

# KONTEN *MALE GENDER ROLE* DALAM FILM ANIMASI WALT DISNEY

Renny Amelia, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*renz\_091@hotmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari apa saja *male gender role* yang terdapat di dalam film animasi Walt Disney. *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 24 film animasi Walt Disney mulai tahun 1970 hingga 2012 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 dalam film-film Disney adalah *bosses*, yang menunjukkan bahwa budaya patriarki pada masyarakat Amerika dan pada perusahaan Disney sendiri dapat mempengaruhi pembuatan tokoh dalam film. Selain itu, Disney juga lebih menonjolkan sosok tokoh pria yang memiliki peran baik dan meminimalkan penampilan tokoh pria dengan peran yang jahat/tidak baik. Hal ini dapat dilihat jumlah tokoh *hero* dan *hero supporter* yang lebih tinggi dibandingkan tokoh *villain* dan *villain supporter*.

**Kata Kunci:** Male Gender Role, Film Animasi Disney, Analisis Isi

## Pendahuluan

Sebagai salah satu bagian dari media massa, film memiliki fungsi seperti yang dikatakan oleh Charles R. Wright yaitu: *surveillance* (penyebaran informasi), *correlation* (fungsi editorial atau propaganda), *transmission* (fungsi pendidikan), dan *entertainment* (memberikan hiburan) (dalam Wiryanto, 2000, p.11-12). Begitu juga dengan film animasi, yang memiliki nilai pendidikan yang penting dengan mengajarkan norma-norma sosial dan nilai-nilai tertentu, dan dengan mengirimkan pesan budaya yang beragam kepada anak-anak dari segala usia (Fischer, 2010).

Namun kini, anak-anak dibombardir oleh film-film animasi dengan pesan, gambar dan representasi yang beragam tentang gender, dan hal tersebut telah membangun dunia mimpi masa anak-anak yang tidak bersalah (Fischer, 2010). Penampilan fisik tokoh di film animasi, peran sosial dan posisi mereka dalam masyarakat serta perilaku mereka secara tidak sadar membentuk pandangan anak-anak mengenai gender, dengan melihat peranan penting media dalam membentuk persepsi anak-anak tentang laki-laki dan perempuan. Hal tersebut kemudian dapat

mempengaruhi cara anak laki-laki dan perempuan berinteraksi satu sama lain, serta membentuk identitas dan kepribadian mereka (Fischer, 2010).

*Gender role* atau peran gender merupakan “sebuah peran yang terdiri dari kegiatan dimana pria dan wanita terlibat dalam suatu hal dengan frekuensi yang berbeda” (Brannon, 1996, p.168). Robert Brannon membahas asal dari konsep peran, ia menganggap peran merupakan bagian dari drama yang sedang diperankan oleh seseorang. Oleh karena itu, peran gender laki-laki atau perempuan seperti sebuah naskah (*script*) dimana laki-laki serta perempuan yang ikut memenuhi bagian yang tepat dalam bertindak maskulin atau feminin (Brannon, 1996). Konsep gender sendiri mulai diterapkan pada tahun 1970-an, oleh para sarjana feminis, sebagai suatu aspek “konstruksi sosial” tentang laki-laki dan perempuan, sebagai lawan dari sex (aspek biologis) (Haig, 2003).

Sebagai salah satu pembuat film animasi pertama, Walt Disney telah menjadi bagian dari budaya Amerika bahkan dunia, dan memberikan pengaruh yang besar khususnya bagi anak-anak, selama bertahun-tahun. Dari awal yang hanya sebagai studio animasi sederhana di tahun 1920, kini menjadi sebuah perusahaan global dan merupakan studio pembuat film animasi terbesar pertama yang membuat film animasi terbanyak di dunia (*The Walt Disney Company*, 2013, para. 1). Walt Disney Company sendiri, menjadi pemimpin pasar dalam industri konglomerat media (termasuk dalam produksi film animasi), mengalahkan para pesaingnya yaitu, News Corp, Time Warner Inc, Liberty Media Interaktif, Liberty Capital Group, dan Liberty Starz Grup (Russell, n.d.). Tokoh animasi Disney, lagu, tema cerita dan pernak-pernik mereka adalah ikon budaya yang dihormati dan dipercayai oleh orang dewasa maupun anak-anak, baik yang tinggal di kota-kota besar maupun pedesaan, di seluruh dunia (Faherty, 2001). Hal inilah yang menyebabkan peneliti tertarik untuk memilih film animasi produksi Walt Disney Company dalam penelitian ini.

