

## Representasi Stereotip Gender Tradisional dalam Poster Film *Marvel Cinematic Universe*

Hafizhah Ainul Fajar<sup>1\*</sup>, Detta Rahmawan<sup>2</sup>, dan Kunto Adi Wibowo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Padjadjaran

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji representasi gender dalam poster film Marvel Cinematic Universe dari tahun 2008 hingga 2023, dengan menyoroti bagaimana laki-laki dan perempuan digambarkan, serta bagaimana dinamika kekuasaan gender tercermin dalam visualisasinya. Khalayak muda membentuk identitas gender dan ekspektasi perilaku gender mereka melalui interaksi sosial dan media massa, termasuk film. Penelitian menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk memeriksa 99 poster film MCU dari tiga situs utama (IMDb, Rotten Tomatoes, dan Metacritic). Hasil uji Chi-Square menunjukkan adanya ketidakseimbangan gender yang signifikan dalam representasi karakter, di mana karakter laki-laki lebih sering muncul dan ditampilkan dengan ukuran relatif lebih besar serta peran sosial yang lebih tinggi dibandingkan karakter perempuan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa stereotip gender tradisional masih mendominasi dalam poster film MCU, yaitu laki-laki lebih mendominasi dalam poster film Marvel Cinematic Universe dibandingkan dengan perempuan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pembuat konten dan pengiklan mengenai pentingnya representasi gender yang seimbang dan inklusif dalam media, di mana adanya kesetaraan dalam penggambaran gender pada film. Temuan ini menyoroti perlunya upaya lebih lanjut untuk mengatasi stereotip gender dalam media dan mengadvokasi representasi yang lebih setara dan adil bagi kedua gender.

**Kata-kata Kunci:** Gender; Film; Marvel; Stereotip; Representasi

### *Traditional Gender Stereotype Representation in Marvel Cinematic Universe Movie Posters*

#### ABSTRACT

*This study examines gender representations in Marvel Cinematic Universe movie posters from 2008 to 2023, highlighting how men and women are depicted and how gender power dynamics are reflected in the visualizations. Young audiences shape their gender identity and gender behavioral expectations through social interactions and mass media, including movies. The study used quantitative content analysis methods to examine 99 MCU movie posters from three major websites (IMDb, Rotten Tomatoes, and Metacritic). The results of the Chi-Square test showed a significant gender imbalance in character representation, with male characters appearing more frequently and being shown with relatively larger sizes and higher social roles than female characters. The study also revealed that traditional gender stereotypes still dominate in MCU movie posters. This research provides important insights for content creators and advertisers on the importance of balanced and inclusive gender representation in media. The findings highlight the need for further efforts to address gender stereotypes in the media and advocate for more equal and fair representation for both genders.*

**Keywords:** Gender; Film; Marvel; Stereotypes; Representation

---

\*Korespondensi: Hafizhah Ainul Fajar. Universitas Padjadjaran. Jalan Raya Bandung-Sumedang Km. 21, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Email: hafizah.fajar@gmail.com

## **PENDAHULUAN**

Riset mengatakan bahwa pengembangan identitas gender dan ekspektasi seseorang tentang perilaku yang harus dilakukan seorang perempuan dan laki-laki dalam masyarakat telah dimulai sejak dini. Menurut Levy (2010), sebagian besar identitas gender anak-anak sudah berkembang dengan baik ketika mereka memasuki bangku sekolah dasar. Identitas peran gender anak-anak memiliki keterkaitan yang erat dengan persepsi dirinya, karena hal itu memengaruhi cara orang dewasa dan teman sebaya berinteraksi dengan mereka. Pengamatan seorang individu terhadap lingkungannya dan interaksi secara terus-menerus terhadap orang lain dapat membentuk ekspektasi, khususnya mengenai cara berperilaku secara pantas berdasarkan gendernya. Pengamatan yang dilakukan bukan hanya sebatas yang mereka saksikan di dunia nyata saja, tetapi mencakup juga apa yang mereka lihat di media massa (Larson, 2010). Para pakar mengkaji stereotip peran gender yang ada dalam iklan yang ditargetkan kepada anak-anak dan beberapa jenis media hiburan termasuk buku, televisi, video game, dan film. Temuan yang konsisten dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh media yang menasar khalayak muda, menggambarkan aktor dan karakter yang sejalan dengan peran gender tradisional yang stereotip. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Goffman (1979) menunjukkan bahwa representasi media massa seringkali mencerminkan ekspektasi masyarakat yang lebih besar terhadap peran gender dan paparan terhadap representasi tersebut dapat diperkuat stereotip gender di kalangan penikmat film.

