

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat ini telah memungkinkan lahirnya berbagai macam bentuk media alternatif dari hasil konvergensi media. Media alternatif ini terbentuk dan menjadi populer karena semakin banyaknya peminat yang mengkonsumsi dan menggunakan media tersebut. Salah satu yang berkembang adalah media sosial berbasis video yaitu Youtube.

YouTube adalah sebuah situs platform berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Youtube sebagai penyedia jasa penyimpanan dan publikasi jutaan video. Kini youtube bukan hanya menjadi media mengarsipkan, namun berkembang menjadi pusat hiburan dunia maya. Berdasarkan data statistik yang dilakukan oleh statista, Youtube menjadi website dengan jumlah pengunjung terbanyak di peringkat kedua dengan 1,5 miliar pengguna aktif. Posisi pertama ditempati oleh Facebook dengan 2,167 miliar pengguna aktif dan di peringkat dibawah Youtube ada Whatsapp dengan 1,3 miliar pengguna aktif. (*Most Famous Social Network Sites 2018*. 2018. Diakses pada 5 April 2018)

Diambil dari website fortunelords.com dan data resmi dari Press Youtube , pengunjung youtube lebih dari 30 juta pengunjung dalam sehari dengan rata rata satu miliar kali video di tonton melalui Youtube mobile dalam sehari. (Donchev. 2018. 37 Mind Blowing YouTube Facts, Figures and Statistics – 2018) Maka dalam waktu sebulan Youtube dikunjungi 1 miliar pengguna unik dengan Lebih dari setengah view di youtube berasal dari Youtube Mobile. (*Youtube in Numbers*. 2018. Diakses pada 5 April 2018)

Dari data di atas dapat dikatakan ada lebih dari setengah penonton youtube memilih menggunakan aplikasi youtube di gadget mereka masing-masing dibandingkan menggunakan komputer atau laptop. Dengan usia 18 hingga 34 tahun dapat dikatakan itu merupakan usia produktif masyarakat dimana memiliki waktu lebih banyak dihabiskan di luar rumah. Hal ini menunjukkan jika youtube dapat menjadi media sosial alternatif hiburan yang dapat diakses dimana saja hanya menggunakan smartphone pengganti televisi.

Sekarang youtube tersebar di 88 negara di seluruh dunia. Namun masih ada beberapa negara yang belum bisa mengakses youtube. Beberapa karena diblokir pemerintah seperti di Korea Utara dan di China, namun ada pula beberapa negara yang belum dapat terjangkau youtube. Kini sudah 1,3 miliar pengguna yang terdaftar di youtube baik yang aktif maupun tidak aktif.

Kemajuan perusahaan Youtube ini dipengaruhi pula dengan dorongan dari para petinggi Google yang mengakuisinya pada tahun 2006. Selain itu youtube menawarkan kerjasama dengan para kreator konten video di Youtube dengan memberi royalti dan edukasi dari setiap konten yang dibuat. Tawaran ini yang mendukung berkembangnya dan termotivasinya kreator komunikasi visual di dunia Internet. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. (Kusrianto. 2007: 10). Salah satu komunikasi visual adalah web series. Hal ini yang menjadikan web series menjanjikan sebagai ladang bisnis di Youtube untuk mengalahkan sinetron yang ada di televisi.

Web series adalah bentuk tayangan program serial seperti serial televisi namun distribusinya berbasis website, baik melalui website dari sang produsen tersendiri atau melalui website berbasis konten video seperti YouTube dan Vimeo. (Williams. 2012: 3) Web series merupakan konten digital yang menggunakan teknologi internet sebagai media yang memiliki potensi publikasi yang mudah untuk viral atau persebaran yang luas, cepat, dan mudah. Internet dianggap memiliki kekuatan distribusi yang masif untuk film dan produksi kreatif lain bagi seniman modern dan akses tak terbatas waktu dan tempat bagi audiens.

Di Indonesia, web series semakin berkembang dan populer seiring dengan kemunculan para pembuat video yang mulai memanfaatkan website, YouTube, atau Vimeo yang memudahkan mereka menyiarkan karya ke publik. Keberagaman web series di Indonesia semakin meningkat seiring dengan variasi genre yang dibuat dan menjadi salah satu hiburan alternatif dari televisi. Kemudahan mengakses webseries yang bisa dilakukan dimana saja selama tersambung jaringan internet tidak mempersulit penonton seperti televisi yang kurang mobile.

Salah satu awal meningkatnya kepopuleran web series di Indonesia adalah web series beraliran mockumentary berjudul “Malam Minggu Miko” (dirilis tahun 2012). Web

series ini pada awalnya disiarkan secara independen melalui channel YouTube Raditya Dika yang merupakan sutradara sekaligus pemain film tersebut. Setelah berjalan beberapa episode dan muncul “Malam Minggu Miko 2” yang ditayangkan di KompasTV pada akhir tahun 2012.

Malam minggu miko menceritakan tentang kehidupan seorang pria lajang yang diperankan Raditya Dika dengan temannya Rian yang berkali-kali berjuang mendapatkan cinta meski berkali-kali patah hati. Web Series ini berhasil menarik minat pengunjung hingga 1,6 juta kali dalam episode pertamanya. Hal ini seperti membuktikan bahwa audiens televisi Indonesia mampu menikmati konten web series yang berkembang dan menjadi hiburan alternatif dari media televisi yang sudah mengakar dalam budaya kepenontonan di Indonesia.

