



Stereotip Gender dari Sebuah Barbie dalam Film Barbie 2023

Bara Apta¹, Ade Kusuma²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: barapta25@gmail.com, ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id

| Article Info | Abstract |
|---|---|
| Article History Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-02 Keywords: <i>Stereotype;</i> <i>Gender;</i> <i>Stuart Hall.</i> | Women are often considered as companions who only fulfill the needs of men, and are often seen as figures who do not have physical strength, are weak, and tend to be emotional. Over time, more and more women are starting to develop their thinking and want gender equality, even more than men. In 2023, the Barbie Live Action film appeared with the characters Barbie and Ken which ultimately gave rise to stereotypes that were formed because of the depiction of the characters in the film. Stereotypes will continue to develop as time changes and continue to remain as standards of beauty for both men and women. This raises a problem formulation, namely how the audience accepts the Barbie stereotype in the Barbie film (2023). The purpose of this study was to determine the reception of the Barbie audience (2023) to the stereotypes that are attached to the characters Barbie and Ken in the Barbie film (2023) using Stuart Hall's reception analysis. |
| Artikel Info | Abstrak |
| Sejarah Artikel Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-02 Kata kunci: <i>Stereotip;</i> <i>Gender;</i> <i>Stuart Hall.</i> | Perempuan seringkali dianggap sebagai pendamping yang hanya memenuhi kebutuhan laki-laki, dan sering kali dipandang sebagai sosok yang tidak memiliki kekuatan fisik, lemah, dan cenderung emosional. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak perempuan yang mulai mengembangkan pemikiran mereka dan menginginkan kesetaraan gender, bahkan lebih dari laki-laki. Pada tahun 2023, muncul film Barbie <i>Live Action</i> dengan karakter Barbie dan Ken yang pada akhirnya menimbulkan stereotip yang terbentuk karena penggambaran karakter dalam film tersebut. Stereotip akan terus berkembang seiring berubahnya masa ke masa dan terus membekas sebagai standar kecantikan pria maupun wanita. Hal ini memunculkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana penerimaan audience terhadap stereotipikal Barbie di film Barbie (2023). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi penonton Barbie (2023) terhadap stereotip yang melekat pada karakter Barbie dan Ken di Film Barbie (2023) menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. |

I. PENDAHULUAN

Stereotip gender merupakan fenomena yang melibatkan pandangan seseorang bahwa perempuan merupakan salah satu dari dua jenis gender yang ada di masyarakat, yang secara umum dianggap memiliki perbedaan fisik dan non-fisik dengan laki-laki, membuat laki-laki menjadi dominan di berbagai sektor. Perempuan seringkali dianggap sebagai pendamping yang hanya memenuhi kebutuhan laki-laki, dan sering kali dipandang sebagai sosok yang tidak memiliki kekuatan fisik, lemah, dan cenderung emosional. Perempuan sering kali hanya dianggap cocok untuk melakukan tugas ringan seperti mengurus rumah tangga dan mengasuh anak (Maryanta, 2011). Seiring berjalannya waktu, semakin banyak perempuan yang mulai mengembangkan pemikiran mereka dan menginginkan kesetaraan gender, bahkan lebih dari laki-laki. Namun, perjalanan menuju kesetaraan gender tidaklah

mudah, dan sering kali dihadapi dengan berbagai tantangan, termasuk penolakan atau resistensi dari laki-laki yang masih terikat dengan konsep gender stereotip yang masih melekat. Tantangan semacam ini masih banyak dihadapi di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Pernyataan tersebut semakin diperkuat dengan adanya stereotip wanita yang terbentuk dari representasi sebuah boneka Barbie dengan gender perempuan (Pertwi, 2023).

Barbie merupakan sebuah boneka yang di ciptakan di Amerika Serikat yang merupakan salah satu produk dari Perusahaan Mattel pada tahun 1959. Boneka Barbie diproduksi pertama kali pada tanggal 9 Maret 1959 dan sekaligus menetapkan hari itu sebagai ulang tahun boneka Barbie. Pada tahun 2023, muncul film Barbie *Live Action* sebagai wujud film Barbie pertama kali setelah beberapa kali film Barbie hanya muncul dalam bentuk animasi saja. Pada Film Barbie

(2023), karakter Barbie dan Ken digambarkan sebagai sosok wanita dan pria dewasa yang memiliki paras menawan. Stereotip karakter boneka Barbie digambarkan sebagai karakter yang memiliki rambut panjang berwarna pirang, selalu tersenyum, memiliki kulit yang bagus dan berbadan langsing. Hal ini juga digambarkan pada karakter pendamping yang bernama Ken, sosok pria pasangan Barbie yang memiliki paras tampan dan tubuh kekarnya serta memiliki karakter tegas. Barbie tidak hanya menjadi sebuah gambaran dari sebuah boneka saja, karakter Barbie dan Ken secara tidak langsung menciptakan sebuah identitas gender (Thorn, 2004).

