut adalah tokoh perempuan. Penelitian Noviana (2020) menggunakan semiotika Roland Barthes yang dikombinasikan dengan konsep maskulinitas Chafetz untuk menganalisis maskulinitas pada tokoh laki-laki difabel Jepang dalam film *The Perfect World*. Penelitian ini menemukan bahwa laki-laki difabel tetap dapat dikatakan maskulin selama sebagian besar poin maskulinitasnya terpenuhi. Meskipun memiliki dua kesamaan dengan penelitian ini, paradigma penelitian terdahulu bersifat deskriptif sehingga hanya mengonfirmasi atribut maskulinitas pada tokoh.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu di atas, ditemukan bahwa kajian mengenai maskulinitas dalam film umumnya masih dianalisis secara terpisah. Penelitian Saputra & Albab (2024), Hasanah & Ismail (2023), dan Noviana (2020) menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai metode analisisnya, namun hanya berfokus pada mengonfirmasi representasi maskulinitas secara umum tanpa menyentuh mekanisme pembentukan tanda. Selain itu, ketiga penelitian tersebut meneliti tentang wacana maskulinitas di luar film Jepang dan ketidakadilan gender, serta tidak menggunakan kode budaya secara eksplisit dalam analisisnya. Hal ini menjadikan sedikit ditemukannya penelitian yang membahas

wacana maskulinitas dalam film Jepang yang turut menggunakan kode budaya Jepang dalam analisisnya.

Di sisi lain, film *Monster* (2023) sendiri, meski memiliki rangkaian dialog, visual, dan narasi yang kaya terkait gender terutama maskulinitas pada laki-laki, belum banyak penelitian yang membahas film dari ini dari sudut pandang semiotika maupun paradigma kritis. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menjawab gap teoritis tersebut dengan menggabungkan wacana maskulinitas di Jepang, semiotika Roland Barthes, paradigma kritis, dan film *Monster* (2023).

Konsep, metode, dan paradigma tersebut turut memiliki keterkaitan satu sama lain yang membentuk logika berpikir dalam penelitian ini. Film *Monster* (2023) dalam penelitian ini berfungsi sebagai objek penelitian yang akan dianalisis. Film ini menjadi objek dimana tanda-tanda maskulinitas yang didalamnya akan diidentifikasi dan dibaca melalui tokoh-tokohnya. Maskulinitas di Jepang menjadi fenomena yang hendak diteliti, yaitu bagaimana tuntutan menjadi laki-laki ideal dibentuk dan dipertahankan oleh masyarakat. Namun, fenomena ini tidak dapat diamati secara langsung karena ia bekerja melalui tanda-tanda yang muncul dalam film *Monster* (2023). Dari titik temu ini, semiotika Roland Barthes berperan sebagai metode analisis untuk membedah tanda-tanda tersebut, dimulai dari tingkat denotatif yang literal, tingkat konotatif yang membawa nilai budaya, hingga mitos yang menjadikan nilai tersebut seolah alami dan semestinya.

Lebih lanjut, untuk menjelaskan bagaimana mengapa suatu makna dipertahankan dan siapa yang diuntungkan dari naturalisasi ini. Paradigma kritis dibutuhkan sebagai kerangka yang menghubungkan hasil pembacaan semiotik dengan pertanyaan mengenai kuasa dan kepentingan, yaitu ideologi apa yang sedang dipertahankan melalui mitos maskulinitas dalam film *Monster* (2023).

Dengan demikian, kebaruan ini saling membentuk alur berpikir yang berhubungan dimana maskulinitas sebagai fenomena sosial yang diproduksi, semiotika sebagai metode untuk membaca tanda maskulinitas tersebut, paradigma kritis sebagai kerangka berpikir untuk membongkar kepentingan yang ada di balik tanda tersebut, dan film *Monster* (2023) sebagai teks media tempat keseluruhan proses ini dapat diamati.

