

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini film dianggap sebagai sarana komunikasi yang sangat efektif untuk menjadikan massa sebagai sasaran utamanya, dikarenakan film memiliki sifat audio visual. Dengan suara dan gambar yang bisa bergerak, film dapat berbicara banyak dalam waktu yang singkat. Saat sedang menonton film kita sebagai penonton diajak untuk menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan juga mempengaruhi audiens. Film termasuk ke dalam kategori karya seni yang memiliki tujuan untuk memberikan hiburan dan kepuasan bagi yang menontonnya.

Meskipun demikian tak hanya memberikan hiburan saja, film juga memiliki fungsi budaya, pendidikan dan informasi, yang semua itu dapat diharapkan menjadi media serta sebagai tempat penyampaian pesan-pesan sosial. Film begitu akrab dengan keseharian masyarakat, yang di mana film merupakan salah satu bentuk hasil dari kebudayaan yang ada di masyarakat itu sendiri. Begitu banyak film yang mampu dengan mudah dipahami oleh penontonnya, karena dalam proses penyampaian pesannya film tersebut mampu disampaikan dengan halus (Al Faiz, 2020).

Film menjadi salah satu media komunikasi massa. Bisa dikatakan sebagai media komunikasi massa karena film dalam menunjukkan bentuk komunikasinya menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan antara komunikator dan komunikan secara massal atau berjumlah banyak dan tersebar dimana-mana, kemudian dapat menimbulkan efek tertentu (Vera, 2014). Film sebagai salah satu media massa merupakan media hiburan yang sangat berpengaruh dibandingkan dengan keberadaan surat kabar dan radio. Karena film dan media massa mempunyai keterkaitan yang erat. Hal ini dikarenakan film mempunyai kekuatan audio visual yang dapat menghipnotis atau mempengaruhi emosi penontonnya, seperti tertawa, menangis, sedih, marah dan lain-lain, Dennis MacQuail (dalam Tamzil, 2012).

Pada tahun 1998, perfilman nasional mulai bangkit kembali yang salah satunya dapat ditunjukkan dengan pertumbuhan di dalam jumlah produksi film.

Film-film itu seperti “Kuldesak” (1998), “Petualangan Sherina” (2000), dan “Ada Apa Dengan Cinta” (2002) mulai sukses di pasaran. Tahun 2008 film di Indonesia mampu menguasai sebagian besar bioskop di tanah air. Kemudian sejak saat itu generasi perfilman nasional yang dulunya didominasi oleh sutradara senior perlahan digantikan oleh generasi yang baru. Lalu pada awal 2020 industri perfilman di Indonesia mampu mencapai pertumbuhan tertinggi dalam sejarah film nasional, dikutip dari artikel Kompas.com (14 Juli 2021).

Seiring dengan perkembangan industri perfilman di Indonesia, produksi film aksi tak kalah eksis dari genre-genre lain. Gelora film aksi di tanah air bisa kita lihat dari keberanian para sineas dalam melirik genre ini untuk ditunjukkan di layar lebar. Dalam satu dekade terakhir, film aksi mulai datang silih berganti. Semakin hari proses pengerjaannya juga semakin serius sehingga mampu menjanjikan hasil dan kualitas yang lebih bagus. Kebangkitan film aksi di Indonesia ditandai dengan hadirnya film “Merantau” (2009), film yang di sutradarai Gareth Evans ini langsung melambungkan nama Iko Uwais di industri perfilman Tanah Air. Tidak berhenti dengan film “Merantau”, Gareth kemudian menggarap film “The Raid: Redemption” (2011) yang dilanjutkan dengan sekuelnya “The Raid 2: Berandal” (2014). Dua film yang diproduksi Gareth tersebut menjadi titik balik kebangkitan film aksi Indonesia. Selain diputar di berbagai festival film dunia, film The Raid juga masuk nominasi, bahkan juga mampu membawa pulang penghargaan baik di dalam maupun di luar negeri.

