

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Film sebagai salah satu media massa yang memiliki kemampuan mengantar pesan secara unik (Effendi. 2000: hal 54). Salah satu keunikan dalam penyampaian pesan melalui film yaitu penggambaran realitas dalam film. Penggambaran dalam film ini disebut dengan representasi. Representasi yang ditampilkan melalui film dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku masyarakat. Akan tetapi, representasi dalam film terkadang tidak sesuai dengan realita sesungguhnya sehingga dapat memberikan dampak yang buruk pada masyarakat yang menonton (Suyanto. 2017: hal 2).

Pengaruh representasi dalam film terhadap perilaku masyarakat dapat dilihat misalnya pada kenaikan jumlah pendaki gunung Semeru secara drastis pada tahun 2013 setelah tayangnya film 5cm di bioskop (Purmono. 2013: np). Film 5cm menggambarkan keindahan yang dapat dinikmati selama pendakian gunung Semeru, danau Ranu Kumbolo, desa Ranu Pani hingga puncak gunung Mahameru. Akan tetapi, film ini memberikan dampak secara tidak langsung pada sebagian orang khususnya anak-anak muda. Banyak dari mereka ingin mendaki gunung Semeru dengan hanya bermodalkan rasa penasaran dan nekat mendaki gunung tanpa memahami medan dan persiapan pendakian. Hal ini juga dapat peneliti lihat dalam film Filosofi Kopi yang berdampak pada menjamurnya kedai kopi di Indonesia.

Film *Filosofi Kopi* merupakan salah satu film yang mengangkat cerita tentang kopi dan memberi dampak besar pada fenomena menjamurnya kedai kopi di Indonesia pada tahun 2015. Setelah film ini tayang, banyak orang yang terinspirasi dari tokoh Ben yang diperankan oleh Chico Jericho dan Jody yang diperankan oleh Rio Dewanto tokoh utama di film ini untuk menjadi pengusaha kedai kopi dan barista. Tren minum kopi di kedai menjadi sangat populer, padahal gaya hidup minum kopi membutuhkan biaya yang relatif tinggi, bahkan dapat memberi dampak buruk bagi kesehatan. Selain itu, gaya hidup ini dianggap dapat menunjukkan identitas sosial tertentu (Visinema. 2015: np).

Setelah film ini tayang, banyak anak muda yang mulai mempelajari tentang kopi dan menjadi barista. Pekerjaan sebagai pembuat kopi atau barista kemudian menjadi salah satu pekerjaan yang menjanjikan serta bergengsi khususnya bagi para laki-laki (Sanjaya. 2017: np). Beberapa pria merasa bahwa minum kopi, atau bekerja di kedai kopi adalah hal yang maskulin (Laia. 2018: np). Hal inilah yang mendorong peneliti untuk menelusuri lebih dalam mengenai representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi*.

Film *Filosofi Kopi* berawal dari sebuah cerpen karya Dewi Lestari, yang kemudian diproduksi menjadi sebuah film yang disutradarai oleh Angga Dwimas Sasongko, hingga akhirnya diwujudkan dalam bentuk kedai kopi, sehingga saat ini masyarakat sudah tidak lagi cuma bisa membayangkan seperti apa rasa kopi yang diseruput oleh Ben atau Jody, tapi mereka bisa mengalami pengalaman nyata menikmati rasa kopi itu. Film ini merupakan *first user generated movie*

di Indonesia. Hal ini merupakan strategi dengan melibatkan peran masyarakat luas dalam meracik film ini (Visinema. 2015: np).

Adapun beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait representasi dalam film, yaitu: penelitian skripsi yang dilakukan oleh Hadiati (2015) dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang membahas “Representasi waria dalam film Indonesia (Studi Analisis Film Indonesia dari Tahun 2003 – 2006)”. Beberapa penelitian lainnya yaitu penelitian semiotika film oleh Dedy Irawan (2016) dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan penelitian sejenis dengan film yang sama oleh Muhammad Adji (2019) dengan judul “Analisis Semiotika Film Filosofi Kopi”.

Penelitian sebelumnya oleh Nugraha (2017) menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce dengan fokus penelitian untuk mengetahui *Representament*, *Object* dan *Interpretant* dalam film tersebut sehingga diperoleh makna pada film Filosofi Kopi. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Filosofi Kopi memiliki makna *Representament*, *Object* dan *Interpretant*. Hal ini dilihat dari fungsi komunikasi, nilai-nilai sosial dan adanya makna yang mendalam sehingga dapat membentuk persepsi terhadap makna. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada makna pesan yang merepresentasikan maskulin yang terkandung dalam adegan-adegan di dalam film Filosofi Kopi. Penelitian-penelitian di atas menjadi beberapa referensi yang peneliti pakai untuk penelitian ini.

Penelitian ini berfokus pada makna dan tanda sehingga peneliti memilih teori semiotika sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan semiotika merupakan ilmu atau metode ilmiah untuk melakukan analisis terhadap tanda dan segala hal yang berhubungan dengan tanda. Semiotika dengan proses komunikasi memiliki hubungan yang erat, mengingat semiotika merupakan unsur pembangun bahasa. Bahasa merupakan media dalam proses komunikasi (Mudjiyanto. 2013: hal 74). Oleh karena itu, peneliti memilih semiotika untuk menganalisis sistem tanda di dalam film yang banyak mengandung pesan komunikasi baik verbal maupun nonverbal.

Dengan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk memahami lebih lanjut mengenai tanda-tanda komunikasi yang tersirat di dalamnya dan makna simbolis secara khusus mengenai pesan moral serta nilai-nilai yang terkait dengan representasi maskulin yang disampaikan pada film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*?

C. Tujuan

Memahami tentang representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi almamater Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya program studi Ilmu Komunikasi agar nantinya penelitian ini dapat menjadi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan atau karya ilmiah dalam penelitian skripsi, khususnya di bidang kajian semiotika Ilmu Komunikasi. Penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dengan tema yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan juga dapat memberikan masukan bagi setiap masyarakat dalam memahami representasi maskulin.

