

KONTEN PERAN GENDER PEREMPUAN DALAM FILM ANIMASI BARBIE

Katrin Ludirja, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

kathrinludirja@gmail.com

Abstrak

Film animasi Barbie ditujukan bagi anak perempuan, padahal tokoh film tersebut sebagian besar diperankan oleh karakter perempuan remaja hingga dewasa. Karena itu, penerapan peran gender perempuan menjadi pertimbangan khusus bagi pembuat film animasi Barbie. Peran gender perempuan menurut Moser (1993) ada 3 jenis, yaitu peran reproduktif, peran produktif, dan peran masyarakat. Sesuai judul yang tertera, subjek penelitian ini adalah 24 film animasi Barbie. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi untuk menganalisis *item* peran gender perempuan dalam setiap film animasi Barbie. Hasil penelitian menunjukkan dari ketiga jenis peran gender perempuan yang ada, film animasi Barbie banyak menunjukkan peran masyarakat, khususnya indikator mengikuti organisasi kolektif kegiatan sosial. Film animasi Barbie memberikan seruan kepada anak perempuan kelas menengah ke atas untuk fokus terhadap peran masyarakat, khususnya organisasi kolektif kegiatan sosial dan tidak melakukan peran produktif. Selain itu, film ini juga memberikan instruksi kepada kaum anak perempuan untuk menjadi pemimpin di organisasi yang non-produktif. Adapun statistik pergeseran peran gender yang menjadikan peran masyarakat sebagai lambang feminitas film tersebut.

Kata Kunci: Peran Gender Perempuan, Film Animasi Barbie, Analisis Isi

Pendahuluan

Kata “gender” seringkali diartikan sebagai kelompok laki-laki dan perempuan oleh masyarakat. Padahal klasifikasi tersebut adalah berdasarkan jenis kelamin (seks). Berbeda dengan jenis kelamin, gender merupakan suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang disosialisasikan dan dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Oleh sebab itu, peranan gender menjadi aspek nonfisiologis dari seks, serta ekspektasi budaya untuk feminitas dan maskulinitas (Lips, 1988, p.3). Gender perempuan lebih cocok dikatakan cantik, lemah lembut, keibuan (Fakih, 1997), maka peran gender perempuan adalah kesatuan perilaku yang memberikan indikasi secara spesifik berdasarkan identitas kewanitaan. Peran gender perempuan tidak sama seperti dulu, tapi kini perempuan dapat memiliki hak istimewa dan peran yang sama dengan laki-laki (Wood, 2009, p.65).

Media massa merupakan sumber yang penting dimana melaluinya para penonton mengembangkan identitas dan pemahaman gender dan ras dalam kehidupan nyata (Morawitz dan Mastro, 2008, p.132). Artinya penonton akan selalu diberikan

pemahaman mengenai gender berdasarkan apa yang ditampilkan dalam media massa. Anak-anak yang menonton film akan meniru adegan, seolah-olah dirinya menjadi seperti tokoh dalam film yang mereka tonton, terlebih lagi film animasi banyak menggunakan unsur gerak dibandingkan dialog.

Perlu diketahui, sebelum adanya film tersebut, Barbie telah lebih dulu dikenal dalam bentuk boneka. Boneka Barbie pertama kali muncul di acara *American International Toy Fair*, New York, pada tahun 1959. John Greenwald, seorang peneliti sekaligus aktivis, menemukan bahwa sekitar 99% dari seluruh anak perempuan di Amerika memiliki sedikitnya 8 buah boneka Barbie (Rogers, 1999, p.5). Melihat fenomena tersebut, Mattel Inc. pun mulai merambah dunia perfilman untuk membuat karya dengan menggunakan karakter Barbie sebagai tokoh utama.

Film animasi Barbie pertama kali muncul pada tahun 1987, berjudul *Barbie and The Rockers: Out of This World*. Seperti yang terlihat pada Gambar 1.3, film Barbie dibuat secara tradisional dengan menggunakan gambar sketsa asli. Film-film Barbie sebelum tahun 2000 memiliki kesamaan cerita mengenai seorang peran gender perempuan remaja yang menjadi seorang musisi rock terkenal dan memiliki banyak penggemar. Hal itu didasari dari banyaknya kritik pro dan kontra ditujukan terhadap genre musik tersebut, karena musik rock melambangkan persetujuan atas kebebasan seksual di usia muda (www.rock.about.com diakses 15 Maret 2013). Musik rock dianggap musik yang dapat mengekspresikan seksualitas dan pemberontakan anak muda.

