

Kekerasan Simbolik Terhadap Perempuan Dalam Media Populer

Mutia Kahanna

Jurusan Antropologi Budaya, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

Corresponding Author: Mutia Kahanna, mutiakahanna@isi-padangpanjang.ac.id

Published: July, 2025

ABSTRAK

Media bukan hanya sarana komunikasi, melainkan agen ideologis yang aktif dalam membentuk konstruksi sosial tentang identitas gender. Representasi perempuan dalam media kerap dikonstruksi melalui simbol sensualitas, estetika tubuh, dan narasi patriarkal yang menjadikan mereka objek visual dan komoditas simbolik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media memproduksi dan melanggengkan mitos-mitos tentang perempuan melalui praktik representasi simbolik yang bersifat hegemonik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif interpretatif. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur seperti buku teori feminisme, semiotika budaya, kajian media sebagai referensi utama. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi dan menginterpretasi tanda-tanda, narasi visual, serta wacana gender yang direproduksi media melalui pembacaan kritis terhadap makna denotatif, konotatif, dan ideologis. Hasil kajian menunjukkan bahwa media tidak hanya merepresentasikan perempuan secara stereotipis, tetapi juga menciptakan bentuk-bentuk kekerasan simbolik dan manipulasi pencitraan yang beroperasi di bawah struktur kapitalisme dan patriarki. Mitos-mitos ini memperlihatkan bagaimana tubuh perempuan diposisikan sebagai alat produksi makna kultural demi kepentingan ekonomi dan estetika dominan.

Kata kunci: perempuan, media, mitos, kekerasan simbolik, dan feminisme kritis.

ABSTRACT

Media is not merely a tool for communication but also an ideological agent actively shaping social constructions of gender identity. The representation of women in media is often constructed through symbols of sensuality, bodily aesthetics, and patriarchal narratives that reduce them to visual objects and symbolic commodities. This study aims to examine how media produces and perpetuates myths about women through hegemonic practices of symbolic representation. Utilizing a library research method with an interpretive qualitative approach, data were collected from various literature sources, including feminist theory, cultural semiotics, and media studies. The analysis involved identifying and interpreting signs, visual narratives, and gender discourses reproduced by media through critical readings of denotative, connotative, and ideological meanings. The findings reveal that media not only represent women in stereotypical ways but also create forms of symbolic violence and image manipulation operating within the structures of capitalism and patriarchy. These myths illustrate how women's bodies are positioned as instruments for producing cultural meaning in service of dominant economic and aesthetic interests.

Keywords: women, media, myth, symbolic violence, critical feminism.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Media populer dewasa ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga sebagai kekuatan ideologis yang membentuk serta menanamkan konstruksi sosial mengenai identitas gender. Representasi perempuan dalam media kerap dihadirkan sebagai objek visual yang tunduk pada logika patriarki dan kapitalisme, di mana tubuh mereka dikomodifikasi dan dimaknai sebagai simbol estetika serta alat promosi budaya konsumtif.

Dalam kerangka ini, konsep kekerasan simbolik sebagaimana dikemukakan oleh Bourdieu (2001) menjadi penting untuk dipahami. Kekuasaan tidak selalu hadir melalui paksaan fisik, melainkan melalui simbol, bahasa, dan struktur representasi yang tampak alami serta diterima masyarakat tanpa disadari. Media baik cetak, audiovisual, maupun digital

berperan besar dalam menyebarkan kekuasaan simbolik ini terhadap perempuan melalui idealisasi tubuh, sensualitas visual, dan penguatan stereotip peran gender.

Sementara itu, pendekatan semiotika (Barthes, 2000) memberikan alat analisis kritis untuk memahami bagaimana tanda dalam media bekerja dalam tiga tingkat: denotatif (makna literal), konotatif (makna budaya), dan mitologis (makna ideologis). Dalam media, mitos mengenai perempuan ideal, putih, muda, langsing, dan sensual diciptakan serta disebarluaskan melalui sistem tanda yang membungkus ideologi patriarkal dalam tampilan yang tampak netral dan estetis.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kahanna & Endrizal, 2023) terhadap majalah *Cosmopolitan* menunjukkan bahwa perempuan diposisikan secara paradoksal, yaitu secara verbal mereka digambarkan sebagai sosok yang kuat dan mandiri, namun secara visual tetap dikemas dalam estetika sensual. (Kahanna & Endrizal, 2023) menegaskan bahwa pesan-pesan kesetaraan dalam narasi verbal sering kali dikontraskan dengan eksploitasi simbolik atas tubuh perempuan dalam representasi visual.

Studi serupa oleh (Khoirunnisa, 2025) yang menganalisis film *200 Pounds Beauty Indonesia* mengungkapkan bahwa narasi transformasi fisik memperkuat mitos bahwa hanya tubuh yang sesuai dengan standar kecantikan yang layak mendapatkan pengakuan sosial. Tubuh yang tidak ideal diposisikan sebagai simbol kegagalan, yang harus diperbaiki melalui intervensi estetika dan konsumsi produk kecantikan.

(Amelia, 2025), dalam kajiannya terhadap film *Penyalin Cahaya*, menunjukkan bahwa korban kekerasan seksual perempuan kerap dibungkam secara simbolik melalui narasi visual yang menyamarkan trauma menjadi sekadar ketidakberdayaan. Representasi tersebut merupakan bentuk kekerasan simbolik tingkat tinggi yang tidak tampak secara kasatmata, namun tetap memperkuat posisi subordinat perempuan dalam wacana media.