E. Kerangka Teori

Untuk mengetahui representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi*, penelitian ini menggunakan teori representasi Stuart Hall sebagai acuan utama penelitian dan beberapa konsep yakni mengenai sinematografi, ideologi, maskulin, serta analisis semiotika yaitu dengan mengacu pada level realitas, level representasi serta level ideologi.

1. Representasi

Stuart Hall (dalam Rahmasari. 2018: hal 9) menyebutkan bahwa representasi adalah proses yang melibatkan bahasa, tanda, dan gambar yang

mewakiliikan suatu objek tertentu. Proses ini akan menimbulkan sebuah makna yang akan ditukarkan pada suatu kelompok tertentu. Makna ini akan ditukarkan pada kelompok yang memiliki latar belakang pengetahuan yang sama untuk mencapai pemahaman yang serupa, sehingga dibutuhkan konsep, gambar, dan kode-kode budaya yang sama (Himawan. 2018: hal 83).

Stuart Hall (dalam Wibowo, 2013: hal 148) menyebutkan bahwa representasi terbagi menjadi dua yaitu representasi mental dan representasi bahasa. Representasi mental adalah pemahaman seseorang mengenai suatu hal yang ada di kepala mereka masing - masing, sehingga masih bersifat abstrak. Representasi bahasa bertujuan untuk ‘menerjemahkan’ konsep abstrak yang ada dalam kepala agar kita dapat menghubungkan tanda-tanda dan makna. Bahasa dalam hal ini tidak selalu bersifat verbal tetapi juga non-verbal seperti gestur tubuh, ekspresi wajah, dan lainnya. Melalui pemahaman di atas dapat disimpulkan bahwa representasi merupakan cara manusia mengkonstruksi realitas di sekitarnya.

Stuart Hall (1995: hal 13) menjelaskan bagaimana hubungan produksi makna hingga penggunaannya dalam konstruksi sosial ke dalam tiga teori representasi. Pertama, pendekatan reflektif. Pendekatan ini menjelaskan bahwa bahasa berfungsi sebagai cermin atau merefleksikan makna yang sebenarnya dalam realitas masyarakat. Pendekatan reflektif menekankan bahwa makna tergantung pada objek, orang, ide atau peristiwa yang ada di dunia nyata. Kedua, pendekatan intensional. Bahasa sengaja digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai cara pandang kita. Penutur menyampaikan pesan secara lisan maupun tertulis untuk

memberikan makna yang unik untuk tujuan tertentu. Ketiga, pendekatan konstruksi. Pendekatan ini menyoroti dari segi karakter sosial dan bahasa. Penutur memilih dan menentukan sendiri makna dalam karyanya. Penutur secara aktif melakukan konstruksi makna melalui tanda-tanda yang dibuat.

Representasi berkaitan dengan kegunaan tanda. Representasi diartikan sebagai proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Secara lebih tepat representasi didefinisikan sebagai penggunaan tanda-tanda (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik (Danesi. 2010: hal 3). Representasi berasal dari bahasa inggris, *representation*, yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran.

Representasi dapat diartikan sebagai gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan yang digambarkan suatu media (Vera. 2015: hal 96). Representasi berkaitan dengan proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Secara lebih tepat representasi didefinisikan sebagai penggunaan tanda-tanda (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik. Representasi diperkenalkan oleh Stuart Hall, seorang tokoh *cultural studies* dari Inggris. Hall menjelaskan bahwa representasi merupakan salah satu aspek yang berperan dalam membentuk kebudayaan (Himawan. 2018: hal 83).

Representasi adalah bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan dalam pemaknaan tertentu. John Fiske (dalam Muhamad & Meilinawati. 2019: hal 384) menjelaskan tiga tahapan yang terjadi dalam representasi. Tahapan

yang diikuti dalam penelitian ini, yaitu: (1) realitas, (2) representasi, dan (3) ideologi. Pertama adalah realitas. Realitas yaitu bahan mentah seperti dokumen atau perilaku. Kondisi sosial masyarakat merupakan "dokumen" yang akan dijadikan data realistik. Elemen-elemen itu diproyeksikan dalam karya yang dalam hal ini adalah film. Kedua adalah representasi. Elemen-elemen dalam film merupakan kode representasional yang menggambarkan dan menampilkan objek. Ketiga merupakan ideologi. Dalam tahap ini elemen-elemen tersebut dihubungkan dan kemudian membangun makna. Representasi adalah sebuah cara bagaimana memaknai apa yang ditampilkan oleh sesuatu (Mustika. 2017: hal 92).

Penelitian ini mengarah pada pendekatan konstruksionis yang menekankan bahwa peneliti memilih dan menetapkan makna melalui tanda-tanda yang dibuat. Makna dapat muncul dalam tanda secara tersurat maupun tersirat.

2. Gender dan Maskulinitas

a. Gender

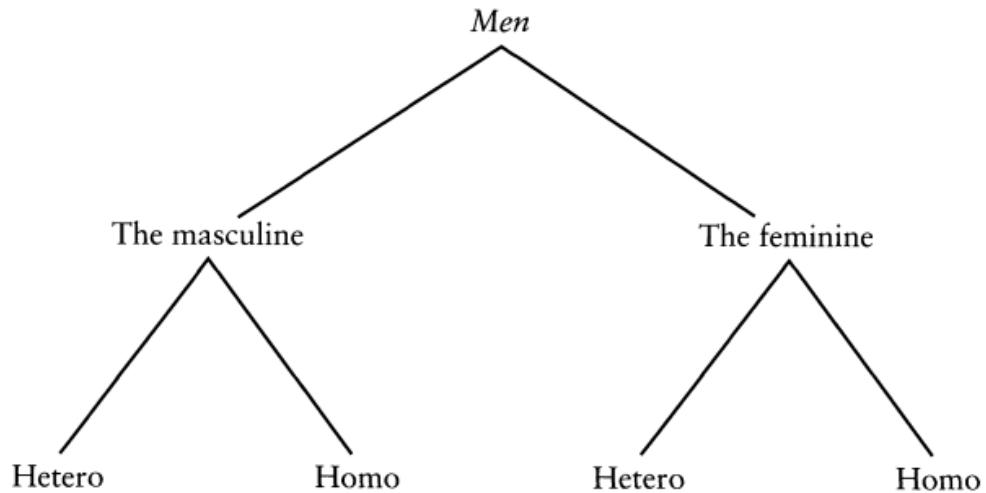
Maskulinitas sangat berkaitan erat dengan gender. Maskulinitas adalah hasil dari konstruksi sosial terhadap gender. Gender adalah sebuah konsep yang mengacu pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan berdasarkan tanggung jawab yang dikonstruksi secara sosial. Akan tetapi gender juga memiliki variasi yang luas di dalam kebudayaan. Berbeda dengan karakteristik yang bersifat biologis, gender mengacu pada perilaku yang sifatnya dapat dipelajari dan memenuhi gambaran tentang maskulinitas dan feminitas (Blair. 2007: hal 12).