Dari kajian ilmu komunikasi, peneliti ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menempatkan film sebagai media komunikasi massa yang bertindak sebagai agen reproduksi ideologi secara aktif (Storey, 2021). Penelitian terdahulu cenderung menganalisis gender dan maskulinitas dari kajian gender atau sosiologi, dan sedikit yang mengaitkannya dengan kajian ilmu komunikasi, terutama dalam proses pembentukan makna hingga naturalisasi. Di sisi lain, penelitian terdahulu yang berada di ranah ilmu komunikasi, cenderung berhenti pada level deksriptif, sehingga tidak terlihat bagaimana tanda dalam film dapat bekerja dalam membentuk dan mempertahankan suatu ideologi.

Oleh karena itu, gap komunikasi yang diisi oleh penelitian ini adalah masih minimnya penelitian kajian ilmu komunikasi yang secara eksplisit membongkar tanda dalam film *Monster* (2023) dalam mengomunikasikan, menaturalisasi, dan melanggengkan ideologi patriarki melalui mitos maskulinitas di Jepang. Penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi maskulinitas pada film merupakan sebuah peristiwa komunikasi massa yang penuh akan kepentingan kuasa. Di dalamnya terjadi proses produksi hingga transmisi melalui tanda yang secara aktif membentuk kesadaran dan cara pandang penonton agar menganggap sesuatu yang sebenarnya konstruksi sosial budaya merupakan hal normal (Putri & Yusian, 2018).

Dengan mengisi gap ini, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi melalui film dan kemampuannya dalam membentuk, menyebarkan, dan memelihara ideologi di masyarakat.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa maskulinitas dalam film *Monster* (2023) tidak hanya sebagai tanda yang mendeskripsikan sifat ideal bagi laki-laki, tetapi merupakan mitos ideologis yang dinaturalisasi oleh sistem patriarki Jepang. Penelitian ini menunjukkan cara kerja film sebagai media komunikasi massa yang ikut serta dalam membentuk nilai-nilai maskulinitas melalui benturan terhadap apa yang dianggap wajar dan tidak bagi seorang laki-laki di budaya Jepang dan sanksi apa yang diterima bagi mereka yang dianggap menyimpang. Dari hal ini, penelitian menunjukkan bahwa terdapat tatanan yang lebih besar yang mengatur nilai-nilai

maskulinitas ini, yaitu ideologi patriarki, sehingga maskulinitas di Jepang pun dapat dipertahankan.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap kajian ilmu komunikasi dimana ideologi patriarki tidak hanya dipertahankan melalui penindasan terhadap perempuan, tetapi juga melalui penyeragaman terhadap laki-laki, yang kemudian disebarkan oleh film melalui tanda maskulinitas dan dampaknya, sehingga maskulinitas pada laki-laki dianggap sebagai hal yang sudah semestinya dan mereka yang tidak sesuai sudah sewajarnya mendapatkan hukuman.



	dan <i>monsta</i> yang muncul dalam film <i>Monster</i> (2023).			yang memiliki hubungan resiprokal dengan <i>ijime</i> . Akibatnya, kelompok LGBTQIA+ tidak memiliki ruang dalam masyarakat Jepang yang konservatif.
Pembebasan Seksualitas dan Gender dalam Film <i>The Danish Girl</i> : Studi Analisis Teori Performativitas Judith Butler Paradigma	Penelitian ini berfokus pada perjalanan identitas gender tokoh transgender, Lili Elbe, dalam film <i>The Danish Girl</i> tentang bagaimana ia mengekspresikan dan	Performativitas Gender Judith Butler Pembebasan Seksualitas	Kualitatif deskriptif analisis teks dengan teori performativitas gender Judith Butler	Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas gender bukan sesuatu yang bersifat bawaan, melainkan hasil dari tindakan performatif yang berulang. Melalui tokoh Lili Elbe, penelitian ini menunjukkan upaya meredefinisi makna

