



MEMPERTEGUH STEREOTIP PEREMPUAN INDONESIA
MODERN DALAM FILM “ADA APA DENGAN CINTA? 2”

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halida Khairunnisa

NIM : 1306015049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Judul : Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam
Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”

Demi Allah Swt, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Agustus 2017

Yang Menyatakan



Halida Khairunnisa

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam
Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”

Nama : Halida Khairunnisa

NIM : 1306015049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran



Pembimbing I,

Dr. Sri Mustika, M.si.

Tanggal: 22/01/17.....

Pembimbing II,

Said Romadlan, S.Sos., M.Si

Tanggal: 22/01/17.....

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam
Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”
Nama : Halida Khairunnisa
NIM : 1306015049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
eminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Rabu, tanggal 30 Agustus 2017, dan

Dinyatakan LULUS.


Dra. Tellys Corliana, M.Hum.


Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji I

Penguji II

Tanggal : 20/09/2017

Tanggal : 20/09/2017


Dr. Sri Mustika, M.Si.


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

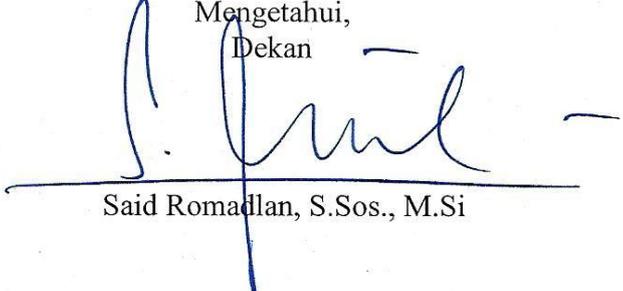
Pembimbing I

Pembimbing II

Tanggal : 25/09/2017

Tanggal : 20/09/2017

Mengetahui,
Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul : Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”
Nama : Halida Khairunnisa
NIM : 1306015049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 146 + xx halaman + 8 gambar + 10 tabel + 13 lampiran + 84 bibliografi.

Film “Ada Apa dengan Cinta? 2” merupakan sebuah film yang meneguhkan stereotip perempuan Indonesia modern melalui penokohan Cinta, Karmen, Maura dan Milly. Stereotip perempuan Indonesia modern adalah keyakinan mengenai karakteristik tertentu yang diatribusikan kepada perempuan Indonesia modern. Masalahnya adalah stereotip terlalu menggeneralisasikan perempuan Indonesia yang sebenarnya memiliki beragam karakteristik. Penelitian ini mengkaji tentang peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori hegemoni Antonio Gramsci. Film AADC? 2 menjadi alat hegemoni bahwa untuk dikatakan modern perempuan Indonesia harus seperti apa yang distereotipkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna atas tanda yang mewakili peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern.

Adapun hasil penelitian ini, makna denotasi yang terungkap dalam film AADC? 2 adalah gambaran tentang apa yang terjadi pada Cinta, kehidupan dengan sahabat-sahabatnya, dan hubungannya dengan Rangga. Secara denotasi pula, perempuan Indonesia modern tercermin dari sifat, perilaku, gaya hidup, penampilan dan bahkan hubungan sosial yang dibangun. Sementara itu, makna konotasi yang terungkap dalam film AADC? 2 adalah stereotip yang mengarahkan pada peneguhan karakteristik perempuan Indonesia modern yang ambisius dan berorientasi pada karier, teratur dan terorganisir, melek terhadap tren-tren yang berkembang, setia dan berorientasi pada keluarga, serta suka bergaul. Mitos yang terungkap dalam film ini adalah mitos perempuan independen. Kontribusi penelitian ini, antara lain memperkaya pemahaman mengenai teori hegemoni, memperkuat metode analisis semiotika Roland Barthes, terutama ketika digunakan untuk menganalisis isi film, sebagai masukan pada pembuat kebijakan publik dalam merancang suatu kebijakan yang pro terhadap keseimbangan karakter perempuan dalam film, dan masukan juga bagi para sineas supaya dalam membuat film tidak menstereotipkan perempuan dengan hal-hal yang negatif.

Kata Kunci: Stereotip, Perempuan Indonesia Modern, dan Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul “Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film ‘Ada Apa dengan Cinta? 2’”. Skripsi merupakan hasil akhir dari proses selama di perkuliahan. Untuk mencapai tahap tersebut, penelitian tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Skripsi ini terwujud karena adanya motivasi, sesi bertukar pikiran, dan segala bentuk dukungan, baik secara materi maupun nonmateri. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk menghaturkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

