

REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN JAMTANGAN.COM “AKSI JAGOAN” DI YOUTUBE

REISSY ARTA OKTAVIA LUBIS, SHOLIHUL ABIDIN

MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS PUTERA BATAM

DOSEN PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS PUTERA BATAM

email: pb181110019@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The advertisement Jamtangan.com "Aksi Jagoan" is an advertisement for a Seiko brand men's watch product. Advertising targets consumers with the concept of masculinity that packs the image of a man's strength. This advertisement favors the domination of male power over women. The concept of dominance in such advertising favors men in ordinate positions and women in subordinate positions. This study aims to find the myth of masculinity hidden in the advertisement Jamtangan.com "Aksi Jagoan". The research method used is a qualitative approach, the analysis used is the semiotics of Roland Barthes. Researchers used Pierre Bourdieu's Theory of Symbolic Violence, The results found from this study are representations of traditional masculinity with patriarchal culture obtained through screenshots of scenes that are considered to show a side of male masculinity that can be seen from the physical side of men such as being strong, having power over women, and being brave.

Keywords: Representation; Semiotics of Roland Barthes; Symbolic Violence of Pierre Bourdieu; Youtube ads.

PENDAHULUAN

Iklan adalah media representasi yang bertujuan untuk menuntun khalayak luas yang tidak sadar akan adanya kehadiran suatu produk, layanan, dan jasa yang ditawarkan hingga tertarik untuk menjadi konsumen yang setia (Santosa, 2009:4). Menurut KBBI dalam (Kunandar, 2021:3) pada dasarnya iklan adalah alat pemberitahuan kepada masyarakat luas yang berfungsi untuk menyampaikan suatu promosi dari barang atau jasa yang dijual dan dipasang melalui sarana media massa berupa televisi, siaran radio, internet, surat kabar, majalah/tabloid, billboard ataupun tempat-tempat umum lainnya.

Tidak dipungkiri bahwa sekarang ini ruang-ruang publik dipenuhi dengan iklan komersial yang tersebar bebas melalui media massa guna mencapai sasaran yang dituju. Sebab media massa sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial masyarakat, karena kehadirannya yang mampu memicu perubahan bagi khalayak luas (Abidin, Rara Cindoswari, & Gea, 2018:73).

Merujuk pada kajian representasinya, iklan merepresentasikan konsep yang mempelajari tentang tanda. Melalui representasi tersebut kita akan mengetahui tentang makna, gaya hidup (*life style*), serta ideologi yang terkandung dalam sebuah iklan (Faadihilah, Hanif, & Shidiq, 2022:3). Seringkali, demi kepentingan pencipta produk isi dalam tayangan iklan dengan sengaja dibuat untuk mengutak-atik dan membangun persepsi terkait perubahan imaji yang ditanamkan pada tiap-tiap benak orang. Sejumlah iklan bahkan kerap menggunakan figur manusia atau kelas dominan diantaranya seperti budaya, ras, bahkan gender.

Sejak dulu hingga sekarang, konteks media kerap mengangkat serta mengungkit berbagai hal mengenai permasalahan yang ada dalam aspek hidup manusia. Salah satunya yaitu timbulnya stereotip mengenai perbedaan yang mendasar dalam posisi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan yang terdapat pada perbedaan pembagian kerja (*division of labour*) (Zuhri & Amalia, 2022:17). Ketidaksetaraan antara posisi laki-laki dan perempuan pada dasarnya secara

sistematis sudah terkonstruksi sekian lama dari budaya patriarki.



Gambar Iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan

Sumber: Youtube *Machtwatch*

Desember 2020, terdapat iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” yang ditayangkan di *channel* youtube *Machtwatch* sebanyak 44jt kali. Apabila dilihat dengan seksama iklan tersebut sebenarnya hanya berupa iklan yang menginformasikan dan menawarkan produk berupa jam tangan pria merek Seiko. Namun, dalam tayangannya peneliti menemukan terdapat representasi maskulinitas yang disajikan melalui tiap-tiap adegan/*scene* pada iklan tersebut. Dalam tayangannya, iklan merepresentasi sebuah citra identitas maskulin laki-laki yang gagah dengan setelan jas hitam, jam tangan yang elegan, tubuh yang memiliki kekuatan untuk memanggul seorang perempuan bergaun merah seksi. Iklan itu seakan memberikan ruang bagi laki-laki untuk mengadopsi citra maskulin sehingga timbul hasrat untuk mendominasi perempuan dan membuat seseorang berpikir bahwa ‘saya juga mau terlihat seperti dia’.

