

Representasi Stereotip Laki-Laki pada Media Perempuan: Analisis Semiotik pada Media Cosmopolitan.co.id

Representation of Male Stereotypes in Women's Media: A Semiotic Analysis of Cosmopolitan.co.id Media

Nadia Ayu Fadhillah¹, Muhammad Farras Razin²

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada
Jl. Sosio Yustisia No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, DIY

¹nadiaayufadhillah@mail.ugm.ac.id, ²muhammadfarrasrazin2098@mail.ugm.ac.id

Naskah diterima: 8 Januari 2024, direvisi: 16 Mei 2024, disetujui: 22 Juli 2024

Abstract

This article discusses the representation of male stereotypes in the media Cosmopolitan.co.id which is an online media owned by Cosmopolitan Indonesia with a target audience of women. This research aims to analyze the representation of male stereotypes in Cosmopolitan.co.id. The method used is Charles Sander Peirce's semiotic text analysis with the concept of a triadic relationship consisting of sign, object, and interpretant. The objects analyzed are four images and article texts in the Man Corner section at Cosmopolitan.co.id. The results showed that there are four forms of stereotypes of male characters in Man Corner articles, namely like to lie, sex-oriented, tend to be unfaithful to partners, and dominant in relationships. Cosmopolitan.co.id creates several forms of concerns, namely concerns about the partner and self which then directs self-evaluation. Cosmopolitan.co.id ultimately perpetuates stereotypes of men and creates women's anxiety, especially anxiety in relationships and anxiety towards partners.

Keywords : representation, stereotypes, women's media, semiotics

Abstrak

Artikel ini membahas representasi stereotip laki-laki di media Cosmopolitan.co.id yang merupakan media daring milik Cosmopolitan Indonesia dengan target pembaca perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi stereotip laki-laki pada Cosmopolitan.co.id. Metode yang digunakan adalah analisis teks semiotika Charles Sander Peirce dengan konsep hubungan triadik yang terdiri tanda (sign), objek (object), interpretan (interpretant). Objek yang dianalisis adalah empat gambar dan teks artikel pada bagian Man Corner di Cosmopolitan.co.id. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat bentuk stereotip karakter laki-laki dalam artikel Man Corner, yaitu suka berbohong, berorientasi pada seks, cenderung tidak setia dengan pasangan, serta dominan dalam relasi. Cosmopolitan.co.id menciptakan beberapa bentuk kekhawatiran, yakni kekhawatiran terhadap pasangan dan diri sendiri yang kemudian mengarahkan evaluasi diri. Cosmopolitan.co.id pada akhirnya melanggengkan stereotip terhadap laki-laki dan menciptakan kecemasan perempuan, terutama kecemasan dalam relasi serta kecemasan terhadap pasangan.

Kata kunci : representasi, stereotip, media perempuan, semiotika

PENDAHULUAN

Laki-laki dan perempuan kerap mendapatkan stereotip yang berbeda dalam media. Laki-laki lebih sering ditampilkan sebagai sosok pemimpin kuat, berkuasa, mandiri, sedangkan perempuan sebagai sosok lemah dan penuh ketergantungan (Haryati, 2012). Adanya perbedaan stereotip terhadap laki-laki disebabkan oleh adanya stereotip gender, yaitu keyakinan tentang atribut tertentu yang membedakan bagaimana perempuan dan laki-laki yang sering kali membahas sifat, karakteristik fisik, perilaku peran, dan pekerjaan (Leap dalam Ward and Grower, 2020). Ward dan Grower (2020) juga mempertegas bahwa stereotip dan ideologi gender sangat kuat dan mempengaruhi berbagai aspek fungsi psikologis, termasuk persepsi, perhatian dan ingatan, perilaku sosial, minat, dan kompetensi yang dirasakan diri sendiri.

Menurut Ward dan Grower (2020), media merupakan salah satu sumber yang sangat berpengaruh dalam membentuk stereotip gender. Mereka menjelaskan setidaknya terdapat tiga stereotip gender yang dimuat dalam media: (1) perempuan lebih memperhatikan penampilan dibandingkan dengan laki-laki, (2) karakter laki-laki lebih cenderung agresif secara fisik dan suka memerintah orang lain dibandingkan karakter perempuan yang memiliki kemungkinan kecil untuk menjadi agresif secara fisik, dan (3) laki-laki lebih banyak ditempatkan di dunia kerja dan perempuan di rumah. Penggambaran stereotip gender yang berbeda juga membentuk karakter laki-laki dalam hubungan relasi percintaan, di mana laki-laki ditampilkan untuk secara aktif melakukan hubungan seksual, mengobjektifikasi perempuan, dan memprioritaskan seks. Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk stereotip gender, baik stereotip terhadap laki-laki maupun perempuan.

Terbentuknya stereotip laki-laki tentunya tidak lepas dari proses representasi dalam media. Representasi pada dasarnya adalah sebuah proses menguraikan konsep yang ada di pikiran kita dengan menggunakan bahasa. Hall (1997) mengartikan representasi sebagai proses produksi arti dengan menggunakan bahasa. Dalam konteks media, linguistik dan komunikasi, representasi dapat dimaknai sebagai proses penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu secara bermakna atau untuk merepresentasikannya kepada orang lain, baik berupa kata-kata, gambar, rangkaian, cerita atau apa pun yang mewakili ide, emosi, fakta dan sebagainya (Hartley dalam Septiana, 2023), sehingga representasi laki-laki dalam media dapat dilihat melalui kata dan gambar yang mewakili ide di dalamnya. Definisi lain dari representasi adalah gambaran mengenai hal yang berkaitan dalam kehidupan yang kemudian digambarkan dalam media (Oktaviani and Amalia, 2022). Ketika berbicara seputar representasi stereotip laki-laki pada media, maka sebenarnya tidak lepas dari bagaimana cara masyarakat melihat sosok laki-laki dalam kehidupan sosial. Penggambaran laki-laki dalam media juga tidak lepas dari budaya serta nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bagaimana media merepresentasikan laki-laki dengan stereotip tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2021) terhadap iklan Teh Sariwangi menemukan bahwa media (iklan) menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang memiliki hak dominan dalam keluarga di mana sistem patriarki sangat kuat. Pada iklan tersebut, perempuan digambarkan memiliki hak minoritas yang harus menuruti apa pun yang diputuskan oleh suami sebagai kepala keluarga. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media merepresentasikan laki-laki dengan karakter dominan dengan penggambaran karakter laki-laki sebagai sosok yang memiliki kendali penuh, terutama dalam hubungan relasi seperti keluarga.