Komunikasi Media dan Cinema (Saputra & Albab, 2024)				dan 7) Karakter personal lainnya.
“He is just Ken:” deconstructing hegemonic masculinity in Barbie (2023 movie) Frontiers in Sociology (Yakali, 2024)	Penelitian ini fokus dalam mengkaji bagaimana film <i>Barbie</i> (2023) mendekonstruksi simbol-simbol maskulinitas hegemonik dan aspek	Wacana Post Feminis Maskulinitas Hegemonik Connell Maskulinitas Toksik Aspek Performatif Gender	Kualitatif interpretatif analisis teks dengan wacana post feminis	Penelitian ini berargumen bahwa Ken diposisikan sebagai ikon maskulinitas post feminis terbaru yang melambangkan titik kritis dalam wacana peran gender dan identitas yang terus berkembang. Hasil penelitian mengungkap kritik berlapis

				sebagai maskulin selama sebagian besar poin penilaian maskulinitasnya masih terpenuhi. Sebaliknya, laki-laki tanpa keterbatasan fisik dapat dikatakan tidak maskulin apabila tidak dapat memenuhi poin penilaian maskulinitasnya.
Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Ketidakadilan Gender	Penelitian ini berfokus pada bagaimana ketidakadilan gender terhadap perempuan	Semiotika Roland Barthes Ketidakadilan Gender	Kualitatif deskriptif analisis teks dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tokoh-tokoh perempuan dalam film <i>Yuni</i> mengalami berbagai bentuk ketidakadilan



2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda dan cara tanda-tanda tersebut menghasilkan makna dalam kehidupan manusia. Sebagai metode analisis, semiotika digunakan untuk memaknai tanda dan simbol dalam suatu teks, gambar, dan elemen visual lainnya, termasuk film. Menurut Barthes, film tidak hanya menyampaikan cerita secara langsung, tetapi juga menggunakan tanda-tanda visual yang memiliki makna konotatif yang dipengaruhi oleh budaya dan ideologi masyarakat (Darma et al., 2022).

Semiotika Roland Barthes berkembang dari konsep Ferdinand Saussure yang membagi tanda menjadi dua komponen, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah bentuk fisik dari suatu tanda dan petanda adalah “kemasan” dari penanda yang berfungsi untuk mewakili makna atau konsep tertentu. Penanda berfungsi sebagai media yang menghubungkan kita dengan petanda. Sebagai contoh, ketika seseorang mendengar kata “mawar”, konsep setangkai bunga berwarna merah dengan tangkai berduri muncul dalam pikiran. Hal inilah yang disebut sebagai petanda. Saussure menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer atau tidak ada alasan mengapa sebuah bentuk tertentu harus memiliki makna tertentu karena hubungan tersebut terbentuk melalui konvensi sosial (Sudarsono, 2025).

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Sign / Tanda	
I. Signifier (penanda)	II. Signified (Petanda)
III. Sign / Tanda	

Gambar 2. 1 Kerangka Semiotika Roland Barthes

Sumber: Wiratama et al. (2017)

Barthes mengembangkan konsep Saussure dengan membagi makna menjadi dua tingkatan, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah makna literal atau makna paling nyata dari sebuah tanda. Denotasi bersifat objektif dan dapat

dimaknai tanpa memerlukan konteks tambahan. Sedangkan konotasi adalah makna yang muncul ketika tanda bertemu dengan budaya, perasaan, atau emosi pembaca (Wahjuwibowo, 2019). Konotasi bersifat subjektif dan kompleks karena dipengaruhi oleh persepsi kolektif penerima pesan, seperti pengalaman dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, konotasi sering kali kehadirannya tidak disadari.

Dari lapisan konotasi ini, Barthes memperkenalkan konsep mitos. Barthes mendefinisikan mitos sebagai cara masyarakat menaturalisasi apa yang sesungguhnya merupakan konstruksi sosial menjadi kodrat yang tidak perlu dipertanyakan. Barthes membangun sistem tanda dua tingkat (*second-order semiological system*). Pada tingkat pertama, tanda yang terdiri dari penanda dan petanda menghasilkan makna denotatif. Pada tingkat kedua, tanda dari sistem pertama diambil dan dijadikan penanda baru dalam sistem yang lebih besar. Dengan kata lain, mitos tidak menghapus makna pertama, tetapi mengosongkannya dan mengisinya dengan makna baru yang bersifat ideologis.

