

Representasi Gender dalam Poster Film *Midnight In Paris*

¹Setyawati Ristanta, ²Teguh Ratmanto

^{1,2}Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email: ¹ristantaa@gmail.com, ²teguh_ratman@yahoo.com

Abstract. A movie poster is one of the communication media that have a role as massive communication device. The message of movie poster is packed shortly in visual object form that contain a picture screen, a sentence, and also the colour of movie poster. Actually, movie poster must be able to influence the target, and also can deliver a persuasive, communicative, and informative message. This research is focused in *Midnight in Paris* movie poster, directed by Woody Allen to discover how gender concept are represented in movie poster. This research used qualitative research method, with a semiotics analysis approach from Roland Barthes that is focused on denotation significance, connotation significance that have relevant with gender concept. The result of this research show that masculinity value are more dominant rather than femininity value in *Midnight in Paris* movie Poster. Myth of patriarchal culture that form masculinity hegemony also appear in *Midnight in Paris* movie poster. A myth that men are more dominant and also identified as a decision maker, and also myth that situate women as a subordinate also represented in the object visualization inside the poster.

Keywords: Movie Poster, Gender, Semiotics of Roland Barthes.

Abstrak. Poster film merupakan salah satu bagian dari media komunikasi yang berperan sebagai alat media penyebaran komunikasi secara massif. Pesan dalam poster film dikemas secara ringkas melalui bentuk objek visual yang mencakup tampilan gambar, teks dan juga warna dalam poster film. Idealnya, poster film harus mampu mempengaruhi khalayak dan dapat menyampaikan pesan yang bersifat persuasif, komunikatif juga informatif. Penelitian difokuskan pada poster film *Midnight in Paris* garapan Woody Allen untuk mengetahui bagaimana wacana gender direpresentasikan dalam poster film. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan analisis semiotika dari Roland Barthes yang memfokuskan penelitian pada makna denotasi, makna konotasi beserta mitos yang terkait dengan wacana gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam poster film *Midnight in Paris*, tanda yang merepresentasikan maskulinitas lebih dominan dibandingkan tanda yang merepresentasikan feminitas. Mitos mengenai budaya patriarkal yang membentuk hegemoni maskulinitas juga tampak dalam poster film *Midnight in Paris*. Mitos bahwa laki-laki lebih mendominasi serta identik dengan pemegang kendali sebuah keputusan dan menempatkan perempuan sebagai subordinat juga hadir dalam visualisasi objek dalam poster.

Kata kunci : Poster Film, Gender, Semiotika Roland Barthes.

A. Pendahuluan

Laki-laki dan perempuan diciptakan berbeda atas dasar biologis maupun sifatnya. Perbedaan secara biologis merupakan perbedaan yang sudah menjadi ketetapan Tuhan, hal yang bersifat alamiah. Secara biologis, manusia dibedakan berdasarkan jenis kelaminnya (seks). Sedangkan berdasarkan sifatnya, laki-laki dan perempuan dinilai berdasarkan perilaku dan sikapnya dalam kehidupan sosial di mana masyarakat membentuk sebuah konstruksi sosial mengenai nilai-nilai sosial yang berbeda antara laki-laki dan perempuan atau dalam kata lain diistilahkan sebagai gender.

Perdebatan mengenai gender sudah berlangsung lama sejak lama, bahkan sudah mempengaruhi berbagai aspek yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari juga dalam ruang publik, salah satunya termasuk dalam ranah media komunikasi. Media seperti turut membentuk pandangan masyarakat patriarkal mengenai siapa yang menjadi

ordinat dan siapa yang menjadi subordinat. Media mempunyai efek yang tinggi untuk membentuk opini dalam masyarakat, karena media merupakan salah satu alat komunikasi yang berkenaan langsung dengan masyarakat.

Terdapat mitos bahwa laki-laki menjadi makhluk yang diagungkan, sedangkan perempuan dinilai sebagai masyarakat kelas dua yang tidak diperkenankan menguasai ruang publik. Ideologi mengenai budaya patriarkal turut mempengaruhi salah satu alat media komunikasi, salah satunya adalah poster film. Dalam poster film, terdapat simbol visual yang menampilkan objek-objek yang merepresentasikan gender di dalamnya. Simbol visual dalam poster tersusun atas seperangkat tanda-tanda yang memiliki makna di dalamnya. "Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya" (Fiske, 2004:60).

