

## Perempuan Dalam Media Poster Film Indonesia di Era Tahun 1970-an

Hendro Aryanto, Asidigisianti Surya Patria, Nova Kristiana

*Universitas Negeri Surabaya, Surabaya  
hendroaryanto@unesa.ac.id*

### Abstrak

Industri perfilman adalah mata rantai yang (seharusnya) terus berputar melingkar tanpa hulu dan hilir. Apabila disederhanakan, mata rantai perfilman bisa dikelompokkan menjadi lima bagian yang saling terkait dan menunjang. Sejak dahulu sampai saat ini industri media merupakan sarana memperluas jaringan dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Poster merupakan suatu media cetak yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Perempuan masih dinilai sebagai objek seks sebagai daya pikat. Mereka dianggap sebagai komoditas yang bisa dijajakan, disewa maupun dibeli. Persoalan gender bukanlah persoalan baru dimasyarakat walau banyak yang belum memahaminya, namun masalah ini harus tetap dijalankan agar kesetaraan gender dapat berjalan dengan seimbang.

Kata kunci : perempuan, gender, media, poster.film

### Abstrac

*The Film Industry is a chain that (should) continue to spin in circles without upstream and downstream. When simplified, the movie chain can be grouped into five interrelated and supporting parts. Since the beginning until now the media industry is a means of expanding the network with the aim of seeking maximum profits. Poster is a static print media that prioritizes visual messages. Women are still valued as sex objects as allure. They are considered as commodities that can be sold, rented or bought. The issue of gender is not a new problem in the community even though many do not understand it, but this problem must be carried out so that gender equality can run in a balanced way.*

*Keywords: women, gender, media, poster.film*

### 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan suatu konsep kebudayaan yang baru. Sebagai suatu konsep solidaritas nasional dan identitas kebudayaan, umurnya sama dengan umur Republik yang muda ini. Semua bentuk ungkapan kebudayaan di dalam masyarakat akan tetap bertahan untuk waktu yang lama. Ini merupakan suatu kebudayaan yang harus mengekspresi lewat segala macam cara dan media. Pakaian tak bisa dilepaskan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Pakaian dan fashion merupakan hal untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki oleh seseorang. Pakaian dan fashion diambil sebagai tanda bagi orang tertentu yang menjalankan peran

tertentu pula sehingga diharapkan berperilaku dalam cara tertentu. (Barnard, 1996 : 89). Kebudayaan dipahami sebagai segala hasil karya akal budi manusia untuk meningkatkan kualitas hidup dan peradaban manusia. Idealnya, manusia sebagai pencipta kebudayaan tersebut harus juga menjadi pengendali lajunya. Namun begitu ironis, ketika ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pesat di jaman modern ini berbalik mengendalikan setiap gerak hidup manusia dalam sebuah sistem kapitalisasi dan industrialisasi.

Media adalah sesuatu yang unik karena bisnis mereka mengambil keuntungan tidak langsung dari konsumen tetapi langsung dari pemasang iklan. Produk media adalah berita, informasi, dan juga hiburan. Semua media berlomba-lomba

membuat tayangan yang kreatif dan menarik perhatian para konsumen, agar dapat merebut hati pemirsa atau pembacanya. Hal ini di manfaatkan oleh para media untuk menayangkan iklan-iklan agar dapat di pertontonkan.

Indonesia adalah target *market* yang sesuai bagi para pemilik modal ini. Selain karena memiliki jumlah penduduk keempat terbesar di dunia, kaum menengah Indonesia yang berperilaku konsumtif pun dianggap tepat untuk pemasaran produk. Kendati jumlahnya sedikit, kaum menengah atas di Indonesia tak segan membelanjakan sebagian kekayaan mereka untuk membeli produk-produk kapitalis yang berharga mahal demi meningkatkan citra mereka. Beraneka produk seperti musik, program acara televisi, berbagai *franchise* majalah hingga film laku dijual dan cepat diserap negara berkembang ini. Untuk memperbesar daya serap pasar, para pembuat produk seperti tak segan melakukan berbagai penyesuaian dalam produk mereka. Seperti Donald Duck dengan sulih suara bahasa Indonesia, film bioskop yang dilengkapi teks bahasa Indonesia, iklan produk kecantikan luar negeri yang dibuat di Indonesia dengan model Indonesia ( lokal *content* ) dan sebagainya.