Penelitian lain juga menegaskan bahwa media merepresentasikan laki-laki sebagai sosok

dominan. Penelitian yang dilakukan oleh Intan (2021) menemukan dalam analisis terhadap novel “Di Tanah Lada” karya Ziggy Zezsyazeoviennazabriskie, terdapat stereotip gender dan wacana maskulinitas yang tersebar dalam alur ceritanya. Novel tersebut menggunakan perspektif tokoh utama perempuan yang menggambarkan hampir seluruh tokoh laki-laki sebagai tokoh yang kuat, dominan, dekat dengan kekerasan, serta memiliki jiwa bebas dan suka bersenang-senang. Representasi tersebut berbeda dengan perempuan yang digambarkan sebagai sosok sebagai sosok inferior, lemah, dan dependen (Intan, 2021). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa selain direpresentasikan di media sebagai sosok yang dominan, laki-laki juga ditampilkan dalam media sebagai tokoh yang memiliki kekuatan dan melakukan kekerasan.

Dalam konteks liputan media massa, laki-laki juga direpresentasikan dengan karakter tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Korna dan Caskey (2023) menemukan bahwa laki-laki digambarkan sebagai sosok yang “aktif” dan “berpengaruh” dalam pemberitaan media massa. Hasil penelitian Korna dan Caskey (2023) pada liputan media terhadap dua tokoh terorisme jihad, yaitu Shamima Begum yang merupakan perempuan Inggris dan Denis Cuspert yang merupakan laki-laki Jerman menunjukkan adanya perbedaan cara penggambaran terhadap dua tokoh tersebut. Begum dibingkai sebagai orang yang ditolak oleh masyarakat Inggris dan merupakan perempuan yang “menyimpang ganda”, sebaliknya Cuspert sebagai seorang laki-laki digambarkan sebagai sosok yang radikal, karismatik, aktif, dan berpengaruh terhadap kaum muda. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media cenderung memperkuat karakter laki-laki dan melemahkan karakter perempuan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, berbagai bentuk media secara konsisten merepresentasikan laki-laki sebagai sosok yang dominan, kuat, dan berpengaruh, dengan kecenderungan untuk memperlihatkan laki-laki sebagai figur yang memiliki kendali penuh, baik dalam keluarga maupun masyarakat. Selain itu, laki-laki sering digambarkan dengan karakter yang dekat dengan kekerasan, aktif, karismatik, dan memiliki pengaruh signifikan, terutama dalam konteks relasi kekuasaan. Representasi yang muncul menekankan superioritas laki-laki dibandingkan perempuan yang sering kali digambarkan sebagai sosok yang dependen.

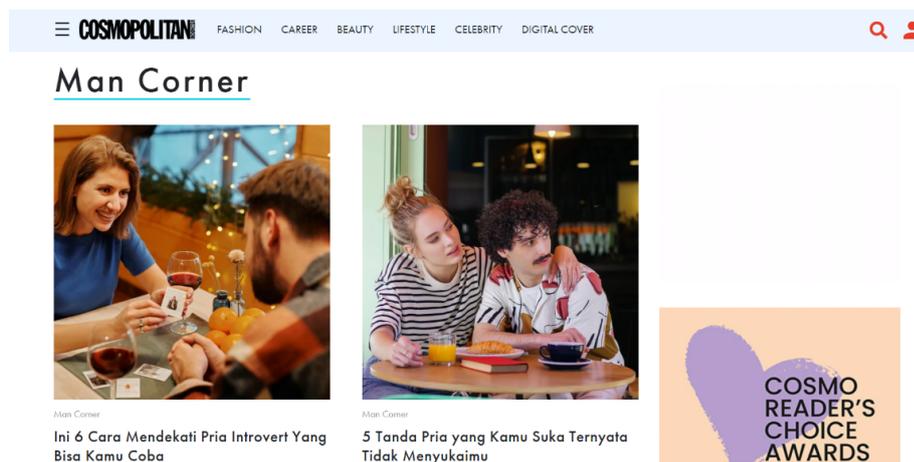
Meskipun penelitian terdahulu telah mengungkapkan bagaimana media secara umum merepresentasikan laki-laki dengan karakteristik dominan, penelitian yang secara khusus mengkaji representasi laki-laki dalam media yang ditujukan untuk audiens perempuan masih relatif terbatas. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi bagaimana media perempuan, seperti situs web yang berfokus pada pembaca perempuan, menggambarkan sosok laki-laki. Penelitian bagaimana representasi laki-laki pada media perempuan menjadi penting untuk memahami apakah media membentuk ulang stereotip yang telah ada di media secara umum.

Media perempuan pada dasarnya merupakan hasil konstruksi sosial kewanitaan saat ini yang membahas seputar isu maupun topik yang menarik perhatian pembaca perempuan. Biasanya, pembahasan terkait kecantikan menjadi isu yang paling dominan. Selain membahas seputar tips kecantikan, media perempuan juga membahas terkait penggambaran laki-laki sebagai objek seks, seks dan seksualitas, pembahasan mengenai hubungan (*relationship*), dan isu seputar transformasi serta pemberdayaan (Gauntlett, 2008). Perkembangan media perempuan diawali pada akhir abad 16 dengan kebiasaan konsumen modern di Inggris (Alexiou, 2020). Veblen dalam Alexiou (2020) menyatakan saat itu perilaku laki-laki dan perempuan aktif dalam memperoleh barang material dalam kedudukan sosial yang tinggi. Kemudian pada abad 19 terdapat pembagian kerja berdasarkan gender antara laki-laki sebagai pencari nafkah dan perempuan sebagai konsumen yang kemudian melahirkan majalah perempuan dan dijadikan

sebagai sarana periklanan.

Sebagai media yang spesifik, media perempuan menawarkan konten-konten yang menarik perhatian target pembacanya, termasuk membuat konten seputar sifat dan karakter laki-laki. Pada dasarnya, media perempuan memiliki peran sebagai penyampai wacana feminitas yang spesifik, di mana cara utama media dalam mengkomunikasikan kepada kelompok perempuan tertentu adalah melalui penggunaan tampilan komoditas (Ballaster dalam Alexiou, 2020). Penelitian seputar bagaimana representasi stereotip laki-laki dalam media perempuan kemudian menarik untuk diteliti, mengingat media perempuan memiliki karakteristik yang spesifik dibandingkan media lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi definisi media perempuan sebagai media yang menyediakan informasi yang dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang bersifat feminitas, seperti kecantikan, fesyen, relasi, serta relasi perempuan dengan laki-laki.

