

**REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM  
BARBIE  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian  
persyaratan mencapai derajat Sarjana  
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Jurnalistik



Oleh :  
**SHINTA SUCI PRATIWI**  
07031382025199

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shinta Suci Pratiwi  
NIM : 07031382025199  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 07 Februari 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Representasi Feminisme dalam Film Barbie  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 19 Desember 2023  
Yang membuat pernyataan,

  
NIM.07031382025199

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM BARBIE**  
**(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**SKRIPSI**

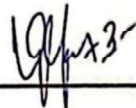
**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1**  
**Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**SHIHNTA SUCI PRATIWI**  
**07031382025199**

**Pembimbing I**

**Dr. Dra. Nengyanti, M.Hum**  
**NIP.196704121992032002**



---

**Pembimbing II**

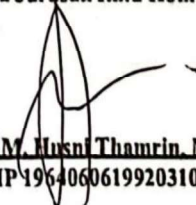
**Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom**  
**NIP. 198902202022031006**



---

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. M. Musni Thamrin, M.Si**  
**NIP.196406061992031001**



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM BARBIE  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

SKRIPSI

Oleh:

**SHINTA SUCI PRATIWI**  
07031382025199

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 27 Desember 2023  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

**Pembimbing**  
**Dr. Dra. Nengyanti, M.Hum**  
NIP.196704121992032002

**Eko Pebryan Java, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198902202022031006

**Penguji**  
**Karerek, S.sos., M.I.Kom**  
NIP. 199210302023211021

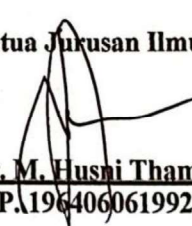
**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

  
**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**  
NIP.196406061992031001

## **MOTTO**

*“In three generations everyone who knew us will be dead, including the people whose opinions stopped you from doing what you wanted all along”*

## **PERSEMBAHAN**

*“This study is dedicated to all the women out there who are hurting because they feel they are not good enough. You are not defined by a photo, a like, or a comment. Don't try to be society's image of perfection and beauty. You just have to be yourself and be remembered for the things that make you rare.”*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPERHENSIF.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPERHENSIF.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	25
1.3 Tujuan Penelitian .....	25
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.5 Manfaat Teoritis.....	25
1.6 Manfaat Praktis .....	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	27
2.1 Representasi .....	27
2.1.1 Pengertian Representasi .....	27
2.1.2 Teori Representasi dalam Kajian Komunikasi.....	28
2.1.3 Representasi dalam Film .....	28

2.2	Feminisme .....	29
2.2.1	Pengertian Feminisme .....	29
2.2.2	Teori Feminisme dalam Kajian Komunikasi .....	30
2.2.3	Teori Film Feminis ( <i>Feminist Film Theory</i> ) .....	32
2.2.4	Aliran-Aliran Feminisme .....	33
2.2.5	Postfeminisme .....	37
2.2.6	Peran dan Fungsi Feminisme .....	38
2.2	Film .....	39
2.2.1	Pengertian Film Film .....	39
2.2.2	Film dalam Kajian Komunikasi .....	41
2.2.3	Aspek-Aspek dalam Film .....	41
2.2.4	<i>Screenplay Structure</i> dalam Film .....	47
2.2.5	Ruang Lingkup Film Barbie .....	48
2.2.6	Sosok Perempuan di Industri Perfilman .....	52
2.2	Pendekatan Interdisipliner .....	55
2.1	Semiotika Roland Barthes .....	57
2.2	Kerangka Teori .....	58
2.3	Kerangka Pemikiran .....	61
2.4	Penelitian Terdahulu .....	63
BAB III METODE PENELITIAN .....		67
3.1	Desain Penelitian .....	67
3.2	Definisi Konsep .....	67
3.3	Unit Analisis Penelitian .....	68
3.4	Data dan Sumber Data .....	68
viii		
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	70

3.6	Teknik Analisis Data .....	70
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	71
BAB IV GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN.....		73
4.1	<i>Profile</i> Film Barbie .....	73
4.2	Poster Film Barbie .....	75
4.3	Sinopsis Film Barbie.....	76
4.3	Tokoh Tokoh dalam Film Barbie.....	79
4.3	Sosok dibalik Film Barbie .....	80
BAB V ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN .....		82
5.1	Analisis Semiotika Roland Barthes .....	82
5.2	Menyingkap Sisi Lain Film Barbie Melalui Teori Kritik Feminis ....	134
5.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	143
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		159
6.1	Kesimpulan .....	159
6.2	Saran .....	159
DAFTAR PUSTAKA .....		16



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	63
Tabel 3.1 Tabel Kerja Analisis.....	72
Tabel 4.1 Tokoh-Tokoh dalam Film Barbie.....	79
Tabel 5.1.1 Perempuan yang Independen .....	82
Tabel 5.1.2 Langkah Berani Barbie Merangkul <i>Inklusivity</i> dan <i>Diversity</i> .....	88
Tabel 5.1.3 Isu Krisis Eksistensial Terhadap Perempuan .....	92
Tabel 5.1.4 Objektifikasi dan Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan.....	96
Tabel 5.1.5 Seksisme dan <i>Victim Blaming</i> Terhadap Perempuan.....	99
Tabel 5.1.6 Ekspektasi dan Standar Kecantikan yang Tidak Realistis .....	101
Tabel 5.1.7 Nilai Perempuan Tidak dilihat dari Kesempurnaan Fisiknya.....	106
Tabel 5.1.8 Menyingkap Patriarki Terselubung.....	110
Tabel 5.1.9 Eksploitasi Terhadap Perempuan .....	113
Tabel 5.1.10 Marginalisasi Terhadap Perempuan .....	116
Tabel 5.1.11 Kompleksitas dan Kontradiksi Perempuan Modern.....	119
Tabel 5.1.12 Esensi Pemberdayaan Perempuan dan Kesetaraan Gender.....	125
Tabel 5.1.13 <i>Women Empowerment, Womenhood, and Self Acceptance</i> .....	129
Tabel 5.3.1 <i>Margot Robbie in a Bathing Suit</i> .....	137
Tabel 5.3.2 <i>Margot Robbie Showering Naked</i> .....	137
Tabel 5.3.3 <i>Hyperfemininity in Barbie Movie</i> .....	138
Tabel 5.3.4 Sorot Kamera terhadap Bokong Barbie .....	138

Tabel 5.3.5 <i>Ken Treats Barbie like an Object</i> .....	138
Tabel 5.3.6 <i>Ken Thinks Barbie is Dumb</i> .....	139
Tabel 5.3.7 <i>Screentime</i> Singkat Perempuan Minoritas .....	140
Tabel 5.3.8 Beragam Profesi-Proresi Barbie .....	141

## DAFTAR GAMBAR

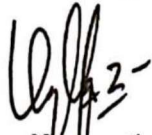
Gambar 1.1 <i>Marilyn Monroe through the Male Gaze</i> .....	7
Gambar 1.2 Tampilan Boneka Barbie dari Masa ke Masa .....	13
Gambar 1.3 <i>Babysitter Barbie Kit</i> .....	15
Gambar 1.4 Selebriti dan <i>Influencer</i> Indonesia mengikuti Trend Barbie .....	17
Gambar 1.5 Poster Film <i>Live-Action</i> Barbie.....	20
Gambar 1.6 Film Kartun Barbie dari Masa ke Masa .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Teori.....	59
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	62
Gambar 4.1 Poster Film Barbie.....	75

## ABSTRAK

Bias gender di media massa merupakan isu serius yang merugikan kaum perempuan. Representasi perempuan yang tidak terpaku hanya pada tubuh dan kecantikannya di media sangat penting untuk mencapai keadilan berbasis gender. Barbie merupakan film yang mengangkat isu feminisme dan menampilkan nilai-nilai penting mengenai pemberdayaan perempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi feminisme dalam film Barbie menggunakan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis isi dalam film Barbie berdasarkan teori dan aliran-aliran feminisme Rosemarie Thong dan *feminist film theory* Laura Mulvey. Hasil analisis menunjukkan adanya nilai-nilai pemberdayaan perempuan, seperti keberagaman, inklusivitas, dan penerimaan diri. Lalu terdapat representasi isu diskriminasi, seperti seksisme, *victim blaming*, eksploitasi, dan marginalisasi terhadap perempuan. Secara keseluruhan, terdapat representasi aliran feminisme liberal, radikal, marxis-sosialis, eksistensial, multikultural-global, dan pasca-modern. Aliran-aliran feminisme ini direpresentasikan melalui penggambaran karakter perempuan yang independen dan memiliki karir, perlawanan terhadap patriarki, serta sarkasme dan satir mengenai kompleksitas dan kontradiksi perempuan di masyarakat. Selain itu, terdapat pembahasan mengenai sisi problematis dari film Barbie yang berkaitan dengan objektifikasi perempuan melalui perspektif "Male Gaze" Mulvey yang menunjukkan bahwa mengcasting Margot Robbie menjadi Barbie dapat mengurangi representasi feminisme dalam film Barbie. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang feminisme, semiotika, dan media massa.

