

Maskulinitas dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif Maskulinitas pada Film Aksi Indonesia Produksi 2011-2021)

Olivia Andita Oktaviana¹, Monika Pretty Aprilia²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

* olivia.01@students.amikom.ac.id

ABSTRACT

Action films are closely related to dangerous physical scenes. In those action films it shows much that the person or character is a man, because the man is often considered a strong, muscular, strapping person who is very fit for an action movie. A man having such characteristics is usually called a masculine male. Following are some of Indonesia's action films showing scenes of masculinity, the Hit&Run (2019), Gundala (2019), 22 Minutes (2018), Partikelir (2018), Headshot (2016) and The Raid: Redemption (2011). Researchers analyzing the masculinity of the six films using seven concepts of masculinity presented by Janet Salfetz, by masculinity can be seen from physical appearance, functional, sexuality, emotional, intellectual, interpersonal and personal character. This study has made its goal to identify the frequency of masculinity in our action films and to learn the form of masculinity in action films. This type of research is a descriptive study using a quantitative analysis of content. The six films above as objects of his research. Results in this study revealed that the true form of masculinity was 29%, the sexuality of 26% men, the interpersonal 14%, the personal character of men 10%, the intellectual men 9%, functional men 8%,

Keywords: Action Movie, Content Analysis, Indonesian Movie, Masculinity

ABSTRAK

Film aksi merupakan film yang erat hubungannya dengan adegan-adegan fisik yang berbahaya. Dalam film aksi tersebut banyak menunjukkan bahwa pemeran atau tokohnya adalah seorang laki-laki, karena laki-laki sering dianggap orang yang kuat, berotot, bertubuh tegap dan berani yang dimana sangat cocok untuk memerankan film aksi. Laki-laki yang memiliki ciri-ciri seperti itu biasanya disebut laki-laki yang maskulin. Berikut ada beberapa film aksi di Indonesia yang memperlihatkan adegan maskulinitas para pemerannya, film Hit&Run (2019), Gundala (2019), 22 Menit (2018), Partikelir (2018), Headshot (2016) dan The Raid: Redemption (2011). Peneliti dalam menganalisis maskulinitas keenam film tersebut menggunakan tujuh konsep maskulinitas yang dikemukakan oleh Janet Saltzman Chafetz, yaitu maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik, fungsional, seksualitas, emosional, intelektual, interpersonal dan karakter personal. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui frekuensi maskulinitas yang ada di dalam enam film aksi Indonesia dan untuk mengetahui bentuk maskulinitas dalam film aksi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Keenam film di atas sebagai objek penelitiannya. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk maskulinitas yang muncul adalah kategori penampilan fisik 29%, seksualitas laki-laki 26%, interpersonal laki-laki 14%, karakter personal laki-laki 10%, intelektual laki-laki 9%, fungsional laki-laki 8%, dan emosional laki-laki 4%.

Kata Kunci: Maskulinitas, Film Aksi, Analisis Isi, Film Indonesia

Korespondensi: Olivia Andita Oktaviana. Universitas Amikom Yogyakarta. JL. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta-Indonesia 55281. **No. HP, WhatsApp:** 082226033719
Email: olivia.01@students.amikom.ac.id

Submitted: April 2022 | **Accepted:** Mei 2022 | **Published:** Juni 2022
P-ISSN 2620-3111 | **E-ISSN** 2685-3957 | **Website:** <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

Sekarang ini film dianggap sebagai sarana komunikasi yang sangat efektif untuk menjadikan massa sebagai sasaran utamanya, dikarenakan film memiliki sifat audio visual. Dengan suara dan gambar yang bisa bergerak, film dapat berbicara banyak dalam waktu yang singkat. Saat sedang menonton film kita sebagai penonton diajak untuk menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan juga mempengaruhi audiens. Film termasuk ke dalam kategori karya seni yang memiliki tujuan untuk memberikan hiburan dan kepuasan bagi yang menontonnya.

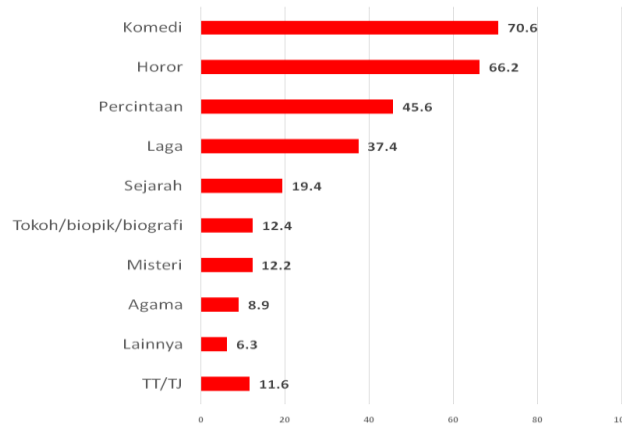
Meskipun demikian tak hanya memberikan hiburan saja, film juga memiliki fungsi budaya, pendidikan dan informasi, yang semua itu dapat diharapkan menjadi media serta sebagai tempat penyampaian pesan-pesan sosial. Film begitu akrab dengan keseharian masyarakat, yang di mana film merupakan salah satu bentuk hasil dari kebudayaan yang ada di masyarakat itu sendiri. Begitu banyak film yang mampu dengan mudah dipahami oleh penontonnya, karena dalam proses penyampaian pesannya film tersebut mampu disampaikan dengan halus (Al Faiz, 2020).

Film menjadi salah satu media komunikasi massa. Bisa dikatakan sebagai media komunikasi massa karena film dalam menunjukkan bentuk komunikasinya menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan antara komunikator dan komunikan secara massal atau berjumlah banyak dan tersebar dimana-mana, kemudian dapat menimbulkan efek tertentu (Vera, 2014). Film sebagai salah satu media massa merupakan media hiburan yang sangat berpengaruh dibandingkan dengan keberadaan surat kabar dan radio. Karena film dan media massa mempunyai keterkaitan yang erat. Hal ini dikarenakan film mempunyai kekuatan audio visual yang dapat menghipnotis atau mempengaruhi emosi penontonnya, seperti tertawa, menangis, sedih, marah dan lain-lain, Dennis MacQuail (dalam Tamzil, 2012).

Pada tahun 1998, perfilman nasional mulai bangkit kembali yang salah satunya dapat ditunjukkan dengan pertumbuhan di dalam jumlah produksi film. Film-film itu seperti “Kuldesak” (1998), “Petualangan Sherina” (2000), dan “Ada Apa Dengan Cinta” (2002) mulai sukses di pasaran. Tahun 2008 film di Indonesia mampu menguasai sebagian besar bioskop di tanah air. Kemudian sejak saat itu generasi perfilman nasional yang dulunya didominasi oleh sutradara senior perlahan digantikan oleh generasi yang baru. Lalu pada awal 2020 industri perfilman di Indonesia mampu mencapai pertumbuhan tertinggi dalam sejarah film nasional, dikutip dari artikel Kompas.com (14 Juli 2021).