Setelah itu, di setiap tahunnya film aksi tak pernah absen untuk menghiiasi layar lebar Indonesia. Kemudian hadir nama duo sutradara yaitu Mo Brothers atau Timo Tjahjanto dan Kimo Stamboel yang ikut meramainya panggung aksi di Tanah Air dengan memproduksi film “Headshot” (2016). Pada tahun 2018 film aksi semakin menunjukkan nsmanya. Tercatat ada berbagai film yang menyuguhkan begitu banyak adegan-adegan baku hantam dengan lebih beragam. Seperti, film “Wiro Sableng 212” yang kental dengan kearifan lokal, kemudian ada “Buffalo Boys” yang kebarat-baratan, lalu film “22 Menit” yang mengangkat peristiwa bom Sarinah, dan film “The Night Comes For Us”. Pada Juni 2019 yang lalu muncul film “Hit&Run, film yang mengusung genre aksi komedi itu diperankan oleh beberapa aktor-aktris terkenal seperti, Joe Taslim, Jefri Nichol,

Tatjana Saphira dan Chandra Liow. Industri perfilman Indonesia yang khususnya genre aksi memasuki babak baru pada semester kedua tahun 2019 dengan kehadiran film “Gundala” karya sutradara Joko Anwar. Di Indonesia sendiri pemeran utama film aksi masih didominasi oleh laki-laki, dikutip dari <https://vik.kompas.com/gelora-film-laga-indonesia/>.



Sumber: Saiful Mujani Research & Consulting (SMRC 2019)

Gambar 1.1 Data Genre Film Indonesia Paling Diminati untuk Ditonton

Menurut survei yang dilakukan oleh SMRC tahun 2019 yang lalu, genre film nasional yang banyak diminati oleh masyarakat untuk ditonton ialah komedi (70,6%), diikuti dengan horor (66,2%), percintaan (45,6%) dan aksi atau laga (37,4%). Film memiliki berbagai macam jenis genre, seperti yang disebutkan dalam website <https://www.filmsite.org/> yaitu genre film cerita dibagi ke dalam beberapa jenis, horor, drama, *thriller*, aksi atau *action*, sejarah, perang, dan fiksi ilmiah.

Film aksi dalam survei tersebut berada di urutan keempat sebagai genre film nasional paling diminati untuk ditonton. Tak dipungkiri bahwa ternyata film aksi merupakan salah satu genre yang cukup populer di mata masyarakat Indonesia, karena film aksi biasanya tidak membutuhkan pemikiran yang menguras energi publik. Penonton hanya duduk santai dan menikmati adegan kejar-kejaran mobil, perkelahian dan adegan tembak-menembak antar karakter baik dan penjahat, biasanya pertarungan tersebut akan dimenangkan oleh karakter baik atau pahlawan. Film-film aksi berhubungan erat dengan adegan-adegan fisik yang

seru, berbahaya, menegangkan dan tempo cerita yang begitu cepat (Prastita, 2008).

Ada banyak sekali genre film di Indonesia yang berkembang terutama yang menampilkan sisi maskulin dari para aktor dalam film tersebut. Genre film yang biasanya menonjolkan sisi maskulin dari para aktornya ialah genre aksi atau laga yang ditunjukkan dengan adegan perkelahian atau bentuk fisik yang kuat. Dalam film aksi seringkali kita ditunjukkan pemeran utamanya ialah seorang laki-laki, dikarenakan laki-laki itu dianggap orang yang kuat dan juga tangguh dalam menghadapi masalah. Film aksi selalu menyuguhkan perkelahian antar pemainnya yang dimana sangat cocok dengan kepribadian laki-laki yang kuat, tangguh, keras dan suka berkelahi. Penggambaran tokoh utama laki-laki yang kuat, tangguh dan keras dalam film aksi itu disebut sebagai laki-laki yang maskulin.

