

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menemukan bagaimana representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody* dengan menggunakan teori semiotika John Fiske sebagai pisau analisis. Penelitian ini dilakukan dengan analisis semiosis pada level realita, representasi, dan ideologi untuk melihat bagaimana representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi*.

Penelitian ini menemukan bahwa film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody* merepresentasikan maskulin dengan menggambarkan laki-laki dengan karakter: (1) Laki-laki yang memiliki kepemimpinan yang baik, (2) Laki-laki yang mandiri serta memiliki pekerjaan dan gaya hidup minum kopi di kedai, (3) Laki-laki yang percaya diri dan memiliki tubuh atletis, (4) Laki-laki yang memiliki keterampilan dan *passionate* di bidangnya sehingga dapat menjadi daya tarik seksual.

Representasi maskulin pada film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody* didukung dengan temuan sebagai berikut: (1) menampilkan banyak adegan yang didominasi oleh laki-laki sebagai pemeran utama dan sutradara film ini. (2) Aspek *screen time* (durasi tayang) serta jumlah karakter pembantu hingga *extras* yang juga didominasi oleh laki-laki. (3) Penggunaan teknik sinematografi yang memperkuat peran tokoh laki-laki dibandingkan tokoh perempuan.

Film ini memperkuat pernyataan bahwa salah satu ukuran yang menentukan laki-laki dalam film menunjukkan kekuatan yang tepat 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. Hal ini direpresentasikan pada penampilan Ben dan Jody. Ben memiliki kepercayaan diri yang tinggi serta keyakinan bahwa kopinya adalah yang terbaik serta tokoh Jody yang inspiratif dengan kemampuan manajerial yang baik hingga sukses dalam bisnis kedai kopinya.

Film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody* merepresentasikan maskulin karena memenuhi sejumlah karakteristik yaitu: *strength-intellectual, power, sexual attractiveness, physique, independence*, dan *being isolated as not needing to rely*. Karakteristik yang paling dominan digambarkan dalam film ini yaitu, *strength-intellectual, physique* dan *power* melalui tokoh Ben dan Jody sebagai tokoh utama yang dapat menunjukkan karakteristik tersebut. Ben memiliki tubuh atletis dan gaya berpakaian *vintage* dengan motor klasik miliknya yang memberi kesan *macho*, serta keterampilan menyajikan kopi dengan bekal ilmu yang telah diperolehnya dari belajar di *Italy*. Kemudian, hubungannya dengan Jody yang sangat dekat membuatnya menjadi salah satu orang yang memiliki kapasitas sebagai pemilik kedai *Filosofi Kopi*. Jody memiliki tampilan laki-laki metroseksual dengan keterampilan dalam manajemen, perhitungan dan memimpin sekaligus merupakan pemilik modal utama dari kedai kopi tersebut membuatnya menjadi salah satu pemilik kedai.

Representasi maskulin dalam film ini menggambarkan dua tipe laki-laki maskulin melalui tokoh utamanya yaitu Ben dan Jody yang merepresentasikan

maskulin tradisional dan maskulin modern. Maskulin tradisional menggambarkan laki-laki yang lebih kuat, keras dan macho secara fisik yang direpresentasikan oleh Ben, sedangkan maskulin modern direpresentasikan oleh Jody yang menggambarkan laki-laki yang bergaya, canggih, dan tidak ragu menampilkan sisi feminimnya seperti memperhatikan penampilan dan merawat dirinya dengan menggunakan produk kecantikan.

B. Saran

1. Akademis

Kelemahan penelitian ini adalah masih minimnya penerapan intertekstual untuk memberikan konteks secara spesifik tentang representasi maskulin dalam film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody*. Selain itu, series *Filosofi Kopi* ini dapat dikatakan sebagai *prequel* singkat yang *timeline* ceritanya ada di sebelum cerita film *Filosofi Kopi* dan *Filosofi Kopi 2*, sehingga pada peneliti selanjutnya dapat meneliti secara keseluruhan film panjang *Filosofi Kopi* atau *Filosofi Kopi 2*. Salah satu tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memantik peneliti selanjutnya mengkaji maskulin dalam ruang lingkup ilmu komunikasi. Seperti telah dipaparkan, pemunculan maskulin di media massa masih secara latah dimaknai sebagai bentuk laki-laki yang ideal.