Serial ini merupakan serial komedi pertama di Indonesia yang menggunakan gaya Mockumentary. Film Malam Minggu Miko ini bergenre komedy dibalut dengan realita. Film ini tidak hanya menghibur lewat lawakannya, namun Raditya Dika sang penulis juga mengajarkan bagaimana menjadi pria yang tidak mudah putus asa. Semua berawal dari keinginan Dika untuk membuat serial tv bergenre komedi. Bersama dengan beberapa teman-temannya, Dika merilis seri pertamanya berjudul Nissa dalam bentuk sebuah webisode di YouTube. Seri pertamanya ditonton hingga ratusan ribu pengunjung. Kemudian diproduksi seri kedua berjudul "Miranda".

Hal ini pula membuat perusahaan Axe Indonesia yang merupakan produk wewangian pria dari PT Unilever Indonesia Tbk membuat web series di Youtube dan websitenya. Web series dianggap mampu menjadi media promosi dan media edukasi yang pas untuk masyarakat modern saat ini. Web Series yang terkenal adalah “Axelerate The Series” (2016) yang di garap oleh sutradara terkenal di Indonesia Angga Dwimas Sasongko.

Film ini pertama kali rilis pada 8 Mei 2016 dan final series pada 30 November 2016. Film ini terdiri dari sebelas episode utama dan satu episode final yang diperankan oleh Keenan Pearce, Chicco Jeriko, dan Arrifin Putra. Webseries ini menceritakan tentang bagaimana Arifin, Keenan dan Chicco membuktikan bahwa apa yang mereka pilih untuk lakukan, berhasil membantu mereka dalam menemukan jati diri. Namun, di setiap ujung perjalanan, selalu ada awal perjalanan baru yang menanti untuk dieksplorasi. Di sepanjang periode penayangan yang dimulai sejak bulan Mei hingga Oktober 2016, web series ini

telah ditonton oleh lebih dari 15 juta viewers yang berarti web series ini telah menjadi viral dan cukup menginspirasi jutaan cowok Indonesia untuk lebih mengenal karakter mereka dan menjadikan hal tersebut sebagai kekuatan.

Webseries ini tidak hanya mempromosikan produk Axe, namun juga merepresentasikan maskulinitas pria karir. Maskulinitas merupakan kekuatan tersendiri produk Axe yang merupakan parfum maskulin untuk pria. Sebagai sutradara yang menggarap film pendek ini, Angga Dwimas Sasongko juga menjelaskan bahwa cowok Indonesia tidak boleh merasa cepat puas dengan kesuksesan, karena mereka justru akan terperangkap di dalam comfort zone yang menghambat mereka untuk bergerak lebih maju. Cowok Indonesia harus terus bergerak secara progresif dalam menjalani hidup, sehingga mereka bisa selalu mencari serta menemukan kebahagiaan dibalik segala tantangan dan kemungkinan.

Memahami maskulinitas di Indonesia dapat mengacu pada representasi maskulinitas di media-media Indonesia. Konsep maskulinitas yang bergeser dari waktu ke waktu terlihat dalam film, misalnya. penelitian Intan Paramadhita (2007) tentang film-film bertema nasionalisme di era Orde Baru dan pasca Orde Baru menunjukkan maskulinitas yang berbeda pada sosok hero. Hero di sinema Orde Baru ditunjukkan melalui tokoh jenderal dengan menghadirkan maskulinitas ala militer dan priyayi. Sementara hero di periode pasca Orde Baru muncul dengan meminjam model maskulinitas yang diadaptasi budaya populer Amerika yang sensitif, rapuh, dan seringkali plin-plan.

Kedua web series ini memiliki karakter pria yang berbeda dan periode penayangan berbeda. Penelitian ini ingin melihat bagaimana maskulinitas direpresentasikan pada kedua web series tersebut karena kedua webseries ini juga mempengaruhi masyarakat dalam membentuk persepsi tentang penggambaran maskulinitas pria pada zamannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Representasi Maskulinitas Pria dalam Webseries Axelerate The Series (2016) dan Malam Minggu Miko (2012)?

C. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan konsep, teori serta metodologi yang baru, khususnya bagi studi maskulinitas dan Film webseries Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi pada masyarakat pengetahuan tentang Maskulinitas dan bagaimana tanda-tanda diterapkan dalam media sosial Youtube melalui webseries di Indonesia.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis representasi maskulinitas serta perbandingan dalam webseries Axelerate The Series dan Malam Minggu Miko 1.

Penelitian ini ingin memaknai representasi maskulinitas dalam webseries Axelerate The Series dan Malam Minggu Miko 1 sehingga mendapatkan temuan berupa konsep-konsep, nilai dan isu yang menghubungkan tanda-tanda dalam film webseries, Youtube, dan dengan kondisi sosial masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mempelajari penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk memahami penelitian ini menggunakan lima penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel berikut.