Memasuki tahun 2000, perkembangan teknologi animasi komputer mempengaruhi teknik pembuatan film-film animasi Barbie selanjutnya. Teknik animasi komputer membuat film animasi secara digital, atau disebut dengan *computer-generated imagery* (CGI) (Still, 2010, p.149). Tahun 2001 merupakan kesuksesan awal Mattel dalam membuat karakter Barbie dengan menggunakan teknologi animasi komputer. Judul film Barbie pertama dengan animasi komputer adalah *Barbie in The Nutcracker* (2001). Mattel menggunakan cerita dongeng tradisional sebagai acuan pembuatan cerita film Barbie (Still, 2010, p.149), sebab cerita dongeng identik dengan cerita anak-anak. Contohnya adalah *Barbie in the Nutcracker* yang diambil dari cerita dongeng *The Nutcracker* (1816) karangan E.T.A Hoffmann, dan ada pula film *Barbie as the Princess and the Pauper* yang merupakan pembuatan ulang dengan versi perempuan dari kisah *The Prince and the Pauper* (1882) karangan Mark Twain, (Still, 2010, p.150).

Sejak tahun 2010, Mattel mulai memberikan suguhan dunia baru bagi Barbie. Film-film Barbie sejak tahun 2010 menggunakan kehidupan nyata sebagai latar cerita mereka. Latar tempat yang digunakan di film-film Barbie sejak tahun tersebut pun berbeda dari film Barbie di tahun-tahun sebelumnya. Barbie tidak lagi tinggal di istana kerajaan, tapi mereka bisa tinggal di rumah, apartemen, dan tempat tinggal lainnya. Bahkan ada dua film animasi Barbie, yang berjudul *Barbie and the Three Musketeers* (2009) dan *Barbie: A Fashion Fairytale* (2010), yang menggunakan latar kota Paris sebagai tempatnya, dimana Paris dikenal sebagai Kota *Fashion* (www.bergfashionlibrary.com diakses 31 Juli 2013), dimana

fashion brand ternama berasal dari kota tersebut, seperti *Christian Dior, Louis Vuitton, Hermes, Chanel*, dan masih banyak lagi.

Peran karakter perempuan dalam film animasi Barbie digambarkan sebagai tokoh yang memiliki sifat kepahlawanan, kuat, dan pintar. Selain itu, karakter utama Barbie juga memegang peranan penting, dimana dia adalah kunci dari sebuah cerita. Hal ini tentunya mempengaruhi peranan gender yang harus dipilih oleh karakter perempuan dalam film animasi Barbie. Dari gambaran karakter perempuan yang disuguhkan dalam film animasi Barbie, tentu saja Mattel ingin memberikan pesan khusus bagi anak perempuan mengenai pemilihan peran gender, khususnya peran gender perempuan.

Sesuai dengan target penonton yang dikemukakan oleh Still (2010, p.148), film Barbie populer dikalangan anak perempuan, namun ironisnya tokoh utama dalam film tersebut sebagian besar diperankan oleh perempuan remaja hingga dewasa. Tanpa disadari peran gender perempuan yang dimainkan dalam film tersebut pun mempengaruhi perilaku anak perempuan, mengingat pernyataan dimana anak adalah masa dimana dia mulai menangkap pesan dan meniru.

Peneliti melakukan penelitian mengenai peran gender perempuan seperti apa yang ingin ditunjukkan dalam film-film Barbie. Peneliti hanya memilih film Barbie yang ditayangkan pada tahun 2001 hingga tahun 2013 sebagai objek penelitian, sebab pada tahun 2001 film Barbie telah menggunakan teknologi animasi komputer, berbeda dengan teknis pembuatan film Barbie pada tahun-tahun sebelumnya (menggunakan gambar sketsa asli). Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, dengan kata lain peneliti hanya akan menggambarkan peran gender perempuan yang ada dalam film-film animasi Barbie.

Apakah Peran Gender Perempuan dalam Film Animasi Barbie?

Tinjauan Pustaka

Peran Gender Perempuan

Teori yang dipergunakan adalah *Triple's Woman Role* menurut Caroline O. N. Moser dalam buku karangannya yang berjudul *Gender Planning and Development – Theory, Practice, and Training* (1993, 29-36), yaitu sebagai berikut:

- Peran Reproduksi
Peran ini berkaitan dengan bagaimana perempuan menjalankan perannya dalam memperhatikan dan memelihara rumah tangga dan seluruh anggota keluarga, termasuk merawat anak-anak, persiapan makanan, air, bahan bakar, persediaan alat dan perlengkapan rumah tangga, serta menjaga kesehatan keluarga.
- Peran Produktif
Peran produktif berhubungan dengan proses produksi barang-barang konsumsi atau generasi pendapatan melalui kerja di dalam atau di luar rumah.