Barbie merupakan sebuah boneka yang menjadi sarana imajinatif para kalangan perempuan remaja untuk mewujudkan pemikiran fantasi yang sangat luas dan diwujudkan dalam bentuk boneka mainan (Mary, 2009). Barbie merupakan bagian dari budaya populer dunia dengan penggemar setia yang antusias, karakter Barbie yang biasa terlihat sering tergambarkan sebagai wanita dewasa yang tampil dengan mengenakan high heels serta rambut panjang terurai menciptakan sebuah gambaran wanita ideal seperti karakter Barbie (Pohan, 2024). Barbie pada akhirnya menimbulkan stereotip yang terbentuk karena penggambaran karakter dalam film tersebut. Stereotip merupakan gambaran mentah tentang kelompok sosial atau individu yang dimiliki oleh setiap orang. Stereotip juga merupakan bagian dari proses kognitif manusia yang dapat digunakan untuk menyederhanakan dunia yang kompleks (Allport dalam Zuma, 2014). Barbie menjadi salah satu mainan yang paling ikonik di dunia dan telah lama menjadi simbol kontroversial dalam perdebatan tentang stereotip gender. Sejak diluncurkan pertama kali oleh Mattel pada tahun 1959, Barbie sering dikritik karena mempromosikan standar kecantikan yang tidak realistis dan memperkuat stereotip tradisional tentang perempuan.

Norton (2014) mengatakan bahwa memainkan boneka Barbie dapat mempengaruhi persepsi anak-anak perempuan terhadap tubuh mereka sendiri dan dapat mempersempit pandangan mereka tentang apa yang bisa dicapai oleh perempuan. Selain itu, Rogers (1999) dalam bukunya *Barbie Culture* mengungkapkan bahwa Barbie tidak hanya menjadi representasi dari cita-cita fisik yang tidak mungkin tercapai tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang menekankan pentingnya penampilan dan kecantikan. Barbie berkembang terus menerus

dengan memperkenalkan berbagai jenis tubuh, warna kulit, dan profesi (Gurrieri & Drenten, 2019).

Barbie bukan hanya sekadar boneka atau film, melainkan telah menjadi sebuah ikon global yang dapat memikat para penggemarnya, pada dasarnya Barbie bukan hanya sekadar boneka mainan biasa, keberadaannya yang telah bertahan lebih dari enam dekade tidak hanya bergantung pada penampilan fisiknya yang menarik dengan warna merah muda cerah yang memukau pada akhirnya hidup abadi menjadi sebuah ikon global yang terus bertahan (Republika.com, 2023). Barbie yang merupakan simbol budaya populer global bisa tetap eksis karena memiliki daya tarik luar biasa yang bisa memikat para penggemarnya dan menimbulkan sikap yang setia. Meskipun zaman terus berubah dan muncul generasi baru yang merupakan bagian dari era internet, pesona Barbie tidak pernah pudar dan justru akan terus berkembang dengan menyesuaikan jamannya.

Dengan penampilan yang dibawakan oleh karakter pada film Barbie pada akhirnya menimbulkan stereotip yang terbentuk karena penggambaran karakter dalam film tersebut. Stereotip merupakan gambaran mentah tentang kelompok sosial atau individu yang dimiliki oleh setiap orang. Stereotip juga merupakan bagian dari proses kognitif manusia yang dapat digunakan untuk menyederhanakan dunia yang kompleks (Allport dalam Zuma, 2014). Stereotip yang menempel pada serial Barbie pada akhirnya melekat dan membentuk standar baru yang secara tidak langsung terbentuk oleh media, pernyataan ini diperkuat dengan konstruksi yang dibangun di sebagian besar karakter utama dalam beberapa judul animasi serial Barbie selalu digambarkan dengan konsep kesempurnaan yang dibentuk oleh pembuat boneka dan juga keinginan sutradara.

Identitas Gender merupakan keseluruhan konsep tentang diri seseorang, yang dibentuk di masa kini dan memiliki dasar (Weinreich & Saunderson, 2003). Pada dasarnya, deskripsi cantik merupakan hal yang cenderung relatif dan memiliki standart yang berbeda bagi setiap individu, faktor kecantikan juga tidak memiliki dasar paten untuk menjadi acuan, dikarenakan dasar stereotip kecantikan dalam berbagai negara juga dipengaruhi oleh latar belakang budaya, suku, dan juga ras dimana tempat seseorang tinggal. Contohnya di dalam buku karya Naomi Wolf yang berjudul "The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against

Women", Naomi Wolf membahas mitos kecantikan yang digunakan sebagai senjata politik untuk menghambat kemajuan kaum perempuan. Wolf mengawali bukunya dengan menunjukkan bahwa selama ini perempuan-perempuan kulit hitam, kulit cokelat, maupun kulit putih di Amerika berhadapan dengan mitos kecantikan untuk menjadi perempuan yang sempurna yaitu memiliki tubuh tinggi, langsing, putih, dan berambut pirang. Kulit wajah mereka tidak boleh memiliki cacat sedikit pun dan lingkaran pinggang mereka haruslah sekecil betul ukurannya. Wolf menyamakan mitos kecantikan di era modern seperti alat penyiksaan bernama "Iron Maiden" atau konsep feminine mystique dari Betty Friedan yang awalnya dikira sudah tak mungkin terjadi lagi. Sayangnya, berkat iklan di media massa, mitos kecantikan yang sudah disuntikkan pola pikir dengan konsep patriarki terus-menerus direproduksi.