Film bukan sekedar media untuk menghibur, tetapi menjadi salah satu wadah untuk mencerminkan masalah, kebutuhan, budaya, nilai-nilai, kepercayaan, dan aspirasi individu atau kelompok (Alisha, 2022). Marvel Studios, sebuah franchise media Amerika, mula membuat film berdasarkan karakter komiknya setelah era keemasan komik. Meskipun serial Detective Comics (DC) mendominasi periode komik pada tahun 1950-an, film-film Marvel mulai memberikan hits blockbuster di Hollywood kontemporer. Marvel Studios menciptakan Marvel Cinematic Universe (MCU), yang memproduksi banyak film independen, video game, film animasi, film pendek, acara televisi, dan serial berdasarkan karakter dan latar komik fiksi mereka. MCU terdiri dari Earth-199999, realitas masa kini dengan beberapa multiverse paralel. Perusahaan tersebut sejauh ini telah merilis 33 film, dan film ini melampaui 25 miliar hit Box Office di seluruh dunia, dan "Avengers: End Game" adalah film terlaris sepanjang masa. Mengingat peran penting film pahlawan super dalam industri film kontemporer, dan peran Marvel Cinematic Universe dalam mendorong perkembangan ini, banyak pakar studi film dan media yang mulai meneliti media ini (Lustyik & Holtmeier, 2017).

Marvel Cinematic Universe (MCU) memiliki peran yang penting dalam media, hal itu memengaruhi penggemar dari genre tersebut. Permasalahan yang ditunjukkan oleh beberapa pakar media adalah bahwa MCU tidak memberikan representasi dan penggambaran yang setara terhadap karakter perempuan dibandingkan dengan karakter laki-lakinya. Hal ini berpotensi memiliki dampak buruk bagi perempuan di mana pun dan juga bagi penggemar genre yang mengalami ketidaksetaraan ini. Meskipun MCU telah berupaya untuk menampilkan lebih banyak keterwakilan superhero perempuan dalam film-filmnya, perjalanannya masih panjang untuk mencapai gambaran kesetaraan yang sebenarnya dari kedua gender dalam film-filmnya (Ameter, 2019).

Dalam upaya untuk menyampaikan gambaran mengenai film yang akan ditayangkan, pembuat konten dapat menggunakan poster sebagai alat komunikatif yang efektif. Melalui poster film juga, pembuat konten dapat menciptakan cerita yang menarik menggunakan

gambar dan teks secara maksimal untuk menarik minat audiens dalam mengonsumsi film tersebut (Uchida et al., 2011). Meskipun film hanya mampu menampilkan beberapa informasi mengenai keseluruhan film yang sedang dipromosikan, tetapi cara penggambaran karakter utama dalam poster mampu mengkomunikasikan seluruh informasi kepada khalayak mengenai dinamika kekuasaan gender di antara karakter dalam film tersebut. Di samping itu, sudut pandang khalayak sebagai penerima konten terhadap poster film dapat menentukan ekspektasi mengenai isi dari film yang dipromosikan, sekaligus berkontribusi dalam keputusannya untuk mengonsumsi film tersebut. Bagaimanapun juga, pembuat konten menyadari bahwa laki-laki cenderung menghindari produk yang terlihat feminin, dan perempuan cenderung menghindari produk yang terlihat maskulin (Schor, 2004). Oleh karena itu, dengan menekankan isyarat peran gender dalam poster filmnya, pembuat konten dapat mengomunikasikan informasi yang luas tentang filmnya kepada penonton hanya dengan memilih untuk menggambarkan karakter-karakter yang berbeda gender atau dengan mengubah perempatan karakter-karakter tersebut pada poster. Studi saat ini berfungsi sebagai upaya awal untuk memahami bagaimana gender digambarkan dalam poster film.

Anggapan bahwa laki-laki lebih berharga dibandingkan perempuan mulai terdengar familier di telinga masyarakat. Hal ini dikarenakan media menempatkan peran laki-laki di situasi yang lebih penting dibandingkan perempuan, serta kurangnya keterwakilan perempuan di media, khususnya penggambaran yang mencerminkan kurangnya peran perempuan dalam masyarakat (Steyer, 2014). Telah dilakukan beberapa penelitian untuk mengukur keberadaan gender dalam suatu media, yaitu dengan menghitung frekuensi kehadiran karakter perempuan dan karakter laki-laki, serta dengan menghitung penggambaran karakter laki-laki saja, perempuan saja, maupun campuran. Dalam metode penelitian yang pertama, secara konsisten hasilnya menunjukkan bahwa karakter laki-laki lebih banyak dihadirkan dibandingkan karakter perempuan. Sejalan dengan itu, metode kedua pun memberikan hasil bahwa media lebih banyak menampilkan karakter laki-laki saja dibandingkan dengan menampilkan karakter perempuan saja.

Dalam penelitian ini, dikembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1:** Poster film Marvel Cinematic Universe akan menggambarkan lebih banyak karakter laki-laki dibandingkan karakter perempuan.
- H2:** Poster film Marvel Cinematic Universe akan lebih sering menampilkan lebih dari satu karakter dibandingkan karakter laki-laki saja, maupun karakter perempuan saja.