Hal lain yang peneliti anggap merepresentasikan maskulinitas yaitu dapat

terlihat dari sosok perempuan yang menegaskan kepisahannya dan mengakui kekuasaan laki-laki atas dirinya, perempuan menerima dominasi laki-laki dengan bergantung pada kekuatan laki-laki sehingga menimbulkan gagasan bahwa perempuan tidak dapat melindungi dirinya sendiri sebab dia lemah dan tak berdaya. Penggambaran maskulinitas dalam iklan produk Jamtangan.com “Aksi Jagoan” dapat memberikan pengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat. Iklan ini secara halus memberikan sebuah argumen bahwa laki-laki merupakan individu yang memanfaatkan kekuasaan institusionalnya dan memperlihatkan *stereotype* bahwa hanya laki-laki yang dapat menyelamatkan dan melindungi perempuan.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengungkapkan makna tersembunyi terkait maskulinitas yang direpresentasikan oleh iklan jamtangan.com “aksi jagoan” adapun tujuan peneliti memilih iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” untuk menjadi suatu penelitian, dikarenakan peneliti sangat tertarik terhadap iklan ini selain karena ditonton sebanyak 44jt kali, peneliti juga ingin menggali makna serta tanda-tanda tersembunyi iklan pada iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” di Youtube dengan menggunakan peta tanda Barthes dalam (Sobur, 2006:69–71) :

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. denotatif sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Peta Tanda Roland Barthes

Terkait signifikasi tahap pertama denotasi disebut sebagai makna bersifat langsung, yaitu makna yang terdapat dalam sebuah tanda dan dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. Denotasi merupakan makna yang tersurat, atau esensi objek apa adanya, signifikasi tahap kedua konotasi adalah pemaknaan yang tersirat yang terdapat pada tanda atau gambar untuk membongkar mitos.

Konotasi biasanya menggambarkan

interaksi, waktu, perasaan, emosi, dan nilai-nilai kebudayaannya. Signifikansi tahap ketiga yakni mitos atau ideologis. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan. Mitos tidak dibentuk melalui penyelidikan tetapi melalui anggapan berdasarkan observasi kasar yang digeneralisasikan oleh karenanya lebih banyak hidup dalam masyarakat (Wibowo, 2013:17). Peneliti menggunakan teori Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu. Sehingga peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini : Bagaimana mitos maskulinitas yang terdapat dalam iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan”?

KAJIAN TEORI

Teori Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu

Teori ini Bermula dari sebuah etnografi terhadap pembagian kerja berbasis gender yang secara khusus merugikan kaum perempuan yang bertahan dari generasi ke generasi masyarakat Qubail Aljazair. Kekerasan ini merupakan sebuah wujud kekerasan yang tidak kasat mata bagi korban-korbannya, sangat lembut dan halus. Seringkali dilembagakan lewat kesepakatan atau persetujuan dari pihak yang akan didominasi atau dikuasai sehingga membuat wujud itu tampak natural (Bourdieu, 2010:2).

Kekerasan ini bukanlah kekerasan yang dilakukan secara fisik, menurut Haryatmoko dalam (Farlina, 2016) konsep dasar kekerasan simbolik yaitu ketidaktahuan dan pengakuan dari yang terdominasi. Dominasi ini akan terus berlangsung sebab adanya prinsip simbolik seperti cara berpikir, gaya hidup, bahasa, cara bertindak dan kepemilikan yang khas pada kelompok tertentu atas dasar ciri kebutuhan.