Menambahkan perspektif global, (Al-Tkhayneh, 2025) dalam studi mereka tentang media sosial menegaskan bahwa kekerasan simbolik terhadap perempuan juga meluas di ranah digital. Mereka menemukan bahwa citra perempuan yang diunggah di media sosial sering kali hiper visual diperlihatkan melalui pose, filter, dan teks pelengkap sehingga tubuh perempuan dijadikan aset performatif yang bernilai estetika tetapi secara bersamaan problematis. Menurut mereka, kekerasan simbolik di media sosial jarang dikenali karena estetisasi citra perempuan, mereka dirayakan sekaligus direduksi menjadi objek kesenangan visual (Al-Tkhayneh, 2025).

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dilihat bahwa media tidak hanya membingkai realitas, tetapi juga menciptakan mitos dan relasi kuasa yang tersembunyi melalui bentuk-bentuk representasi visual dan naratif. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji kekerasan simbolik terhadap perempuan dalam media populer dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes serta perspektif feminisme kritis. Fokus utama diarahkan pada bagaimana media menciptakan tanda-tanda visual dan naratif yang membentuk mitos tentang tubuh dan peran perempuan, serta bagaimana representasi tersebut mereproduksi struktur kuasa patriarkal dalam budaya populer kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*). Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji bentuk-bentuk kekerasan simbolik terhadap perempuan yang direpresentasikan dalam media populer, baik melalui narasi visual, simbol tubuh, maupun mitos gender yang muncul dalam media cetak, sinema, dan platform digital. Metode kepustakaan dipilih karena penelitian ini berorientasi pada kajian teoritis dan interpretatif terhadap teks, simbol, dan wacana yang telah dibahas dalam berbagai sumber literatur ilmiah. Data dikumpulkan dari berbagai referensi akademik terkini, seperti artikel jurnal, buku teori feminisme, semiotika budaya, dan karya ilmiah relevan yang dipublikasikan antara tahun 2020 hingga 2025.

Secara teoretis, penelitian ini memadukan pendekatan semiotika Roland Barthes dan perspektif feminisme kritis. Semiologi Barthes digunakan untuk membaca sistem tanda dalam media pada tiga tingkat makna: denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural), dan mitologis (makna ideologis). Pendekatan ini memungkinkan pembacaan mendalam terhadap bagaimana media membungkus ideologi patriarki dan standar estetika perempuan dalam

bentuk simbol yang tampak wajar dan alami (Fauzan & Syauqi, 2025). Sementara itu, perspektif feminisme kritis digunakan untuk mengkaji bagaimana representasi tubuh dan peran perempuan dalam media bukan hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga berfungsi sebagai alat dominasi yang membatasi agensi perempuan. Konsep kekerasan simbolik dari (Bourdieu, 2001) digunakan untuk menunjukkan bahwa dominasi gender dalam media berlangsung secara halus, terstruktur, dan sering kali tidak disadari oleh audiens.

HASIL

Kekerasan simbolik terhadap perempuan dalam media populer bukan hanya merupakan bentuk dominasi yang bersifat visual, tetapi merupakan sistem makna yang disusun untuk mereproduksi ketimpangan gender secara kultural dan psikologis. Simbolisasi tubuh, suara, dan peran perempuan berlangsung tidak melalui paksaan eksplisit, melainkan melalui estetika yang menggoda dan narasi yang seolah progresif, namun justru menyedatkan.

1. Mitos Feminitas sebagai Instrumen Kekuasaan

Dalam konteks media populer, feminitas tidak hanya direpresentasikan sebagai sekumpulan ciri biologis atau peran sosial, tetapi sebagai produk budaya yang dibentuk dan dikelola melalui tanda-tanda visual dan naratif yang berulang. Feminitas menjadi konstruksi simbolik yang memiliki nilai sosial tinggi, tetapi juga menjadi alat dominasi yang tersembunyi dalam bentuk mitos.

Menurut Roland Barthes (Antony, 2024), mitos bekerja dengan menyamarkan konstruksi historis dan ideologis menjadi sesuatu yang tampak alamiah dan normal. Dalam hal ini, feminitas direproduksi media sebagai sebuah standar yang seolah-olah kodrati: lemah lembut, pengasih, penyabar, penuh empati, dan tentu saja, menarik secara visual.

Namun, apa yang tampak sebagai citra positif ini justru berfungsi sebagai perangkat kekuasaan simbolik. Mitos feminitas menetapkan bagaimana perempuan seharusnya berperenampilan, bertindak, dan berpikir sering kali dalam kerangka yang menguntungkan kepentingan patriarki dan kapitalisme. Tubuh perempuan yang terlalu kuat, terlalu kritis, terlalu mandiri, atau tidak sesuai estetika ideal sering kali dimaknai sebagai deviasi dari feminitas sejati.