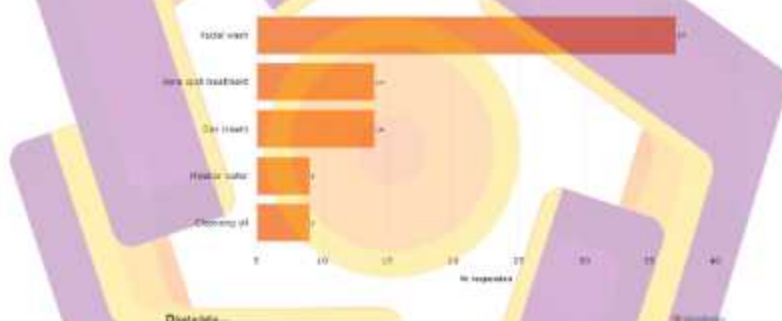
Maskulinitas itu sendiri adalah sebuah konsep yang hadir karena adanya konstruksi sosial terhadap laki-laki. Konsep maskulinitas ini menjelaskan bahwa laki-laki merupakan gender yang begitu lekat dengan kekerasan, kekuatan, ambisius, aktif dan agresif. Maskulinitas berkaitan erat dengan kata "*masculine*" (berotot), yang artinya maskulinitas merujuk pada laki-laki yang memiliki otot (Demartoto, 2010). Barker (dalam Demartoto, 2010) mengatakan bahwa secara alami laki-laki ketika dilahirkan tidak begitu saja memiliki sifat maskulinnya, karena maskulinitas itu dibentuk oleh kebudayaan.

Laki-laki selalu dikaitkan dengan otot dan kekuatan fisik yang lebih dibandingkan dengan perempuan, maka sifat maskulin dapat disebut sebagai cara untuk seorang laki-laki mampu menunjukkan nilai identitas gender agar dapat dianggap dan diterima seutuhnya sebagai laki-laki dimata masyarakat (Prasetyo & dkk, 2020). Contohnya seperti seorang laki-laki yang tidak boleh dan dilarang berdandan, karena berdandan adalah sifat yang dimiliki oleh perempuan.

Stereotip masyarakat mengenai gender yaitu laki-laki biasanya disebut maskulin dan perempuan disebut feminim. Masyarakat cenderung mempersepsikan gender itu merupakan sebuah kodrat, padahal gender itu terbentuk melalui konstruksi lingkungan dan dapat dipertukarkan. Seperti contohnya, banyak laki-laki yang menampilkan sisi feminim sering

menggunakan perawatan kulit, perawatan tubuh untuk menjaga tubuhnya agar tetap bagus, dan menggunakan beberapa aksesoris perempuan, lalu banyak juga perempuan yang menampilkan sisi maskulinnya dengan menggunakan aksesoris atau pakaian seperti laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa peran gender itu dapat dipertukarkan, sedangkan yang jelas adalah kodrat yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan (Krissetyoningrum, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara yang di mana tren skinker dan perawatan diri mulai berkembang begitu pesat. Perawatan diri tidak hanya bisa dilakukan oleh perempuan saja, melainkan kini seorang laki-laki pun juga bisa mulai mengikuti tren skinker dan perawatan diri untuk menunjang penampilan, menambah nilai menarik dan juga menjadi tren masa kini. Berikut adalah data yang menunjukkan produk perawatan wajah yang sering digunakan oleh laki-laki:



Sumber: Jakpat, Desember 2021

Gambar 2 Produk Perawatan Wajah yang Paling Sering Dipakai Laki-laki, 2021

Dari data di atas menunjukkan bahwa produk perawatan wajah mulai meluas di kalangan laki-laki Indonesia. Dalam survei tersebut sebanyak 37% laki-laki menggunakan *face wash* setiap hari, *face wash* ini menjadi produk perawatan wajah yang paling sering digunakan setiap hari oleh laki-laki, dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/28/hanya-37-laki-laki-indonesia-yang-menggunakan-sabun-cuci-muka-setiap-hari>.

Saat ini seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak produsen yang mulai menciptakan dan mengeluarkan produk perawatan untuk laki-laki. Perilaku male grooming merupakan salah satu bentuk dari peran gender maskulinitas yang ditandai dengan kemunculan produk-produk kosmetik laki-laki seperti perawatan wajah, rambut, dan lain-lain. Penggunaan produk perawatan pada laki-laki ini sering menimbulkan beberapa persepsi dalam masyarakat. Dari beberapa masyarakat menganggap hal tersebut wajar untuk dilakukan karena untuk merawat diri, namun tak jarang dari masyarakat lainnya menganggap bahwa laki-laki maskulin tidak melakukan perawatan karena itu identik dengan sifat perempuan. Hal ini menimbulkan stereotip bahwa hanya perempuan saja yang bisa melakukan perawatan karena memiliki sifat feminim, sedangkan laki-laki tidak terlalu membutuhkan perawatan karena memiliki sifat maskulin.

