

## **Pengaruh Terpaan Film Barbie Terhadap Sikap Feminitas Perempuan Pada Pasangan**

**Christina Arsi Lestari<sup>1</sup>, Dicky Andika<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mercu Buana, Jakarta

Jl. Meruya Selatan No.1, RT.4/RW.1, Joglo, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus  
Ibukota Jakarta 11650

\*Email Korespondensi: [christina.arsi@mercubuana.ac.id](mailto:christina.arsi@mercubuana.ac.id); [dicky.andika@mercubuana.ac.id](mailto:dicky.andika@mercubuana.ac.id)

---

**Abstract** - Barbie films, having an implied idea of femininity, have previously invited a lot of controversy and criticism. This happens because Barbie dolls have spread the image of an ideal woman who has a very unrealistic body. Barbie dolls are also considered a symbol of the world's emphasis on women that women's beauty standards must have a slim body and perfect skin. The problem raised in this study is "How much influence does exposure to watching Barbie movies have on women's femininity in couples, especially students of the Faculty of Communication Sciences, Mercu Buana University? The method used is a quantitative survey. This study intends to find out and analyze the feminine attitude shown by women to their partners. The magnitude of the influence between the Barbie Film Exposure Variable (X) on the Female Femininity Attitude Variable in their partner (Y) was 26.5%. The level of relationship between variables is in a moderate/sufficient position. The hypothesis test in this study reads  $f$  Count of 28.909 with a Significant Probability Level (sig) of  $0.000000732 < 28.909$ . means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, or there is a significant influence between variable X Barbie Film Exposure on variable Y Female Femininity Attitude.

**Keywords:** Movies; Barbie; Influence; Femininity; Women

**Abstrak** - Film Barbie yang memiliki gambaran tersirat tentang kewanitaan sebelumnya banyak mengundang kontroversi dan kritik. Hal ini terjadi karena boneka Barbie telah menyebarkan citra wanita ideal yang memiliki tubuh yang sangat tidak realistis. Boneka Barbie juga dianggap sebagai simbol penekanan dunia terhadap wanita bahwa standar kecantikan wanita harus memiliki tubuh langsing dan kulit yang sempurna. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah "Seberapa besar pengaruh paparan menonton film Barbie terhadap feminitas wanita pada pasangan khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana? Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis sikap feminin yang ditunjukkan wanita terhadap pasangannya. Besarnya pengaruh antara Variabel Terpapar Film Barbie (X) terhadap Variabel Sikap Feminitas Wanita pada pasangannya (Y) sebesar 26,5%. Tingkat hubungan antar variabel berada pada posisi sedang/cukup. Uji hipotesis dalam penelitian ini terbaca  $f$  Hitung sebesar 28,909 dengan Tingkat Probabilitas Signifikan (sig) sebesar  $0,000000732 < 28,909$ . artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X Terpapar Film Barbie terhadap variabel Y Sikap Feminitas Wanita.

**Kata Kunci:** Film; Barbie; Pengaruh; Feminitas; Wanita

---

## **Pendahuluan**

Feminitas diartikan sebagai ekspektasi masyarakat terhadap peran perempuan, sedangkan feminisme didefinisikan sebagai gerakan dalam mengupayakan persamaan hak perempuan dengan laki-laki (Adamson). Feminitas merupakan citra akan perempuan yang dikonstruksi oleh wacana publik dengan ideologi yang berbeda-beda dan pada akhirnya mempengaruhi corak pergerakan feminisme itu sendiri. Upaya pemberdayaan perempuan di Indonesia tidak terlepas dari pembentukan wacana akan feminitas.

Studi tentang gender berkembang pesat dalam beberapa dekade belakangan. Gender merupakan hal penting dalam proses komunikasi (Fauzi). Song dan Velding (Song) berpendapat bahwa hal pertama yang diperhatikan oleh manusia ketika bertemu manusia lain adalah gender. Studi tentang gender mayoritas didasarkan pada akar feminisme yang membahas mengenai posisi wanita sebagai kaum yang termaginalkan di dalam masyarakat (Fauzi).

Saat ini, perkembangan digital yang berkembang begitu pesat, khususnya perkembangan media sosial serta film-film yang tersebar. Informasi maupun gerakan yang dilakukan oleh seseorang dapat menyebar dengan mudah dan cepat. Hal ini dapat menimbulkan sisi buruk maupun sisi positif yang akan ditimbulkan.

Walaupun perkembangan teknologi dan pendidikan semakin maju, namun budaya patriaki masih sangat kental di zaman modern ini. Adanya budaya ini, menimbulkan ketidakadilan gender dan perempuan tidak bebas untuk melakukan berbagai hal. Hal ini terjadi karena kurangnya perlindungan hukum terhadap kaum perempuan, sehingga budaya patriaki ini menyebabkan banyak masalah seperti pernikahan dini dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT).

Saat ini, ketika media sosial berkembang dengan cepat, banyak akun feminisme yang bermunculan di media sosial. Konten yang mereka buat biasanya bertujuan

untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keadaan perempuan dan gender saat ini, tentunya dengan cara mendidik masyarakat tentang konten feminitas.