Seiring dengan perkembangan industri perfilman di Indonesia, produksi film aksi tak kalah eksis dari genre-genre lain. Gelora film aksi di tanah air bisa kita lihat dari keberanian para sineas dalam melirik genre ini untuk ditunjukkan di layar lebar. Dalam satu dekade terakhir, film aksi mulai datang silih berganti. Semakin hari proses pengerjaannya juga semakin serius sehingga mampu menjanjikan hasil dan kualitas yang lebih bagus. Kebangkitan film aksi di Indonesia ditandai dengan hadirnya film “Merantau” (2009), film yang di sutradarai Gareth Evans ini langsung melambungkan nama Iko Uwais di industri perfilman Tanah Air. Tidak berhenti dengan film “Merantau”, Gareth kemudian menggarap film “The Raid: Redemption” (2011) yang dilanjutkan dengan sekuelnya “The Raid 2: Berandal” (2014). Dua film yang diproduksi Gareth tersebut menjadi titik balik kebangkitan film aksi Indonesia. Selain diputar di berbagai festival film dunia, film The Raid juga masuk nominasi, bahkan juga mampu membawa pulang penghargaan baik di dalam maupun di luar negeri.

Setelah itu, di setiap tahunnya film aksi tak pernah absen untuk menghiasi layar lebar Indonesia. Kemudian hadir nama duo sutradara yaitu Mo Brothers atau Timo Tjahjanto dan Kimo Stamboel yang ikut meramaikan panggung aksi di Tanah Air dengan memproduksi film “Headshot” (2016). Pada tahun 2018 film aksi semakin menunjukkan namanya. Tercatat ada berbagai film yang menyuguhkan begitu banyak adegan-adegan baku hantam dengan lebih beragam. Seperti, film “Wiro Sableng 212” yang kental dengan kearifan lokal, kemudian ada “Buffalo Boys” yang kebarat-baratan, lalu film “22 Menit” yang mengangkat peristiwa bom Sarinah, dan film “The Night Comes For Us”. Pada Juni 2019 yang lalu muncul film “Hit&Run, film yang mengusung genre aksi komedi itu diperankan oleh beberapa aktor-aktris terkenal seperti, Joe Taslim, Jefri Nichol, Tatjana Saphira dan Chandra Liow. Industri perfilman Indonesia yang khususnya genre aksi memasuki babak baru pada semester kedua tahun 2019 dengan kehadiran film “Gundala” karya sutradara Joko Anwar. Di Indonesia sendiri pemeran utama film aksi masih didominasi oleh laki-laki, dikutip dari <https://vik.kompas.com/gelora-film-laga-indonesia/>.



Sumber: Saiful Mujani Research & Consulting (SMRC 2019)

Gambar 1. Data Genre Film Indonesia Paling Diminati untuk Ditonton

Menurut survei yang dilakukan oleh SMRC tahun 2019 yang lalu, genre film nasional yang banyak diminati oleh masyarakat untuk ditonton ialah komedi (70,6%), diikuti dengan horor (66,2%), percintaan (45,6%) dan aksi atau laga (37,4%). Film memiliki berbagai macam jenis genre, seperti yang disebutkan dalam website <https://www.filmsite.org/> yaitu genre film cerita dibagi ke dalam beberapa jenis, horor, drama, *thriller*, aksi atau *action*, sejarah, perang, dan fiksi-ilmiah.

Film aksi dalam survei tersebut berada di urutan keempat sebagai genre film nasional paling diminati untuk ditonton. Tak dipungkiri bahwa ternyata film aksi merupakan salah satu genre yang cukup populer di mata masyarakat Indonesia, karena film aksi biasanya tidak membutuhkan pemikiran yang menguras energi publik. Penonton hanya duduk santai dan menikmati adegan kejar-kejaran mobil, perkelahian dan adegan tembak-menembak antar karakter baik dan penjahat, biasanya pertarungan tersebut akan dimenangkan oleh karakter baik atau pahlawan. Film-film aksi berhubungan erat dengan adegan-adegan fisik yang seru, berbahaya, menegangkan dan tempo cerita yang begitu cepat (Prastita, 2008).

Ada banyak sekali genre film di Indonesia yang berkembang terutama yang menampilkan sisi maskulin dari para aktor dalam film tersebut. Genre film yang biasanya menonjolkan sisi maskulin dari para aktornya ialah genre aksi atau laga yang ditunjukkan dengan adegan perkelahian atau bentuk fisik yang kuat. Dalam film aksi seringkali kita ditunjukkan pemeran utamanya ialah seorang laki-laki, dikarenakan laki-laki itu dianggap orang yang kuat dan juga tangguh dalam menghadapi masalah. Film aksi selalu menyuguhkan perkelahian antar pemainnya yang dimana sangat cocok dengan

kepribadian laki-laki yang kuat, tangguh, keras dan suka berkelahi. Penggambaran tokoh utama laki-laki yang kuat, tangguh dan keras dalam film aksi itu disebut sebagai laki-laki yang maskulin.

Maskulinitas itu sendiri adalah sebuah konsep yang hadir karena adanya konstruksi sosial terhadap laki-laki. Konsep maskulinitas ini menjelaskan bahwa laki-laki merupakan gender yang begitu lekat dengan kekerasan, kekuatan, ambisius, aktif dan agresif. Maskulinitas berkaitan erat dengan kata “*masculine*” (berotot), yang artinya maskulinitas merujuk pada laki-laki yang memiliki otot (Demartoto, 2010). Barker (dalam Demartoto, 2010) mengatakan bahwa secara alami laki-laki ketika dilahirkan tidak begitu saja memiliki sifat maskulinnya, karena maskulinitas itu dibentuk oleh kebudayaan.

Laki-laki selalu dikaitkan dengan otot dan kekuatan fisik yang lebih dibandingkan dengan perempuan, maka sifat maskulin dapat disebut sebagai cara untuk seorang laki-laki mampu menunjukkan nilai identitas gender agar dapat dianggap dan diterima seutuhnya sebagai laki-laki dimata masyarakat (Prasetyo & dkk, 2020). Contohnya seperti seorang laki-laki yang tidak boleh dan dilarang berdandan, karena berdandan adalah sifat yang dimiliki oleh perempuan.