*Kata Kunci: Media Massa, Representasi, Feminisme, Film.*

**Pembimbing I**



Dr. Dra. Nengyanti, M.Hum  
NIP. 1989022022031006

**Pembimbing II**



Eko Pebryan Javv, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.196704121992032002

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRACT

*Barbie movies are important in promoting women empowerment. This qualitative research examines the representation of feminism in Barbie's live-action movies using various feminist theories. The study applies Barthes' semiotic theory along with Thong's and Mulvey's feminist theories to analyze the scenes in the films. The findings reveal that the movie portrays liberal, radical, marxist-socialist, existential, multicultural-global, and post-modern feminism through the depiction of the main character, resistance to patriarchy, and the representation of the complexities and contradictions of women in society. Moreover, this also study suggests that casting Margot Robbie can reduce the representation of feminism in Barbie movie.*

**Keywords: Mass Media, Representation, Feminism**

*Advisor I*



**Dr. Dra. Nengyanti, M.Hum**  
NIP. 198902202022031006

*Advisor II*



**Eko Pebrvan Java, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP.196704121992032002

*Head of Communication Department*



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**  
NIP 196406061992031001

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan, massa adalah khalayak ramai atau masyarakat umum yang bersifat heterogen. Hal ini membuat komunikasi massa menjadi jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak ramai atau masyarakat umum. Pada intinya, Komunikasi massa merupakan pesan yang dapat dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa kepada orang dengan jumlah yang banyak secara sekaligus. (Bittner, 1996)

Komunikasi massa ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak ramai atau masyarakat umum, namun juga berperan untuk mendidik, menghibur, dan membentuk opini publik. Komunikasi massa dapat terjadi dengan menggunakan berbagai media massa sebagai sarana untuk menunjang komunikasi tersebut. Media Massa yang merupakan bagian dari komunikasi Massa, mempunyai kekuatan dan peran yang luar biasa terhadap masyarakat.

Media massa merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi. Media ini memiliki fungsi penting di masyarakat, seperti memberikan informasi, hiburan, pemberi identitas pribadi, dan sebagai sarana pendidikan. Media massa yang digunakan dalam komunikasi massa dapat berupa

berbagai saluran seperti media cetak yang terdiri dari Surat kabar, majalah, brosur, pamflet, dan lain-lain serta media elektronik yang berupa televisi, radio, film, internet, dan lain sebagainya. (Cangara, 2010)

Hal ini membuat media massa dan komunikasi massa memiliki hubungan yang erat, dimana media massa digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa dan media massa telah merevolusi Cara penyebaran dan penerimaan informasi dalam masyarakat modern saat ini. Kedua aspek yang saling berhubungan ini memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, mendorong interkoneksi global, dan perubahan sosial.

Media massa memiliki efek pada masyarakat dan dapat terjadi pada tiga aspek, yaitu efek pengetahuan (afektif), perasaan (kognitif), dan pada sikap perilaku (konatif). Efek komunikasi massa dapat mempengaruhi sisi kognitif, afektif, dan konatif khalayak. Berikut ini aspek-aspek media massa yang memiliki efek terhadap masyarakat:

1. Efek kognitif, Media massa dapat meningkatkan kesadaran, belajar, dan pengetahuan serta mengembangkan keterampilan kognitif. Contoh: Tayangan yang sifatnya mendidik atau berisi pengetahuan dapat mengubah sisi pengetahuan dan sikap penontonnya.
- 2 Efek afektif, Media massa dapat mempengaruhi emosi, perasaan, dan sikap khalayak. Contoh: Adegan kekerasan dalam televisi atau film yang dapat menyebabkan orang menjadi beringas.

3. Efek konatif, Media massa dapat mempengaruhi perilaku dan niat khalayak untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Contoh: Program memasak yang ditampilkan di televisi akan membuat ibu rumah tangga mengikuti berbagai resep. Selain itu, media massa juga dapat memperkenalkan produk atau inovasi menjadi dikenal dan digemari masyarakat. (Khatimah, 2018)

Salah satu media massa elektronik yang sangat populer hingga saat ini adalah film. Film merupakan salah satu bentuk media massa yang memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Film dapat digunakan sebagai media dalam menyampaikan pesan, baik dalam bentuk informasi, edukasi, maupun hiburan. Film memiliki juga berperan penting dalam media massa, di antaranya sebagai media penyampaian pesan, media pembelajaran, mendorong fungsi penyampaian warisan sosial, media hiburan, pengaruh pada khalayak, dan perkembangan sosial. Film juga dapat menjadi media hiburan bagi masyarakat dan menjangkau audiens yang luas dari berbagai latar belakang sosial dan budaya. (Kusumo, 2023)

Film adalah sebuah rangkaian gambar hidup yang diputar sehingga menimbulkan sebuah ilusi gambar bergerak yang disajikan sebagai bentuk hiburan. Film merupakan gabungan dari beberapa potongan gambar yang disatukan dan dapat bergerak bebas dari *scene* ke *scene* yang lainnya serta memiliki suara dan berwarna. Karya seni ini memiliki rangkaian cerita yang dapat menarik penontonnya. Film sendiri dibuat dengan arahan sutradara, selain itu ada juga beberapa elemen yang turut dalam membangun sebuah film antara lain, artistik, pencahayaan, dan tentu saja pengaruh kamera juga turut berperan aktif dalam membuat film. Ada beberapa unsur seni yang menunjang sebuah film antara lain



seni rupa, seni fotografi, seni arsitektur, seni tari, seni puisi sastra, seni teater, seni musik, dan lainnya. Film juga memiliki beberapa genre yang berbeda-beda, mulai dari horror, drama, *thriller*, komedi, *action*, dan masih banyak lagi.

Film dapat menyampaikan pesan melalui plot cerita, karakter, visual dan audio, dialog, and dan musik. Pesan yang ingin disampaikan dapat berupa pesan moral, sosial, ideologi atau politik yang ingin disampaikan kepada penonton. Film dapat membantu mengembangkan pola perilaku sosial melalui menampilkan interaksi sosial, menyampaikan pesan moral, menyajikan karakter yang inspiratif, menyajikan konflik dan solusi, dan menyajikan nilai-nilai subjektif.

Film secara sengaja atau tidak sengaja sering menyelipkan relasi-relasi tertentu di dalamnya, salah satunya dalam merepresentasikan perempuan. Bias gender dalam film adalah masalah yang masih sangat umum dan dikenal luas. Isu ini telah lama menjadi topik yang patut diperhatikan. Hal ini berkaitan dengan mengeksplorasi isu tentang tipe tubuh dalam karakter, dengan fokus pada penggambaran karakter perempuan dan karakter laki-laki yang kontras dalam film. Bias gender adalah kondisi yang memihak atau merugikan salah satu jenis kelamin sehingga menimbulkan diskriminasi gender.

Bias gender dapat terjadi karena faktor-faktor yang ada pada diri pengamat itu sendiri, seperti pengaturan dan kepercayaan budaya yang lebih berpihak kepada jenis kelamin tertentu. Bentuk-bentuk bias gender antara lain marginalisasi, subordinasi, dan tindak kekerasan. Bias gender dalam film mengacu pada perlakuan tidak setara terhadap karakter berdasarkan gender dalam film. Saat ini, telah

ditemukan beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan gender yang signifikan dalam industri film. (Haris, 2023)

Berdasarkan data yang diolah oleh lembaga *Geena Davis Institute on Gender in Media* selama satu dekade terakhir menunjukkan bahwa terdapat kekurangan dan representasi yang salah dalam jumlah besar terhadap perempuan dan anak perempuan, *women of color*, dan penyandang disabilitas dalam film-film keluarga terlaris di Amerika Serikat. Selain itu, terdapat kesenjangan yang signifikan dalam 50 film keluarga teratas yang kurang mewakili dan salah menggambarkan perempuan dan anak perempuan, *women of color*, dan orang-orang dengan disabilitas. (Levin, 2021)

Karakter perempuan dalam film sering dikaitkan dengan feminitas, citra tubuh, kecantikan, dan peran rumah tangga. Penampilan fisiknya sering kali sesuai dengan standar kecantikan masyarakat, sehingga dikritik dapat menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis terhadap gadis-gadis muda. Sebaliknya, karakter laki-laki memiliki kekuatan, keberanian, dan tanggung jawab untuk menyelamatkan dunia. Dalam dunia perfilman, terdapat beberapa bentuk bias gender yang telah ditemukan.