Dalam iklan, misalnya, (Antony, 2024) menemukan bahwa bahkan dalam kampanye produk kebebasan finansial atau edukasi, citra perempuan tetap diselubungi visual yang menekankan kepatuhan, ketundukan, dan daya tarik visual yang lembut. Iklan yang seharusnya mendorong kemerdekaan justru memperkuat mitos bahwa kesuksesan perempuan harus tetap dibungkus dalam simbol kelembutan dan kesopanan. Hal ini diperkuat oleh temuan (Ghosh, 2025) yang menyatakan bahwa *"aesthetics of womanhood across media remain constrained by the grammar of control"*. Dengan kata lain, bahkan dalam media yang tampak inklusif dan progresif, feminin masih diatur oleh tata bahasa kekuasaan yang membatasi bentuk, isi, dan makna dari menjadi perempuan. Simbol-simbol seperti gaun feminin, rambut panjang, suara lembut, dan tatapan penuh pengertian terus digunakan bukan karena realitas perempuan semata, tetapi karena kebutuhan sistem simbolik untuk memproduksi bentuk feminitas yang dapat dikendalikan.

Lebih dari itu, mitos feminitas sering kali dilengkapi dengan kewajiban moral dan afektif, seperti menjadi ibu yang baik, pasangan yang mendukung, atau pekerja yang tidak mengganggu hirarki. Perempuan yang menyimpang dari peran ini akan digambarkan dalam media sebagai dingin, keras, tidak berperasaan, atau gagal menjadi perempuan. Inilah cara kekuasaan simbolik bekerja: bukan dengan larangan eksplisit, tetapi dengan memberikan ganjaran simbolik bagi yang patuh dan sanksi sosial bagi yang menyimpang.

Media sosial memperkuat mitos ini dengan memberikan insentif terhadap konten perempuan yang menampilkan diri dalam bentuk feminin ideal dengan tampil cantik, lemah lembut, bersyukur, dan tidak kritis terhadap sistem. Video dengan wajah penuh riasan, gaya hidup domestik, atau kebugaran tubuh ramping lebih cepat viral dibandingkan konten yang menampilkan kritik sosial dari perempuan. Ini menciptakan ekosistem digital yang menyuburkan mitos bahwa perempuan yang baik adalah perempuan yang tampil sesuai harapan simbolik audiens dominan, yang sebagian besar dibentuk oleh pandangan patriarkal.

Dengan kata lain, mitos feminitas tidak hanya mengatur bagaimana perempuan dilihat, tetapi juga bagaimana perempuan melihat dirinya sendiri. Ketika mitos ini berhasil

diinternalisasi oleh perempuan, maka bentuk-bentuk kontrol menjadi tak terlihat namun efektif. Itulah yang dimaksud Bourdieu sebagai kekerasan simbolik bentuk dominasi yang tidak lagi dirasakan sebagai penindasan, tetapi justru sebagai pilihan yang membahagiakan.

2. Internalisasi dan Emansipasi Semu dalam Media Sosial

Dalam konteks media digital saat ini, bentuk kekerasan simbolik terhadap perempuan semakin kompleks karena dibungkus dalam narasi pemberdayaan atau emansipasi. Fenomena ini dikenal sebagai emansipasi semu, yaitu ketika perempuan tampak diberi ruang berekspresi dan tampil dalam ruang publik, tetapi ekspresi tersebut tetap dibatasi dan diarahkan oleh norma estetika dan nilai dominan yang bersifat patriarkal. Media sosial, seperti Instagram dan TikTok, memperkuat fenomena ini melalui algoritma visual yang mendorong perempuan untuk menghadirkan tubuh dan gaya hidup mereka sesuai dengan standar kecantikan dan feminitas yang berlaku. Citra tubuh ideal, riasan wajah, gaya berpakaian, hingga ekspresi kebahagiaan yang ditampilkan secara performatif menjadi elemen utama yang mendapat perhatian dan validasi sosial. Perempuan yang tampil sesuai dengan norma-norma ini memperoleh lebih banyak *like*, pengikut, dan peluang komersial, sementara ekspresi yang kritis atau menyimpang dari norma visual dominan cenderung diabaikan.

Penelitian (Hotidou, 2025) terhadap sampul majalah *Vogue* dari tahun 1990-an hingga 2020-an menunjukkan bahwa meskipun narasi pemberdayaan perempuan semakin sering dimunculkan, citra tubuh perempuan tetap dijadikan sebagai pusat estetika. Ia menegaskan bahwa pemberdayaan yang ditawarkan media tidak menyentuh ranah struktural, melainkan hanya terbatas pada aspek penampilan. Hal serupa juga ditemukan dalam kajian (Rauman & Onodera, 2025) yang meneliti praktik feminisme negara di Mesir. Mereka mengkritik representasi perempuan yang tampaknya kuat dan progresif, namun sebenarnya dimanipulasi untuk memperkuat citra negara dan menyembunyikan kontrol sistemik terhadap perempuan. Media sosial dalam konteks ini justru berperan aktif dalam menyebarkan narasi-narasi semu tentang kebebasan perempuan yang tidak dibarengi dengan perubahan struktur kekuasaan.