Seperti diketahui, berdasarkan dominasi laki-laki kemudian muncul gerakan feminisme yang mendukung hak kesetaraan gender yang memperjuangkan hak-hak yang layak didapat oleh kaum perempuan. Namun dalam kenyataannya, dominasi laki-laki masih begitu kentara dan melekat dalam setiap aspek kehidupan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mencoba meneliti mengenai bagaimana gambaran budaya patriarkal direpresentasikan dalam bentuk simbol visual dalam ranah media. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba meneliti mengenai gambaran tersebut dalam poster film *Midnight in Paris* dengan menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, kemudian yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. "Bagaimanakah representasi gender dalam poster film *Midnight in Paris*?". Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan seperti apa mitos mengenai budaya patriarkal direpresentasikan dalam sebuah media komunikasi yang dikemas melalui bentuk simbol visual. Selanjutnya yang menjadi pertanyaan penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Bagaimanakah representasi gender dalam poster film *Midnight in Paris* berdasarkan makna denotasiya?
2. Bagaimanakah representasi gender dalam poster film *Midnight in Paris* berdasarkan makna konotasinya?
3. Bagaimanakah representasi gender dalam poster film *Midnight in Paris* berdasarkan mitosnya?

C. Kajian Pustaka

Chris Barker menjelaskan dalam bukunya *Cultural Studies Teori dan Praktik*, representasi merupakan kajian utama dalam *cultural studies*. Representasi dimaknai sebagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan kepada kita dan oleh kita di dalam pemaknaan tertentu. Menurut Hall, "representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia, seperti: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Representasi juga merupakan suatu produksi makna melalui bahasa" (Hall, 2003:15).

Representasi adalah suatu konsep yang mempunyai beberapa pengertian yang merupakan proses sosial 'representing'. Representasi menunjuk kepada suatu proses pemaknaan suatu tanda. "Representasi juga menjadi salah satu praktik penting yang memproduksi kebudayaan" (Hall, 2003:16).

Kebudayaan merupakan suatu konsep yang luas, karena dalam kebudayaan tersangkut suatu ‘pengalaman berbagi’. Dalam suatu kebudayaan, terdapat suatu kesamaan. Baik itu kesamaan dalam pengalaman, kode-kode yang sama, berbicara dalam ‘bahasa’ yang sama, serta berbagi konsep yang sama dalam memaknai suatu hal.

Secara umum, poster merupakan salah satu bagian dari media komunikasi. Poster digunakan sebagai sarana komunikasi secara tidak langsung oleh komunikator kepada komunikannya, di mana proses komunikasinya berlangsung dengan menggunakan media sebagai perantara dalam proses penyampaian pesannya.

Poster juga merupakan salah satu media komunikasi yang bersifat persuasif dengan mengutamakan kekuatan simbol visual di dalamnya. Karena fungsi utama dari poster adalah untuk menyampaikan suatu pesan, dan juga untuk mengumumkan suatu pesan agar pesan tersebut dapat dengan mudah diketahui dan dipahami oleh khalayak. Poster film *Midnight in Paris* menjadi objek penelitian mengenai bagaimanakah konsep gender direpresentasikan melalui tampilan simbol visual dalam poster. Konsep gender sendiri telah merambah ke dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat dan selalu menjadi perdebatan yang tak kunjung selesai.

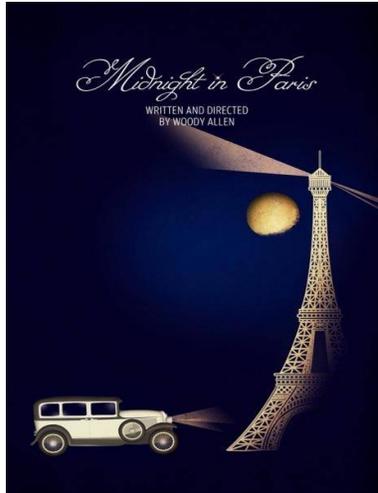
Perdebatan mengenai gender sudah terjadi sejak lama, sejak dahulu patriarki sudah menaklukkan perempuan, dan masyarakat mulai terorganisasi dalam dominasi laki-laki. Seperti yang dikutip pendapat Barker dalam buku “*Cultural Studies Teori dan Praktik*”, yang menjelaskan perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam konteks gender, sebagai berikut:

“Identifikasi diri sebagai lelaki atau perempuan merupakan landasan sebuah identitas diri yang biasanya dipandang sebagai fungsi dari tubuh dan atribut-atributnya. Secara akal sehat orang biasanya berpikir dalam kerangka reduksionisme biologis, di mana struktur biokimia dan genetik manusia dianggap menentukan perbedaan perilaku laki-laki dan perempuan secara pasif. Laki-laki biasanya dianggap secara “alami” lebih mendominasi, berorientasi hierarkis dan haus kekuasaan, sedang perempuan dipandang sebagai pengasih, pengasuh anak, dan terikat pada dunia domestik” (Barker, 2005:304).