Gender tidak bersifat alamiah. Gender merupakan konstruksi sosial yang membedakan laki-laki dan perempuan dengan mengatur peran atau tanggung jawab mereka. Misalnya peran laki-laki sebagai pencari nafkah bagi keluarga. Laki-laki dikondisikan menjalani aktivitas bekerja di luar rumah. Sementara itu perempuan dikondisikan bekerja di lingkungan domestik. Mengerjakan pekerjaan-pekerjaan domestik seperti mengurus anak dan memasak bagi anggota keluarga (Kurnia. 2004: hal 18).

Gender disebut konstruksi sebab tanggung jawab yang dipilah tersebut sesungguhnya dapat dipertukarkan. Sifat dan perilaku tentang perempuan dan laki-laki yang diatur gender, berkaitan dengan sifat-sifat maskulin dan feminin. Maskulin adalah sifat yang dilekatkan pada laki-laki sementara feminin adalah sifat yang dilekatkan pada perempuan (Blair. 2007: hal 12).

Gender merupakan salah satu dimensi penting dalam identitas. Identitas gender seringkali diasosiasikan dengan beberapa karakteristik feminin dan maskulin (Gove dan Watt. 2004: hal 46). Contohnya laki-laki seringkali digambarkan sebagai individualis, percaya diri dan atletis, sedangkan perempuan sebagai intuitif, perseptif dan cerdik. Menurut Sandra Bem, ada kalanya seseorang menampilkan sisi feminitas dan maskulinitas pada saat yang bersamaan, tipe ini disebut dengan androgini, sedangkan seseorang yang tidak menampilkan karakter keduanya disebut dengan '*undifferentiated*'. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa laki-laki dan perempuan adalah agen yang bebas memilih untuk menampilkan karakteristik yang dianggap sesuai (Fribadi. 2012: hal 43).

Gambar 1. Peta Gender



Sumber: Beynon (2002: hal 7)

Berikut adalah contoh nyata untuk mengilustrasikan bahwa laki-laki dan perempuan dapat masuk ke dalam peran gender:

- *The tomboy*: yaitu identitas maskulin sementara yang diadopsi oleh remaja perempuan tetapi jika dipertahankan terlalu lama hingga menjadi wanita muda dapat menimbulkan keraguan tentang heteroseksualitas mereka.
- *Transsexual*: laki-laki atau perempuan dapat menjadi ‘laki-laki’ atau ‘perempuan’ tergantung situasi atau kehendaknya.
- *The high-flying female executive*: seorang wanita yang mengepalai sebuah perusahaan dan harus menunjukkan kepemimpinan, inisiatif, kekuatan dan agresi (atribut maskulin tradisional), tetapi dia juga seorang istri atau pasangan yang setia dan ibu yang peduli dan lembut dalam kehidupan pribadinya.

- *The male nurse*: laki-laki yang lembut, cakap dan peduli. Ini merupakan atribut yang biasanya diasosiasikan dengan feminin.

b. Maskulin

Menurut Barker (2001: hal 8), maskulin merupakan sebuah bentuk konstruksi kelelakian terhadap laki-laki. Laki-laki tidak dilahirkan begitu saja dengan sifat maskulinnya secara alami, melainkan maskulinitas dibentuk oleh kebudayaan. Hal yang menentukan sifat perempuan dan laki-laki adalah kebudayaan (Pramudika. 2015: hal 27).

Wacana maskulinitas yang dikonstruksi oleh media dan masyarakat yang berperan dalam memperkenalkan nilai-nilai maskulinitas dalam suatu kelompok sosial. Wacana maskulinitas di media massa kemudian berubah dan bergeser karena adanya sentuhan feminitas dan perubahan sosial dalam suatu masyarakat (Dermatoto. 2010: hal 2).

Sejarah pergeseran nilai-nilai dan konsep maskulinitas diperkuat oleh pemikiran John Beynon pada buku yang berjudul "*Masculinities and The Culture*". Beynon mengatakan bahwa maskulinitas yang terinterpolasi oleh budaya, sejarah, geografis, dan pada saat ini terpengaruh oleh gerakan feminis dan homoseksual yang memprakarsai keseragaman maskulinitas. Contoh konkritnya adalah satu kode dan nilai-nilai feminitas mengenai kepedulian terhadap perawatan dan penampilan diri, kini hal ini bukan lagi menjadi *concern* wanita. Konsep maskulinitas yang menyatakan bahwa pria tidak peduli dan menaruh perhatian pada

penampilan sudah bergeser dan berubah (Janet Saltzman Chafez, dalam Tawaqal. 2017: hal 24).