Stereotip masyarakat mengenai gender yaitu laki-laki biasanya disebut maskulin dan perempuan disebut feminim. Masyarakat cenderung mempersepsikan gender itu merupakan sebuah kodrat, padahal gender itu terbentuk melalui konstruksi lingkungan dan dapat dipertukarkan. Seperti contohnya, banyak laki-laki yang menampilkan sisi feminim sering menggunakan perawatan kulit, perawatan tubuh untuk menjaga tubuhnya agar tetap bagus, dan menggunakan beberapa aksesoris perempuan, lalu banyak juga perempuan yang menampilkan sisi maskulinnya dengan menggunakan aksesoris atau pakaian seperti laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa peran gender itu dapat dipertukarkan, sedangkan yang jelas adalah kodrat yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan (Krissetyoningrum, 2014).

Dalam konsepnya maskulinitas di tiap budaya tentu memiliki perbedaan satu sama lainnya, tergantung budaya di mana seseorang itu tinggal. Contohnya, maskulinitas yang terdapat dalam budaya timur, mereka akan terbentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor kebudayaan dari kewajiban dan aturan yang diajarkan di sana. Berbagai aturan dan atribut dalam budaya dapat diterima melalui berbagai media, seperti agama, pola asuh, ritual adat, tayangan televisi, buku bacaan, dan jenis permainan yang diberikan oleh orang tua secara tidak langsung dapat mempengaruhi bentuk citra diri seorang laki-laki dalam hidupnya. Kondisi ini dapat ditunjukkan dengan cara berpakaian, berpenampilan, bentuk

aktivitas yang dilakukan, cara bergaul, cara memecahkan masalah, cara bagaimana mengekspresikan diri secara verbal dan non-verbal, hingga jenis aksesoris tubuh yang digunakan (Syulhajji, 2017). Psikologi Janet Saltzman Chafetz mengemukakan tujuh konsep maskulinitas dalam masyarakat, yaitu; maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki dan karakter personal laki-laki.

Pada stereotip masyarakat yang beredar pandangan umum maskulinitas yang berlaku dan diterima adalah laki-laki yang direpresentasikan sebagai imagi maskulin yang memiliki kekuatan fisik, penguasaan ekonomi, mengontrol kekuasaan, rasionalitas, mempunyai hak istimewa, agresif dan penentu keputusan yang bersumber pada kepemilikan status sosio-ekonomi, (Connell, 2009). Representasi maskulinitas tersebut nampak begitu nyata di dalam berbagai media, seperti media cetak (koran dan majalah) maupun media daring (film dan iklan), (Chapman & Rutherford, 2014).

Selain karena konstruksi sosial, media juga memiliki andil besar dalam unsur menyuburkan stereotipe tentang laki-laki. Dalam media, laki-laki yang disebut maskulin adalah laki-laki yang memiliki kekuasaan, kekuatan, berotot, tangguh, heroik. Media massa, salah satunya film merupakan alat untuk mengkonstruksikan bagaimana seorang laki-laki itu bisa disebut maskulin. Melalui sebuah film, terutama film aksi laki-laki atau tokoh dalam film tersebut bisa dibuat seperti pahlawan yang selalu menampilkan kekuatan otot, kekuasaan, heroik dan selalu mendominasi. Tidak hanya dalam film, sebuah iklan rokok, mobil, olahraga dan iklan produk sangat memperlihatkan secara jelas bagaimana sosok laki-laki yang maskulin, (Drianus, 2019). Karena sejak dulu kita hidup dalam stereotip yang membentuk laki-laki seolah olah seperti yang ada pada media, padahal jika kita melihat langsung pada kehidupan sehari-hari bentuk maskulinitas laki-laki tidak hanya dari penampilan fisik, kekuasaan ataupun status sosialnya seperti yang ditampilkan oleh media, tapi dari bagaimana seorang laki-laki itu bersikap dalam keluarga dan masyarakat.

Salah satu tipe maskulinitas yang diperlihatkan oleh media adalah *hypermasculinity*. Maskulinitas ini identik dengan sosok yang kuat, keras dan heroik. *Hypermasculinity* merupakan citra rekaan media yang berkepentingan terhadap visi industri kapitalis, misalnya karena akan meraih keuntungan finansial yang banyak dari produk yang sudah ditawarkan (Nilan, 2009).

Maskulinitas begitu dekat dan berhubungan dengan film, bila dalam film tersebut memunculkan sisi maskulin yang diperankan dari para aktor. Peneliti memilih untuk

meneliti maskulinitas laki-laki melalui film aksi, karena dalam film aksi biasanya akan muncul sosok laki-laki yang dianggap heroik dan menunjukkan bahwa laki-laki maskulin itu bergantung pada tubuh, fisik dan kekuatan. Kemudian mereka tidak melakukan hal-hal yang dianggap feminim seperti mengasuh anak dan memakai aksesoris seperti perempuan. Hal ini menjadi pembaharuan cara berpikir pada stereotip masyarakat dimana selama ini konsep maskulinitas yang ada dalam masyarakat adalah maskulinitas tradisional, dengan memiliki karakter keberanian, kepahlawanan, kekuatan, kepemimpinan dan kecerdasan. Sehingga maskulinitas didefinisikan secara brutal dengan bersikap keras, kaku dan tidak mau peduli dengan urusan rumah tangga (Lehman dalam Zuma, 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti memilih enam film aksi Indonesia untuk penelitian ini yang juga mengandung unsur atau sisi maskulin yang diperankan oleh para aktornya, yaitu film “Hit&Run” (2019), “Gundala” (2019), “22 Menit” (2018), “Partikelir” (2018), “Headshot” (2016) dan “The Raid: Redemption” (2011). Pemilihan film-film ini dikarenakan di dalamnya menggambarkan tentang keberanian seorang laki-laki dalam menumpas kejahatan-kejahatan yang ada di lingkungan masyarakat, seperti kejahatan peredaran narkoba, kejahatan terorisme dan kejahatan lainnya. Dimana dalam film-film ini ditunjukkan para pemerannya memiliki sisi maskulin untuk menumpas kejahatan tersebut, seperti berkelahi, memiliki tubuh yang tegap, kuat, berani dalam melawan penjahat, cerdas dan memiliki sifat pelindung.

Selain itu, alasan peneliti menggunakan enam film aksi di atas, karena enam film aksi tersebut memiliki jumlah penonton yang cukup banyak. Adapun perolehan jumlah penonton untuk film “Hit&Run” tercatat hingga tanggal 17 Juni 2019 telah memperoleh sebanyak 509.173 penonton, dikutip dari <https://cinemags.co.id/>. Menurut data dari <http://filmindonesia.or.id/> jumlah penonton film “Gundala” mencapai 1.699.433 penonton, dan film “Headshot” mencapai 732.763 penonton. “Headshot” juga mendapatkan Grand Prix Nouveau Genre Award 2016 pada L’Etrange Festival di Paris. Film “22 Menit” yang tayang lebih dari sepuluh hari sudah mengantongi 642.686 penonton. Perolehan angka tersebut mampu menempatkan film ini masuk ke jajaran 15 film terlaris tahun 2018, dikutip dari <https://seleb.tempo.co/>. Film “Partikelir” yang di sutradarai oleh komika Pandji Pragiwaksono mendapatkan 187.000 penonton, <https://www.kompas.com/>. Sementara itu, data jumlah penonton film “The Raid: Redemption” sebanyak 1.844.817 penonton di Indonesia. Film ini juga mampu menyabet tiga penghargaan bergengsi dunia, antara lain Toronto International Film

Festival 2011, Cadillacs People's Choice Award dan The Best Film sekaligus Audiens Award Jameson Dublin International Film Festival (fimela.com).