Media sering kali menunjukkan serangkaian stereotip peran gender yang ada di masyarakat, seperti karakter perempuan digambarkan sebagai sosok yang pasif, melakukan pekerjaan rumah tangga, dan membutuhkan bantuan laki-laki (Sink & Mastro, 2016), sedangkan karakter laki-laki digambarkan sebagai sosok yang aktif, pemimpin, selalu membantu, dan kompeten (Scharrer & Blackburn, 2017). Adanya pemaparan secara terus-menerus media terhadap stereotip peran gender ini berdampak terhadap keyakinan masyarakat mengenai peran masing-masing gender di dalam masyarakat itu sendiri. Hal tersebut menyebabkan adanya standarisasi yang dijadikan pedoman oleh masyarakat yang dapat memengaruhi harga diri, sehingga individu sulit untuk menciptakan konsep dirinya sendiri (Adam & Harper, 2021). Artinya, ada kemungkinan bahwa masyarakat memberikan

penghargaan bagi individu yang memenuhi ekspektasi peran gender dalam masyarakat, dan hukuman bagi individu yang berperilaku secara bertentangan dengan ekspektasi peran gender.

Dengan terus berkembangnya stereotip mengenai peran gender tersebut, adanya pengaruh terhadap ekspektasi kelompok usia anak-anak tentang hal yang dianggap pantas dan tidak pantas untuk dilakukan dirinya terhadap orang lain sesuai dengan peran gendernya masing-masing. Kurangnya penggambaran yang kuat mengenai karakter perempuan di media dapat menghambat potensi mereka untuk mencapai mimpi-mimpinya, sedangkan penggambaran karakter laki-laki yang terlalu maskulin juga dapat memberikan tekanan terhadap laki-laki untuk memenuhi standar yang ada di masyarakat.

Media massa sering kali secara eksplisit menggambarkan ekspektasi gender masyarakat. Misalnya, di sebagian besar iklan, laki-laki digambarkan memiliki bobot sosial yang lebih besar dengan memancarkan rasa percaya diri, otoritas, dan kompetensi, sedangkan perempuan lebih sering digambarkan sebagai sosok yang kekanak-kanakan dan patuh (Kortenhuis & Demarest, 1993). Dalam upaya menyusun ekspektasi peran gender yang digambarkan dalam media massa, Goffman berpendapat bahwa media tidak mencerminkan bagaimana laki-laki dan perempuan sebenarnya berperilaku, melainkan bagaimana masyarakat ingin kita percaya bahwa mereka berperilaku. Goffman cukup prihatin dengan cara media menggambarkan hubungan gender, khususnya menunjukkan bahwa laki-laki memiliki kekuasaan atas perempuan. Penelitian mengenai penggambaran kekuasaan secara nonverbal dapat dilihat dari tinggi badan, penggunaan tangan, tatapan mata, ekspresi wajah, pose kepala, dan penempatan tubuh dalam iklan. Kekuasaan gender yang diungkapkan oleh Goffman (1979) meliputi 6 (enam) kategori, yaitu *relative size* (ukuran relatif), *function ranking* (peringkat fungsi), *feminine/masculine touch* (sentuhan feminim/maskulin), *ritualization of subordination* (ritualisasi subordinasi), *licensed withdrawal* (penarikan lisensi), dan *family* (keluarga).

Dengan mengidentifikasi keberadaan kategori-kategori tersebut dalam suatu iklan, Goffman menyimpulkan bahwa periklanan mengungkapkan stereotip tentang gender, di mana laki-laki digambarkan memiliki kekuasaan dan bobot sosial lebih besar dibandingkan perempuan (Goffman, 1979). Dengan menggunakan kerangka kerja Goffman, peneliti ini menguji poster film Marvel Cinematic Universe berdurasi panjang untuk menentukan penyebaran kekuasaan berdasarkan gender yang paling umum.

**RQ:** Apakah karakter utama laki-laki atau perempuan dalam poster film Marvel Cinematic Universe sering dikaitkan dengan dinamika kekuasaan stereotip gender dalam hal (1) *relative size*, (2) *function ranking*, (3) *feminine/masculine touch*, (4) *ritualization of subordination*, dan (5) *licensed withdrawal*?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan melakukan analisis terhadap isi yang di dalamnya terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat konten dari media tersebut. Analisis isi bertujuan untuk mengidentifikasi isi komunikasi yang tampak (manifest) dan dilakukan secara objektif. Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan menggunakan coding sheet yang telah disediakan oleh peneliti, yang dibuat berdasarkan populasi dan sampel yang telah dimiliki. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis seluruh gambar poster dari film-film milik Marvel Cinematic Universe (MCU)