Dalam konteks Indonesia, terdapat beberapa media dengan target pembaca perempuan. Berdasarkan amatan peneliti, beberapa media perempuan yang cukup populer di Indonesia, diantaranya adalah *Fimela* (<https://www.femina.co.id/>), *Femina* (<https://www.femina.co.id/>), dan *Cosmopolitan Indonesia* (<https://www.cosmopolitan.co.id/>). Namun peneliti menemukan keunikan pada media *Cosmopolitan Indonesia* yang tidak ditemukan pada media lainnya, dimana media ini menyediakan salah satu *section* atau bagian khusus yang bernama *Man Corner*. Bagian tersebut memuat artikel yang membahas seputar hubungan relasi antara laki-laki dan perempuan. Temuan ini cukup menarik mengingat *section* tersebut dibuat khusus untuk memuat artikel seputar relasi dengan laki-laki dengan target pembaca perempuan. Apalagi *Cosmopolitan.co.id* merupakan media perempuan yang hadir di Indonesia sejak tahun 1997 dan berkembang dari majalah menuju situs web serta media sosial. *Cosmopolitan.co.id* memuat informasi seputar mode dan kecantikan, budaya pop, seks dan hubungan, kesehatan tubuh dan mental, serta karir dan uang (<https://www.cosmopolitan.co.id/about>).



Gambar 1. Visualisasi Tampilan Man Corner pada *Cosmopolitan Indonesia* (Sumber: <https://www.cosmopolitan.co.id/sub-channel/display/26-man-corner>)

Media perempuan memiliki orientasi untuk memberikan informasi sekaligus hiburan untuk target pasarnya yang merupakan perempuan. Media perempuan memuat tentang konstruksi sosial dari perempuan hari ini (Gauntlett, 2008), termasuk cara pandang perempuan terhadap laki-laki. Peran perempuan sendiri terhadap media perempuan adalah membaca media tersebut dan memproduksi makna (White dalam Alexiou, 2020), sehingga secara tidak langsung

informasi yang dimuat dalam media perempuan dapat memberikan makna tertentu kepada target pembacanya yang merupakan perempuan, termasuk pemaknaan terhadap representasi stereotip laki-laki. Peneliti berasumsi bahwa dalam menampilkan relasi antara laki-laki dan perempuan, *Cosmopolitan.co.id* merepresentasikan karakter laki-laki dengan sifat-sifat tertentu. Hal tersebut dikarenakan sifat media tersebut yang menyesuaikan informasi untuk target pembaca perempuan.

Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana representasi stereotip laki-laki ditampilkan dalam *Cosmopolitan.co.id*. Pertimbangan memilih *Cosmopolitan.co.id* sebagai objek penelitian dikarenakan media ini sudah berhasil beradaptasi selama puluhan tahun dan menjadi salah satu media perempuan *lifestyle* yang populer di Indonesia. *Cosmopolitan.co.id* juga menyediakan kanal *Man Corner* yang membahas secara spesifik tentang isu berkaitan dengan laki-laki, sehingga peneliti berharap dapat menampilkan hasil penelitian yang lebih komprehensif. Untuk mengetahui representasi stereotip laki-laki dalam media *Cosmopolitan.co.id*, diperlukan analisis semiotika untuk melihat tanda-tanda yang dimunculkan dalam gambar maupun teks artikel media tersebut.

Penelitian ini merumuskan masalah penelitian untuk mengetahui representasi stereotip laki-laki pada media perempuan *Cosmopolitan.co.id* menggunakan teknik analisis semiotika mengingat semiotika merupakan kajian tentang sistem tanda (Yunus and Muhaemin, 2022). Semiotika merupakan sebuah metode yang memandang pesan sebagai transmisi proses komunikasi dan konstruksi tanda (Fiske dalam Septiana, 2023). Chandler (2022) menyatakan semiotika dijelaskan sebagai sesuatu yang mewakili. Bentuk semiotika terdiri dari kata, gambar, suara, bau, rasa, tindakan, dan benda yang bisa ditafsirkan (Chandler, 2022), di mana semiotika berusaha mengkaji tanda-tanda dalam kehidupan dari sebuah objek maupun peristiwa hingga diketahui makna-maknanya (Pangestuti, 2021). Berdasarkan yang diuraikan, penggunaan semiotika dalam penelitian ini dapat membantu peneliti untuk mengkaji tanda yang ada dalam artikel *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id*.

Kebaruan penelitian ini adalah pada pemilihan jenis media, di mana penelitian terdahulu meneliti tentang penggambaran karakter laki-laki di media dengan target audiens yang umum, seperti representasi laki-laki dalam iklan Dewi (2021), representasi laki-laki dalam media berupa novel (Intan, 2021), dan representasi laki-laki pada media massa (Korna and Caskey, 2023), sedangkan penelitian ini ingin mengungkap bagaimana penggambaran laki-laki pada media yang memiliki target pembaca perempuan. Selain itu, peneliti juga akan mengolah data pada dua tahap analisis, yaitu analisis gambar *banner* artikel dan analisis teks untuk memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang bagaimana *Cosmopolitan.co.id* merepresentasikan laki-laki mengingat *Cosmopolitan.co.id* adalah media perempuan *lifestyle* dengan target pembaca yang spesifik.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang dipahami oleh para ahli sebagai paradigma yang menekankan bagaimana seorang individu secara aktif mengonstruksi gagasannya sendiri tentang realitas melalui kognisinya, sehingga menghasilkan berbagai realitas (Shannon-Baker, 2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika dalam pembahasannya, mengingat tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana representasi stereotip laki-laki pada media perempuan di media *Cosmopolitan.co.id* melalui

tanda-tanda yang ada pada konten situs tersebut. Dalam analisis semiotika, bentuk tanda dapat berupa gambar maupun kata, sehingga peneliti akan menganalisis tanda berupa gambar *banner* artikel maupun tanda berupa kata dan kalimat dari artikel *Cosmopolitan.co.id*.