Laki-laki yang menggunakan produk perawatan bukan karena ingin menjadi seperti perempuan, melainkan mereka ingin merawat tubuhnya sendiri, di mana merawat tubuh adalah hak serta kewajiban dari masing-masing individu. Dari perilaku merawat diri tersebut laki-laki menganggap bahwa mereka maskulin, hanya saja mereka ingin merawat penampilan dirinya agar terlihat lebih baik, dikutip dari <https://suyanto.id/male-grooming-dan-stereotipe-gender-maskulinitas/>.

Dalam konsepnya maskulinitas di tiap budaya tentu memiliki perbedaan satu sama lainnya, tergantung budaya di mana seseorang itu tinggal. Contohnya, maskulinitas yang terdapat dalam budaya timur, mereka akan terbentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor kebudayaan dari kewajiban dan aturan yang diajarkan di sana. Berbagai aturan dan atribut dalam budaya dapat diterima melalui berbagai media, seperti agama, pola asuh, ritual adat, tayangan televisi, buku bacaan, dan jenis permainan yang diberikan oleh orang tua secara tidak langsung dapat mempengaruhi bentuk citra diri seorang laki-laki dalam hidupnya. Kondisi ini dapat ditunjukkan dengan cara berpakaian, berpenampilan, bentuk aktivitas yang dilakukan, cara bergaul, cara memecahkan masalah, cara bagaimana mengekspresikan diri secara verbal dan non-verbal, hingga jenis aksesoris tubuh yang digunakan (Syulhaji, 2017). Psikologi Janet Saltzman Chafetz mengemukakan tujuh konsep maskulinitas dalam masyarakat, yaitu:

maskulinitas dapat dilihat dari penampilan fisik laki-laki, fungsional laki-laki, seksualitas laki-laki, emosional laki-laki, intelektual laki-laki, interpersonal laki-laki dan karakter personal laki-laki.

Sejak kecil kita selalu ditanamkan atau mungkin diperlihatkan bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan bersikap dan berperilaku. Tanpa disadari semua tontonan dan beberapa ajaran yang kita terima lambat laun menjadi asupan mindset kita dalam menilai seseorang, tidak terkecuali masalah maskulinitas. Tidak sedikit dari kita yang pastinya sering melihat bagaimana seharusnya seorang anak laki-laki berperilaku. Laki-laki seringkali diharuskan memiliki fisik yang kuat, tangguh, dan tidak boleh cengeng. Akan sangat mengherankan kalau kita melihat seorang laki-laki menangis dengan begitu kerasnya, sedangkan sudah terbiasa dengan suara tangisan seorang perempuan yang terus merengek.

Mengenai bagaimana seorang laki-laki harus bersikap dan berperilaku semestinya bisa ditentukan oleh masing-masing individu, bukan dari standar yang dibatasi dengan mana yang termasuk perilaku maskulin. Standar-standar yang melekat ini kemudian melahirkan stereotipe yang terlanjur meresap di sebagian pemikiran banyak orang. Ketika seseorang berusaha menyebrangi atau menentang standar perilaku yang 'seharusnya' siap-siap saja termakan dengan bisikan dan omongan buruk orang-orang yang tidak ada habisnya.

Kita hidup di masa stereotip gender berkembang sebagai bentuk dari efisiensi informasi. Dengan adanya stereotip ini, manusia cenderung dapat menjelaskan perilaku statistik kehidupan di dunia tanpa intruksi yang tegas, dengan kata lain lebih mudah untuk melakukan pengkategorian berdasarkan gender. Kategori ini kemudian berkembang menjadi bentuk beban untuk memberikan gambaran ideal bagaimana seorang laki-laki seharusnya bertindak. Kemudian istilah toxic maskulinitas mulai muncul untuk menggambarkan bagaimana sikap maskulin ini dianggap memenjarakan emosional kaum laki-laki untuk bisa berperilaku sesuai dengan standar maskulinitas yang dipahami oleh masyarakat umum. Laki-laki diasosiasikan dengan perilaku yang kuat, jantan, dominan, dan rasional nyatanya begitu menekan kebebasan berekspresi mereka, dikutip dari

<https://www.whiteboardjournal.com/column/membebas-diri-dari-kekangan-maskulinitas/>.