Disney Corporation menciptakan film animasi Disney yang "bisa membentuk cara berpikir anak tentang siapa mereka dan harus menjadi siapakah mereka" (Ward, 2002, p.5). Ward berpendapat, "menjadi manusia, menurut Disney, adalah didefinisikan berdasarkan gender" (Ward, 2002, p.120). Dalam kebanyakan film Disney: perempuan selalu berada pada posisi subordinasi, dependen, dan pasif, seperti dalam film *Snow White*, *Cinderella*, *Sleeping Beauty*, dan *The Little Mermaid* (Do Rozario, 2004). Sedangkan peran laki-laki ditampilkan sebagai sosok yang dominan, atletik, independen dan kuat, seperti dalam film *Hercules*, *Beauty and The Beast*, *Tarzan* (Michael et. al, 2012). Hal ini penting untuk dipertimbangkan dalam konteks film animasi Disney, karena anak-anak yang menontonnya masih belum dapat membedakan antara dunia fiksi dan realitas, mereka bahkan berpikir bahwa tokoh dalam film tersebut nyata dan hidup (Gökçearsan, 2010).

Pada penelitian sebelumnya oleh Sabrina Fischer (2010) mengenai *gender image* dalam film animasi anak, ia menemukan bahwa tokoh laki-laki lebih banyak menduduki tokoh *major* dan *minor* dari film animasi anak dan tokoh laki-laki masih memiliki keragaman gambar, karakteristik dan perilaku yang lebih tinggi

dibanding tokoh perempuan (dengan presentase tokoh laki-laki 84% dan tokoh perempuan 16%). Vincent Faherty dalam penelitiannya tentang ras, gender, dan kerentanan sosial dalam film animasi Disney juga menyatakan bahwa, mayoritas dalam film animasi Disney, jumlah tokoh laki-laki lebih tinggi daripada jumlah tokoh perempuan (dengan presentase tokoh laki-laki sebesar 63% dan perempuan sebesar 28%) (Faherty, 2001).

Oleh karena tokoh laki-laki diwakili dalam jumlah yang tinggi dalam kebanyakan film animasi anak, maka laki-laki juga digambarkan dengan peran dan perilaku yang lebih beragam. Ward menyatakan bahwa, menjadi bagian dari struktur sosial di dunia Disney lebih mudah untuk tokoh laki-laki daripada tokoh perempuan, karena jumlah tokoh laki-laki yang lebih dominan menyebabkan struktur cerita dalam film menjadi patriarki (Ward, 2002). Bahkan pada film *Disney Princess* juga menunjukkan putri dalam dunia yang didominasi laki-laki (Do Rozario, 2004). Menurut hasil penelitian-penelitian tersebut, banyaknya film animasi anak yang masih lebih banyak menampilkan sosok pria, membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang *male gender role* dalam film animasi anak buatan Walt Disney. 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). Terdapat 24 *male gender role messages* (peran gender pria) yang diklasifikasikan dalam 5 kategori utama, yaitu: *standard bearers, workers, lovers, bosses, dan rugged individuals* (Harris, 1995).

Peneliti memilih menggunakan metode analisis isi kuantitatif sebagai metode untuk mendeskripsikan peran gender pria (*male gender role*) dalam film animasi Walt Disney, karena metode analisis isi dikenal sebagai sebuah metode penelitian yang sistematis, objektif, dan cenderung kuantitatif dengan fokus pada isi pesan di media massa (Prajiarto, 2010). Film yang akan diteliti adalah film animasi berdurasi panjang (*featured animated film*) yang dibuat, diproduksi, dan didistribusikan sendiri oleh pihak Walt Disney (atau disebut *Walt Disney Animation Classic Film*), sejak tahun 1970 hingga 2012. Peneliti hanya memilih film animasi berdurasi panjang karena, dalam film animasi berdurasi panjang (*featured animated film*) alur cerita maupun peran tokoh dalam film lebih terlihat jelas dan dapat dikembangkan daripada film animasi pendek (*short animated film*) (Beiman, 2012). Film animasi berdurasi panjang menampilkan sosok tokoh atau pemeran utama yang lebih menarik dan mengesankan bagi penontonnya, dibanding dalam film animasi berdurasi pendek (Beiman, 2012).