Perbedaan yang bukan bawaan individual ini dapat dilihat dari Tabel 1 berikut ini, pembedaan secara tegas antara laki-laki (*men*) dan perempuan (*women*)

Tabel 1. Konotasi Masculinity dan Femininity

<i>Masculinity</i>	<i>Femininity</i>
<i>Strength-physical and intellectual</i>	<i>Beauty (within narrow conventions)</i>
<i>Power</i>	<i>Size/physique (again, within narrow conventions)</i>
<i>Sexual attractiveness (which may be on the above)</i>	<i>Sexuality (as expressed by the above)</i>
<i>Physique</i>	<i>Emotional (as apposed to intellectual) dealings</i>
<i>Independence (of thought, action)</i>	<i>Relationship (as apposed to independence/freedom)</i>
<i>Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero)</i>	<i>Being part of a context (family, friends, colleagues)</i>

Sumber. Kurnia (2004: hal 20)

- *Strength-physical and intellectual*, sifat maskulin ditunjukkan melalui kekuatan fisik dan intelektualnya. Kekuatan dan kepintaran seseorang menjadi tanda dia maskulin.

- *Power*, sifat maskulin ditunjukkan melalui kekuasaan. Sebagai contoh, laki-laki sering digambarkan sebagai sosok yang superior, memiliki otoritas dan kepemimpinan yang baik.
- *Sexual attractiveness*, laki-laki memiliki daya tarik seksual melalui kekuatan, kecerdasan dan *power* yang dimilikinya.
- *Phisique*, sangat menarik untuk dicatat bahwa fisik laki-laki menjadi bagian yang lebih penting dari representasi maskulin. laki-laki diharapkan untuk memiliki fisik yang kuat atau *macho*.
- *Independence*, laki-laki digambarkan sebagai orang yang mandiri dan tidak bergantung pada orang lain.
- *Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero)*, Karakter laki-laki sering digambarkan sebagai orang yang terisolasi, karena tidak perlu bergantung pada orang lain (pahlawan tunggal).

Perbedaan maskulin dan feminin ini menggiring anggapan umum bahwa karakteristik maskulin lekat dengan laki-laki, dan feminin lekat dengan perempuan. Pemikiran ini terdapat dalam mazhab esensial biologis, perbedaan laki-laki dan perempuan serta perbedaan maskulinitas dan feminitas bersifat alamiah. Pandangan ini bertolak belakang dengan pandangan kedua yakni mazhab orientasi budaya, yang meyakini perbedaan maskulinitas dan feminitas tak ada hubungannya dengan perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan (Kurnia. 2004: hal 20).

Salah satu ukuran yang menentukan seorang laki-laki dalam film menunjukkan maskulin adalah melalui tampilan visual, meskipun mungkin tidak

ditampilkan dari segi fisik saja, melainkan juga dalam kekayaan dan kesuksesan karir. Maskulinitas sering diwujudkan dalam karakter tokoh yang mempunyai kepercayaan diri tinggi dan bersifat inspiratif, dan ciri-ciri tersebut dapat dibaca serta diidentifikasi secara visual (Pramudika. 2015: hal 30). Pengkajian yang dilakukan adalah untuk mencari syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh seorang laki-laki untuk dikatakan maskulin dalam Film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody* sebagai objek kajiannya.

c. Metroseksual: Maskulinitas Baru

Sejalan dengan perubahan pada akhir tahun 1900-an, begitu juga konstruksi diri para laki-laki. Mereka melakukan adaptasi terhadap feminisme dan menawarkan konsep '*new masculinity*'. Konsep maskulinitas baru ini pada dasarnya merupakan upaya untuk meninggalkan budaya patriarki yang dominan, sekaligus beranjak ke kerangka kerja sosial yang lebih inklusif (Kurnia. 2004: hal 30).

Laki-laki kemudian diposisikan sebagai obyek seksual. Media menciptakan standar baru masyarakat untuk laki-laki, yakni sebagai sosok yang agresif sekaligus sensitif, memadukan antara unsur kekuatan dan kepekaan sekaligus. Laki-laki *macho* sudah digantikan oleh sosok laki-laki yang kuat dan tegar di dalam tetapi lembut di permukaan. Ungkapan untuk karakter ini adalah laki-laki metroseksual (Beynon 2007: hal 4).

Metroseksual sendiri sebenarnya secara singkat sering didefinisikan sebagai "*a straight man in the feminine side*". Ada beberapa definisi alternatif mengenai metroseksual yaitu:

- Seorang pria modern yang telah mengadopsi sifat feminin.
- Pria urban yang memamerkan sisi femininnya, terutama dalam hal potongan rambut mahal, setelan desainer, dan produk perawatan kulit.
- Pria yang sebenarnya lurus, tapi semua orang mengira dia *gay* karena dia sangat berhubungan dengan sisi femininnya.
- Pria heteroseksual yang tampak seperti *gay* karena dia melakukan kebiasaan berpakaian dan/atau berdandan seperti stereotip homoseksual.
- Seorang pria heteroseksual yang sangat menyentuh sisi femininnya dan tidak takut untuk menunjukkannya. Dia dapat menghargai barang-barang kelas atas seperti tas Gucci, dompet Prada, dll.

Metroseksual sebagai laki-laki *trendsetter* yang ada di abad 21. Mereka normal (tidak *gay*), urban, mempunyai kepekaan estetika yang tinggi, menghabiskan banyak waktu dan uang demi penampilan dan rajin berbelanja untuk itu, mempunyai keinginan untuk memunculkan sisi femininnya. Metroseksual adalah laki-laki yang 'gaya', canggih, 'aman', sekuat dan sepercaya diri pendahulunya. Flocker mengatakan dengan tegas bahwa laki-laki metroseksual ini merupakan standar ideal baru menjadi laki-laki (Beynon. 2001: hal 5).