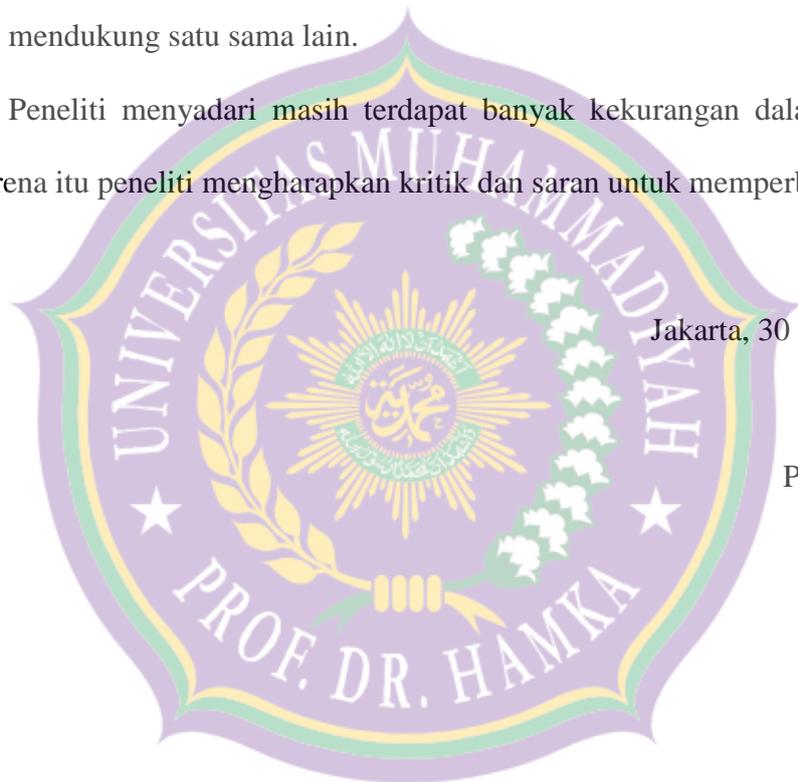
1. Keluarga yang telah memberikan kasih sayang, do’a, dan semangat. Atas segala perhatian dan pengorbanan, peneliti mengucapkan terima kasih dan rasa hormat, terkhusus kepada orang tua. Suatu kebahagiaan menjadi bagian dari keluarga yang memahami betapa pentingnya pendidikan untuk kehidupan dan masa depan yang lebih baik.
2. Said Romadlan, M.Si., dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UHAMKA dan pembimbing II skripsi.
3. Dr. Sri Mustika, M.Si., wakil dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing akademik, dan pembimbing I skripsi.
4. Dini Wahdiyati, S.sos., M.I.Kom., ketua program studi ilmu komunikasi FISIP UHAMKA sekaligus penguji II skripsi.

5. Dra. Tellys Corliana, M.Hum., dosen FISIP UHAMKA sekaligus penguji I skripsi.
6. Seluruh dosen FISIP UHAMKA dan staf yang telah membantu kelancaran proses belajar-mengajar.
7. Seluruh mahasiswa FISIP UHAMKA angkatan 2013. Suatu hal yang menyenangkan memiliki relasi dengan orang-orang yang saling mendukung satu sama lain.

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaikinya.

Jakarta, 30 Agustus 2017

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Pembatasan Masalah	10
1.5. Kontribusi Penelitian	10
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	13
2.1. Paradigma Kritis	13
2.2. Hakekat Komunikasi	21
2.2.1. Pengertian Komunikasi	21
2.2.2. Model Komunikasi	23
2.2.3. Elemen Komunikasi	25

2.2.4. Fungsi Komunikasi	26
2.2.5. Konteks Komunikasi	27
2.3. Kebudayaan	29
2.4. Komunikasi Antarbudaya	33
2.5. Film	36
2.5.1. Pengertian Film	36
2.5.2. Sejarah Perkembangan Film di Indonesia	38
2.5.3. Fungsi Film	39
2.5.4. Karakteristik Film	40
2.5.5. Jenis Film	41
2.6. Stereotip	43
2.6.1. Stereotip, Prasangka, dan Diskriminasi	43
2.6.2. Stereotip Perempuan	52
2.7. Perempuan dalam Konteks Kebudayaan	53
2.8. Modern	60
2.9 Karakteristik Perempuan Indonesia Modern	61
2.10. Gender dan Feminisme	67
2.11. Semiotika	74
2.12. Model Analisis Semiotika Roland Barthes	79
2.13. Ideologi dan Makna	86
2.11. Teori Hegemoni	90
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	98
3.1. Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian	98