NO	PENELITIAN	OBJEK	METODE	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Youtube sebagai Media Ekspresi Alternatif Gay Indonesia: (Analisis Semiotik Gay Indonesia dalam Web Series “CONQ”) (2015) ditulis oleh Danastri Rizqi Nabilah	Film Web series CONQ	Analisis Semiotik Roland Barthes	Sama-sama membahas web series, menggunakan metode penelitian Analisis Semiotik Roland Barthes	Pembahasan mengenai Gay Indonesia, menggunakan satu objek penelitian.
2	Penggambaran Maskulinitas Pria	Film Catatan	Analisis Kuantitatif	Sama-sama membahas dan	Metode penelitian berbeda, Hanya

	Dalam Film Indonesia (Analisis Isi Pada Film Catatan Si Boy, Ada Apa Dengan Cinta Dan Axelerate The Series Episode The Finale) (2017) ditulis oleh Dimas Harits Wikonanda	Si Boy, Film Ada Apa Dengan Cinta, Film Web Series Axelerate The Series (Episode The Finale)	Deskriptif	membandingkan maskulinitas dalam Film, membahas episode Finale Axelerate.	membahas episode Finale dalam Axelerate The Series, menggunakan tiga objek penelitian
3	Representasi Maskulinitas Dalam Film Fiksi (Analisis Semiotik Pada Film “Happiness For Sale” Karya Jung Ik-Hwan) (2015) ditulis oleh Ndaru Wijayanto	Film Happiness For Sale	Analisis Semiotik Teori Charles Peirce, Teori Roland Barthes, Teori John Fiske	Sama-sama membahas maskulinitas dalam film, salah satu metodologi menggunakan teori Roland Barthes.	Menggunakan pendekatan metodologi lebih dari satu, membahas maskulinitas pada wanita, objek penelitian film layar lebar bukan web series.
4	Representasi Maskulinitas Dalam Film Karya Sutradara Perempuan (Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Dalam Film Arisan ! (2003) oleh Nia Dinata) ditulis oleh Dwi Susanti	Film Arisan	Analisis Semiotik Charles Peirce	Sama-sama membahas maskulinitas pria dalam sebuah film	Menggunakan metodologi penelitian yang berbeda, pemilihan objek berdasarkan pembuat filmnya seorang wanita, membahas film

					layar lebar bukan film web series.
5	Representasi Maskulinitas Dalam Film Tampan Tailor (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) (2015) yang ditulis oleh Ashlihatul Lathifah	Film Tampan Tailor	Analisis Semiotik Charles Peirce	Sama-sama membahas maskulinitas pria dalam film, temuan mendapatkan penggambaran berdasarkan periode tertentu.	Objek yang digunakan hanya satu, membahas film layar lebar bukan web series, metodologi penelitian menggunakan pendekatan yang berbeda.
Tabel 1.1. Temuan Penelitian Terdahulu					

Penelitian pertama adalah penelitian berjudul “Youtube sebagai Media Ekspresi Alternatif Gay Indonesia: (Analisis Semiotik Gay Indonesia dalam Web Series “CONQ”) (2015) ditulis oleh Danastri Rizqi Nabilah Mahasiswa Sarjana Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Gajah Mada

Penelitian ini meneliti Bagaimana homoseksualitas pria direpresentasikan dalam web series “CONQ”. Penelitian ini merupakan penelitian kajian interpretatif atas teks atau konten media yang mempelajari tanda dalam visual dan audio. Menggunakan metode penelitian analisis semiotik yang dikembangkan Roland Barthes. penelitian ini juga membahas bagaimana karakter new media yang ada mempengaruhi bentuk representasi yang ada dan membedakannya dengan bentuk representasi gay Indonesia dalam media konvensional yang sudah ada sebelumnya di Indonesia.

Fleksibilitas YouTube menjadikan web series “CONQ” mampu lebih ekspresif dan original dalam merepresentasikan homoseksualitas pria dibandingkan dengan bentuk tayangan film dan televisi di Indonesia. Sedangkan jika dibandingkan dengan sesama new media, kekuatan audio-visual yang dimiliki web series “CONQ” menjadikannya memiliki tingkat viralitas tinggi jika dibandingkan dengan website conq.me yang menjadi akar naskah web series “CONQ”.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas adalah sama-sama membahas tentang tanda didalam webseries, hubungan dengan Youtube serta menggunakan metodologi analisis semiotik pendekatan Roland Barthes. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah kajian yang dibahas tentang homoseksual bukan tentang maskulinitas serta objek yang diteliti juga beda.

Penelitian kedua Penggambaran Maskulinitas Pria Dalam Film Indonesia (Analisis Isi Pada Film Catatan Si Boy, Ada Apa Dengan Cinta Dan Axelerate The Series Episode The Finale) (2017) ditulis oleh Dimas Harits Wikonanda mahasiswa sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran maskulinitas pria pada film Catatan Si Boy, Ada Apa Dengan Cinta? Dan Axelerate The Series (The Finale). Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis ini kuantitatif deskriptif dengan tiga kategorisasi, yaitu: Penampilan, Gaya Hidup, Sikap. Unit analisis ini adalah scene \hat{A} -scene yang ada dalam film Catatan Si Boy, Ada Apa Dengan Cinta?, dan Axelerate The Series (The Finale). Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan stabel frekuensi, untuk mengujinya maka dilakukan penghitungan dibantu oleh dua orang koder dan dihitung dengan menggunakan rumus Holsty dan di uji kererandalannya (validitas) dengan menggunakan rumus Scott (Pi).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam penggambaran maskulinitas tokoh pria dalam film Catatan Si Boy, Ada Apa Dengan Cinta? Dan Axelerate The Series (The Finale), terjadi perbedaan penggambaran maskulinitas, paling menonjol terjadi pada penggambaran gaya hidup tokoh pria dalam film. Salah satu contoh adalah gaya.

