

# **Male Gender Role Pada Karakter Superhero Dalam Film Produksi Marvel Studios**

Ridwan, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*ridwan290190@hotmail.com*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mencari apa saja *male gender role* yang terdapat pada karakter *superhero* dalam film produksi Marvel Studios. *Male gender role* sendiri memiliki arti sebagai sebuah *script* yang digunakan sebagai “pedoman” bagaimana seharusnya, seorang pria berperilaku dalam kehidupan sehari-harinya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan menggunakan 28 film layar lebar produksi Marvel Studios mulai tahun 2000 hingga 2013 sebagai *recording unit*. Peneliti menggunakan 24 *male gender role* yang diklasifikasikan dalam 5 kategori utama yaitu *standard bearers, workers, lovers, bosses, dan rugged individuals*. Hasil penelitian ini adalah *male gender role* yang dominan pada karakter *superhero* dalam film produksi Marvel Studios adalah *bosses*, yaitu seorang pria yang dapat mengendalikan orang lain, berani, suka mengambil resiko, rela berkorban demi orang lain, melindungi orang yang tidak bersalah, berjuang untuk keadilan dan menjadi panutan bagi orang lain, seorang yang suka menolong dan membantu sesamanya, mendahulukan kepentingan orang lain, menjadi contoh / panutan yang baik bagi masyarakat, tangguh, mandiri, dan berjuang untuk mencapai keinginan / cita-citanya.

**Kata Kunci:** *male gender role, film superhero* Marvel Studios, analisis isi

## **Pendahuluan**

Sebagai salah satu bagian dari media massa, film memiliki fungsi seperti yang dikatakan oleh Charles R. Wright (Wiryanto, 2000, p.11-12), yaitu: *surveillance* (penyebaran informasi), *correlation* (fungsi editorial atau propaganda), *transmission* (fungsi pendidikan), dan *entertainment* (memberikan hiburan). Ada beberapa jenis film, di antaranya yang populer adalah film *feature*, film animasi, film dokumenter, film eksperimen, film industri, dan film pendidikan (Tanis, 2012). Film *feature* adalah film yang umum ditayangkan di bioskop-bioskop, biasanya memiliki durasi kurang lebih satu atau satu setengah jam dan menceritakan kisah fiksi (khayalan) atau kisah yang berdasar pada hal nyata tetapi dimainkan / diperankan oleh seorang aktor. Salah satu contoh film *feature* adalah film *superhero*.

Film *superhero* merupakan sebuah *genre* fenomenal yang merupakan perpaduan antara *genre* fiksi-ilmiah, aksi, serta fantasi. Film *superhero* merupakan kisah klasik perseteruan antara sisi baik dan sisi jahat, yakni kisah kepahlawanan sang tokoh *super* dalam membasmi kekuatan jahat. Karakter *superhero* memiliki kekuatan serta kemampuan fisik ataupun mental jauh di atas manusia pada

umumnya. Cerita biasanya diawali dengan latar belakang sang *superhero* mendapatkan kekuatannya dan selalu diakhiri dengan adegan-adegan aksi menawan yang kaya efek visual. Film-film *superhero* biasanya menghabiskan biaya produksi yang sangat besar, namun hingga kini terbukti masih menjadi formula yang sangat ampuh untuk menarik penonton dari kalangan manapun (Pratista, 2008, p.26).

*Superhero* berasal dari kata *super* yang berarti kekuatan atau kemampuan yang jauh lebih besar daripada kebanyakan orang, dan *hero* yang berarti individu berbakat yang bertindak heroik, tidak hanya pada beberapa kesempatan, tapi berulang kali. *Superhero* dapat diartikan individu yang memiliki karakter heroik, universal, tanpa pamrih, mempunyai misi prososial, memiliki kemampuan *super* / luar biasa, teknologi canggih, atau keterampilan fisik dan / atau mental yang sangat berkembang (termasuk kemampuan mistis), yang memiliki identitas *superhero*. *Superhero* memiliki keterampilan yang unik / kemampuan supranatural, tidak diakuisisi oleh sihir, tetapi oleh keajaiban ilmu pengetahuan modern (Winterbach, 2006. p.115). *Superhero* selalu mempunyai misi dan mencoba untuk melakukan kebaikan / hal-hal yang benar. Mereka memiliki nama panggilan dan kostum yang menjadi ciri khas ikon dirinya (Coogan & Rosenberg, 2013, p.3).