Standar kecantikan juga dapat dibentuk oleh media dan menciptakan konstruksi stereotip yang sempurna dan indah tetapi tidak dapat dicapai dalam realitas (Levine dalam Indriastuti, 2017). Menurut Ball (2012) Stereotip akan terus berkembang seiring berubahnya masa ke masa dan terus membekas sebagai standar kecantikan pria maupun wanita, seperti pada Film Barbie (2023), film yang pada awalnya dibuat untuk hiburan semata, namun tetap tidak terlepas dari stereotip yang terbentuk dari aktor pemeran karakter yang ada pada Film Barbie (2023) tersebut. Karakter yang tergambar dari latar belakang terbentuknya Barbie dan berbagai karakter pendukungnya, terbawa hingga mencakup seluruh serial Barbie baik versi animasi ataupun Live Actionnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan menerapkan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Paradigma konstruktivisme merupakan pandangan yang hampir bertentangan dengan gagasan yang menekankan observasi dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau pengetahuan. Paradigma konstruktivisme adalah sudut pandang dalam kerangka sosiokultural. Menurut paradigma ini, identitas suatu objek terbentuk melalui cara kita berbicara tentang objek tersebut, bahasa yang kita gunakan untuk menyatakan konsep kita, dan bagaimana kelompok sosial menyesuaikan diri dengan pengalaman umum mereka. Sebagai penelitian yang berfokus pada studi khalayak, penelitian ini berupaya mengungkapkan interpretasi mengenai

teori dari Stuart Hall yang menjadi panduan dan acuan utama dalam penelitian terhadap interpretasi khalayak. Analisis resepsi memandang bahwa audiens memiliki kemampuan untuk secara selektif mengartikan dan memilih makna dari sebuah pesan yang disampaikan melalui media dan bergantung pada kedudukan sosial dan latar budaya yang mereka miliki (Bertrand & Hughes, 2005:39).

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik Analisis Resepsi, dimana data akan disesuaikan dengan pendekatan yang digunakan oleh Stuart Hall, yakni, melakukan penelitian dari berbagai aspek. Data ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan audience yang telah melihat dan memahami Film Barbie (2023). Menurut Jensen dalam Ardila (2020) Analisis resepsi ini melibatkan tiga elemen utama, yaitu :

1. Menghimpun Data

Menghimpun informasi dari informan melalui wawancara mendalam secara individu atau tatap muka. Wawancara tersebut dilakukan untuk mengungkapkan bagaimana suatu pesan dalam media tertentu merangsang perspektif audiensnya.

2. Proses Analisis

Menganalisis temuan dari wawancara mendalam. Setelah melaksanakan wawancara mendalam, peneliti kemudian mengevaluasi tahapan-tahapan wawancara tersebut, termasuk transkripsi dari isi wawancara.

3. Interpretasi Data Resepsi

Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman audience setelah melihat film Barbie (2023).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Stereotip gender merupakan sebuah pemaknaan oleh individu terhadap suatu gender yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari lingkungan, negara, agama, budaya, dan sebagainya. Berbagai dampak ditimbulkan dengan adanya stereotip gender tersebut, mulai dari dampak positif, maupun negatifnya. Stereotip gender dapat memiliki dampak yang kompleks terhadap individu dan masyarakat secara luas. Dari sudut pandang positif, stereotip gender dapat membantu individu memahami peran dan ekspektasi yang diharapkan berdasarkan jenis kelamin mereka. Hal tersebut dapat memberikan rasa identitas dan orientasi sosial yang penting dalam membentuk identitas gender seseorang. Eagly dan Wood (2016) menyebutkan bahwa stereotip gender dapat memfasilitasi komunikasi dan koordinasi sosial,