Namun pada saat yang sama, perjuangan untuk kesetaraan seharusnya tidak hanya sebatas pertempuran antara jenis kelamin. Perempuan dan laki-laki harus saling bekerja sama dan tidak saling sikut menyikut antara satu dengan yang lainnya. Karena pada kenyataannya, laki-laki juga merupakan korban patriaki, hanya saja masyarakat kita tidak menyadari adanya hal tersebut.

Dalam masyarakat yang masih memegang kuat budaya patriaki, laki-laki dianggap sebagai sosok yang kuat dan pemberani sedangkan perempuan dianggap sebagai sosok yang lemah lembut. Pernyataan ini semakin memperkuat stereotip bahwa laki-laki tidak boleh menangis. Laki-laki tidak boleh menunjukkan emosi serta perasaannya dan laki-laki dilarang untuk menunjukkan kelemahannya, stereotip ini biasa dikenal dengan *Toxic Masculinity* dan stereotip ini dapat menyebabkan perkembangan emosional yang buruk terhadap laki-laki.

Saat membahas feminitas, film *Barbie* masuk ke dalam film yang mengangkat isu tentang feminitas. Film ini ditayangkan pertama kali pada tanggal 21 Juli 2023. Sejak pertama ditayangkan di bioskop, film ini memiliki banyak peminat, terutama kaum wanita di seluruh dunia, Mayoritas dari seluruh wanita di dunia pasti pernah bermain ataupun memiliki boneka *Barbie* di masa kecilnya.

Dalam film *Barbie*, memiliki gagasan feminitas yang tersirat, sebelumnya boneka *Barbie* telah mengundang banyak kontroversi dan kritik. Hal ini terjadi karena boneka *Barbie* telah menyebarkan citra wanita ideal yang memiliki badan yang sangat tidak realistis. Citra yang dibawa oleh boneka *Barbie* seolah menuntut bahwa wanita ideal itu harus cantik, tinggi, langsing, bermata biru dan memiliki rambut pirang. Hal ini

dianggap telah meracuni pikiran wanita muda dan anak-anak di dunia untuk rela mengorbankan waktu, biaya dan bahkan kesehatannya demi menjadi sosok wanita ideal seperti yang digambarkan oleh boneka Barbie. Boneka Barbie juga dianggap sebagai simbol penekanan dunia terhadap kaum wanita bahwa standar kecantikan wanita harus memiliki badan yang langsing dan kulit yang sempurna.

Stereotipe karakter boneka Barbie pun menuai kontroversi, kemudian film Barbie mengangkat isu yang berkaitan dengan boneka Barbie yang lama menjadi perdebatan karena stereotipenya. Isu yang diangkat dalam film ini adalah feminitas dan patriaki, dimana Barbie pada suatu hari keluar dari Barbie Land, ia menyadari bahwa dunia nyata amat patriaki dan anak-anak perempuan tidak bahagia karena dirinya.

Ketika Barbie dan Ken berada di dunia nyata, mereka menghadapi situasi yang tak biasa dan tak pernah terjadi di dunia Barbie Land. Di dunia nyata para laki-laki melontarkan candaan seksis hingga menyentuh tubuh Barbie dengan kurang ngajar. Ken melihat laki-laki menunggangi kuda memakai jas dan menekuni olahraga, ia menganggap bahwa itu adalah patriaki, Ken pun membawa dirinya mempelajari patriaki, karena ia ingin menjadi sosok yang keren dan berkuasa.

Film ini membongkar fakta patriaki secara kocak dan ironis, seolah menampilkan realitas kehidupan kita saat ini. Setelah membongkar habis feminisme Barbie dan patriaki di dunia nyata, film ini membangun ulang perspektif tentang kesetaraan gender. Inti dari film ini adalah dunia yang ideal terwujud ketika Barbie dan Ken saling menghargai. Perempuan dan laki-laki sama-sama bisa merasa lemah dan terpuruk, namun mereka juga memiliki nilai dan kebanggaannya pada diri sendiri. Fiske menjelaskan bahwa media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi media. Peran media

sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realitas. Para produser mengendalikan isi media melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan. Media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak. Media massa tidak hanya dianggap sekedar hubungan antara pengirim pesan pada satu pihak dan pihak lain sebagai penerima pesan. Lebih dari itu media dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna (Lestari).

Perempuan atau Barbie boleh menjadi apa saja yang ia inginkan, bahkan lebih tinggi dari posisi Ken sekalipun, sebaliknya Ken atau laki-laki juga merupakan sosok yang berarti untuk semua orang walaupun tanpa pengakuan dari Barbie atau perempuan. Perempuan tidak dituntut untuk persis menjadi Barbie, musuh utama dalam film ini bukanlah Barbie ataupun Ken tetapi yang sebenarnya adalah budaya patriaki yang masih melekat di masyarakat.