Film yang dipilih hanya film animasi yang diproduksi sejak tahun 1970, karena pada tahun 1970-an tersebut istilah tentang gender baru mulai diterapkan, sehingga jika memilih film-film sebelum tahun 1970 akan menyebabkan hasil penelitian menjadi tidak relevan. Sedangkan peran pria yang akan diteliti adalah peran pria yang diperankan oleh tokoh utama, serta tokoh pendukung lainnya yang masih terlibat dengan tokoh utama, dan jalannya cerita. Hal tersebut dilakukan karena, 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 (Fischer, 2010).

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang ada, peneliti ingin menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

“Apa sajakah *male gender role* (peran gender pria) yang digambarkan dalam film animasi Walt Disney ?”

## Landasan Teori

### **Gender Role**

Sebuah peran gender (*gender role*) terdiri dari kegiatan dimana pria dan wanita terlibat dalam suatu hal dengan frekuensi yang berbeda. Robert Brannon (1976) membahas asal dari konsep peran. Brannon menganggap peran merupakan bagian dari drama yang sedang diperankan oleh seseorang. Oleh karena itu, peran gender laki-laki atau peran gender perempuan adalah seperti sebuah *script/* naskah dimana laki-laki serta perempuan yang ikut memenuhi bagian yang tepat dalam bertindak maskulin atau feminin (Brannon, 1996). Sedangkan pengertian peran gender (*gender role*) menurut Linda Brannon adalah “serangkaian kegiatan sosial yang signifikan terkait dengan laki-laki atau perempuan” (Brannon, 1996, p.193).

Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa peran gender (*gender role*) adalah serangkaian kegiatan sosial tentang bagaimana perempuan atau laki-laki harus bertindak atau berperilaku sesuai kriteria-kriteria peran pria dan wanita dalam lingkungan sosial dimana mereka tinggal.

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

Sebanyak 15 dari 24 *male gender role* menurut Harris yang termasuk dalam *classical male gender role*/peran gender pria tradisional adalah *adventurer, be the best you can, breadwinner, control, hurdles, money, playboy, president, self reliant, sportsman, stoic, superman, tough guy, warrior, dan work ethic*. Sedangkan 9 *male gender role* sisanya yang merupakan peran gender pria modern yaitu, *be like your father, faithful husband, good samaritan, law, nature lover, nurturer, rebel, scholar, dan technician*. Dari ke-24 *male gender role* tersebut kemudian juga diklasifikasikan ke dalam 5 kategori utama, yaitu: *standard bearers, workers, lovers, bosses, dan rugged individuals*, dengan penjelasan tiap klasifikasi sebagai berikut (Harris, 1995):

#### **1. Standard bearers**

Pria *standard bearers* adalah pria yang berusaha untuk mengabdikan diri untuk melakukan kebaikan, kepedulian terhadap kebutuhan tatanan sosial yang lebih tinggi, peduli pada semua bentuk kehidupan di planet ini, membantu orang lain yang membutuhkan, dan berusaha untuk menjadi yang terbaik yang mereka bisa. Berikut adalah *male gender role messages* yang menjadi bagian dari *standard bearers*:

- *Scholar*  
Pria pandai; berpikir sebelum bertindak; pergi ke perguruan tinggi atau sekolah; pria membaca dan belajar.
- *Nature Lover*  
Pria memelihara tumbuhan dan hewan dengan baik; pria menjelajahi alam
- *Be The Best You Can*  
Pria berperilaku baik; Tidak menerima ‘menjadi kedua’; kalimat “*I’Can’t* (Saya Tidak Bisa”) tidak diterima
- *Good Samaritan*  
Melakukan tindakan/perbuatan baik; mendahulukan kepentingan orang lain