- Peran Masyarakat
Peran masyarakat dibagi menjadi dua jenis yaitu peran pengelolaan masyarakat dan peran politik masyarakat. Peran pengelolaan masyarakat adalah tipikal pekerjaan sukarela yang banyak dilakukan oleh perempuan untuk mengisi waktu bebas, misalnya mengikuti organisasi kolektif kegiatan sosial, jasa upacara atau perayaan, aktivitas peningkatan kualitas masyarakat, partisipasi dalam kelompok, klub, dan masih banyak lagi. Sedangkan peran politik masyarakat lebih dominan dilakukan oleh laki-laki. Laki-laki memiliki profil yang lebih tinggi dalam hal pengambilan keputusan di ranah publik dan cenderung untuk memegang posisi mayoritas dalam politik lokal. Namun tidak dapat dipungkiri, bahwa saat ini banyak kaum perempuan yang memiliki ruang dalam ranah politik. Keuntungan peran ini adalah pekerjaan mereka dibayar dan mampu meningkatkan status atau kekuatan mereka.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Definisi peran gender menurut Nugroho (2008, p.238) adalah peran-peran dan tanggung jawab perempuan dan laki-laki yang ditetapkan oleh budaya dan pontianak (sosial), hal dimana perempuan dan laki-laki disosialisasikan untuk melakukannya. Maka peran gender perempuan adalah peran-peran dan tanggung jawab perempuan yang ditetapkan oleh budaya dan segala hal dimana perempuan disosialisasikan untuk melakukannya. Film animasi adalah gambar dua atau tiga dimensi yang seolah-olah bergerak, karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan/mengingatgambar yang terlihat sebelumnya (*The Making of Animation: Homeland 6*).

Metode penelitian ini adalah analisis isi, yaitu mempelajari mengenai gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi (Eriyanto, 2011, p.10-11). Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengkodean atas karakter perempuan yang dipilih sebelumnya yang kemudian diisikan dalam lembar koding. Lembar koding berisi kategorisasi yang nantinya akan diisi oleh peneliti dan hakim untuk menguji reliabilitas. Berikut ini kategorisasi peran gender perempuan menurut Moser (1993):

1. Peran Reproduksi
 - Menjaga anak
Item: Karakter perempuan mengawasi anak.
 - Merawat anak
Item: Karakter perempuan berbicara dengan anak, melakukan kontak tubuh dengan anak, membantu anak dalam melakukan sesuatu (pakaian, sepatu, dan lainnya), menemani anak saat melakukan sesuatu (bermain, tidur, dan lainnya).
 - Menyiapkan makanan
Item: Karakter perempuan membeli dan atau mencari bahan-bahan untuk makan, melakukan kegiatan memasak.

- Menyiapkan air
Item: Karakter perempuan membeli dan atau menyediakan air.
 - Menyiapkan bahan bakar
Item: Karakter perempuan menyiapkan bahan bakar untuk memasak, mengisi bahan bakar kendaraan.
 - Menyediakan perlengkapan rumah tangga
Item: Karakter perempuan menyediakan perlengkapan rumah tangga (sikat gigi, sabun, sisir, piring, gelas dan lainnya)
 - Menyediakan peralatan rumah tangga
Item: Karakter perempuan menyediakan peralatan rumah tangga (kursi, meja, mesin cuci, televisi, dan lainnya).
 - Menjaga kesehatan keluarga
Item: Karakter perempuan membeli obat untuk anggota keluarga, membeli obat-obatan untuk persediaan di rumah, mengobati luka anggota keluarga.
2. Peran Produktif
- Melakukan pekerjaan di luar ataupun di dalam rumah demi mendapatkan nafkah
Item: Karakter perempuan melakukan pekerjaan di luar/dalam rumah (sebagai pekerja), mendapatkan upah/gaji dan atau penghasilan.
3. Peran Masyarakat
- Peran pengelolaan masyarakat
 - Mengikuti organisasi kolektif kegiatan sosial
Item: Karakter perempuan terlibat dalam organisasi kolektif sosial (misalnya berkumpul bersama teman-teman sebagai proses pencapaian tujuan).
 - Jasa upacara atau perayaan
Item: Karakter perempuan turut serta dalam upacara ritual yang diadakan di masyarakat (upacara penobatan, upacara pernikahan, upacara adat, acara silaturahmi antar-kerajaan dan acara ritual lainnya).
 - Aktivitas peningkatan kualitas masyarakat
Item: Karakter perempuan turut serta dalam penyelenggaraan acara masyarakat (panitia penyelenggara lomba, panitia penyelenggara kunjungan belajar, panitia penyelenggara acara penobatan)
 - Berpartisipasi dalam sebuah kelompok atau klub sosial
Item: Karakter perempuan mengikuti klub sosial yang dibentuk berdasarkan hobi atau kebiasaan, seperti: klub memasak, klub senam, klub arisan.
 - Peran politik masyarakat
 - Berpartisipasi dalam politik masyarakat lokal
Item: Karakter perempuan menjadi anggota kelompok politik di masyarakatnya (ratu kerajaan, putri kerajaan, penasehat kerajaan, ajudan, dan lainnya).