Dalam hal ini, generasi muda khususnya mahasiswa yang menekuni Ilmu Komunikasi yang bergerak dibidang sosial maupun layar kaca memberikan edukasi tentang adanya kesetaraan gender dan tidak terpaku dengan budaya patriaki. Oleh karena itu penulis memilih studi eksplanatif kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Mercu Buana. Karena di masa yang akan datang, generasi saat inilah yang akan meneruskan kemajuan serta hak hak di masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat film atau sosialisasi yang berkaitan dengan feminisme dan kesetaraan gender, contohnya yaitu film Barbie. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu: "Seberapa besar pengaruh terpaan menonton film Barbie terhadap sikap feminitas kaum perempuan pada pasangan khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana?"

Berdasarkan permasalahan tersebut tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari film Barbie

terhadap sikap feminitas dari kaum Perempuan pada pasangannya. Melalui survey yang dilakukan Penelitian ini hendak menggambarkan hubungan sebab akibat dari adanya pesan dalam film dengan sikap yang menjadi respon dari khalayak yang menontonnya. Dalam hal ini terkait dengan sikap feminitas Perempuan dalam berinteraksi dengan pasangannya. Penelitian ini akan menguji teori S-O-R yaitu Stimulus-Organisme-Response. Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media (Effendy).

### **Kerangka Teori**

#### **1. Teori SOR (Stimulus, Organism, Response)**

Teori S-O-R yaitu Stimulus-Organisme-Response. Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy).

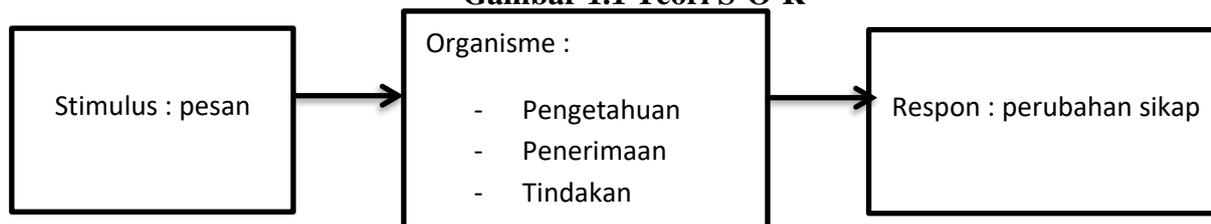
Teori ini merupakan perkembangan dasar dari model Stimulus – Response (SR) dengan asumsi dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan

langsung terhadap komunikasi. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Teori ini mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga.

Teori ini meliputi 3 unsur yang penting, yaitu pesan, komunikasi dan efek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan adalah perintah, nasihat, permintaan atau amanat yang disampaikan lewat orang lain. Adapun menurut Harold Lasswell, pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dalam film Barbie, banyak pesan yang disampaikan komunikator lewat media visual berupa film terhadap komunikasi, dimana film ini memiliki pesan yang berkaitan dengan feminitas maupun hal-hal yang berkaitan dengan keadaan masyarakat saat ini. Selain itu, film ini juga memberikan pesan bahwa seseorang harus menjadi diri sendiri dan percaya diri serta berani untuk menghadapi tantangan yang akan datang.

Selanjutnya adalah komunikasi, komunikasi adalah pihak yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Dalam meyakinkan komunikasi, peran faktor reinforcement sangat penting. Komunikasi bisa berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang diterima benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya (Effendy). Teori S-O-R dapat dirumuskan sebagai berikut:

**Gambar 1.1 Teori S-O-R**



Dari bagan diatas, bisa dijelaskan bahwa suatu stimulus atau pesan bisa memberikan perubahan perilaku kepada khalayak tergantung kepada individunya. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian yang diberikan kepada komunikan, sehingga komunikan mengerti maksud dari pesan tersebut, hingga akhirnya tumbuh kesadaran dari komunikan untuk mengubah sikap

Dalam hal ini, yang berperan sebagai Stimulus (S) adalah film Barbie, Organisme (O) adalah khalayak yang menonton film tersebut dan Respon (R) adalah perubahan sikap dari penonton film Barbie.

## 2). Terpaan Media

Media Exposure menurut Jalaludin Rakhmat diartikan sebagai terpaan media. Terpaan media merupakan intensitas keadaan khalayak di mana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan media dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto, Komunikasi Massa Suatu Pengantar). Hal ini memiliki hubungan antara khalayak dengan isi media itu sendiri yang berkaitan dengan perhatian (attention). Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumber daya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsang tertentu (Mulyana).

Terpaan media menurut Kasten, (Kasten) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan

kehadiran media, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok (Chessa).

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi di mana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens (Barr). Terpaan media adalah perilaku seseorang atau audiens dalam menggunakan media. Perilaku ini menurut Wright (Wright) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Surveillance yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui lingkungannya. Curiosity yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui peristiwa-peristiwa menonjol di lingkungannya. Diversion yaitu kebutuhan individu untuk lari dari perasaan tertekan, tidak aman atau untuk melepaskan ketegangan jiwa. Terakhir, Personal identity yaitu kebutuhan individu untuk mengenal dirinya dan mengetahui posisi keberadaannya di masyarakat.

Chiara Sabina, et.al. (Sabina) menyatakan bahwa karakteristik terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti (1) *Selectivity* (kemampuan memilih) yaitu kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang akan dieksposnya. Dalam film Barbie, khalayak dapat memilih hal apa yang ingin dipilih, seperti khalayak dapat memilah dampak positif maupun negative dalam film Barbie.