## 2. *Workers*

Pekerjaan laki-laki memainkan peran penting dalam proses konstruksi identitas pria. Berapa banyak uang yang seorang pria miliki, menempatkan dia dalam tatanan sosial, termasuk juga dimana lingkungan ia tinggal, pakaian yang dipakai, dan mobil dikendarai. Dengan memiliki pekerjaan yang baik, seorang pria akan mendapatkan uang yang cukup untuk berpartisipasi dalam masyarakat dan membeli barang-barang untuk menentukan status mereka. Berikut adalah *male gender role messages* yang menjadi bagian dari *workers*:

- *Technician*  
Pria menciptakan/membuat peralatan; mengerti dan merawat peralatan; pria memperbaiki peralatan.
- *Work Ethic*  
Pria harus bekerja untuk kehidupannya dan mereka tidak menerima pemberian dari orang lain begitu saja.
- *Money*  
Pria dinilai dari uang yang ia miliki (kaya); pria dinilai dari jabatannya.
- *Law*  
Pria menegakkan sistem/peraturan yang berlaku; pria bertindak taat/patuh

## 3. *Lovers*

Seorang pria *lovers*, adalah pria yang sangat peduli pada anak-anak mereka. Ayah dapat menjadi sumber stabilitas, bermain, sukacita, dan keintiman emosional dalam kehidupan manusia. *Male gender role messages* yang menjadi bagian dari *lovers* yaitu :

- *Breadwinner*  
Pria harus menafkahi dan melindungi anggota keluarga; menyediakan kebutuhan pokok keluarga.
- *Nurturer*  
Pria bersikap lemah lembut (*gentle*); pria memberi dukungan; pria penuh kasih sayang; pria peduli pada orang lain.
- *Faithful Husband*  
Pria mengorbankan kebebasan mereka ketika menikah, pria mengabaikan apapun permintaan istri dan anaknya

- *Playboy*  
Pria agresif secara seksual; pria menarik; pria berotot/gagah

#### 4. *Bosses*

Pria *bosses* tidak senang ketika orang lain mengendalikan mereka, pria ambisius mendaki ke puncak struktur birokrasi, mendominasi tim olahraga, menjadi kepala perusahaan, dan pemimpin organisasi. Pria menciptakan kepentingan dunia patriarki dalam segala hal, dimana mereka bisa menjadi seseorang yang dengan mencapai kekuatan untuk membuat keputusan yang mempengaruhi kehidupan orang lain. Pria merasa penting ketika mereka memiliki kekuasaan, mereka berusaha untuk mengontrol perilaku orang lain. Pria menghadapi rintangan, bersaing, berani mengambil risiko, mengasah keterampilan dalam bidang atletik. *Male gender role messages* yang menjadi bagian dari *bosses*, adalah:

- *Control*  
Pria adalah pengontrol/pengendali diri mereka; keluarga; dan pekerjaan.
- *President*  
Pria mengejar kekuasaan; pria berjuang keras untuk mendapatkan kesuksesan
- *Hurdles*  
Untuk menjadi 'pria sejati' harus melewati tantangan; prestasi adalah tujuan utama pria
- *Adventurer*  
Pria mengambil risiko; berpetualang; dan berani
- *Sportsman*  
Pria bersaing
- *Be Like Your Father*  
Pria bertindak sama seperti ayah mereka
- *Warrior*  
Pria pergi berperang; pria bertarung

#### 5. *Rugged Individuals*

Pria mengandalkan diri mereka sendiri, kecerdasan dan otot mereka sendiri. Pria individualistik, tidak akan meluapkan emosionalnya dan tidak akan meminta bantuan orang lain. *Male gender role messages* yang menjadi bagian dari *rugged individuals* adalah:

- *Self-Reliant*  
Pria tidak meminta pertolongan; melakukan segala sesuatu sendiri (mandiri)
- *Stoic*  
Pria mengabaikan rasa sakit; menerima apapun meski menyakitkan; tidak mau mengakui kelemahan diri.
- *Rebel*  
Pria menentang/melawan kekuasaan atau memberontak sistem yang berlaku.

