

# Komodifikasi Feminisme Pada Film Barbie Produksi Warner Bros

<sup>1</sup>Adinda Ramadhannia, <sup>2</sup>Merry Faridha Tri Palupi, <sup>3</sup>Beta Puspitaning Ayodya

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

adinda.ramadhannia@gmail.com

## **Abstract**

*This research aims to examine the commodification of feminism in the Barbie movie produced by Warner Bros in 2023. Feminism, which is an ideology where men and women have equal rights in various aspects of life, remains a movement that continues to be fought for. The involvement of many participants in supporting this movement often leads commodifiers to target the concept of feminism to be used as a commodity. For example, the 2023 Barbie movie explicitly incorporates the concept of feminism and has managed to achieve fantastic profits, becoming the highest-grossing film of 2023. This study uses a qualitative method with Roland Barthes' semiotic analysis to identify signs in the film. The results of this study indicate the commodification of feminism in various scenes, demonstrated by the involvement of women as leaders and women working in various professions. However, the portrayal of feminism in this film is presented in a superficial manner by excessively focusing on "girl power," which may shift the true meaning of feminism and be misunderstood by the general public.*

**Keywords:** *Commodification, Feminism, Representation, Barbie Film 2023*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana bentuk komodifikasi feminisme pada film Barbie yang diproduksi oleh Warner Bros pada tahun 2023. Feminisme yang merupakan sebuah paham dimana laki-laki dan perempuan memiliki hak yang sama dalam berbagai aspek kehidupan, menjadi salah satu gerakan yang hingga saat ini masih terus diperjuangkan. Keterlibatan banyak partisipan dalam mendukung gerakan ini sering kali membuat para pelaku komodifikasi menysasar konsep feminisme untuk dipergunakan sebagai sebuah komoditas. Seperti dalam film Barbie tahun 2023 yang mengangkat konsep feminisme secara terang-terangan dan berhasil meraup keuntungan yang fantastis, film ini berhasil menjadi film dengan pendapatan tertinggi sepanjang tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis Semiotika Roland Barthes untuk melihat tanda-tanda pada film. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya komodifikasi feminisme dalam scene-scene film yang ditunjukkan dengan keterlibatan perempuan sebagai pemimpin, serta perempuan yang dapat bekerja sebagai apa saja. Namun penggambaran feminisme pada film ini dikemas dalam versi dangkal dengan menampilkan fokus "girl power" secara berlebihan sehingga dapat menggeser makna sebenarnya dari feminisme itu sendiri dan dapat disalahartikan oleh orang awam.

**Kata kunci:** Komodifikasi, Feminisme, Representasi, Film Barbie 2023

## **Pendahuluan**

Sejak abad ke-19 hingga saat ini feminisme menjadi salah satu gerakan yang masih terus diperjuangkan oleh para wanita di seluruh dunia. Feminisme merupakan sebuah paham yang memandang bahwa laki-laki dan perempuan memiliki hak yang sama dalam bidang

politik, seksual, sosial, ekonomi, dan intelektual. Feminisme meliputi gerakan, filosofi, teori, serta semua yang berhubungan dengan masalah kesetaraan gender dengan tujuan untuk mendapatkan keadilan bagi perempuan (Thurfah Ilaa, 2021) Namun bagaimana jika feminisme yang merupakan sebuah ideologi berubah menjadi sebuah komoditi dan tanpa disadari diperdagangkan.

Paham feminisme yang terus menyebar ini didukung oleh keterlibatan artis-artis dan sutradara terkenal, hingga pelaku bisnis dalam pembuatan film, iklan, maupun fashion. Banyak film yang mengangkat tema feminisme yang berhasil mendapatkan kesuksesan besar diantaranya *Little Women* (2019), *Lady Bird* (2017) dan masih banyak lagi. Gerakan feminisme yang hingga saat ini masih terus diperjuangkan oleh kaum wanita, serta banyaknya keterlibatan partisipan yang terus mendukung paham feminisme, membuat para pelaku-pelaku komodifikasi menyasar konsep feminisme untuk dijadikan sebagai subjek komoditas (Wardhani, 2019)