dalam rentang waktu 2008–2023. Dipilihnya rentang waktu tersebut didasarkan pada pertama kalinya film milik Marvel Cinematic Universe ditayangkan di bioskop, dan terakhir kali adanya film tersebut di bioskop hingga saat ini. Gambar poster-poster tersebut diambil dari website IMDb.com, Rottentomatoes.com, dan Metacritic.com, dikarenakan ketiganya merupakan situs rating film tiga teratas dalam situs Idntimes.com yang diakses pada 5 Mei 2024. Nantinya, poster-poster yang terdapat dalam tiga situs tersebut akan diseleksi, sehingga menyisakan poster dari film-film Marvel Cinematic Universe yang berdurasi panjang dan tayang di bioskop. Film-film berdurasi pendek tidak digunakan dalam penelitian ini karena termasuk ke dalam short movie. Proses seleksi tersebut menghasilkan jumlah populasi sebanyak 99 poster film Marvel Cinematic Universe, dengan total 33 film dari 3 (tiga) situs yang telah dipilih. 99 poster film tersebut telah memenuhi syarat-syarat menjadi populasi dalam penelitian ini, yaitu film Marvel Cinematic Universe berdurasi panjang dan film tersebut dirilis dalam rentang waktu 2008–2023. Batasan waktu ini ditentukan berdasarkan tahun pertama Marvel Cinematic Universe merilis film berdurasi panjang (2008), hingga tahun terakhir yang telah dijalani (2023).

Sensus merupakan salah satu teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian untuk menggunakan seluruh populasi sebagai sampelnya (Riffe et al., 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sensus sebagai teknik sampling karena teknik ini cocok digunakan dalam meneliti poster-poster film Marvel Cinematic Universe yang dirilis tahun 2008–2023. Hal tersebut karena jumlah populasi yang termasuk sedikit dengan waktu penelitian dan sumber daya yang mencukupi. Dengan menggunakan teknik sampling ini juga, peneliti berharap bahwa hasil yang didapatkan akan lebih maksimal karena tidak menggunakan keterwakilan, melainkan benar-benar hasil uji oleh seluruh populasi yang telah ditentukan.

Dengan menggunakan sensus sebagai teknik sampling, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama seperti jumlah populasi penelitian, yaitu 99 poster Marvel Cinematic Universe yang terbagi menjadi 33 poster di setiap situsnya (IMDb.com, Rottentomatoes.com, dan Metacritic.com).

Penelitian ini berusaha untuk menemukan perbandingan frekuensi antara keberadaan karakter utama laki-laki dan karakter utama perempuan dalam poster film berdurasi panjang milik Marvel Cinematic Universe yang ditayangkan di bioskop dalam rentang waktu 2008–2023. Untuk menjawab hipotesis dan research question yang telah dirancang, peneliti perlu mengetahui teknik analisis yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan uji Chi-square untuk menunjukkan signifikansi statistik dari hubungan antara variabel-variabel yang dikur, yaitu variabel Kehadiran Gender dalam Film dan 6 (enam) variabel Kategori Kekuasaan Gender milik Goffman. Penggunaan uji Chi-square juga menggunakan skala data nominal yang sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan. Dengan menggunakan uji Chi-square dalam penelitian ini, peneliti dapat mengetahui adanya hubungan antara kehadiran gender dalam film dan kekuasaan gender menurut Goffman. Chi-square dimulai dengan asumsi hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak adanya hubungan antar variabel dalam populasi. Dalam melakukan analisis dan uji data, peneliti akan menggunakan software statistik, yaitu SPSS Statistic 27. Penggunaan software statistik tersebut untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan jawaban atas hipotesis dan research question yang telah dirancang pada awal penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti menggunakan rumus yang terdapat dalam buku “*Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis In Research*” untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam uji reliabilitas. Ukuran populasi sekaligus sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 poster film dengan mengasumsikan tingkat kepercayaan yang diinginkan sebesar 0.05 (tingkat kepercayaan 95%) dan tingkat kesepakatan 90%. Didapatkan hasil sebesar 51 poster untuk menjadi sampel dalam uji reliabilitas.

Uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan aplikasi [www.dfreelon.org](http://www.dfreelon.org) dengan fitur ReCal2.

**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

|                                       | Krippendorff's<br>Alpha | Percent<br>Agreement |
|---------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| <i>Gender Presence</i>                | 1                       | 100%                 |
| <i>Gender Balance</i>                 | 1                       | 100%                 |
| <i>Relative Size</i>                  | 0.959                   | 98%                  |
| <i>Function</i>                       | 0.936                   | 98%                  |
| <i>Ranking</i>                        |                         |                      |
| <i>Touch</i>                          | 1                       | 100%                 |
| <i>Ritualization of Subordination</i> | 0.848                   | 98%                  |
| <i>Licensed Withdrawal</i>            | 0.808                   | 94.1%                |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Setelah dilakukannya uji reliabilitas menggunakan situs [dfeelon.org](http://dfeelon.org), didapatkan hasil bahwa nilai Krippendorff's Alpha pada variabel 1 sebesar 1.00, variabel 2 sebesar 1.00, variabel 3 sebesar 0.959, variabel 4 sebesar 0.936, variabel 5 sebesar 1.00, variabel 6 sebesar 0.848, dan variabel 7 sebesar 0.808. Seluruh variabel memiliki Krippendorff's Alpha lebih besar dari 0.67, sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji Chi-square untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel yang dianalisis.