Lebih lanjut, studi (Bartolozzi et al., 2025) tentang feminisme digital di Korea Selatan dan Tiongkok menunjukkan bahwa simbol-simbol perjuangan perempuan seperti tubuh bebas dan ekspresi emosional dikomodifikasi oleh pasar digital. Mereka menyoroti bahwa pesan-pesan resistensi feminis dalam media sosial cenderung dikemas dalam bentuk yang “menjual” dan estetis, sehingga makna perjuangan politiknya menjadi kabur. Bahkan, dalam banyak kasus, ekspresi visual perempuan yang tampil berani justru digunakan untuk memperkuat dominasi simbolik melalui konsumsi visual massal. (Esposito & Semenzin, 2025) juga memperkuat analisis ini dengan menyatakan bahwa ada ketegangan antara resistensi feminis yang sejati dan partisipasi simbolik yang secara algoritmik lebih disukai, tetapi secara politik dinetralkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fenomena emansipasi semu dalam media sosial mencerminkan bentuk kekerasan simbolik yang lebih halus namun efektif. Perempuan tidak lagi dikendalikan melalui larangan atau kekerasan langsung, melainkan melalui insentif visual dan tekanan budaya untuk tampil sesuai dengan citra yang telah ditentukan. Ketika perempuan menginternalisasi narasi ini sebagai bentuk kebebasan, maka kekuasaan simbolik telah berhasil bekerja secara mendalam bukan hanya dalam tubuh sosial, tetapi juga dalam kesadaran individu. Inilah bentuk dominasi kontemporer yang bekerja dalam sistem digital, di mana ekspresi personal sekaligus menjadi instrumen kekuasaan struktural yang direproduksi setiap hari melalui layar.

3. Narasi Populer dan Pembungkaman Simbolik terhadap Perempuan

Salah satu bentuk paling halus namun berbahaya dari kekerasan simbolik terhadap perempuan adalah praktik pembungkaman simbolik melalui narasi populer. Dalam berbagai produk media, perempuan kerap ditampilkan dalam posisi yang secara simbolik pasif, tidak berdaya, atau hanya berfungsi sebagai pelengkap narasi laki-laki. Bentuk pembungkaman ini tidak selalu hadir secara eksplisit sebagai larangan atau sensor, melainkan melalui pengaburan suara, peran, dan agensi perempuan dalam alur cerita. Narasi semacam ini mereproduksi mitos bahwa perempuan baik adalah mereka yang diam, tunduk, dan tidak menantang sistem nilai dominan.

Dalam penelitian (Musyafak & Khasanah, 2025), ditemukan bahwa pemberitaan kekerasan seksual terhadap perempuan di media daring Indonesia secara sistematis menggunakan strategi wacana yang menyalahkan korban dan membingkai perempuan dalam posisi inferior. Misalnya, pernyataan seperti “korban berjalan sendirian malam hari” atau “korban mengenakan pakaian terbuka” menunjukkan bagaimana media membingkai narasi secara tidak langsung untuk menyiratkan bahwa perempuan turut bertanggung jawab atas kekerasan yang mereka alami. Pembungkai semacam ini secara simbolik membungkam suara korban dan memperkuat stigma sosial terhadap perempuan. Para peneliti menyimpulkan bahwa, narasi media tidak hanya mencerminkan bias, tetapi juga memproduksi kembali ketimpangan dan membatasi perempuan untuk bersuara atas pengalaman mereka sendiri (Musyafak & Khasanah, 2025).

Fenomena pembungkaman ini juga terjadi dalam produk budaya populer seperti film dan serial televisi. Kajian (Amelia, 2025) terhadap film *Penyalin Cahaya* menunjukkan bahwa meskipun tema kekerasan seksual diangkat, agensi tokoh perempuan utama direduksi dalam bentuk trauma yang diselesaikan melalui bantuan tokoh laki-laki. Hal ini memperkuat mitos bahwa penyelamat tetap harus datang dari luar diri perempuan, sehingga resistensi perempuan tidak ditampilkan sebagai kekuatan kolektif atau sistemik, melainkan sebagai pengalaman personal yang tidak mampu mengubah struktur sosial. Praktik seperti ini memperlihatkan bagaimana narasi populer menggunakan simbol kelembutan, penderitaan, dan diam sebagai citra ideal dari perempuan korban.

Lebih lanjut, penelitian (Matei & Rughinis, 2025) menyoroti bagaimana narasi dalam media sosial juga berkontribusi terhadap pembungkaman simbolik. Mereka menjelaskan bahwa “*gaze budaya*” dalam platform digital menciptakan ekspektasi tertentu tentang bagaimana perempuan harus menyampaikan cerita atau berbicara tentang pengalaman traumatis. Konten yang dianggap terlalu berat, tidak estetik, atau tidak layak tonton sering kali mendapatkan respons negatif, atau bahkan disensor secara algoritmik. Dalam konteks ini, pembungkaman tidak lagi dilakukan oleh negara atau institusi otoriter, tetapi oleh mekanisme pasar dan budaya konsumsi digital yang mengutamakan estetika, kesenangan, dan kenyamanan emosional audiens mayoritas.

Lebih mengkhawatirkan lagi, pembungkaman simbolik juga terjadi dalam narasi pendidikan dan aktivisme. Dalam laporan oleh (McCarron & Mitra, 2024) tentang kampanye *#MeToo*, ditemukan bahwa suara perempuan kulit hitam atau dari kelas sosial rendah lebih sering diabaikan atau tidak mendapat eksposur media setara dengan perempuan dari kelompok dominan. Peneliti menyebutnya sebagai bentuk *symbolic annihilation*, yaitu penghapusan eksistensi kelompok tertentu melalui ketidakhadiran narasi mereka dalam media. Ini menunjukkan bahwa siapa yang berhak bicara dan bagaimana suara mereka diterima juga merupakan bagian dari struktur kekuasaan simbolik yang kompleks.