Komodifikasi adalah proses perubahan pada jasa atau barang menjadi komoditas dengan nilai jual atau dapat diperjual-belikan di pasar. Proses komodifikasi bisa terjadi jika sesuatu yang sebelumnya tidak mempunyai nilai ekonomi, berubah menjadi sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi serta dapat mendatangkan keuntungan (Raisa Qisthy Hermawan Putri & Santi Indra Astuti, 2023) Komodifikasi merupakan sebuah proses berubahnya sebuah hal yang memiliki nilai guna menjadi sebuah produk yang mempunyai nilai jual (Moscow, 2009 dalam Fauzan Acyuto & Prasetio, 2023) Komodifikasi yang dilakukan pada feminisme biasanya disebut dengan Marketplace Feminisme dimana hal ini bisa terjadi jika sebuah perusahaan menggunakan sifat aktivisme, bahasa, dan nilai yang memiliki unsur feminisme untuk menjual produknya (Kantola, 2012 dalam Wardhani, 2019) Walaupun komodifikasi dapat membawa dampak positif bagi keberlangsungan ekonomi, namun komodifikasi juga dapat membawa dampak buruk terhadap menurunnya suatu nilai-nilai penting sehingga hal ini dapat merugikan kelompok atau pihak-pihak tertentu dan menurunkan kredibilitas dari suatu nilai tersebut.

Komodifikasi terhadap feminisme saat ini semakin banyak dilakukan terutama dinegara-negara-negara Barat dimana isu feminisme sangat sering diperjuangkan. Hal ini membuat para pelaku komodifikasi sering memanfaatkan konsep feminisme untuk meraih keuntungan dengan memasukkan unsur-unsur feminisme kedalam produk-produk kecantikan, fashion, iklan bahkan film. Film menjadi salah satu media yang memiliki sifat audio dan visual untuk mengirimkan pesan kepada sekawanan orang yang berkumpul di suatu tempat. Menjadi salah satu media untuk mengirimkan pesan, sehingga banyak audience yang memilih film untuk dijadikan sarana agar mendapatkan perspektif baru.

Pertama kali ditemukan di abad ke-19, film memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi, menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama komedi dan mempresentasikan banyak hal kepada publik, serta juga berfungsi sebagai hiburan. Film menjadi salah satu medium yang memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar secara cepat, serta memiliki kemampuan besar untuk memanipulasi kenyataan yang terlihat di dalam foto tanpa menghilangkan kredibilitasnya (McQuail, 2011). Film mempunyai kekuatan serta kemampuan untuk menjangkau banyak irisan sosial sehingga memiliki potensi untuk memberikan pengaruh kepada penikmatnya. Dalam banyak penelitian mengenai akibat film pada masyarakat, keterkaitan antara film dengan masyarakat seringkali dipahami secara linier. Artinya film

selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat melalui pesan yang mereka sampaikan (Sobur, 2016).

Salah satu film yang mengangkat nilai feminisme didalamnya yaitu film Barbie yang di produksi oleh Warner Bros pada tahun 2023. Film garapan sutradara perempuan Greta Gerwig ini mengangkat nilai-nilai feminisme yang sangat kuat sehingga film ini menjadi sangat berbeda dengan film Barbie berbentuk animasi produksi Mattel Entertainment yang kita ketahui. Film ini sukses meraup 155 juta USD serta berhasil menjual 12,8 juta tiket dalam tiga hari penayangan perdananya di bioskop Amerika Serikat sehingga film ini berhasil menjadi film Box Office karena meraup keuntungan jauh lebih banyak dibandingkan biaya produksinya hanya dalam waktu satu minggu (Pramita, 2023). Film ini berhasil memecahkan rekor Box Office sebagai film dengan pendapatan pembuka tertinggi sepanjang tahun 2023 serta berhasil memenangkan 188 penghargaan dari 423 nominasi. Pencapaian sukses film ini mampu menciptakan asumsi bahwa feminisme sebagai ideologi yang diangkat dalam film ini mampu menjadi komoditas yang memiliki nilai di pasar media.