- *Tough Guy*  
Pria tidak menunjukkan emosi/ tidak mudah tersentuh; pria tidak menangis; tidak membiarkan orang lain menindas mereka
- *Superman*  
Pria harus sempurna (*perfect*)

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Konsep yang digunakan adalah *male gender role* (peran gender pria) dan film animasi. Untuk memudahkan penelitian ini, maka dalam pengukuran penelitian ini menggunakan sub enumerasi yang terdiri dari 24 *male gender role* menurut Ian M. Harris, yaitu *Scholar, Nature Lover, Be The Best You Can, Good Samaritan, Technician, Work Ethic, Money, Law, Breadwinner, Nurturer, Faithful Husband, Playboy, Control, President, Hurdles, Adventurer, Sportsman, Be Like Your Father, Warrior, Self-Reliant, Stoic, Rebel, Tough Guy, Superman* (Harris, 1995).

### Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh film animasi panjang yang diproduksi dan didistribusikan oleh Walt Disney Animation Studios, sejak tahun 1970 hingga 2012, dengan total sebanyak 32 film. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Peneliti menggunakan rumus Taro Yamane untuk menentukan jumlah sampel. Setelah melakukan penghitungan maka terpilihlah sebanyak 24 film untuk dijadikan sampel. Setelah jumlah sampel terpilih, peneliti memilih anggota sampel dengan cara mengundi seluruh film Walt Disney yang menjadi populasi, yaitu: *The Aristocats, The Black Cauldron, The Great Mouse Detective, The Little Mermaid, Beauty and The Beast, Aladdin, The Lion King, Pocahontas, The Hunchback of Notre Dame, Hercules, Mulan, Tarzan, Dinosaur, Atlantis: The Lost Empire, The Emperor's New Groove, Treasure Planet, Brother Bear, Home on The Range, Chicken Little, Meet The Robinson, Bolt, The Princess and The Frog, Tangled, Wreck-It Ralph*.

### Analisis Data

Keseluruhan data yang telah diperoleh dikumpulkan dan dianalisa berdasarkan teori yang terkait. Kemudian seluruh data tersebut akan dideskripsikan dan diinterpretasikan sehingga menghasilkan suatu pembahasan data yang bersifat deskriptif. Tahapannya adalah sebagai berikut (Bulaeng, 2004):

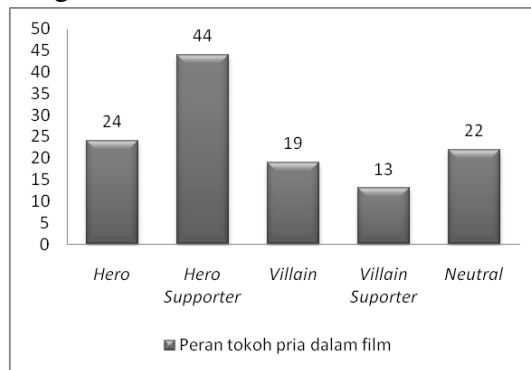
1. Merumuskan pertanyaan penelitian atau hipotesis
2. Mendefinisikan populasi yang diteliti, yaitu berupa 32 film animasi Walt Disney



3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi, dari 32 film terpilih 24 film sebagai sampel.
4. Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis, yang kemudian dituangkan dalam lembar coding
5. Mengkode isi menurut definisi yang telah dikumpulkan
6. Menganalisis data yang telah dikumpulkan
7. Membuat kesimpulan berdasarkan perhitungan statistik dari data yang telah didapatkan.

## Temuan Data

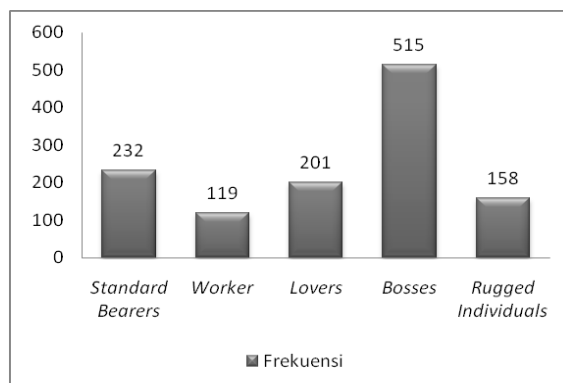
Diagram 1. Peran Tokoh Pria dalam 24 Film Animasi Walt Disney