Dengan demikian, pembungkaman simbolik terhadap perempuan dalam media bukan hanya sekadar penghapusan literal terhadap suara perempuan, tetapi lebih dalam. Hal ini menciptakan sistem nilai yang secara sistematis melemahkan, menyalahkan, dan membatasi ruang artikulasi perempuan dalam narasi publik. Ketika suara perempuan tidak dianggap penting, tidak cukup estetik, atau dianggap mengganggu kenyamanan budaya dominan, maka struktur kekuasaan patriarkal telah berhasil bekerja melalui mekanisme simbolik yang tersembunyi namun sangat efektif.

4. Struktur Simbolik yang Disamarkan oleh Estetika

Salah satu bentuk kekerasan simbolik terhadap perempuan yang paling halus tetapi sangat efektif adalah dominasi yang tersembunyi di balik simbol estetika. Representasi media populer sering kali menampilkan perempuan melalui citra yang tampak positif seperti cantik, kuat, lembut, dan mandiri. Namun, di balik representasi ini, terdapat struktur kuasa yang tetap membingkai perempuan dalam peran dan bentuk visual yang aman bagi kepentingan patriarkal. Kekuasaan dalam konteks ini tidak hadir dalam bentuk penindasan eksplisit, melainkan bekerja melalui simbol dan narasi yang tampak normal, netral, atau bahkan memotivasi.

Kekuasaan tersebut disisipkan melalui estetika melalui visual yang indah, suara yang menenangkan, serta bahasa visual dan naratif yang menampilkan perempuan sebagai makhluk pasif yang tetap tunduk pada aturan simbolik tentang bagaimana seharusnya menjadi

perempuan. Representasi ini mengonstruksi bahwa perempuan berdaya adalah perempuan yang tetap memenuhi standar kecantikan, bersuara lembut, dan tidak menantang sistem nilai dominan. Dalam teori mitos Roland Barthes, fenomena ini disebut sebagai bentuk mitos tingkat lanjut dimana ideologi dominan tidak lagi dikenali sebagai konstruksi, tetapi diterima sebagai sesuatu yang alami dan tak terbantahkan (Barthes, 2000).

Penelitian terbaru oleh (Hussain, 2025) dalam analisis feminis terhadap serial *House of the Dragon* menggambarkan dengan sangat jelas bagaimana estetika bekerja sebagai alat dominasi simbolik. Meskipun karakter perempuan dalam serial tersebut digambarkan berkuasa, kekuasaan itu tetap dibingkai agar nyaman dilihat dari sudut pandang laki-laki. Hussain menjelaskan bahwa *“aesthetization of female agency works to frame women's power as palatable to male sensibilities, thus reinscribing the same systems it claims to critique”*. Pernyataan ini menunjukkan bahwa agensi perempuan dalam media populer sering kali tidak dihadirkan sebagai kekuatan yang benar-benar membebaskan, melainkan dibungkus agar tetap sesuai dengan selera estetika dan struktur simbolik maskulin.

Dalam konteks iklan, film, dan media sosial, kita juga melihat bagaimana estetika digunakan untuk menetralkan resistensi perempuan. Narasi tentang perempuan tangguh, mandiri, dan bebas sering kali hadir dengan visual yang sangat feminin: pakaian modis, tubuh proporsional, warna pastel, dan ekspresi wajah ramah. Simbol-simbol semacam ini tidak hanya memperlemah substansi kritik sosial yang ingin disampaikan, tetapi juga menciptakan standar baru tentang bagaimana menjadi perempuan kuat yang tetap aman, tidak agresif, dan menyenangkan bagi publik dominan. Dengan demikian, media telah berhasil menyamarkan mekanisme kontrol kultural melalui kemasan visual yang justru tampak memerdekakan.

Situasi ini mempertegas bahwa estetika dalam media populer bukan sekadar urusan gaya atau selera visual, tetapi merupakan perangkat ideologis yang mereproduksi relasi kuasa secara halus. Ketika perempuan diajak untuk mencintai citra dirinya yang telah dikonstruksi media yang lemah lembut, cantik, patuh, dan tidak konfrontatif maka dominasi simbolik sedang berlangsung dalam bentuk paling halus: dominasi yang diterima sebagai pilihan personal. Dalam konteks ini, media tidak hanya menjadi cermin kebudayaan, tetapi juga pabrik simbolik yang membentuk persepsi dan struktur kesadaran gender secara sistematis.

PEMBAHASAN

1. Pendekatan Semiologi Roland Barthes

Dalam kerangka pemikiran Roland Barthes, media tidak hanya menyampaikan pesan atau informasi, melainkan merupakan sistem produksi makna yang membentuk realitas sosial melalui tanda-tanda budaya. Dalam bukunya *Mythologies* (Barthes, 2000) membagi makna dalam tiga lapisan, yaitu denotatif, konotatif, dan mitologis. Pada tingkat denotatif, tanda mengandung makna literal yang tampak kasatmata; pada tingkat konotatif, makna terbentuk melalui asosiasi budaya; dan pada tingkat mitologis, tanda menjadi sarana penyampaian ideologi secara terselubung. Ketika media menampilkan perempuan dengan tubuh ideal dan penampilan modis dalam narasi kesuksesan, makna denotatifnya mungkin hanya sekadar memperlihatkan seorang tokoh. Namun, makna konotatifnya menyiratkan bahwa standar kecantikan tertentu identik dengan keberhasilan sosial. Pada tingkat mitologis, visual tersebut memperkuat ideologi bahwa tubuh perempuan adalah alat utama untuk memperoleh pengakuan sosial dan status.