Film ini awalnya memperlihatkan kehidupan Barbie yang memiliki power di dunianya sendiri, dimana di dunia Barbie ini perempuan bisa bereksprei apapun dan bisa melakukan apa pun, bahkan perempuan bisa bekerja menjadi profesi apa pun tanpa memedulikan gender mereka, hingga suatu hari Barbie yang di perankan oleh Robbie Margot ini mengalami mal fungsi yang mengharuskan ia pergi ke dunia nyata dan mencari orang yang memainkan ia dahulu. Barbie pergi bersama Ken yang diperankan oleh Ryan Gosling, dimana sesampainya mereka disana Barbie terkejut karna ia justru malah menjadi objek seksis, sedangkan Ken saat itu merasa takjub bahwa ternyata di dunia nyata sosok lelaki lebih berkuasa dan bisa menjadi apa saja, sehingga Ken saat itu memiliki rencana untuk membawa budaya patriarki ini ke Barbie Land dan mengubah semua sistem yang ada di Barbie Land dimana laki-laki lebih menguasai dibandingkan perempuan, karena menurutnya perempuan seharusnya melayani lelaki dan bukan menjadi pemimpin, setelah Ken membawa sistem patriarki ini ke Barbie Land unsur-unsur feminisme di dalam film ini semakin terasa karena setelahnya Barbie dan teman-temannya berusaha untuk mengembalikan hak-hak perempuan sebagaimana seharusnya perempuan mendapatkan hak nya.

Pengangkatan nilai feminisme yang ada di dalam film ini mampu menarik minat para penonton serta menjadi perbincangan hangat di berbagai sosial media. Film yang berhasil meraup total 1,44 miliar USD sepanjang penayangannya di bioskop global (Annur, 2023) ini menjadi bukti bahwa isu feminisme dapat menarik minat khalayak sehingga feminisme dapat dijadikan komoditi oleh agen-agen pelaku komodifikasi. Adapun penelitian serupa dengan judul “Semiotic Analysis of Barbie Movie Poster” tahun 2024, yang membahas mengenai tanda-tanda visual dan verbal pada sebuah poster film, dimana dalam penelitian tersebut poster menjadi salah satu bagian penting untuk menarik audience agar tertarik melihat film dengan memberikan visual yang baik serta memasukkan unsur-unsur gender di dalamnya. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana feminisme sebagai sebuah ideologi di pergunakan sebagai komoditi untuk menghasilkan keuntungan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan lebih lanjut akan dianalisis dengan melihat bentuk-bentuk feminisme melalui adegan serta dialog dalam film Barbie. Tanda-tanda yang ditampilkan dalam film tersebut akan dilihat kesesuaiannya serta dideskripsikan dan ditafsir maknanya terkait dengan feminisme menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam. Data primer pada penelitian ini yaitu data berbentuk teks dan juga gambar yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan metode observasi dan dokumentasi. Serta data sekunder yang digunakan yaitu dengan cara pengkajian literatur pada buku-buku ilmiah, jurnal, dan lain sebagainya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis data dengan semiotika Roland Barthes dengan menggunakan sistem konotasi, denotasi, dan mitos. Semiotika menaruh perhatian pada apa pun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain (Bereger, 2000 dalam Sobur, 2016)

## Hasil dan Pembahasan

Pada bagian penjabaran ini peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan melihat tanda denotasi, konotasi, mitos. Peneliti akan menjabarkan tiap hasil temuan sesuai dengan temuan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Bentuk Komodifikasi Feminisme Pada Film Barbie Produksi Warner Bros?”.

### A. Analisis Semiotika Roland Barthes

#### 1. Analisis Scene 1: Narasi Pembukaan Dalam Film Barbie



Gambar 1: Barbie Dalam Berbagai Profesi

Pada adegan pembukaan di menit ke 00:02:50 – 00:03:38 ini menceritakan Barbie yang awalnya tercipta untuk memenuhi harapan para perempuan di dunia nyata. Denotasi pada scene ini yaitu terlihat beberapa perempuan berbaris dalam balutan pakaian profesi yang berbeda seperti, perawat, model, pilot, pengacara, bahkan juga menampilkan perempuan distabilitas yang menggunakan kursi roda, dengan menggunakan latar belakang polos. Warna pink sendiri menjadi simbol feminitas akibat paradigma masyarakat yang beranggapan bahwa warna pink merupakan warna yang identik dengan perempuan (Fuady, 2017). Konotasi pada scene ini yaitu perempuan dengan senyum lebar, gesture berdiri tegap tanda kepercayaan diri. Serta perempuan yang duduk menggunakan kursi roda di tengah perempuan lainnya, tanpa rasa insecure. Mitos pada adegan ini yaitu perempuan bisa menjadi apa saja tanpa harus takut akan penilaian orang lain, perempuan pantas mendapatkan dan melakukan apapun yang mereka mau.