Maskulin dapat menjadi sudut pandang lain untuk memaknai maskulinitas di media massa. Salah satu hasil dalam penelitian ini adalah membuktikan hal tersebut, yakni melalui film *Filosofi Kopi the Series: Ben & Jody*. Penelitian yang menggunakan metode semiotika dapat digunakan karena elemen ilustrasi yang

terdapat dalam film ini. Temuan data pada penelitian ini juga masih sangat bisa untuk diteliti lebih lanjut, sebagai contoh yaitu representasi kapitalisme dalam film *Filosofi Kopi*.

2. Praktis

Dalam film *Filosofi Kopi*, peneliti menemukan bahwa *treatment* sinematografi dari segi pengambilan gambar yang dipakai dalam film ini banyak menggunakan *Long Shot* (LS) dan *Medium Shot* (MS) dengan pergerakan kamera yang tidak stabil. Menurut peneliti, hal ini kurang variatif dan juga sedikit mempengaruhi kenyamanan menonton dikarenakan beberapa adegan yang diambil gambarnya tidak stabil.

Menurut peneliti, variasi pengambilan gambar perlu dilakukan untuk menghindari jenuhnya penonton dalam menikmati film. Selain itu, pergerakan kamera yang tidak stabil itu sebaiknya digunakan hanya di saat tertentu saja mengingat tidak semua penonton mungkin akan nyaman melihat adegan yang diambil secara tidak stabil.

Menurut peneliti, setiap pembuat film akan memiliki ideologi atau nilai-nilai kepercayaannya masing-masing yang akan mempengaruhi mereka dalam memproduksi sebuah film. Film memang merupakan salah satu media massa, akan tetapi perlu untuk diingat bahwa film juga adalah karya seni sehingga setiap film yang hendak dibuat haruslah melalui proses kreatif yang matang. Hal ini bertujuan agar film yang diproduksi adalah asli, baru dan original. Dengan demikian, film

dapat ditonton dan dinikmati bukan sekedar hiburan melainkan sebagai sebuah karya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Syarif. (2018). *Kedai Kopi dan Sejarah Peradaban Manusia*. Artikel Kompasiana.
- Aprinta, Gita. (2011). *Kajian Media Massa: Representasi Girl Power Wanita Modern dalam Media Online*. S1 thesis. Universitas
- Ariani, Vina Rizki. (2019). *Memahami Makna Teks Puisi Ibu Indonesia Karya Sukmawati Soekarno Putri Menggunakan Analisis Semiotika John Fiske*. S1 thesis. Universitas Semarang.
- Basoni, Sonia. (2020). *Budaya Ngopi di Kafe Ternyata Sudah Ada di Dunia Sejak Berabad Lalu*. Jakarta: Media Online Detik.com.
- Beynon, John. (2002). *Masculinities and Culture*. Great Britain: Marston Book Services Limited.
- Biagi, Shirley. (2010). *Media/Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Blair, Thomas E. (2007). *A glossary of terms in gender and sexuality*. Thailand: The Southeast Asian Consortium on Gender, Sexuality and Health.
- Bungin, Burhan. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: The Guilford Press.

- Connel, R. W. (2005). *Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept*. Sidney: Sage Publications, Inc.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Daniati, C. (2020). *Penyakit Karat Kopi: OPT yang Mengubah Budaya Inggris*. Artikel elektronik Kementerian Pertanian. Jakarta: Direktorat Jendral Perkebunan.
- Dermatoto, A. (2010). *Seks, Gender, dan Seksualitas Lesbian*. Solo: Universitas Negeri Solo.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu, Teori, Filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Efenly, Victor. (2013). *Representasi Patriarki dari Sudut Pandang Teori Struktural-Fungsionalisme Tokoh-Tokoh dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita*. S1 thesis, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Fribadi, Desi Oktafia. (2012). *Representasi Maskulinitas dalam Drama TV Korea You're Beautiful*. S1 thesis, Universitas Indonesia.