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai hal yang serupa adalah penelitian yang dilakukan oleh Syulhajji S yang berjudul Representasi Maskulinitas Dalam Film Talak 3 (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). Penelitian tersebut meneliti makna representasi dari maskulinitas yang terdapat dalam film Talak 3, yang difokuskan pada sifat maskulinitas *no sissy stuff, be a big wheel, be a sturdy oak, give em hell, new man as nurturer, new man as narcissist*, sifat laki-laki yang macho, kekerasan dan holiganism dan laki-laki metroseksual yang mengagungkan fashion. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian. Pada penelitian Syulhajji S objek yang diteliti adalah maskulinitas tradisional yang dicitrakan kepada sosok laki-laki yang memiliki harta, istri dan pekerjaan yang dianggap sebagai lelaki sejati. Yang kedua maskulinitas baru, sebagai sosok lelaki yang menjalani gaya hidup masyarakat modern dan metroseksual yang sangat peduli terhadap gaya hidup teratur dan cenderung perfeksionis. Sedangkan dalam penelitian ini objek yang dikaji adalah maskulinitas dalam film aksi dimana menurut Janet Saltzman Chafetz yang mengemukakan tujuh konsep maskulinitas dalam masyarakat, yaitu; maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki dan karakter personal laki-laki.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul Maskulinitas dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif Pada Film Aksi Indonesia Produksi Tahun 2011-2021). Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Seberapa besar frekuensi kemunculan maskulinitas pada enam film aksi Indonesia “Hit&Run” (2019), “Gundala” (2019), “22 Menit” (2018), “Partikelir” (2018), “Headshot” (2016), dan “The Raid: Redemption” (2011). Sebagaimana diketahui bahwa setiap penelitian mempunyai suatu tujuan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar frekuensi kemunculan maskulinitas pada enam film aksi Indonesia. Sedangkan manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini secara akademis tentunya diharapkan dapat menjadi media referensi untuk para peneliti selanjutnya yang nantinya akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu mengenai maskulinitas dalam film aksi. Secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran-pemikiran terhadap masalah yang berkaitan dengan masalah maskulinitas dalam film aksi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Analisis isi kuantitatif merupakan teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi komunikasi. Analisis isi kuantitatif didefinisikan sebagai salah satu teknik penilaian ilmiah yang ditunjukkan dengan mengetahui gambaran sebuah karakteristik isi dan menarik referensi dari isi tersebut, serta ditujukan untuk mengidentifikasi sistematis isi komunikasi yang dilakukan secara objektif, valid, reliabel dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011). Analisis isi kuantitatif lebih difokuskan untuk isi komunikasi yang tampak atau manifest.

Penelitian ini nantinya didasari dengan melakukan pengamatan terhadap film-film aksi yang ada di Indonesia, yang di dalamnya terdapat adegan maskulinitas sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan menggunakan analisis isi kuantitatif, nantinya peneliti dapat menghitung bentuk adegan maskulinitas dalam enam film aksi di Indonesia, yaitu film “Hit&Run”(2019), “Gundala” (2019), “22 Menit” (2018), “Partikelir” (2018), “Headshot” (2016) dan “The Raid: Redemption” (2011).

Dalam penelitian ini akan membuat korelasi antar masing-masing variable dengan data-data yang telah dikumpulkan kemudian akan dibuatkan lembar koding (*coding sheet*). Untuk objektivitas penelitian ini peneliti dibantu oleh beberapa coder, yang dalam pemilihan coder ini memiliki beberapa syarat, yaitu: (1) Mahasiswa dari jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta, (2) Sudah lulus mata kuliah metodologi penelitian, (3) Memiliki kegemaran menonton film.

Dari ketiga syarat tersebut terpilih 3 orang coder, termasuk peneliti sendiri yang akan mengcoding adegan maskulinitas dalam film aksi Indonesia. Nantinya dalam proses penelitian ini coder 1, 2 dan 3 melakukan pengisian lembar coding. Kolom lembar coding digunakan untuk mentabulasi jumlah adegan maskulinitas, keenam film aksi akan diseleksi. Tabulasi data dan data persentasi grafik akan dibuat di *Microsoft Excel* (Gunawibawa, 2020).

Variabel penelitian ini menganalisis adegan-adegan maskulinitas yang tentunya di setiap indikator maskulinitas berbeda-beda. Kategori variabel penelitian dan operasional penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori variabel maskulinitas beserta indikator dan definisinya.

Variabel	Indikator Maskulinitas	Definisi
Penampilan Fisik Laki-laki	Kuat	Maskulinitas berupa tubuh laki-laki yang berotot, tubuhnya tegap. memiliki keberanian, salah satunya untuk melawan kejahatan.
	Bertubuh Tegap	
	Berani	
Fungsional Laki-laki	Sebagai tulang punggung keluarga	Maskulinitas yang ditunjukkan dengan posisi laki-laki sebagai tulang punggung dan pencari nafkah bagi kerabat dan dirinya.
	Mampu bertanggung jawab bagi keluarga	
Seksualitas Laki-laki	Romantis	Mencakup pada pengalaman laki-laki dalam menjalin hubungan dengan perempuan. Tidak harus ditunjukkan dengan adegan berhubungan seks.
	Perhatian	
	Peduli terhadap perempuan	
Emosional Laki-laki	Mampu mengendalikan dan mengontrol emosi	Laki-laki dapat mengendalikan dan menyembunyikan emosi yang dirasakannya. Seperti ketika dalam menghadapi konflik, seorang laki-laki harus pandai untuk mengendalikan emosinya agar tidak terjadi tindakan kekerasan.
	Mampu mengutarakan keinginan dengan baik	
Intelektual Laki-laki	Cerdas	Ditunjukkan dengan laki-laki yang memiliki pemikiran yang cerdas.
	Memiliki pemikiran rasional	
	Mampu memecahkan masalah	
Interpersonal Laki-laki	Mandiri	Laki-laki dapat membentuk dirinya menjadi bertanggung jawab, disiplin, mandiri, berjiwa pemimpin dan mendominasi.
	Disiplin	
	Berjiwa pemimpin	
Karakter Personal Laki-laki	Memiliki sifat pelindung	Setiap laki-laki memiliki karakter personal yang berbeda-beda. Salah satunya dapat ditunjukkan dengan memiliki sifat pelindung atau kompetitif dalam mewujudkan mimpinya.
	Kompetitif	
	Berjiwa petualang	

Sumber : Olahan peneliti (2022)

Unit analisis di dalam penelitian ini meneliti setiap adegan atau dialog yang mengandung unsure maskulinitas. Nantinya setiap adegan atau dialog akan ditulis, dicatat dan dihitung oleh masing-masing coder. Dalam penelitian ini menggunakan indikator

maskulinitas yang sesuai dengan 7 konsep maskulinitas yang dikemukakan oleh Janet Saltzman Chafetz, yaitu: maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki dan karakter personal laki-laki.