Berdasarkan penelusuran, ada beberapa film telah mengangkat isu kesetaraan gender dan memperjuangkan perlakuan yang adil terhadap semua orang, tanpa memandang identitas gendernya. Namun, masih banyak film dan konten media lainnya yang memperkuat bias gender, seperti stereotip, marginalisasi, subordinasi, diskriminasi, dan tindak kekerasan, terhadap perempuan. Beberapa contoh bias gender dalam dunia perfilman antara lain:

### 1. Stereotip

Film dan konten media seringkali memperkuat stereotip gender yang membatasi peran dan kemampuan perempuan. Contohnya, dalam sinetron "Dunia Terbalik", terjadi keterbalikan peran antara suami dan istri, yang dapat memperkuat pandangan yang tidak sehat tentang peran gender.

### 2. Marginalisasi dan Subordinasi

Perempuan seringkali diabaikan atau ditempatkan dalam posisi yang lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki dalam film dan konten media. Hal ini dapat terlihat dalam film-film Bollywood seperti "Dangal" dan "Kartini", dimana perjuangan perempuan untuk meraih kesetaraan gender ditampilkan.

### 3. Diskriminasi

Diskriminasi Film dan konten media dapat memperkuat diskriminasi terhadap perempuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya, dalam film "*Hidden Figures*", terdapat diskriminasi rasial dan gender terhadap para ilmuwan perempuan Afrika-Amerika yang bekerja di NASA.

### 4. Tindak kekerasan

Perempuan sering kali menghadapi tindak kekerasan seksual dan fisik lebih berat dibandingkan dengan laki-laki dalam film dan konten media. Contohnya, dalam film "*Blonde*", tokoh utama perempuan harus menghadapi tantangan yang berat dalam memperjuangkan harga dirinya yang seringkali di cap masyarakat terutama kaum laki-laki sebagai seorang perempuan yang lemah, bodoh, dan hanya dipandang sebagai objek seksual.

Bias gender antara laki- laki dan perempuan dalam film memiliki dampak jangka panjang terhadap persepsi masyarakat terhadap peran gender. Hal ini memperkuat stereotip, yang pada akhirnya membentuk pandangan anak tentang apa yang dianggap pantas untuk setiap gender. Sangat penting bagi para pembuat film untuk mengevaluasi kembali representasi karakter perempuan, sehingga memberi mereka kesempatan untuk melepaskan diri dari ekspektasi, objektifikasi, dan eksploitasi masyarakat tradisional terhadap feminitas. (Levin, 2021)

**Gambar 1.1** *Marilyn Monroe through the Male Gaze*



Sumber: (glamamor, 2014) dalam artikel berjudul yang “*Marilyn Monroe in Gentlemen Prefer Blondes.*”

Untuk mengatasi bias gender dalam dunia perfilman, diperlukan upaya kolaboratif antara pembuat film, produser, penulis skenario, dan penonton. Penggunaan indikator sensitivitas gender dalam media dapat membantu mengukur dan meningkatkan kesadaran mengenai isu-isu kesetaraan gender dalam film dan konten media. Selain itu, penonton juga dapat memilih untuk mendukung film-film yang mengangkat isu kesetaraan gender dan menentang film-film yang memperkuat bias gender.

Di era modern saat ini, feminisme telah menemukan media yang ampuh untuk menyampaikan prinsip-prinsipnya dan mengadvokasi pemberdayaan perempuan. Era modern telah menyediakan *platform* bagi para feminis untuk mengatasi hambatan geografis dan terhubung dengan individu-individu yang berpikiran Sama. Film telah menjadi alat yang ampuh untuk berbagi cerita, memobilisasi gerakan, dan meningkatkan kesadaran tentang bias gender.

Feminisme merupakan ideologi yang memberdayakan perempuan. Gerakan feminisme sendiri bertujuan untuk memperjuangkan emansipasi, kedudukan, mengembangkan diri, baik dalam aspek pendidikan, ekonomi, sosial politik perempuan dan laki laki. Dalam bukunya, Friedan mengkritik ekspektasi masyarakat yang dibebankan pada perempuan, dengan alasan bahwa mereka tidak boleh dibatasi hanya pada peran istri dan ibu. Pada Intinya, Feminisme merangkum keyakinan bahwa perempuan pantas memiliki kesempatan dan hak yang Sama dengan laki-laki, baik dalam bidang pribadi maupun profesional. (Fierdan, 1966)

Feminisme muncul pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, ketika perempuan memperjuangkan hak untuk memilih (*vote*) dan mendapatkan persamaan hak di masyarakat barat. Aliran ini diawali oleh seorang penulis Mary Wollstonecraft, dalam karyanya yang berjudul "*A Vindication of the Rights of Women*". Feminisme gelombang pertama yang meliputi feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme marxis dan sosialis, fokus utamanya ada pada hak-hak hukum yang bertujuan untuk mengatasi kesenjangan struktural yang ada dalam masyarakat, menentang norma-norma sosial, dan mendorong inklusivitas.

Kemudian, feminisme gelombang kedua yang berkembang pada tahun 1960 an, dianggap sebagai periode aktivitas feminis yang berbeda dari feminisme gelombang pertama. Feminisme ini terdiri dari Feminisme psikoanalitik/gender dan feminisme eksistensial/gynosentris. Feminisme ini lebih fokus pada masalah kesetaraan budaya lainnya, seperti reproduksi, pengasuhan anak, kekerasan seksual, seksualitas perempuan, dan masalah domesticas. (Susilawati, 2017)

Selanjutnya, ada feminisme gelombang ketiga atau postfeminisme yang mencakup, feminisme pasca-modern, feminisme multikultural-global, dan ekofeminisme. Ketiga aliran ini saling melengkapi satu sama lain. Postfeminisme dapat dilihat sebagai jalan tengah antara feminisme dan anti-feminisme, mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan namun menolak kritik keras feminis terhadap norma dan institusi patriarki yang masih ada. (*canlitguides*, 2016)

Feminisme di Indonesia meliputi berbagai aspek, termasuk perjuangan kesetaraan gender, pengaruh globalisasi, dan perubahan sosial. Gerakan feminisme di Indonesia lahir dipengaruhi oleh kondisi historis, program pembangunan nasional, globalisasi, reformasi, dan kehidupan religious. Gerakan ini didominasi oleh para tokoh feminis liberal dan radikal, yang bertujuan untuk menghapuskan diskriminasi terhadap kaum perempuan dan memperjuangkan kesetaraan gender, seperti hak memilih, hak pendidikan, dan hak hukum. Feminisme di Indonesia memiliki sejarah panjang dan telah berkontribusi pada wacana kesetaraan gender sebagai proyek penting yang membawa perubahan sosial. (Djjoefan, 2001)

Selain itu, terdapat juga perdebatan seputar isu feminisme dan patriarki, yang merupakan sistem sosial yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan. Pandangan masyarakat Indonesia terhadap feminisme sangat kompleks dan terkait dengan berbagai faktor seperti kelas, ras, dan lingkungan. Beberapa stereotip yang masih berkembang di masyarakat tentang feminisme adalah feminisme dianggap sebagai gerakan anti laki-laki dan anti agama. Meskipun terdapat kontroversi dan perdebatan seputar isu-isu feminisme, gerakan ini terus berkembang dan berupaya untuk mencapai kesetaraan gender di Indonesia. Feminisme di Indonesia berkembang pesat dan masyarakat mulai mengambil peran dalam perjuangan ini. Berikut ini organisasi atau pergerakan yang terlibat dalam gerakan feminisme di Indonesia:

1. Poetri Mardika, yaitu organisasi perempuan pertama yang didirikan pada tahun 1912.
2. Persatuan Wanita Republik Indonesia (PERWARI), yakni organisasi perempuan yang didirikan pada tahun 1954.
3. Komnas Perempuan, organisasi ini merupakan lembaga independen yang bergerak dalam advokasi, pendampingan, dan pemberdayaan perempuan.
4. Kalyanamitra, sebuah organisasi perempuan yang berfokus pada isu kekerasan terhadap perempuan.

Media massa seperti film telah memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan feminisme dan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu bias gender, memicu perbincangan penting dan menginspirasi perubahan. Representasi perempuan dalam media merupakan hal yang sangat penting. Salah

satu bentuk representasi ini adalah melalui film. Barbie sebagai figur ikonik yang telah ada sejak puluhan tahun, memiliki posisi unik dalam *pop culture* sebagai salah satu boneka paling dikenal di dunia. Dia telah melampaui status mainan belaka, sosok ini telah menjadi representasi standar kecantikan, menginspirasi kreativitas, imajinasi, dan eksplorasi berbagai karir dan minat. Selain menjadi tokoh yang menginspirasi, pintar dan mandiri, ada beberapa pendapat menyatakan bahwa film Barbie *live-action* juga merupakan film yang mengkampanyekan ideologi feminisme.