Persamaan penelitian kedua ini dengan penelitian yang akan diteliti sama-sama meneliti maskulinitas pada film serta ada membahas tentang webseries Axelerate The Series. Sama-sama membandingkan maskulinas antar film. Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu objek penelitiannya ada tiga, metodologi penelitian analisis kuantitatif deskriptif, hanya membahas seri The Finale tidak keseluruhan Axelerate The Series, serta penelitian tidak berdasarkan perbedaan massa terbitnya.

Penelitian ketiga berjudul Representasi Maskulinitas Dalam Film Fiksi (Analisis Semiotik Pada Film "Happiness For Sale" Karya Jung Ik-Hwan) (2015) ditulis oleh Ndaru

Wijayanto mahasiswa sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Film merupakan karya audio visual yang dibangun oleh tanda (sign) yang gunanya agar penonton memahami apa yang disampaikan pembuat film, salah satunya film "happines for sale" karya Jung Ik-Hwan yang didalamnya menyelipkan beberapa tanda tentang maskulinitas pada wanita. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian akan menjelaskan tanda yang berkaitan dengan data dan menghubungkannya dengan teori Pierce, John Fiske, Roland Barthes dan lainnya. Peneliti membuat deskripsi berdasarkan analisa semiotik yang menafsirkan pesan berupa tanda, baik tanda yang bersifat verbal dan nonverbal. Tanda itu sendiri banyak terkandung dalam frame, shot, setting serta warna dan adegan yang terdapat dalam film ini. Unit yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap scene yang dijelaskan melalui acting, dialog, shot dan musik yang menunjukkan unsur makna maskulinitas pada wanita dan dihubungkan dengan teori, dengan demikian maka dapat diperoleh makna dari mitos -mitos dari scene yang di analisis yang menunjukkan maskulinitas pada wanita.

Kesimpulan dari penelitian ini Untuk mencari makna dan tanda dalam film "happines for sale". Dengan menggabungkan antara mitos dan aspek-aspek yang terkait dapat ditarik garis merah bahwa film ini adalah film yang cukup kaya dengan adegan wanita yang menunjukkan dirinya bukan sosok yang lemah pada umumnya, tetapi wanita pada film ini adalah wanita yang berkepribadian sebagai wanita maskulin.

Persamaan film ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama sama membahas maskulinitas dalam film, dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu analisis semiotik. Perbedaannya adalah pada penelitian ini membahas maskulinitas pada wanita bukan pria dan yang dibahas adalah film bukan webseries.

Penelitian keempat yaitu Representasi Maskulinitas Dalam Film Karya Sutradara Perempuan (Analisis Semiotika Representasi Maskulinitas Dalam Film Arisan ! (2003) oleh Nia Dinata) (2017) ditulis oleh Dwi Susanti, 2017. Peminatan Manajemen Komunikasi, Program S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Kebangkitan industri film Indonesia dimulai dengan adanya judul-judul film seperti *Kuldesak* (1999) karya Riri Riza, Mira Lesmana, Rizal Mantovani dan Nan Achnas, *Petualangan Sherina* (2000) karya Riri Riza, *Ada Apa Dengan Cinta ?* (2002) karya Rudi Soedjarwo dan *Arisan !* (2003) karya Nia Dinata. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep hegemoni maskulinitas yang selama ini telah dipakai pemerintah dalam mengkonstruksi bentuk-bentuk maskulinitas di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai representasi maskulinitas dalam Film *Arisan !* oleh Nia Dinata terdapat representasi maskulinitas plural. Ada tiga bentuk maskulinitas yang terdapat dalam film tersebut. Yang pertama, adalah *fatherhood* yang terdapat melalui sosok Bob sebagai ayah yang mempunyai kepedulian terhadap kondisi keluarga dan anak-anaknya. Yang kedua, adalah laki-laki jenis baru, atau *new man* yaitu laki-laki metroseksual melalui tokoh Sakti dan Nino. Yang terakhir, adalah maskulinitas dan relasi seksual. Film *Arisan !* merepresentasikan hubungan seksual sesama jenis atau homoseksual ke dalam citra yang positif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas maskulinitas pada pria dalam sebuah film. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, metode yang dipakai, dan bukan berdasarkan periode melainkan berdasarkan pembuat film wanita.

Penelitian kelima adalah penelitian yang berjudul *Representasi Maskulinitas Dalam Film Tampan Tailor (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)* (2015) yang ditulis oleh Ashlihatul Lathifah seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana representasi maskulinitas dalam film *Tampan Tailor*. Menggunakan Metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Pengumpulan data diperoleh dari studi dokumentasi dan mengidentifikasi tanda dalam film *Tampan Tailor*. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce dengan melihat hubungan tanda dengan objeknya yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol.