Subjek Penelitian

Jumlah semua film animasi Barbie secara keseluruhan adalah 27 dan ditayangkan sejak 1987. Dua diantaranya adalah film animasi kartun tradisional yang ditayangkan pada tahun 1987 dan 25 film sisanya adalah film animasi dengan menggunakan teknik CGI (*Computer-Generated Imagery*) yang tayang secara luas dari tahun 2001-2013. Populasi penelitian yang dipilih adalah film animasi yang menggunakan teknik CGI dari tahun 2001-2013. Peneliti menggunakan seluruh populasi tersebut sebagai subjek penelitian (*sensus sampling*), yaitu 24 film animasi Barbie. Film Barbie yang berjudul *Mariposa and the Fairy Princess* tidak termasuk dalam sampel penelitian ini, karena film tersebut masih belum ditayangkan di media massa manapun, mengingat penelitian ini dilakukan pada bulan April 2013.

Unit analisis dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: unit sampel (*sampling units*), unit pencatatan (*recording units*), dan unit konteks (*context units*) (Eriyanto, 2011, p. 61). Penguraian bentuk unit analisis adalah sebagai berikut:

- Unit sampel (*sampling units*) adalah unit yang memberikan batas secara tegas mengenai isi mana yang diteliti dan mana yang tidak diteliti (Eriyanto, 2011, p.64). Unit sampel berkaitan dengan sampel. Peneliti akan meneliti konten peran gender perempuan dalam film animasi Barbie yang menggunakan teknologi animasi terbaru, maka unit sampel penelitian ini adalah film-film Barbie yang menggunakan teknologi animasi komputer, yaitu film-film Barbie tahun 2001-2013.
- Unit pencatatan (*recording units*) adalah unit yang berkaitan dengan bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis. Unit pencatatan yang digunakan penelitian ini adalah karakter perempuan dalam film. Peneliti menghitung frekuensi kategori setiap adegan yang dimainkan oleh karakter perempuan dalam film animasi Barbie. Karakter perempuan yang dianalisis adalah karakter perempuan remaja dan dewasa.
- Penggunaan unit konteks (*context units*) tergantung dari unit pencatatan apa yang dipakai. Peneliti memberikan konteks berdasarkan hasil pencatatan (Eriyanto, 2011, p.61). Hasil pencatatan sebelumnya berupa jumlah dan prosentase tiap kategori, dan tidak memiliki arti jika tidak diberikan konteks. Maka, penelitian ini membutuhkan unit konteks untuk memberikan pemahaman terhadap hasil pencatatan.

Analisis Data

Langkah-langkah pembahasan pemnelitian ini adalah sebagai berikut (Wimmer & Dominick, 2003, p.145):

1. Merumuskan permasalahan penelitian ataupun merumuskan satu hipotesis penelitian
2. Mendefinisikan populasi dari penelitian.
3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi
4. Memilih dan mendefinisikan unit analisis
5. Mengkonsep kategori isi yang ingin dianalisis
6. Menentukan sistem kuantifikasi

7. Melatih pengkoder yang akan disertakan dalam penelitian
8. Melakukan pengkodean berdasarkan defnisi yang telah ditentukan
9. Menganalisa data yang telah dikumpulkan
10. Membuat satu kesimpulan