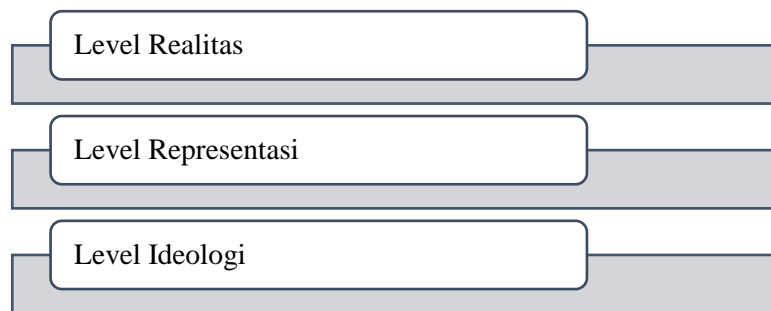
3. Teori Semiotika

Dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*, terdapat adegan-adegan yang mengandung banyak makna, yang dapat dilihat pada tokoh-tokohnya. Penelitian ini berfokus pada makna-makna yang merepresentasikan maskulin. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan deskriptif film dalam bentuk struktur naratif dan sinematik yang dipecah ke dalam beberapa adegan kemudian dianalisis dengan metode analisis semiotika. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori semiotika John Fiske yang membagi klasifikasi tanda pada level realitas, representasi dan ideologi. Dengan teori tersebut, peneliti menganalisis *scene-scene* dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*, dan menghubungkannya dengan unsur maskulin. Kehidupan sosial merupakan suatu bentuk tanda, dengan kata lain kehidupan sosial apapun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri. Kehidupan sosial seringkali digambarkan dalam tayangan film (Kurniawan. 2001: hal 53). Oleh karena itu peneliti memilih menggunakan analisis semiotika model John Fiske.

Untuk dapat memahami representasi maskulin dalam sebuah film *Filosofi Kopi*, penelitian ini menggunakan teori semiotika yang diungkapkan oleh John Fiske. John Fiske mengemukakan teori tentang kode-kode televisi (*The codes of television*). Menurut Fiske, kode-kode yang muncul atau digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini, sebuah realitas tidak muncul begitu saja, melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda. Pada perkembangannya, model semiotika John Fiske tidak hanya

digunakan dalam menganalisis acara televisi, tetapi dapat pula digunakan untuk menganalisis teks media yang lain, seperti film, iklan, dan lainnya (Vera. 2014: hal 35).

Gambar 2. Bagan Semiotika John Fiske



Sumber. Vera (2014: hal 36)

Dalam kode-kode televisi yang diungkapkan oleh John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di-*encode* oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level atau dikonstruksikan dalam tiga tahapan. Pada tahap pertama adalah level realitas (*reality*), yakni peristiwa yang ditandai (*encoded*) sebagai realitas tampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, *gesture*, ekspresi, suara, dan sebagainya. Tahap kedua disebut level representasi, berkaitan dengan kode teknik, seperti kamera, lighting, editing, music dan suara. Dalam bahasa tertulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, grafik dan sebagainya. Dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, music dan sebagainya. Tahap ketiga adalah level ideologi, yaitu semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya (Jaya & Prawiradiredja. 2017: hal 75-75).

John Fiske (dalam Ariani. 2019: hal 15-16) menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa menjadi “peristiwa televisi” apabila telah di-*encode* oleh kode-kode sosial, yang dibangun dalam tiga tahapan berikut:

- Realitas, yakni peristiwa yang ditandai (*encoded*) dalam televisi seperti pakaian, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya. Dalam bentuk tulis berupa dokumen, transkrip wawancara, dan sebagainya.
- Representasi, yakni peristiwa harus ditandai secara teknis dalam bahasa tulis seperti kata, kalimat, foto, grafik, dan sebagainya. Dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, dan musik. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan, antara lain karakter, narasi, *action*, dialog, *setting* dan sebagainya (Danesi. 2010: hal 3).
- Ideologi, terorganisir dalam penerimaan hubungan sosial oleh kode-kode ideologi seperti: individualisme, nasionalisme, patriarki, rasisme, materialisme, kapitalisme, dan lain lain.

Adapun langkah-langkah penelitian semiotik terhadap sebuah film menurut Fiske (dalam Halik. 2002: hal 251-252) dapat dilakukan dengan:

1. Data primer berupa film yang disajikan dalam rupa visualisasi *scene per scene*, berikut dengan kerja kamera, dialog, ilustrasi musik dan suara, komposisi, warna, properti, setting, artistik, serta suasana yang digambarkan.

2. Pembahasan secara deskriptif dari identifikasi dan signifikasi tanda-tanda yang ditemukan dalam film. Pada tahapan ini dilakukan pemaknaan terhadap tanda-tanda yang tampak dalam teks (*visual signs*). Dalam melakukan pemaknaan, tanda-tanda dimaknakan secara denotasi, yakni makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda yang bersifat langsung. Tahapan ini dapat disebut sebagai *syntagm level* (level sintagmatik).

3. Melakukan pemaknaan secara konotatif, makna tersirat dalam pembungkus tanda. Suatu analisis tanda dengan memperhatikan elemen makna, yakni ikon, indeks, simbol. Tahap ini disebut juga *paradigm level* (level paradigma).

4. Teknik Sinematografi

Sinematografi (cinematography) merupakan kata resapan dari Bahasa Inggris, yakni *Kinema* (gambar) dan *Graphoo* (menulis). Bambang Semedhi (dalam Irawan, 2016: hal 16) menyatakan bahwa sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar-gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang menyampaikan suatu gagasan (dapat mengandung cerita).

Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C. dalam Irawan (2016: hal 16) ada beberapa aspek yang penting dalam pengambilan gambar dalam sinematografi bertujuan agar gambar yang dihasilkan memiliki nilai sinematik yang baik, yaitu dengan mengatur maksud motivasi dan maksud *shot*-nya serta kesinambungan

cerita untuk menyampaikan pesan dari sebuah film. Beberapa aspek tersebut, antara lain:

a. *Composition* (komposisi)

Komposisi adalah suatu cara meletakkan objek gambar di dalam layar sehingga gambar tampak menarik, menonjol, dan dapat mendukung alur cerita. Bambang Semedhi (2001: hal 43) menjelaskan secara sederhana bahwa komposisi dapat diterjemahkan sebagai suatu cara untuk membuat sebuah gambar dalam sebuah *frame* terlihat menarik dan objek yang ingin ditampilkan terlihat lebih menonjol.

b. *Camera Angle* (sudut pandang kamera)