Dalam arti tertentu, kekerasan simbolik justru jauh lebih kuat dikarenakan kekerasan itu melekat pada setiap bentuk tindakan dan struktur kesadaran individu dan memaksa pengakuan dan penerimaan pada suatu

tatanan sosial. Sebagai contoh, dalam rumah tangga seorang istri yang tidak mandiri secara ekonomi akan membuat ia terus bergantung pada suaminya. Meskipun kekerasan dan tekanan bertubi yang telah ia rasakan, meskipun itu menyakitkan dan ia tidak menyukai perlakuan sewenang-wenang oleh sang suami kepadanya, ia tetap rela menanggung sakit agar terus memperoleh penghidupan dari sang suami.

Dalam ruang lingkup pendidikan juga tidak terlepas dari kekerasan simbolik, ketika guru mendominasi kelas dan murid sebagai terdominasi. Guru mereproduksi kekerasan simbolik dengan pilih kasih terhadap murid pintar dan mengucilkan serta mengatai murid lain bodoh. Hal tersebut justru mengakibatkan murid merasa rendah diri dan menerima bahwa perkataan oleh gurunya itu benar.

Terdapat beberapa konsep penting yang sebenarnya menjadi suatu perkakas untuk mengetahui lebih jauh tentang mekanisme yang ada dalam kekerasan simbolik Bourdieu. Berikut penjelasan terkait perkakas teoritik yang merupakan gagasan tentang *habitus*, modal (*capital*), dan ranah (*field*) dalam (Syariah, Sunan, & Surabaya, 2015) :

a. Habitus

Konsep *habitus* adalah mengacu pada situasi, kondisi atau penampakan yang umum. *Habitus* dapat diartikan sebagai sistem disposisi-disposisi dari skema-skema seperti pikiran, persepsi, dan tindakan. *Habitus* juga disebut sebagai *lifestyle* (gaya hidup), *values* (nilai), *disposition* (watak), dan harapan dari kelompok sosial tertentu.

b. Modal (*capital*)

Posisi seseorang dalam ranah atau arena sosial sangat tergantung pada komposisi dan jumlah modal yang dimilikinya. Bourdieu membagi modal ke dalam empat kategori, yaitu: modal ekonomi (harta kekayaan), budaya (keterampilan dan keahlian individu) , sosial (jaringan sosial), dan simbolik (kekuasaan).

c. Arena atau Ranah

Arena atau ranah perjuangan kekuasaan merupakan lingkup hubungan-hubungan kekuatan antara berbagai jenis modal. Pelaku yang mempunyai jenis-jenis

modal tertentu akan menjadi dominan di medan-medan tertentu.

Secara keseluruhan, teori Pierre Bourdieu di atas dapat diringkas ke dalam rumusan (*Habitus* x Modal (Ekonomi, Sosial, Budaya, Simbolik) + Arena = Praktik Dominasi. Setiap arena atau ruang sosial yang tepat akan membuat seseorang dominan dalam suatu arena.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan judul dan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti memilih deskriptif kualitatif karena diharapkan dapat memudahkan peneliti untuk memberikan gambaran yang lebih terperinci dan mudah dipahami oleh peneliti maupun pembaca lain. Penelitian dengan metode deskriptif mempelajari masalah berupa data yang berbentuk kata-kata tertulis/lisan atau gambaran lengkap dipandang lebih sesuai untuk menganalisis objek penelitian ini yaitu Iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” di Youtube.

Peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk memudahkan peneliti mendalami dan memperoleh makna serta tanda-tanda yang terdapat pada tiap potongan adegan/*scene* yang merepresentasikan maskulinitas yang diperankan oleh *talent* laki-laki (Joe Taslim) sebagai objek yang patriarki terhadap *talent* perempuan yang merupakan objek terdominasi dari iklan tersebut. Teknik pengumpulan data akan membantu peneliti untuk memperoleh data baik berupa informasi ataupun fakta yang terdapat di lapangan. Sehingga peneliti memilih untuk menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi tidak langsung (non-partisipatif), dokumentasi, dan studi kepustakaan. Peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang memperkenalkan konsep tanda yang digunakan sebagai acuan yang saling berkolerasi untuk membentuk sebuah makna tertentu.