## 2. Pengertian Film

Definisi Film Menurut UU 8/1992, adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita *seluloid*, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, eletronik, dan lain-lain. Pada tahun 1955, diselenggarakanlah ajang penghargaan tertinggi dunia perfilman Indonesia yaitu Festival Film Indonesia (FFI). Ajang ini kemudian diadakan lagi di

tahun 1960 dan 1967 dengan nama Pekan Apresiasi Film Nasional. Setelah itu diadakan secara teratur mulai tahun 1973 memakai nama awal, Festival Film Indonesia. FFI ini sempat terhenti di tahun 1992 dikarenakan perfilman Indonesia mengalami mati suri. Pada tahun 2002 saat film *Ada Apa Dengan Cinta?* rilis dan disebut-sebut sebagai awal kebangkitan perfilman Indonesia dari mati suri beberapa tahun sebelumnya.

## 3. Pengertian Poster Film

Poster film adalah poster yang digunakan untuk mengiklankan suatu film. Studio sering mencetak beberapa poster yang bervariasi dalam ukuran dan konten tergantung pada pasar domestik dan internasional. Poster tersebut biasanya berisi visual dan teks. Biasanya poster film sering menampilkan foto-foto aktor pemeran utama dalam judul film tersebut. Sebelum tahun 1990an, poster film dibuat dalam bentuk ilustrasi yang dilukis secara manual dalam ukuran yang sangat besar.

Teks pada poster film biasanya berisi judul film dalam huruf besar sebagai *point of interest* agar target bisa langsung membaca. Terdapat pula *tagline*, nama direktur, nama pemain dan kru pembuat film, tanggal rilis, yang disebut *credit title*. Poster film biasanya ditampilkan di dalam dan di luar bioskop, untuk yang di luar gedung ukurannya sangat besar. Gambar yang sama muncul dalam film dan juga dapat digunakan di situs Web, *flyer*, kemasan DVD, brosur, iklan di koran dan majalah, dan lain-lain.

## 4. Teori Perspektif Gender

Ibarat virus, ketidakadilan gender sering tidak tampak dengan mata telanjang. Disamping dikait-kaitkan dengan norma dan nilai, ketidakadilan gender juga menggunakan perangkat hegemoni untuk mengelabui korbannya. Seseorang yang tidak memiliki pengetahuan gender memadai, tidak akan pernah mengetahui adanya ketimpangan, meskipun ketimpangan tersebut telanjang didepan matanya (Mundari, 2006 : 148). Budaya yang menjajakan mimpi dan angan-angan mempermudah

perempuan terjerumus dalam keinginan untuk mencapai *instant success*. Perempuan seperti benda yang dikonsumsi banyak orang serta jadi obyek seks. Perempuan merupakan komoditas dalam mesin giling sistem kapitalisme. Mereka harus tampil maksimal meski harus berpose 'menantang'.

Dalam tulisan ini, penulis menggunakan, analisis teori nurture, Faqih dalam bukunya yang berjudul "Analisis Gender dan Transformasi Sosial" mengatakan, teori nurture adalah dimana perbedaan perempuan dan laki-laki pada hakekatnya adalah hasil konstruksi sosial budaya, sehingga menghasilkan peran dan tugas yang berbeda. Perbedaan itu menyebabkan perempuan selalu tertinggal dan terabaikan peran dan kontribusinya dalam hidup berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Kontruksi sosial menempatkan perempuan dan laki-laki dalam perbedaan kelas. Laki-laki diidentikan dengan kelas *borjuis* dan perempuan sebagai *proletar*.

## 5. Analisis Perempuan Dalam Media Poster Film Indonesia Di Era Tahun 1970-an

Dalam memahami konsep gender ada beberapa hal yang perlu dipahami yaitu, ketidakadilan dan diskriminasi gender merupakan sistem dan struktur dimana perempuan maupun laki-laki menjadi korban dari sistem tersebut. Berbagai perbedaan peran dan kedudukan antara perempuan dan laki-laki baik secara langsung berupa dampak perlakuan maupun sikap, dan yang tidak langsung berupa dampak suatu peraturan perundang-undangan maupun kebijakan telah menimbulkan berbagai ketidak-adilan yang telah berakar dalam sejarah, adat, norma ataupun dalam berbagai struktur yang ada dimasyarakat.

Ketidakadilan gender terjadi karena adanya keyakinan dan pembenaran yang ditanamkan sepanjang peradaban manusia dalam berbagai bentuk yang bukan hanya menimpa perempuan saja, tetapi juga dialami oleh laki-

laki. Meskipun secara agregat ketidakadilan gender dalam berbagai kehidupan ini lebih banyak dialami oleh perempuan, namun ketidakadilan gender itu berdampak pula terhadap laki-laki. Ketidakadilan gender termanifestasikan dalam berbagai bentuk ketidakadilan, yakni :

- Marginalisasi ( proses pemiskinan ekonomi )
- Subordinasi ( anggapan tidak penting )
- Pembentukan Stereotype ( pelabelan negatif )
- Kekerasan ( Violence )
- Beban kerja lebih panjang dan banyak ( Burden )
- Sosialisasi ideologi nilai peran gender (DR. Mansour Faqih, "Review Analisis Gender dan Transformasi Sosial", 08 Maret 2012).