serta memberikan prediksi tentang perilaku orang lain dalam situasi tertentu. Di sisi negatif, stereotip gender dapat membatasi potensi individu dan menciptakan ketidakadilan yang dibatasi oleh pengelompokan berdasarkan jenis kelamin. Stereotip tentang peran dan sifat yang dikatakan lebih cocok bagi jenis kelamin tertentu dapat memengaruhi dan mempersempit pilihan karir, hobi, dan minat seseorang. Hal ini dapat menghambat perkembangan individu, terutama di bidang yang dianggap tidak sesuai dengan stereotip gender yang ada. Wong dan Rochlen (2005) menyebutkan bahwa stereotip gender dapat membatasi kemungkinan pengembangan individu dalam memilih karir dan mempengaruhi persepsi diri seseorang. Boneka Barbie yang merupakan boneka produksi asal dari perusahaan Mattel pun menjadi sebuah boneka yang menggambarkan sebuah stereotipikal dari perempuan. Stereotipikal dalam boneka Barbie digambarkan dengan berbagai atribut yang mencerminkan norma dan ekspektasi gender tradisional. Barbie, yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1959, sering digambarkan sebagai sosok dengan tubuh yang sangat ramping, tinggi, dan ideal menurut standar kecantikan konvensional Barat. Boneka ini biasanya memiliki rambut panjang, wajah cantik, dan busana yang modis, seringkali mengenakan pakaian glamor yang mencerminkan peran feminin tradisional seperti putri, model, atau bintang pop. Selain itu, peran yang dimainkan Barbie dalam berbagai edisi bonekanya sering kali mencerminkan stereotip gender tentang pekerjaan dan aktivitas yang "sesuai" untuk perempuan. Barbie telah sering digambarkan dalam profesi seperti perawat, guru, atau penari balet, yang semuanya secara tradisional dikaitkan dengan perempuan. Meskipun ada beberapa edisi yang mencoba menunjukkan Barbie dalam peran yang lebih beragam seperti dokter, ilmuwan, atau insinyur, representasi ini masih jarang dan sering dianggap sebagai pengecualian daripada aturan.

1. Pergeseran Stereotip Perempuan dalam Film Barbie

Film Barbie yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2023, telah mendapat perhatian luas karena usahanya dalam mendobrak dan mendefinisikan stereotip perempuan yang telah lama melekat pada boneka Barbie. Naomi Wolf dalam bukunya "The Beauty Myth" menyatakan bahwa Barbie menjadi ikon kecantikan yang semakin memperkuat standar kecantikan yang semakin tidak

realistis yang pada akhirnya menjadi sebuah kontrol sosial yang dibentuk oleh media dan semakin mengekang kebebasan perempuan. Selama beberapa dekade, karakter Barbie sering dikritik karena mempromosikan standar kecantikan yang sempit dan peran gender yang tradisional.

Anak-anak perempuan yang bermain dengan boneka Barbie lebih mungkin untuk mengadopsi dan menerapkan harapan terkait kecantikan dengan badan yang kurus merupakan proporsi ideal untuk seorang perempuan (Anschutz & Engels, 2010). Film *Killing Us softly* karya Jean Kilbourne memperkuat pandangan bahwa media dan boneka Barbie semakin merusak citra diri seorang perempuan muda dan meninggikan stereotip fisik sempurna untuk seorang wanita (Kilbourne, 2010). Film *Barbie 2023* mencoba untuk mengatasi kritik ini dengan memperkenalkan karakter dan narasi yang lebih beragam dan kompleks.

Menurut Tiggeman & Slatter (2014), ada beberapa dampak negatif yang bisa ditimbulkan dari sebuah stereotip yang telah dibentuk oleh media, yaitu:

- a) Munculnya rasa ketidakpercayaan diri yang diakibatkan oleh adanya standar kecantikan sempit dan tidak realistis, hal ini dapat mempengaruhi pola pikir dan penurunan rasa kepercayaan seseorang atas bentuk tubuh yang dimilikinya.
- b) Adanya sikap yang menunjukkan penurunan harga diri, hal ini dikarenakan seseorang dapat merasa tidak puas dan menyebabkan rasa penurunan harga diri dikarenakan tidak mampu memenuhi standar kecantikan tersebut.
- c) Terciptanya sebuah diskriminasi, hal ini dapat muncul dikarenakan seseorang dapat dengan mudah melakukan marginalisasi kepada individu yang tidak memiliki tubuh ideal yang sesuai dengan citra kecantikan yang telah berkembang di kehidupan sosial.

Stereotip gender telah berkembang secara signifikan dari waktu ke waktu, dipengaruhi oleh perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Pada zaman terdahulu, peran gender didasarkan pada kebutuhan praktis dengan laki-laki sebagai kepala rumah tangga, sementara perempuan mengurus rumah dan anak-anak. Pengaruh agama dan budaya juga memperkuat peran tradisional ini sering kali membatasi perempuan pada lingkup

domestik. Stereotip gender tetap kaku dari masa ke masa, meskipun ada beberapa perubahan di mana perempuan mulai terlibat dalam beberapa pekerjaan. Barbie yang mulai digambarkan dalam bentuk keragaman adalah bentuk pergeseran stereotip perempuan yang selalu melekat pada boneka Barbie, hal ini ditampilkan dalam film Barbie 2023, bahwa terdapat beragam warna kulit, pekerjaan, dan warna rambut yang dapat dimiliki oleh wanita diluar sana tanpa lagi berfokus pada Barbie kuno yang pertama kali dibuat. Hal tersebut menjadi salah satu upaya mendobrak stereotip perempuan yang terus membatasi kehidupan dan karir mereka, upaya mendobrak stereotip tersebut sering kali disebut sebagai upaya feminisme, karena terus menampilkan bagaimana perempuan dapat bertindak lebih jauh dari apa yang telah di identikkan dengan diri mereka selama ini.