Selanjutnya karakteritik yang dimiliki terpaan media yaitu (2) *Intentionally* atau kesengajaan yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuan dalam mengungkapkan tujuan-tujuan penggunaan media. Kemudian ada (3) *Utilitarianism* atau pemanfaatan yaitu kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media. Karakteristik yang keempat yaitu (4) *involvement* atau keterlibatan yaitu

keikutsertaan pikiran dan perasaan audies dalam menggunakan media dan pesan media yang diukur melalui frekuensi maupun intensitas. Dan yang terakhir, (5) *previous to influence* yaitu kemampuan untuk melawan arus pengaruh media.

### 3). Feminitas Perempuan

Feminitas dan feminisme memiliki arti yang berbeda, tetapi saling berkaitan. Feminitas diartikan sebagai ekspektasi masyarakat terhadap peran perempuan, sedangkan feminisme didefinisikan sebagai gerakan dalam mengupayakan persamaan hak perempuan dengan laki-laki (Adamson). Feminitas merupakan citra akan perempuan yang dikonstruksi oleh wacana publik dengan ideologi yang berbeda-beda dan pada akhirnya mempengaruhi corak pergerakan feminisme itu sendiri. Upaya pemberdayaan perempuan di Indonesia tidak terlepas dari pembentukan wacana akan feminitas.

Pembentukan wacana akan feminitas atau keperempuanan di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri dengan adanya pengaruh dari ajaran agama dalam memandang peran perempuan. Bukan hanya ideologi berbasis agama yang mempengaruhi konstruksi feminitas di Indonesia, gerakan posfeminisme neoliberal yang erat hubungannya dengan gerakan feminis di negara-negara Barat turut mempengaruhi konstruksi feminitas di Indonesia. Perbedaan ideologi tersebut memiliki karakteristiknya masing-masing dalam memandang peran perempuan. Identifikasi perbedaan ideologi dan wacana akan feminitas dibutuhkan dalam implementasi kebijakan yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan. Kondisi tersebut menjadi latar belakang penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani et al. (Oktaviani).

Dalam sikap feminitas, dapat dikelompokkan menjadi 4 macam yaitu *Equal feminity*, *Empowerd feminity*, *Ethical feminity* dan *Religion polical feminity*, Masing-masing konstruksi memiliki pandangan dalam memposisikan peran

perempuan. Sikap feminitas tersebut dijabarkan sebagai berikut: (Oktaviani)

#### a. *Equal feminity*

Konstruksi *equal feminity* memandang kompetensi perempuan sama dengan laki-laki. Konstruksi wacana ini bersumber dari wacana terkait gerakan feminisme dan pemberdayaan perempuan. Tujuan dari konstruksi wacana ini untuk mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan. Kesempatan laki-laki dan perempuan dipandang seimbang dalam konteks bisnis dan politik.

#### b. *Empowered feminity*

Konstruksi *empowerd feminity* dipengaruhi oleh wacana terkait dengan feminisme neoliberal dari negara-negara Barat. Perempuan tidak hanya dipandang setara dengan laki-laki, tetapi juga dipandang memiliki keuntungan lebih dibandingkan dengan laki-laki dikarenakan gender-nya.

#### c. *Ethical feminity*

Konstruksi *ethical feminity* memposisikan perempuan sebagai rekan dari laki-laki dan pembimbing bagi masyarakat. Konstruksi ini bersumber dari ajaran agama dalam menentukan kodrat perempuan. Terlepas dari dibebaskannya perempuan dalam berkarir, perempuan berperan sebagai ibu dan bertugas mengurus rumah tangga.

#### d. *Religio-Political feminity*

Konstruksi *religio-political feminity* memposisikan perempuan sebagai pendukung atau pengikut laki-laki. Konstruksi wacana ini memandang bahwa perempuan tidak boleh berkompetisi dengan laki-laki. Partisipasi perempuan dalam masyarakat dibatasi. Perempuan bertugas untuk mengurus rumah tangga dan berperan dalam membesarkan anak.

Kelompok konstruksi wacana equal femininity, empowered femininity, dan ethical femininity mendukung peran kepemimpinan perempuan dalam masyarakat. Namun, walaupun mendukung hak perempuan, ketiga macam konstruksi tersebut masih membebankan perempuan dengan adanya perbedaan peran antara perempuan dengan laki-laki.

Dalam film *Barbie*, sikap feminitas yang ditunjukkan oleh *Barbie* adalah saat semua *Barbie* atau wanita memegang peran atas segalanya dan tidak ada patriarki sama sekali, sedangkan dalam dunia nyata, kehidupan seorang wanita memiliki kesulitan dalam mengatasi patriarki di masa sekarang. Boneka *Barbie* yang memiliki badan tidak realistis yang merupakan simbol penekan dunia terhadap kaum wanita bahwa standar kecantikan wanita harus memiliki badan yang langsing dan kulit yang sempurna tanpa ada goresan apapun.