Peneliti menonton iklan yang berdurasi 02:01 ini secara berulang-ulang untuk

mendapatkan tiap *scene* yang merepresentasikan dominasi dari maskulinitas oleh pemeran laki-laki (Joe Taslim) terhadap perempuan yang dipanggulnya. Peneliti menggunakan fasilitas *screenshot* dan mengklasifikasikannya dalam *insert table* yang tersedia di Ms.Word dari perangkat komputer. Representasi maskulinitas pada iklan ini akan peneliti analisa dan melihat bagaimana *talent* laki-laki (Joe Taslim) digambarkan mulai dari visual, elemen kamera, adegan-adegan, dan potongan *scene* hasil *screenshot* dari iklan yang dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hadirnya iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” pada dasarnya adalah upaya yang digunakan untuk menawarkan, memasarkan dan menjual produk jam tangan merek Seiko. Iklan yang berdurasi 02:01 ini diperankan oleh Joe Taslim dan seorang aktris perempuan muda. Iklan jamtangan.com disajikan dalam bentuk *action comedy* dengan menceritakan tentang sosok laki-laki dan perempuan yang berada pada posisi genting menghadapi suatu tantangan di depan mereka.

Visual yang ditampilkan adalah *talent* yang terlihat sangat percaya diri yang menggunakan pakaian jas hitam sedang memanggul seorang perempuan yang mengenakan balutan berupa dress warna merah yang bagian bawahnya terbuka sampai paha. Iklan tersebut menggunakan pencahayaan yang minim dan sedikit gelap dengan latar tempat ruangan sempit seperti sebuah *basement* tua atau gudang dari barang-barang yang tidak terpakai lagi. Beberapa properti yang mendukung jalannya iklan seperti ledakan api, drum, kotak kayu dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti telah merangkum dan mengumpulkan 8 *scene* yang merepresentasikan maskulinitas dari tokoh laki-laki (Joe Taslim) terhadap perempuan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yaitu:

1. Analisis Scene 1

Pada menit ke 00:44 adegan menampilkan sosok dua orang dewasa/*talent* yang sedang menatap kedepan kamera, terlihat laki-laki berada dengan posisi berdiri memanggul seorang perempuan. Tipe

pengambilan adegan yang digunakan adalah wide shoot dimana masih memperlihatkan postur tubuh kedua *talent* dan latar belakang lokasi iklan secara keseluruhan, sementara pencahayaan yang digunakan cenderung remang.



Scene 1 Menit ke 00:04

scene 1 denotatif: laki-laki yang mengenakan pakaian Jas hitam, kemeja putih dan dasi kupu-kupu memanggul seorang perempuan yang mengenakan gaun panjang berwarna merah yang terbuka sampai paha.

Konotatif: Jas Hitam melambangkan maskulinitas dan gaun merah menampilkan sensualitas.

Mitos: laki-laki yang memanggul perempuan dikatakan memiliki kuasa terhadap perempuan.

2. Analisis scene 2

Pada scene kedua di menit 00:18, pengambilan adegan menggunakan tipe *medium shoot* yaitu dimana adegan berfokus pada tampilan wajah subjek yang sangat jelas. Terlihat perubahan ekspresi *talent* yang memandang tajam kedepan dan mengarahkan senapan, pencahayaan yang ditampilkan baik sementara latar belakang dipersempit.



Scene 2 Menit ke 00:18

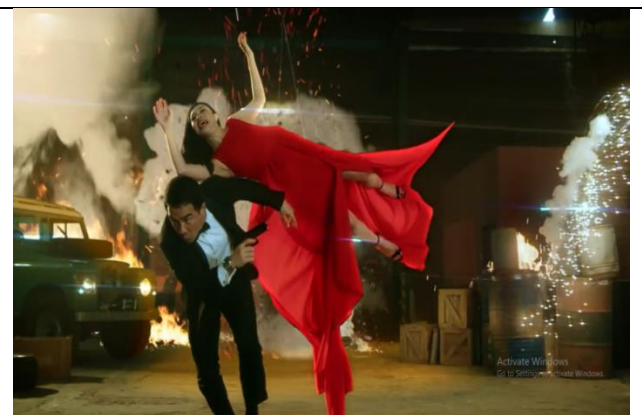
denotatif: laki-laki mengarahkan senapan/pistol dengan ekspresi memandang tajam kedepan sementara tetap memanggul perempuan yang berpakaian terbuka.