Scene ini jelas menunjukkan adanya nilai feminisme dengan memberikan gambaran serta harapan bagi para perempuan agar bisa membuat perubahan dalam budaya patriarki. Dalam konstruksi makna budaya patriarki di tengah masyarakat,

perempuan kerap kali ditempatkan sebagai kelas dua di bawah laki-laki atau bahkan lebih rendah (Saputra et al., 2023). Di masyarakat butir feminin pada perempuan adalah pasif, irasional, lemah, lembut, serta penyabar, butir feminin ini sering kali dianggap sebagai kodrat sehingga hanya pekerjaan tertentu seperti mengasuh anak yang menjadi kewajiban bagi perempuan sedangkan tidak bagi laki-laki (Kurniasari, 2013)

## 2. Analisis Scene 2: Barbie Dalam Berbagai Pekerjaan dan Kedudukan



*Gambar 2: Barbie Sebagai Pekerja Konstruksi*

Pada adegan di menit 00:06:35 – 00:07:13 ini memperlihatkan suasana Barbie Land dimana para Barbie bekerja dalam berbagai posisi seperti pekerja konstruksi, petugas kebersihan jalan, pengantar surat, jurnalis, kameramen, serta soundman. Tanda denotasi pada scene ini yaitu perempuan yang bekerja sebagai pekerja konstruksi jalan dan memegang peralatan konstruksi seperti demolition hamer dan sekop, selain itu mereka juga menggunakan helm keselamatan dan sepatu. Konotasi pada scene ini yaitu latar belakang yang berwarna pink serta perelengkapan konstruksi yang dibalut dengan warna pink, dimana berdasarkan stereotipe patriaki warna pink identik dengan perempuan. Mitos pada scene ini yaitu pekerjaan berat seperti konstruksi jalanan juga mampu dikerjakan oleh perempuan, tidak hanya laki-laki saja yang mampu mengerjakan pekerjaan tersebut. Sering kali masyarakat menganggap pekerjaan tertentu lebih sesuai dikerjakan oleh perempuan berdasarkan sifat femininnya, karena perempuan lemah lembut dan penyabar (Kurniasari, 2013). Anggapan di dalam masyarakat seperti ini sering kali menghalangi perempuan untuk menjadi apa pun yang mereka inginkan, perempuan dibatasi oleh anggapan tersebut sehingga perempuan tidak bisa setara, padahal perempuan berhak mendapatkan hak-hak yang sama untuk melakukan apa pun seperti laki-laki.

Unsur feminisme dalam adegan ini menjadi salah satu bentuk untuk menarik minat para penonton, sehingga semakin banyak masyarakat yang membicarakan film ini. Scene ini termasuk ke dalam komodifikasi feminisme dengan menampilkan adegan dimana barbie bekerja sebagai pekerja konstruksi dan juga presiden

### 3. Analisis Scene 3: Barbie Memenangkan Penghargaan Nobel



Gambar 3: Barbie Memenangkan Penghargaan Nobel

Pada adegan di menit 00:07:01 – 00:07:10 ini memperlihatkan Barbie yang mendapatkan penghargaan novel, dimana penghargaan ini diberikan kepada Barbie yang telah berkontribusi dalam bidang akademik khususnya penelitian. Tanda denotasi pada scene ini yaitu perempuan menerima penghargaan nobel, dengan pakaian berwarna pink serta cinderamata yang dibalut warna pink, yang menandakan perempuan dalam budaya patriarki. Konotasi pada scene ini yaitu ekspresi bahagia yang dipancarkan karena berhasil mendapatkan penghargaan nobel. Selain itu dialog “Aku bekerja sangat keras jadi aku pantas mendapatkannya” memberikan arti bahwa perempuan juga bisa memperoleh penghargaan ini. Mitos pada scene ini yaitu Perempuan juga pantas berdiri dengan rasa bangga dan terhormat atas apa yang dia capai, perempuan juga mampu berkontribusi dan memberikan ilmunya untuk perubahan dunia. Penghargaan Nobel sendiri merupakan penghargaan paling terhormat dan bergengsi dalam bidang akademik. Namun penghargaan ini mendiskriminasi para perempuan, karena laki-laki lebih sering memperoleh penghargaan ini. Sejak tahun 1901 hingga 2023 pemenang novel didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 900 pemenang laki-laki dan 65 pemenang perempuan (Sumber: Nobel Foundation). Scene ditujukan untuk mendobrak budaya diskriminasi gender terutama pada perempuan.