Neuendorf mengusulkan jumlah unit studi yang akan dipakai untuk uji reliabilitas sekurang-kurangnya adalah 10% dari sampel (Eriyanto, 2011). Kemudian untuk mendapatkan hasil yang akurat dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan formula Holsti untuk menghitung data dari ketiga coder tersebut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas berkaitan dengan apakah sebuah alat ukur yang dipakai dalam penelitian secara tepat dapat mengukur konsep yang ingin diukur. Alat ukur harus memiliki validitas yang tinggi, hal itu juga akan secara tepat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas sangat penting dalam penelitian analisis isi. Hal ini dikarenakan temuan-temuan dalam penelitian ini didasari pada alat ukur yang digunakan. Jika alat ukur yang dipakai salah, dapat dipastikan temuan-temuan yang dihasilkan juga akan tidak dapat dipercaya (Eriyanto, 2011).

Dalam analisis isi terdapat beberapa jenis validitas. Penelitian ini menggunakan validitas yang berorientasi pada sebuah proses, yaitu validitas isi (*content validity*). Neuendorf mengatakan bahwa validitas isi berkaitan dengan apakah sebuah alat ukur telah memasukkan semua dimensi dan indikator secara lengkap dari konsep yang hendak diukur. Sebuah alat ukur dapat mempunyai validitas isi jika alat ukurnya sudah menyertakan semua indikator dari konsep yang dipilih dan tidak ada yang terlewatkan (Eriyanto, 2011).

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 19 indikator, semuanya akan dimasukkan ke dalam alat ukur dan tidak ada satupun yang terlewatkan. Indikator tersebut diambil dari tujuh konsep yang dikemukakan oleh Janet Saltzman Chafetz, yaitu, maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki dan karakter personal laki-laki.

Dalam uji reliabilitas peneliti menggunakan formula Holsti, sebagai berikut:

Rumus Holsti:

$$\text{Reliabilitas Antar Coder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

M : Jumlah Pernyataan yang disetujui oleh pengcoder

N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1

N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2

Dalam menghitung uji reliabilitas peneliti dibantu oleh 3 coder yang sebelumnya telah ditentukan oleh peneliti. Ketiga coder tersebut akan mengisi dan menilai lembar coding yang sudah dibuat oleh peneliti. Lalu ketiga coder melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan satu sampel yaitu film “22 Menit” dengan 6 adegan di dalamnya. Dihitung dengan formula Holsti, dan hasilnya sebagai berikut:

Uji reliabilitas coder 1 dan 2 :

$$CR = \frac{2(5)}{6 + 6} = 0,83$$

Uji reliabilitas coder 1 dan 3

$$CR = \frac{2(6)}{6 + 6} = 1$$

Uji reliabilitas coder 2 dan 3

$$CR = \frac{2(5)}{6 + 6} = 0,83$$

Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas yang didapatkan dari masing-masing kategori maskulinitas yaitu 0,83 dan 1 yang artinya di atas 0,75 atau 75%. Jadi, dalam penelitian ini ketiga coder bisa dikatakan menyetujui seluruh kategori maskulinitas yang ada di dalam film “22 Menit”, atau dapat dikatakan reliabel sebagai alat ukur, karena hasil ujinya mampu melebihi batas minimum yang ada di dalam formula Holsti. Dalam formula Holsti angka reliabilitas minimum yang dapat dikatakan reliabel yaitu yang bernilai 0,70 atau 70%. Namun, jika hasil ujinya di bawah 70% maka alat ukur

peneliti harus diperbaiki agar hasil uji reliabilitas antar codernya dapat mencapai batas minimum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, baik coder 1, 2 dan 3 menghitung variabel yakni adegan dan dialog yang mengandung maskulinitas sebagai kategori. Kategori-kategori tersebut telah ditentukan oleh peneliti yang berdasarkan pada tujuh konsep maskulinitas yang dikemukakan Janet Saltzman Chafetz. Observasi dilakukan oleh ketiga coder untuk menghitung dan mendapatkan data dari adegan dan dialog yang mengandung maskulinitas dalam enam film aksi Indonesia “Hit&Run”, “Gundala”, “22 Menit”, “Partikelir”, “Headshot” dan “The Raid: Redemption”.

Setelah melakukan uji reliabilitas di atas lalu selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan hasil dari temuan data. Hasil uji reliabilitas tersebut digunakan untuk menganalisis data yang akan terbentuk ke dalam tabel distribusi frekuensi. Tabel di bawah ini merupakan hasil temuan yang diolah peneliti yang berisi frekuensi maskulinitas dalam enam film aksi Indonesia, sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kemunculan Adegan Maskulinitas di tiap Film Aksi Indonesia.

Judul Film	BentukMaskulinitas	Frekuensi	Persentase
22 Menit (2018)	Penampilan fisik laki-laki	3	17%
	Fungsional laki-laki	4	22%
	Seksualitas laki-laki	5	28%
	Emosional laki-laki	0	0%
	Intelektual laki-laki	0	0%
	Interpersonal laki-laki	6	33%
	Karakter personal laki-laki	0	0%
	Total	18	100%
Hit & Run (2019)	Penampilan fisik laki-laki	16	24%
	Fungsional laki-laki	7	11%
	Seksualitas laki-laki	23	34%
	Emosional laki-laki	0	0%
	Intelektual laki-laki	5	8%
	Interpersonal laki-laki	7	11%
	Karakter Personal laki-laki	8	12%
	Total	66	100%
Gundala (2019)	Penampilan fisik laki-	4	40%

	laki		
	Fungsional laki-laki	0	0%
	Seksualitas laki-laki	0	0%
	Emosional laki-laki	0	0%
	Intelektual laki-laki	2	20%
	Interpersonal laki-laki	0	0%
	Karakter personal laki-laki	4	40%
	Total	10	100%
Partikelir (2018)	Penampilan fisik laki-laki	4	40%
	Fungsional laki-laki	0	0%
	Seksualitas laki-laki	3	30%
	Emosional laki-laki	1	10%
	Intelektual laki-laki	1	10%
	Interpersonal laki-laki	0	0%
	Karakter personal laki-laki	1	10%
	Total	10	100%
Headshot (2016)	Penampilan fisik laki-laki	1	20%
	Fungsional laki-laki	0	0%
	Seksualitas laki-laki	2	40%
	Emosional laki-laki	2	40%
	Intelektual laki-laki	0	0%
	Interpersonal laki-laki	0	0%
	Karakter personal laki-laki	0	0%
	Total	5	100%
The Raid: Redemption (2011)	Penampilan fisik laki-laki	12	40%
	Fungsional laki-laki	0	0%
	Seksualitas laki-laki	3	10%
	Emosional laki-laki	3	10%
	Intelektual laki-laki	5	17%
	Interpersonal laki-laki	6	20%
	Karakter personal laki-laki	1	3%
	Total	30	100%