Film Barbie *live-action* 2023 telah menjadi fenomena populer dan *trend* di kalangan masyarakat, terutama perempuan. Film ini telah menghasilkan \$1.38 miliar (£1, 1 miliar) di *box office* secara global dan resmi menjadi film dengan *box office* terbesar di tahun 2023, film ini telah melampaui \$1 miliar dalam penjualan tiket secara global. Pencapaian ini merupakan momen bersejarah bagi industri perfilman karena telah menjadi “*women dominated film*” pertama yang mencapai tonggak sejarah *box office* sebagai salah satu film terlaris sepanjang masa. (*cbsnews*, 2023)

Film Barbie berhasil memperoleh total pendapatan mencapai 750 juta dolar AS atau setara Rp. 11,3 triliun dalam 10 hari tayang secara global. Sedangkan di Indonesia, pada 2 hari tayang, film Barbie berhasil meraih pendapatan sebesar Rp.618 miliar. Pencapaian ini menunjukkan bahwa film Barbie sangat laris di Indonesia. Kesuksesan film Barbie juga diikuti dengan peningkatan penjualan boneka dan aksesorisnya, dengan pertumbuhan 16% pada 2026 dibandingkan penjualan tahun sebelumnya. Selain itu, *trend* film Barbie juga telah meningkatkan transaksi brand lokal hingga 2 kali lipat. (*Bisnis.com*.2023)



Selain itu, Indonesia sendiri merupakan negara produksi boneka Barbie terbesar, dimana PT Mattel Indonesia memproduksi 60% produksi Mattel global. Peter Gibbons, selaku *Executive Vice President and Chief Supply Chain Officer* *Mattel Inc*, mengatakan bahwa PTMI (PT Mattel Indonesia) saat ini memproduksi 60 persen (boneka Barbie) dari seluruh produksi global Mattel dan telah memberikan kontribusi besar terhadap kenaikan ekspor Indonesia. (kompas.com.2017).

Barbie adalah adaptasi *live-action* pertama dari boneka ikonik Mattel. Film ini dibintangi oleh Margot Robbie dan Ryan Gosling masing-masing sebagai Barbie dan Ken. Cerita diawali dengan prolog yang dinarasikan oleh Helen Mirren tentang lahirnya Barbie di dunia. Barbie diciptakan untuk mewakili harapan dan impian bahwa semua perempuan bisa menjadi apapun yang mereka inginkan. Film ini berlatarkan dunia utopia bernama *Barbieland*, di mana Barbie dan teman-temannya menjalani kehidupan yang sempurna dan penuh warna yang dipenuhi dengan berbagai aktivitas. Kehidupan Barbie dilihat dari sudut pandangnya, dan dia menjalani kehidupan yang bahagia dan penuh warna dari pagi hingga malam.

Namun suatu saat, Barbie memutuskan untuk meninggalkan dari *Barbieland* karena dianggap terlalu eksentrik dan tidak normal. Dia kemudian memulai petualangan di dunia nyata bersama Ken, dimana mereka menemukan realita kehidupan diluar dari *Barbieland*. Film ini menampilkan berbagai karakter Barbie dengan profesi dan kepribadian berbeda, seperti Barbie *President*, Barbie *Rock and Roll*, Barbie *Genius*, dan masih banyak lagi. Film ini disutradarai oleh Greta Gerwig dan diproduksi oleh Warner Bros. *Pictures* dan dirilis di Indonesia pada 19 Juli 2023 dengan durasi 1 jam 54 menit.

Greta Gerwig, sosok perempuan yang menyutradarai "Barbie" kini bergabung kedalam kategori sutradara yang sukses menggarap film bernilai miliaran dolar dalam sejarah perfilman Hollywood. Berkat kesuksesan yang telah diraih oleh film ini, Greta Gerwig kini telah menggeser posisi Patty Jenkins sebagai sutradara yang memegang rekor *box office* untuk sutradara perempuan dengan dengan film pendapatan tertinggi sepanjang masa. Sebelumnya rekor *box office* untuk sutradara perempuan dipecahkan oleh Patty Jenkins dengan “*Wonder Woman*” pada tahun 2017 yang meraup lebih dari \$800 juta. (cbsnews, 2023)

Sejak diperkenalkan pada tahun 1959, Barbie telah menjadi simbol feminitas, kecantikan, dan aspirasi. Namun, meski popularitasnya luar biasa, dia tetap menjadi sosok yang kontroversial. Hubungan Barbie dengan feminisme rumit dan berubah seiring waktu. Meskipun Barbie telah dikritik karena mempromosikan pesan-pesan negatif tentang konsumsi dan kecantikan, beberapa orang melihatnya sebagai ikon feminis karena perlengkapannya yang mandiri.

**Gambar 1.2 Tampilan Boneka Barbie dari Masa ke Masa**



Sumber: (attractour, 2015) dalam artikel yang berjudul “*Barbie Revolution from 1959 Till Now*”.

Kritik muncul karena kekhawatiran terhadap citra tubuh dan standar kecantikan tidak realistis yang diabadikan oleh sosok Barbie ini. Barbie sering dikritik karena proporsi tubuhnya yang tidak masuk akal dan tidak realistis, sehingga memicu perdebatan tentang standar kecantikan. Kakinya yang panjang, pinggangnya yang ramping, dan fitur wajahnya yang sempurna dipandang oleh beberapa orang sebagai mempromosikan standar kecantikan yang yang tidak dapat dicapai dan dapat mendistorsi pikiran anak muda. Beberapa pihak berpendapat bahwa penekanan pada kecantikan dan *fashion* dapat membatasi aspirasi anak perempuan dan menghambat kepercayaan diri mereka.

Menurut Maine, psikolog klinis dan pendiri *National Eating Disorders Association*, dalam bukunya "*Body Wars: Making Peace with Making Peace with Women's Bodies (An Activist's Guide)*", Barbie memiliki tinggi badan 5'9" atau 175 cm dan dalam "*Barbie Slumber Party Kit*", dia membawa timbangan yang secara permanen menunjukkan berat badan 110 lbs atau 50 kg. Selain itu, dalam "*Babysitter Barbie Kit*" dia membawa buku berjudul "*How to Lose Weight.*" Di dalam buku itu ada kata-kata: Jangan Makan. Faktanya, dengan berat dan tinggi badannya saat ini, Barbie memiliki indeks massa tubuh (IMT) 16, 2 yang membuatnya sangat kurus dan dianggap menderita anoreksia.

Maine menekankan bahwa Barbie mempromosikan standar kecantikan yang tidak realistis, dengan menyoroti pinggang Barbie yang sangat kurus, kaki panjang, dan ukuran pakaian yang tidak realistis sebagai faktor yang berkontribusi terhadap ketidakpuasan tubuh dan rendahnya kepercayaan diri di kalangan perempuan. Dia berpendapat bahwa *unrealistic beauty standard* yang diabadikan oleh boneka Barbie dapat berdampak buruk pada kesehatan mental dan citra tubuh

anak perempuan. Selain itu, Maine juga menekankan bahwa representasi kecantikan Barbie ini sangat terbatas karena Barbie selalu digambarkan sebagai perempuan kaukasia yang pirang dan bermata biru. Hal ini membuat sosok Barbie gagal mencerminkan keberagaman tubuh perempuan. Barbie memperkuat stereotip yang merugikan dan meremehkan pentingnya penerimaan terhadap tubuh.

**Gambar 1.3 *Babysitter Barbie Kit***



Sumber: (dailymail.uk.2012) dalam artikel yang berjudul “*Don't eat!': Controversial 1965 Slumber Party Barbie came with scales permanently set to just 110lbs and a diet book telling her not to eat*”.