Model analisis yang digunakan adalah analisis semiotika milik Charles Sander Peirce. Analisis semiotika Peirce yakni merumuskan tanda, semiotik dan taksonomi tanda (Chandler, 2022). Chandler (2022) menyatakan Peirce membagi tiga bagian dari fungsi analisis semiotik yakni : 1) Representamen atau tanda (*sign*) : bentuk tanda yang terlihat, 2) Objek: sesuatu yang dirujuk atau yang diwakili, 3) Interpretan: efek yang dihasilkan oleh tanda atau pengertian. Pangestuti (2021) menjelaskan bahwa menurut Peirce, sebuah tanda berfungsi mewakili sesuatu yang lain, di mana tanda merupakan representamen dari berbagai hal, di mana hal tersebut disebut sebagai objek dan memiliki makna dalam benak atau pikiran seseorang yang melihatnya. Makna tersebut yang kemudian dipahami sebagai interpretan. Objek pada penelitian ini adalah tanda-tanda yang berkaitan dengan representasi laki-laki dalam konten artikel *Cosmopolitan.co.id* pada *Man Corner*. Peneliti memilih artikel yang membahas tentang bagaimana karakter laki-laki digambarkan dalam media tersebut, sehingga peneliti menyeleksi artikel *Cosmopolitan.co.id* sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Peneliti mencoba menemukan keberadaan tanda-tanda representasi karakter laki-laki melalui gambar *banner* maupun teks artikel. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan dokumentasi. Peneliti akan mengamati artikel pada media *Cosmopolitan.co.id*. Setelah itu, peneliti akan meneliti artikel tersebut dengan teknik analisis semiotika milik Charles Sander Peirce dengan model triadik Peirce, yaitu *sign or representamen*, *object*, dan *interpretant* (Septiana, 2023). Dalam proses analisis tanda (*sign or representamen*) dan objek (*object*), peneliti menganalisis gambar dan teks artikel *Cosmopolitan.co.id* yang merupakan bagian dari tanda. Kemudian pada tahapan interpretasi (*interpretant*), peneliti melakukan interpretasi terhadap tanda yang ada, mengingat dalam analisis semiotika Peirce, sebuah tanda hanya bermakna ketika diinterpretasikan (Septiana, 2023). Septiana (2023) juga menjelaskan model triadik Peirce menunjukkan besarnya peran subjek dalam proses transformasi bahasa, di mana Peirce memandang tanda mempunyai makna yang mengalami perubahan tanpa batas. Peneliti melakukan analisis untuk menemukan keberadaan tanda-tanda representasi stereotip laki-laki yang terwakili dalam *banner* artikel serta teks artikel yang dimuat pada *section* *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Man Corner merupakan salah satu bagian atau *section* pada situs *Cosmopolitan.co.id* dengan topik yang membahas seputar laki-laki, khususnya seputar hubungan dengan target pembaca perempuan. Berdasarkan observasi peneliti terhadap media *Cosmopolitan.co.id*, peneliti menemukan 24 artikel dalam kanal *Man Corner* sepanjang 2022 sampai 2023, tepatnya 18 artikel sepanjang tahun 2022 dan 6 artikel sepanjang tahun 2023. Peneliti kemudian memilih 4 artikel sepanjang tahun 2022 dikarenakan artikel-artikel tersebut sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun artikel yang dipilih oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Artikel Sampel Penelitian

Judul Artikel	Penulis	Tanggal Unggah
<i>Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!</i>	Giovani Untari	13 Juli 2022
<i>9 Hal yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!</i>	Giovani Untari	29 Juli 2022
<i>5 Alasan Pria Minta Break Sejenak dari Sebuah Hubungan</i>	Giovani Untari	23 Agustus 2022
<i>Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah</i>	Haninadhira Husaini	08 September 2022

Sumber: data penelitian

Peneliti kemudian menganalisis gambar dan teks pada keempat artikel di atas dengan analisis semiotika Charles Sander Peirce dengan merujuk kepada *sign*, *object*, dan *interpretant*. Adapun hasil analisis gambar dan teks artikel adalah sebagai berikut:

Analisis Gambar dan Teks Artikel

a. Analisis Gambar Artikel

Tabel 2. Analisis Gambar *Banner* Artikel 1: *Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!*

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!</p> 	<p>Terdapat gambar laki-laki dan perempuan sedang duduk bersama dan saling berhadapan.</p>	<p>Gambar ini dapat dimaknai bahwa laki-laki dan perempuan tersebut merupakan sepasang kekasih. Hal tersebut terlihat dari cara mereka saling berhadapan. Namun pada gambar tersebut terlihat tangan laki-laki tidak menyentuh atau merangkul perempuan.</p>

Sumber: data penelitian

Tabel 3. Analisis Gambar *Banner* Artikel 2: *9 Hal yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!*

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>9 Hal yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!</p> 	<p>Terdapat gambar laki-laki dan perempuan sedang saling berhadapan.</p>	<p>Gambar ini menginterpretasikan bahwa laki-laki dan perempuan tersebut saling menatap satu sama lain tanpa tersenyum atau dengan ekspresi datar. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa terdapat kondisi yang “kurang menyenangkan” antara laki-laki dan perempuan.</p>

Sumber: data penelitian

Tabel 4. Analisis Gambar *Banner* Artikel 3: 5 Alasan Pria Minta Break Sejenak dari Sebuah Hubungan

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>5 Alasan Pria Minta Break Sejenak dari Sebuah Hubungan</p> <p>By Givani Umri • 23 Aug 2022</p> 	<p>Terdapat gambar laki-laki dan perempuan. Laki-laki terlihat menatap perempuan dari samping dan meletakkan tangannya di atas pundak perempuan, sedangkan perempuan terlihat menundukkan wajah.</p>	<p>Gambar ini menginterpretasikan bahwa laki-laki dan perempuan tersebut sedang tidak berbicara satu sama lain. Dalam gambar ini, laki-laki terlihat dominan dengan meletakkan tangan di atas bahu perempuan sambil tersenyum tipis, sedangkan perempuan terlihat menundukkan wajah dengan ekspresi sedang memikirkan permasalahan.</p>

Sumber: data penelitian

Tabel 5. Analisis Gambar *Banner* Artikel 4: Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah</p> <p>By Hermahtika Husni • 08 Sep 2022</p> 	<p>Terdapat gambar laki-laki dan perempuan sedang saling membelakangi satu sama lain. Di sekitar gambar, terdapat <i>emoticon</i> yang menjadi elemen tambahan.</p>	<p>Pada gambar ini, terlihat laki-laki dan perempuan saling membelakangi dan dalam kondisi yang tidak menyenangkan. Hal tersebut terlihat dari ekspresi masing-masing yang terlihat bermuka masam. Selain itu, gambar tersebut juga dihias dengan elemen tambahan. Pada gambar laki-laki, terdapat <i>emoticon</i> kesal dan penegasan pada area tangan. Sedangkan pada gambar perempuan terdapat <i>emoticon</i> cemberut dan menangis.</p>

Sumber: data penelitian

Analisis Teks Artikel

Tabel 6. Analisis Teks Artikel 1: *Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!*

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>Saat ia tidak membalas pesanmu dengan alasan sudah tidur atau ketiduran.</p> <p>Ia bisa saja sudah melihat pesanmu dari layar ponselnya lalu lupa untuk membalasnya karena ia terlalu sibuk bermain PS5! Mengatakan ia semalam sudah tidur atau ketiduran adalah jawaban yang paling aman</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>"Ia bisa saja sudah melihat pesanmu dari layar ponselnya lalu lupa membalasnya karena ia terlalu sibuk bermain PS5"</i></p>	<p>Karakter laki-laki digambarkan sebagai sosok yang pelupa dan tidak peduli. Hal tersebut terlihat dari penggambaran penulis bahwa laki-laki lupa membalas pesan karena bermain <i>games</i>. Berdasarkan paragraf tersebut, penulis menarasikan cara laki-laki berbohong ketika tidak membalas pesan.</p>