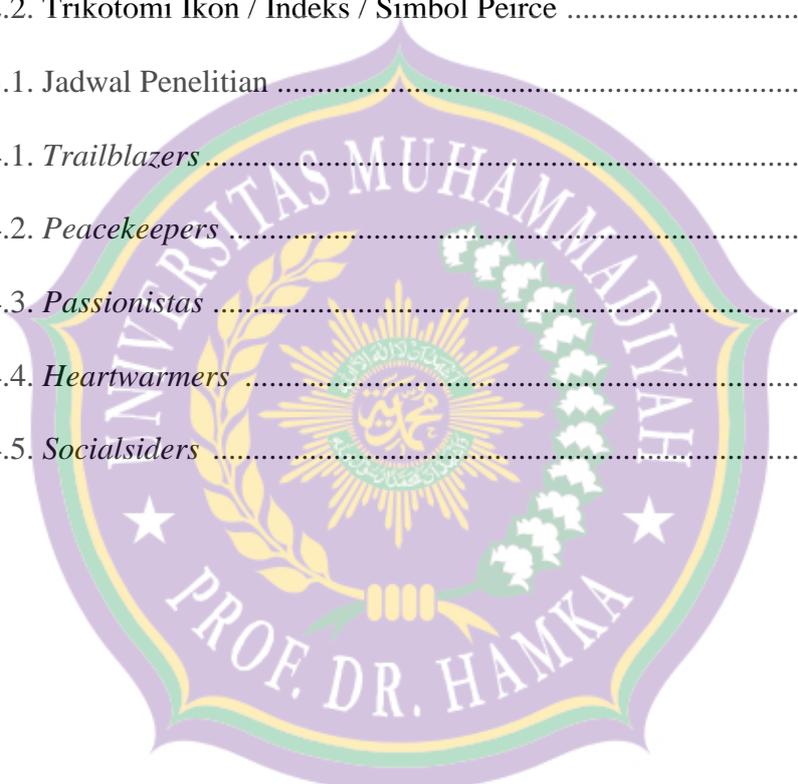
3.2. Pemilihan Media	101
3.3. Unit Analisis dan Unit Pengamatan	103
3.4. Metode Pengumpulan Data	103
3.5. Metode Analisis Data	106
3.6. Jadwal Penelitian	109
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	110
4.1. Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	110
4.1.1. Miles Films (Miles Productions)	110
4.1.2. Sinopsis Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	113
4.1.3. Identifikasi Tokoh Perempuan dalam Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	117
4.2. Hasil Penelitian	122
4.2.1. Analisis Makna Denotasi dan Konotasi yang Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	122
4.2.2. Kaitan Antara Mitos dengan Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia modern dalam Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	140
4.2.3. Praktik Ideologi yang Melatarbelakangi Peneguhan Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	145
4.3. Pembahasan	156
4.3.1. Hegemoni Peneguhan Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam “Film Ada Apa dengan Cinta? 2”	156

BAB V PENUTUP	161
5.1. Simpulan	161
5.2. Saran-saran	162
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN – LAMPIRAN	xx



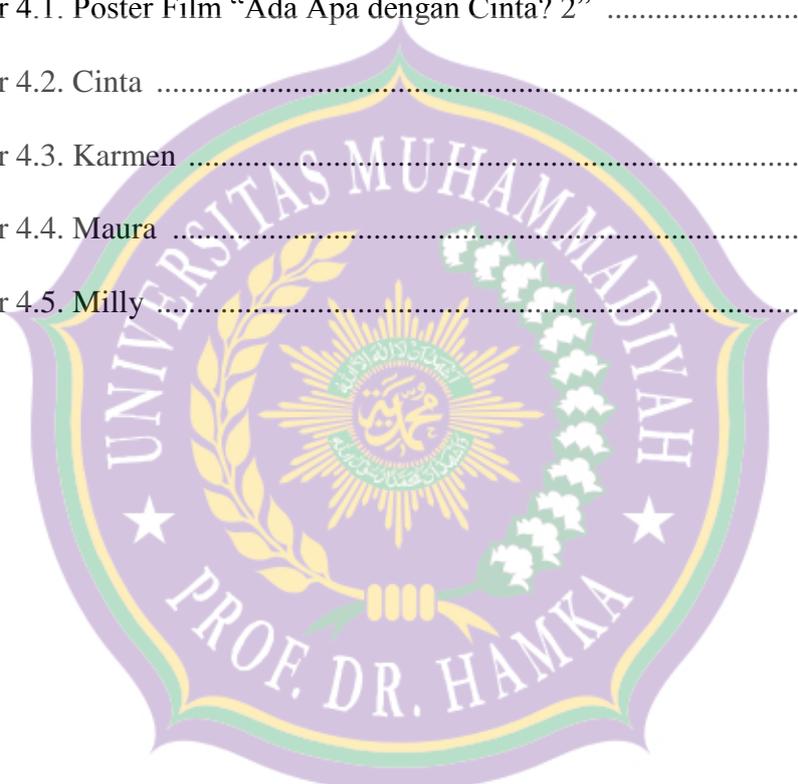
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Sepuluh Film Peringkat Teratas di Tahun 2016	2
Tabel 1.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini	6
Tabel 2.1. Asumsi-asumsi Paradigma Kritis	20
Tabel 2.2. Trikotomi Ikon / Indeks / Simbol Peirce	77
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	109
Tabel 4.1. <i>Trailblazers</i>	123
Tabel 4.2. <i>Peacekeepers</i>	126
Tabel 4.3. <i>Passionistas</i>	129
Tabel 4.4. <i>Heartwarmers</i>	134
Tabel 4.5. <i>Socialsiders</i>	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi DeFleur	24
Gambar 2.2. Persentase Lima Tipe Perempuan Indonesia	65
Gambar 2.3. Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes	80
Gambar 4.1. Poster Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”	113
Gambar 4.2. Cinta	117
Gambar 4.3. Karmen	118
Gambar 4.4. Maura	119
Gambar 4.5. Milly	120