Camera angle adalah sebuah sudut pandang yang mewakili penonton. Sudut pandang kamera dapat diibaratkan sebagai mata penonton, sehingga pengambilan sudut pandang yang baik harus diperhatikan agar menghasilkan gambar yang baik. Sudut pandang kamera yang baik akan membuat alur cerita dapat menjadi lebih menarik. Ada beberapa *camera angle* (tipe sudut pandang kamera):

- *Objective Camera Angle* (sudut pandang kamera objektif), yaitu sudut pandang yang diambil dengan mengambil sudut pandang dari penonton. Sudut pandang ini tidak melibatkan penonton ataupun pemain tertentu. Sudut pandang ini tidak mewakili siapapun.
- *Subjective Camera Angle* (sudut pandang kamera subjektif), yaitu sudut pandang kamera dengan melibatkan penonton. Sudut pandang

ini memungkinkan adanya interaksi antara pemain dalam satu adegan dengan penonton, contohnya seperti ketika seorang pemain dalam suatu adegan menunjukkan ekspresinya yang bingung dan kemudian menggelengkan kepala sambil melihat ke kamera.

- *Point of View Camera Angle*, yaitu merupakan gabungan dari kedua sudut pandang di atas. Sudut pandang memiliki keistimewaan yakni dengan menempatkan sudut pandang penonton menjadi sudut pandang salah satu pemain yang terlibat dalam suatu adegan. Dengan menggunakan sudut pandang ini, penonton akan turut merasakan apa yang dialami oleh si pemain tersebut.

Adapun penempatan *level camera angle* yang secara psikologis turut memberi pengaruh dalam sebuah cerita dalam film melalui suatu objek, yaitu:

- *High level*, yakni kamera ditempatkan lebih tinggi dari objek sehingga menimbulkan kesan objek terlihat lebih kecil atau kerdil, dan tidak lagi superior terhadap pemain lain.
 - *Eye level*, yaitu kamera ditempatkan sejajar antara mata penonton dengan mata objek. Hal ini memberi kesan netral atau setara.
 - *Low level*, yaitu kamera ditempatkan lebih rendah dari objek sehingga objek terlihat lebih besar atau raksasa. Hal ini bertujuan untuk memberi kesan kuat, tangguh, berkuasa dan superior.
- c. *Shot size* (ukuran gambar)

Ukuran gambar pada umumnya dihubungkan dengan objek manusia, namun ukuran gambar juga bisa digunakan untuk mengambil gambar pada benda. Masing-masing ukuran gambar memiliki maknanya sendiri. *Shot size* terdiri dari beberapa jenis, antara lain:

- *Extreem Long Shot (ELS)*, yaitu *shot* yang dipakai untuk menunjukkan lokasi kejadian tanpa harus memperlihatkan subjek secara jelas.
- *Long Shot (LS)*, yaitu *shot* yang hampir sama dengan *extreme long shot* akan tetapi *shot* ini lebih menunjukkan hubungan objek dengan lingkungannya. *Shot* ini juga bisa digunakan untuk memperkenalkan subjek dan lingkungannya.
- *Knee Shot*, yaitu *shot* yang memperlihatkan aktivitas subjek dari lutut ke atas.
- *Medium Shot (MS)*, yaitu *shot* yang memperlihatkan aktivitas subjek dari pinggang ke atas namun lebih menunjukkan ekspresinya. Biasanya dipakai sebagai *shot size* standar untuk *talking head* atau *interview*.
- *Medium Close Up (MCU)*, pada *shot* ini subjek lebih ditunjukkan emosinya namun dengan tetap menunjukkan gerak-geriknya. *Shot* ini diambil dari dada ke atas.
- *Close Up (CU)*, yaitu *shot* yang memperlihatkan subjek dari bagian dagu ke atas. Biasanya *shot* ini digunakan untuk menekankan ekspresi subjek dengan tetap memberi ruang di atas kepala atau yang dikenal dengan istilah *headroom*.

- *Big Close Up* (BCU), yaitu *shot* yang memperlihatkan subjek dari bagian dagu ke atas dengan *headroom* terpotong.
- *Extrem Close Up* (ECU), yaitu *shot* yang lebih padat atau lebih detail. Biasanya digunakan untuk melakukan dramatisasi ekspresi dari subjek dengan mengambil gambar spesifik dari bagian tertentu seperti mata, mulut dan lain lain.
- *Over-the-Shoulders* (OTS), yaitu *shot* yang memakai bahu dari subjek sebagai *foreground*. Biasanya *shot* ini dipergunakan saat dialog antar dua subjek dengan menempatkan sudut pandang dari belakang bahu lawan bicara.
- *Point-of-View* (POV), yaitu sudut pandang orang pertama yang digunakan dalam pengambilan gambar sehingga penonton bisa turut melihat apa yang sebenarnya dilihat oleh subjek.

d. *Cutting* atau *editing*

Cutting atau *Editing* merupakan suatu proses dimana setiap gambar yang sudah diambil disortir kemudian disusun untuk memperoleh suatu kesatuan cerita. *Editing* dalam sebuah pembuatan film tidak hanya dilakukan oleh para editor, tetapi juga dapat dilakukan oleh juru kamera. Seorang juru kamera dituntut untuk dapat melakukan pemilihan gambar dalam film itu sendiri. Tujuan dari *editing* adalah mencapai kontinuitas cerita berdasarkan kesesuaian *scene-scene* yang sudah disusun secara teratur.

e. *Continuity* (kesinambungan)

Continuity adalah kesinambungan cerita dalam suatu film antara gambar yang satu dengan yang lainnya, kemudian diurutkan sesuai dengan cerita agar film dapat dinikmati oleh penonton. Kesinambungan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu kesinambungan waktu, kesinambungan ruang dan kesinambungan ruang dan waktu.

Tabel 2. Tabel Hubungan Penanda dan Petanda Shot Film

Penanda (<i>shot</i>)	Definisi	Petanda
<i>Close up</i>	Hanya wajah	Keintiman
<i>Medium close up</i>	Hampir seluruh wajah	Hubungan personal
<i>Long shot</i>	Setting dan karakter	Konteks, lingkup, publik
<i>Full shot</i>	Keseluruhan	Hubungan sosial

Sumber. Berger dalam Hadiati (2006: hal 27-28).