Sumber : Olahan peneliti (2022)

Berdasarkan hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa kesimpulannya adalah dalam film “22 Menit” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 18 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul dan mendominasi ialah kategori interpersonal laki-laki yaitu 33%, lalu terdapat 17% kategori penampilan fisik laki-laki, 22% kategori fungsional laki-laki dan 28% kategori seksualitas

laki-laki. Frekuensi penampilan fisik laki-laki meliputi bertubuh tegap objek yang muncul 3 adegan. Frekuensi fungsional laki-laki meliputi sebagai tulang punggung keluarga objek yang muncul 4 adegan. Frekuensi seksualitas laki-laki meliputi perhatian objek yang muncul 5 adegan. Dan frekuensi interpersonal laki-laki meliputi berjiwa pemimpin objek yang muncul 6 adegan.

Hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa dalam film “Hit&Run” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 66 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul adalah kategori seksualitas laki-laki yaitu 34%, lalu terdapat 24% kategori penampilan fisik laki-laki, 11% kategori fungsional dan interpersonal laki-laki, 8% kategori intelektual laki-laki, 12% kategori karakter personal laki-laki. Frekuensi penampilan fisik meliputi kuat 6 adegan (9%), bertubuh tegap 3 adegan (5%) dan berani 7 adegan (11%). Frekuensi fungsional laki-laki meliputi sebagai tulang punggung keluarga objek yang muncul 3 adegan (5%) dan bertanggung jawab bagi keluarga objek yang muncul 4 adegan (6%). Frekuensi seksualitas laki-laki meliputi romantis objek yang muncul 15 adegan (23%), perhatian objek yang muncul 2 adegan (3%) dan peduli terhadap perempuan objek yang muncul 6 adegan (9%). Frekuensi intelektual laki-laki meliputi cerdas objek yang muncul 5 adegan (8%). Frekuensi interpersonal laki-laki meliputi objek yang muncul 7 adegan (11%). Dan frekuensi karakter personal meliputi memiliki sifat pelindung objek yang muncul 8 adegan (12%).

Hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa dalam film “Gundala” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 10 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul adalah kategori penampilan fisik laki-laki dan karakter personal laki-laki yaitu 40%, lalu terdapat 20% kategori intelektual. Frekuensi penampilan fisik meliputi kuat dan bertubuh tegap objek yang muncul masing-masing 2 adegan (20%). Frekuensi intelektual meliputi cerdas dan memiliki pemikiran rasional objek yang muncul 1 adegan (10%). Dan frekuensi karakter personal meliputi memiliki sifat pelindung objek yang muncul 4 adegan 40%.

Hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa dalam film “Partikelir” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 10 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul adalah kategori penampilan fisik yaitu 40%, lalu 30% kategori seksualitas, 10% kategori emosional, intelektual dan karakter personal. Frekuensi penampilan fisik meliputi bertubuh tegap objek yang muncul 3 adegan (30%) dan berani objek yang muncul 1 adegan (10%). Frekuensi seksualitas meliputi

romantis objek yang muncul 2 adegan (20%) dan peduli terhadap perempuan objek yang muncul 1 adegan (10%). Frekuensi emosional meliputi dapat mengontrol emosi objek yang muncul 1 adegan (10%). Frekuensi intelektual meliputi cerdas objek yang muncul 1 adegan (10%). Frekuensi karakter personal meliputi memiliki sifat pelindung objek yang muncul 1 adegan (10%).

Hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa dalam film “Headshot (2016)” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 5 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul adalah kategori seksualitas dan emosional yaitu 40%, terdapat 20% kategori penampilan fisik. Frekuensi penampilan fisik meliputi kuat objek yang muncul 1 adegan (20%). Frekuensi seksualitas meliputi perhatian dan peduli terhadap perempuan objek yang muncul masing-masing 1 adegan (20%). Sedangkan frekuensi emosional meliputi dapat mengontrol emosi objek yang muncul 2 adegan (40%).

Hasil temuan data yang berasal dari tiga coder yang disajikan dalam tabel di atas, bahwa dalam film “The Raid: Redemption (2011)” menampilkan adegan maskulinitas sebanyak 30 adegan. Kategori maskulinitas yang paling sering muncul adalah kategori penampilan fisik yaitu 40%, lalu 10% kategori seksualitas dan emosional, 17% kategori intelektual, 20% kategori interpersonal dan 3% kategori karakter personal. Frekuensi penampilan fisik meliputi kuat objek yang muncul sebanyak 2 adegan (7%), bertubuh tegap dan berani masing-masing sebanyak 5 adegan (17%). Frekuensi seksualitas meliputi romantis objek yang muncul 3 adegan (10%). Frekuensi emosional meliputi dapat mengontrol emosi objek yang muncul 3 adegan (10%). Frekuensi intelektual meliputi cerdas objek yang muncul 3 adegan (10%) dan memiliki pemikiran rasional sebanyak 2 objek yang muncul (7%). Frekuensi interpersonal meliputi berjiwa pemimpin objek yang muncul 6 adegan (20%). Sedangkan frekuensi karakter personal meliputi kompetitif objek yang muncul 1 adegan (3%).