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Proses komunikasi antar manusia atau kelompok dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan referensi setiap manusia. Adapun salah satu pengalaman dan referensi yang dapat memengaruhi komunikasi adalah kebudayaan. Menurut Edwar Burnett Tylor (dalam Liliweri, 2011: 107), kebudayaan adalah kompleks dari keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, adat istiadat dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Kebudayaan yang menjadi latar belakang kehidupan akan memengaruhi perilaku komunikasi manusia. Selain menentukan bagaimana komunikasi berlangsung, kebudayaan turut menentukan pemahaman seseorang mengenai sebuah informasi. Berdasarkan konteksnya, manakala suatu masyarakat berada pada kondisi kebudayaan yang beragam, maka komunikasi dapat menyentuh ranah antarbudaya. Komunikasi antarbudaya adalah pertukaran makna berbentuk simbol yang dilakukan dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang budayanya (Liliweri, 2011: 9).

Komunikasi antarbudaya dapat dilakukan melalui media massa. Film merupakan salah satu media massa yang menjadi sarana komunikasi

antarbudaya. Film produksi suatu negara dapat ditonton oleh khalayak dari negara lain, dengan kata lain, film terdistribusi ke berbagai wilayah, sehingga khalayak di suatu tempat dapat melakukan kontak dengan kebudayaan lain. Film dapat dikatakan sebagai jendela dunia yang mampu menceritakan berbagai hal, baik fakta maupun fiksi dalam bentuk audio visual yang menarik kepada khalayak secara global. Selain itu, film seringkali dianggap mampu merefleksikan realitas sosial dan budaya suatu masyarakat.

Sementara itu, di antara jenis media massa lainnya, film adalah media yang mampu mempertahankan eksistensinya sebagai media hiburan utama. Film menghadirkan suasana dan pengalaman yang berbeda saat khalayak mengonsumsinya, dengan layar yang berukuran luas memberikan keleluasaan bagi penonton untuk melihat adegan secara jelas dan detail. Selain itu, film juga memiliki daya tarik dalam menyuguhkan tema cerita yang lebih beragam. Dapat dikatakan beberapa kelebihan tersebut membuat film semakin populer.

Di Indonesia film memiliki banyak penggemar. Beberapa film produksi Indonesia meraih lebih dari satu juta penonton di tahun 2016, antara lain:

Peringkat	Judul	Jumlah Penonton
1	Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1	6.868.616
2	Ada Apa dengan Cinta? 2	3.665.509
3	My Stupid Boss	3.052.657
4	Cek Toko Sebelah	2.641.255
5	Hangout	2.620.644
6	Rudy Habibie	2.010.072

7	Koala Kumal	1.863.541
8	Comic 8: Casino Kings Part 2	1.835.644
9	ILY From 38.000 Ft	1.574.576
10	London Love Story	1.124.876

Tabel 1.1. Daftar Sepuluh Film Peringkat Teratas di Tahun 2016
(Sumber: www.filmindonesia.or.id)

Film betemakan cinta termasuk film populer, meskipun peringkatnya di bawah film komedi. Walaupun demikian, film tentang cinta dianggap dekat dengan kehidupan khalayak, kaya akan konflik yang dapat dikembangkan, dan mampu mengeksplorasi emosi khalayak. Salah satu film Indonesia yang menjadi ikon drama percintaan adalah film “Ada Apa dengan Cinta?” (AADC?) yang tayang pada 2002. Setelah empat belas tahun dibuatlah film sekuelnya, yakni “Ada Apa dengan Cinta? 2” (AADC? 2), yang terbukti mampu meraih jutaan penonton.

Film AADC? 2 masih menggarap soal percintaan antara Cinta (Dian Sastrowardoyo) dan Rangga (Nicholas Saputra), serta persahabatan antara Cinta, Karmen (Adinia Wirasti), Maura (Titi Kamal), dan Milly (Sissy Priscillia), empat tokoh perempuan yang mewakili gambaran perempuan modern saat ini. Keempat tokoh perempuan tersebut merupakan sosok perempuan dewasa yang memiliki cerita hidup berbeda, dan memiliki identitas atau karakter yang khas sebagai perempuan masa kini.