Gerakan feminisme tersebut kemudian hadir dan memperjuangkan hak untuk memilih dan memiliki kehidupan yang lebih fleksibel, memulai perubahan dalam stereotip gender. Feminisme yang terjadi berfokus pada hak-hak dasar seperti hak atas kesetaraan, hal ini semakin berkembang dan mematahkan sifat patriarki sesuai dengan buku "The Feminine Mystique" karya Betty Friedan yang mengkritik peran perempuan dalam kehidupan. Oleh karena itu, representasi perempuan dalam media mulai mengalami perubahan signifikan. Selain itu, platform media sosial mulai memungkinkan perempuan untuk membagikan pengalaman mereka dan juga menantang stereotip kuno dan tidak relevan tersebut. Meskipun kemajuan telah dibuat, tantangan dalam mengatasi stereotip gender masih ada, tetapi perkembangan ini menunjukkan langkah-langkah signifikan menuju kesetaraan dan inklusivitas yang lebih besar dalam masyarakat.

Stereotip gender semakin diperkuat dengan adanya sebuah kapitalisme media yang terus memainkan peran signifikan dalam membentuk dan memperkuat stereotip gender. Media sebagai bagian pendukung dari sistem kapitalis, sering kali menciptakan dan mempertahankan citra tertentu tentang gender untuk mencapai tujuan komersial. Media menunjukkan bagaimana budaya kapitalisme media mempengaruhi representasi suatu gender, media sering kali mempromosikan narasi pengetahuan yang dangkal dan yang sebenarnya masih

membingkai perempuan dalam konteks konsumsi dan penampilan fisik (Gill, 2026). Berikut adalah beberapa cara bagaimana kapitalisme media mempengaruhi stereotip gender:

a) Eksploitasi Citra Tubuh Seseorang

Media sering menampilkan standar kecantikan dan penampilan yang sempit dan tidak realistis, yang utamanya menekankan pada tubuh kurus, kulit cerah, dan fitur wajah yang sempurna, hal tersebut dapat menyebabkan gangguan citra tubuh dan ketidakpuasan terhadap beberapa pihak serta memperkuat stereotip bahwa nilai seorang perempuan terletak pada penampilannya.

b) Menampilkan Peran Kuno Suatu Gender

Media sering kali menggambarkan perempuan dalam peran domestik, seperti mengurus rumah tangga dan anak-anak, sementara itu laki-laki ditampilkan sebagai penyedia dan pemimpin. Dalam film action masih banyak tokoh laki-laki yang aktif memerankan sebagai karakter yang tangguh dan pintar. Menurut Davis (2014), perempuan sering kali kurang terwakili di layar dan ketika mereka muncul, mereka sering kali digambarkan dalam peran yang sempit dan stereotipikal.

c) Representasi Stereotip dalam Tayangan Hiburan

Film, televisi, dan video game sering kali menggambarkan sebuah karakter perempuan yang stereotipikal, seperti tokoh utama pria yang heroik dengan perempuan sebagai pendamping yang lemah atau memerlukan penyelamatan. Hal tersebut dapat memperkuat pandangan bahwa laki-laki adalah aktif dan kuat, sementara perempuan adalah pasif dan bergantung. (Lauzen & Horan, 2008).

Boneka Barbie telah menjadi ikon budaya yang kontroversial sejak diperkenalkan pada tahun 1959, boneka tersebut memiliki pengaruh terhadap karakter dan gaya hidup anak perempuan telah banyak diperdebatkan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Barbie dapat memengaruhi persepsi anak perempuan tentang tubuh dan identitas mereka. Misalnya, penelitian oleh Dittmar, Halliwell, dan Ive (2006) menemukan bahwa kecenderungan bermain boneka Barbie dapat mengurangi kepuasan tubuh di antara anak perempuan usia lima hingga delapan tahun .

Hal ini disebabkan oleh standar kecantikan yang tidak realistis yang dipromosikan oleh rofes Barbie.

Gaya hidup anak perempuan pecinta Barbie sering kali dipengaruhi oleh estetika dan narasi yang kuat terkait dengan boneka tersebut. Anak-anak ini biasanya menyukai pakaian berwarna cerah, terutama merah muda, dan aksesoris modis yang mencerminkan gaya khas Barbie. Selain itu, permainan dengan Barbie mendorong kreativitas dan imajinasi yang dimana anak-anak dapat menciptakan berbagai rofessi permainan yang melibatkan petualangan, kehidupan sehari-hari, dan interaksi sosial yang kompleks. Melalui boneka ini, mereka juga sering terinspirasi untuk memiliki mimpi karir yang luas, mengikuti berbagai peran rofessional yang ditampilkan oleh Barbie, seperti dokter, ilmuwan, atau astronot. Media penayangan terkait dengan Barbie seperti film dan acara TV dapat memperluas dunia imajinatif mereka dan memperkenalkan nilai-nilai seperti persahabatan, keberanian, dan kemandirian. Koleksi boneka dan aksesoris Barbie juga mencerminkan budaya koleksi, dimana anak-anak dapat belajar mengorganisasi dan merawat barang-barang mereka. Selain itu, bermain dengan Barbie sering menjadi kegiatan sosial, memungkinkan anak-anak berinteraksi dan bekerja sama dengan teman-teman mereka yang pada akhirnya membantu dalam pengembangan keterampilan sosial mereka. Kesadaran akan mode dan tren terkini juga menjadi meningkat, karena Barbie sering diperbarui dengan gaya dan pakaian terbaru yang dapat membuat anak-anak ini mengikuti tren mode baik dalam permainan maupun kehidupan nyata.