Pada stereotip masyarakat yang beredar pandangan umum maskulinitas yang berlaku dan diterima adalah laki-laki yang direpresentasikan sebagai imagi maskulin yang memiliki kekuatan fisik, penguasaan ekonomi, mengontrol kekuasaan, rasionalitas, mempunyai hak istimewa, agresif dan penentu keputusan yang bersumber pada kepemilikan status sosio-ekonomi, (Connell, 2009). Representasi maskulinitas tersebut nampak begitu nyata di dalam berbagai media, seperti media cetak (koran dan majalah) maupun media daring (film dan iklan), (Chapman & Rutherford, 2014).

Selain karena konstruksi sosial, media juga memiliki andil besar dalam unsur menyebarkan stereotipe tentang laki-laki. Dalam media, laki-laki yang disebut maskulin adalah laki-laki yang memiliki kekuasaan, kekuatan, berotot, tangguh, heroik. Media massa, salah satunya film merupakan alat untuk mengkonstruksikan bagaimana seorang laki-laki itu bisa disebut maskulin. Melalui sebuah film, terutama film aksi laki-laki atau tokoh dalam film tersebut bisa dibuat seperti pahlawan yang selalu menampilkan kekuatan otot, kekuasaan, heroik dan selalu mendominasi. Tidak hanya dalam film, sebuah iklan rokok, mobil, olahraga dan iklan produk sangat memperlihatkan secara jelas bagaimana sosok laki-laki yang maskulin, (Drianus, 2019). Karena sejak dulu kita hidup dalam stereotip yang membentuk laki-laki seolah olah seperti yang ada pada media, padahal jika kita melihat langsung pada kehidupan sehari-hari bentuk maskulinitas laki-laki tidak hanya dari penampilan fisik, kekuasaan ataupun status sosialnya seperti yang ditampilkan oleh media, tapi dari bagaimana seorang laki-laki itu bersikap dalam keluarga dan masyarakat.

Salah satu tipe maskulinitas yang diperlihatkan oleh media adalah *hypermasculinity*. Maskulinitas ini identik dengan sosok yang kuat, keras dan heroik. *Hypermasculinity* merupakan citra rekaan media yang berkepentingan terhadap visi industri kapitalis, misalnya karena akan meraih keuntungan finansial yang banyak dari produk yang sudah ditawarkan (Nilan, 2009).

Maskulinitas begitu dekat dan berhubungan dengan film, bila dalam film tersebut memunculkan sisi maskulin yang diperankan dari para aktor. Peneliti

memilih untuk meneliti maskulinitas laki-laki melalui film aksi, karena dalam film aksi biasanya akan muncul sosok laki-laki yang dianggap heroik dan menunjukkan bahwa laki-laki maskulin itu bergantung pada tubuh, fisik dan kekuatan. Kemudian mereka tidak melakukan hal-hal yang dianggap feminin seperti mengasuh anak dan memakai aksesoris seperti perempuan. Hal ini menjadi pembaharuan cara berpikir pada stereotip masyarakat dimana selama ini konsep maskulinitas yang ada dalam masyarakat adalah maskulinitas tradisional, dengan memiliki karakter keberanian, kepahlawanan, kekuatan, kepemimpinan dan kecerdasan. Sehingga maskulinitas didefinisikan secara brutal dengan bersikap keras, kaku dan tidak mau peduli dengan urusan rumah tangga (Lehman dalam Zuma, 2021).

Sebagai salah satu produk media massa, film dapat digunakan sebagai sarana untuk menciptakan dan merepresentasikan imaji mengenai laki-laki. Istilah maskulin sendiri sering diidentikkan dengan seorang laki-laki yang menampilkan kejantannya dengan memiliki sifat dominan, berani, keras, dewasa, kuat, rasional, jantan dan lain-lain.

Media sering menampilkan sisi kejantanan atau sisi maskulin seorang laki-laki melalui gambaran pada film dengan pemilihan model berpostur kekar, tangguh, jantan dan dominan. Selain itu film juga mampu menunjukkan sisi maskulinitas melalui rutinitas yang diasosiasikan bahwa laki-laki dipandang sebagai sosok yang lebih kuat dan atraktif, seperti berkelahi, berolahraga, berpetualang dan lain-lain. Penggambaran ini sering dijumpai pada film-film aksi (Widiyaningrum, 2014).