Penelitian ini memiliki Kesimpulan bahwa unsur-unsur maskulinitas yang ditampilkan dalam film *Tampan Tailor* ini menggunakan konsep maskulinitas era tahun 2000-an menurut Benyon dalam Nasir. Maskulinitas ditampilkan dengan sosok laki-laki yang tenang, pekerja keras, dan bertanggung jawab.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama meneliti tentang representasi maskulinitas dalam film dengan latar belakang film yang sama dalam memperjuangkan hidup serta menggunakan analisis Semiotik. Penelitian ini juga mendapatkan temuan bentuk maskulinitas film dalam periode tertentu. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini yaitu objek penelitian yang dibahas film dalam internet (web series) sedangkan penelitian ini membahas film layar lebar. Objek penelitiannya hanya satu.

2. Landasan Teori

a. Representasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Representasi memiliki arti perbuatan mewakili atau keadaan diwakili. Representasi merupakan proses penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lainnya) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, atau memproduksi sesuatu yang dilihat, diindra, dibayangkan, dan dirasakan dalam bentuk fisik tertentu. (Danesi, 2011:20) Representasi dimaknai sebagai produksi makna melalui bahasa dimana melibatkan deskripsi, penggambaran, imajiasi, hingga simbolisasi (Hall. 2003: 16). Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi, yang pertama adalah representasi mental, dan yang kedua proses bahasa. Representasi mental, sebuah konsep yang ada di benak kepala kita tentu hal ini masih bersifat abstrak karena setiap orang memiliki pemaknaan konsep yang berbeda. Bahasa, yaitu konsep yang ada dalam benak kepala kita dituangkan dalam bentuk bahasa dan kata-kata.

Bahasa kemudian dipandang memiliki cara kerja representasi makna. Dalam (Hall. 2003: 15) Hal ini dapat dikaji lebih lanjut melalui tiga pendekatan yang menerangkan bagaimana merepresentasikan makna melalui cara kerja bahasa, yaitu:

1. Pendekatan *reflective* melihat bahasa sebagai refleksi makna yang sudah ada dalam objek, manusia, dan peristiwa di dunia nyata.
2. Pendekatan *intentional* melihat bahasa sebagai bentuk ekspresi dari apa yang dimaksudkan dan ingin disampaikan oleh pembicara atau penulis atau pelukis.

3. Pendekatan *constructionist* melihat bahasa sebagai medium konstruksi makna

Representasi dapat mengasosiasikan pada identitas budaya tertentu. Elemen identitas dan budaya itu sendiri dapat dimaknai terpisah maupun saling berkaitan. Identitas menjadi salah satu faktor eksistensi individu dalam lingkungan sosialnya yang kemudian merujuk pada status dari suatu individu di masyarakat. (Sobur, 2004: 167) pemaknaan seseorang dapat berbeda, disesuaikan dalam budaya dan kelompok masyarakat sekitar.

b. Maskulinitas

Maskulinitas merupakan hasil konstruksi kelaki-lakian terhadap laki-laki. (Nasir, 2012: 1). Maskulinitas didefinisikan sebagai bentuk praktik gender yang merupakan konstruksi sosial. Maskulinitas mengacu pada tubuh laki-laki secara langsung maupun simbolis yang bukan ditentukan oleh biologis laki-laki (Connell, 2000: 29). Bentuk konstruksi kelelakian terhadap pria disebut dengan maskulin. Pria tidak dilahirkan begitu saja dengan sifat maskulinnya secara alami, akan tetapi, maskulinitas dibentuk oleh budaya dalam sebuah masyarakat. Kebudayaan telah membentuk makna maskulinitas bagi seorang lelaki yang dilahirkan ke dunia (Barker, 2000: 46).

Pemahaman tentang konsep maskulinitas ada pengaruh dari perkembangan media. Media mengungkapkan kepada kita tentang peran pria dan wanita dari sudut pandang tertentu. Media menjadi saluran mitos dan sekaligus sarana pengukuhan mitos tertentu tentang gender, pria dan wanita. (Wikonanda, Skripsi 2017: 21). Dalam perjalanan pemahamannya maskulinitas mengalami perubahan dari waktu- ke waktu. Menurut Beynon (Nasir dalam Demartoto, 2009:8) citra maskulin dikelompokkan menjadi empat periode, yaitu dimulai dari era sebelum 1980, era 1980-an, era 1990-an, dan era 2000-an.

Pada era sebelum 1980, sosok maskulin digambarkan dengan figur laki-laki golongan pekerja dengan perilaku dan bentuk tubuh sebagai dominator, terutama atas perempuan. (Demartoto, 2009: 4). Laki-laki memiliki peran menjadi penguasa dalam sebuah keluarga, pemimpin, dan mampu membuat keputusan. Menurut Robert Brannon dan Deborah David (Nasir dalam

Demartoto. 2009: 4), terdapat empat aturan yang memperkokoh sifat maskulinitas, yaitu:

1. *No Sissy Stuff*. Dilarang mendekati segala sesuatu yang berhubungan dengan perihal feminisme. Seorang laki-laki sejati harus menghindari karakteristik atau perilaku yang berasosiasi atau menyerupai dengan perempuan.
2. *Be a Big Wheel*. Maskulinitas dapat diukur dari kekuasaan, kesuksesan, dan kekaguman dari orang lain. Seseorang harus memiliki ketenaran, kekayaan, dan status sosial yang sangat lelaki.
3. *Be a Surdy Oak*. Sifat kelaki-lakian membutuhkan kemandirian, kekuatan, dan rasionalitas. Seorang laki-laki harus tetap tenang, kalem dalam mengambil tindakan di berbagai situasi, tidak menunjukkan kelemahannya, dan tidak menunjukkan emosi.
4. *Give em Hell*. Laki-laki harus memiliki agresi dan aura keberanian serta harus berani mengambil resiko meskipun alasan dan rasa takut diri sendiri menginginkan sebaliknya.