Temuan Data

Mattel Incorporation

Mattel didirikan pertama kali pada tahun 1945 oleh Ruth Handler, Elliot Handler (suami Ruth Hadler), dan Harold Matson di California Selatan. Mattel menetap di kantor Hawthorne, California, sejak tahun 1948. Di tahun 1974, Mattel melakukan restrukturisasi dan berganti nama menjadi *Mattel Incorporation*. Visi dari perusahaan Mattel adalah “*Creating the Future of Play*”, dimana artinya Mattel berusaha untuk menciptakan mainan-mainan terbaru untuk membentuk masa depan dari dunia mainan. Misi mereka mengarah pada “Kepemimpinan”. Arti kepemimpinan menurut versi Mattel adalah kemampuan untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan gambaran menarik dari masa depan yang mengilhami dan memotivasi orang lain untuk mengambil tindakan. Mattel juga menunjukkan kompetensi kepemimpinan dan dorongan untuk sukses dalam strategi bisnis mereka. Tahun 1975, Ruth dan Elliot Handler keluar dari Mattel karena usia mereka yang tua dan saat itu Ruth Handler sedang menjalankan pengobatan atas penyakit kanker payudara dan kemudian meninggal di Los Angeles, California, pada tahun 2002. Sejak itu, Harold Matson berjuang demi mengembangkan Mattel sesuai dengan visi dan misinya.

Salah satu organisasi Mattel yang diberi nama *Mattel Children’s Foundation*, didirikan pada tahun 1978, dengan tujuan untuk membantu anak-anak Amerika yang memiliki kesulitan dalam hal akuntabilitas keuangan. Para pendiri *Mattel Children’s Foundation* percaya bahwa anak berhak mendapatkan kesempatan untuk bermain, karena melalui bermain, anak dapat mengembangkan sosialisasi, emosional, kemampuan fisik, berimajinasi, dan memiliki mimpi. Sasaran program yang diadakan *Mattel Children’s Foundation* adalah anak-anak, dengan empat fokus utama yaitu *Time to Play*, *Place to Play*, *Tools to Play*, dan *Advocate to Play*. Dalam organisasi tersebut, Mattel juga membuat program yang hanya diikuti oleh anak perempuan Amerika, yaitu “*Shine On Now*”. Program “*Shine On Now*” mengajak anak-anak perempuan Amerika untuk memberikan perhatian kepada anak-anak di seluruh Amerika, misalnya dengan mengajak mereka bermain dan memberikan donasi berupa mainan, uang, ataupun buku, kepada anak-anak yang membutuhkannya.

Pada awal berdiri, perusahaan Mattel membuat mainan yang bentuknya diadopsi dari karakter Walt Disney, yaitu *Mickey Mouse*. Dan pada tahun 1959, boneka Barbie produksi Mattel akhirnya dijual secara luas. Tahun 1961, boneka Ken juga berhasil diproduksi dan diperkenalkan sebagai pacar Barbie. Sedangkan boneka yang menjadi *African-American Barbie*, bernama Christie, memasuki pasar pada tahun 1968. Tahun 1997, Mattel berhasil memproduksi boneka yang menjadi

teman Barbie, bernama Becky. Becky adalah teman Barbie yang mengalami cacat fisik dan duduk di kursi roda. Tahun 1998, Barbie menjadi merek utama yang dijual untuk anak perempuan berusia 3-7 tahun di *The American Girl*. *The American Girl* merupakan merek terbesar kedua di dunia yang menjual produk-produk anak perempuan berusia 7-12 tahun. Pada tahun 2001, Barbie memulai karirnya sebagai artis *computer-generated imagery* (CGI) di film *Barbie in the Nutcracker* yang dipasarkan dalam bentuk DVD pada tanggal 23 Oktober 2001. Hingga saat ini, karakter Barbie masih menjadi tokoh utama serial film animasi Barbie (www.corporate.mattel.com diakses 31 Juli 2013).