Gerintya, Scholastica. (2017). *Statistik Bunuh Diri dan Darurat Kesehatan Mental*.

Tirto.id. Artikel ini diakses pada 25 November 2020, pukul 20.22 di:

<https://tirto.id/statistik-bunuh-diri-dan-darurat-kesehatan-mental-ck1u>

Gumulya, Devvany & Helmi Ivana S. (2017). *Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia*. Jurnal elektronik. Universitas Pelita Harapan.

Hadiati, Agustina Nunung. (2013). *Representasiwaria Dalam Film Indonesia (Studi Analisis Film Indonesia dari Tahun 2003 – 2006)*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Hall, Stuart. (1995). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications

Halik, Abdul. (2002). *Tradisi Simiotika Dalam Teori dan Penelitian Komunikasi*. Makassar: Alauddin University Perss. Hal: 251-252.

Harland, Richard. (2006). *Superstrukturalisme, Pengantar Komprehensif kepada Semiotika, Strukturalisme dan Post-Strukturalisme (Terj. Iwan Hendrawan)*. Yogyakarta: Jalasutra. Hal: 15-16.

Hermawan, Fajar W. (2016). *Mitos dan Relasi Ketidaksadaran Masyarakat*. Jakarta: Media Online Beritagar.id. diakses pada tanggal 9 Desember 2020 di : <https://media.neliti.com/media/publications/266327-mitos-dan-relasi-ketidaksadaran-masyarak-73420db3.pdf>

- Hidayatullah, Danial. (2013). *Maskulinitas, Kekerasan, dan Negara dalam The Raid: Redemption*. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Himawan, Sultan. (2018). *Representasi Pornografi Pada Media Sosial: Analisis Semiotika Pierce Pada Aplikasi Bigo Live*. *Mediakom: Jurnal Komunikasi Universitas Mercu Buana*.
- Irawan, Dedy. (2016). *Teknik Sinematografi Dalam Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Jaya, Indra Akbar Iman & Prawiradiredja, Sanhari. (2017). *Analisis Semiotika Transgender dalam Karakter Einar Wegener pada Film Danish Girl*. *Jurnal Kajian Media*. Universitas dr. Soetomo.
- Jing, Li; Richard, Pike; and Roszaini, Haniffa. (2008). *Intellectual Capital Disclosure and Corporate Governance Structure in UK Firms*. *Accounting and Business Research*, Vol 38, No. 2.
- Julianti, Jessi. (2015). *Hubungan Antara Body Image dengan Self Esteem Remaja Putri yang Aktif dalam Perilaku Gymnastic*. *Jurnal elektronik*. Universitas Binus.
- Kareithi, J Peter. 2014. *Media and Gender : A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*. France: CLD / UNESCO.

- Khafid, M. (2015). *Pengaruh Mekaniseme Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report*. Accounting Analysis Journal.
- Kristaningrum, Katarina Ani. (2014). *Pengaruh Pencitraan Tubuh Ideal Wanita Barat dalam Iklan Televisi terhadap Perubahan Citra Tubuh Wanita Dewasa Awal Indonesia*. S1 thesis, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Kuncorojati, Dominicus Wirawan. (2015). *Bentuk – bentuk Resistensi Group Band Sex Pistols dalam Film The Filth and The Fury (Suatu Kajian Semiotika Roland Barthes)*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kurnia, Novi. (2004). *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Indonesia Tera. Hlm. 57-58.
- Laia, Kennial. (2018). *Katanya Kopi Miliki Semua, Nyatanya Tidak*. Voxpop.
- Maluda, Vetriciani. (2014). *Representasi Kekerasan Pada Anak: Analisis Semiotik Dalam Film “Alangkah Lucunya Negeri Ini” Karya Deddy Mizwar*. Jurnal Komunikasi Universitas Mulawarman.
- Mudjiono, Yoyon. (2011). *Kajian Semiotika dalam Film*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 1, April, ISSN: 2088-981X, hal. 125-138.