Selain itu, penempatan *camera level* dan teknik penyuntingan juga dapat dipaparkan dengan cara yang sama seperti di atas.

Tabel 3. Tabel Hubungan Penanda dan Petanda Camera Angle

Penanda	Definisi	Petanda
<i>High level</i>	Kamera lebih tinggi dari karakter	Intimidasi, inferior, kelemahan
<i>Eye level</i>	Kamera setara dengan mata karakter	Kesetaraan, keseimbangan
<i>Low level</i>	Kamera lebih rendah dari karakter	Dominasi, superior, kekuasaan, kekuatan
<i>Cut</i>	Pindah dari gambar satu ke gambar lain	Kesinambungan, menarik.
<i>Fade in / out</i>	Gambar dimulai/diakhiri dengan layar kosong	Permulaan/penutupan
<i>Dolly in</i>	Kamera bergerak ke dalam	Observasi, fokus
<i>Wipe</i>	Gambar terhapus dari layar	Penentuan kesimpulan

Sumber. Berger dalam Hadiati (2006: hal 27-28), dengan sedikit modifikasi dari peneliti.

Dalam proses memahami tanda komunikasi dalam film *Filosofi Kopi* yang dalam penelitian ini berfokus pada makna maskulin, peneliti akan memakai beberapa kriteria tertentu yang akan dipakai dalam proses pemilihan *scene* yang menunjukkan gambaran maskulin.

F. Metodologi

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada makna dan interpretasi (Stokes dalam Kuncorojati. 2015: hal 27). Penelitian ini menggambarkan, memaparkan, menuliskan serta melaporkan suatu keadaan, suatu objek atau peristiwa fakta apa adanya dan berupa penyingkapan fakta. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data kualitatif, yaitu data-data yang tersaji dalam bentuk kata-kata ataupun kalimat. Keseluruhan data yang diperoleh diolah dan disajikan dalam bentuk uraian naratif bukan dalam bentuk statistik (Muhadjir. 1996: hal 2).

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kualitatif. Metode ini dipakai oleh peneliti karena mampu menganalisis isi pesan dalam media massa termasuk film, serta metode ini tidak hanya sampai pada menggambarkan isi pesan namun lebih dituntut kepada aktifnya peneliti dalam mengolah, membandingkan dan menghubungkannya dengan konsep lainnya (Efenly. 2013: hal 19).

Analisis isi kualitatif harus dibedakan dengan jenis-jenis analisis isi lainnya—seperti semiotika, *framing*, wacana, naratif, dan banyak lagi. Analisis isi kualitatif mempunyai karakteristik yang berbeda dengan analisis teks lainnya. Secara umum, analisis isi kualitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Bungin. 2004: hal 144-147).

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Pada masa awal perkembangannya, metode analisis isi banyak terkait dengan isi siaran radio, surat kabar serta isi siaran televisi. Perkembangan teknologi membuka peluang lebar untuk menerapkan metode analisis isi untuk penelitian yang terkait dengan isi sajian media baru (*new media*) (Prajarto, 2010: hal 10).

3. Jenis Data

Data Primer merupakan sumber data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data ini merupakan data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada waktu periode tertentu (Ariani. 2019: hal 28). Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penelitian (Khafid. 2015: hal 35). Data primer untuk penelitian ini terdapat dalam film “Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody”.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi. Dokumentasi menurut Sugiyono (2015: hal 329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian dianalisis. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non-manusia, yang dalam penelitian ini adalah film sebagai objek.

Adapun tahap pengumpulan data sebagai berikut:

1. Menonton secara cermat dan keseluruhan film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody untuk memperoleh gambaran tentang tema umum film tersebut.
2. Mengidentifikasi bagian-bagian cerita dalam film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Mengelompokkan data sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.
4. Memasukan data berupa potongan-potongan gambar yang menunjukkan simbol atau tanda maskulin dalam film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody ke dalam tabel analisis.

5. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012: hal 14), objek penelitian adalah atribut dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan durasi, film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody* termasuk dalam film pendek yang memiliki durasi sekitar 50 menit yang terbagi dalam 5 sekuen. Objek penelitian ini adalah makna maskulin dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah untuk dipahami serta bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah dalam sebuah penelitian (Pramudika. 2015: hal 44-45). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika John Fiske. Tahap pertama, peneliti memaknai tanda pada level realitas. Tahap kedua, yaitu level representasi dan tahap ketiga yakni level ideologi. Pada tahap ini, tanda dimaknai secara objektif dengan menghubungkannya pada realitas yang telah disepakati bersama secara sosial.

Tabel 4. Unit Analisis

Level Realitas	
<i>Verbal (komponen teks)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Teks• Dialog

Appearance (Penampilan)	<ul style="list-style-type: none"> • Objek yang ada dalam gambar • Ekspresi dan <i>gesture</i>
Dress (kostum)	<i>Wardrobe</i> , apa saja yang dikenakan oleh pemeran dalam adegan
Environment (lingkungan)	<i>Setting</i> dan aktivitas
Audio	<i>Backsound</i>
Level Representasi	
Teknik Sinematografi	Sudut pengambilan gambar / <i>camera angle</i> , <i>editing</i>
Level Ideologi	
Maskulin	Karakteristik maskulin

Sumber: Utomo (2018: hal 10) dengan sedikit modifikasi dari peneliti.

Selanjutnya peneliti menganalisis tanda ke dalam tabel pemaknaan tahap pertama yaitu, level realitas (pemahaman nyata yang terdapat dalam gambar), kedua, level representasi (makna yang ingin diungkapkan oleh pengarang teks/ makna dibalik gambar), yang terakhir adalah level ideologi (kebiasaan yang dibuat oleh masyarakat, dan ditanamkan serta mulai dijadikan sebagai keyakinan). Dengan menggunakan metode semiotika John Fiske, hasil analisis ini dapat menjelaskan *scene-scene* yang termasuk representasi maskulin film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody.