**Tabel 2. Hasil Uji Gender Balance**

|                    | Value               | df | Asymptotic<br>Sig. (2-sided) |
|--------------------|---------------------|----|------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 37.744 <sup>a</sup> | 2  | <.001                        |
| N of Valid Cases   | 99                  |    |                              |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Pearson Chi-Square mengindikasikan adanya hubungan secara signifikan secara statistik antara variabel yang dianalisis. Uji ini menghasilkan nilai Chi-Square sebesar 37.744a, dengan derajat kebebasan (df) 2, dan tingkat Asymptotic Significance (2-sided)

<0.001. Tingkat signifikansi (p-value) yang lebih kecil dari 0.001 (<0.001), mengindikasikan bahwa kemungkinan hasil uji ini terjadi secara kebetulan sangat kecil, yaitu kurang dari 0.1%. Dengan begitu, hipotesis alternatif (H1) yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara variabel Kehadiran Gender dengan Keseimbangan Gender, diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakter laki-laki akan lebih sering ditampilkan dibandingkan tokoh utama Perempuan. Dari 99 poster film Marvel Cinematic Universe yang dianalisis, mayoritas poster menampilkan tokoh utama laki-laki, yaitu sebesar 84.84% dari poster yang dianalisis. Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

**Tabel 3. Hasil Uji *Relative Size***

|                      | Exact<br>Sig. (2-sided) | Exact<br>Sig. (1-sided) |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fisher<br>Exact Test | <.001                   | <.001                   |
| N of<br>Valid Cases  | 76                      |                         |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Fisher's Exact Test menunjukkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel Kehadiran Gender dan Ukuran Relatif. Uji ini menghasilkan tingkat Exact Significance (1-sided) <0.001. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan sangat kecil, yaitu <0.1%. Dengan tingkat signifikansi yang rendah ini, kita dapat menjawab *Research Question 1* (RQ1), yaitu adanya hubungan antara gender dan ukuran relatif. Meskipun tinggi karakter tidak dapat diperiksa untuk semua poster yang dianalisis, temuan ukuran relatif konsisten dengan penelitian sebelumnya. Dari 76 poster yang memuat karakter laki-laki dan perempuan, karakter laki-laki lebih tinggi di 71 poster, sedangkan karakter perempuan hanya ada di 5 (lima) poster. Hasil ini mengungkapkan bahwa adanya representasi secara berlebihan dari poster film yang menggambarkan karakter laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan karakter perempuan, sedangkan poster film yang menggambarkan karakter perempuan lebih tinggi dibandingkan karakter laki-laki kurang terwakili.

**Tabel 4. Hasil Uji *Function Ranking***

|                      | Exact<br>Sig. (2-sided) | Exact<br>Sig. (1-sided) |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fisher<br>Exact Test | <.001                   | <.001                   |
| N of<br>Valid Cases  | 76                      |                         |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Fisher's Exact Test menunjukkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel Kehadiran Gender dan Function Ranking. Uji ini menghasilkan tingkat Exact Significance (1-sided) <0.001. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan sangat kecil, yaitu <0.1%. Dengan tingkat signifikansi yang rendah ini, kita dapat menjawab *Research Question 2* (RQ2), yaitu adanya hubungan antara gender dan peringkat fungsi. Meskipun peringkat fungsi tidak dapat diperiksa untuk semua poster yang dianalisis, temuan peringkat fungsi konsisten dengan penelitian sebelumnya. Dari 76

poster yang memuat karakter laki-laki dan perempuan, karakter laki-laki cenderung lebih banyak memiliki peringkat fungsi, yaitu ada pada 65 poster, sedangkan karakter perempuan hanya memiliki peringkat fungsi pada 11 poster. Hasil ini mengungkapkan bahwa karakter laki-laki lebih cenderung digambarkan memiliki peringkat fungsi di poster film dibandingkan dengan katakter perempuan.

**Tabel 5. Hasil Uji Touch**

|                      | Exact<br>Sig. (2-sided) | Exact<br>Sig. (1-sided) |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fisher<br>Exact Test | <.004                   | <.004                   |
| N of<br>Valid Cases  | 99                      |                         |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Fisher's Exact Test menunjukkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel Kehadiran Gender dan Touch. Uji ini menghasilkan tingkat Exact Significance (1-sided) sebesar 0.004. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan sangat kecil, yaitu hanya 0.4%. Dengan tingkat signifikansi yang rendah ini, kita dapat menjawab *Research Question 3* (RQ3), yaitu adanya perbedaan yang nyata antara kelompok yang dibandingkan dalam penelitian ini. Meskipun tinggi karakter tidak dapat diperiksa untuk semua poster yang dianalisis, temuan ukuran relatif konsisten dengan penelitian sebelumnya. Dari 99 poster yang dianalisis, karakter laki-laki lebih condong melakukan sentuhan maskulin dibandingkan karakter perempuan. Dari 84 poster yang berisi karakter utama laki-laki, sebanyak 82 poster menunjukkan karakter laki-laki menggunakan sentuhan maskulin, dan 2 (dua) lainnya menggunakan sentuhan feminisme. Dari 15 poster berisi karakter utama perempuan, sebanyak 11 poster menunjukkan karakter perempuan menggunakan sentuhan maskulin, dan 4 (empat) lainnya menggunakan sentuhan feminisme. Hasil ini mengungkapkan bahwa karakter laki-laki menunjukkan lebih banyak menggunakan sentuhan maskulin dibandingkan perempuan, dan karakter perempuan lebih banyak menggunakan sentuhan feminin dibandingkan laki-laki.