- Mudjiyanto, Bambang. (2013). *Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika. diakses pada 5 Desember di: <https://media.neliti.com/media/publications/222421-semiotics-in-research-method-of-communic-36ff2720.pdf>
- Muhadjir, Noeng. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin.
- Muhamad, Adji & Meilinawati, Lina. (2019). *Representasi Gaya Hidup dan Tradisi Minum Kopi dalam Karya Sastra*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustika, Andita. (2017). *Representasi Profil Jurnalis Pada Drama Serial "Pinocchio" Dalam Perspektif Kode Etik Jurnalistik*. Serang-Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Noviana, Fajria & Wulandari, Retno. (2017). *Maskulinitas Dan Femininitas Dalam Anime Kimi No Na Wa: Kajian Respon Pemirsa*. Jurnal elektronik Universitas Diponegoro.
- Nugraha, Arief. (2017). *Analisis Semiotika Pada Film Filosofi Kopi*. Universitas Pasundan.
- Nugroho, Kevin. (2019). *Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Visinema Pictures*. Universitas Negeri Jakarta.

- Prajarto, Nunung. (2010). *Konstruksi Citra Perempuan di Media Massa: Analisis Semiotik terhadap Pencitraan Perempuan dalam Iklan di Media Massa*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Pramudika, Aldira D. (2015). *Visualisasi Maskulinitas melalui Pengkarakteran Tokoh dalam film "5cm"*. Surakarta: Institut Seni Indonesia.
- Puspita, Angela Shinta D. (2019). *Representasi Erotisme dalam Rubrik "Nah Ini Dia" di Harian Pos Kota*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Raditya, Dendy. (2020). *Ngopi dan Publik*. Artikel Fisipol UGM. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Rahmasari, D. (2018). *Homofobia dalam film Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Ropa, Petrus Kanisius. (2016). *Dekonstruksi Sosial Atas Topo (Parang) Bagi Maskulinitas Pria Suku Ngada Di Desa Ratogesa Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada Flores Nusa Tenggara Timur*. S1 thesis, Universitas Sebelas Maret.
- Safitri, Erisca. (2020). *Gangguan Body Image pada Lelaki*. Yayasan Pulih. Artikel ini diakses pada 25 November 2020, pukul 20.22 di: [://yayasanpulih.org/2020/07/gangguan-body-image-pada-laki-laki/](http://yayasanpulih.org/2020/07/gangguan-body-image-pada-laki-laki/)
- Sanjaya, Ferry. (2017). *Berkat Filosofi Kopi, Profesi Barista kini semakin Diminati*. Artikel online. Jakarta: Kapanlagi.com

- Semedhi, Bambang. (2001). *Sinematografi-Videografi suatu pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sobur, Alex. (2001). *Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sopyani, Tiara. (2020). *Ternyata Kedai Kopi Berawal dari Turki*. Artikel Mininews.id.
- Sudarto, Anderson Daniel. (2015). *Analisis Semiotika Film Alangkah Lucunya Negeri Ini*. Journal "Acta Diurna" Vol. IV No. 01.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, Sumekar. (2012). *Pemaknaan Maskulin pada Majalah Cosmopolitan Indonesia*. Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 6. Diakses pada tanggal 2 Desember 2020 di: <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6383>
- Tawaqal, M Iqbal. (2017). *Maskulinitas dalam Iklan: Studi tentang Maskulinitas dalam Iklan Axe Indonesia "Axelerete The Series: The Untold Stories"*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Utami, Ika Kurnia. (2013). *Semiotika Taubat dalam Film Mama Cake*. S1 thesis, Universitas Islam Negeri Jakarta.

Urfan, Noveri Faikar. (2019). *Semiotika Mitologis Sebuah Tinjauan Awal Bagi Analisis Semiotika Barthesian*. Universitas Teknologi Yogyakarta.

Vera, Nawiroh. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Wibowo, Indiwani S. Wahyu. (2011). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.