Barthes mengilustrasikan mitos dengan contoh gambar seorang prajurit kulit hitam yang memberi hormat kepada bendera Perancis. Pada tingkat denotasi, makna yang dihasilkan adalah seorang prajurit yang sedang memberi hormat. Pada tingkat mitos, tanda tersebut diambil secara keseluruhan dan dijadikan penanda baru yang memiliki makna bahwa Perancis adalah negara yang besar dan semua warganya, tanpa memandang ras, setia kepadanya. Makna historis tentang kolonialisme dan rasisme dikosongkan dan digantikan dengan pesan kesetiaan dan kebesaran nasional yang tampak natural (Barthes, 1991). Dengan demikian, mitos adalah mekanisme yang bekerja secara tersembunyi hingga akhirnya digeneralisasikan ke dalam budaya kelompok masyarakat.

Dengan demikian, semiotika Roland Barthes pun dipilih sebagai metode analisis karena relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk membongkar ideologi yang ada dalam film. Tiga tingkat pemaknaan Roland Barthes bekerja sebagai alat analisis untuk memetakan penanda dan petanda yang ada di dalam film, sebelum dimasukan muatan kultural dan ideologi ke dalamnya. Melalui tingkat konotasi dan mitos ini, peneliti dapat melihat kepentingan apa yang sedang bekerja dan dipertahankan melalui tanda tersebut.

2.2.2. Maskulinitas Hegemonik

Maskulinitas hegemonik adalah konsep sosiologis yang pertama kali dikenalkan oleh Raewyn Connell sekitar tahun 1987, yang kemudian direformulasi bersama dengan James W. Messerschmidt pada tahun 2005. Konsep ini dijelaskan sebagai bentuk maskulinitas yang paling dominan dan menempati posisi teratas dalam masyarakat. Maskulinitas hegemonik menjamin posisi dominan laki-laki atas perempuan dan menetapkan bentuk maskulinitas tertentu lebih tinggi atau lebih kecil dari yang lain (Messerschmidt, 2018). Menurut Connell, maskulinitas hegemonik tidak selalu bekerja melalui kekerasan fisik, bentuk maskulinitas ini turut bekerja melalui kepemimpinan budaya, persuasi, dan institusi, seperti media, sekolah, dan hukum yang menormalisasi standar tertentu tentang apa artinya menjadi “laki-laki sejati”. Dalam konsep maskulinitas ini, karakteristik ketangguhan, kekuatan fisik, dominasi, rasionalitas, dan heteroseksualitas menjadi standar pembentuk laki-laki sejati (Connell, 2016). Standar ini pun memberikan kekuasaan kepada mereka yang memiliki karakteristik tersebut dan mensubordinasi mereka yang tidak memenuhi standar.

Dalam reformulasi konsep maskulinitas hegemonik, Connell dan Messerschmidt menguraikan konsep ini menjadi empat poin penting, yaitu spesifikasi gender yang memetakan bagaimana maskulinitas hegemonik tetap berada di puncak hierarki, konteks geografis tentang pentingnya membedakan maskulinitas lokal, regional, dan global, proses perwujudan sosial melalui tubuh yang menampilkan karakteristik maskulinitas hegemonik, seperti gestur, postur, hingga cara berpakaian, dan dinamika maskulinitas bahwa maskulinitas bersifat dinamis, serta terbuka terhadap negosiasi dan perubahan sosial. Dalam penelitian ini, konsep maskulinitas hegemonik menjadi relevan untuk membongkar bagaimana posisi dominan tersebut dipertahankan melalui mekanisme seperti pengucilan, intimidasi, kekerasan, maupun stigmatisasi terhadap karakter yang menampilkan ekspresi gender non-normatif karena maskulinitas ini tidak melihat gender secara statis. Maskulinitas hegemonik adalah konfigurasi dari praktik sosial yang diorganisir dalam hubungan kekuasaan, produksi, dan emosi (Connell, 2005).

Hegemoni adalah kekuasaan yang dicapai melalui budaya, institusi, dan persuasi (Hearn et al., 2023).