Seperti yang digambarkan dalam film AADC? 2, sosok Cinta bukanlah perempuan yang berdiam diri di rumah, bukan pula karyawan, melainkan *entrepreneur* muda yang mengelola usaha galeri seni. Berdasarkan karakter tersebut, perempuan modern ditampilkan sebagai

sosok yang inovatif, kreatif, berjiwa pemimpin, berani mengambil resiko, dan mencintai seni. Film AADC? 2 dapat menginspirasi perempuan untuk berwiraswasta. Hal tersebut memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern, yakni perempuan *trailblazers* yang ambisius dan berorientasi pada karier.

Stereotip adalah keyakinan mengenai karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang sehubungan dengan keanggotaannya dalam kelompok (Rahman, 2013: 242). Ketika sikap, perilaku, dan penilaian terhadap orang lain didasarkan pada persepsi di mana orang tersebut dikategorikan. Stereotip dinyatakan sebagai sifat atau kepribadian tertentu, dan dapat berupa stereotip positif maupun negatif. Stereotip yang terjadi pada kaum perempuan dapat menyebabkan timbulnya kesan tertentu terhadap perempuan dan memengaruhi cara orang memperlakukan perempuan.

Hal tersebut dapat dibuktikan melalui sebuah riset mengenai karakteristik perempuan modern yang dilakukan oleh Universal Networks International yang disebut *High Heeled Warriors*. Riset tersebut menunjukkan bahwa perempuan modern di Indonesia memiliki beberapa karakteristik yang unik di antaranya *trailblazers* (ambisius dan berorientasi karier), *peacekeeper* (teratur/terorganisir), *passionistas* (melek dengan tren baru dan senang mencoba hal-hal baru), dan *socalsiders* (optimis dan suka bergaul).

Menariknya, karakteristik perempuan Indonesia modern tersebut dapat digambarkan melalui film, karena tidak jarang realitas yang

ditampilkan di layar merupakan sajian yang telah dikreasikan atas dasar ideologi dan sudut pandang tertentu. Film merupakan produk dari kebudayaan manusia yang mewakili dan merepresentasikan nilai-nilai dan pandangan suatu kelompok masyarakat maupun ideologi tertentu. Oleh karena itu, film memiliki *power* untuk menjadi produk sosial, sejarah, politik, ekonomi, budaya, maupun ideologi. Film dapat menjadi ladang bagi tumbuh dan mengakarnya ideologi tertentu yang bahkan tidak disadari oleh khalayak, karena ideologi tidak serta merta dihadirkan dan berhenti pada pemaknaan atas apa yang terlihat di permukaan, melainkan terdapat makna tersirat di balik permukaan teks. Sementara itu, film ini terlihat meneguhkan stereotip perempuan Indonesia modern demi kepentingan tersebut, serta menciptakan pemahaman dan menanamkan kepercayaan mengenai idealnya perempuan Indonesia modern kepada khalayak, khususnya perempuan muda.

Hal tersebutlah yang mengindikasikan bahwa beberapa adegan dalam film *AADC? 2* dikonstruksi menggunakan tanda-tanda, baik elemen visual maupun nonvisual, yang mewakili ideologi atau pandangan tertentu atas realitas mengenai peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna atas tanda yang mewakili realitas tersebut dan mengungkapkan ideologi menyoal representasi perempuan dalam film tersebut.

Penelitian terkait dengan stereotip perempuan dalam film telah banyak dilakukan, berikut perbandingannya dengan penelitian ini:

1	Judul penelitian	Representasi Stereotip Perempuan dalam Film "Brave"
	Peneliti	Fanny Puspitasari (Univ. Kristen Petra Surabaya – Ilmu Komunikasi)
	Paradigma	Kritis
	Rumusan masalah	Bagaimana representasi stereotip perempuan dalam film "Brave"?
	Metode penelitian	Analisis naratif Vladimir Propp
	Hasil penelitian	Film "Brave" gagal mendobrak pola kerja sistem patriarki. Memang pada awalnya, narasi film "Brave" berusaha mematahkan stereotip-stereotip perempuan yang selalu ditampilkan dalam film Disney. Namun, akhir film ini justru mengukuhkannya. Penelitian ini menunjukkan bagaimana Pixar ikut mengkomodifikasi stereotip perempuan melalui narasi film "Brave" dengan mengikuti standarisasi terhadap film-film <i>princess</i> Disney.
2	Judul penelitian	Kekerasan Terhadap Perempuan (Analisis Semiotika Film "Jamila dan Sang Presiden")
	Peneliti	Husninatul Ghassani (FISIP UNDIP)
	Paradigma	Kritis
	Rumusan masalah	Bagaimana representasi kekerasan terhadap perempuan dalam film "Jamila dan Sang Presiden"?
	Metode penelitian	Analisis semiotika Roland Barthes
	Teori	Teori feminis sosialis dan teori sikap feminis
	Hasil penelitian	Kekerasan terhadap perempuan dimanifestasikan dalam berbagai bentuk seperti kekerasan fisik, seksual, ekonomi, perampasan kemerdekaan sewenang-wenang, dan psikologis. Patriarkisme dan kapitalisme menjadi latar belakang ideologi yang mendominasi tindak kekerasan. Dalam peristiwa kekerasan dengan pelaku laki-laki, terdapat konstruksi gender berdasarkan kultur patriarkis tentang sikap laki-laki yang mendominasi karena perannya sebagai subjek dan sikap perempuan yang terdominasi karena perannya sebagai objek. Hal ini kemudian membuat perempuan menjadi kelompok yang