No.	Sign	Object	Interpretant
	dibanding bilang, "Aku keasyikan main games kemarin."		
2.	Saat kamu bertanya berapa jumlah video porno yang ia tonton. Berapa pun jawabannya, sebenarnya ia pasti menonton lebih dari itu. Sekarang setiap kali ia menjawab sesuatu yang seperti ini, kalikan dua dari jawaban tersebut, babes! Sebab <i>yeah</i> , mungkin saja sekarang ini ia sedang menonton video itu. Kamu tentu juga tidak berharap ia akan secara detail menjawab sudah menonton 380 video, bukan?	Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>"Berapa pun jawabannya, sebenarnya ia menonton lebih dari itu"</i> <i>"Setiap kali ia menjawab sesuatu yang seperti ini, kalikan dua dari jawaban tersebut!"</i>	Paragraf tersebut menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang berorientasi kepada seks. Hal tersebut terlihat dari penggambaran penulis bahwa laki-laki suka menonton banyak video porno. Kalimat dalam teks artikel tersebut juga memuat asumsi-asumsi tentang kebiasaan laki-laki yang suka menutupi kebiasaan tersebut.
3.	Saat kamu bertanya berapa orang yang sudah tidur dengannya. Ketika kamu menanyakan hal ini, otak pria biasanya akan masuk ke dalam mode panik. Sistem saraf mereka akan berpikir angka random untuk menjawab pertanyaan tersebut. Ada kalanya mereka mencoba untuk merendah agar tidak terlihat brengsek, tetapi beberapa pria juga sengaja melebih-lebihkan jumlahnya agar terlihat berpengalaman.	Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>"..... otak pria biasanya akan masuk ke dalam mode panik. Sistem saraf mereka akan berpikir angka random untuk menjawab pertanyaan tersebut"</i> <i>"Ada kalanya mereka mencoba untuk merendah agar tidak terlihat brengsek"</i> <i>"Beberapa pria juga sengaja melebih-lebihkan jumlahnya agar terlihat berpengalaman"</i>	Penggambaran karakter laki-laki pada paragraf ini hampir sama dengan paragraf sebelumnya, yaitu menggambarkan karakter laki-laki sebagai sosok yang berorientasi kepada seks. Selain itu, penulis juga menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang suka berbohong dalam permasalahan seks. Paragraf ini juga menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang tidak baik dengan melekatkan laki-laki dengan kata "brengek" ketika berbohong terkait pengalamannya.
4.	Saat kamu bertanya apakah temanmu cantik atau hot menurutnya. Kamu paling tidak memiliki satu teman yang hot atau sangat cantik. Lalu ketika kamu bertanya kepadanya apakah temanmu tersebut cantik, maka ia akan menjawab tidak. Padahal sebenarnya ia pasti berpikir secara objektif bahwa temanmu tersebut memang hot, meski pikirannya tersebut tidak merujuk pada ketertarikan seksual.	Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>"Padahal sebenarnya ia pasti berpikir secara objektif bahwa temanmu tersebut memang hot....."</i>	Paragraf ini menggambarkan laki-laki sebagai makhluk visual, yaitu melihat perempuan dari segi fisik dan penampilan. Melalui paragraf ini, penulis menggambarkan bahwa laki-laki berbohong ketika dimintai pendapat tentang penampilan lawan jenisnya.

Sumber: data penelitian

Tabel 7. Analisis Teks Artikel 2: 9 Hal yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>Kamu merasa sangat mencintai pasanganmu sampai tidak menyadari bahwa si dia diam-diam mulai berencana untuk menjauhimu. Sebenarnya ada beberapa tanda yang bisa kamu lihat, dear! Perlu diingat pula apabila sejumlah hal di bawah ini sering dilakukan oleh si dia, ada kemungkinan ia sedang berpikir untuk putus darimu. Perubahan sikap tersebut jelas memunculkan perasaan depresi, <i>anxiety</i>, stres, dan lainnya kepadamu.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“dia diam-diam mulai berencana untuk menjauhimu”</i></p> <p>Terdapat juga kalimat yang mengarahkan kekhawatiran terhadap target pembaca, seperti : <i>“Perubahan sikap tersebut jelas memunculkan perasaan depresi, anxiety, stres,.. “</i></p>	<p>Artikel ini diawali dengan narasi laki-laki yang menjauhi perempuan sebagai target pembaca. Penulis menggambarkan sikap laki-laki yang berubah dan ingin mengakhiri relasi dapat menimbulkan perasaan depresi dan stres terhadap perempuan. Melalui artikel tersebut, penulis seakan meningkatkan kekhawatiran bagi perempuan dalam relasinya.</p>
2.	<p>Kamu memiliki <i>feeling</i> ia sedang berhubungan dengan orang lain di luar sana. Mungkin si dia mulai mendekati teman kerjanya atau mantan kekasihnya. Bukan sebuah perselingkuhan memang, tetapi ada kemungkinan pasanganmu sedang mencari rencana cadangan sebelum putus.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“Mungkin si dia mulai mendekati teman kerjanya atau mantan kekasihnya”</i> <i>“ada kemungkinan pasanganmu sedang mencari rencana cadangan sebelum putus”</i></p>	<p>Paragraf ini menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang suka menjalin hubungan dengan perempuan lain walaupun sudah memiliki pasangan. Laki-laki juga ditandai sebagai sosok yang sudah mempersiapkan pengganti pasangan sebelum mengakhiri hubungan.</p>
3.	<p>Pria ini kerap memperlakukan hal yang sebelumnya tidak pernah diperlakukan dalam hubungan kalian. Masalah yang sebenarnya sederhana menjadi lebih besar karena ia kesal dan kerap mengungkitnya di hadapanmu. Ia juga mulai sering menasihati apa kekuranganmu sehingga semua "masalah" yang terjadi di hubungan kalian seolah berasal dari kamu.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“Pria ini kerap memperlakukan hal yang sebelumnya tidak pernah diperlakukan dalam hubungan kalian.”</i> <i>“Ia juga mulai sering menasihati apa kekuranganmu sehingga semua "masalah" yang terjadi di hubungan kalian“</i></p>	<p>Karakter laki-laki digambarkan sebagai sosok yang suka mencari masalah, baik masalah kecil hingga masalah besar. Penulis juga menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang suka melimpahkan kesalahan kepada perempuan.</p>
4.	<p>Tidak terlihat bahagia saat bersamamu. Ia berhenti melemparkan candaan khasnya. Ia juga tidak lagi tertawa saat kamu bercanda atau <i>mengusilinya</i>. Pria ini jelas terlihat tidak ingin berada di sekitarmu. Atau mungkin ia juga lebih sering mengabaikan kamu dan berpura-pura terus menatap ponselnya untuk melihat email.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“Pria ini jelas terlihat tidak ingin berada di sekitarmu. Atau mungkin ia juga lebih sering mengabaikan kamu dan berpura-pura terus menatap ponselnya....”</i></p>	<p>Penulis menggambarkan laki-laki dengan karakter suka mengabaikan pasangannya ketika hendak mengakhiri sebuah hubungan, baik melalui gestur yang “sibuk” atau cuek dengan perempuan.</p>