Sherman & Zurbriggen (2014) mengungkapkan bahwa bermain dengan boneka Barbie dapat mempersempit pandangan anak perempuan tentang pilihan karir mereka di masa depan dibandingkan dengan bermain dengan boneka yang lebih realistis. Barbie sering kali digambarkan dalam berbagai profesi, tetapi dengan penekanan yang kuat pada penampilan fisik, yang dapat membentuk harapan dan aspirasi yang tidak realistis di kalangan anak perempuan. Di sisi lain perusahaan Mattel produsen Barbie menyatakan telah berusaha untuk memperkenalkan lebih banyak variasi dalam penampilan dan profesi Barbie untuk mencerminkan keragaman dan memberdayakan

anak perempuan dengan pesan bahwa mereka dapat menjadi apa pun yang mereka inginkan. Meski demikian, dampak jangka panjang dari perubahan ini terhadap persepsi dan gaya hidup anak perempuan masih perlu penelitian lebih lanjut untuk dapat dipahami secara menyeluruh.

Kemudian, film Barbie 2023 membawa perubahan signifikan dalam representasi perempuan dibandingkan dengan stereotip yang telah lama dikaitkan dengan boneka Barbie. Sebelumnya, Barbie sering dianggap sebagai simbol kecantikan yang sempit, kaku, dan tidak realistis dengan fokus pada penampilan fisik yang sempurna dan gaya hidup glamor. Namun, film Barbie 2023 berusaha mendobrak stereotip ini dengan memperkenalkan adanya karakter-karakter perempuan yang lebih beragam. Film ini menampilkan perempuan dengan berbagai latar belakang, profesi, dan kepribadian yang tidak hanya mengandalkan penampilan fisik tetapi juga kekuatan, kecerdasan, dan kemandirian. Dampaknya, film ini membantu memperluas pemahaman tentang apa artinya menjadi perempuan dan mempromosikan pesan bahwa perempuan dapat memilih jalannya sendiri tanpa harus terikat oleh standar kecantikan tradisional. Hal ini dapat memberi inspirasi kepada anak-anak perempuan untuk melihat diri mereka dalam peran yang lebih beragam dan memberdayakan, serta mengurangi tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang tidak realistis. Film ini juga dinilai mendorong pembahasan yang lebih luas tentang kesetaraan gender dan pentingnya representasi yang inklusif di media sehingga timbul keberagaman yang dinilai setara.

Di dalam film Barbie 2023 juga telah menimbulkan berbagai dampak positif dan negatif. Dampak positif utama yang diidentifikasi adalah representasi gender yang lebih beragam. Film ini berhasil menampilkan perempuan dalam berbagai profesi dan peran yang kuat, yang dapat memberdayakan anak perempuan dan memperluas pemahaman mereka tentang pilihan karir dan identitas diri. Menurut salah satu narasumber, film ini membantu mendobrak stereotip tradisional yang sempit tentang kecantikan dan peran setiap gender, beberapa informan juga mengatakan adanya pengaruh perubahan perilaku setelah menonton film Barbie 2023, namun ada juga yang mengatakan bahwa film

ini tidak memengaruhi kehidupan dari penonton tersebut. Beberapa informan menyebutkan dengan adanya usaha dalam mendobrak stereotip gender yang telah ada, film Barbie 2023 berhasil membuat penontonnya menjadi lebih percaya diri dan mencintai dirinya apa adanya.

Namun, ada juga dampak negatif yang disebutkan oleh para informan, salah satu informan menyebutkan bahwa Barbie ternyata sangat stereotip sehingga dapat membuat salah satu informan menjadi tidak menyukai sifat dari karakter tersebut, ia juga menyebutkan bahwa karakter pria dalam film tersebut tidak memiliki jati diri yang teguh, sehingga terkesan hanya menuruti apa yang dikatakan oleh tokoh perempuan dalam film tersebut. Meskipun ada upaya untuk mengubah narasi, Barbie masih bisa memperkuat norma-norma konsumsi dan penampilan fisik yang problematis, karena merek tersebut tetap terikat pada estetika komersial yang menarik.

2. Penerimaan Audience Terhadap Stereotipikal Barbie di Film Barbie 2023

Terdapat delapan informan yang menyebutkan pendapat mereka tentang stereotip gender dalam film Barbie 2023. Berikut merupakan pengelompokan informan berdasarkan hasil wawancara.