		rentan mendapat kekerasan. Dalam kapitalisme, kekerasan dijalankan di bawah kekuasaan orang-orang yang mengendalikan sarana-sarana produksi dengan hubungan eksploitatif.
3	Judul penelitian	Stereotip Perempuan dalam Film "Get Married" (Analisis Semiotika Roland Barthes)
	Peneliti	Dwi Anggraini (FISIP Universitas Mulawarman)
	Paradigma	Konstruktivisme
	Rumusan masalah	Bagaimana tanda-tanda stereotip perempuan yang ditampilkan dalam film "Get Married"?
	Metode penelitian	Analisis semiotika Roland Barthes
	Teori	Teori dimensi budaya Hofstede
	Hasil penelitian	Dalam Film "Get Married" stereotip perempuan dihubungkan dengan simbol perempuan yang berpakaian seperti laki-laki dan berteman hanya dengan laki-laki, dengan kata lain, stereotip yang berhubungan dengan cara bergaul, berpakaian, dan berperilaku. Secara denotasi, film "Get Married" menceritakan perempuan betawi tomboi yang mencari jodoh. Secara konotasi, pemahaman tentang mencari jodoh yang diartikan secara sempit, bahwa mencari anak perempuan jodoh akan mempercepat anaknya ke jenjang pernikahan. Mitos perempuan dalam film tersebut menunjukkan sifat perempuan yang lebih memilih untuk menunggu laki-laki datang, dan bukan mengejar dan menyatakan cinta terlebih dahulu.
4	Judul Penelitian	Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film "Ada Apa dengan Cinta? 2"
	Peneliti	Halida Khairunnisa (FISIP UHAMKA)
	Paradigma	Kritis
	Rumusan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana makna denotasi dan konotasi yang memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film "Ada Apa dengan Cinta? 2"? 2. Bagaimana kaitan antara mitos dengan memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film "Ada Apa dengan Cinta? 2"? 3. Bagaimana praktik ideologi yang melatarbelakangi peneguhan stereotip perempuan Indonesia Modern dalam film

		“Ada Apa dengan Cinta? 2”?
	Metode penelitian	Analisis Semiotika Roland Barthes
	Teori	Teori Hegemoni

Tabel 1.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yakni membahas stereotip perempuan dalam film. Namun, penelitian terdahulu (2) lebih mengerucut pada akibat adanya stereotip, yaitu kekerasan terhadap perempuan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian terdahulu (2) dan (3), yakni semiotika Roland Barthes, sedangkan penelitian terdahulu (1) menggunakan analisis naratif Vladimir Propp. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori yang berbeda dengan seluruh penelitian terdahulu dan paradigma yang berbeda dengan paradigma penelitian terdahulu (3). Pada penelitian ini, film yang dipilih adalah film pada masanya dengan penelitian, sehingga dapat merepresentasikan perempuan masa kini. Hal tersebut menjadi faktor kelebihan penelitian ini di antara tiga penelitian terdahulu.

Seluruh pemaparan latar belakang di atas adalah alasan dibalik permasalahan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “Memperteguh Stereotip Perempuan Indonesia Modern dalam Film ‘Ada Apa dengan Cinta? 2’”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana makna denotasi dan konotasi yang memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”?
2. Bagaimana kaitan antara mitos dengan memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”?
3. Bagaimana praktik ideologi yang melatarbelakangi peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: ★

1. Untuk mengungkap makna denotasi dan konotasi yang memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”.
2. Untuk mengungkap kaitan antara mitos dengan memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”.
3. Untuk mengungkapkan praktik ideologi yang melatarbelakangi peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”.

1.4. Pembatasan Masalah

Sebagai upaya untuk membuat penelitian ini lebih mendalam, maka peneliti memfokuskan penelitian pada tiga hal berikut:

- a. Stereotip
- b. Perempuan Indonesia Modern
- c. Film “Ada Apa dengan Cinta? 2”

1.5. Kontribusi Penelitian

Implikasi dari tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti adalah:

- a. Kontribusi akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai semiotika Roland Barthes dan teori hegemoni, khususnya dalam film, dan konsep mengenai stereotip ketika diaplikasikan dalam film.
- b. Kontribusi metodologis: Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat metode analisis semiotika Roland Barthes, terutama ketika digunakan untuk menganalisis isi film.
- c. Kontribusi sosial: Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pada pembuat kebijakan publik dalam merancang suatu kebijakan yang pro terhadap keseimbangan karakter perempuan dalam film, karena banyak film yang cenderung menampilkan perempuan dengan kesan negatif, termasuk adegan-adegan seks dan kekerasan dengan perempuan sebagai objeknya.