### 4. Analisis Scene 4: Pesta Malam Para Barbie



Gambar 4: Barbie dan Ken Sedang Berbincang

Adegan pada menit 00:14:27 – 00:15:12 ini memperlihatkan Ken dan Barbie yang sedang berbincang. Ken yang merupakan pacar dari Barbie ingin menginap, namun Barbie tidak ingin Ken ada di rumah impiannya, selain itu setiap malam adalah malam gadis, sehingga Barbie tidak ingin Ken berada di rumah impian Barbie. Tanda denotasi pada scene ini yaitu perempuan dan laki-laki yang sedang berbincang di depan rumah, dimana perempuan tersebut telah ditunggu oleh teman-

temannya yang menggunakan pajamas, suasana yang gelap juga menunjukkan bahwa hari sudah malam. Konotasi pada scene ini yaitu perempuan memiliki hak untuk berkumpul dan bersenang-senang bahkan mengadakan pesta di malam hari tanpa laki-laki, adegan ini menepis pandangan bahwa wanita harus berada di rumah mereka dan tidak boleh berkumpul serta berpesta di malam hari. Mitos pada scene ini yaitu perempuan berhak untuk berpesta dan bersenang-senang dalam hidup, seperti yang dilakukan oleh laki-laki pada umumnya.

Adegan ini mendobrak konstruksi masyarakat terkait perempuan yang dianggap tidak pantas untuk keluar di malam hari dengan dasar keselamatan. Masyarakat menganggap malam hari adalah waktu bagi perempuan untuk melakukan pekerjaan domestik seperti mengurus anak dan suami (Kurniasari, 2013). Hal ini ditepis dalam adegan di menit ke 14:27 – 15:12 dimana wanita juga boleh berpesta di malam hari, bahkan setiap malam adalah malam para gadis karna perempuan juga memiliki hak atas privasinya yang tidak boleh diganggu oleh laki-laki. Tidak hanya laki-laki saja yang boleh berpesta di malam hari tapi perempuan juga dapat melakukan hal yang sama.

Adegan ini memperlihatkan komodifikasi feminisme dalam bentuk komodifikasi isi dimana konten yang diperlihatkan mengenai kebebasan perempuan untuk dapat melakukan hal dianggap hanya dapat dilakukan oleh laki-laki ini dapat menarik minat dan intensi para penonton dan media.

##### 5. Analisis Scene 5: Barbie Saat Sampai di Dunia Nyata



Gambar 5: Manusia di Dunia Nyata

Scene pada menit 00:27:57 - 00:28:43 ini memperlihatkan Barbie dan Ken yang baru saja sampai di dunia nyata, namun Barbie langsung mendapatkan perlakuan yang tidak pantas dan diskriminasi dari para manusia di dunia nyata. Denotasi pada adegan ini yaitu sekumpulan laki-laki di pantai yang tertawa sembari memberikan gesture membuka tangan ingin memeluk serta gesture menggerakkan pinggulnya. Serta dialog “*Jika kubilang kau seksi apa kau akan meremasku?*” “*itu cermin di sakumu? Karena aku bisa lihat diriku di celanamu*”. Konotasi pada adegan ini yaitu ekspresi tertawa yang memperlihatkan bahwa mereka merendahkan perempuan, serta gesture membuka tangan untuk memeluk dan menggerakkan pinggul yang menunjukkan bahwa perempuan dianggap sebagai objek seksual. Mitos pada adegan ini yaitu perempuan sering menjadi objek seksual dan mendapatkan komentar buruk dari para laki-laki. Adegan ini menggambarkan realitas di dunianya dimana laki-laki sering kali merasa lebih tinggi karena mampu melakukan banyak hal sehingga

mereka menganggap bahwa perempuan lemah dan hanya pantas dijadikan sebagai objek seksual mereka.

Adegan ini memperlihatkan komodifikasi feminisme, dimana pesan feminisme yang ingin disampaikan yaitu perempuan bukanlah objek seksual, penggambaran realitas kehidupan nyata pada adegan ini dimaksud untuk menyadarkan masyarakat bahwa peristiwa seperti ini kerap terjadi di dunia nyata.