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan analisis semiotika dari Roland Barthes. Semiotika adalah suatu kajian ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda atau doktrin dari suatu tanda. Segala aktivitas manusia dipenuhi dengan tanda-tanda. Disadari atau tidak manusia sering melakukan pertukaran tanda-tanda dalam kehidupan sehari-harinya untuk mencapai pengertian yang sama. Sehingga tanda tersebut menjadi suatu bentuk dari komunikasi. Salah satu tujuan utama analisis semiotika adalah memberikan metode analitis dan kerangka pikir untuk menjaga pembaca dari kesalahan membaca, karena dengan kesalahan membaca maka akan membentuk persepsi yang salah. Melalui metode analisis semiotika Roland Barthes maka proses penelitian dilakukan dengan proses pembacaan makna tanda denotasi, konotasi dan mitos dari poster film *Midnight in Paris*.

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi objek penelitian adalah situasi sosial yang terjadi di masyarakat. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai objek penelitian akibat adanya unsur ingin tahu tentang apa yang sebenarnya terjadi di dalam situasi sosial tersebut. Poster film *Midnight in Paris* merupakan objek penelitian yang digunakan dalam proses penelitian mengenai representasi gender ini.



Poster Film *Midnight in Paris*

Selain melalui proses analisis tekstual, proses penelitian juga ditempuh melalui studi pustaka serta proses wawancara dengan beberapa narasumber guna memperkuat hasil analisis penelitian.

E. Temuan Penelitian

1. Pembacaan Tingkat Pertama (Makna Denotasi)

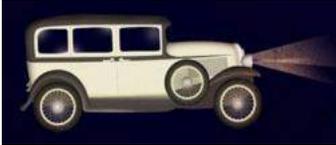
Seperti yang dipaparkan Lyons, “denotasi adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran” (Lyons, dalam Sobur 2003:262).

Dalam poster film *Midnight in Paris*, ada 3 objek yang ditampilkan, yaitu Menara Eiffel, mobil dan bulan. Selain itu, terdapat pula teks, yaitu “*Midnight in Paris*” juga teks, “*Written and Directed by Woody Allen*”. Makna dari masing-masing tanda tersebut dapat di lihat melalui tabel dibawah ini :

Tabel 4.1

Matriks Makna Denotasi Dalam Poster Film *Midnight in Paris*

No	Gambar	Makna Denotasi
1		Teks, “ <i>Midnight in Paris</i> ”.
2		Teks, “ <i>WRITTEN AND DIRECTED BY WOODY ALLEN</i> ”.

3		Gambar Menara Eiffel.
4		Gambar bulan purnama.
5		Gambar mobil antik.

Makna denotasi merupakan makna dari apa yang melekat pada tanda itu sendiri. Makna denotasi mengacu pada aspek yang melekat pada konsep penjabaran secara nyata dalam suatu pemaknaan tanda. Makna denotasi ini tidak mempersoalkan masalah hubungan antara perasaan pembacanya, karena essensinya makna denotasi adalah mengacu pada makna yang sesungguhnya dari sebuah tanda atau makna langsung dari sebuah tanda.

2. Pembacaan Tingkat Kedua (Makna Konotasi)

Setelah melakukan proses pembacaan tingkat pertama (denotasi) langkah selanjutnya adalah dengan melakukan proses pembacaan tingkat kedua atau makna konotasi dari objek penelitian. Sebuah teks juga mengandung unsur makna yang ditanamkan di dalamnya, pemaknaan tanda tersebut dapat bekerja jika pembacaan tandanya dilakukan dengan tepat dengan cara mengurai petunjuk-petunjuk tanda yang ada dalam teks tersebut.