2.2.3. Maskulinitas di Jepang

Maskulinitas di Jepang berada melalui konsep *otokorashisa* atau sifat lelaki-lakian. *Otokorashisa* adalah konsep yang merangkum keseluruhan norma dan ekspektasi tentang bagaimana seorang laki-laki Jepang seharusnya bersikap, bertindak, dan menempatkan diri dalam tatanan sosial (Dasgupta, 2017). *Otokorashisa* bukan sekadar deskripsi tentang sifat laki-laki, tetapi juga merupakan sebuah aturan yang mengatur gender mana yang dianggap sah dan mana yang tidak. Dengan menggunakan kerangka maskulinitas Connell dan Messerschmidt, maskulinitas ini memupuk dan memperkuat norma gender tersebut secara diskursif dalam masyarakat Jepang melalui dominasi yang ditawarkan (Pfaffendorf, 2019).

Maskulinitas di Jepang pertama kali dibentuk pada zaman Showa (masa Perang Dunia II dan masa pemulihan) melalui figur *salaryman* yang kini menjadi simbol maskulinitas. Pada era pasca Perang Dunia II, militer Jepang dinonaktifkan sehingga negara membutuhkan arketipe baru untuk membangun kembali perekonomian negara. *Salaryman* adalah sosok laki-laki berjas yang bekerja dari pagi hingga malam di perusahaan dan menafkahi keluarganya. Laki-laki yang bekerja keras, tidak mengeluh, dan menafkahi keluarga adalah laki-laki yang “benar” dan menjadi warga negara ideal.

Karakteristik figur *salaryman* secara spesifik digambarkan sebagai pria urban kelas menengah, heteroseksual, berbadan sehat, subur, dan pekerja keras putih. *Otokorashisa* menuntut penampilan, perilaku, dan bahasa tubuh sepenuhnya terikat pada nilai-nilai kaku dan heteronormatif, dimana perilaku feminin atau menolak agresivitas maskulin secara otomatis dipandang melanggar batas-batas ini (Dasgupta, 2017).

Laki-laki yang egois atau terlalu menonjolkan diri sendiri dianggap tidak memenuhi standar laki-laki yang matang dan laki-laki yang tidak memenuhi standar tersebut akan ditempatkan dalam posisi subordinat dalam hierarki kekuasaan pria. Konsekuensi yang diterima pun nyata di masyarakat, seperti sanksi sosial, tekanan

psikologis berat, hingga rasa tidak aman karena merasa gagal memenuhi identitas yang diharapkan. *Otokorashisa* pun menjadi sebuah alat kontrol sosial yang mengesahkan posisi laki-laki maskulin, heteroseksual dan mapan di puncak hierarki, serta mendefinisikan identitas gender lainnya sebagai bentuk penyimpangan yang melemahkan otoritas laki-laki Jepang. Hal ini dikarenakan maskulinitas di Jepang menjanjikan keuntungan patriarki dimana laki-laki secara kolektif mendapatkan status sosial, upah yang lebih tinggi, serta otoritas kekuasaan utama atas perempuan, baik di tempat kerja maupun di rumah tangga (Dasgupta, 2017) sebagaimana inti dari maskulinitas hegemonik Connell. Dalam struktur masyarakat Jepang, keuntungan kolektif ini dimanifestasikan melalui institusional figur *salaryman* yang menempatkan laki-laki sebagai pencari nafkah utama dengan otoritas penuh, sementara membatasi ruang gerak perempuan di sektor domestik. Melalui standar laki-laki ideal yang ada di Jepang, konsep ini memperluas batas tentang apa yang dikatakan sebagai “maskulin” pada laki-laki dan mana yang tidak. Ketika seorang laki-laki gagal atau menolak melakukan performa tersebut, mekanisme ideologi patriarki akan langsung melabeli tindakan tersebut sebagai bentuk penyimpangan gender (Roberson & Suzuki, 2003).

Konsep ini relevan dengan penelitian ini yang ingin membongkar ideologi dibalik film. Untuk memahami ideologi di baliknya, peneliti harus terlebih dahulu memahami batasan yang menetapkan apa yang disebut maskulin dan ideal bagi laki-laki. Peneliti dapat melihat bagaimana tokoh utama ditunjukkan dalam batasan ini dalam film *Monster* (2023).

