

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi maskulinitas baru (*new masculinity*) dalam film *Jatuh Cinta Seperti di Film-Film* (2023) karya Yandy Laurens. Film tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena menghadirkan konstruksi karakter laki-laki yang dinilai menyimpang dari pola maskulinitas hegemonik yang lazim dalam sinema Indonesia, yakni pria sebagai sosok yang kuat, dominan, dan rasional. Melalui karakter protagonisnya, film ini secara eksplisit menampilkan bentuk maskulinitas yang lebih afektif, reflektif, dan empatik, yang mencerminkan pergeseran paradigma sosial terhadap identitas laki-laki dalam budaya kontemporer. Fokus analisis diarahkan pada proses konstruksi, representasi, dan negosiasi maskulinitas dalam narasi film.

Perkembangan *new masculinity* memiliki relevansi penting karena perubahan nilai-nilai sosial tidak hanya terjadi pada ranah privasi, tetapi juga pada konstruksi karakter film. Representasi ini mencerminkan transformasi masyarakat menuju pemahaman gender yang lebih inklusif. (Ferdiansyah et al., 2024a) menunjukkan bahwa laki-laki modern menghadapi *masculinity dilemma* yang mendorong mereka bernegosiasi dengan ekspektasi sosial lama dan identitas baru yang lebih fleksibel. Dalam konteks media, representasi maskulinitas lebih cair dan adaptif terhadap perubahan sosial, termasuk penerimaan terhadap ekspresi emosional, empati, dan kerentanan. Hal ini memperkuat argumen bahwa

representasi lelaki baru' di media tidak lagi bersifat monolitik, tetapi lebih beragam sesuai dinamika budaya. Kecenderungan ini juga terlihat dalam kajian mengenai arketipe maskulinitas dalam budaya visual. (Kreichbergs et al., 2024, p 2).

(Connell, 2015, p 32). menjelaskan bahwa maskulinitas tidak bersifat tetap, melainkan konstruksi sosial yang berubah sesuai dengan konteks budaya dan sejarah. Sementara itu, (Butler Judith, 2014, p 54) menambahkan bahwa gender, termasuk maskulinitas, terbentuk melalui performativitas, yakni tindakan berulang yang menciptakan kesan identitas. Dalam konteks budaya populer, representasi gender di media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat (Hall Stuart et al., 2013, p 43). *new masculinity* merupakan gagasan baru yang lahir dari pandangan kesetaraan gender dapat lebih dari pada maskulinitas yang lampau, dengan maskulinitas lama yang tidak peduli dengan adanya kesetaraan tersebut. (Kumalasari et al., 2025) p 18

Maskulinitas dapat diartikan sebagai bagaimana seseorang menjadi pria berdasarkan norma-norma yang diterima oleh masyarakat, maskulinitas lahir karena adanya fantasi bagaimana seorang pria itu seharusnya menjadi seperti apa dan bagaimana. Maskulinitas Gender dikonstruksi secara sosial sebagai panduan bagi individu tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contoh yang paling umum adalah stereotip bahwa laki-laki dilarang untuk menangis, karena menangis dianggap bentuk emosional sebagai sifat yang identik dengan perempuan. Hal ini mencerminkan bagaimana norma-norma budaya membentuk ekspektasi terhadap peran gender, di

mana laki-laki diharapkan untuk selalu terlihat kuat dan tidak menunjukkan emosi yang dianggap sebagai tanda kelemahan. Konstruksi sosial semacam ini membatasi ekspresi emosional laki-laki dan memperkuat pandangan bahwa sifat-sifat tertentu hanya pantas dimiliki oleh gender tertentu (Pattimah & WS, 2023)