Selain itu, Indonesia juga merupakan salah satu negara yang mendukung standar kecantikan yang tidak realistis, standar kecantikan itu mencakup kulit putih, hidung mancung, rambut lurus, dan tubuh ideal yang mirip seperti Barbie. Hal ini merupakan sesuatu yang sangat disayangkan mengingat negara Indonesia merupakan negara tropis yang seringkali mengalami kemarau panjang, sehingga wajar apabila banyak perempuan lokal yang memiliki kulit gelap, bentuk hidung

lebar dan juga berambut ikal. Standar kecantikan yang tidak realistis dapat menyebabkan perempuan mengalami tekanan dan ketidakpercayaan diri. Perempuan yang merasa harus mencapai standar yang tidak realistis beresiko mengalami stres mental dan krisis eksistensial. (Sukisman, 2021)

Fenomena artis atau *influencer* blasteran dan standar kecantikan tidak realistis berkaitan erat dengan popularitas orang ras Eropa, Amerika, China, Korea, atau Arab di media massa Indonesia. Meskipun ada beberapa selebriti dan *influencer* asli Indonesia yang juga sukses di industri hiburan, kebanyakan dari mereka sudah melakukan suntik putih, *filler* hidung, dan mewarnai rambutnya seperti perempuan Eropa atau bule untuk memenuhi tuntutan masyarakat lokal yang mendamba-dambakan kecantikan luar negeri. Selain itu, terdapat juga sosok *public figure* di Indonesia yang telah melakukan operasi plastik dan mengubah namanya menjadi Barbie, sosok tersebut adalah Barbie Kumalasari.

Barbie Kumalasari, yang memiliki nama asli Kumalasari Mukhlisah, lahir pada tanggal 7 Mei 1982. Dia dikenal sebagai seorang aktris, penyanyi, pengacara, dan personaliti televisi Indonesia. Barbie Kumalasari merupakan salah satu publik figur Indonesia yang terkenal dengan pernyataan dan tindakan kontroversialnya. Dia sering memamerkan kekayaan dan pilihan bajunya yang mahal. Barbie Kumalasari melakukan operasi plastik pada beberapa bagian wajahnya, termasuk hidungnya, dan telah melakukannya beberapa kali. Dia mengaku melakukan operasi plastik dan diet ketat agar merasa lebih baik. Barbie Kumalasari menghabiskan uang hingga Rp8 miliar untuk mengubah tubuh dan wajahnya. (Kapanlagi.com.2020)

**Gambar 1.4** Selebriti dan *Influencer* Indonesia mengikuti *Trend Barbie*



Sumber: (tribunmedan.2023) dalam artikel yang berjudul “Deretan Artis Indonesia Berpenampilan Ala Barbie, Mulai dari Tasya Farasya hingga Nia Ramadhani”.

Dalam sebuah penelitian mengenai “Representasi Kecantikan dalam Iklan *Garnier Sakura White* dan *Wardah White Secret*”, Junaedi mengemukakan bahwa media massa di Indonesia telah menuntut perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis, fenomena tersebut dapat dilihat melalui penggambaran atau representasi perempuan dalam film, iklan, dan sosial media yang tidak sesuai dengan kondisi asli fisik perempuan lokal asli Indonesia. Seperti pada iklan produk Garnier dan Wardah, selebriti atau model iklan yang dipakai adalah perempuan blasteran atau bule, seperti Chelsea Islan dan Pevita Pearce. bukan perempuan asli Indonesia.

Masih banyak perempuan lokal yang mengistimewakan kecantikan dari luar negeri. Fenomena tersebut tidak jauh beda dengan strategi pemasaran yang dilakukan industri kecantikan zaman dulu yang selalu memakai artis-artis berkulit

putih hingga blasteran untuk memasarkan produk kecantikan. Dari studi kasus tersebut, Junaedi berharap standar kecantikan perempuan dapat diperluas dan tidak hanya dipandang dari warna kulit atau ras mereka. (Junaedi, 2022)

Meskipun demikian, beberapa perempuan memiliki anggapan bahwa sosok Barbie merupakan sosok yang pantas dijadikan *role model* perempuan. Hal ini dapat dilihat dalam buku yang berjudul "*Sex and the Single Girl*" yang diterbitkan pada tahun 1962, oleh penulis asal Iran yakni Katya Helen Hurley. Buku ini mengeksplorasi kemunculan feminisme melalui lensa boneka Barbie yang ikonik. Hurley menantang norma gender konvensional dan menyoroti perubahan peran perempuan dalam masyarakat Iran.

Dalam bukunya, dia menggambarkan Barbie sebagai sosok simbolis, menentang ekspektasi masyarakat dan menganut kemandiriannya. Barbie mewakili simbol pemberdayaan, mendorong perempuan untuk mengejar impian dan keinginan mereka dalam masyarakat patriarki. Dengan menekankan konsep "gadis lajang", Hurley menantang anggapan umum bahwa tujuan utama seorang perempuan adalah pernikahan dan menjadi ibu. Sebaliknya, dia mendesak perempuan untuk menerima individualitas mereka dan mengeksplorasi gagasan bahwa kebahagiaan dan kepuasan dapat dicapai tanpa harus mengikuti standar masyarakat.

Buku ini memicu perubahan paradigma, mendorong diskusi seputar pembebasan seksual dan otonomi pribadi di kalangan perempuan Iran. Hal ini membuka jalan bagi eksplorasi lebih lanjut feminisme dan pemberdayaan perempuan dalam budaya Persia. "*Sex and the Single Girl*" oleh Hurley merevolusi

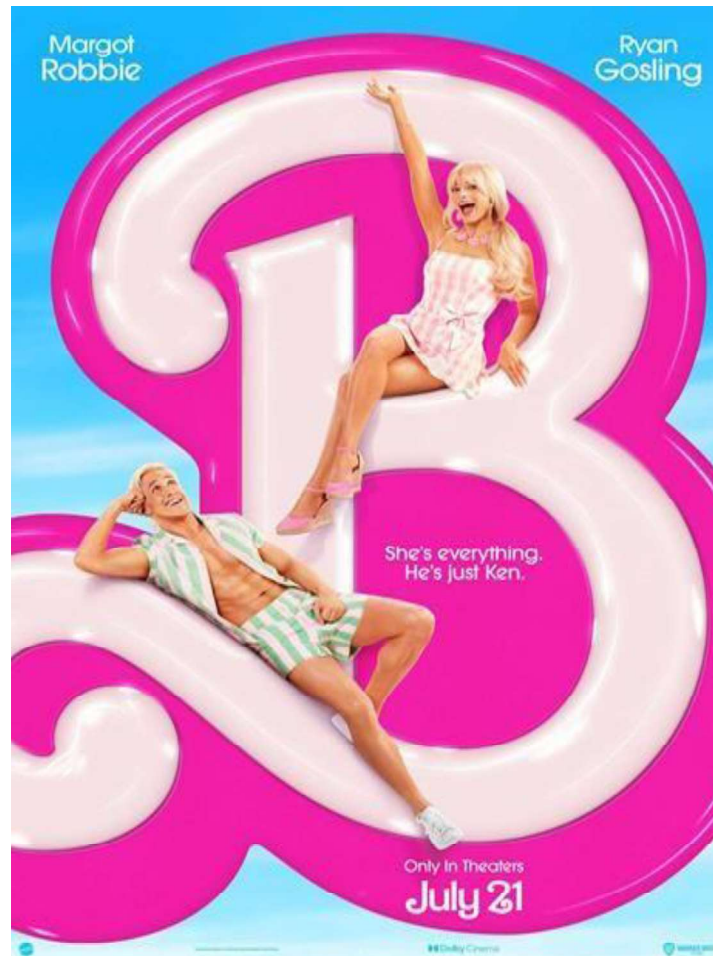
cara masyarakat Persia memandang perempuan dan peran mereka pada tahun 1960an. Dengan menggunakan Barbie sebagai simbol pemberdayaan, Hurley menantang ekspektasi gender tradisional dan memperkenalkan ide-ide feminisme ke dalam wacana Iran. Karyanya meletakkan dasar bagi masyarakat yang lebih inklusif dan progresif, mendorong perempuan untuk menerima individualitas mereka dan mengejar impian mereka.

Terlepas dari kontroversinya, Barbie telah mengalami transformasi signifikan selama bertahun-tahun. Sejak perkenalannya, ketika dia awalnya adalah seorang model *fashion*, Barbie telah berevolusi untuk mencakup berbagai karir dan aspirasi, mendorong gadis-gadis muda untuk membayangkan berbagai potensi bagi diri mereka sendiri. Dengan berbagai profesi pekerjaan, tipe tubuh, warna kulit, dan keberagaman lainnya yang telah direpresentasikan oleh Barbie, sosok ini telah menjadi simbol pencapaian dan ambisi bagi banyak anak. Evolusinya mewakili upaya untuk mencerminkan dunia yang lebih inklusif dan beragam.

Mattel *Entertainment*, sebagai produsen dan distributor Barbie, telah berusaha untuk menebus dosa-dosa mereka terkait dengan menciptakan standar kecantikan yang tidak realistis melalui film Barbie *live-action*. Film ini mengangkat isu feminisme dan menampilkan pesan-pesan penting mengenai pemberdayaan perempuan. Dalam film ini, Barbie diperlihatkan sebagai karakter yang bisa menjadi apapun di *Barbieland*, tanpa terkekang oleh standar kecantikan yang tidak realistis.