#### 6. Analisis Scene 6: Barbie Saat Di Perusahaan Mattel dan Bertemu Dengan CEO



Gambar 6: Para Petinggi Perusahaan Mattel

Scene pada menit 00:46:22 – 00:46:39 ini memperlihatkan Barbie yang baru saja sampai di Mattel dan mencari perempuan yang menjabat di perusahaan tersebut, namun dia cukup terkejut karena dia tidak menemukan pejabat Perempuan di Mattel, justru semua pejabat di perusahaan tersebut adalah laki-laki. Denotasi pada adegan ini yaitu para laki-laki berpakaian rapi diruang rapat dengan menggunakan setelan jas. Konotasi pada adegan ini yaitu para laki-laki tersebut merupakan orang penting di suatu perusahaan. Selain itu dialog pekerja laki-laki di Mattel “*Aku tak punya jabatan tinggi. Berarti aku perempuan?*” menandakan bahwa terdapat kesenjangan antara laki-laki dan perempuan dalam bidang pekerjaan di dunia nyata. Mitos pada adegan ini adalah para laki-laki umumnya memimpin dan para perempuan menjadi bawahan. Adegan ini menggambarkan realitas di dunia nyata untuk mendobrak budaya patriaki, sering kali kita dapatkan, laki-laki lebih mendominasi daripada perempuan, perempuan diberikan ruang yang terbatas untuk menjadi pemimpin. Budaya patriaki telah menciptakan ketidakadilan gender, dimana posisi perempuan selalu ditempatkan lebih rendah dan laki-laki selalu ditempatkan dalam posisi yang lebih tinggi (Nurmila, 2015)

Komodifikasi pada adegan ini terdapat pada komodifikasi feminisme untuk menyampaikan pesan bahwa hanya laki-laki yang selalu mendominasi kepemimpinan di dunia nyata, dan hal ini dapat merugikan perempuan karena konstruksi yang dibangun dalam masyarakat berdampak pada keterbatasan ruang gerak perempuan.

## 7. Analisis Scene 7: Monolog Gloria



*Gambar 7: Monolog Gloria*

Pada scene di menit 1:13:50 – 1:16:29 ini memperlihatkan Gloria yang merupakan seorang manusia sekaligus pemilik boneka Barbie, datang untuk melihat keadaan Barbie di rumah Barbie aneh, melihat keadaan Barbie yang merasa gagal menjadi seorang perempuan karena ia sudah tidak sesuai dengan stereotip perempuan pada umumnya, Gloria merasa sedih dan menyampaikan monolog sehingga itu membuat para Barbie sadar. Denotasi pada adegan ini yaitu pada dialog “Kau harus punya uang, tapi tidak boleh minta uang karena tak sopan. Kau harus jadi atasan, tapi tidak boleh kejam. Kau harus memimpin, tapi jangan mematahkan ide orang lain. Kau harus senang jadi ibu, tapi jangan terlalu bicara tentang anakmu. Kau harus jadi wanita karir, tapi juga harus mengurus orang lain.” dialog ini mengungkapkan bahwa perempuan memiliki banyak tuntutan tapi sering kali juga disalahkan jika memenuhi tuntutan tersebut. Perempuan dituntut untuk bisa jadi apa saja, tapi ketika perempuan memenuhi tuntutan tersebut, perempuan akan disalahkan karena menjadi terlalu sempurna. Konotasi pada adegan ini yaitu ungkapan kekecewaan terhadap konstruksi sosial yang ada, perempuan harus melakukan banyak hal agar terlihat sempurna dan dapat diandalkan, namun perempuan juga tidak boleh melewati batasnya, walaupun menjalankan beban ganda, perempuan tidak boleh terlihat lebih daripada laki-laki. Mitos pada adegan ini yaitu, perempuan sering mengalami beban ganda dimana mereka harus bekerja serta meluangkan waktu untuk mengurus rumah sendiri. Penggambaran beban ganda dalam film ini dibuat untuk mendobrak budaya patriarki yang ada di masyarakat. Perempuan sering kali berperan ganda karena tuntutan sosial maupun tuntutan keluarga, yang mana jelas ini tidak adil bagi pihak perempuan.

Adegan ini memperlihatkan bentuk komodifikasi feminisme dimana pesan yang disampaikan menggambarkan realitas di dunia nyata yang sebenarnya bahwa perempuan sering kali menjalani peran ganda. Sehingga ini dapat menarik minat para perempuan yang merasakan hal tersebut.