Konotatif: Senapan/pistol melambangkan kekuatan dan gaun merah yang dikenakan menampilkan keseksian.

Mitos: Menandakan bahwa laki-laki memiliki otoritas dan kekuatan seperti seorang jagoan.

3. Analisis scene 3

Pada scene ketiga menit ke 00:21 adegan ditampilkan dengan menggunakan tipe *wide shot*, dapat dilihat bahwa *talent* atau subjek teridentifikasi cukup jelas. Terdapat perubahan dari segi ekspresi serta posisi dari *talent* laki-laki yang terlihat berlari menjauhi *talent* perempuan dan latar belakang yang menampilkan ledakan api.



Scene 3 Menit ke 00:21

Scene 3 denotatif: Laki-laki melarikan diri dari

ledakan api, melepaskan panggulan dan meninggalkan perempuan yang menggantung dengan ekspresi terkejut.

Konotatif: Berlari menjauhi ledakan api menandakan sebuah ketakutan, Ekspresi terkejut ketika ditinggalkan menunjukkan perasaan yang bersifat simbolik

Mitos: Menandakan bahwa perempuan takut dan membutuhkan kehadiran laki-laki

4. Analisis scene 4

Pada Scene keempat menit 00:23 pengambilan gambar masih menggunakan tipe *wide shot* dimana subjek dapat terlihat jelas secara menyeluruh. Dalam adegan ini terlihat hanya terdapat satu orang *talent* perempuan yang menggantung membelakangi api yang berkobar diantara properti-properti pendukung iklan, perubahan kedua posisi tangan *talent* perempuan satu terangkat melambai kedepan dan satu lagi memegang tali penggantung, ekspresi yang dimunculkan berupa ketakutan dengan mulut terbuka memanggil sosok *talent* laki-laki.



Scene 4 Menit ke 00:23

Scene 4 denotatif: Perempuan tergantung sendiri, berpegangan pada tali, melambaikan tangannya dengan ekspresi mulut terbuka penuh ketakutan.

Konotatif: Lambaian tangan dengan ekspresi mulut terbuka penuh ketakutan melambangkan bahwa perempuan membutuhkan pertolongan laki-laki.

Mitos: Menandakan bahwa perempuan tidak dapat melindungi diri tanpa adanya laki-laki.

5. Analisis scene 5

Pada scene kelima menit 00:27 pengambilan adegan dilakukan dengan tipe *medium shot* dimana berfokus pada subjek/*talent* yang ditampilkan. terlihat tiga sosok dalam satu *frame*, latar belakang yang dipersempit, dan *talent* terlibat percakapan atau dialog. Terdapat perubahan ekspresi *talent* perempuan dengan bibir yang mengkerut kecewa dan *talent* laki-laki yang terlihat merasa bersalah.



Scene 5 Menit ke 00:27

Scene 5 denotatif: Perempuan dipanggul oleh kru iklan, terlihat kedua *talent* saling menatap dengan ekspresi perempuan yang mengkerut kecewa dan laki-laki yang merasa bersalah.

Konotatif: Tampilan ekspresi cemberut melambangkan rasa kecewa dan kesal perempuan akibat ditinggalkan oleh sang laki-laki.

Mitos: Menandakan bahwa perempuan secara sadar menginginkan laki-laki untuk melindunginya.

6. Analisis scene 6

Pengambilan scene keenam dengan tipe *medium shot* yang memperlihatkan kedua subjek atau *talent* dengan jelas. Terdapat perubahan ekspresi *talent* perempuan menjadi tersenyum saat laki-laki kembali memanggulnya.



Scene 6 Menit ke 00:34

Scene 6 denotatif: Laki-laki menatap lurus kedepan sambil kembali memanggul perempuan bergaun merah yang tersenyum.