**Tabel 6. Hasil Uji Ritualization Subordination**

|                      | Exact<br>Sig. (2-sided) | Exact<br>Sig. (1-sided) |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fisher<br>Exact Test | 1.000                   | 0.719                   |
| N of<br>Valid Cases  | 99                      |                         |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Fisher's Exact Test menunjukkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel Kehadiran Gender dan Ritualization Subordination. Uji ini menghasilkan tingkat Exact Significance (1-sided) 0.848, yang mengindikasikan bahwa hasil ini terjadi secara kebetulan sangat tinggi, yaitu sebesar 84.8%. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan sangat kecil, yaitu <0.1%. Dengan tingkat signifikansi yang tinggi ini, kita dapat menjawab *Research Question 4* (RQ4), yaitu tidak adanya hubungan antara gender dan ritualization subordination dalam poster film Marvel Cinematic Universe. Sebaliknya, hasil ini mendukung hipotesis nol ( $H_0$ ), yang menunjukkan bahwa hubungan



antara keduanya tidak signifikan secara statistik. Dari 99 poster yang dianalisis, terdapat 15 poster berisi karakter utama perempuan dan 84 poster berisi karakter utama laki-laki. Karakter utama perempuan tidak menggunakan ritualization subordination dalam poster film Marvel Cinematic Universe, sedangkan karakter utama laki-laki menggunakan ritualization subordination dalam poster film Marvel Cinematic Universe, yaitu sebanyak 2 (dua) poster. Secara keseluruhan, hasil uji Fisher's Exact Test memberikan bukti bahwa kehadiran gender dan ritualisasi subordinasi dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan yang signifikan, berdasarkan analisis terhadap 99 sampel.

**Tabel 7. Hasil Uji *Licensed Withdrawal***

|                      | Exact<br>Sig. (2-sided) | Exact<br>Sig. (1-sided) |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Fisher<br>Exact Test | 0.589                   | 0.363                   |
| N of<br>Valid Cases  | 99                      |                         |

Sumber: SPSS Statistic 27, 2024

Hasil uji Fisher's Exact Test menunjukkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel Kehadiran Gender dan Ukuran Rekatif. Uji ini menghasilkan tingkat Exact Significance (1-sided) sebesar 0.363. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan cukup besar, yaitu 36.3%. Dengan tingkat signifikansi yang cukup tinggi ini, kita dapat menjawab Research Question 5 (RQ5), yaitu tidak adanya perbandingan yang signifikan antara kelompok yang dibandingkan dalam penelitian ini. Dari 99 poster yang dianalisis, terdapat 84 poster berisi karakter utama laki-laki dan 15 poster sisanya berisi karakter utama perempuan. Hasil pengkodean menunjukkan bahwa karakter utama perempuan tidak melakukan penarikan diri dalam poster Marvel Cinematic Universe, sedangkan karakter utama laki-laki melakukan penarikan diri sejumlah 6 (enam) gambar. Hasil ini mengungkapkan bahwa karakter utama laki-laki cenderung melakukan perilaku penarikan diri dibandingkan karakter perempuan.

## PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dalam 99 poster film Marvel Cinematic Universe yang menjadi sampel, karakter laki-laki lebih sering muncul dibandingkan karakter perempuan. Ketika karakter utama hadir dalam poster film Marvel Cinematic Universe, mereka digambarkan sebagai karakter yang memiliki ukuran badan lebih kecil dibanding laki-laki, kurang penting secara sosial, dan kurang kuat dibandingkan laki-laki. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Morawitz dan Mastro (2009) dengan judul "The Effects of the Sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept" yang meneliti mengenai kecenderungan untuk mendefinisikan pahlawan super dalam istilah maskulin. Hal ini menunjukkan adanya hasil yang serupa dengan peran gender stereotipikal di berbagai media. Selanjutnya, peneliti akan membahas hasil yang telah didapatkan terhadap khalayak muda dan kepada khalayak yang peduli terhadap media yang dikonsumsi anak-anak.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis menunjukkan frekuensi dari karakter utama laki-laki lebih tinggi dibandingkan karakter utama perempuan. Karakter utama perempuan kurang terwakili, sedangkan karakter utama laki-laki lebih sering

ditunjukkan dalam poster film Marvel Cinematic Universe. Hasil ini juga menunjukkan bahwa representasi stereotip gender di media tidak berubah seiring waktu ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