8. Analisis Scene 8: Barbie Berhasil Merebut Kembali Barbie Land dan Menggelar Rapat Konstitusi



*Gambar 8: Barbie Saat Menggelar Rapat Konstitusi*

Scene pada menit ke 1:31:06 – 1:31:44 ini memperlihatkan para Barbie yang menggelar rapat konstitusi di istana presiden untuk melakukan pemungutan suara dan menyatakan bahwa Barbie Land akan tetap menjadi Barbie Land. Denotasi pada adegan ini yaitu para perempuan yang bahagia sembari melompat dan berjoget, dengan menggunakan pakaian jumpsuit berwarna pink yang memberikan kesan maskulin dan feminin secara bersamaan. Selain itu banner bertuliskan nama Ken juga ikut diturunkan yang menandakan Ken Land telah tiada. Konotasi pada adegan ini yaitu ungkapan bahwa perempuan bisa meraih kesetaraan jika seluruh perempuan bisa saling mendukung satu sama lain dan terus bekerja sama untuk menyuarkan kesetaraan gender. Mitos yang terdapat pada adegan ini yaitu, keteguhan dan kegigihan perempuan yang terus memperjuangkan haknya akan terbayar suatu hari, perempuan akan mendapatkan haknya dan menjadi setara dengan laki-laki. Adegan ini digambarkan untuk mendobrak budaya patriarki, meskipun upaya untuk meningkatkan kesetaraan dan keadilan gender di dunia nyata masih terus dilakukan, masalah ini masih terus menjadi perhatian.

Adegan ini sangat menggambarkan bentuk komodifikasi feminisme, dimana nilai kesetaraan di akhir film di tunjukkan melalui barbie yang akhirnya bisa merebut kembali hak-haknya sebagai seorang perempuan. Adegan ini dapat menarik perhatian komunitas-komunitas tertentu serta para perempuan yang hingga kini masih terus memperjuangkan haknya.

## **B. Komodifikasi Pada Film**

Pembahasan mengenai komodifikasi feminisme ini tentu tidak terlepas dari pengertian komodifikasi secara umum. Dimana menurut Moscow, komodifikasi merupakan perubahan dari nilai guna menjadi nilai ekonomi. Moscow juga mengklasifikasikan bentuk-bentuk komodifikasi kedalam tiga bentuk yaitu komoidifikasi isi/konten, dimana dalam film ini terlihat dengan jelas bagaimana nilai-nilai feminisme telah dimasukkan dalam film ini, dimana perempuan diperlihatkan dapat melakukan apa saja yang mereka inginkan tanpa perlu memperdulikan pandangan orang lain. Film ini ingin menunjukkan secara eksplisit bagaimana perempuan seharusnya juga mendapatkan keadilan di dunia nyata, namun dengan menggeser peran laki-laki. Konsep feminisme seperti ini akan semakin menarik perhatian para penonton, terutama penonton perempuan. Namun dalam praktik komodifikasi, sebuah pesan

seringkali dikemas dalam versi dangkal, seperti dengan menampilkan fokus “*girl power*” secara berlebihan, sehingga masyarakat awam kemungkinan dapat salah memahami konsep feminisme yang sebenarnya.

Kedua yaitu, komodifikasi pekerja, Dalam film yang diteliti ini terlihat bagaimana adegan demi adegan berlangsung dengan sangat baik. Penggambaran Barbie Land yang dibuat sangat bagus seperti mainan rumah Barbie di dunia nyata. Jalan cerita yang menarik yang tentunya mengangkat nilai feminisme, editing grafis yang bagus, pencahayaan yang baik, mengindikasikan bahwa seluruh kru yang terlibat dalam film ini telah bekerja dengan maksimal agar film ini dapat diterima oleh masyarakat, sehingga memperoleh keuntungan komersial. Bentuk komodifikasi terakhir menurut Moscow yaitu, komodifikasi audiens, pada bentuk komodifikasi ini penonton yang menonton film Barbie dijadikan komoditas oleh perusahaan. Penonton yang tertarik untuk menonton film ini tentu akan mengeluarkan uangnya untuk melihat bagaimana film Barbie yang merupakan boneka legend tersebut dikemas. Film ini sendiri berhasil menarik perhatian audiens dengan menjual tiket sebanyak 12,8 Juta pada tiga hari penayangannya di bioskop. Keberhasilan film ini dalam menjangkau audience dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk bekerjasama dengan pengiklan maupun investor.