Konotatif: Tatapan laki-laki yang lurus kedepan menandakan bahwa sedang berpikir dan menebak sesuatu dan Ekspresi tersenyum perempuan melambangkan rasa senang.

Mitos: Menandakan bahwa perempuan menerima laki-laki untuk menguasai dirinya.

7. Analisis scene 7

Pada durasi menit ke 00:44 sudut pengambilan adegan menggunakan tipe *wide shoot* dimana memperlihatkan *talent* dengan kondisi sekitarnya dengan cukup jelas. Pada potongan *scene* 3 terlihat ledakan api dibelakang *talent* dan terdapat properti seperti mobil, drum, kardus, ban, dan tangga yang sengaja digunakan untuk menambah kesan sesuai kriteria iklan tersebut.



Scene 7 Menit ke 00:44

Scene 7 denotatif: laki-laki masih dengan posisi memanggul perempuan yang membelakangi ledakan api besar, selain itu terlihat dress merah yang dikenakan

perempuan lebih terbuka dan menampilkan kaki jenjangnya.

Konotatif: Ledakan api dilambangkan sebagai suatu energi dan situasi yang menegangkan dan dress merah yang terbuka melambangkan gairah.

Mitos: laki-laki yang mampu berada pada situasi yang menegangkan dikatakan sebagai lelaki yang pemberani dan perkasa.

8. Analisis scene 8

Pada durasi menit 1:06 pengambilan sudut gambar menggunakan tipe *medium close up* dimana meningkatkan fokus yang ditampilkan pada *visual talent*. adegan ini memperlihatkan kedua talent yang tersenyum memandang kedepan kamera.



Scene 8 Menit ke 1:06

Scene 8 denotatif: Visual laki-laki dan perempuan yang tersenyum, posisi pistol yang dipegang disamping kanan wajah dengan tetap memanggul perempuan serta api yang menyala dibelakang.

Konotatif: Senyuman dilambangkan sebagai visual yang bahagia, bangga dan senang.

Mitos: Keberhasilan laki-laki menunjukkan bahwa laki-laki memiliki posisi lebih tinggi serta lebih kuat daripada perempuan

Mitos Maskulinitas Iklan Jamtangan.com "Aksi Jagoan"

Thomas Carlyle dalam (Wibowo, 2013:157) menjelaskan bahwa maskulinitas direpresentasikan dengan ciri khas tertentu seperti kekuatan, kemandirian, dan suatu orientasi tindakan. Maksud dari penjelasan maskulinitas Carlyle yaitu maskulinitas

mengedepankan dimensi nilai yang dijadikan tolak ukur suatu kejantanan dengan sifat kelaki-lakian.

Kekerasan simbolik banyak terjadi di media massa, begitu pula dengan iklan jamtangan.com “aksi jagoan”, iklan tersebut menghadirkan suatu citra dominasi maskulin yang memberikan submisi paradoks yaitu efek yang disebut dengan kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik yang ditampilkan dalam iklan tersebut muncul melalui gesture, tidak harus berupa kekerasan fisik. Ketika *talent* laki-laki (Joe Taslim) berada pada suatu misi untuk melindungi perempuan dengan memanggul perempuan yang terlihat pasrah berada di atas bahu laki-laki yang menatap tajam kedepan. Dalam iklan itu perempuan digambarkan sebagai sosok yang lemah dan pasrah terhadap keadaan, sedangkan laki-laki digambarkan sebagai sosok yang memiliki kemampuan untuk menghadapi misi yang tidak mampu dikalahkan oleh orang lain.

Hal tersebut mengakibatkan terjadinya suatu reproduksi sosial kelas, ketika *talent* laki-laki menjadi kelas dominasi dan perempuan menjadi kelas terdominasi. Intinya seorang perempuan tidak bisa melakukan transformasi ideologi kelas sosialnya yang terdominasi, jika diberikan habitus kelas terdominasi oleh laki-laki (penakut, terlalu patuh, pasrah pada nasib, hanya berharap pada perlindungan laki-laki, tidak berusaha). Sebuah paradoks yang terjadi melalui dominasi maskulinitas dalam iklan jamtangan.com “aksi jagoan” menimbulkan reproduksi kelas sosial yang terdominasi menjadi lemah dan bergantung. Habitus yang sudah begitu kuat tertanam serta mengendap menjadi perilaku fisik individu secara refleksi otomatis yang sudah terlihat sebagai norma-nilai yang berlaku.