7. Tahap-tahap Penelitian



a. Memilih *scene*.

Tahap pertama adalah memilih *scene* dalam Film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody yang menunjukkan gambaran maskulin. Peneliti menganalisis *Scene* atau adegan-adegan tersebut menggunakan metode semiotika John Fiske. Peneliti menganalisis cuplikan gambar, dialog, suara serta teknik

pengambilan gambar berdasarkan pembacaan maskulinitas oleh John Beynon.

Dalam film ini terdapat 6 *scene* yang mengandung makna terkait dengan maskulin, yakni:

No.	<i>Coding Sheet</i>	Durasi <i>Scene</i>	<i>Scene</i>
1	Episode 1: "PILOT" 02.02 – 03.55	1 menit 53 detik	 <p>Ben dan Jody mengunjungi suatu kedai kopi yang cukup ramai dengan menu kopi susu andalan di kedai tersebut.</p>
2	Episode 1: "PILOT" 06.39 – 06.46	7 detik	 <p>Ben dan Jody baru tiba di kedai mereka se usai mengunjungi beberapa kedai kopi se harian. Ben meyakinkan Jody untuk membuka kedai kopi dan bukan <i>ice cream</i>.</p>
3	Episode 3 "W.I.B" 06.24 – 06.42	18 detik	 <p>Jody sehabis mencuci muka dari kamar mandi terkejut ketika dia keluar ternyata sudah ada Nana</p>

			yang langsung menyapa di depan pintu kamar mandi.
4	Episode 4 "Coffee vs <i>Non-coffee</i> " 04.47 – 06.08	21 detik	 <p>Jody membacakan hasil test market hari itu, dan menyampaikannya pada Ben bahwa menu <i>non-coffee</i> bisa dihapus.</p>
5	Episode 5 "Finale" 01.48 – 02.06	18 detik	 <p>Jody melakukan negosiasi tentang pembayaran sewa bulan itu dengan pemilik tempat yang mereka sewa untuk membuka kedai kopi.</p>

6	<i>Scene</i> VI: <i>Episode</i> 5 “FINALE” (05:21 – 06:42)	1 menit 21 detik	 <p>Jody bertemu dengan Inka adik dari Soleh. Sesuai janjinya pada Soleh, Jody berkenalan dan mengajak Inka kencan.</p>
---	--	---------------------	---

Berikut adalah contoh pemilihan adegan menggambarkan maskulin dalam film Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody:

Pemilihan *Scene* 1 - Episode 3: “W.I.B (Waktu Indonesia Ben)”



b. Menganalisis pada *scene* yang dipilih.

Setelah memilih *scene* atau adegan tertentu, kemudian dilakukan proses analisis semiotik. *Shot-shot* dan unsur-unsur film per-*scene* tersebut akan diurai dalam tabel analisis semiotika John Fiske. Tanda diurai berdasarkan visual dan suara seperti berikut: apa yang terjadi dan siapa tokoh yang ada dalam cuplikan adegan, bagaimana ekspresi dan *gesture* tokoh, apa aktivitas yang sedang dilakukan tokoh dan dimana setting tempat pengambilan

gambar, serta bagaimana sudut pengambilan gambar yang dipilih. Sedangkan tanda yang masuk dalam kategori suara adalah komponen teks verbal seperti dialog dan narasi, dan juga *backsound*. Tahap ini dilakukan untuk mengungkap level realitas, level representasi serta level ideologi.

Berikut contoh analisis dalam film *Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody*:

Adegan di atas menceritakan tentang Nana salah satu barista yang menyambut Jody yang baru saja keluar dari toilet, dan langsung mengancing kemeja Jody. Nana melakukan hal tersebut tidak hanya karena Jody adalah rekan kerjanya melainkan Jody merupakan salah satu atasannya. Kemudian Jody disebut sebagai lelaki masa kini oleh Nana setelah kemejanya terkancing dengan rapi. Dalam adegan tersebut ditampilkan bahwa Jody memiliki kapasitas dan kelas di dalam lingkungan pekerjaannya sebagai salah satu pemilik kedai.

Level Realitas	
Verbal (komponen teks)	Nana: “Pagi Mas Jody! Mas Jody tumben datengnya pagi banget, kirain Nana doang yang datang pagi. Jody: “Pagi banget?! Ngagetin aja lu, orang udah jam..” Nana: “ya udah dikancing dulu aja ya, kan Mas Jody lelaki masa kini. Tuh rapikan!”
Appearance (Penampilan)	Seorang perempuan sedang mengancing kemeja pria.
Dress (kostum)	Seorang pria berkacamata mengenakan kemeja berwarna hitam
Environment (lingkungan)	Terdapat tulisan penanda di tembok yang menunjukkan bahwa <i>set</i> tempat terjadinya adegan adalah di depan <i>toilet</i>
Audio	<i>Backsound</i>
Level Representasi	
Teknik Sinematografi	Pengambilan gambar menggunakan Medium Shot (MS) dan berfokus pada tokoh pria dalam adegan tersebut. Penggunaan shot ini memiliki makna untuk membawa penonton lebih dekat menyaksikan detail adegan yang harus ditunjukkan seperti ekspresi Jody dan apa yang dialami oleh Jody selama adegan.
Level Ideologi	
Maskulin	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Power</i>, Interaksi yang terjadi antara Nana dan Jody adalah interaksi antara rekan kerja sekaligus atasan dan bawahan, mengingat Jody adalah seseorang yang memiliki kapasitas sebagai pemilik kedai Filosofi Kopi. • <i>Metroseksual</i>, Jody digambarkan sebagai sosok yang peduli terhadap penampilan diri. Hal ini ditunjukkan saat Jody menggunakan produk kecantikan untuk perawatan kulit wajah.

c. Membuat kesimpulan

Setelah data dianalisis, maka peneliti akan membuat kesimpulan dari uraian-uraian yang telah ditemukan oleh peneliti.