Gambar 1 : Poster film yang diteliti, Pemberang 1972, Dikejar Dosa (1974), dan Nafsu Gila (1973)  
(Sumber gambar [www.drama21.blogspot.com](http://www.drama21.blogspot.com))

Dari beberapa poster film diatas, membuktikan bahwa kurangnya profesionalisme sebagai kompensasi dan ketidakmampuan dalam membuat sebuah isi film. Sehingga film-film

yang bertemakan misteri, erotisme dengan kekerasan yang dilakukakan oleh perempuan bertebaran, lalu muncul media posternya dengan gambar atau visual perempuan sebagai daya tarik kepada masyarakat. Di era 70-an ini, banyak film-film dengan unsur erotisme di dalamnya karena pada saat itu ada desakan dari industri perfilman yang ditujukan kepada pemerintah agar sensor terhadap film Indonesia dilonggarkan. Namun, di akhir tahun 1972 Badan Sensor Film kembali tegas terhadap unsur-unsur erotisme, seksual, dan kekerasan yang terkandung dalam film. Kalau dicermati, terjadi peran yang sangat tidak seimbang antara perempuan dan laki-laki yang cenderung memojokkan kaum perempuan. Dominasi perempuan seksi dan kejam dalam media poster film diatas hanya sebagai elemen pemanis saja guna menarik minat penonton yang kerap dijadikan pelatuk untuk meledakkan nafsu penonton. Beberapa judul film di era 70an menampilkan seorang bahkan lebih perempuan seksi dengan mengekspose paha wanita sebagai daya pikat. Dari sinilan muncul ketidakadilan gender, dimana perempuan diasumsikan barang dagangan sebagai daya tarik untuk dibeli. Ia tidak sadar bahwa dirinya sudah menjadi bagian dari kapitalisasi yang mengutamakan keuntungan semata dan hedonistik tanpa memperhatikan pada nilai norma yang didengungkan oleh semua ajaran etis dan agama.

Masyarakat perempuan kita tidak dapat berkembang karena masyarakat lelaki tidak bersedia memberi waktu dan ruang gerak (Ibrahim, 1997 : 126). Mereka (perempuan) hanya bisa ditolong oleh masyarakat perempuan itu sendiri. Dan kekuasaan hanya berlaku bagi kaum lelaki. Media poster film sebenarnya tidak harus demikian, tidak selalu mengekspose perempuan sebagai objek saja, Tidak ada salah satunya baik laki-laki maupun perempuan yang mendominasi bidang pada media poster sebagai *point of interst*.

## 6. Simpulan

Perwujudan ketidakadilan gender tidak dapat dipisah-pisahkan, karena hal tersebut saling mempengaruhi. Tidak ada satupun manifestasinya yang lebih penting, lebih esensial dari yang lain. \Media poster film Indonesia era 1970-an diatas merupakan bentuk marginalisasi ekonomi pada saat itu terhadap perempuan yang terjadi karena pelebelan negatif atas kaum perempuan dan hal itu juga berperan dalam penciptaan anggapan yang tidak penting, kekerasan kepada kaum perempuan, yang pada akhirnya tersosialisasikan dalam keyakinan, ideologi dan visi dari kaum perempuan itu sendiri.

Dari judul poster film yang dianalisis diatas sebenarnya tetap pada kodrat awalnya, secara sadar atau tidak melakukan dekonstruksi terhadap bangunan citra perempuan sebagai sosok yang lembut dan feminin. Namun, pada tampilannya poster film diatas merupakan juga sebuah teks yang bisa dianggap "merendahkan" perempuan atau sangat bias gender karena seluruh perspektif yang dipakai dalam tampilan visual adalah perspektif laki-laki. Bisa juga dianggap sebagai produk yang juga merepresentasikan dominasi laki-laki atas perempuan.

## 7. Daftar Pustaka

- Barnard, Malcom. (1996). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiqih, Mansour (1999). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ibrahim. Idi Subandy.(1997). *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Mundari. (2006). *Gender Intelligence, Pengantar Pendidikan Gender untuk Remaja*, Graphitats Press, Surabaya.

### Artikel :

Mansour Faqih, "Review Analisis Gender dan Transformasi Sosial", 08 Maret 2012

### Website :

[www.drama21.blogspot.com](http://www.drama21.blogspot.com)