<p>5. Salah satu fakta menarik namun cukup menyebalkan dari otak pria: apabila mereka mulai membuat sejumlah argumen yang meski itu bukan kesalahanmu, ia akan beralasan bahwa hubungan kalian sudah tidak layak dipertahankan.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“fakta menarik namun cukup menyebalkan dari otak pria: apabila mereka mulai membuat sejumlah argumen yang meski itu bukan kesalahanmu...”</i></p>	<p>Paragraf ini merupakan penekanan yang dilakukan oleh penulis bahwa laki-laki suka membuat argumen dan menyalahkan pihak yang tidak bersalah ketika hendak mengakhiri relasi. Penulis juga menggunakan kalimat <i>“fakta menarik namun cukup menyebalkan dari otak pria”</i> yang dapat dimaknai sebagai penekanan terhadap karakter laki-laki secara umum.</p>
---	---	---

Sumber: data penelitian

Tabel 8. Analisis Gambar *Banner* Artikel 3: 5 Alasan Pria Minta Break Sejenak dari Sebuah Hubungan

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	<p>Ingin menjalin hubungan dengan orang lain. Saat kalian sedang <i>break</i> dan si dia berencana menjalin hubungan (atau seks) dengan orang lain, mungkin ia menganggap itu tidak termasuk bentuk perselingkuhan karena masih ada peluang kalian akan kembali bersama. Terlebih jika beberapa saat sebelum minta <i>break</i>, pasanganmu terlihat dekat dengan beberapa orang.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“si dia berencana menjalin hubungan (atau seks) dengan orang lain, mungkin ia menganggap itu tidak termasuk bentuk perselingkuhan...”</i></p>	<p>Paragraf tersebut menggambarkan bahwa laki-laki yang meminta jeda dalam sebuah hubungan memiliki keinginan untuk menjalin relasi dengan orang lain. Laki-laki juga digambarkan sebagai karakter yang berorientasi kepada seks dengan mencari pasangan lain.</p>
2.	<p>Menjadi sebuah “tes dalam hubungan”. Bisa saja ia ingin melihat apakah kamu akan mengatakan ya saat ia meminta putus karena itu bisa membuatnya beranggapan bahwa kamu tidak terlalu berkomitmen pada hubungan ini. Beberapa orang bisa merasa <i>insecure</i> dan senang memainkan permainan pikiran.</p>	<p>Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“ia ingin melihat apakah kamu akan mengatakan ya saat ia meminta putus karena itu bisa membuatnya beranggapan bahwa kamu tidak terlalu berkomitmen...”</i></p>	<p>Paragraf ini menggambarkan bahwa laki-laki sedang menguji pasangannya dengan meminta jeda. Selain itu, penulis juga menggambarkan bahwa beberapa laki-laki suka mempermainkan pemikiran pasangannya.</p>

Sumber: data penelitian

Tabel 9. Analisis Gambar Banner Artikel 4: *Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah*

No.	Sign	Object	Interpretant
1.	Mulai merasa tidak cocok Biasanya hal ini merupakan salah satu penyebab paling besar yang membuat pasangan kamu berubah, yaitu muncul perasaan tidak ada kecocokan satu sama lain. Hal ini memang kerap terjadi pada beberapa pasangan, ketika seiring berjalannya waktu entah apa alasannya, si dia merasa bahwa kamu bukan orang yang tepat untuknya. Di fase ini, biasanya pasangan akan berubah sikap menjadi lebih dingin karena merasa ingin pisah dari kamu.	Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“entah apa alasannya, si dia merasa bahwa kamu bukan orang yang tepat untuknya. Di fase ini, biasanya pasangan akan berubah sikap menjadi lebih dingin karena merasa ingin pisah dari kamu.”</i>	Paragraf ini menggambarkan bahwa laki-laki melakukan perubahan sikap dengan menjadi “lebih dingin” karena merasa tidak cocok. “Dingin” dalam artikel tersebut dapat dimaknai sebagai sikap cuek atau tidak peduli. Karakter “dingin” dimaknai bahwa laki-laki tersebut ingin berpisah atau mengakhiri hubungan dengan perempuan.
2.	Menyukai orang lain Ketika pasangan mulai tidak tertarik untuk mendengar cerita keseharianmu atau berhenti menyemangati saat kamu sedang lelah dengan pekerjaan, bisa jadi karena si dia mulai tertarik dengan wanita lain. Menurut Dr Nikki Goldstein, seorang relationship expert, tanda secara emosional ia sedang tertarik pada orang lain adalah ketika ia mulai tidak peduli dengan hubungan yang ia jalani dengan kamu.	Terdapat kalimat yang membentuk representasi terhadap karakter laki-laki : <i>“Ketika pasangan mulai tidak tertarik untuk mendengar cerita keseharianmu atau berhenti menyemangati saat kamu sedang lelah dengan pekerjaan, bisa jadi karena si dia mulai tertarik dengan wanita lain.”</i>	Laki-laki digambarkan sebagai sosok yang dapat menyukai perempuan lain walaupun sedang menjalani sebuah relasi. Penulis menarasikan ketika laki-laki menunjukkan sikap cuek atau tidak peduli, ia memiliki ketertarikan dengan orang lain.