Dari penggambaran itu menjadi alasan mengapa penelitian ini mengambil film aksi sebagai objek penelitian. Dikarenakan dalam film aksi mampu merepresentasikan imaji mengenai laki-laki yang maskulin, sehingga memudahkan peneliti untuk melihat bentuk maskulinitas dalam film yang sudah dipilih dan juga untuk meneliti dan mencari frekuensi kemunculan maskulinitas yang terdapat di dalam film-film aksi. Kemudian dalam film aksi sebagian besar mampu merepresentasikan tujuh konsep maskulinitas yang dikemukakan oleh Janet Slatzman Chafet, yaitu maskulinitas laki-laki dapat dilihat dari penampilan

fisik, fungsional, seksualitas, emosional, intelektual, interpersonal dan karakter personal laki-laki.

Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti memilih enam film aksi Indonesia untuk penelitian ini yang juga mengandung unsur atau sisi maskulin yang diperankan oleh para aktornya, yaitu film "Hit&Run" (2019), "Gundala" (2019), "22 Menit" (2018), "Partikelir" (2018), "Headshot" (2016) dan "The Raid: Redemption" (2011). Pemilihan film-film ini dikarenakan di dalamnya menggambarkan tentang keberanian seorang laki-laki dalam menumpas kejahatan-kejahatan yang ada di lingkungan masyarakat, seperti kejahatan peredaran narkoba, kejahatan terorisme dan kejahatan lainnya. Dimana dalam film-film ini ditunjukkan para pemerannya memiliki sisi maskulin untuk menumpas kejahatan tersebut, seperti berkelahi, memiliki tubuh yang tegap, kuat, berani dalam melawan penjahat, cerdas dan memiliki sifat pelindung.

Selain itu, alasan peneliti menggunakan enam film aksi di atas, karena enam film aksi tersebut memiliki jumlah penonton yang cukup banyak. Adapun perolehan jumlah penonton untuk film "Hit&Run" tercatat hingga tanggal 17 Juni 2019 telah memperoleh sebanyak 509.173 penonton, dikutip dari <https://cinemags.co.id/>. Menurut data dari <http://filmindonesia.or.id/> jumlah penonton film "Gundala" mencapai 1.699.433 penonton, dan film "Headshot" mencapai 732.763 penonton. "Headshot" juga mendapatkan Grand Prix Nouveau Genre Award 2016 pada L'Etrange Festival di Paris. Film "22 Menit" yang tayang lebih dari sepuluh hari sudah mengantongi 642.686 penonton. Perolehan angka tersebut mampu menempatkan film ini masuk ke jajaran 15 film terlaris tahun 2018, dikutip dari <https://seleb.tempo.co/>. Film "Partikelir" yang di sutradarai oleh komika Pandji Pragiwaksono mendapatkan 187.000 penonton, <https://www.kompas.com/>. Sementara itu, data jumlah penonton film "The Raid: Redemption" sebanyak 1.844.817 penonton di Indonesia. Film ini juga mampu menyabet tiga penghargaan bergengsi dunia, antara lain Toronto International Film Festival 2011, Cadillac People's Choice Award dan The Best Film sekaligus Audiens Award Jameson Dublin International Film Festival (fimela.com).

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul Maskulinitas dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif Pada Film Aksi Indonesia Produksi Tahun 2011-2021).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah berapa besar frekuensi kemunculan maskulinitas pada enam film aksi Indonesia “Hit&Run” (2019), “Gundala” (2019), “22 Menit” (2018), “Partikelir” (2018), “Headshot” (2016), dan “The Raid: Redemption” (2011)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bentuk maskulinitas dalam film “Hit&Run”, “Gundala”, “22 Menit”, “Partikelir”, “Headshot”, dan “The Raid: Redemption”.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar frekuensi kemunculan maskulinitas pada enam film aksi Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi media referensi untuk para peneliti selanjutnya yang nanti akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu mengenai maskulinitas dalam film aksi Indonesia.

2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran-pemikiran terhadap masalah yang berkaitan dengan masalah maskulinitas dalam film aksi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi bab dalam lima bahasan, dimana masing-masing bab dibagi menjadi sub-bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, validitas, reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran penelitian.