Tabel 1. Pengelompokan Informan

| No | Inisial | Dominant | Negotiated | Opposite |
|----|---------|----------|------------|----------|
| 1 | AL | ✓ | | |
| 2 | MN | ✓ | | |
| 3 | DM | ✓ | | |
| 4 | JP | ✓ | | |
| 5 | WK | | ✓ | |
| 6 | RY | ✓ | | |
| 7 | SP | | | ✓ |
| 8 | MN | | | ✓ |

a) Dominant Hegemonic Position

Informan yang masuk ke dalam kategori dominant hegemonic position ialah seseorang yang menganggap bahwa film Barbie 2023 identik dengan stereotipikal suatu gender dan dapat menyebutkan contoh gambaran di dalam film tersebut. Berdasarkan hasil dari wawancara secara mendalam, peneliti temukan adanya 5 narasumber yang berada di posisi hegemoni dominan, penerimaan dari penonton lebih banyak mengarah pada

dominant hegemonic position, yaitu informan yang menerima pesan stereotipikal Barbie yang ditampilkan dalam film Barbie 2023 dengan banyaknya adegan yang menunjukkan bahwa tokoh karakter dalam film tersebut merupakan karakter yang membawakan stereotip gender yang bersumber dari sebuah boneka mainan anak-anak bernama Barbie. Di film ini menampilkan bahwa seorang perempuan haruslah memiliki badan yang ideal, kaki yang jenjang, kulit yang terawat, dan berpakaian dengan warna mencolok seperti pink. Hal tersebut menunjukkan adanya pembatasan dan mendefinisikan peran serta perilaku perempuan dalam masyarakat yang bersumber dari sebuah stereotip yang dibentuk oleh media (Douglas, 2010).

b) Negotiated Hegemonic Position

Informan yang masuk dalam kategori negotiated position adalah yang menerima adanya pesan stereotipikal suatu gender di dalam film Barbie 2023, tetapi memiliki berbagai sudut pandang dalam memaknainya, seperti disaat alur cerita dalam film ini mulai melibatkan bentuk fisik dari pemeran utama, informan menerima adanya pesan tersebut tetapi tidak sepenuhnya menganggap bahwa hal tersebut merupakan pesan utama dari film tersebut, terdapat satu informan yang masuk ke dalam kategori negotiated hegemonic position ini, ia mengatakan bahwa film ini memang adanya pesan terhadap stereotipikal suatu gender, namun ia menyebutkan bahwa hal tersebut bukan lah pesan utama dari film yang disajikan. Dalam kasus Barbie 2023, penonton yang berada dalam negotiated position mungkin melihat film ini sebagai langkah positif menuju representasi perempuan yang lebih inklusif, tetapi mereka juga menyadari dan mengkritik batasan-batasan yang masih ada, seperti pengaruh komersial dan citra fisik yang ideal. Mereka mengapresiasi usaha film untuk mendobrak stereotip gender sambil tetap mempertahankan pandangan kritis terhadap elemen yang masih melekat seperti sebuah tokoh yang stereotipikal.

c) Oppositional Hegemonic Position

Informan yang berada dalam posisi Oppositional Hegemonic adalah audiens

yang mengkritik dan menolak pesan utama film meskipun mereka memahami makna yang ingin disampaikan. Informan tersebut mengatakan bahwa adanya gambaran stereotipikal perempuan dalam film ini, karena merasa bahwa meskipun ada upaya untuk menunjukkan keberagaman, film ini tetap terjebak dalam estetika komersial dan standar kecantikan yang tidak realistis dan digambarkan dalam bentuk penokohan karakter dalam film tersebut. Informan tersebut justru mengatakan bahwa dalam film *Barbie 2023* terdapat upaya penentangan terhadap stereotip yang telah berkembang selama ini berdasarkan trend dari sebuah boneka pasif yang selalu digambarkan sebagai sosok kecantikan sempurna dan karakter idaman para wanita (kilbourne, 2010).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Stereotip suatu gender terus berkembang seiring berkembangnya zaman dan memiliki sumber dan sebab yang beragam. Stereotip gender merupakan asumsi yang terlalu membatasi dan sering kali berlebihan mengenai karakteristik, peran, atau perilaku yang dianggap sesuai untuk laki-laki atau perempuan berdasarkan jenis kelamin mereka. Tidak sedikit pula dijumpai bahwa stereotip gender yang kita ketahui saat ini bersumber dari ajaran orang tua, pengaruh dari lingkungan, dan adat dalam suatu budaya. Stereotipikal merujuk pada penggunaan stereotip berupa gambaran atau pandangan yang disederhanakan dan seringkali salah tentang sekelompok orang atau sesuatu. Istilah ini sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu atau kelompok diperlakukan atau digambarkan berdasarkan asumsi umum yang tidak selalu akurat atau adil. Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil yang ditemui berdasarkan *frame of reference* (pengetahuan) dan *field of experience* (pengalaman) yang berbeda-beda dari penerimaan terhadap stereotipikal *Barbie* di film *Barbie 2023*. Ada 3 kategori audiens :

1. *Dominant Hegemonic Position* atau posisi hegemoni dominan yaitu audiens yang setuju dan menerima bahwa adanya stereotipikal suatu gender yang ada di dalam film *Barbie 2023* untuk menunjukkan karakter perempuan feminis

melalui gaya hidup dan berpenampilan di film tersebut. Hal tersebut dilihat berdasarkan pengalaman dan pengetahuan audiens mengenai konsep dari stereotip gender yang telah mereka ketahui.