Adapun mitos maskulinitas yang terkodekan dalam iklan jamtangan.com “aksi jagoan” pada setiap potongan *scene* dalam iklan tersebut ditemukan melalui peta tanda Barthes dengan menggali makna denotatif dalam iklan jamtangan.com “aksi jagoan” adalah terlihat dari busana pemeran pria dalam iklan tersebut dari berbagai cuplikan yang ditampilkan, bisa dibayangkan laki-laki yang mengenakan balutan jas menampilkan citra kemaskulinan dan gaun merah perempuan yang melambangkan makna sensualitas.

Makna konotatif dalam iklan ini memperlihatkan citra laki-laki maskulin yang menampilkan sisi dominasi, kekuatan, kedewasaan, juga memiliki pandangan visioner sedangkan makna konotatif pada perempuan adalah lemah, ingin dilindungi, membutuhkan pertolongan. Makna mitos dalam iklan ini khususnya laki-laki masih memegang dan mempraktekan pemahaman maskulinitas tradisional yang melegitimasi tindakan-tindakan beracun.

Dari analisis diatas peneliti akhirnya hasil Pada temuan analisis diatas terdapat beberapa tanda mengenai makna maskulinitas yang direpresentasikan oleh iklan yang peneliti pilih sebagai objek penelitian. Peneliti telah menganalisis dan mengkaji beberapa tanda-tanda menggunakan konsep denotasi dan konotasi serta mitos menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes yang sudah dijabarkan pada subbab sebelumnya. Setelah itu peneliti akan membahas hasil temuan analisis dan mengaitkan hasil temuan dengan teori Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu yang telah ditentukan oleh peneliti sendiri, tujuannya untuk mendapatkan makna yang sebenarnya dari semua tanda-tanda yang terdapat pada potongan-potongan *scene* yang terdapat pada iklan tersebut.

Hasil temuan dari peneliti yang akan menjadi pembahasan serta untuk melihat representasi maskulinitas dari Iklan Jamtangan.com “Aksi Jagoan” antara lain, berkuasa, kuat, pemberani, dan pemimpin.

Berkuasa

Talent laki-laki (Joe Taslim) dalam iklan tersebut mengajukan pandangan bahwa dominasi yang dilakukan oleh kelas berkuasa, menurut KBBI berkuasa atau mempunyai kuasa yaitu memiliki kemampuan untuk menanamkan kepatuhan dari si terdominasi. Kekuasaan disini dianggap wajar dikarenakan adanya kesepakatan dan persetujuan talent perempuan untuk Joe Taslim melindunginya karena ia merasa lemah dan tidak mampu melindungi dirinya sendiri. Iklan ini menggunakan konsep patriaki yang merujuk pada hubungan kekuasaan yang berfungsi sebagai penentu utama bagaimana laki-laki dan perempuan akan direpresentasikan dalam budaya patriarki. Budaya ini sangat mudah dikenali dari

pandangan yang membedakan antara laki-laki dan perempuan dalam berbagai wujud perilaku dan cara berpikir termasuk juga apa yang disukai.

Kuat

Kuat disini tidaklah harus ditunjukkan dengan kekerasan fisik, iklan jamtangan.com dengan sengaja mewujudkan citra fantasi mengenai kekuatan seorang laki-laki yang mampu berjuang dan bertahan untuk melindungi seorang perempuan, hal itu menciptakan nilai superioritas laki-laki dan memproduksi ikon maskulinitas tumbuh sehingga menganggap laki-laki tentang memiliki kendali utuh dan kekuasaan penuh atas perempuan.