Menurut (Wardani, 2018:2-3) dalam (Dea Aulia Aetamimi et al., n.d.) Maskulinitas bukan hanya sekadar atribut individual, tetapi juga merepresentasikan peran sosial yang terbentuk melalui interaksi yang intens dengan lingkungan sekitar. Dengan kata lain, menjadi seorang pria sejati tidak semata-mata ditentukan oleh sifat-sifat tertentu, melainkan juga melibatkan penyesuaian terhadap norma-norma sosial yang kerap menimbulkan tekanan dan ekspektasi besar. Hegemoni maskulinitas tidak dapat dikelompokkan ke dalam kategori yang tetap. Hegemoni ini bukan hanya tentang variasi maskulinitas di antara berbagai kelas sosial laki-laki, tetapi juga melibatkan isu-isu yang jauh lebih rumit (Dea Aulia Aetamimi et al., n.d.)

Menurut (Edwards, 2004, p 40-45) Konsep maskulinitas baru (*new masculinity*) sebagai respons terhadap perubahan sosial dan budaya yang mulai menggugat dominasi maskulinitas tradisional. Figur laki-laki modern seperti *the New Man*, *the New Lad*, and *the Metrosexual* menjadi simbol cara baru dalam memahami kejantanan. Jika sebelumnya laki-laki identik dengan kekuatan fisik, logika, dan jarak emosional, kini muncul representasi yang lebih lembut, reflektif, dan peduli terhadap penampilan serta relasi sosial. Perubahan ini dipengaruhi oleh arus feminisme, perkembangan media, dan budaya konsumsi yang secara perlahan meminiulang citra laki-laki dalam kehidupan sehari-hari. *New masculinity* bukan

sepenuhnya bentuk pembebasan, melainkan bagian dari proses komersialisasi identitas laki-laki dalam budaya populer. Melalui media seperti majalah gaya hidup, iklan, dan film, citra laki-laki modern dipasarkan sebagai gaya hidup ideal—modis, sensitif, namun tetap menegaskan heteroseksualitasnya.

Budaya maskulinitas cenderung menjadi sumber misteri dan ketidakterjangkauan pemahaman bagi laki-laki. (Butler Judith, 2014) dikarenakan budaya maskulinitas itu terbentuk dari lingkungan sekitar yang berasal dari kesaharian dan juga apa yang kita tonton di film. Gender, termasuk maskulinitas, bukan sifat bawaan tetapi hasil dari tindakan berulang yang membentuk norma sosial. Atribut seperti kekuatan fisik atau rasionalitas dipelajari dan diperkuat melalui praktik sosial, bukan karakteristik alami.

Maskulinitas adalah seperangkat nilai, perilaku, dan karakter yang secara umum di eratkan kepada laki-laki, yang dimana hal ini bukanlah alami melainkan diciptakan oleh budaya yang hidup di Masyarakat. Yang dimana hal itu sekarang ada sedikit perubahan yang cukup signifikan dalam hal maskulinitas (Clara Nainggolan et al., 2025) Perubahan representasi ini tidak muncul begitu saja. Menurut Ramadhani (Nurshabrina Rahmah et al., 2025, p 118), film Indonesia kini menjadi ruang negosiasi bagi laki-laki untuk mengekspresikan kerentanan dan perasaan mereka. Pandangan ini diperkuat oleh (Mustiawan² & Setiawati³, 2024, P 227) yang menyatakan bahwa media massa memainkan peran penting dalam mendekonstruksi stereotip maskulinitas lama dan memperkenalkan nilai-nilai baru yang lebih inklusif. Hal ini juga di perkuat dengan banyaknya *trend* yang sedang terjadi sekarang yang dimana laki-laki memiliki nilai sifat maskulinitas yang

dimana banyaknya *brand skin care* yang mulai untuk menampilkan iklan-iklan dengan tokoh laki-laki (Utami & Demartoto, n.d.)

Media memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk citra ideal tentang bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berpenampilan dan berperilaku, yang sering kali tidak mencerminkan keragaman nyata yang ada di masyarakat. Konsep maskulinitas dan feminitas, yang kita anggap sebagai ciri khas dari setiap jenis kelamin, sebenarnya merupakan hasil dari konstruksi sosial yang telah dibangun dan diperkuat oleh masyarakat selama bertahun-tahun melalui berbagai media (Ahmad Saputra & Ulil Albab, n.d.)