#### 4) Hipotesis Teori

Berdasarkan landasan teori yang telah dibahas di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = Terpaan Film *Barbie* Tidak Berpengaruh terhadap Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya.

$H_a$  = Terpaan Film *Barbie* Berpengaruh terhadap Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya.

#### Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode survey yang merupakan suatu bentuk aktifitas yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat, dan banyak diantaranya berpengalaman dengan riset ini sebagai suatu bentuk yang tersendiri atau yang lainnya. Survey riset dikembangkan sebagai bentuk pendekatan positivis pada ilmu-ilmu sosial.

Sebagaimana dikatakan oleh Robert Groves, seorang ahli survey terkemuka, “survey menghasilkan informasi yang secara alami bersifat statistik”. Survey merupakan bentuk dasar kuantitatif”. Penelitian survey menanyakan kepada beberapa responden tentang kepercayaannya, pendapat-pendapat, karakteristik, dan perilaku yang telah atau sedang terjadi (Groves).

Populasi yang dianalisis oleh peneliti adalah mahasiswa FIKOM UMB Meruya angkatan 2022. Populasi ini dipilih karena menghemat pengeluaran serta populasi tersebut dapat dijangkau peneliti untuk dianalisis. Kemudian jabarkan jumlah total populasi yang diteliti berdasarkan data sebenarnya di lapangan. Populasi dari mahasiswa FIKOM UMB Meruya angkatan 2022 adalah sebanyak 453 orang. Data ini didapatkan dari Tata Usaha Fakultas Universitas Mercu Buana, pada tanggal 27 Mei 2024.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Sampel akan diambil jika peneliti tidak sanggup untuk melakukan penelitian dengan mengambil data langsung dari populasi. Menurut Furhan (2005) dalam (Bahri, 2018:51) “Sampel merupakan sebagian dari populasi, atau kelompok kecil yang diamati. Neolaka (2014:42) mengatakan bahwa “Sampel adalah sebagian unsur populasi yang dijadikan objek penelitian, sampel atau juga sering disebut contoh adalah wakil dari populasi yang ciri-cirinya akan diungkapkan dan akan digunakan untuk menaksir populasi”. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan random sampling yaitu. Pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata.

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat toleransi kesalahan dalam memilih sampel

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+N.e^2} \\ &= \frac{453}{1+453.(0.1^2)} \\ &= \frac{453}{1+4,53} \\ &= \frac{453}{5,53} \\ &= 81,91 \\ &= 82\end{aligned}$$

Definisi konsep merupakan unsur dari penelitian yang memaparkan karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan kajian teoritis yang telah disampaikan sebelumnya maka, definisi konsep tersebut sebagai berikut :

a) Terpaan Menonton

Terpaan media merupakan intensitas keadaan khalayak di mana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan media dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti selectivity, intentionality, utilitarianism, involvement dan previous.

b) Sikap Feminitas Perempuan

Feminitas merupakan citra akan perempuan yang dikonstruksi oleh wacana publik dengan ideologi yang berbeda-beda dan pada akhirnya mempengaruhi corak pergerakan feminisme itu sendiri. Dalam sikap feminitas, dapat dikelompokkan menjadi 4 macam yaitu equal feminity, empowerd feminity, ethical feminity dan religionpolical feminity, Masing-masing konstruksi memiliki pandangan dalam memposisikan peran perempuan dan berkaitan dengan ideology tertentu.

### Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan dari kuesioner yang telah diisi oleh 82 orang responden, di mana responden yang dipilih merupakan mahasiswi Fikom Universitas Mercu Buana. Kuesioner

diberikan kepada responden yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) Mahasiswi Fikom Universitas Mercu Buana Angkatan 2022 yang memiliki Pasangan/Pacar; (2) Sudah berpacaran minimal 6 bulan; (3) Sudah menonton Film Barbie *live action*; (4) Menyukai Barbie.

Dalam kuesioner terdapat pertanyaan yang menggambarkan variable independent (X) yaitu Terpaan Menonton Film Barbie. Kemudian selanjutnya terdapat pula pertanyaan yang menggambarkan variable dependent (Y) yaitu Sikap

Feminitas Perempuan. Peneliti akan menyajikan data mengenai Variabel X dan Variabel Y dalam penelitian ini yang akan dijabarkan sebagai berikut:

Variabel X memiliki total 6 pertanyaan, peneliti membutuhkan data analisis rekapitulasi rata-rata dari masing-masing indikator, sebagai data bantuan yang akan memperkaya hasil analisis regresi. Hasil perhitungan mean untuk indikator variable X tersebut peneliti jabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Nilai Mean Variabel X (Terpaan Menonton Film Barbie)**

No	Pernyataan	Mean
1.	( <i>Selectivity</i> ) Menonton Film Barbie Tanpa Paksaan	4,5
2.	( <i>Intentionally</i> ) Sengaja meluangkan waktu untuk menonton film Barbie	4,33
3.	( <i>Utilitarianism</i> ) Mendapatkan banyak manfaat setelah menonton film Barbie	<b>4,57</b>
4.	( <i>Involvement</i> ) Sering membicarakan isi film Barbie setelah menonton	4,23
5.	( <i>Involvement</i> ) Sering ikut memikirkan dan merasakan kembali isi pesan film Barbie	4,23
6.	( <i>Previous to Influence</i> ) Mampu mengambil pesan positif dalam film Barbie dan mengabaikan pesan negatifnya	<b>4,17</b>
	<b>Total Mean</b>	26,03