2.2.4. Film Sebagai Media Massa

Film sebagai salah satu media massa tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi massa yang memperlihatkan, menyampaikan, dan memproduksi nilai, budaya, hingga isu tertentu (McQuail & Deuze, 2020). Film menyusun makna melalui sistem naratif dan gaya sinematik yang secara aktif membentuk cara penonton memaknai dunia yang ditampilkan di dalam layar (Bordwell & Thompson, 2017). Dengan demikian, film tidak hanya

merefleksikan realitas sosial secara netral dan universal, melainkan dipengaruhi oleh konteks budaya pembuatnya.

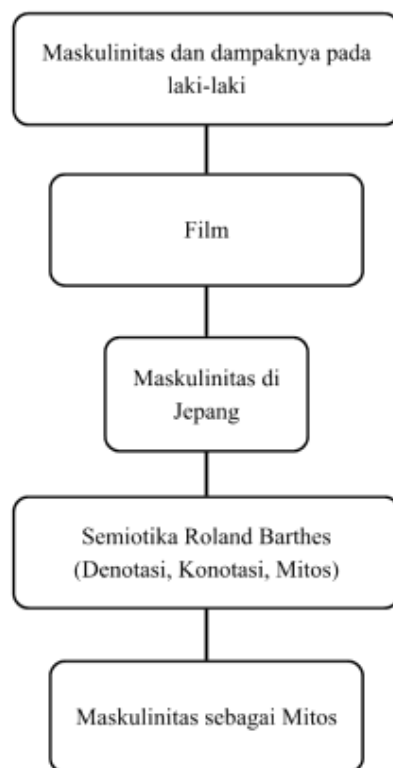
Film berperan dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu isu, salah satunya tentang gender. Menurut (McQuail & Deuze, 2020), media massa, termasuk film, memiliki fungsi sebagai *window on events* dimana film bukan sekadar merekam realitas, melainkan mengonstruksi ulang realitas tersebut. Ketika sebuah konstruksi ditampilkan secara berulang, ia pun bertransformasi menjadi rujukan nilai bagi masyarakat. Menurut (Kellner, 1995) melalui perspektif studi budaya, film menyediakan materi untuk membangun identitas, termasuk konsep tentang apa artinya menjadi maskulin atau feminin. Media massa menanamkan ideologi dominan yang mendikte perilaku individu agar sesuai dengan struktur sosial yang ada.

Sebagai media massa, hubungan antara film dan norma gender bersifat timbal balik, dimana film menyerap norma gender yang berlaku di masyarakat, mengemasnya, lalu menyiarkannya kembali ke penonton sebagai sebuah kebenaran alami, seperti media yang membingkai laki-laki dan perempuan melalui stereotip tradisional dan menitikberatkan hubungan antar gender pada dominasi laki-laki dan subordinasi perempuan (Wood & Hill, 1994).

Dalam konteks penelitian ini, Salenius (2023) menyebutkan bahwa budaya populer Jepang saat ini mencerminkan kegelisahan masyarakat Jepang terhadap norma gender konvensional. Film kemudian menangkap pergeseran tersebut dengan memperlihatkan tekanan norma gender di Jepang, namun juga mengekspos kerapuhan norma tersebut bagi karakter di dalamnya. Melalui bukunya, Salenius memperlihatkan bagaimana budaya populer Jepang saat ini memperlihatkan kepada massa bahwa maskulinitas bukanlah bawaan lahir, melainkan sebuah peran yang sedang dimainkan di depan layar. Melalui narasi film, ideologi gender dominan ditabrakkan dengan realitas karakter non-normatif dengan tujuan menghasilkan pembacaan alternatif untuk memicu pembacaan ulang atas norma gender di dunia nyata (Salenius, 2023).

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan film *Monster* (2023) sebagai objek penelitian yang kemudian adegan terpilih dalam film tersebut akan dianalisis dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini akan mengacu pada teori dan konsep yang telah ditentukan. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dikembangkan oleh peneliti.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti (2026)