Marvel Comics atau Marvel Publishing Inc. adalah nama suatu perusahaan dari Amerika Serikat yang memproduksi buku komik dan media lain yang berkaitan. Marvel merupakan anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh The Walt Disney Company (sejak 2009), dan perusahaan hiburan yang paling menonjol berbasis karakter *superhero* di dunia. Lebih dari 8.000 karakter *superhero* ditampilkan oleh Marvel di berbagai media selama lebih dari tujuh puluh tahun (<http://marvel.com/corporate/about/>). Komik-komik tersebut kemudian berganti rupa menjadi serial televisi, *games*, dan akhirnya film.

Harris mengatakan bahwa *male gender role* (peran gender laki-laki) adalah sebuah *script* yang digunakan sebagai “pedoman” bagaimana seharusnya seorang pria berperilaku dalam kehidupan sehari-harinya (Harris, 1995, p.14). Harris menyatakan bahwa terdapat 24 *male gender role messages* (peran gender pria) yang diklasifikasikan dalam 5 kategori utama, yaitu: *standard bearers*, *workers*, *lovers*, *bosses*, dan *rugged individuals*.

Pada penelitian terdahulu mengenai dampak film *superhero* pada anak oleh Dr. Sharon Lamb, peneliti asal University of Massachusetts, menyatakan bahwa kehadiran sosok *superhero* atau pembela kebenaran dalam berbagai judul film bukanlah tanpa cacat. Sebuah studi mengungkap film bertemakan kepahlawanan justru menyodorkan contoh yang buruk bagi anak laki-laki, seperti mengajarkan kekerasan dan balas dendam sebagai jalan hidup. Selain itu, sosok pahlawan yang memukuli penjahat mungkin bukan cara yang terbaik bagi masyarakat yang ingin mempromosikan naluri melindungi laki-laki kepada anak kecil (Sasongko, 2010). Dari keseluruhan data yang terkumpul, Lamb menyimpulkan pasar film dan mainan tahu betul bahwa anak-anak yang tengah mengalami pertumbuhan membutuhkan sosok untuk ditiru (Sasongko, 2010).

Menonton film dapat dikatakan sebagai salah satu proses sosialisasi dan pembentukan karakter yang terjadi pada anak-anak. Neil Postman dalam bukunya “The Disappearance of Childhood”, menyebutkan bahwa sejak tahun 1950, televisi di Amerika telah menyiarkan program-program yang seragam dan anak-anak, sama seperti anggota masyarakat lainnya, menjadi korban gelombang visual yang ditunjukkan televisi, salah satunya melalui film (Postman, 1994, p.54). Penampilan fisik tokoh di film, peran sosial, posisi, serta perilaku mereka dalam masyarakat secara tidak sadar membentuk pandangan anak-anak mengenai *gender*, dengan melihat peranan penting media dalam membentuk persepsi anak-anak tentang laki-laki dan perempuan (Fischer, 2010, p.78). Hal tersebut kemudian dapat mempengaruhi cara anak laki-laki dan perempuan berinteraksi satu sama lain, serta membentuk identitas dan kepribadian mereka. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui: Apa sajakah *male gender role* yang digambarkan pada karakter *superhero* dalam film produksi Marvel Studios?