Dalam konteks ini, mitos tidak sekadar kebohongan, tetapi cara sistemik untuk menyamarkan relasi kuasa sebagai “kebenaran budaya” yang tampak alamiah. Representasi media menjadi sarana untuk melegitimasi dominasi simbolik patriarki, dengan membungkusnya dalam narasi positif atau estetika yang memikat. Studi terbaru dari (Antony, 2024) yang menganalisis iklan-iklan televisi berbahasa Malayalam di India, menunjukkan bahwa perempuan kerap ditampilkan sebagai sosok pengasuh dan penjaga harmoni rumah tangga. Representasi tersebut, meskipun dibingkai dengan visual yang indah dan narasi penghargaan, tetap memperkuat mitos bahwa perempuan ideal adalah yang setia, lembut, dan tidak keluar dari peran domestik. Visual semacam ini bekerja sebagai mitos Barthesian karena menyamarkan kontrol ideologis menjadi kesan penghormatan.

Di Indonesia, penelitian (Unais, 2025) terhadap iklan digital *YouTube* tahun 2024 menemukan pola serupa. Citra perempuan yang dominan dalam media digital adalah mereka

yang memiliki kulit putih, tubuh langsing, dan gaya bicara lembut. Narasi-narasi yang mengangkat pemberdayaan justru tetap mengedepankan simbol-simbol visual yang menyamakan kebebasan perempuan dengan konsumsi produk kecantikan. Representasi ini tidak hanya memperkuat mitos kecantikan sebagai alat sosial, tetapi juga menunjukkan bagaimana logika kapitalisme dan patriarki bekerja secara simultan dalam produksi simbolik perempuan di ruang publik.

Lebih lanjut, (Hafitri & Rahmawati, 2025) dalam analisisnya terhadap film *Black Panther: Wakanda Forever* menunjukkan bahwa meskipun film tersebut memuat tokoh-tokoh perempuan yang kuat dan dominan secara politik, narasinya tetap dikontrol oleh kerangka visual dan ideologis yang maskulin. Karakter perempuan digambarkan dalam bentuk estetis eksotis yang dapat diterima oleh audiens global, terutama laki-laki Barat. Di sini, representasi kekuatan perempuan direduksi menjadi simbol yang dapat dijual, alih-alih sebagai agensi subversif. Dalam kerangka Barthes, ini merupakan bentuk mitos yang lebih canggih yakni, dominasi yang disamarkan sebagai perayaan keragaman dan kekuatan.

Barthes menyatakan bahwa mitos adalah "*pidato kedua*" yang mengubah makna tanda pertama menjadi alat komunikasi ideologi. Maka, ketika narasi perempuan kuat dikemas dalam simbol tubuh ideal, pakaian mewah, dan bahasa yang menenangkan, sesungguhnya kekuasaan sedang bekerja melalui estetika. Temuan ini juga didukung oleh Priyadharshini dan Karthiga (2025), yang menjelaskan bahwa mitos feminitas dalam media bukan hanya membentuk persepsi eksternal masyarakat terhadap perempuan, tetapi juga internalisasi nilai dalam diri perempuan sendiri. Ketika perempuan mengidentifikasi diri mereka melalui standar-standar tersebut, maka kekuasaan simbolik telah mencapai titik paling efektif: kekuasaan yang tidak lagi dipaksakan, melainkan diterima secara sukarela.

(Guta & Eissa, 2025) menambahkan bahwa dalam narasi politik dan visual Timur Tengah, media sering kali menggunakan strategi simbolik serupa untuk mengatur peran sosial berdasarkan gender. Dalam kartun politik, misalnya, perempuan hanya dihadirkan ketika berfungsi sebagai korban atau penjaga moralitas. Dalam banyak kasus, suara dan agensi perempuan disederhanakan menjadi simbol yang mudah dikonsumsi secara visual, menghilangkan kompleksitas dan keberagaman identitas mereka yang sesungguhnya.

Oleh karena itu, melalui lensa semiologi Barthes, dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan dalam media bukan sekadar visualisasi yang netral. Ia merupakan bentuk pidato ideologis yang menyusun relasi kuasa melalui simbol-simbol estetis, narasi yang dikendalikan, dan pengaturan persepsi secara sistemik. Dalam konteks feminisme kritis, pembacaan ini menjadi penting untuk mengungkap bahwa banyak narasi pemberdayaan terhadap perempuan dalam media sesungguhnya adalah bentuk *emansipasi semu*, pemberdayaan yang dikonstruksi agar tetap berada dalam kerangka nilai dominan yang tidak mengguncang tatanan patriarki dan kapitalisme simbolik.

2. Perspektif Feminisme Kritis

Dalam kerangka feminisme kritis, media tidak sekadar menjadi wahana penyampai pesan, melainkan berfungsi sebagai perangkat ideologis yang menyusun realitas dan melanggengkan struktur ketimpangan sosial. Representasi perempuan yang dikonstruksi media bukan hanya bersifat visual, tetapi juga ideologis terutama ketika citra perempuan diposisikan dalam kerangka estetika patriarkal yang dominan. Feminisme kritis memandang bahwa kekerasan simbolik terhadap perempuan dalam media tidak selalu hadir dalam bentuk serangan langsung atau eksplisit, melainkan melalui narasi yang menyamarkan dominasi sebagai bentuk pemberdayaan. Representasi perempuan yang tampak kuat namun tetap dikendalikan melalui simbol, estetika, dan moralitas sosial adalah bentuk emansipasi semu yang melanggengkan ketimpangan melalui mekanisme visual yang halus dan menyusup ke dalam kesadaran kolektif.