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

Variabel Y memiliki total 4 pertanyaan, peneliti membutuhkan data analisis rekapitulasi rata-rata dari masing-masing indikator, sebagai data bantuan

yang akan memperkaya hasil analisis regresi. Hasil perhitungan mean untuk indikator variable Y tersebut peneliti jabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean Variabel Y (Sikap Feminitas)**

No	Pernyataan	Mean
1.	( <i>Equal Femininity</i> ) Mendukung dan menerapkan kesetaraan gender dalam menjalani hubungan dengan pasangan	4,3
2.	( <i>Empowerd Femininity</i> )	4,1

	Merasa beruntung dalam menjalani hubungan dengan pasangan karena bisa setara dengan pasangan dan tidak bergantung pada laki-laki 100%	
3.	( <i>Ethical Femininity</i> ) Diberikan kebebasan untuk berprestasi/berkarier oleh pasangan	4,1
4.	( <i>Religion political Femininity</i> ) Merasa terkadang Pasangan Tidak Mau Mengalah saat Berdebat	4,53
	<b>Total Mean</b>	17,03

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

### Uji Korelasi

**Tabel 4.15 Summary Hasil Analisis Data Regresi Linier Sederhana**

#### SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,515
R Square	0,265
Adjusted R Square	0,256
Standard Error	1,550
Observations	82

	<i>Terpaan Film Barbie (X)</i>	<i>Sikap Feminitas Perempuan (Y)</i>
Terpaan Film Barbie (X)	1	
Sikap Feminitas Perempuan (Y)	0,515	1

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi antara variable terpaan menonton film Barbie terhadap sikap feminitas Perempuan pada pasangan adalah 0,515 atau 51,5%. Dari nilai tersebut dapat dikatakan bahwa terpaan menonton

film Barbie berpengaruh signifikan terhadap sikap feminitas Perempuan di Fikom Universitas Mercu Buana pada pasangannya. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,515 menurut kategori Sugiyono sebagai berikut: (Sugiyono)

**Tabel 4.16 Tingkat Koefisien Korelasi**

Nilai Korelasi	Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang/Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Hubungan antara variabel X (Konten Tutorial) dengan variabel Y (Kreatifitas) berada dalam level 0,515 atau 51,5% terletak pada wilayah antara 0,40 – 0,599 yang berarti ada hubungan Sedang/Cukup dan arah hubungannya positif. Hubungan positif menunjukkan bahwa ada pengaruh dari terpaan menonton film Barbie terhadap sikap feminitas Perempuan di Fikom Universitas Mercu Buana pada pasangannya.

Hubungan antar variabel X dan Y yang berada pada kategori sedang/cukup tersebut memiliki nilai koefisien

determinasi atau nilai presentase pengaruh antara variabel X terpaan menonton film Barbie dengan variabel Y sikap feminitas Perempuan. Nilai koefisien determinasi tersebut dapat dilihat pada tabel 4.15 bagian *R Square* yang bernilai 0,265 atau 26,5%. Sehingga dikatakan Tingkat hubungan antar variabel X dengan Y Sedang/Cukup tersebut karena berada pada nilai pengaruh dengan persentase 26,5%. Sedangkan sisanya 0,735 atau 73,5% sikap feminitas Perempuan dipengaruhi oleh faktor lain.

*Uji Regresi Linear Sederhana*

**Tabel 4.17 Coefficient**

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	7,263	1,932	3,759	0,000	3,418	11,108	3,418	11,108
Terpaan Film Barbie (X)	0,387	0,072	5,377	0,000	0,243	0,530	0,243	0,530

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

Hasil dari uji regresi linear sederhana pada bagian ini dikemukakan nilai konstan (a) = 7,263 dan (b) = 0,387. Dengan adanya pengaruh terpaan

menonton film Barbie dengan sikap feminitas Perempuan pada pasangannya, dalam rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,263 + 0,387X$$

Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien regresi pada kolom *coefficients*, dimana *intercept* menggantikan a dan koefisien Terpaan Film Barbie (X) menggantikan b dalam persamaan umum regresi linear sederhana yang berbentuk  $Y=a+bX$ . Persamaan tersebut menunjukkan bahwa skor Sikap Feminitas Perempuan (variabel Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,387 atau 38,7 % bila terjadi *Uji Hipotesis*

peningkatan sebesar 1 poin pada Terpaan Film Barbie (variabel X).

Selain itu persamaan regresi linear ( $Y = 7,263 + 0,387X$ ) dapat diinterpretasikan bahwa setiap perubahan satu satuan terpaan film Barbie (X) maka akan terjadi peningkatan sebesar 0,387 atau 38,7% satuan sikap feminitas Perempuan pada pasangannya (Y) sejalan dengan konstanta sebesar 7,263.