Peran Gender Perempuan

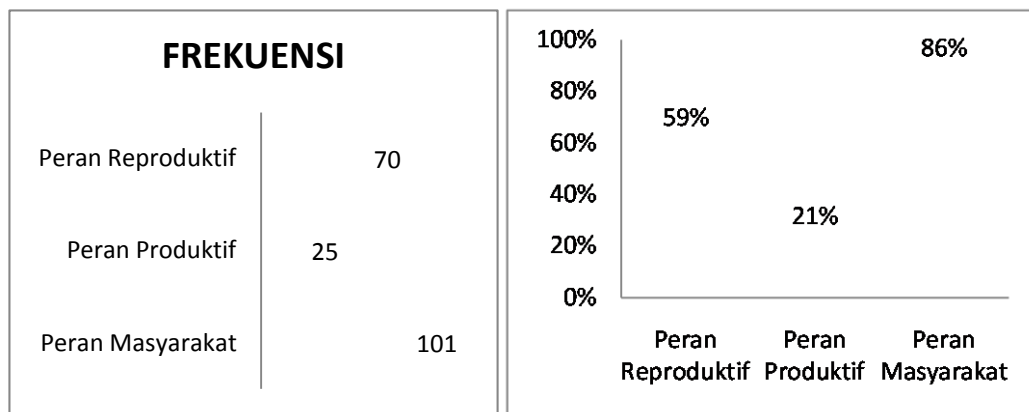


Diagram 1. Kompilasi Frekuensi Jumlah Karakter Perempuan yang Melakukan Peran Gender Perempuan dalam Film Animasi Barbie

Dalam 24 film animasi Barbie, peneliti menemukan bahwa peran yang paling banyak dilakukan oleh karakter perempuan adalah peran masyarakat, dimana sebanyak 101 dari total 118 karakter perempuan melakukan adegan yang menunjukkan keterlibatan mereka dalam masyarakat (86%). Sebanyak 59% karakter perempuan dalam 24 film tersebut melakukan peran reproduktif, atau sebanding dengan 70 karakter. Sedangkan peran produktif adalah peran yang paling jarang diperankan oleh karakter perempuan, sebab hanya ada 25 karakter yang melakukan peran tersebut, atau sebesar 21% dari total karakter.

Analisis dan Interpretasi

Seperti yang ditulis oleh Still (2010) dalam jurnal berjudul "*Feminist Barbie: Mattel's Remakes of Classic Tales*", sasaran utama dari film animasi Barbie adalah anak perempuan. Hal ini juga disepakati Mattel dan hal itu tercatat dalam pengertian "kepemimpinan" sebagai misi mereka, dimana Mattel ingin mengembangkan dan mengkomunikasikan gambaran menarik dari masa depan, artinya dalam film animasi Barbie, Mattel ingin menunjukkan situasi yang dapat menginspirasi anak-anak, terutama perempuan. Karakter-karakter perempuan remaja dan dewasa dalam film-film tersebut dijadikan sosok masa depan bagi anak perempuan oleh Mattel. Masa depan yang dimaksud adalah fisik dan

perilaku yang dilakukan oleh karakter perempuan dalam film animasi Barbie, dimana film tersebut banyak menunjukkan keterlibatan perempuan dengan penampilannya yang menarik dalam memperjuangkan tujuan bersama di lingkungan sosial.

Indikator peran masyarakat yang paling banyak dilakukan oleh karakter perempuan dalam film animasi Barbie adalah keterlibatan mereka dalam organisasi kolektif sosial. Dimana organisasi ini dibentuk berdasarkan situasi tertentu dan demi menuntaskan suatu tujuan. Hal itu terlihat dari misi perusahaan Mattel sendiri yaitu “kepemimpinan” dengan arti kemampuan untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan gambaran menarik dari masa depan yang mengilhami dan memotivasi orang lain untuk mengambil tindakan. Mattel ingin menjadi perusahaan yang dapat memotivasi semua orang untuk mengambil tindakan secara aktif dari sebuah kondisi. Hal itu sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Gilligan dalam Wolf (1997, 378) bahwa khayal perempuan berpedoman pada pembauran jati diri sendiri dengan teman-temannya. Mattel juga memperkuat keinginannya melalui pembentukan *Mattel Children’s Foundation*, dimana organisasi kecil ini mengadakan banyak program yang berhubungan dengan anak-anak. Salah satu program yang diadakan oleh *Mattel Children’s Foundation* adalah “*Shine On Now*” (www.philanthropy.mattel.com diakses 31 Juli 2013). Program tersebut mengajak anak-anak perempuan Amerika untuk menunjukkan eksistensi mereka di ranah sosial dengan cara menjadi sukarelawan dalam beberapa segmen “*Shine On Now*” dengan memberikan donasi berupa uang, mainan, buku, ataupun hiburan lainnya kepada anak-anak Amerika yang membutuhkan. Karena itulah, Mattel ingin memotivasi anak perempuan Amerika untuk menjadi anak perempuan yang aktif dan berani memberikan diri mereka demi kepentingan sosial.