“Jika teks bersifat intertekstual, dan subjektif (yaitu personal atau individual), reaksi terhadap teks bersifat intersubjektif: artinya tergantung pada bagaimana penafsiran masing-masing orang terhadap dunia berinteraksi dengan penafsiran-penafsiran yang diajukan oleh orang lain dalam kode-kode konvensi-konvensi suatu komunitas” (Cavallaro, 2004:111)

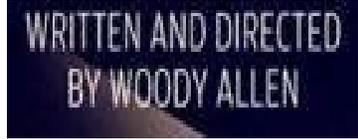
Pembacaan makna konotasi dipengaruhi oleh unsur perasaan emosi pembaca tandanya, hal tersebut dapat terjadi akibat pengaruh pengalaman, kebudayaan serta pendidikan yang telah ditempuh oleh pembaca tandanya. Makna konotasi itu bersifat

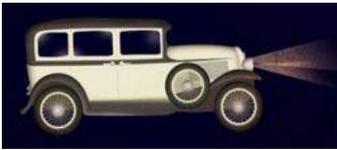
subjektif namun tetap didasarkan kepada proses pembacaan tanda berdasarkan teori analisis semiotika Roland Barthes.

“Konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif, atau makna evaluatif” (Keraf dalam Sobur, 2003:266). Kemudian, Sumardjo dan Saini memaparkan, bahwa “pemaknaan konotatif ini dipengaruhi oleh lingkungan, lingkungan tekstual dan juga lingkungan budaya” (dalam Sobur, 2003:266).

Berdasarkan hal tersebut, analisis makna konotasi poster film *Midnight in Paris* dijelaskan dalam matriks berikut ini:

Tabel 4.2
Matriks Makna Konotasi Dalam Poster Film *Midnight in Paris*

No	Gambar	Makna Konotasi
1		Teks, “ <i>Midnight in Paris</i> ” dengan font tulisan berwarna putih dan latar poster berwarna ungu kehitaman.
2		Teks, “ <i>WRITTEN AND DIRECTED BY WOODY ALLEN</i> ” dengan font berwarna putih dan berbentuk tegak dan tegas.
3		Gambar Menara Eiffel setengah utuh dengan warna kekuningan disertai sorotan cahaya lampu pada bagian atas menara.
4		Gambar bulan purnama tidak utuh berwarna kuning keemasan.

5		Gambar mobil antik berwarna putih, disertai sorotan cahaya lampu pada bagian depan mobil.
---	---	---

Kata “*Midnight*” dalam bahasa Indonesia memiliki arti ‘tengah malam’ yang berkonotasi negatif, sehingga kesimpulan dari judul film tersebut yaitu “Tengah Malam di Paris”, di mana alur waktu malam hari menunjukkan konotasi yang negatif dan sendu. Bentuk teks yang rumit serta warna teks yang berwarna putih lebih menonjolkan sisi feminitas karena perempuan sering diistilahkan dengan hal yang rumit.

Pada *body copy* “*WRITTEN AND DIRECTED BY WOODY ALLEN*” penggunaan *font* yang digunakan terlihat lebih tegas dibandingkan dengan *font* pada bagian judul yang cenderung rumit. Penggunaan *font* yang tegas cenderung lebih menampilkan sisi maskulinitas yang merepresentasikan kegagahan, ketegasan, serta kekuatan yang identik dengan perumpamaan sosok pria.

Menara Eiffel sendiri termasuk ke dalam unsur lingga atau simbol yang merepresentasikan maskulinitas dari sebuah menara. Kemudian, makna konotasi dari simbol visual bulan lebih merepresentasikan feminitas. Bulan sendiri sering dikaitkan dengan metafora bahasa yang cenderung melambangkan sisi kewanitaan, seperti istilah “datang bulan”.

Makna konotasi yang terakhir tertuju pada simbol visual mobil. Mobil sering diidentikan dengan sosok pria, karena mobil merupakan salah satu benda otomotif di mana otomotif sendiri sering dikaitkan dengan urusan laki-laki. Kesimpulan objek mobil, lebih merepresentasikan maskulinitas.

Selain dari simbol visual dalam poster, peneliti juga membahas mengenai unsur warna pada *background* poster, keseluruhan warna yang digunakan *background* poster didominasi oleh warna biru tua dan hitam pekat. Biru tua melambangkan sesuatu hal yang bersifat spiritual, tenang, kedewasaan, keterasingan, tersisih, lelah, sederhana dan rendah hati. Warna hitam berkonotasi adanya suatu kegelapan, ketakutan, dan hal-hal misterius yang tidak terlihat, juga menandakan malam hari di mana hal-hal terlarang dapat terjadi dibalik selubung malam.