Dari diagram di atas, menunjukkan bahwa tidak semua pria dapat menjadi *hero*, bahkan dalam 1 film mayoritas hanya terdapat 1 tokoh pria yang berperan sebagai *hero*. Dengan melihat pada jumlah tokoh *hero* dan *hero supporter* yang lebih banyak dibanding jumlah tokoh *villain* dan *villain supporter*, maka hal tersebut menunjukkan bahwa Walt Disney, lebih menonjolkan sosok tokoh pria yang memiliki peran baik dan meminimalkan penampilan tokoh pria dengan peran yang jahat/tidak baik.

## Analisis dan Interpretasi

Diagram 2. *Male Gender Role* dalam 24 Film Animasi Walt Disney





Berdasarkan tabel dan diagram di atas dapat diketahui bahwa diantara 24 *male gender role messages* menurut Harris, di dalam 24 film animasi Walt Disney yang telah diamati kategori *male gender role* yang memiliki frekuensi paling tinggi adalah *bosses* dengan frekuensi 515 yang terdiri dari *role/peran gender pria adventurer, hurdles, control, president, sportsman, be like your father, dan warrior*. Kategori *bosses* yang dominan ditampilkan oleh tokoh pria dalam film tampaknya juga tidak lepas dari para pembuat film animasi tersebut yaitu studio Walt Disney sendiri. Walt Disney merupakan sebuah studio animasi yang berada di Amerika, dan didirikan oleh Walt dan Roy Disney yang juga merupakan masyarakat Amerika. Mengingat bahwa masyarakat Amerika sendiri adalah masyarakat yang menganut sistem patriarki, maka saat pembuatan film-film Walt Disney, budaya patriarki tersebut secara tidak sadar ikut terbawa saat para pembuat film memproduksi suatu film. Seperti yang dikatakan oleh Wood bahwa seperti budaya Barat lainnya, masyarakat Amerika adalah patriarkal. Dimana dalam budaya patriarki, ideologi, struktur, dan praktik diciptakan oleh laki-laki, dan karena Amerika didefinisikan oleh laki-laki, maka secara historis Amerika mencerminkan perspektif dan prioritas laki-laki (Wood, 2011).

Hal lain secara tidak langsung dapat mempengaruhi dominasi budaya patriarki dalam film-film Disney adalah karena setelah Disney meninggal posisi CEO Walt Disney Company digantikan oleh Michael Eisner (1984-2004) dan Bob Iger (2005-sekarang) yang keduanya merupakan orang Yahudi (*History of The Walt Disney Company*, 2013, para. 2). Masyarakat Yahudi sendiri merupakan masyarakat dengan budaya patriarki yang sangat kuat. Selama lebih dari lima ratus tahun orang-orang Yahudi berkembang kompleks dan mereka membentuk nuansa yang sangat patriarki, dimana orang tua memainkan peran dalam membawa anak-anak ke dalam sistem ikatan laki-laki (Fuchs, 2000). Meski para CEO Walt Disney Company tersebut tidak berhubungan langsung dengan proses pembuatan film animasi, namun budaya perusahaan yang berada dibawah pimpinan mereka secara tidak sadar akan berpengaruh pada para karyawan perusahaan tersebut, bahkan pada saat proses pembuatan film.

Selain budaya patriarki dalam Walt Disney, beberapa kebiasaan masyarakat Amerika seperti *boys' games* yang mempengaruhi pembuatan tokoh dalam film animasi Disney.