## Tinjauan Pustaka

### Peran Gender (*Gender Role*)

*Gender* diartikan sebagai konstruksi sosiokultural yang membedakan karakteristik maskulin dan feminim. *Gender* berbeda dengan seks atau jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang bersifat biologis (Moore, 1994, p. 10). Mosse (1996: 2-3) menambahkan bahwa secara mendasar, *gender* berbeda dari jenis kelamin biologis, *gender* adalah seperangkat peran yang menyampaikan kepada orang lain bahwa kita adalah feminim atau maskulin (Nugroho, 2008, p. 9). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *gender* sendiri merupakan pelabelan atas laki-laki dan perempuan. Misalnya, perempuan dikenal lemah lembut, cantik, emosional, dan keibuan. Sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, perkasa, dan jantan (Fakih, 2006, p. 8).

### *Male Gender Role* (Peran Gender Pria)

Peran *gender* laki-laki (*male gender role*) adalah sebuah *script* yang digunakan sebagai “pedoman” bagaimana seharusnya seorang pria berperilaku dalam kehidupan sehari-harinya (Harris, 1995, p. 14). Harris (1995, p.12) menyatakan bahwa terdapat 24 *male gender role messages* (peran *gender* pria), yang dibedakan antara peran *gender* pria tradisional / *classical male role* dan peran *gender* pria modern. Peran *gender* pria tradisional ditandai oleh kekuatan fisik, perilaku impulsif, memperlihatkan emosi marah, dan ikatan pria kuat. Sedangkan peran *gender* pria modern ditandai dengan keterampilan intelektual dan interpersonal, memiliki kedekatan emosional dengan perempuan, tidak mudah marah, kontrol terhadap perilaku rasional, dan ikatan laki-laki lemah (Harris, 1995, p.18). Dari ke-24 *male gender role* tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam 5 kategori utama, yaitu: *standard bearers*, *workers*, *lovers*, *bosses*, dan *rugged individuals* (Harris, 1995, p.55-153).

## Analisis Isi

Analisis isi adalah suatu metode untuk mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) yang tampak. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (*tren*) dari suatu isi pesan (Eriyanto, 2011, p.11). Menurut Eriyanto, ada tiga jenis pendekatan analisis isi (Eriyanto, 2011, p.47-53), yaitu:

- a. Analisis isi deskriptif: analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail (aspek-aspek dan karakteristik) dari suatu pesan, atau suatu teks tertentu.
- b. Analisis isi eksplanatif: analisis isi yang di dalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Analisis ini tidak hanya menggambarkan secara deskriptif isi suatu pesan tetapi juga mencoba mencari hubungan antarsisi pesan dan variabel lain.
- c. Analisis isi prediktif: analisis yang berusaha untuk memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Pada analisis ini data dari dua hasil penelitian (analisis isi dan metode lain), akan dihubungkan dan dicari keterkaitannya.

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisa komunikasi secara sistematis, obyektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer & Dominick, 2000:135). Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (*tren*) dari suatu isi pesan (Eriyanto, 2011, p.11). Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *24 male gender role messages* (peran *gender* pria) yang diklasifikasikan ke dalam 5 kategori utama, yaitu: *standard bearers*, *workers*, *lovers*, *bosses*, dan *rugged individuals* (Harris, 1995, p.55-153).

### Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah 28 film *superhero* produksi Marvel Studios. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah *male gender role* pada karakter tokoh utama *superhero* dalam film produksi Marvel Studios. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh film *superhero* yang telah diproduksi oleh Marvel Studios sejak tahun 2000-2013 (film yang dipilih adalah film yang pernah diputar di bioskop). Daftar film tersebut diambil dari situs resmi Marvel Studios (<http://marvel.com/movies/all>), dengan total sebanyak 28 film. Sampel pada penelitian ini diambil dari film *superhero* yang telah diproduksi Marvel Studios dari tahun 2000-2013 yang berjumlah 28 film.

### Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah dengan menggunakan distribusi frekuensi untuk mengetahui kemunculan frekuensi dari masing-masing kategori atau indikator, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kategori yang akan digunakan untuk analisis didasarkan pada rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, dan acuan tertentu. Sedangkan coding data dilakukan dengan menggunakan lembar kode (*coding sheet*) yang akan dibuat. Di sini peneliti dan seorang hakim / pembeding akan melakukan *pre-test* dengan mengkodekan sampel ke dalam kategorisasi, kemudian hasil pengkodekan tersebut akan dibandingkan dengan menggunakan rumus. Dalam penelitian ini, rumus yang akan digunakan untuk uji reliabilitas adalah rumus milik Ole R. Holsty, yaitu (Kriyantono, 2006, p.234-235):

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

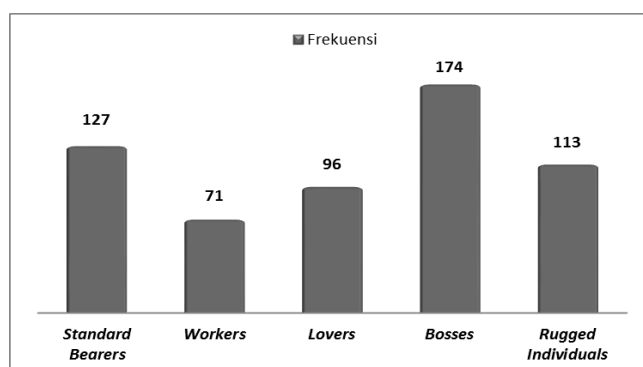
*CR* : *Coeficient Reliability*

*M* : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkodekan (hakim) dan peneliti

*N1, N2*: Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkodekan (hakim) dan Peneliti

Hasil perhitungan reliabilitas antar-coder (*coeficient reliability*), berkisar antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satupun yang disetujui oleh para *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna antara para *coder*. Makin tinggi angka, makin tinggi pula reliabilitasnya. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum adalah 0,7 atau 70%. Jika hasil perhitungan menunjukkan angka di atas 0,7, maka alat ukur adalah reliabel. Namun, jika hasil perhitungan di bawah 0,7 maka alat ukur (*coding sheet*) tidak reliabel (Eriyanto, 2011, p.290).

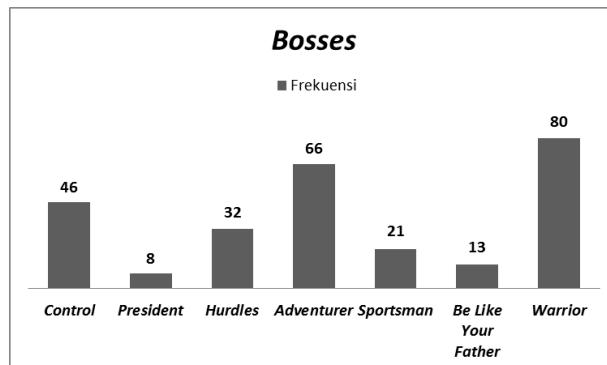
### Temuan Data



Gambar 1. *Male gender role* tokoh *superhero* dalam film produksi marvel studios

Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa dari 18 tokoh *superhero* yang dibahas dalam penelitian ini, variabel *bosses* memiliki frekuensi paling tinggi yaitu sebesar 174. Pada urutan kedua adalah variabel *standard bearers* dengan

frekuensi 127. Selanjutnya adalah variabel *rugged individuals* di urutan ketiga dengan frekuensi sebesar 113. Variabel *lovers* ada di urutan keempat dengan frekuensi sebesar 96. Dan yang terakhir adalah variabel *workers* dengan frekuensi sebesar 71. Variabel *bosses* yang menempati urutan frekuensi paling tinggi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karakter *superhero* yang tampil dalam film-film layar lebar produksi Marvel Studios memiliki karakter ini. Pria *bosses* selalu ingin mendaki ke puncak tertinggi. Bagi mereka, menjadi yang pertama adalah yang terpenting. Pria *bosses* cenderung memiliki perilaku kompetitif dengan orang lain (Harris, 1995, p.107).