Pada era 1980-an, terjadi perubahan terhadap citra maskulin. Citra maskulin digambarkan Beynon dalam (Nasir dalam Demartoto. 2009:5) menjadi dua konsep, yaitu:

1. *New man as nurturer*. Menurut Beynon laki-laki adalah makhluk yang memiliki rasa perhatian. Laki-laki memiliki kelembutan seperti seorang bapak. Keinginan laki-laki untuk menyokong gerakan perempuan juga melibatkan peran penuh laki-laki dalam lingkup domestik yang biasanya berasal dari kelas menengah, pendidikan baik, dan intelek.
2. *New man as narcissist*. Menurut Beynon laki-laki pada kelompok ini adalah anak-anak yang hidup pada generasi zaman hippies (tahun 60-an) yang tertarik pada pakaian dan musik pop. Biasanya berkaitan dengan sifat komersialisme terhadap maskulinitas dan konsumerisme. Mereka memperlihatkan dengan gaya hidup yuppies dan perlethe yang menunjukkan mereka tampak sukses. Dapat dilihat dari penampilan dan kendaraan.

Pada era tahun 1990-an, laki-laki sudah mulai tidak peduli dengan gaya maskulin yuppies. Konsep yang digunakan Beynon dalam (Demartoto, 2009:6) adalah *The new lad* yang menjurus pada sifat maskulin laki-laki yang *macho, kekerasan, dan hooliganism*. Biasanya diwujudkan dengan membangun kehidupannya di sekitar sepak bola (olahraga), sex, dunia minum-minum, dan hubungan dengan para perempuan. Mereka menyenangi menyumpah orang lain, bersenang-senang, bersama teman-temannya, minum bir, menonton sepak bola, membuat lelucon-lelucon yang dianggap merendahkan perempuan yang keseluruhan menunjukkan gaya hidup yang bebas.

Pada era 2000-an, lahir sesuatu yang khas dan semakin lama gejala kelakian penuh dengan terminology baru. Pada era ini terminologi laki-laki sudah mengenal istilah metroseksual (Beynon dalam Nasir dalam Demartoto. 2009: 7). Laki-laki golongan ini merupakan orang-orang yang peduli dan memperhatikan gaya hidup yang teratur, menyukai detail, dan cenderung perfeksionis. Sebenarnya laki-laki metroseksual memiliki kemiripan dengan konsep citra maskulin era 80-an. Secara umum, laki-laki metroseksual merupakan golongan menengah keatas, mengikuti perkembangan budaya, dan berpengetahuan umum yang luas dan.

Alasan pemilihan konsep maskulinitas yang dikemukakan Beynon (Nasir dalam Demartoto, 2009) karena mewakili berbagai sifat atau karakter dari laki-laki dari segala usia, kelas sosial, maupun status dalam masyarakat. Pemahaman maskulinitas yang dirangkum dalam Demartoto (2009: 8) dikelompokkan dalam beberapa sifat maskulin sebagai berikut:

1. *No Sissy Stuff*. Seorang laki-laki dilarang mendekati perilaku yang berhubungan dengan perempuan.
2. *Be a Big Wheel*. Maskulinitas dapat diukur dari kekuasaan, kesuksesan, dan pengaguman dari orang lain.
3. *Be a Surdy Oak*. Sifat kelaki-lakian membutuhkan kemandirian, kekuatan, dan rasionalitas.
4. *Give em Hell*. Laki-laki harus memiliki sifat agresif, keberanian, dan berani mengambil resiko.

5. *New man as nurturer*. Laki-laki memiliki sisi kelembutan seperti seorang bapak, contohnya dalam hal memperhatikan dan mengurus anak.
6. *New man as narcissist*. Laki-laki menunjukkan maskulinitasnya dengan gaya hidup yuppies atau perlente.
7. *The new lad*, Sifat laki-laki yang *macho*, *hooliganism* dan kekerasan, laki-laki membangun kehidupan di sekitar sepak bola, bersenang-senang dengan teman-temannya, mementingkan leisure time, dan sex.
8. *Laki-laki metroseksual* menggunakan fashion, laki-laki ini adalah kelompok orang-orang yang peduli tentang gaya hidup dan cenderung perfeksionis.

c. Film Sebagai Representasi Kehidupan Masyarakat

Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linear. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) dibaliknya tanpa pernah berlaku sebaliknya (Irawanto. 1999: 13) . film dapat mengkonstruksi masyarakat dan hal ini yang membuat film sering sekali digunakan sebagai alat propaganda pemerintah. Antara film dengan masyarakat memiliki sifat refleksi terhadap kehidupan masyarakat, menjadikan keduanya memiliki hubungan yang sangat erat. Hal ini berhubungan dengan sisi komersil film sebagai komunikasi massa. Seperti yang dikemukakan oleh Garth Jowett dan James M. Linton dalam Jowet & Linton (1983: 74) yaitu :

“It is more generally agree that mass media are capable of ‘reflecting’ society because they are forced by their commercial nature to provide a level of content which will guarantee the wildest possible audience”. (Secara umum dapat dikatakan bahwa media massa mampu merefleksikan masyarakat karena dituntut oleh sifat komersialnya untuk memberikan muatan isi yang berkualitas yang nantinya akan diterima oleh masyarakat luas).