- d. Kontribusi Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi para sineas supaya dalam membuat film tidak menstereotipkan perempuan dengan hal-hal yang negatif.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada metode pengumpulan data, yakni wawancara yang dilakukan secara tidak langsung atau melalui *e-mail*. Didasari kondisi dua narasumber yang berada di luar kota (Jakarta), sehingga pertanyaan wawancara tidak dapat dikembangkan secara spontan mengikuti alur jawaban narasumber.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada proposal penelitian ini dibagi dalam tiga bab dengan susunan sebagai berikut:

- a. **BAB I PENDAHULUAN:** Dalam bagian ini, peneliti menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.
- b. **BAB II LANDASAN PEMIKIRAN:** Bab ini menjelaskan mengenai paradigma kritis, hakikat komunikasi, konteks komunikasi antarbudaya, konsep mengenai film, karakteristik perempuan Indonesia modern, stereotip, model analisis semiotika

Roland Barthes, teori hegemoni, serta beberapa konsep lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

- c. BAB III METODELOGI PENELITIAN: Pada bab ini, peneliti memaparkan pendekatan, jenis dan metode penelitian, pemilihan media, unit analisis dan unit pengamatan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan jadwal penelitian.
- d. BAB IV HASIL & PEMBAHASAN: Bab ini berisi profil Miles Films, sinopsis, identifikasi tokoh perempuan dalam film AADC? 2, analisis makna denotasi dan konotasi yang memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film “Ada Apa dengan Cinta? 2”?, kaitan antara mitos dengan memperteguh stereotip perempuan Indonesia modern dalam film AADC? 2, praktik ideologi dalam film, dan pembahasan mengenai hegemoni peneguhan stereotip perempuan Indonesia modern dalam film AADC? 2.
- e. BAB V PENUTUP: Bab ini berisi simpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo, Sutarjo. 2013. *Sejarah Pemikiran Barat: Dari yang Klasik Sampai Modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anom, Eman. 2016. *Pemerintah, Media, dan Masyarakat di Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Bakker, J. W. M. 1984. *Filsafat Kebudayaan (Sebuah Pengantar)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2015. *Mass Communication Theory (Foundations, Ferment, and Future) 7th edition*. Stamford: Cengage Learning.
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiologi (Terj. L'aventure Sémiologique)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beasley, Chris. 1999. *What is Feminism?*. London: SAGE Publications.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media Analysis Techniques*. Yogyakarta: Univ. Atma Jaya.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Blackburn, Susan. 2004. *Women and The State in Modern Indonesia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brooks, Ann. 2008. *Postfeminisme & Cultural Studies (Sebuah Pengantar Paling Komprehensif) (Terj.)*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Budiman, Kris. 2000. *Feminis Laki-laki dan Wacana Gender*. Magelang: Indonesiatera
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Danesi, Marcel. 2011. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Djajanegara, Soenarjati. 2000. *Kritik Sastra Feminis: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fchrudin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Edward, Louise dan Mina Roces. 2000. *Women in Asia (Tradition, Modernity, and Globalisation)*. Sydney: Allen & Unwin.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Endraswara, Suwardi. 2006. *Metode, Teori, dan Teknik Penelitian Kebudayaan (Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi)*. Pustaka Widyatama
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media (Cet. VII)*. Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara.
- Fachrudin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fakhruroji, Moch. 2008. *Total Forfiveness*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Fatah, R. Eep Saefulloh. 2004. *Mencintai Indonesia dengan Amal: Refleksi Atas Fase Awal Demokratisasi*. Jakarta: Republika.

- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Halim, Syaiful. 2017. *Semiotika Dokumenter: Membongkar Dekonstruksi Mitos dalam Media Dokumenter*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardiman, Fransisco Budi. 1990. *Kritik Ideologi: Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hughes, Christina. 2002. *Feminist Theory and Research*. London: SAGE Publications.
- Ibrahim, Idi Subandy, Dedy Djameluddin Malik, dan Hanif Suranto. 1998. *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ihromi, Tapi Omas, Sulistyowati Irianto, dan Achie Sudiarti Luhulima. 2000. *Penghapusan Diskriminatif terhadap Wanita*. Bandung: Alumni.
- Jones, Pip. *Pengantar Teori-teori Sosial (Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kartono, Kartini. 2006. *Psikologi Wanita 1: Mengenal Gadis Remaja & Wanita Dewasa*. Bandung: Mandar Maju.
- Kashima, Yoshihisa, Klau Fiedler, dan Peter Freytag. 2008. *Stereotype Dynamics: Language-Based Approaches to the formation, Maintenance, and Transformation of Stereotypes*. New York: Taylor & Francis Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi*

Organisasi, Komunikasi Pemasaran (Ed. 1, Cet. 5). Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).