## **Penutup**

Dari hasil penelitian, peneliti menemukan adanya bentuk komodifikasi feminisme pada film tersebut. Komodifikasi feminisme pada film ini lebih terlihat pada komodifikasi isi/konten yang mem-framing pesan-pesan feminisme yang disampaikan melalui gesture, mimik wajah, atribut, serta dialog dalam film. Penggambaran komodifikasi feminisme ini dilihat melalui tanda-tanda denotasi, konotasi dan mitos. Penggambaran komodifikasi feminisme ini dilihat melalui tanda-tanda denotasi, konotasi dan mitos. Komodifikasi pekerja, yaitu bagaimana para kru yang bertugas serta para pemain yang terlibat, telah berhasil menghasilkan film dengan jalan cerita, editing grafis, serta pencahayaan yang baik untuk menarik minat para penonton terhadap film ini sehingga film ini mendapatkan keuntungan. Serta yang terakhir yaitu komodifikasi audiens, yaitu para penonton yang menonton film Barbie sapat dijadikan komoditi untuk menarik minat investor maupun pengiklan. Dalam film Barbie ini komodifikasi feminisme lebih terlihat dalam komodifikasi konten/isi karena pesan-pesan serta nilai feminisme lebih ditonjolkan. Film ini ingin menunjukkan bagaimana perempuan juga bisa menjadi apa saja, namun dengan menggeser peran laki-laki seutuhnya. Film ini mengangkat citra feminisme sebagai bentuk untuk meraih keuntungan, namun feminisme yang ditampilkan dalam film ini dikemas dalam versi dangkal, sehingga dapat menimbulkan citra atau makna yang negatif dari feminisme itu sendiri, dimana feminisme seharusnya menjadi gerakan untuk menyetarakan perempuan, bukan untuk membuat perempuan menjadi “*over power*”. Dalam film ini fokus “*girl power*” ditampilkan secara berlebihan, pengemasan feminisme yang dangkal ini dapat menggeser makna sebenarnya dari feminisme dan masyarakat awam dapat salah memahami konsep feminisme yang sebenarnya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk lebih mengeksplorasi komodifikasi feminisme dengan menggunakan metode atau analisis lain

sehingga makin memperkaya referensi penelitian komunikasi. Kepada penonton agar lebih meningkatkan pengetahuan mengenai feminisme sehingga tidak mudah terbawa oleh tayangan yang membawa ideologi feminisme yang tidak sesuai dengan makna feminisme yang sebenarnya. Serta kepada industri film, peneliti memberi saran agar dalam pembuatan film lebih menyesuaikan kembali dengan mengangkat nilai feminisme yang sebenarnya.

## Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023, December 21). *10 Film Box Office dengan Pendapatan Tertinggi Sepanjang 2023, Barbie Tercuan*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/21/10-film-box-office-dengan-pendapatan-tertinggi-sepanjang-2023-barbie-tercuan#:~:text=Barbie%20dinobatkan%20sebagai%20film%20box,menurut%20data%20Box%20Office%20Mojo>.
- Fauzan Acyuto, M., & Prasetyo, A. (2023). *Komodifikasi Tubuh Perempuan Melalui Pornografi Pada Podcast <Close The Door= (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Video Podcast)*. In *Desember* (Vol. 10, Issue 6).
- Fuady, M. F. (2017). *Pergeseran Makna Warna Pink dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970* (Vol. 2, Issue 2).
- Kurniasari, N. D. (2013). *European Journal of Hospitality and Tourism Research*. 8(1), 47–54. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>
- Pramita, D. (2023, July 26). *Seabad Warner Bros, Studio Penghasil Film Box Office Semacam Barbie*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/64c084194c6fe/seabad-warner-bros-studio-penghasil-film-box-office-semacam-barbie>
- Saputra, R. S., Palupi, M. F. T., & Kusumaningrum, H. (2023). *Konstruksi Makna Budaya Patriaki Di Pondok Pesantren Raudhatut Tholibin, Desa Kolor Kabupaten Sumenep Madura*.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Thurfah Ilaa, D. (2021). *Feminisme dan Kebebasan Perempuan Indonesia dalam Filosofi*. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4.
- Wardhani, R. S. N. I. K. (2019). *Komodifikasi Feminisme*.  
<https://plato.stanford.edu/entries/feminism-topics/>,