**Tabel 4.18 Anova**

ANOVA	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	69,417	69,417	28,909	0,000000732
Residual	80	192,095	2,401		
Total	81	261,512			

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

Pada tabel Anova diatas, terbaca f Hitung sebesar 28,909 dengan Tingkat probabilitas signifikan (sig) sebesar  $0,000000732 < 28,909$ . Oleh karena itu probabilitas ( $0,000000732$ ) jauh lebih kecil dari sig  $0,05$  (dalam penelitian ini menggunakan signifikansi  $\alpha = 5\%$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel X (Terpaan Film Barbie) terhadap variabel Y (Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya).

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh terpaan menonton film Barbie terhadap sikap feminitas kaum perempuan pada pasangan khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana? Untuk menjawab permasalahan penelitian ini maka peneliti menganalisis hubungan yang sedang terjadi antara Variabel Terpaan Film Barbie (X) dengan Variabel Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya (Y) dan hasil nilai diperoleh sebesar  $26,5\%$  yang termasuk dalam level hubungan Sedang/Cukup. Sedangkan sisanya  $73,5\%$  sikap feminitas Perempuan dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya tidak semua penonton yang tertera film Barbie menerapkan sikap feminitas Perempuan pada pasangannya. Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan terbaca f Hitung sebesar 28,909 dengan Tingkat probabilitas signifikan (sig) sebesar  $0,000000732 < 28,909$ . Oleh karena itu probabilitas ( $0,000000732$ ) jauh lebih kecil dari sig  $0,05$  (dalam penelitian ini menggunakan signifikansi  $\alpha = 5\%$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel X (Terpaan Film Barbie) terhadap variabel Y (Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya).

Dari beberapa variabel X (Terpaan Film Barbie) fokus dimensi dan indikator yang diteliti di Variabel X (Terpaan Film Barbie), yaitu:

- a) Dimensi *Selectivity* (Kemampuan Memilih isi Media)

Indikator : Memilih menonton film Barbie tanpa paksaan

- b) Dimensi *Intentionally* (Kesengajaan menggunakan media)

Indikator : Sengaja meluangkan waktu untuk menonton film Barbie

- c) Dimensi *Utilitarianism/Pemanfaatan*

Indikator : Mendapatkan banyak manfaat setelah menonton film Barbie

- d) Dimensi *Involvement* (Keterlibatan)

Indikator 1: Sering membicarakan isi film Barbie setelah menonton

Indikator 2: Sering ikut memikirkan dan merasakan kembali isi pesan film Barbie

- e) Dimensi *Previos to influence* (Kemampuan melawan arus pengaruh media)

Indikator : Mampu mengambil pesan positif dalam film Barbie dan mengabaikan pesan negatifnya

Dari Variabel X (Terpaan Film Barbie) dengan perolehan nilai tertinggi ialah dimensi *Utilitarianism/Pemanfaatan* dengan indikator Mendapatkan banyak manfaat setelah menonton film Barbie, nilai skor tertinggi dimensi dan indikator tersebut adalah sebesar  $4,57$ . Sedangkan yang terendah terdapat pada dimensi *Previous to influence* yaitu kemampuan untuk melawan arus pengaruh media, dengan indikator mampu mengambil pesan positif dalam film Barbie dan mengabaikan pesan negatifnya, nilai skor terendah dari dimensi dan indikator tersebut adalah  $4,17$ . Hal ini menggambarkan bahwa responden merasakan banyak manfaat menonton film Barbie namun bukan dalam hal memilih pesan positif dan negatif dalam film Barbie. Sehingga Tingkat kemampuan responden dalam melawan arus pengaruh media dalam hal ini adalah Film Barbie ada diposisi terendah dari pada dimensi lainnya.

Dari beberapa dimensi dan indikator Variabel Y (Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya) yang telah dipaparkan pada hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Dimensi *Equal Femininity* (Memandang Kompetensi perempuan sama dengan laki-laki)  
Indikator : Mendukung dan menerapkan kesetaraan gender dalam menjalani hubungan dengan pasangan
- b) Dimensi *Empowerd Femininity* (Perempuan dipandang memiliki keuntungan lebih dibandingkan dengan laki-laki dikarenakan gender-nya)  
Indikator : Merasa beruntung dalam menjalani hubungan dengan pasangan karena saya bisa setara dan tidak bergantung pada laki-laki 100%.
- c) Dimensi *Ethical Femininity* (Memposisikan perempuan sebagai rekan dari laki-laki dan pembimbing bagi masyarakat)  
Indikator : Mendapatkan Kebebasan untuk Berprestasi/berkarier oleh Pasangan
- d) Dimensi *Religion political Femininity* (Memposisikan perempuan sebagai pendukung atau pengikut laki-laki. Memandang perempuan tidak boleh berkompetisi dengan laki-laki)  
Indikator : Merasa terkadang Pasangan Tidak Mau Mengalah saat Berdebat.