Lestari, Rini dan Dudi Sabil Iskandar. 2016. *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Liliwari, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Lkis.

Liliwari, Alo. 2011. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Liliwari, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).

McQuail, Dennis. 1996. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Kedua)*. Jakarta: Erlangga.

Melliana, Anastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKis Pelangi Aksara.

Mufid, Muhamad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muniarti, A. Nunuk. 2004. *Getar Gender*. Magelang: Indonesiatara

Moleong, Lexy. J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moore, Henrietta L. 1998. *Feminisme dan Antropologi*. Jakarta: OBOR.

Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Patria, Nezar. 1999. *Antonio Gramsci: Negara dan Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahman, Agus Abdul. 2013. *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu-ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Republik Indonesia. 2002. *Undang-undang Nomor 32 tentang Penyiaran*, [pdf]. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-undang Nomor 33 tentang Perfilman*, [pdf]. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Rizki, Juni Wati Sri. 2016. *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Rokhmansyah, Alfian. 2016. *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Yogyakarta: Garudhawacana.
- Sadli, Saporinah. 2010. *Berbeda Tetapi Setara (Pemikiran tentang Kajian Perempuan)*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Samovar, Larry A., dkk. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya, Edisi 7 (Communication Between Cultures, 7th ed)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Schneider, David J. 2004. *The Psychology of Stereotyping*. New York: The Guilford Press.
- Shaw, Susan dan Janet Lee. 2009. *Women's Voices (Feminist Visions)*. New York: McGraw Hill.

- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiono, Muhadi. 1999. *Kritik Antonio Gramsci terhadap Pembangunan Dunia Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutino, Melani Abdulkadir dan Ekawati Sri Wahyuni. 2007. *EKOFEMINISME*. Bogor: IPB Repository.
- Takwin, Bagus. 2003. *Akar-akar Ideologi: Pengantar Kajian Konsep Ideologi dari Plato hingga Bourdieu*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Taylor, Shelley E., dkk. 2009. *Psikologi Sosial: Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Tubss, Stewart L, dan Sylvia Moss. 2008. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks.
- Warnaen, Suwarsih. 2002. *Stereotip Etnis dalam Masyarakat Multietnis*. Yogyakarta: Matabangsa.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2007. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, ed. 3rd*. New York: McGraw Hill.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu. 2013. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- _____. 2013. *Profil Perempuan Indonesia*, [pdf]. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Skripsi dan Jurnal:

- Dewi, Herianita Setia. 2002. *Representasi Ideologi Patriarki dalam Hegemoni Budaya Jawa di Televisi (Studi Sinetron “Jangan Ada Dusta” Episode 1 dan Episode 9)*. Depok: FISIP UI.
- Handoyo, Reko. 2002. *Hegemoni: Kajian Pemikiran Politik Antonio Gramsci*. Depok: FISIP UI.
- Kollman, Nathalie. 1993. *Wanita dan Kesehatan (Aspek Jender dalam Masalah Kesehatan) (Makalah Seminar)*. Depok: FISIP UI.
- Mubarak, Husni. 2007. *Mitologisasi Bahasa Agama: Analisis Kritis dari Semiologi Roland Barthes*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Nanda, A. R. 2010. *Representasi Hegemoni terhadap Masyarakat Melanesia (Analisis Kritis pada Film “Denias Senandung Di Atas Awan”)*. Depok: FISIP UI.
- Nurhidayati. 2001. *Hubungan Antara Tingkat Kesadaran Gender dengan Sikap Mahasiswa Terhadap Iklan yang Menampilkan Stereotip Gender tentang Perempuan*. Depok: Universitas Indonesia.
- Perdana, Dionni Ditya. 2014. *Stereotip Gender dalam Film Anna Karenina (Jurnal Komunikasi)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Puspa, Eriana Widya. 2003. *Stereotip dan Prasangka dalam Persepsi terhadap Budaya Kerja (Studi Komunikasi Antarbudaya Karyawan Jepang dan Karyawan Indonesia di PT. Fuji Staff Indonesia)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Rizal, Rahmi. 2004. *Penggambaran Tandingan Terhadap Stereotip Kaum Waria di Media (Analisis Wacana FTV “Panggil Aku Puspa”)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Sakinah, Putri. 2012. *Membongkar Religiotainment sebagai Budaya Populer (Analisis Isi Kualitatif terhadap Tayangan “Islam itu Indah” di Trans Tv)*. Jakarta: UHAMKA.