Dari keseluruhan warna yang digunakan pada *background* poster, warna didominasi oleh warna yang gelap di mana warna gelap diidentikan sebagai warna yang merepresentasikan maskulinitas dari seorang laki-laki. Warna biru tua dan hitam merupakan warna dingin, warna laki-laki. Sehingga kesimpulan dari warna yang digunakan dalam poster film *Midnight in Paris* lebih merepresentasikan sisi maskulinitas dibandingkan dengan feminitasnya.

3. Mitos dan Representasi Gender

“Kata mitos berasal dari bahasa Yunani “*mythos*” yang berarti “kata”, “ujaran”, “kisah” tentang dewa-dewa. Pada tahap awal kebudayaan manusia, mitos berfungsi sebagai teori asli mengenai dunia” (Danesi, 2010:207). Sebuah bahasa membutuhkan syarat khusus agar bisa dipahami dan kemudian dapat berkembang menjadi sebuah mitos. “Mitos merupakan sistem komunikasi, bahwa dia adalah sebuah pesan” (Barthes, 2004:151). Karena mitos dapat bekerja setelah dipengaruhi oleh sistem bahasa maka

mitos juga disebut sebagai tipe wicara, jadi segala bentuk bahasa dapat dikatakan mitos jika bahasa tersebut disajikan sebagai sebuah wacana.

Barthes memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup di dalam dunia imajiner dan ideal, meski realitas hidupnya yang sesungguhnya tidaklah demikian. Kebudayaan yang mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dengan demikian, ideologi pun mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting.

“Melalui Mitos, Barthes memaksudkan ideologi yang dipahami sebagai sekumpulan gagasan dan praktik yang mempertahankan dan secara aktif mempromosikan berbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat” (Storey, 2010:110).

Mitos mengenai budaya patriarkal adalah mengenai hubungan antara laki-laki dan perempuan yang diidentikan sebagai hubungan antara kelompok yang menang dan yang kalah. Masyarakat patriarkal didominasi oleh kaum laki-laki dan hal ini terus berkembang sehingga berakibat terhadap berbagai hal dalam kehidupan manusia sehari-hari. Budaya patriarkal telah mempengaruhi berbagai macam aspek kehidupan manusia, termasuk juga pada media.

“Dalam bidang sosiologi, perbedaan antara laki-laki dan perempuan dikenal dengan sebutan gender. Gender berasal dari kata dalam bahasa Latin “*genus*”, yang berarti tipe atau jenis. Gender didefinisikan sebagai pencirian psikologis laki-laki dan perempuan melalui atribut-atribut maskulinitas dan feminitas serta pemisahan dalam peran-peran sosialnya, yang kemudian dilegitimasi oleh nilai dan norma-norma budaya masyarakat” (Bhasin, 2003:1-4).

Mitos mengenai budaya patriarkal yang berkaitan dengan konsep gender yang membahas mengenai hubungan antara maskulinitas dan feminitas turut direpresentasikan dalam poster film *Midnight in Paris* di mana representasi gender tersebut merupakan gambaran seluruh relasi manusia dalam sistem sosialnya yang kemudian dituangkan dan diaplikasikan dalam poster film berupa simbol visual yang tergenderkan. “Apa yang dipasok dunia ke dalam mitos adalah realitas historis, yang didefinisikan oleh cara-cara di mana manusia memproduksi atau menggunakannya” (Barthes, 2004:208). Bersamaan dengan mitos tersebut, manusia tidak memiliki unsur yang dilandaskan akan kebenaran terhadap analoginya, melainkan masyarakat membuat pemanfaatan yang memiliki kegunaan untuk membuat analogi akan bentuk dan makna berguna sesuai dengan kebutuhannya.

Tujuan diciptakannya manusia bukan tertuju pada hierarki mengenai maskulinitas atau feminitas yang lebih berkuasa tetapi mengenai gender yang saling berelasi tanpa saling mendominasi. Tetapi tetap saja, pemisahan mengenai gender masih sering terjadi dalam lingkungan masyarakat sejak dahulu kala hingga pada saat sekarang ini.

“Tindakan mendominasi dan dominasi dalam kehidupan antar manusia sama sekali tidak dapat dibenarkan. Sebagai hukuman atas dosa perempuan yang dilakukan oleh Hawa tersebut, maka Adam sebagai laki-laki memiliki kuasa bahwa perempuan adalah milik laki-laki dan perempuan harus patuh karenanya, dan segala hasrat yang ada pada perempuan hanya ditujukan terhadap suami” (Froom, 2007 : 146).