Sumber: data penelitian

Pada artikel pertama yang berjudul *Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!*, *Cosmopolitan.co.id* mengajak perempuan sebagai target pembacanya untuk jeli dengan karakter laki-laki yang suka berbohong. Pada *banner* artikel, penggambaran karakter laki-laki ditandai dengan gestur yang menjaga jarak sembari tersenyum kepada pasangannya. Sedangkan pada artikel, laki-laki ditandai melalui teks yang menjelaskan kebohongan laki-laki melalui ucapan dan tindakan. Pada teks tersebut dijelaskan seperti penggunaan kalimat *“la bisa saja sudah melihat pesanmu dari layar ponselnya lalu lupa membalasnya karena ia terlalu sibuk bermain PS5, mengatakan ia semalam sudah tidur atau ketiduran adalah jawaban yang paling aman.....”* dan *“....ketika kamu bertanya kepadanya apakah temanmu tersebut cantik, maka ia akan menjawab tidak. Padahal sebenarnya ia pasti berpikir secara objektif bahwa temanmu tersebut memang hot...”* yang menunjukkan bahwa laki-laki kerap berbohong untuk melindungi dirinya. Selain menggambarkan stereotip karakter laki-laki dengan sifat bohong, artikel ini juga menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang berorientasi pada seks. Seperti kalimat *“Saat kamu bertanya berapa jumlah video porno yang ia tonton. Berapa pun jawabannya, sebenarnya ia pasti menonton lebih dari itu....”* dan *“Ada kalanya mereka mencoba untuk merendah agar tidak terlihat brengsek, tetapi beberapa pria juga sengaja melebih-lebihkan jumlahnya agar terlihat berpengalaman”*.

Artikel kedua yang berjudul *9 Hal yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!* menarasikan karakter laki-laki yang hendak mengakhiri hubungan dengan sikap menjauh. Artikel tersebut menggunakan kalimat yang memberikan kekhawatiran kepada target pembaca perempuan, seperti *“Perubahan sikap tersebut jelas memunculkan perasaan depresi, anxiety, stres, dan lainnya kepadamu”*. Karakter laki-laki digambarkan sebagai sosok yang tidak setia dan suka menjalin hubungan dengan perempuan lain walaupun telah memiliki pasangan melalui narasi *“Mungkin si dia mulai mendekati teman kerjanya atau mantan kekasihnya..”* dan *“ada kemungkinan pasanganmu sedang mencari rencana cadangan sebelum putus”*. Laki-laki juga digambarkan sebagai karakter yang kerap mencari masalah dan menyalahkan pasangan ketika hendak mengakhiri relasi.

Artikel ketiga berjudul *5 Alasan Pria Minta Break Sejenak dari Sebuah Hubungan* menandai laki-laki dengan karakter dominan. Pada *banner* artikel, laki-laki terlihat dominan dengan meletakkan satu tangan di atas bahu perempuan sambil menatap. Sedangkan pada teks artikel, laki-laki dinarasikan memiliki kendali dalam hubungannya dengan perempuan. Menariknya, tersebut juga kembali menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang berorientasi pada seks ingin menjalin hubungan, baik hubungan relasi atau hubungan seks dengan perempuan lain. Hal tersebut ditunjukkan melalui kalimat *“si dia berencana menjalin hubungan (atau seks) dengan orang lain, mungkin ia menganggap itu tidak termasuk bentuk perselingkuhan...”*.

Pada artikel keempat yang berjudul *Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah*, karakter laki-laki ditampilkan sebagai karakter yang emosional dan dominan yang berbanding terbalik dengan penggambaran perempuan dengan karakter yang mengutamakan perasaan. Pada *banner* artikel, terlihat gambar laki-laki dan perempuan yang saling membelakangi satu sama lain dengan muka masam. Masing-masing karakter laki-laki dan perempuan dihias dengan elemen tambahan, dimana gambar laki-laki dilengkapi dengan *emoticon* kesal dan penegasan pada tangan (yang mengisyaratkan dominasi atau kekuatan), sedangkan gambar perempuan dihias dengan *emoticon* muka masam dan menangis yang identik dengan perasaan. Pada teks artikel, laki-laki digambarkan sebagai sosok yang dingin ketika sikapnya berubah dengan pasangannya. Artikel tersebut menarasikan karakter laki-laki yang dapat tertarik dengan perempuan lain walaupun sudah memiliki pasangan. Artikel juga menyarankan perempuan sebagai target pembaca untuk melakukan introspeksi diri. Seperti kalimat *“Hal yang perlu kamu lakukan adalah introspeksi diri dan berusaha untuk memperbaiki permasalahan.....”* yang menyarankan target pembaca perempuan untuk memperbaiki kesalahan.

Representasi Stereotip Laki-Laki Pada Media Perempuan

Secara singkat, representasi merupakan gambaran mengenai hal yang berkaitan dalam kehidupan yang kemudian digambarkan dalam media (Oktaviani and Amalia, 2022). Representasi juga menjadi bagian terpenting dari proses di mana arti (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antara anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*) (Hall, 1997). Sedangkan stereotip merupakan proses menyamaratakan keseluruhan kelas dari sebuah fenomena yang didasari pengetahuan yang minim dan didapat dari anggota kelas tersebut (Wood dalam Aviandy and Damayanti, 2022). Aviandy dan Damayanti (2022) menjelaskan keberadaan stereotip gender memaksa individu untuk menampilkan dirinya sesuai dengan identitas gender yang ia miliki dan telah disepakati oleh masyarakat. Stereotip gender juga mengatur panggung dalam pemahaman sosial dan disebut sebagai sebuah konstruksi sosial (Jalba dalam Aviandy and Damayanti, 2022), sehingga ketika stereotip laki-laki terbentuk dalam media, hal tersebut tidak lepas dari konstruksi sosial yang berada di masyarakat.

Berdasarkan analisis semiotika Charles Sander Peirce menggunakan model triadik Peirce, yaitu *sign or representamen*, *object*, dan *interpretant*, terdapat beberapa stereotip yang ditemukan dalam artikel pada section Man Corner. Representasi stereotip pertama adalah karakter laki-laki yang suka berbohong, di mana laki-laki ditampilkan sebagai seseorang yang kerap membohongi pasangan demi kepentingan dirinya sendiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa laki-laki direpresentasikan sebagai sosok yang suka berbohong. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Degaf et. al (2020) yang memaparkan salah satu hasil analisisnya, yaitu media menerapkan strategi tekstual dengan menggunakan kata “laki-laki pembohong” dalam pemberitaannya. Data tersebut menunjukkan bahwa media kerap menandai laki-laki dengan stereotip tertentu, termasuk stereotip yang berkaitan dengan karakteristik yang cenderung negatif.