**Gambar 1.5 Poster Film *Live-Action Barbie***



Sumber: (IMDB.com.2023) dalam artikel yang berjudul “Barbie”

Film ini juga menunjukkan perempuan saling mendukung satu sama lain, serta menghadirkan narasi yang berbeda dengan dunia nyata terkait dengan isu feminisme. Melalui film ini, *Mattel Entertainment* berusaha untuk membangun kesadaran baru dan memperjuangkan pesan-pesan sosial yang kuat, termasuk isu kesetaraan gender dan penerimaan diri dengan segala keunikan. Dengan menghadirkan narasi yang menginspirasi dan kuat, film *live-action Barbie* menjadi sarana bagi *Mattel Entertainment* untuk mengubah persepsi terkait dengan standar kecantikan yang tidak realistis yang sebelumnya terkait dengan merek Barbie.



Penting untuk diketahui bahwa film-film animasi Barbie ini jauh berbeda dengan film Barbie versi *live-action* dari segala sisi terutama alur ceritanya. Film animasi Barbie lebih dikhususkan untuk anak-anak dengan rating SU sedangkan film *live-action* Barbie memiliki rating PG-13. Dari beberapa film tersebut, sudah ada beberapa penelitian yang menganalisis unsur feminisme pada film animasi Barbie, salah satunya adalah representasi mitos feminitas pada film-film animasi tersebut. Penelitian-penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana film tersebut menggambarkan mitos dan simbol feminitas. Representasi feminitas dalam film ini menjadi topik yang menarik bagi para peneliti untuk mengeksplorasi signifikansi budaya media populer, khususnya dalam kaitannya dengan representasi gender. (Intan, 2008)

Dari hasil penelusuran, terdapat beberapa penelitian mengenai representasi feminisme dalam film dalam lima tahun terakhir. Salah satunya adalah penelitian yang berjudul “Representasi Feminisme dalam Film *Penyalin Cahaya*”. Film “*Penyalin Cahaya*” yang disutradarai oleh Wregas Bhanuteja menampilkan feminisme melalui tokoh Sur yang mengumpulkan bukti-bukti untuk mencari keadilan, dan Anggun yang memimpin teater Mata Hari dengan tekad dan keberanian, membuktikan bahwa perempuan bisa mempunyai kebebasan untuk berkembang dan berprestasi. Film tersebut juga mengandung unsur feminisme liberal.

Representasi feminisme dalam film tersebut dianalisis dengan menggunakan semiotika, khususnya kode-kode televisi John Fiske. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan film “*Penyalin Cahaya*” sebagai subjek dan representasi feminisme sebagai objek. Studi tersebut menemukan bahwa

film tersebut mewakili feminisme gelombang pertama, yang menghasilkan penggambaran feminisme liberal. Secara keseluruhan, film “Penyalin Cahaya” menampilkan karakter perempuan yang kuat dan mengedepankan kesetaraan gender.

Adapun penelitian lainnya yang telah ada dalam lima tahun terakhir meliputi “Representasi Feminisme dalam Film *Captain Marvel*”, “Representasi Feminisme dalam Film *Mulan*”, “Representasi Feminisme dalam Film *Enola Holmes*” dan “Representasi Feminisme dalam serial Film *the Queen’s Gambit*”. Dari penelitian terdahulu, sudah ada beberapa penelitian yang menganalisis representasi feminisme secara umum dan ada juga yang menganalisis feminisme berdasarkan alirannya, yakni feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme eksistensial, serta isu bias gender lainnya seperti subordinasi, intimidasi, dan seksisme dalam film menggunakan semiotika John Fiske, Charles S Pierce, dan Roland Barthes.

Namun, belum ada penelitian yang membahas mengenai aliran feminisme, liberal, radikal, marxis-sosialis, eksistensial, pasca-modern, dan multikultural-global yang mengandung nilai-nilai pemberdayaan perempuan, keberagaman, inklusivitas, dan penerimaan diri, serta isu bias gender seperti eksploitasi, objektifikasi, *victim blaming*, krisis eksistensial, dan standar kecantikan tidak realistis terhadap perempuan menggunakan pendekatan interdisipliner yakni penggabungan antara semiotika Roland Barthes dan *feminist film theory* “*Male Gaze*” Laura Mulvey dengan film *live-action* Barbie sebagai subjeknya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti merasa perlu untuk meneliti representasi feminisme melalui kaca mata aliran-aliran hukum feminisme yang ada di *first, second and third wave feminism (postfeminism)* dengan film *live-action* Barbie 2023 sebagai subjek penelitiannya. Adapun alasan mengapa peneliti mengambil judul ini adalah karena seperti yang sudah dijelaskan diatas, film merupakan media massa yang cocok untuk kampanye feminisme dan Barbie merupakan sosok ikonik namun kontroversial dari masa ke masa yang telah mengalami revolusi besar-besaran selama beberapa dekade terakhir baik dalam versi mainan maupun versi animasi, sehingga penting dan menarik untuk meneliti isu-isu dan nilai-nilai ideologi feminisme dari kaca mata aliran-alirannya serta mencari unsur postfeminisme (feminisme multikultural dan global) yang direpresentasikan dalam film *live-action* Barbie 2023. Selain itu, film ini juga merupakan satu-satunya “*Women Dominated Movie*” yang masuk kedalam jajaran film terlaris sepanjang masa, yang dimana prestasi ini merupakan pencapaian berharga bagi kaum perempuan yang bisa membuka diskusi dan pertimbangan tentang pentingnya posisi perempuan di industri perfilman yang membuat film ini penting untuk diteliti.

Maka dari itu, peneliti ingin meneliti bagaimana representasi feminisme dalam film Barbie *live-action* 2023 melalui analisis film secara keseluruhan, seperti bagaimana film tersebut menggambarkan karakter utamanya, yakni Barbie yang diperankan oleh Margot Robbie, serta mencari indikasi, isu-isu dan nilai-nilai feminisme melalui analisis gambar, audio, visual, dialog, plot cerita, dan karakter pendukung pada adegan-adegan dalam film tersebut. Metode kualitatif menghadirkan jalan yang berharga untuk mengeksplorasi representasi feminisme

dalam film Barbie *live-action*. Peneliti dapat menyelidiki bagaimana film ini merepresentasikan feminisme menggunakan semiotika dan beragam teori-teori feminisme. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul “Representasi Feminisme dalam Film Barbie (Analisis Semiotika Roland Barthes ” untuk penelitian kualitatif kali ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana representasi nilai, isu, dan aliran-aliran feminisme dalam film *live-action* Barbie?
2. Bagaimana totalitas dari representasi feminisme dalam film *live-action* Barbie?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi nilai, isu, dan aliran-aliran feminisme pada adegan-adegan dalam film *live-action* Barbie dengan menggunakan semiotika Roland Barthes.
2. Untuk mengetahui bagaimana totalitas dari representasi feminisme dalam film *live-action* Barbie melalui teori film feminis Laura Mulvey.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk mengeksplorasi melalui isu-isu media dan gender serta menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang representasi feminisme dalam film.

2. Menjadi rujukan para peneliti lain dalam memahami konteks yang berkaitan dengan representasi feminisme dalam film.
3. Penelitian ini dapat memberikan pembaca wawasan tentang komunikasi massa feminisme, dan semiotika.

#### **1.4.2 Manfaat Praktisi**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memicu diskusi tentang bidang komunikasi, media dan gender.
2. Peneliti ikut andil dalam pemberdayaan dan perjuangan hak-hak perempuan melalui karya tulis non-fiksi berupa penelitian kualitatif skripsi.
3. Penelitian ini dapat membantu dalam memahami bagaimana interpretan yang terbentuk dalam pikiran penonton dapat berperan dalam pandangan masyarakat tentang feminisme dan peran perempuan dalam masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adichie, C. N. (2014). *We should all be Should Feminists*. Vintage.
- Arivia, G. (2006). *Feminisme: sebuah kata hati*. Penerbit Buku Kompas.
- Arnold, B. C. (Ed.). (2020). *the existential crisis of motherhood*. Springer Nature.
- Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiologi*. Basabasi.
- Bittner, J. R. (1996). *Mass Communication*. Boston: Allyn and Bacon.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Chambers et al., (2004) *Women and Journalism*. Psychology Press.
- Chaudhur, S. (2006). *Feminist Film Theorists: Laura Mulvey, Kaja Silverman, Teresa de Lauretis, Barbara Creed*. Taylor and Francis
- Fierdan, B. (1966). *The Feminine Mystique*. Dell Publishing.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*, London: Sage Publications.
- Hooks, B. (2000). *Feminism Is for Everybody*. South End Press.
- Luviana, (2012) *Jejak Jurnalis Perempuan Pemetaan Kondisi Kerja Jurnalis Perempuan di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen
- Maine, M. (2011). *Body wars: Making peace with women's bodies (an activist's guide)*. Gurze Books.