2. *Negotiated position*, yaitu audiens yang menerima bahwa film *Barbie 2023* berkaitan erat dengan stereotip gender yang ditunjukkan melalui adegan dan karakter dari setiap tokoh, tapi ada tujuan lain yang hendak dicapai dari apa yang ditampilkannya berkaitan dengan stereotipikal yang terus berkembang dan ditampilkannya melalui media. Hal tersebut membuat kebingungan pada informan terkait hal yang ditampilkan cenderung setengah-setengah dan membuat audiens tidak sepenuhnya setuju dengan permasalahan yang diangkat.
3. *Oppositional Position*, yaitu audiens yang memiliki pemahaman yang berbeda dengan topik yang diangkat dalam film *Barbie 2023* dan cenderung tidak setuju dengan konsep terkait identiknya stereotip gender yang menjadi permasalahan utama dalam film tersebut. Audiens yang masuk dalam kategori ini merasa bahwa film ini hanya menampilkan permasalahan bentuk tubuh yang ditampilkan oleh karakter utama yang menjadi standar yang masih digunakan oleh media dalam pembuatan film tersebut agar menjadi daya tarik dalam segi visual.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya keberagaman penerimaan audiens dalam memahami stereotipikal *Barbie* dalam kaitannya dengan stereotip suatu gender. Ada dua saran yang peneliti berikan: pertama, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan menyediakan informasi yang mendukung untuk penelitian di masa depan sehingga bisa diperluas lebih lanjut. Dan kedua, penelitian ini diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat dan meningkatkan kesadaran bahwa stereotip gender tidak sepenuhnya akurat dan perlu dipertimbangkan lebih lanjut demi kenyamanan pribadi. Setiap orang berhak memilih ingin menjadi seperti apa tanpa terbatas stereotip kaku yang dihasilkan bukan dari kemauan individu tetapi memiliki dampak terhadap pemikiran sebagian khalayak.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardila, Sherren Nur (2020) *Generasi Z & Self Healing Dalam Karya Musik (Studi Analisis Resepsi Self Healing Generasi Z Dalam Album "Mantramantra" Oleh Kunto Aji)*.
- 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.
- Douglas, S. J. (2010). *Enlightened Sexism: The Seductive Message That Feminism's Work Is Done*. Times Books.
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2016). Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. In J. T. Spence, J. M. Darley, & D. J. Foss (Eds.), *Annual review of psychology* (Vol. 67, pp. 221-247). *Annual Reviews*.<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033459>
- Jensen, Klaus Bruhn. (1999). *Media Audience. Reception Analysis; mass communication as the social production of meanin"*. London: Rotledge.
- Maryanta, E. H. (2011). *Representasi kekerasan seksual terhadap perempuan dalam film "perempuan punya cerita"*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Norton, A. et al. (2014). "The Influence of Barbie Doll Play on Girls' Body Image and Career Aspirations." *Journal of Developmental Psychology*.
- Pohan, S., Yusuf, F. A., & Amalina, F. (2024). Kesetaraan Gender Egalitarianisme dalam Narasi Film Barbie melalui Perspektif Konstruktivisme. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 869-879.
- Pertiwi, S. P. (2023). Apa Salahnya Jika Laki-Laki Merawat Diri? Stereotipe Gender Dalam Penampilan Sudah Basi. Retrieved from <https://www.konde.co/2023/11/apa-salahnya-jika-laki-laki-merawat-diri-stereotipe-gender-dalam-penampilan-sudah-basi/>
- Rogers, Mary F.; Medhy Aginta Hidayat; Ayi A. H. (2009.). *Barbie culture: ikon budaya konsumerisme/Mary F. Rogers; penerjemah, Medhy Aginta Hidayat; editor, Ayi A. H. Yogyakarta*.
- Sherman, A. M., & Zurbriggen, E. L. (2014). "Boys can be anything: Effect of Barbie play on girls' and boys' career cognitions." *Sex Roles*, 70(5-6), 195-208.
- Thorn, Mathew.(2004). *Girls and Women Getting Out of Hand: The Pleasure nd Politics of Japan's Amteur Comics Community. Fanning and Consumer Culture in Contemporary Japan*. 169-187. Albany: State University of New York.
- Wolf, N. (2015). *The beauty myth*. Vintage Classics.
- Wong, Y. J., & Rochlen, A. B. (2005). Demystifying Men's Emotional Behavior: New Directions and Implications for Counseling and Research. *Psychology of Men & Masculinity*, 6(1), 62-72. <https://doi.org/10.1037/1524-9220.6.1.62>
- Zuma, B. (2014). Contact theory and the concept of prejudice: Metaphysical and moral explorations and an epistemological question. *Theory & Psychology*, 24(1), 40-57.