Tabel 3. Keseluruhan Distribusi Frekuensi Adegan Maskulinitas dalam Film Aksi Indonesia

Bentuk Maskulinitas	Frekuensi	Persentase
Penampilan Fisik Laki-laki	40	29%
Fungsional Laki-laki	11	8%
Seksualitas Laki-laki	36	26%
Emosional Laki-laki	6	4%
Intelektual Laki-laki	13	9%
Interpersonal Laki-laki	19	14%
Karakter Personal Laki-	14	10%

laki		
Total	139	100%

Sumber : Olahan peneliti (2022)

Dari data di atas menunjukkan bahwa dalam film-film bergenre aksi di Indonesia sebagian besar dalam penggambaran tokohnya lebih menonjolkan penampilan fisik, seperti berotot, kuat, berani dan bertubuh tegap. Karena dalam film aksi banyak adegan berkelahian, kejar-kejaran dan tembak-menembak, yang semua itu membutuhkan fisik yang kuat. Sebagai orang yang memerankan peran aksi dalam film tersebut seorang laki-laki harus bisa menunjukkan penampilan fisiknya yang kuat, agar jalan ceritanya bisa diterima penonton dengan baik. Jika pemeran dalam film aksi tidak bisa menunjukkan penampilan yang kuat atau maskulin nantinya penonton tidak akan tertarik untuk menontonnya, karena film aksi identik dan berhubungan erat dengan adegan-adegan fisik yang seru, berbahaya, menegangkan dan tempo cerita yang begitu cepat (Prastita, 2008).

Data di atas menunjukkan penampilan fisik laki-laki memiliki persentase tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam ke-enam film aksi yang diteliti banyak menunjukkan adegan maskulinitas yang menampilkan fisik laki-laki, seperti laki-laki yang berani, berotot, kuat dan bertubuh tegap. Dalam persepektif biologi, maskulinitas merupakan hal yang alamiah dari jenis kelamin seorang laki-laki yang tidak hanya bermakna beda, tetapi juga menunjukkan bahwa dirinya tidak setara dengan seorang perempuan karena kedudukannya lebih tinggi. Sedangkan dalam budaya maskulinitas memiliki konteks sebagai alat yang berguna untuk menjelaskan mengenai apa itu gender laki-laki. Laki-laki dimunculkan dalam keunggulannya yang memiliki sifat maskulin seperti, agresif (beda dengan perempuan yang pasif), dan kuat secara fisik (beda dengan perempuan yang lemah secara fisik) (Pimeta & Natividade, 2013).

Dari keenam film aksi di atas menunjukkan bahwa maskulinitas ditunjukkan dengan penampilan fisik laki-laki memiliki persentase tertinggi yakni sebesar 29% atau terdapat sekitar 40 adegan. Berbeda dengan hasil yang didapatkan oleh Ramadhani (2020) dan Pramudika (2015) yang menemukan bahwa laki-laki yang maskulin tidak harus ditunjukkan dengan penampilan fisiknya yang kuat, berotot dan bertubuh tegap. Maskulinitas laki-laki juga dapat dilihat melalui kedewasaan, kemandirian hingga prestasi yang dicapai. Perbedaan hasil temuan ini terjadi karena adanya perbedaan objek dalam penelitian, penelitian Ramadhani (2021) menggunakan film drama atau remaja. Dari hasil temuan Ramadhan memaparkan bahwa penampilan fisik laki-laki tidak bisa dinilai hanya dari melihat sifat yang dimiliki seperti cupu, lugu, lembut dan polos, hal seperti itu bukan

berarti laki-laki tersebut tidak memiliki sifat maskulin. Sedangkan dalam penelitian Pramudika (2015) ada beberapa gambaran maskulinitas yang dimiliki laki-laki dalam film “5cm”, karena ada beberapa tokoh di dalamnya jadi penggambaran maskulinitasnya cukup beragam. Tokoh Genta digambarkan sebagai laki-laki yang mampu membuat orang lain kagum dengan pengetahuan dan pendidikan yang ia miliki. Tokoh Ariel digambarkan sebagai laki-laki maskulin yang memiliki kondisi fisik tubuh yang baik dan tubuh yang atletis. Tokoh Zafran digambarkan memiliki perilaku yang positif dan mampu memberikan manfaat bagi orang lain. Sekali lagi hal ini menunjukkan bahwa laki-laki maskulin tidak hanya dilihat dari tampilan fisik saja, melainkan dapat dilihat dari beberapa aspek.

Data yang lain juga menunjukkan bahwa dalam keenam film yang telah diteliti dalam maskulinitas dapat dilihat dari emosional laki-laki menunjukkan persentase terendah yakni sebesar 4% dengan frekuensi 6 adegan. Ada beberapa laki-laki yang tidak bisa mengendalikan emosinya. Emosi merupakan suatu perasaan yang muncul dari dalam diri seseorang sebagai akibat dari adanya rangsangan, baik dari dalam diri sendiri maupun dari luar. Emosi sangat berhubungan erat dengan suasana hati seseorang yang dapat dinyatakan dalam bentuk perilaku tertentu. Perasaan emosi bisa berupa emosi positif atau negatif. Banyak yang menatakan bahwa emosi adalah sebagai bentuk amarah, namun sebenarnya emosi merupakan bentuk perasaan manusia seperti bahagia, marah, sedih dan lain-lain. Pada prinsipnya emosi menggambarkan perasaan manusia dalam menghadapi berbagai situasi yang berbeda-beda, oleh karena itu pasti setiap individu memiliki emosi yang berbeda-beda. Dari emosi setiap individu yang berbeda akan menimbulkan hubungan yang negatif jika cara pengendaliannya kurang tepat (Luthfia, 2017).

Dalam hal ini jika laki-laki ingin dikatakan memiliki sifat maskulin sebaiknya laki-laki harus mampu untuk mengendalikan emosi mereka, agar tidak terjadi suatu konflik atau masalah tertentu yang sedang dihadapi. Menurut Janet Saltzman Chafetz pengendalian emosi merupakan salah satu ciri maskulin. Dalam menghadapi suatu konflik pengendalian emosi ini dapat ditunjukkan dengan cara saling memberikan toleransi diantara kedua pihak yang sedang berkonflik. Seorang laki-laki harus bisa tetap bertindak kalem dalam menghadapi berbagai situasi, tidak menunjukkan emosinya dan kelemahannya (Ramadhani & Suratnoaji, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan data yang dipaparkan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keenam film aksi Indonesia di atas menggambarkan adegan maskulinitas yang sesuai dengan tujuh konsep maskulinitas yang dikemukakan oleh Janet Saltzman Chafetz, yaitu maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki, dan karakter personal laki-laki. Kemunculan kategori penampilan fisik adalah yang paling mendominasi yaitu sebesar 29% dengan frekuensi 40 adegan, seksualitas laki-laki 26% dengan frekuensi 36 adegan, interpersonal laki-laki 14% dengan frekuensi 19 adegan, karakter personal laki-laki 10% dengan frekuensi 14 adegan, intelektual laki-laki 9% dengan frekuensi 13 adegan, fungsional laki-laki 8% dengan frekuensi 11 adegan, dan yang terakhir emosional laki-laki menjadi yang paling rendah yaitu sebesar 4% dengan frekuensi 6 adegan.