- McRobbie, A. (2004). *Post-Feminism and Popular Culture*. Feminist Media Studies.
- Modleski, T. (2015). *The women who knew too much: Hitchcock and Feminist Theory*. Routledge.
- Radner, H., & Stringer, R. (Eds.). (2012). *Feminism at the movies: Understanding Gender in Contemporary Popular Cinema*. Routledge.
- Radner, H., & Stringer, R. (Eds.). (2012). *Feminism at the Movies: Understanding Gender in Contemporary Popular Cinema*. Routledge.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. Garudhawaca.
- Susilo, Daniel. (2022). *Teori Komunikasi: Kajian Interdisipliner dalam Kajian Publik dan Kajian Media*. Indonesia Pustaka.
- Thong, R.P. (2017). *Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif kepada Aliran Utama Pemikiran Feminis*. Yogyakarta: Jalasutra
- Villars, H. (1903). *Claudine En Menage*. Prancis
- Weissman, K. N. (1999). *Barbie: The icon, the image, the ideal: An analytical interpretation of the Barbie doll in popular culture*. Universal-Publishers.
- Wollstonecraft, M. (1992). *A Vindication of the Rights of Woman*. David Campbell Publishers.

## Jurnal

Adi, I (1998). *Pendekatan Interdisipliner dalam Studi Amerika*. *Humaniora*, 7 (2), 82-85.

Akhbar, G. S., & Supratman, L. P. (2018). *Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film American History X Sebagai Representasi Neo Fasisme*. *E Proceedings of Management*, 5(2).

Alamona, J nd. (2017). MARGINALISASI GENDER DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN (Studi Kualitatif Kaum Perempuan Di Lembaga Legislatif Kota Manado) No. 20 (1-19)

Angginie, V. A., Santika, T., & El Fauziah, U. N. (2019). *Analysis about politeness in " Barbie as a princess and pauper movie*. *Professional Journal of English Education*, 2(3), 310-318.

Arthanthy, P. (2021) *Representasi Feminisme dalam Film Little Woman*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Aryawan, D. N., Ayu, I. D., Joni, S., Agung, I. G., & Suryawati, A. (2021). *Representasi Feminisme dalam Film Lady Bird*. *E-Jurnal Medium*, 12(2), 1-6.

Chahill, A. J (2003) *Feminist Pleasure and Feminine Beautification*. Vol. 18, No. 4, *Women, Art, and Aesthetics (Autumn - Winter, 2003)*, pp. 42-64

Deborah L. R. (2016) *Appearance as a Feminist Issue*, 69 *SMU L. REV.* 697. Stanford Law School.

- Detania, Y. S. W. (2021). *REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM DISNEY MULAN 2020 (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Doctoral dissertation, Universitas Mataram.
- Diani, A., Lestari, M. T., & Maulana, S. (2017). *Representasi feminisme dalam film Maleficent*. ProTVF, 1(2), 139-150.
- Dittmar, H., Halliwell, E., & Ive, S. (2006). *Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5-to 8-year-old girls*. *Developmental psychology*, 42(2), 283.
- Djoeffan, S. H. (2001). *Gerakan Feminisme di Indonesia: Tantangan dan Strategi Mendatang*. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 17(3), 284-300.
- Eigenberg, H., & Garland, T. (2008). *Victim blaming. Controversies in Victimology*, 2, 33-48.
- Firdausi, Y. (2016). *The Representation of Patriarchy in Barbie Princess Power movie (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya)*.
- Forman-Brunell, M. (2009). *Barbie in "LIFE": The Life of Barbie*. *The Journal of the History of Childhood and Youth*, 2(3), 303-311.
- Gonza, N., Lesmana, F., & Budiana, D. (2022). *Representasi Feminisme Dalam Film Penyalin Cahaya*. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2).
- Hall, S. (1989). *Cultural identity and cinematic representation*. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, (36), 68-81.
- Harinanda, A. S., Junaidi, A. (2021). *Representasi Feminisme Pada Film Disney Live-Action Mulan*. Vol. 5, Hal 269-279.

- Hashmi, S., Vanderwert, R. E., Price, H. A., & Gerson, S. A. (2020). *Exploring the benefits of doll play through neuroscience. Frontiers in human neuroscience*, 14, 413.
- Hay, P. J., Adams, C. E., & Lefebvre, C. (1996). *The efficiency of searches for randomized controlled trials in the International Journal of Eating Disorders: a comparison of handsearching, EMBASE and PsycLIT. Health Libraries Review*, 13(2), 91-96.
- Intan, N (2003). *Representasi mitos feminitas dalam budaya populer (analisis semiotik film animasi Barbie in the Nutcracker, Barbie as Rapunzel, dan Barbie of Swan Lake)*. Program Studi Kajian Wanita. Universitas Indonesia.
- Intan, N (2003). *Representasi mitos feminitas dalam budaya populer: (analisis semiotik film animasi Barbie in the Nutcracker)*. Program Studi Kajian Wanita. Universitas Indonesia.
- Jannah, P. M. (2021). *Pelecehan Seksual, Seksisme dan Bystander. Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 2(1), 61-70.
- Junaedi, F, Satria. D. G. (2022). *REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN GARNIER SAKURA WHITE DAN WARDAH WHITE SECRE*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* .Vol.14, No. 1.
- Karim, A. (2014). *Feminisme: Sebuah model penelitian kualitatif. Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 10(1), 83-98.

- Karniol, R., Stuemler-Cohen, T., & Lahav-Gur, Y. (2012). *Who Likes B ratz? The Impact of Girls' Age and Gender Role Orientation on Preferences for B arbie Versus B ratz*. *Psychology & Marketing*, 29(11), 897-906.
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119-138.
- Le Jayenge, D.D., Nafiah, M.R *Diskriminasi Gender Dalam Film. Fakultas Dakwah dan Komunikasi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Mudjiono, Y. (2011). *Kajian Semiotika dalam film*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 125-138.
- Nugraha, D. (2020). *Pendekatan Sosiologi Feminis dalam Kajian Sastra. Undas: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa dan Sastra*, 16(2), 341-354.
- Pradopo, R. D. (1999). *Semiotika: teori, metode, dan penerapannya dalam pemaknaan sastra*. *Humaniora*, 11(1), 76-84.
- Purnama, N. C., Aritonang, A. I., & Wijayanti, C. A. (2021). *Representasi Feminisme dalam Film Enola Holmes*. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Qila, S.,Z, Rahmadina, R, N. Azizah, F. (2021) *Catcalling sebagai Bentuk Pelecehan Seksual Traumatis*.*Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, Volume 1, Nomor 2, 2021, Hal 95- 106.
- Ramadhana, A. (2022). *Representasi Feminisme dalam Serial Film the Queen's Gambit (analisis semiotika John Fiske)*. Fakultas Sastra. Universitas Negeri Malang.

Renaldy, R., Budiana, D., & Aritonang, A. I. (2020). *Representasi Feminisme dalam film Captain Marvel*. Jurnal e-Komunikasi, 8(2).

Sakina, A. I. (2017). *Menyoroti budaya patriarki di Indonesia*. Share: Social Work Journal, 7(1), 71-80.

Salsabila, R. (2023). *Friksi Pemikiran Gerakan Kesetaraan Gender (Feminisme): Pro dan Kontra*. TASHWIR, 11(1), 45-54.

Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). *Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan*. Koneksi, 5(1), 67-75.

### **Skripsi**

Still, J. (2010). *Feminist Barbie: Mattel's Remakes of Classic Tales*. Retrieved April, 10, 2013.

Suastini, N. K. A. (2013). *Perkembangan feminisme barat dari abad kedelapan belas hingga postfeminisme: Sebuah Tinjauan Teoritis*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 2(1).

Suherdiana, D. (2008). *Konsep Dasar Semiotika dalam Komunikasi Massa menurut Charles Sanders Peirce*. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 4(12), 371-407.

Surahman, S. (2015). *Representasi Feminisme Dalam Film Indonesia*. Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi), 1(2), 119-145.

Tambunan, A. R. S., Lubis, F. K., Purba, N., Girsang, M., & Sembiring, E. M. B. (2019). *Presupposition in "Barbie and the Magic of Pegasus" movie*. *Asian Themes in Social Sciences Research*, 3(1), 18-21.

The Parks, L. (1997). *Reel to real: Race, Sex and Class at the Movies*. Velvet Light Trap, 70-72.