Dari Variabel Y (Sikap Feminitas Perempuan) dengan perolehan nilai tertinggi terdapat dapat dimensi *Religion political Femininity* dengan indikator Merasa terkadang Pasangan Tidak Mau Mengalah saat Berdebat, dengan skor sebesar 4,53. Sedangkan yang terendah terdapat pada dua (2) dimensi dengan skor yang sama yaitu 4,1 yaitu pada dimensi *Empowerd Femininity*

dan *Ethical Femininity*. Sehingga sikap feminitas Perempuan yang terbentuk dalam diri responden menggambarkan adanya kesadaran akan posisi Perempuan yang setara dengan laki-laki. Namun dalam penerapannya pada sebuah hubungan berpasangan responden masih merasa tergantung dengan laki-laki, masih memikirkan untuk kebebasan berprestasi/berkarier, sehingga terbebani dengan perasaan untuk berdebat dengan pasangannya karena merasa pasangannya akan tidak mau mengalah saat ada perdebatan.

Terkait dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus Organisme Respon (SOR), dalam hal ini, yang berperan sebagai Stimulus (S) adalah film Barbie, Organisme (O) adalah khalayak yang menonton film tersebut dan Respon (R) adalah sikap Feminitas Perempuan dari penonton film Barbie pada pasangannya. Hasilnya menunjukkan sikap feminitas yang berada pada dimensi *Religion political Femininity* yang memposisikan Perempuan sebagai pendukung atau pengikut laki-laki. Pandangan ini memandang bahwa Perempuan tidak boleh berkompetisi dengan laki-laki. Partisipasi perempuan dalam masyarakat dibatasi. Perempuan bertugas untuk mengurus rumah tangga dan berperan dalam membesarkan anak. (Oktaviani)

## **Kesimpulan**

Besarnya pengaruh antara Variabel Terpaan Film Barbie (X) terhadap Variabel Sikap Feminitas Perempuan pada pasangannya (Y) sebesar 26,5%. Level hubungan antara variabel berada pada posisi sedang/cukup. Uji hipotesis dalam penelitian ini terbaca  $f$  Hitung sebesar 28,909 dengan Tingkat probabilitas signifikan ( $\text{sig}$ ) sebesar  $0,000000732 < 28,909$ . Oleh karena itu probabilitas ( $0,000000732$ ) jauh lebih kecil dari  $\text{sig}$  0,05 (dalam penelitian ini menggunakan

signifikansi  $\alpha = 5\%$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel X (Terpaan Film Barbie) terhadap variabel Y (Sikap Femitas Perempuan pada pasangannya).

Nilai pengaruh antar variabel X dan Y 26,5% ditunjukkan dengan skor dimensi dan indikator tertinggi pada Utilitarianism/Pemanfaatan dengan indikator Mendapatkan banyak manfaat setelah menonton film Barbie, nilai skor tertinggi dimensi dan indikator tersebut adalah sebesar 4,57. Serta dimensi Religion political Femitas dengan indikator Merasa terkadang Pasangan Tidak Mau Mengalah saat Berdebat, dengan skor sebesar 4,53. Dengan hasil tersebut Sikap femitas perempuan dari responden penelitian ini dipengaruhi sebanyak 26,5% dari terpaan film Barbie. Pengaruhnya terlihat dari sikap femitas Perempuan yang memandang bahwa Perempuan tidak boleh berkompetisi dengan laki-laki. Partisipasi perempuan dalam masyarakat dibatasi. Perempuan bertugas untuk mengurus rumah tangga dan berperan dalam membesarkan anak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, M. "Postfeminism, Neoliberalism and A 'Successfully' Balanced Femininity in Celebrity CEO Autobiographies." *Gender, work and Organization* (2017): 314-327.
- Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Barr, Rachel & Deborah L. Linebarger. "Special Issue on the Content and Context of Early." *Journal, Infant and Child Development, Inf. Child. Dev* (2010): 553-556.
- Chessa, A.G & Murre, J.M.J. "A Memory Model for Internet Hits After Media." (n.d.): 541 - 552.
- Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Fauzi, Eka Purwitasari. "Konstruksi Sosial Soft Masculinity dalam Budaya Pop Korea." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 19.1 (2021): 127-144.
- Groves, Robert M. *Survey Methodology Second edition of the (2004) first*. 2010.
- Kasten, K. *Media Exposure and Risk*. Wyman Street, Waltham: MA: Elsevier, 2013.
- Lestari, Christina Arsi. "Penyimpangan Makna Cinta dalam Penggunaan Stiker Line Brown & Cony." *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora* 01.02 (2019): 97-108.
- Mulyana, D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cetakan Ke-15*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Oktaviani, F. H., McKenna, B., & Fitzsimmons, T. "Trapped within ideological wars: Femininities in a Muslim society and the contest of women as leaders." *Gender, Work and Organization* (2021): 126.
- Sabina, Chiara, et.al. "The Nature and Dynamics of Internet Pornography Exposure for Youth." *Journal, Cyberpsychology & Behavior* 11.6 (2008): 691-693.
- Song, K. Y., & Velding, V. "Transnational Masculinity in the Eyes of Local Beholders? Young Americans' Perception of K-Pop Masculinities." *The Journal of Men's Studies* 28.1 (2020): 3-21.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Wright, Paul J. "Internet Pornography Exposure and Women's Attitude Towards." *Journal Communication Studies* 64.3 (2013): 315-336.