Gambar 2. Indikator *bosses*

Dalam variabel *bosses* terdapat tujuh indikator yang mendukungnya, yaitu *control*, *president*, *hurdles*, *adventurer*, *sportsman*, *be like your father*, dan *warrior*. Yang paling banyak ditemukan pada tokoh-tokoh *superhero* yang diteliti adalah indikator *warrior*. Pria *warrior* adalah pria yang berani mengambil resiko untuk mati demi membuktikan diri dan mengidentifikasi dengan pahlawan perang. Pria *warrior* adalah pria berani, kuat, terkoordinasi dengan baik, dan tahu bagaimana untuk melawan dan mengambil bagian dalam petualangan heroik (Harris, 1995, p.130). Hal ini sesuai dengan pengertian karakter *bosses* yang menjelaskan bahwa mereka selalu ingin menjadi yang pertama dan terpenting dengan berani mati untuk membuktikan diri mereka. Karakter ini tergambar jelas pada tokoh-tokoh *superhero* dimana mereka berjuang dengan penuh keberanian melawan musuh-musuh mereka, dengan kekuatan yang mereka miliki, dengan strategi yang telah dirancang dengan baik, tentunya untuk melindungi orang-orang atau masyarakat yang mereka bela dan membuktikan diri pada masyarakat sebagai pahlawan perang. Pernyataan itu juga seperti yang dikemukakan oleh Harris, yaitu pria *warrior* berjuang untuk keadilan sosial, mereka adalah pelindung masyarakat (Harris, 1995, p.130).

## Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan temuan data di atas, peneliti melihat ada tiga karakter yang merepresentasikan tokoh *superhero* dalam film-film layar lebar produksi Marvel Studios, yaitu *bosses*, *standard bearers*, dan *rugged individuals*. Ketiga karakter tersebut tercermin dalam penggambaran tokoh *superhero* yang kuat, berani, melindungi warga masyarakat dari bahaya atau musuh, dan menjadi sosok pahlawan bagi masyarakat. *Superhero* selalu mempunyai misi dan mencoba untuk

melakukan kebaikan / hal-hal yang benar (Coogan & Rosenberg, 2013, p.3). Misi yang harus dilakukan oleh tokoh *superhero* biasanya digambarkan dengan munculnya bahaya atau musuh yang nantinya akan melawan tokoh *superhero* itu sendiri. Sebagian *superhero* digambarkan sebagai sosok yang memberikan harapan dan inspirasi, bisa menyelamatkan kita semua dari masa-masa gelap dan sulit (Ellis, 2013). Penggambaran yang paling jelas dalam teori ini adalah tokoh *superhero* Spider-Man yang dalam filmnya digambarkan sebagai pahlawan yang menyelamatkan masyarakat kota New York dari berbagai kriminalitas dan bahaya. Diceritakan dalam film tersebut, sosok Spider-Man menjadi ikon pelindung kota New York dan menjadi harapan bagi seluruh masyarakat.

Ditemukan juga bahwa dua karakter yang kurang direpresentasikan oleh tokoh *superhero* produksi Marvel Studios ini adalah *lovers* dan *workers*. Kedua indikator ini bisa dikatakan hanya menjadi pelengkap dalam setiap film *superhero* karena pada dasarnya setiap film *superhero* memiliki *genre action* yang mana akan lebih menonjolkan sisi kuat seorang pria dibandingkan sisi lembut / sensitif seorang pria.

Menurut Thompson & Zerbinos, ada kesempatan yang lebih besar bahwa anak, baik laki-laki dan perempuan, akan mengamati tindakan tokoh dan model utama, serta meniru perilaku mereka dalam film (Fischer, 2010, p.64). Menonton film dapat dikatakan sebagai salah satu proses sosialisasi dan pembentukan karakter yang terjadi pada anak-anak. Neil Postman dalam bukunya "The Disappearance of Childhood", menyebutkan bahwa sejak tahun 1950, televisi di Amerika telah menyiarkan program-program yang seragam dan anak-anak, sama seperti anggota masyarakat lainnya, menjadi korban gelombang visual yang ditunjukkan televisi, salah satunya melalui film (Postman, 1994, p.54). Meskipun karakter *bosses* dalam film *superhero* produksi Marvel Studios yang ditampilkan seringkali mengandung unsur kekerasan dalam menyelesaikan suatu misi / masalah, namun dengan adanya bimbingan dan pengawasan dari orang tua diharapkan anak-anak dapat mengambil sisi positifnya. Sebagai contoh, tidak mudah putus asa dalam menghadapi sebuah tantangan / masalah, berani mengambil resiko, tidak bertindak gegabah dengan merancang strategi yang baik, dan sebagainya. Hal inilah yang diharapkan dapat diimplementasikan oleh anak-anak dalam kehidupannya sehari-hari.