Thompson, F. M. (1904). *The truth about women in industry*. *The North American Review*, 178(570), 751-760.

Wollstonecraft, M. (2016). *Vindication of the Rights of Woman in Democracy: A Reader* (pp. 297-306). Columbia University Press.

Wollstonecraft, M. (2016). *Vindication of the Rights of Woman in Democracy: A Reader* (pp. 297-306). Columbia University Press

Yakalı-Çamoğlu, D. (2012). *Barbie: Is She a Postfeminine Icon Now? In Masculinity/Femininity: re-framing a fragmented debate* (pp. 97-108). Brill.

Zahid, A (2023). *Kapitalisme Tubuh Perempuan: Sebuah Pendisiplinan atau Industrialisasi*. *Jurnal Resiprokal* Vol.5 No.1. UIN Satu Tulungagung. Utrecht University.

## **Internet**

*"Barbie" Global Ticket Sales reach \$1 Billion in Historic First for Women Directors*. (2023). Dalam <https://www.cbsnews.com/news/barbie-1-billion-box-office-historic-first-women-directors-greta-gerwig-hollywood/>. Diakses pada tanggal 15 September 2023 pukul 16:00 WIB.

Artis Indonesia Berpenampilan Ala Barbie, Mulai dari Tasya Farasya hingga Nia Ramadhani. (2023). Dalam <https://medan.tribunnews.com/tag/film-barbie>. Diakses pada tanggal, 3 Januari 2024 pukul 14:56 WIB.

Barbie (2023). Dalam <https://www.rottentomatoes.com/m/barbie>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2023 pukul 16:00 WIB.

Barbie Kumalasari. (2020). Dalam <https://www.kapanlagi.com/barbie-kumalasari/>. Diakses pada 12 Januari 2024 pukul 12:44 WIB.

*Barbie has seen her fair share of competitors over the years. Many attempted to challenge the iconic doll's beauty standards — with varying results.* (2023). Dalam <https://www.insider.com/barbie-competitors-over-the-years-2023-7>. Diakses pada tanggal, 26 November 2023 pukul 18:56 WIB.

*Barbie zeigt Mädchen starke Frauen als Vorbilder.* (2023) Dalam <https://www.mytoys.de/c/mattel-barbie.html>. Diakses pada tanggal, 26 November 2023 pukul 14:56 WIB.

*Barbie's Big Makeover.* (2020). Dalam <https://www.npr.org/2021/04/26/991013395/barbies-big-makeover>. Diakses pada tanggal 15 September 2023 pukul 18:00 WIB.

*Barbie's Revolution from 1959 Till Now.* (2015). Dalam <https://attractour.com/2015/11/barbies-revolution-from-1959-till-now/>. Diakses pada tanggal 15 September 2023 pukul 15:30 WIB.

*'Don't eat!': Controversial 1965 Slumber Party Barbie came with scales permanently set to just 110lbs and a diet book telling her not to eat.* Dalam



<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2239931/1965-Slumber-Party-Barbie-came-scales-set-110lbs-diet-book-telling-eat.html>. Diakses pada 03 Desember 2023 pukul 12:00 WIB.

*Dove Self-Esteem project*. (2023) Dalam <https://www.dove.com/uk/dove-self-esteem-project.html>. Diakses pada 28 November 2023 pukul 13:00 WIB.

Edisi Khusus Feminisme: Feminisme Radikal Ajarkan Bagaimana Melawan Penindasan Tubuh Perempuan. Dalam <https://www.konde.co/2022/11/edisi-khusus-feminisme-feminisme-radikal-mengajarkan-bagaimana-melawan-penindasan-tubuh-perempuan.html/>. Diakses pada 28 November 2023 pukul 15:00 WIB.

Feminisme Gelombang Ketiga. (2017). Dalam <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/feminisme-gelombang-ketiga>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2023 pukul 11; 30 WIB.

*Greta Gerwig and Margot Robbie Discuss Barbie's Surprising Feminism*. (2023). Dalam <https://www.youtube.com/watch?v=GuWr-v3TOO8>. Diakses pada tanggal 16 September 2023 pukul 09:00 WIB.

*Identifying Gender Bias in Blockbuster Movies through the Lens of Machine Learning*. (2023). Dalam <https://www.nature.com/articles/s41599-023-01576-3>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 pukul 13:48 WIB.

*IMDB Greta Gerwig Awards*. (2023). Dalam <https://www.imdb.com/name/nm1950086/awards/>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 pukul 14:00 WIB.

*Lights, Camera...Stereotypes? Film Characters' Actions Reflect Gender Bias.*

(2022). Dalam <https://viterbischool.usc.edu/news/2022/12/lights-camerastereotypes-film-characters-actions-reflect-gender-bias/>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 pukul 12:45 WIB.

*Marilyn Monroe in Gentlemen Prefer Blondes.* (2014). Dalam

<http://www.glamamor.com/2014/05MarilynMonroeGentlemanPreferBlondes-Travilla.html>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2024 pukul 12:30 WIB.

*Negative Effects of Barbie on Girls.* Dalam

<https://eatingdisorders.com/articles/parental-resources/negative-effects-of-barbie-on-girls>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2023 pukul 12:30 WIB.

Partisipasi Perempuan dalam Dunia Kerja Harus Terus Ditingkatkan. Dalam

<https://www.mpr.go.id/berita/Partisipasi-Perempuan-dalam-Dunia-Kerja-Harus-Terus-Ditingkatkan>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2023 pukul 21:30 WIB.

*Postfeminism (2016)*, Dalam [https://canlitguides.ca/canlit-guides-editorial-](https://canlitguides.ca/canlit-guides-editorial-team/postfeminism-and-conservative-feminism/postfeminism/)

[team/postfeminism-and-conservative-feminism/postfeminism/](https://canlitguides.ca/canlit-guides-editorial-team/postfeminism-and-conservative-feminism/postfeminism/). Diakses pada 16 Oktober 2023 pukul 21:00 WIB.

*Postfeminisme Sumbang Gagasan Baru.* (2016). Dalam

<https://ugm.ac.id/id/berita/11599-postfeminisme-sumbang-gagasan-baru/> Diakses pada tanggal 27 Oktober 2023 pukul 10:30 WIB.

Profesi Jurnalis Sangat Penting Bagi Kaum Perempuan. (2022). Dalam

<https://timesindonesia.co.id/kopi-times/409527/profesi-jurnalis-sangat->

penting-bagi-kaum-perempuan. Diakses pada 28 November 2023 pukul 11:00 WIB.

*Ranking Various Barbie Movies. (2023).* Dalam

<https://tiermaker.com/create/ranking-various-barbie-movies-949922>.

Diakses pada 16 Oktober 2023 pukul 21:00 WIB.

Seni Film. (2023). Dalam <https://cundamani.com/seni-film/>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 pukul 13:00.

*The Feminist Moment We Didn't Know We Needed.* Dalam

<https://www.thenation.com/article/society/barbie-feminism-camaraderie/>.

Diakses pada tanggal, 26 November 2023 pukul 15:56 WIB.

Tren Film Barbie, Transaksi Lokal Brand Naik 2 Kali Lipat. (2023). Dalam

<http://bit.ly/AppsBisniscomIOShttps://entrepreneur.bisnis.com/read/20230727/52/1678993/tren-film-barbie-transaksi-brand-lokal-naik-2-kali-lipat>.

Diakses pada tanggal 7 Desember 2023 pukul 10:30 WIB.

UNICEF: Indonesia Peringkat 8 Dunia Banyaknya Kasus Pernikahan Dini.

(2023). Dalam [https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/unicef-indonesia-peringkat-8-dunia-banyaknya-kasus-pernikahan-dini-](https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/unicef-indonesia-peringkat-8-dunia-banyaknya-kasus-pernikahan-dini-20eMLxG2FyL)

[20eMLxG2FyL](https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/unicef-indonesia-peringkat-8-dunia-banyaknya-kasus-pernikahan-dini-20eMLxG2FyL). Diakses pada tanggal, 3 Januari 2024 pukul 15:36 WIB.

*Why Barbie Matters. (2023).* Dalam

<https://www.youtube.com/watch?v=iGtYaG4UUEQ&pp=ygUNYmFyYmllIGZlbWlzbQ%3D%3D>. Diakses pada 9 Oktober 2023 pukul 10:00 WIB.

*Why The Barbie Movie Fails To Offer A Revolutionary Take on Feminism In The 21st Century.* (2023). Dalam <https://www.strandmagazine.co.uk/single-post/why-the-barbie-movie-fails-to-offer-a-revolutionary-take-on-feminism-in-the-21st-century>. Diakses pada 28 November 2023 pukul 10:00 WIB.