Menurut Effendy dalam (Kun Wazis, 2022) Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa, baik dalam bentuk cetak seperti koran dan majalah maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Proses ini biasanya dikelola oleh lembaga tertentu atau individu yang telah dilembagakan, sehingga pengelolaan pesan dilakukan secara profesional. Komunikasi ini ditujukan untuk menjangkau sejumlah besar audiens yang tersebar luas di berbagai lokasi, dengan karakteristik yang anonim dan beragam, baik dari segi latar belakang maupun sifat.

Film sebagai alat Karya sastra modern secara konsisten mencerminkan berbagai realitas sosial. Dalam sebuah film, salah satu dari berbagai aspek realitas sosial yang diangkat adalah dinamika serta peran-peran gender yang mencolok dalam hubungan dan kehidupan sehari-hari. (Kurniadi et al., n.d.) komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh suatu

lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan pada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan sekilas (Kun Wazis, 2022, p 17)

Menurut Cangara (2011) dalam jurnal (Rezki Utama et al., 2023) Film sering digambarkan sebagai pabrik mimpi yang mampu menghadirkan dunia dan pengalaman yang terasa lebih megah dan menakjubkan dibandingkan kehidupan nyata. film merupakan bentuk media massa yang memiliki sifat visual dan auditori. Hal ini memberikan film kelebihan unik dalam menyampaikan cerita dan pesan secara langsung. hubungan antara film dan audiens memiliki dinamika yang unik, berbeda dengan hubungan yang biasanya ditemukan pada bentuk media lain seperti televisi atau radio. Film mampu menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan penontonnya, memberikan kesan bahwa audiens adalah bagian dari cerita yang ditampilkan di layar. Hal ini membuat film menjadi media yang sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi dan pengalaman audiens.

Film *Jatuh Cinta Seperti di Film-Film* (2023) karya Yandy Laurens menjadi contoh nyata dari fenomena ini. Tokoh utamanya, Bagus, bukanlah sosok yang gagah dan dominan seperti penggambaran laki-laki dalam film klasik, melainkan pria lembut dan reflektif yang berani mengakui kerentanannya. Karakter ini menggambarkan laki-laki urban yang sedang mencari jati diri di tengah tekanan sosial dan ekspektasi budaya. Menurut Nuraini (Salshadilla, 2024, p 107), film Indonesia pasca-2020 cenderung menampilkan laki-laki yang mengalami krisis identitas emosional dan spiritual, menunjukkan bahwa maskulinitas baru bukan sekadar citra, tetapi juga bentuk pencarian makna diri.

Fenomena ini juga muncul dalam film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (2020) karya Angga Dwimas Sasongko yang menggambarkan sosok ayah dengan pergulatan emosional mendalam. Sementara film Before, Now & Then (Nana) (2022) karya Kamila Andini memperlihatkan laki-laki yang lebih pasif dan mendukung perempuan sebagai tokoh utama. Film Seperti Dendam, Rindu Harus Dibayar Tuntas (2021) karya Edwin menampilkan bentuk maskulinitas yang berusaha berdamai dengan luka masa lalu. Ketiga film ini menunjukkan bahwa *new masculinity* dalam perfilman Indonesia kini hadir dalam berbagai bentuk — mulai dari kerentanan emosional, refleksi spiritual, hingga penolakan terhadap kekerasan simbolik.