Gambar 1. *Boys' game* dalam film animasi Walt Disney

Dalam *boys' games* (permainan anak laki-laki), dimana anak laki-laki memainkan permainan yang kompetitif, memiliki tujuan yang jelas, melibatkan fisik, dan

ditetapkan oleh aturan, peran dalam permainan dan bagaimana cara bermain. Saat bermain *game*, anak laki-laki belajar untuk mencapai tujuan, bersaing untuk mendapatkan status, melakukan kontrol atas orang lain, mendapatkan perhatian dan menonjol (Wood, 2011). Secara tidak langsung adanya *boys' game* (permainan anak laki-laki) sebagai salah satu budaya masyarakat Amerika ini juga mempengaruhi para pembuat film Disney saat membuat tokoh pria pada film-filmnya. Tidak hanya mempengaruhi peran gender pria *sportsman* (pria bersaing untuk mendapatkan kemenangan) saja, namun juga mempengaruhi pembuatan karakter tokoh dengan peran bagaimana seorang pria mencapai tujuan, berpikir strategi untuk meraih sukses, melakukan kontrol atas orang lain, mendapatkan perhatian dan menjadi menonjol/nomor satu.

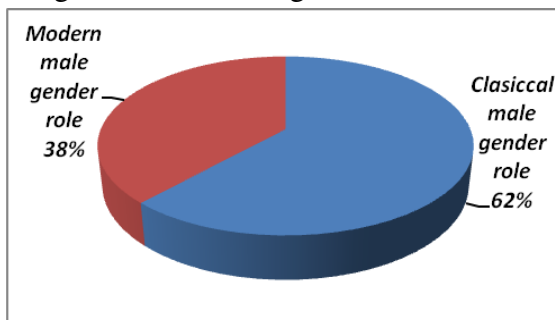
Selain *boys' game* pembuatan tokoh pria dalam film juga dipengaruhi oleh sosok koboi yang ada pada masyarakat Amerika. Figur koboi sangat dimuliakan dan menjadi simbol dari semangat masyarakat Amerika, koboi adalah tokoh legenda di Amerika. Masyarakat Amerika mengagumi dia atas kebebasan, kejujuran, kerendahan hati, dan keberanian mereka (Deitermann, 2004). Hal tersebut juga tercermin dalam tokoh-tokoh pada 24 film Disney yang diamati. Seperti pada peran *be the best you can* yang termasuk dalam kategori *standard bearers*, yang merupakan kategori yang mendominasi kedua pada tokoh pria dalam 24 film animasi Walt Disney. Dimana dalam peran *be the best you can* pria berperilaku baik dengan memiliki moral yang baik, sopan, jujur, dan rendah hati.



Gambar 2. Male gender role *be the best you can*

Gambar di atas menunjukkan karakter tokoh pria dalam film yang dipengaruhi oleh sosok koboi. Dalam film tersebut tokoh-tokoh pria yang bersikap sopan, jujur dan rendah hati selalu berperilaku baik dengan membuka topi mereka dan membungkukkan badan, dimana topi yang digunakan oleh para tokoh dalam film tersebut juga serupa/sejenis dengan topi-topi para koboi.

Diagram 3. Perbandingan *Classical* dan *Modern Male Gender Role* dalam Film



Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa *classical male gender role*/peran gender pria tradisional masih mendominasi dalam 24 film animasi Walt Disney dengan jumlah frekuensi 757 atau sebanyak 62%, dibanding peran gender pria modern, dengan jumlah frekuensi 468 atau sebanyak 38%. Hal tersebut menunjukkan bahwa, Disney ingin lebih menunjukkan pria yang memiliki peran gender pria tradisional pada para pemirsanya, dan tetap mengukuhkan bahwa seorang pria yang sejati harus memiliki/memenuhi peran gender pria yang tradisional. Dimana Disney menggambarkan pria yang memiliki peran gender pria tradisional dalam filmnya sebagai pria yang kuat secara fisik, memperlihatkan kemarahan mereka, pria yang suka mengontrol/mengendalikan orang lain, tegar, agresif, selalu berorientasi pada kesuksesan, dan *macho*.

Sedangkan pria dengan peran gender modern, lebih sedikit ditonjolkan oleh Disney dalam film-filmnya. Disney menampilkan pria yang memiliki peran gender modern, dalam filmnya sebagai pria yang lebih memiliki keterampilan intelektual (pandai), pria yang peduli pada orang lain, pria yang mencintai alam, dan pria yang memiliki kelemahan.