Selain itu, Mattel juga menunjukkan kekuatan perempuan melalui tokoh yang diperankan oleh karakter perempuan dalam film animasi Barbie. Karakter perempuan yang berperan sebagai *Hero* ada 22 karakter dari total 24 karakter *Hero* dalam film animasi Barbie. *Hero* merupakan tokoh kunci yang berani mengorbankan nyawanya demi kebaikan bersama (Cook, 2012, p.45). Dalam hal ini, Mattel memberikan pandangan mengenai pentingnya posisi perempuan dalam organisasi sosial, hal ini juga sejalan dengan misi perusahaan Mattel, yaitu “kepemimpinan”. Mattel sepakat bahwa perempuan dapat menjadi tokoh penting dalam organisasi social dengan tanpa menghasilkan uang, tapi justru memberikan banyak kontribusi uang untuk perkembangan organisasinya dan kegiatan kolektifnya. Berdasarkan hal itu, berarti Mattel setuju dengan pemimpin perempuan di organisasi sosial yang sifatnya non-produktif (tidak menghasilkan uang), dibandingkan di organisasi yang bersifat produktif. Mengutip pendapat Lips (1988, p.5) bahwa sosok kepemimpinan, pencapaian, dan berorientasi terhadap aksi cenderung menunjukkan karakter maskulin. Maka sosok tokoh perempuan yang penting dalam masyarakat menurut pandangan Mattel adalah tokoh perempuan yang bersifat maskulin, karena karakter maskulin cenderung berorientasi pada tujuan, aksi, dan kepemimpinan.

Mattel sepakat bahwa sasaran utama film animasi Barbie adalah anak perempuan. Namun jika melihat dari filantropinya, perusahaan Mattel menentukan kelas dari penonton film animasi Barbie. Sebab anak perempuan yang dijadikan subjek oleh Mattel dalam program “*Shine On Now*” adalah anak perempuan yang memiliki keadaan ekonomi menengah ke atas. Anak perempuan yang mampu beraktivitas di ranah sosial untuk menuntaskan tujuan tertentu sekaligus mau menyumbangkan apa yang mereka miliki adalah anak perempuan dengan latar belakang ekonomi yang kuat. Di lain sisi, anak perempuan dengan keadaan ekonomi lemah justru menjadi objek dari program-program *Mattel Children’s Foundation*, karena mereka adalah anak-anak yang membutuhkan. Maka itu, sadar ataupun tidak, sasaran kelas anak perempuan dari film animasi Barbie adalah anak perempuan dengan kemampuan ekonomi menengah ke atas, dengan tujuan untuk mendukung filantropi Mattel dalam memenuhi kebutuhan anak-anak yang memiliki kemampuan ekonomi lemah.

Menurut penulis Rosalind Coward, banyak perempuan Amerika merasa sangat tidak nyaman menikmati kekayaan mereka sendirian. Mereka merasa senang apabila menggunakan kekayaan mereka itu dapat memberikan keuntungan-keuntungan tertentu bagi para kerabatnya (Wolf, 1997, p.341). Pernyataan tersebut menjadi dasar pembentukan filantropi Mattel dalam menentukan kelas anak perempuan. Lebih dalam lagi, peneliti menemukan bahwa Mattel sedang memberikan instruksi bagi anak perempuan kelas menengah ke atas bahwa mereka yang aktif di kegiatan sosial, seharusnya tidak perlu memiliki minat untuk menjalankan peran produktif, atau bekerja demi mendapatkan upah. Mattel mendorong anak perempuan kelas menengah ke atas untuk menyibukkan keseharian mereka di ranah sosial dengan melakukan hal-hal yang memiliki tujuan yang berhubungan dengan filantropi.

Meskipun Mattel mengajak anak perempuan untuk menjadi tokoh perempuan yang maskulin, namun secara penampilan, Mattel tetap menunjukkan bahwa perempuan harus menarik. Peneliti melihat bahwa, Mattel sependapat dengan pernyataan Lips (1988, p.13), bahwa perempuan identik dengan penampilan fisik. Perempuan secara sadar maupun tidak, akan lebih banyak memperhatikan penampilan fisiknya dibandingkan laki-laki (Lips, 1988, p.13). Dalam film animasi Barbie sendiri, Mattel seolah-olah telah menentukan parameter “cantik”. Sebab perempuan yang menjalankan peran baik (*Hero* dan *Hero Supporter*) digambarkan dengan sosok paras yang menarik, langsing, dan memiliki kaki yang kecil. Berbeda dengan tokoh yang menjalankan peran jahat (*Villain* dan *Villain Supporter*), mereka digambarkan seperti kebalikan dari peran baik. Hal ini tentunya juga memberikan kesempatan anak perempuan untuk memilih tokoh apa yang mereka suka dan kemudian berusaha meniru perilakunya.