Namun, fenomena ini tidak lepas dari kritik. Menurut Bridges dan Pascoe (2016,) dalam (Ferdiansyah et al., 2024, p 50) mengingatkan bahwa *new masculinity* bisa saja menjadi bentuk dominasi baru yang lebih halus atau *soft patriarchy*. Sebaliknya, (Anderson & McCormack, 2018) melihatnya sebagai langkah progresif menuju kesetaraan gender karena memberi ruang bagi laki-laki untuk mengekspresikan sisi emosional tanpa kehilangan identitasnya. meskipun terjadi pergeseran menuju *new masculinity* yang lebih inklusif dan reflektif, dominasi patriarki masih tetap eksis dalam bentuk yang lebih halus dan simbolis, sering disebut sebagai *soft patriarchy*. Dari adanya dominasi menunjukan Bentuk kekuasaan gender yang terlihat tidak jelas, tapi dampaknya sangat nyata ada pada ketidakadilan di masyarakat. Karena hal itu diperlukan analisis mendalam untuk melihat bagaimana kekuasaan dominasi itu bekerja (Vidmar, 2025, p 3).

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana *new masculinity* direpresentasikan dalam film Indonesia kontemporer, khususnya melalui film *Jatuh Cinta Seperti di Film-Film karya Yandy Laurens*. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce untuk menguraikan tanda-tanda visual dan verbal yang membentuk citra laki-laki baru di layar lebar Indonesia.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas tema maskulinitas baru di media dan film. Pertama ada penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Tesniyadi, n.d.) dengan judul “representasi maskulinitas dalam film jalan yang jauh, jangan lupa pulang” yang dimana meneliti tentang bagaimana maskulinitas di terapkan dan penemuan maskulinitas pada film itu, metode yang digunakan Adalah semiotika Roland Barthes dan menggunakan Teknik analisis kualitatif.

Selanjutnya, (Nurshabrina Rahmah et al., 2025) dengan judul “maskulinitas dan kekerasan dalam film seperti dendam, rindu harus dibayar tuntas” yang dimana meneliti bagaimana maskulinitas hegemonic di terapkan pada sebuah film. Dan metode yang digunakan Adalah analisis isi dengan Teknik analisis kualitatif.

Yang ke tiga, (Ahmad Saputra & Ulil Albab, n.d.) yang berjudul “Maskulinitas alternatif dalam Film Jakarta vs *everybody*”, yang dimana pada film ini membahas tentang bagaimana maskulinitas itu memiliki banyak aspek bukan hanya satu atau dua saja. Dan metode yang digunakan Adalah analisis naratif yang menggunakan Teknik kualitatif.

Kemudian, (Putra Wisena, 2022) yang berjudul “maskulinitas local dalam film salawaku” yang dimana pada film ini membahas tentang ketidak kesetaraan gender antara laki-laki dan Perempuan. Metode yang digunakan Adalah analisis wacana yang menggunakan Teknik kualitatif.

Dan, (Sitanova, 2024) yang berjudul “analogi feminisme dan maskulin sebagai representasi kesetaraan gender dalam film petualangan Sherina 2”. Yang dimana bercerita bagaimana feminisme dan maskulin memiliki kesetaraan gender. Dimana penelitian ini menggunakan metode analisis isi naratif dan menggunakan Teknik kualitatif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana representasi *new masculinity* ditampilkan dalam film Jatuh Cinta Seperti di Film-Film (2023) karya Yandy Laurens

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis representasi *new masculinity* dalam film Jatuh Cinta Seperti di Film-Film (2023). Fokus kajian diarahkan pada tanda-tanda visual (seperti ekspresi, gestur, kostum, dan sinematografi) serta tanda-tanda verbal (seperti dialog dan narasi) yang menggambarkan bentuk maskulinitas baru.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan bagaimana *new masculinity* direpresentasikan dalam film Jatuh Cinta Seperti di Film-Film (2023).

2. Menganalisis makna tanda-tanda visual dan verbal dalam film tersebut melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi visual dan budaya populer dalam perspektif studi gender. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru bagi pembuat film dan akademisi tentang pentingnya representasi laki-laki yang inklusif, empatik, dan relevan dengan perubahan sosial kontemporer.