Namun dalam Turner (1995: 74) berbeda pandangan dan mengatakan jika film tidak merefleksikan atau merekam realitas, seperti pada bentuk media

representasi yang lain, film membangun suatu penyajian kembali gambaran realita melalui kode-kode, konvensi-konvensi, mitos, dan ideologi dari kebudayaannya dan juga dari praktek-praktek khas sebagai penanda dari medium. Dapat dikatakan jika film dan masyarakat berkaitan dan memiliki interaksi yang harmonis. Melalui film masyarakat dapat mempelajari budaya-budaya yang tidak ditemui dilingkungannya namun disajikan didalam film. Film dan pembuatnya membutuhkan masyarakat dan penonton untuk mendapatkan pandangan baru, inovasi-inovasi dalam mengembangkan ide film yang mampu berhubungan dengan masyarakat.

F. Metode Penelitian.

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan mengkaji representatif dalam teks dan konten media yang berbentuk gabungan tanda-tanda dalam visual dan audio. Teks menjadi objek penting dalam penelitian ini yang dipandang sebagai bentuk produksi makna dalam merepresentasikan suatu hal

2. Metode Penelitian

Berdasarkan kerangka teori yang digunakan, penelitian ini menitikberatkan pada pemaknaan pesan dalam teks media berbentuk visual dan audio yang terdapat pada kedua web series yang akan diteliti. Peneliti perlu menggunakan metode analisis semiotik dalam memahami tanda-tanda yang ada. Dalam semiotika mempelajari bagaimana objek, peristiwa, serta kebudayaan sebagai sebuah tanda. metode semiotika merupakan suatu pendekatan teoritis sekaligus berorientasi kepada kode (sistem) dan pesan (tanda-tanda dan maknanya, tanpa mengabaikan konteks dan pihak pembaca (audiens) (Budiman, 2011: 9).

Semiotika mengeksplorasi bagaimana makna dibangun oleh teks diperoleh melalui tanda dengan cara dan penggunaan kode budaya. Semiotika dibagi tiga cabang ilmu tentang tanda:

- a. *Semantics*, tentang bagaimana sebuah tanda saling berkaitan dengan tanda lain.
- b. *Syntatics*, tentang bagaimana sebuah tanda mengandung arti yang sama dengan tanda yang lain.

- c. *Pragmatics*, tentang bagaimana tanda terkandung dan digunakan dalam realita kehidupan.

Tidak hanya secara verbal, pesan juga dapat dibuat dengan musik, lukisan, dan jenis sistem nonverbal lainnya. Istilah yang digunakan dalam semiotika untuk merujuk pada semua sistem semacam itu adalah kode. (Danesi, 2011: 22). Bahasa pakaian, musik, dan isyarat merupakan contoh kode. Kode-kode ini dapat didefinisikan sebagai sistem tanda (verbal, visual, gesture, dan lainnya) yang mempunyai sifat tertentu. Dalam Cours, Saussure menggambarkan tanda sebagai struktur biner atau struktur yang memiliki dua bagian, yaitu bagian fisik (penanda) dan konseptual (petanda). (Danesi, 2011: 30). Berdasarkan kutipan (Kriyanto, 2007, dalam Nabilah, Skripsi, 2015:26) dua konsep ini dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Signifier* atau Penanda merupakan eksistensi fisik atau citra yang kita lihat, dengar, atau rasakan dari suatu objek, seperti bunyi dan gambar.
- b. *Signified* atau petanda merupakan konsep dari objek yang bersangkutan sehingga membuat bunyi dan gambar yang ada menjadi bermakna.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Roland Barthes. Dalam Konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi beredaannya. (Azmi, Skripsi, 2017: 52). Bagi Roland Barthes dalam (Aryanto, 2009:69), mitos merupakan hasil tatanan pertandaan (order of signification) yang kedua. Tatanan pertandaan pertama merupakan landasan kerja Saussure tentang hubungan penanda dan pertanda, yang menghasilkan makna denotative dan tau tanda yang denotatif. Sedangkan tatanan yang kedua melahirkan tanda bermakna konotatif. Konotatif adalah tanda yang penandaannya memiliki makna tidak langsung, tidak pasti, implisit yang memungkinkan adanya penafsiran baru. Dirangkum dari (Sobur, 2004 dan Noorastuti, 2006, dalam Nabillah, Skripsi, 2015:26) gagasan Barthes tersebut juga disebut dengan istilah order of signification yang dimana:

- a. Denotasi

Level dasar dan deskriptif dari pemaknaan dimana consensus atas makna disetujui oleh banyak orang secara luas. Penanda dan petanda saling terhubung menjadi representasi mental atau konseptual dari suatu benda.

b. Konotasi

Proses penandaan lebih luas dengan menghubungkan Bahasa ke dalam tema dan makna tertentu sehingga diperoleh petanda baru yang sangat terkait dengan konteks sosial, budaya, dan sistem nilai yang ada.

bahasa	Mitos	signifier	signified
		Sign (meaning)	
		Signifier (FORM)	Signified (CONCEPT)
		Sign (SIGNIFICATION)	

Tabel 1.2. Tabel Semiotik Roland Barthes

Mitos adalah tipe wicara, segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. (Barthes dalam Muzir, 2018: 152-153). Mitos pasti memiliki landasan historis, baik mitos yang kuno maupun yang tidak, karena dia adalah tipe wicara yang dipilih oleh sejarah: mitos tak mungkin lahir dari ‘hakikat’ sesuatu.

3. Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Penelitian ini dilakukan secara mendalami obyek penelitian untuk mendapatkan data mengenai obyek yang dianalisa. Obyek penelitian disini menggunakan dua webseries yang berbeda tahun terbitnya yaitu Malam Minggu Miko (2012) dan Axelerate The Series (2016). Data yang dikumpulkan merupakan cerita dan tanda dalam tiap scenenya yang nantinya keseluruhan data akan di dokumentasikan dan dianalisis.

b. Studi Pustaka

Pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data yang diambil dari sumber tertulis berbentuk buku, jurnal, penelitian, dan artikel di internet. Sumber yang dipilih merupakan sumber relevan yang dapat menjadi rujukan tepat dalam memahami hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian.

4. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa film webseries dan studi pustaka. Data diambil berdasarkan apa yang ada pada dua webseries yang berbeda tahun terbitnya yaitu Malam Minggu Miko (2012) dan Axelerate The Series (2016). Kedua web series ini dipilih berdasarkan perbedaan tahun terbitnya dan juga genre filmnya yang dimana tetap ingin menunjukkan sisi maskulinitas pria. Peneliti akan melihat bagaimana maskulinitas di representasikan pada fisik dan psikis didalam kedua webseries ini. Selain itu peneliti juga melihat bagaimana suasana yang dibangun didalam film ini.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013:148) adalah sebuah wilayah general yang terdapat objek dan subjek dan mempunyai sebuah kuantitas atau karakteristik yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Peneliti mengambil populasi data pada penelitian ini dari webseries Axelerate Series : The Untold Story dan webseries Malam Minggu Miko Season 1.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang telah dimiliki oleh sebuah populasi. Peneliti mengambil sampel penelitian berupa tujuh episode dari masing-masing webseries. Untuk web series Axelerate Series: The Untold Story, pada penelitian ini mengambil episode 1, 3, 4, 5, 7, 9, dan final Episode. Sedangkan Untuk Malam Minggu Miko Season 1 penelitian ini mengambil episode Nissa, Motor Bareng Zubaidah, Hari Penembakan Sasha, Webcam Bareng Disty, Hipnotis Vania. Reuni SD Belinda, dan Malam Terakhir Mikho,

6. Teknik Analisis Data

Dalam menemukan tanda, peneliti melakukan pengklasifikasian tanda dan juga melakukan pemecahan bagian narasi yang digunakan untuk membedah tanda-tanda

yang ada. Hal ini dilakukan untuk mempermudah menganalisis tanda maskulinitas yang ada guna mendapatkan temuan berupa representasi maskulinitas dalam dua webseries ini. Pada Semiotika Charles Sander Peirce lebih menekankan pada proses produksi tanda yang dihadapkan pada proses interpretasi individu.

Dalam film terdapat unsur audio visual yang dikategorikan dalam dua bidang yaitu Unsur Naratif dan unsur Sinematik. (Vera, 2014: 92) dalam unsur naratif terdapat materi yang disampaikan disusun dalam film dalam bentuk naratif. Dalam unsur sinematik terdapat bagaimana cara materi dalam film itu digarap. Ada empat kategori dalam unsur sinematik yaitu:

- a. Mise en scene yang terdiri dari setting, penataan cahaya, wardrope dan mak up, serta aktik dan gerakan pemain. Pada penelitian ini kita melihat bagaimana ekspresi, gesture tubuh, gerakan yang dilakukan, penampilan pemain serta suasana dalam gambar.
- b. Sinematografi melihat bagaimana penyajian dan pengambilan gambar dari kamera untuk memenuhi kebutuhan film. Dalam penelitian semiotik ini melihat bagaimana teknik pengambilan gambar yang diambil dari kamera serta detail yang terdapat dalam frame.
- c. Editing, terdiri dari proses pemilihan gambar hingga penyelesaian sunting akhir yang melibatkan pengaturan agar dapat terbangun unsur dramatic dalam film. Dalam penelitian ini meneliti baik dari gambar yang dipilih, warna yang digunakan, serta tulisan yang digunakan.
- d. Suara, terdiri dari suara efek, musik, serta dialog yang berhubungan dan mendukung gambar. Pada penelitian ini melihat bagaimana dialog dan musik yang digunakan.