Berdasarkan teori pembelajaran sosial yang diungkapkan oleh Lips (1988, p.43), anak merupakan tahap dimana mereka sedang belajar untuk menilai dan meniru. Anak akan belajar dari segala hal untuk membangun identitas gender dan peran gender yang akan mereka jalankan (maskulin dan feminin). Teori ini menyatakan bahwa anak akan meniru peran yang terlihat kuat, nurturant, dan menyerupai dirinya (Lips, 1988, p.43). Hal itu juga didukung dengan karakter perempuan

dalam memerankan film animasi Barbie sebagian besar adalah perempuan remaja dan dewasa yang kuat, nurturant, dan menyerupai mereka (anak perempuan).

Simpulan

Melalui penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Mattel berharap anak perempuan khususnya kelas menengah ke atas dapat fokus terhadap organisasi sosial yang memberikan banyak kontribusi keuangan, tanpa harus menjalankan peran produktif. Karakter perempuan yang baik (*Hero* dan *Hero Supporter*) dalam film animasi Barbie diharapkan dapat menginspirasi anak-anak perempuan baik secara fisik maupun psikologis, dalam menjalankan peran gender perempuan yang mendominasi film tersebut, yaitu pengambilan tindakan aktif secara kolektif di ranah sosial. Tak hanya itu, Mattel juga mengajak anak perempuan untuk berjuang secara maskulin untuk mendapatkan posisi terbaik atas keterlibatannya dalam kelompok atau organisasi masyarakat yang sifatnya non-produktif.

Penelitian ini cukup menarik untuk dilanjutkan lagi misalnya meneliti efek film animasi Barbie terhadap anak perempuan, pengaruh frekuensi menonton film terhadap perilaku anak perempuan, atau motif anak perempuan menonton film animasi Barbie. Selain itu, penelitian ini juga bisa dilanjutkan dengan jenis penelitian kualitatif, misalnya penerimaan anak perempuan atau orang tua terhadap film, pesan konsumerisme seperti apa yang terkandung dalam film, analisis naratif dalam film animasi Barbie, dan metode penelitian kualitatif lainnya.

Daftar Referensi

- Cook, C. M. (2012). *The Hero and Villain Binary in The Western Film Genre*. Retrieved July 24, 2013, from Massey University Palmerston North, New Zealand.
- Elzingre, M. & Hodgson, P. (2013). Paris as a Fashion City. *Berg Fashion Library*. Retrieved July 31, 2013, from <http://www.bergfashionlibrary.com/view/bewdf/BEWDF-v8/EDch8037.xml>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fakih, M. (1997). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial (Cetakan Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Grierson, T. (2013). *What is Rock Music?*. Retrieved March 15, 2013, from <http://rock.about.com/od/rockmusic101/a/RockHistory.htm>
- Kirsh, S. J. (2010). *Media and Youth: A Developmental Perspective*. UK: Wiley Blackwell.
- Lips, H. M. (1988). *Sex & Gender*. California: Mayfield Publishing Company.
- Mattel Incorporation. (2013). History. *Mattel*. Retrieved July 31, 2013, from http://corporate.mattel.com/about-us/history/mattel_history.pdf

- _____. (2013). *Philanthropy. Mattel.* Retrieved July 24, 2013, from <http://philanthropy.mattel.com/stories/story2>
- Morawitz, E. B. & Mastro, D. E. (2008). *Journalism and Mass Communication Quarterly*. New York: SAGE Publication.
- Moser, C. O.N.. (1993). *Gender Planning and Development – Theory, Practice, and Training*. New York: Routledge.
- Nugroho, R. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Still, J. (2010). *Feminist Barbie: Mattel's Remakes of Classic Tales*. Retrieved April 10, 2013, from MP: An Online Feminist Journal.
- Wimmer, R. D. and Dominick, J. R. (2003). *Mass Media Research: An Introduction (7th ed.)*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Wolf, N. (1997). *Gegar Gender*. Yogyakarta: Pustaka Semesta Press.
- Wood, J. T. (2009). *Gendered Lives Communication, Gender, and Culture (8th ed.)*. California: Wadsworth Publishing Company.