Pemisahan antara maskulinitas dan feminitas merupakan suatu kekuasaan regulatif wacana, di mana hal tersebut memiliki tujuan untuk mengontrol segenap aktivitas masyarakat. Masyarakat butuh melakukan pemisahan gender untuk memudahkan mereka dalam pembentukan kelompok. Identitas yang tergenderkan dalam poster film merupakan persoalan representasi. Maskulinitas dan feminitas menjadi salah satu tatanan simbolis yang tergenderkan. Persoalan mengenai maskulinitas dan feminitas menjadi sebuah nilai identifikasi yang diperlukan masyarakat. Namun, nilai feminitas selalu menjadi kelas kedua setelah maskulinitas.

“Feminitas adalah sebuah kondisi atau posisi subjek terpinggirkan yang bisa juga ditempati oleh laki-laki tertentu, seperti seniman-seniman garda depan. Tatanan simbolis patriarkis itulah yang berusaha menetapkan semua perempuan sebagai makhluk feminin dan semua laki-laki maskulin” (Barker, 2005 : 321).

F. Diskusi

Penelitian ini didasarkan pada analisis tekstual peneliti terhadap objek penelitiannya yaitu poster film *Midnight in Paris*, untuk menjawab fokus dan pertanyaan penelitian. Peneliti menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes di mana dengan menggunakan teori dari Roland Bathes, peneliti menganalisis penelitian melalui tahapan analisis pada makna denotasi, makna konotasi dan juga mitos mengenai budaya patriarkal yang berkembang di masyarakat. Uji keabsahan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan teknik ketekunan pengamatan dan juga teknik pemeriksaan triangulasi data sumber. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber guna memperkuat dan mendukung hasil analisis tekstual yang peneliti peroleh.

Melalui proses tersebut diperoleh hasil bahwa mitos mengenai budaya patriarkal, tidak hanya berlaku dalam kehidupan sosial dalam masyarakat saja, tetapi dalam media pun tradisi patriarkis ini juga turut diterapkan dalam proses penyebaran pesannya. Khususnya pada kasus ini, objek visual pada poster film *Midnight in Paris* menunjukkan adanya dominasi maskulinitas yang digambarkan melalui pengaplikasian simbol pada objek gambar, unsur warna dan juga teks dibandingkan dengan simbol-simbol feminitas yang digunakan dalam poster film .

G. Kesimpulan

Kesimpulan dari seluruh analisis poster film *Midnight in Paris*, maskulinitas lebih mendominasi keseluruhan poster film dan feminitas menjadi objek minoritas dalam poster film. Hasil penelitian dalam poster film *Midnight in Paris* menunjukkan bahwa ada empat objek yang merepresentasikan dominasi maskulinitas, yaitu objek dari Menara Eiffel, mobil, teks *body copy* “*WRITTEN AND DIRECTED BY WOODY ALLEN*” juga keseluruhan warna hitam yang mendominasi keseluruhan warna yang digunakan dalam poster film *Midnight in Paris*. Kemudian, ada dua objek visual yang merepresentasikan sisi feminitas dalam poster film *Midnight in Paris*.

Dengan demikian, dapat dilihat secara jelas bahwa maskulinitas lebih mendominasi keseluruhan isi poster dibandingkan dengan feminitasnya. Hal tersebut membutuhkan mitos mengenai budaya patriarkal yang berkembang dalam masyarakat turut serta diterapkan dalam alat media komunikasi. Dalam budaya patriarkal, laki-laki dianggap lebih layak untuk menguasai ruang publik dibandingkan dengan perempuan. Masyarakat kemudian semakin larut dalam tradisi budaya patriarkal itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies Teori dan Praktik*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Barthes, Roland. 2004. *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bhasin, Kamla. 2003. *Memahami Gender*. Jakarta: Teplok Press.
- Cavallaro, Dani. 2004. *Critical and Cultural Theory*. Yogyakarta: Penerbit Niagara
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Terjemahan. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John. 2010. *Cultural and Communications Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fromm, Erich. 2007. *Cinta, Seksualitas dan Matriarki*. Terjemahan. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hall, Stuart. 2003. *Representation : Cultural Representations and Signifying Partices*. London: SAGE Publication Ltd.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Storey, John. 2010. *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.