Pemberani

Berani merupakan suatu sikap untuk melakukan sesuatu dengan tidak begitu menganggap dan merisaukan terkait kejadian yang kemungkinan buruk atau membahayakan. Iklan Jamtangan.com "Aksi Jagoan" merepresentasikan laki-laki maskulin yang pemberani dengan sengaja menjadikan perempuan sebagai objek lemah tak berdaya yang harus dilindungi. Dapat dilihat pada cuplikan dimana Joe Taslim yang selalu mengandalkan dirinya sendiri untuk menyelamatkan perempuan dan membiarkan perempuan tersebut dipanggul oleh nya.

SIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa representasi dalam iklan jamtangan.com merepresentasikan dominasi maskulinitas dengan cara kekerasan simbolik yang dilakukan secara halus, dimana laki-laki mendominasi dan memiliki kuasa atas tubuh perempuan. Melalui analisis semiotika yang telah disajikan melalui beberapa simbol yang merupakan lambang atau tanda dari maskulin yang muncul dalam iklan jamtangan.com. "aksi jagoan" Pada iklan tersebut, tipe pria yang di tonjolan adalah tipe laki-laki jagoan yang berkuasa yaitu dengan percaya diri memegang kendali. Simbol dari memegang kendali digambarkan dengan Joe Taslim yang selalu memanggul perempuan selama aksi pertarungan atau misi dilakukan. Dengan menggunakan teropong Kekerasan Simbolik Bourdieu, maka maskulinitas yang diperoleh

dalam iklan jamtangan.com digambarkan dengan gambaran seorang laki-laki dengan bentuk representasi maskulinitas adalah fisik dan gestur laki-laki yang berkuasa, memiliki kekuatan untuk melindungi perempuan, dan pemberani.

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, P. (2010). *DOMINASI MASKULIN*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Farlina, N. (2016). REPRESENTASI KEKERASAN SIMBOLIK TERHADAP PEREMPUAN BETAWI DALAM NOVEL KRONIK BETAWI KARYA RATIH KUMALA. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(April), 2016.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/dialektika.v3i1.4181>
- Gusnita, C. (2017). Kekerasan Simbolik Berita Kriminal di Media Massa. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 1(1), 71–82.
- Purwanti, A., & Suana, S. (2020). Angel Purwanti , 2 Sri Suana 1,2. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 50–63.
- Santosa, S. (2009). *CREATIVE ADVERTISING*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kunandar, A. Y. (2021). *MEMAHAMI DASAR-DASAR PERIKLANAN*. Sleman: GALUH PATRIA.
- Abidin, S., Rara Cindoswari, A., & Gea, S. (2018). KREDIBILITAS MEDIA DALAM PEMBERITAAN IMPLEMENTASI KAWASAN EKONOMI KHUSUS KOTA BATAM. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 72–89.
<https://doi.org/10.10358/JK.V3I1.252.G269>
- Faadihilah, A. N., Hanif, D., & Shidiq, K. A. (2022). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Pria Ideal dalam Iklan Shampoo Clear. *Jurnal Audiens*, 3(2).
- Zuhri, S., & Amalia, D. (2022). Ketidakadilan Gender dan Budaya Patriarki di Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Murabbi : Jurnal Ilmiah Dalam Bidang Pendidikan*, 5(1), 17–41.
Retrieved from <https://ejournal.stitalhikmah-tt.ac.id/index.php/murabbi/article/download/100/99>

Sobur, A. (2006). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI* (3rd ed.). Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA BANDUNG.

Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI : Aplikasi Praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.

Syariah, F., Sunan, U. I. N., & Surabaya, A. (2015). Mekanisme Kekerasan terhadap Perempuan dalam Rumah Tangga Perspektif Teori Kekerasan Simbolik Pierre Bourdieu Ita Musarrofa Pendahuluan Banyaknya kasus-kasus kekerasan dalam rumah tangga mendorong masyarakat , terutama kalangan perempuan , mengupayakan be. *Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 49(2).

Kriyantono, R. (2006). *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

Israpil. (2017). Budaya Patriarki dan Kekerasan Terhadap Perempuan (Sejarah dan Perkembangannya). *Pusaka*, 5(2), 141–150. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v5i2.176>

Connell, R. W. (2005). *MASCULINITIES* (2nd ed.). Los Angeles: University of California Press.