Menariknya, film-film yang menyebutkan dan menampilkan tokoh perempuan dalam sinopsis dan trailersnya, tidak menghadirkan karakter perempuan tersebut dalam poster film Marvel Cinematic Universe. Misalnya, meskipun film "Black Panther" memuat karakter laki-laki dan perempuan, tetapi film secara eksklusif hanya menampilkan karakter laki-laki saja dalam posternya, dan menghilangkan representasi visual dari karakter perempuannya tersebut. Tidak hanya film "Black Panther", film "Spider-Man: Far from Home" juga menampilkan karakter perempuan dalam sinopsis dan trailersnya, tetapi tidak menghadirkan karakter perempuan tersebut dalam poster filmnya. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa pembuat poster tersebut tidak memandang karakter perempuan tersebut sebagai karakter yang perlu ditampilkan dalam poster film. Sebaliknya, beberapa film yang tidak menampilkan karakter laki-laki dalam sinopsisnya, menghadirkan karakter laki-laki dalam poster filmnya, seperti film "The Marvels".

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa jenis bias representasi gender ini memperkenalkan khalayak, khususnya khalayak muda, bahwa laki-laki memiliki peran yang lebih berharga dibandingkan perempuan. Pembuat konten perlu memastikan bahwa gender terwakili dengan setara di media agar dapat mencerminkan kenyataan dan menghilangkan stereotip buruk di masyarakat.

Representasi gender dalam poster film Marvel Cinematic Universe secara keseluruhan menunjukkan bahwa kedua gender paling sering hadir secara bersamaan dalam poster film dibandingkan dengan hanya berisi satu karakter maupun satu gender. Namun, hasil analisis juga menyatakan bahwa karakter perempuan yang ditampilkan bersamaan dengan karakter laki-laki cenderung ditampilkan dengan ukuran lebih kecil dibandingkan ukuran karakter laki-laki. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa akan ada lebih dari satu karakter yang dimunculkan dalam iklan untuk khalayak muda.

Dengan fakta bahwa karakter laki-laki ditampilkan lebih banyak dibandingkan dengan karakter perempuan dalam poster film Marvel Cinematic Universe, ditambah lagi karakter laki-laki juga digambarkan memiliki fungsi sosial yang lebih besar, serta lebih kuat melalui ukuran relatif dan sentuhan maskulin yang digambarkan. Karakter utama perempuan yang ditampilkan dalam poster film Marvel Cinematic Universe ditampilkan dengan variasi lebih sedikit, serta biasanya tidak melakukan perilaku fungsi sosial dan yang dianggap maskulin (Goffman, 1979). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan digambarkan sebagai karakter yang kurang kuat dibandingkan laki-laki, dan pandangan mengenai peran gender mungkin memberikan kesempatan terbatas bagi khalayak muda untuk mempertimbangkan fungsi gender mereka dalam kehidupan bermasyarakat.

Tujuan dirancangnya sebuah poster film adalah untuk mengomunikasikan sejumlah informasi mengenai gambaran garis besar film tersebut dalam satu ilustrasi. Hal ini dapat diartikan bahwa cara pembuat poster film memilih untuk menggambarkan karakter-karakter di dalamnya sangatlah penting. Melakukan penggambaran karakter sesuai dengan peran gender stereotip tidak hanya memengaruhi persepsi dan minat penonton, tetapi juga ekspektasi gender terhadap film tersebut. Selain itu, dalam sudut pandang kultivasi, temuan ini menunjukkan bahwa khalayak media berat mungkin akan menginternalisasikan bahwa laki-laki berkuasa dan perempuan lemah (Gerbner et al, 2002). Representasi karakter perempuan yang lebih banyak dalam poster film dapat memberikan peluang lebih besar bagi

karakter untuk digambarkan di luar peran gender stereotip yang ada di masyarakat.

Secara keseluruhan, temuan dalam penelitian ini menunjukkan Dinamika Kekuasaan Gender milik Goffman (1979) yang ditunjukkan dalam iklan untuk orang dewasa, juga hadir dalam poster film Marvel Cinematic Universe. Terdapat beberapa kategori dalam penelitian milik Goffman yang konsisten dengan penelitian ini, seperti kategori relative size, function ranking, dan touch. Namun, tidak semua kategori sejalan dengan hasil penelitian ini, karena terdapat beberapa kategori yang ditolak, seperti ritualization subordination dan licensed withdrawal. Karakter laki-laki dalam poster film Marvel Cinematic Universe sering melakukan kedua perilaku tersebut dibandingkan karakter perempuan. Hal ini dapat menjadi pembingkai yang digunakan oleh pembuat poster film untuk menunjukkan karakter-karakter yang mudah didekati, yang menjadikannya lebih menarik bagi khalayak muda. Namun, terdapat juga penggambaran karakter di luar peran gender yang diharapkan, seperti karakter utama perempuan dalam film Captain Marvel yang digambarkan dengan tangan yang mengepal dan diisi oleh aliran-aliran listrik, pakaian dan tubuh yang kokoh, serta tatapan tegas. Penggambaran tersebut menunjukkan bahwa film mungkin tidak menampilkan tipikal perempuan yang ada dalam kesulitan, melainkan kisah seorang perempuan yang kuat dan berani, serta memiliki fungsi sosial di masyarakat. Meskipun kurang umum, poster film Captain Marvel menunjukkan bahwa pencipta poster film mempunyai kemampuan untuk memperluas penggambaran mereka terhadap representasi gender dalam poster film.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam 99 poster film Marvel Cinematic Universe yang dianalisis, karakter laki-laki lebih sering tampil dibandingkan karakter perempuan. Selain itu, karakter utama perempuan dalam poster-poster tersebut cenderung digambarkan lebih kecil kurang penting secara sosial, dan kurang kuat dibandingkan karakter laki-laki. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa adanya stereotip gender dalam berbagai media.

Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa meskipun beberapa film menampilkan karakter perempuan dalam sinopsis dan trailernya, mereka sering tidak muncul dalam poster film. Hal ini mengindikasikan bahwa pembuat poster film mungkin tidak menganggap karakter perempuan sebagai elemen penting yang perlu ditampilkan. Sebaliknya, terdapat film yang tidak menyebutkan karakter laki-laki dalam sinopsisnya, tetapi tetap menampilkannya dalam poster.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bias representasi gender ini dapat memperkuat persepsi bahwa laki-laki memiliki peran yang lebih penting dibandingkan perempuan, terutama di kalangan khalayak muda. Oleh karena itu, penting bagi pembuat poster untuk memastikan representasi gender yang setara di media guna mencerminkan kenyataan dan menghilangkan stereotip negatif di masyarakat.

Temuan ini mendukung teori Dinamika Kekuasaan Gender Goffman (1979), yang menunjukkan bahwa laki-laki sering digambarkan lebih dominan dalam iklan. Namun, beberapa aspek seperti ritualization subordination dan licensed withdrawal lebih sering dilakukan oleh karakter laki-laki dalam poster MCU, bertentangan dengan beberapa kategori milik Goffman. Penggambaran ini mungkin digunakan untuk membuat karakter lebih menarik bagi khalayak.

Penelitian ini menegaskan pentingnya penggambaran karakter yang setara dalam

media untuk memengaruhi persepsi dan ekspektasi gender di masyarakat, serta menunjukkan bahwa ada peluang untuk menggambarkan karakter di luar peran gender stereotip.

## **REFERENSI**

- Adam, H., & Harper, L. (2021, December 2). Gender equity in early childhood picture books: a cross-cultural study of frequently read picture books in early childhood classrooms in Australia and the United States. *The Australian Educational Researcher*.
- Alisha, O. (2022, December). Reperception in Marvel Cinematic Universe: A Phenomenological Approach. *Madhya Bharti Humanities and Social Sciences*, 82(6), 233-236.
- Ameter, J. (2019, September 19). Gender Portrayal in the Marvel Cinematic Universe. *Undergraduate Research Journal*, 12(2), 53-59. Retrieved from <https://urj.uccs.edu/index.php/urj/article/view/407>
- Ghaznavi, J., Grasso, K. L., & Taylor, L. D. (2017). Increasingly Violent but Still Sexy: A Decade of Central Female Characters in Top-Grossing Hollywood and Bollywood Film Promotional Material. *International Journal of Communication*, 11, 23-47. Retrieved April 13, 2024
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Macmillan.
- Jaffe, L. J., & Berger, P. D. (1994). The effect of modern female sex role portrayals on advertising effectiveness. *Journal of Adversiting Research*, 34(4), 32-42.
- Kortenhaus, C. M., & Demarest, J. (1993, February). Gender role stereotyping in children's literature: An update. *Sex Roles*, 28, 219-232.
- Larson, M. S. (2010, June 7). Interactions, Activities and Gender in Children's Television Commercials : A Content Analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(1), 41-56.
- Levy, G. D., Barth, J. M., & Zimmerman, B. J. (2010, March 30). Associations Among Cognitive and Behavioral Aspects of Preschoolers' Gender Role Development. *The Journal of Genetic Psychology*, 159(1), 121-126.
- Lustyik, K., & Holtmeier, M. (2017). The Marvel Studios Phenomenon: Inside a Transmedia Universe. *Historical Journal of Film, Radio, and Television*, 37(1), 147-149.
- Scharrer, E., & Blackburn, G. (2017, December 20). Cultivating Conceptions of Masculinity: Television and Perceptions of Masculine Gender Role Norms. *Mass Communication and Society*, 21(2), 149-177.
- Schor, J. (2004). *Born to buy: The commercialized child and the new consumer culture*. Simon and Schuster.
- Sink, A., & Mastro, D. (2016, October 18). Depictions of Gender on Primetime Television: A Quantitative Content Analysis. *Mass Communication and Society*, 20(1), 3-22.
- Steyer, I. (2014, June 23). Gender representations in children's media and their influence. *Campus-Wide Information Systems*, 31, 171-180.
- Uchida, K., Kohara, D., Yamada, M., & Amasaka, K. (2011, October 27). Making Compelling Movie Posters Using Statistical Science And An Eye Mark Recorder. *Journal of Business Case Studies*, 7.