Sejalan dengan pendekatan ini, studi oleh (Hussain, 2025) tentang serial *House of the Dragon* menunjukkan bagaimana media menghadirkan perempuan dalam narasi kekuasaan, namun tetap mengurung mereka dalam estetika yang dapat diterima oleh logika maskulin. Ia menulis: "*The series packages feminine power through aestheticized imagery that does not dismantle patriarchal structures, but repackages them for a modern audience*". Dengan kata lain, representasi perempuan sebagai ratu, pemimpin, atau tokoh utama tidak serta merta membongkar relasi patriarkal, karena visualisasi tersebut tetap memelihara estetika kelembutan,

pengorbanan, dan daya tarik visual. Ini menunjukkan bahwa bahkan ketika perempuan diberi ruang dalam narasi, kekuasaan mereka tetap diregulasi oleh kerangka simbolik yang berakar pada budaya patriarki.

Feminisme kritis juga menyoroti bagaimana media memosisikan suara perempuan secara selektif. Perempuan sering kali hanya diberikan ruang naratif ketika tampil sebagai korban atau sebagai pelengkap dari tokoh laki-laki. Suara-suara perempuan yang kritis terhadap struktur sosial dominan lebih sering diabaikan atau dibingkai secara negatif. Hal ini diperkuat oleh penelitian (McCarron & Mitra, 2024) yang meneliti dinamika representasi dalam kampanye global *#MeToo*. Mereka menemukan bahwa perempuan dari latar belakang minoritas, seperti perempuan kulit hitam dan perempuan dari negara berkembang, memiliki akses representasi yang jauh lebih terbatas dibandingkan perempuan dari kelompok dominan. Situasi ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan simbolik tidak merata dan masih tunduk pada hierarki kelas, ras, dan budaya dalam distribusi narasi.

Dalam konteks ini, feminisme kritis tidak hanya berupaya untuk menampilkan perempuan dalam media, tetapi juga untuk mendekonstruksi kerangka narasi dan simbolik yang membentuk makna tentang perempuan. Tugas utama kritik feminis bukan hanya memperbanyak citra perempuan, tetapi menggeser cara berpikir masyarakat terhadap simbol, nilai, dan struktur relasi kuasa yang tersembunyi dalam bahasa media. Seperti yang ditegaskan oleh (Hussain, 2025), representasi progresif tidak boleh berhenti pada narasi perempuan bisa berkuasa, tetapi harus menyoal bagaimana kekuasaan itu direpresentasikan, dan untuk siapa kekuasaan simbolik itu bekerja.

Dengan demikian, media bukanlah ruang netral bagi representasi, tetapi arena pertempuran simbolik yang menentukan siapa yang berbicara, bagaimana mereka ditampilkan, dan nilai apa yang dibawa oleh simbol tersebut. Kritik feminisme kontemporer menuntut media untuk tidak hanya membuka ruang bagi perempuan, tetapi juga merekonstruksi sistem simbolik yang selama ini menjadikan perempuan sebagai objek baik objek estetika, objek penderitaan, maupun objek komersial.

KESIMPULAN

Kajian ini menegaskan bahwa representasi perempuan dalam media tidak dapat dipahami sebagai gambaran objektif realitas, melainkan sebagai hasil konstruksi simbolik yang dijalankan melalui mekanisme budaya dan ideologi. Pendekatan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa tanda-tanda visual dalam media baik dalam bentuk iklan, film, maupun konten digital tidak sekadar menyampaikan makna literal, tetapi mengandung lapisan konotasi dan mitos yang mengarahkan pemaknaan sesuai kepentingan dominasi simbolik. Dalam hal ini, perempuan tidak hanya ditampilkan, tetapi dibentuk melalui serangkaian simbol dan narasi yang menyamarkan ketimpangan gender sebagai sesuatu yang wajar dan alami.

Kekerasan simbolik terhadap perempuan bekerja secara sistematis melalui estetika media yang tampak indah, inspiratif, dan membebaskan, namun sebenarnya memperkuat norma-norma patriarkal. Representasi perempuan sebagai sosok kuat, independen, atau berdaya sering kali tetap terikat pada logika visual tertentu seperti cantik, modis, lembut, dan sesuai dengan standar konsumsi visual yang dikendalikan oleh algoritma dan pasar. Ini adalah bentuk emansipasi semu, yaitu ketika perempuan tampak diberdayakan tetapi tetap tunduk pada batasan simbolik yang ditentukan oleh struktur kuasa patriarkal dan kapitalistik.

Feminisme kritis menggarisbawahi pentingnya membaca representasi media secara lebih mendalam. Pemberdayaan yang sejati tidak cukup hanya dengan memberikan ruang visual bagi perempuan, tetapi harus disertai dengan pembongkaran terhadap narasi dan simbol yang selama ini melanggengkan subordinasi perempuan. Kajian ini memperlihatkan bahwa perempuan sering kali hanya diberikan tempat dalam media ketika mereka mematuhi skrip representasi yang telah distandardisasi, mereka sebagai korban, objek estetis, atau simbol yang dikendalikan oleh kepentingan dominan.