Penelitian ini masih memiliki kekurangan, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis isi kuantitatif hanya bisa melihat seberapa banyak frekuensi kemunculan maskulinitas, tetapi belum bisa membongkar ideologi maskulinitas. Untuk memberikan pemahaman yang lebih kepada masyarakat mengenai maskulinitas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan teori dan indikator maskulinitas yang lebih lengkap lagi dalam penelitian ini agar dapat menambah pengetahuan yang lebih banyak bagi masyarakat tentang maskulinitas. Juga bisa meneliti dengan menggunakan film selain genre aksi, seperti genre komedi, drama ataupun horor. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya akan lebih baik dan bisa menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Faiz, N. M. (2020). *Representasi Maskulinitas Jagoan Dalam Film Indonesia (Skripsi)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29594/16321176%20Nanda%20Miftah%20Al%20Faiz.pdf?sequence=1>
- Anggraini, N. J. (2014). *Penerimaan Atlet Silat Tentang Adegan Pencak Silat Indonesia Pada Film The Raid Redemption (Skripsi)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. <https://eprints.umm.ac.id/25295/>

- Chapman, R., & Rutherford, J. (2014). *Male Order: Menguak Maskulinitas*. Penerjemah: *Fitria Mayasari*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Connell, R. (2009). *Gender in World Perspective 2nd Edition*. Cambridge: Polity.
- Data Penonton Film Indonesia. (2016 dan 2019). Diakses dari http://filmindonesia.or.id/movie/viewer#.Y12ln_1BzIV
- Demartoto, A. (2010). *Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media*. Solo: Universitas Negeri Solo. <https://argyo.staff.uns.ac.id/2010/08/10/konsep-maskulinitas-dari-jaman-ke-jaman-dan-citranya-dalam-media/>
- Drianus, O. (2019). Hegemonic Masculinity Wacana Relasi Gender dalam Tinjauan Psikologi Sosial. *Psychosophia Journal of Psychology, Religion and Humanity* , 44. <https://media.neliti.com/media/publications/301036-hegemonic-masculinity-wacana-relasi-gend-b49577c4.pdf>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Film Genres. Retrieved Maret 26, 2022. Diakses dari <https://www.filmsite.org/>
- Gunawibawa, E. Y. (2020). Media Siber dan Analisis Isi Kuantitatif: Trend Pemberitaan Terhadap Proyek Spam di Lampung. *Jurnal Komunikasi Pembangunan Vol. 18 (02)* , 133. <https://doi.org/10.46937/18202031143>
- Krissetyoningrum, D. (2014). *Dekonstruksi Maskulinitas dan Feminitas dalam Sinetron ABG Jadi Manten (Skripsi)*. Semarang: Universitas Diponegoro. <https://media.neliti.com/media/publications/183340-ID-dekonstruksi-maskulinitas-dan-feminitas.pdf>
- Ladiarsa, Paulus. (2019, Juny 18). *Film Hit n Run Saat Pemain Film dan Influencer Kehilangan Fans Basenya Pada Momen Lebaran*. Diakses dari <https://cinemags.co.id/review-film-hit-n-run-saat-pemain-film-dan-influencer-kehilangan-fans-basenya-pada-moment-lebaran/>

- Lestari, Puput Puji. (2015, May 18). *18 Film Indonesia Yang Menoreh Sejarah*. Diakses dari <https://www.fimela.com/entertainment/read/2233834/18-film-indonesia-yang-menorehkan-sejarah>
- Luthfia, F. (2017). Studi Kasus Tentang Peserta Didik Yang Sulit Mengendalikan Emosi Pada Kelas VII SMP Negeri 14 Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* , 1.<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/23042/18236>
- Nilan, P. (2009). Contemporary Masculinities And Young Men In Indonesia. *Indonesia and Malay World* , 317-344.<http://dx.doi.org/10.1080/13639810903269318>
- Ningsih, Widya L. (2021, July 14). Sejarah Perfilman Di Indonesia. Diakses dari <https://www.kompas.com/stori/read/2021/07/14/150000979/sejarah-perfilman-di-indonesia?page=all>
- Pimeta, & Natividade. (2013). The Semiotic Contruction Of Masculinity And Affect: Multimodal Analipsis Of Media Texts. *A Journal of English Language, Literature in English and Cultural Studies* , 177.<http://dx.doi.org/10.5007/2175-8026.2013n64p173>
- Poedjianto, S. A. (2014). *Representasi Maskulinitas Laki-laki Interfil Dalam Film Test Pack Karta Ninit Yunita (Tesis)*. Surabaya: Universitas Airlangga.<https://repository.unair.ac.id/28771/2/FULLTEXT.pdf>
- Pramudika, A. D. (2015). *Visualilasi Maskulinitas Melalui Pengkarakteran Tokoh Dalam Film 5 CM (Skripsi)*. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta. <https://core.ac.uk/download/pdf/144236548.pdf>
- Prasetyo, A. T., & dkk. (2020). Analisis Representasi Maskulinitas Pada Tokoh Juno Film "Ku Cumbu Tubuh Indahku". *Jurnal Syntax Transformation* , 532. <http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/136>
- Prastita, H. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homarian Pustaka.
- Ramadhani, A. F., & Suratnoaji, C. (2021). Representasi Maskulinitas Tokoh Utama Dalam Film Persahabatan Bagai Kepompong 2021. *Jurnal Nomosleka*, 172. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6251>

- Tamzil, A. B. (2012). *Pesan Persahabatan Dalam Film (Analisis Isi Pada Film Rush Hour Karya Brett Ratner) (Skripsi)*. Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. <https://eprints.umm.ac.id/27449/>
- Saiful Mujani Research & Consulting. (2019). Siapa Menonton Film Di Bioskop. Diakses dari https://saifulmujani.com/wp-content/uploads/2020/01/Presentasi-Final-Film_SMRC_rev.pdf
- Sembiring, Ira Gita N. (2018, May 27). *Banyak Komika Terjun ke Industri Film, Pandji Pragiwaksono Berkomentar*. Diakses dari <https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/27/140839110/banyak-komika-terjun-ke-industri-film-pandji-pragiwaksono-berkomentar>
- Setiawan, Tri Susanto, dkk. (2019, October 25). Gelora Film Laga Indonesia. Diakses dari <https://vik.kompas.com/gelora-film-laga-indonesia/>
- Shaidra, Aisha. (2018, August 2). *Tayang Hari ke 12 Film 22 Menit Duduki 15 Besar Film Terlaris*. Diakses dari <https://seleb.tempo.co/read/1113138/tayang-hari-ke-12-film-22-menit-duduki-15-besar-film-terlaris/full&view=ok>
- Syulhajji, S. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Film Talak 3 (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). *EJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, (2) , 01-11. <https://portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=5813>
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zuma, U. A. (2021). *Representasi Maskulinitas Ayah Tunggal Dalam Film (Skripsi)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/91023/1/Analisis%20Semiotik%20%20Umaroh%20Anisa%20Zuma.pdf>