## Simpulan

Dari *male gender role* yang ada, terdapat 95,8% *male gender role* dalam film animasi Walt Disney. *Male gender role* yang paling dominan terdapat dalam film animasi Disney yang diamati adalah pada kategori *bosses* yang terdiri dari unit enumerasi *adventurer, hurdles, control, president, sportsman, be like your father* dan *warrior*. Walt Disney masih mendominasi penampilan sosok peran gender pria tradisional/*classic male gender role* (*adventurer, be the best you can, breadwinner, control, hurdles, money, playboy, president, self reliant, sportsman, stoic, superman, tough guy, warrior, dan work ethic*) dalam film-filmnya dibanding peran gender pria modern (*be like your father, faithful husband, good samaritan, law, nature lover, nurturer, rebel, scholar, dan technician*).

Rekomendasi untuk penelitian kedepan yaitu, agar dilakukan penelitian serupa untuk subjek lain, agar dapat memperoleh perbandingan konten *male gender role* dalam film. Dapat juga dilakukan analisis tekstual untuk membuka lebih dalam tentang tanda dan simbol *male gender role* yang ada di dalam film-film Walt Disney.

## Daftar Referensi

- Beiman, N. (2012). *Prepare to board! creating story and characters for animated features and shorts*. UK: Focal Press.
- Brannon, L. (1996). *Gender: Psychological perspectives 4th ed*. London: Pearson/Allyn and Bacon.
- Bulaeng, A. R. (2004). *Teori dan manajemen riset komunikasi*. Jakarta: Norendra.
- Cook, C. M. (2012). The hero and villain binary in the western film genre. Retrieved May 16, 2013 from Massey University Palmerston North, New Zealand.

- Deitermann, J. (2004). *The american western of the 1950s – An analysis of cowboy culture against the background of the era*. GRIN Publishing.
- Do Rozario, R.A. C. (2004). The Princess and the Magic Kingdom: Beyond Nostalgia, the Function of the Disney Princess. *Women's Studies in Communication*, 27(1), 34-59
- Faherty, V. E. (August, 2001). Is the mouse sensitive? A study of race, gender, and social vulnerability in Disney Animated Films. *Studies in Media & Information Literacy Education*, 1(3), 1–8. Retrieved March 3, 2013, from <http://utpjournals.metapress.com/content/08r6082615151118/fulltext.pdf>
- Fischer, S. (2010). Powerful or pretty: A content analysis of gender images in children's animated films. Retrieved January 19, 2013 from Auburn University, Alabama site: <http://etd.auburn.edu/etd/bitstream/handle/.../ThesisSabrinaFischer.pdf>
- Fuchs, L. H. (2000). *Beyond patriarchy: Jewish fathers and families*. New England: Brandeis University Press
- Gökçearsan, A. (January, 2010). The effect of cartoon movies on Children's Gender Development. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2, 5202–5207. Retrieved April 11, 2013, from <http://w3.gazi.edu.tr/~armagangokce/7.pdf>
- Haig, D. (May, 2003). The inexorable rise of gender and the decline of sex: Social change in academic titles, 1945–2001. *Archives of Sexual Behavior* 33(2), 87–96. Retrieved April 11, 2013, from [http://www.oeb.harvard.edu/faculty/haig/publications\\_files/04inexorable.pdf](http://www.oeb.harvard.edu/faculty/haig/publications_files/04inexorable.pdf)
- Harris, I. M. (1995). *Messages men hear: Constructing masculinities*. London: Taylor&Francis
- History of The Walt Disney Company*. (2013). Retrieved May 19, 2013, from <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/the-walt-disney-company-history/>
- Prajarto, N. (2010). *Analisis isi metode penelitian komunikasi*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Russell, C. (n.d). *FIN 6406 – Strategic financial management*. Retrieved January 17, 2013 from [http://www.christinalrussell.com/documents/DisneyFinanceProject\\_000.pdf](http://www.christinalrussell.com/documents/DisneyFinanceProject_000.pdf)
- The Walt Disney Company*. (2013). Disney History. Retrieved February 5, 2013, from <http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history>
- Ward, A. (2002). *Mouse mortality: The rhetoric of disney animated film*. Texas: University of Texas Press.
- Wiryanto. (2000). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Grasindo.
- Wood, J. T. (2011). *Gendered lives communication, gender, and culture (Ninth Edition)*. United States: Wadsworth, Cengage Learning.