## Simpulan

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Marvel Studios menggambarkan *male gender role* (peran gender pria) sebagai seorang pria yang dapat mengendalikan orang lain, berani, suka mengambil resiko, rela berkorban demi orang lain, melindungi orang yang tidak bersalah, berjuang untuk keadilan dan menjadi panutan bagi orang lain. Selain itu, Marvel Studios berusaha untuk menggambarkan pria sebagai seorang yang suka menolong dan membantu sesamanya, terbukti dengan usaha *superhero* untuk menyelamatkan masyarakat atau dunia. Mereka mendahulukan kepentingan orang lain, dalam hal ini kepentingan masyarakat, sehingga mereka menjadi contoh / panutan yang baik



bagi masyarakat. Marvel Studios juga menggambarkan sosok pria sebagai pribadi yang tangguh, mandiri, dan berjuang untuk mencapai keinginan / cita-citanya.

Peneliti menyarankan agar penelitian ini dilanjutkan dengan menggunakan metode-metode lain, baik secara kualitatif maupun kuantitatif untuk mencari pengaruh, kepuasan, maupun penerimaan terhadap *male gender role* pada penonton. Dapat juga dilakukan analisis tekstual seperti wacana, atau semiotika untuk membuka lebih dalam tentang tanda dan simbol *male gender role* yang ada di dalam film-film Marvel Studios.

## Daftar Referensi

- Coogan, Peter & Rosenberg, Robin. S. (2013). *What Is a Superhero?*. New York: Oxford University Press 198.
- Ellis, Jessica. (n.d). *Why are Superhero Movies So Popular?*. Retrieved August 21, 2013. From <http://www.wisegeek.com/why-are-superhero-movies-so-popular.htm>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana.
- Fakih, Mansour. (2006). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fischer, Sabrina. (2010). *Powerful or Pretty: A Content Analysis of Gender Images in Children's Animated Films*. Retrived January 19, 2013 from Auburn University, Alabama site: <http://etd.auburn.edu/etd/bitstream/handle/.../ThesisSabrinaFischer.pdf>
- Harris, Ian M. (1995). *Messages Men Hear: Constructing Masculinities*. Bristol: Taylor & Francis Inc.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Marvel. (n.d). *About Marvel: Corporate Information*. Retrieved August 23, 2013. From <http://marvel.com/corporate/about/>
- *Marvel Cinematic Universe*. Retrieved August 23, 2013. From <http://marvel.com/movies/all>
- Moore, (1994). *A Passion For Differences*. Essay In Anthropology And Gender. Cambridge: Polity Press.
- Nugroho, Riant. (2008). *Gender dan Administrasi Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Postman, Neil. (1994). *The Disappearance of Childhood*. New York: Vintage Books, Inc.
- Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homarian Pustaka.
- Sasongko, Agung. (August, 2010). *Waspadai, Film Superhero Juga Beri Contoh Buruk Pada Anak*. Retrieved August 24, 2013. From <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/parenting/10/08/17/130357-waspadai-film-superhero-juga-beri-contoh-buruk-pada-anak>
- Tanis, Nicholas. (2012). *Sinema / Movie / Motion Picture / Film*. Retrieved August 20, 2013. From <http://www.scribd.com/doc/92872015/About-Film-Layar-Lebar>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2000). *Mass Media Research: An Introduction* (6<sup>th</sup> ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.



Winterbach, Hougaard. (2006). *Heroes And Superheroes: From Myth To The American Comic Book*. Retrieved August 20, 2013. From <http://repository.up.ac.za/handle/2263/10798>

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.