Dengan demikian, media bukan hanya instrumen penyampai pesan, tetapi juga arena ideologis yang sangat efektif dalam membentuk kesadaran publik tentang posisi sosial perempuan. Representasi yang tampak progresif pun bisa menjadi sarana kekuasaan simbolik apabila tidak disertai dengan pergeseran struktur makna. Pembebasan perempuan dalam konteks media harus dimulai dari pembacaan kritis terhadap simbol, wacana, dan estetika yang

digunakan untuk menampilkan dan menafsirkan perempuan. Tanpa itu, kita hanya akan memproduksi ulang dominasi dalam bentuk yang lebih halus dan sulit dikenali.

Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan agar penelitian selanjutnya mengintegrasikan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan semiotika visual, analisis algoritma media digital, dan studi resepsi audiens guna menggali lebih dalam dampak representasi simbolik terhadap kesadaran gender perempuan. Selain itu, penting bagi pembuat kebijakan, praktisi media, dan pendidik untuk membangun program literasi media berbasis feminisme kritis yang tidak hanya mengajarkan cara membaca pesan, tetapi juga membongkar sistem makna dan ideologi di balik simbol-simbol yang ditampilkan media. Upaya ini juga harus disertai dengan penguatan ruang bagi produksi konten alternatif yang lebih adil secara gender dan menampilkan perempuan sebagai subjek yang aktif, kompleks, dan otonom.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tkhayneh, K. M. (2025). The Manifestations of Symbolic Violence against Women on Social Media Sites. *Fonseca: Journal of Communication*.
- Amelia, M. R. (2025). Narasi Perlawanan dan Pembungkaman: Studi Representasi Kekerasan terhadap Perempuan dalam Film *Penyalin Cahaya* (2021). *Interaksi Online*, 13(3), 231–247. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42025>
- Antony, F. (2024). Gender narratives in Malayalam advertisements: A semiotic study. *Conspectus: A Journal of English Studies*, 18, 104–110. <https://stthomas.ac.in/wp-content/uploads/2025/04/Conspectus-CJES-2024-Vol.-18.pdf>
- Barthes, R. (2000). Mythologies. In *Original work published 1957*. Hill and Wang.
- Bartolozzi, M., Corsaro, S., & Nguyen, V. A. N. (2025). *Mobilising Digital Feminism in the Age of AI: South Korean and Chinese Women Against Pornographic Deepfakes*. University of Macerata.
- Bourdieu, P. (2001). Masculine Domination. In *Original work published 1998*. Stanford University Press.
- Esposito, E., & Semenzin, S. (2025). Women's Activism Online in Italy: Claiming Spaces, Navigating Misogyny, Reimagining Feminisms. *European Journal of Cultural Studies*. <https://journals.sagepub.com>
- Fauzan, A., & Syauiqi, M. (2025). *Older by Sasha Sloan: Perspective of Roland Barthes' semiotics and Islamic family law*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/392126209>
- Ghosh, S. (2025). The Stigma Matrix: Gender, Globalization, and the Agency of Pakistan's Frontline Women. *American Ethnologist*, 51(1), 112–130. <https://doi.org/10.1111/amet.13394>
- Guta, H., & Eissa, E. (2025). Echoes of Gaza: Semiotic Analysis of Political Cartoons During the 2023/2024 War on Gaza. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 18(1). https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/jammr_00096_1
- Hafitri, E., & Rahmawati, L. E. (2025). Semiotic Analysis of Cultural Identity and Colonial Resistance in "Black Panther: Wakanda Forever." *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 13(1), 1–17. <https://www.jurnal.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/973>
- Hotidou, A. (2025). *Fake Feminism or Female Empowerment?: A Multimodal Critical Discourse Analysis of the Covers of Vogue from the 1990s to the 2020s*. DiVA Portal.
- Hussain, A. R. (2025). *Queens of Fire: A Feminist Analysis of Power and Womanhood in HBO's House of the Dragon*. Academia.edu. <https://www.academia.edu/download/123319614>
- Kahanna, M., & Endrizal. (2023). Women's Representation in Cosmopolitan Magazine. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(2), 441–452. <https://doi.org/10.58526/jsret.v2i2.89>
- Khoirunnisa, L. (2025). *Body Shaming Perempuan dalam Film 200 Pounds Beauty Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Matei, S., & Rughinis, C. (2025). Hiding in Plain Sight: Massive Gender Displays and the Ambivalent Reproduction of Gender Status. *Gender, Place & Culture*.
- McCarron, J., & Mitra, B. (2024). *Empowering or Silencing: The #MeToo Campaign in Retrospect BT - Silenced Voices and the Media* (pp. 221–240). Springer.

- Musyafak, N., & Khasanah, N. L. (2025). Unveiling Biases in Indonesia's Online Media: Analyzing Sexual Violence Reporting in the Modern Era Through a Feminist Lens. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 33(1), 165–184.
- Rauman, J., & Onodera, H. (2025). *State-Led Feminism and the Path Forward?* University of Helsinki.
- Unais, A. (2025). *Gender Representation in Indonesian YouTube Ads 2024: Analysis of Commercial Ad Content*. OSF. <https://osf.io/tpj3v/download>