Bentuk representasi stereotip kedua yang muncul dalam artikel *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id* adalah karakter laki-laki yang berorientasi pada seks. Dalam penggambaran karakter laki-laki yang berkaitan dengan seks, sosok laki-laki direpresentasikan dalam *Cosmopolitan.co.id* sebagai karakter yang suka menonton video porno, melakukan seks atau ‘tidur’ dengan banyak perempuan, dan memiliki keinginan untuk melakukan seks dengan perempuan lain walaupun sudah memiliki pasangan. Laki-laki dan seksualitas memang menjadi salah satu pembahasan yang paling sering diangkat pada media, di mana laki-laki diidentifikasi sebagai sosok yang aktif melakukan hubungan seksual, mengobjektifikasi perempuan, dan memprioritaskan seks (Ward and Grower, 2020). Gauntlett (2008) menjelaskan bahwa dalam media perempuan, laki-laki sering dijadikan sebagai objek seks. Pada media perempuan, biasanya terdapat berbagai tips seputar seks untuk menyenangkan laki-laki, sehingga representasi laki-laki sebagai sosok yang berorientasi pada seks sangat dominan dalam media perempuan.

Representasi stereotip ketiga terhadap karakter laki-laki adalah karakter laki-laki yang cenderung tidak setia dengan pasangan. Hasil analisis menunjukkan laki-laki ditandai sebagai karakter yang tidak setia dengan penggambaran sifat yang mudah tertarik dengan perempuan secara visual, suka mendekati perempuan lain seperti rekan kerja atau mantan, dan selalu memiliki keinginan untuk menjalin relasi dengan perempuan lain. Penggambaran laki-laki pada media sebagai sosok yang tidak setia pada pasangan sebenarnya tidak lepas dari realitas sosial, dimana representasi secara literal memiliki makna ‘penghadiran kembali’ yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara teks media dengan realitas yang ada (Oktaviani and Amalia, 2022). Sosok laki-laki yang mudah tergoda dalam media seakan melanggengkan penggambaran karakter yang buruk terhadap laki-laki.

Artikel pada bagian *Man Corner* juga merepresentasikan stereotip laki-laki sebagai sosok dominan, di mana *Cosmopolitan.co.id* menampilkan dominasi laki-laki dalam relasinya dengan perempuan melalui gambar maupun teks. Hasil analisis gambar dan teks artikel *Cosmopolitan.co.id* menunjukkan laki-laki digambarkan dengan karakter dominan dengan gestur yang menguasai perempuan, seperti meletakkan tangan di atas pundak perempuan, maupun ilustrasi penegasan di area tangan. Artikel *Cosmopolitan.co.id* menarasikan laki-laki memiliki kendali dalam sebuah hubungan, seperti mencari-cari masalah dan meminta *break* (putus). Padahal keputusan dalam sebuah relasi seharusnya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak (laki-laki dan perempuan), bukan keputusan laki-laki saja.

Temuan laki-laki sebagai karakter dominan hampir mirip dengan penelitian yang dilakukan Dewi (2021) dan Intan (2021). Dewi (2021) melakukan analisis terhadap iklan yang menampilkan relasi laki-laki dan perempuan dalam ikatan pernikahan, di mana laki-laki digambarkan mempunyai kendali penuh, sehingga ia memiliki hak yang dominan dalam keluarga di mana

sistem patriarki sangat kuat. Sedangkan Intan (2021) melakukan analisis terhadap novel dengan yang menggambarkan hampir seluruh tokoh laki-laki sebagai tokoh yang kuat, dominan, dekat dengan kekerasan, serta memiliki jiwa bebas dan suka bersenang-senang. Adanya hasil temuan yang sama dalam beberapa bentuk media menunjukkan bahwa media melanggengkan stereotip laki-laki sebagai sosok yang dominan, terutama dalam relasi dengan perempuan.

Pembentukan representasi stereotip laki-laki dalam media pada akhirnya menyebabkan munculnya keyakinan gender yang dipengaruhi oleh media (Ward and Grower, 2020). Salah satu domain penting dari keyakinan gender yang dapat dipengaruhi oleh penggunaan media menurut Ward dan Grower (2020) adalah keyakinan dalam hubungan percintaan maupun peran seksual. Melalui domain dalam hubungan percintaan maupun peran seksual, media dapat membuat audiens mempercayai mitos bahwa laki laki memiliki peran sebagai pendorong seks, dan perempuan sebagai objek seksual. Adanya stereotip laki-laki sebagai sosok yang berorientasi pada seks dalam artikel *Cosmopolitan.co.id* kemudian melanggengkan domain keyakinan gender pada media yang disampaikan oleh Ward dan Grower (2020), sehingga target pembacanya yang merupakan perempuan berpotensi untuk melihat karakter laki-laki berdasarkan stereotip yang dibentuk.

Berbagai kekhawatiran juga ditawarkan oleh *Cosmopolitan.co.id* sebagai media dengan target pembaca perempuan. Penggunaan bahasa pada artikel yang merupakan “tanda” dalam analisis semiotika yang kemudian diinterpretasikan oleh peneliti. Berdasarkan hasil analisis terhadap artikel pada Man Corner, *Cosmopolitan.co.id* menggunakan bahasa yang memancing kekhawatiran yang berpotensi membuat target pembacanya tidak merasa tenang atau nyaman dalam sebuah relasi. Beberapa bentuk kalimat yang berpotensi menghadirkan kekhawatiran di antaranya adalah; (1) kekhawatiran terhadap pasangan (“*Mungkin si dia mulai mendekati teman kerjanya atau mantan kekasihnya..*” dan “*ada kemungkinan pasanganmu sedang mencari rencana cadangan sebelum putus*” (Untari, 2022); “*si dia berencana menjalin hubungan (atau seks) dengan orang lain, mungkin ia menganggap itu tidak termasuk bentuk perselingkuhan...*” (Untari, 2022)); (2) kekhawatiran terhadap diri sendiri (“*Perubahan sikap tersebut jelas memunculkan perasaan depresi, anxiety, stres, dan lainnya kepadamu*” (Untari, 2022)); (3) arahan untuk melakukan evaluasi terhadap diri sendiri (“*Hal yang perlu kamu lakukan adalah introspeksi diri dan berusaha untuk memperbaiki permasalahan....*” (Husaini, 2022)).

Temuan tersebut selaras dengan argumentasi yang dipaparkan oleh Alexiou (2020) seputar media perempuan. Alexiou (2020) berpendapat bahwa pada media perempuan, pembaca perempuan tidak selalu menolak mengonsumsi teks-teks yang mungkin membuat mereka frustrasi (Flynn dan Schweikart dalam Alexiou, 2020). Perempuan sering kali terus membaca teks, meskipun teks tersebut bertentangan dengan identitas mereka sendiri sebagai pembaca, dan, pada akhirnya, mereka membaca teks-teks ini seringkali merugikan diri mereka sendiri. Hermes dalam Alexiou (2020) memaparkan hasil analisis yang dilakukan bahwa majalah perempuan yang merupakan media perempuan yang dianggap sebagai gudang ide yang dibaca untuk mempelajari emosi dan masalah orang lain, perasaan, kecemasan, dan keinginan target pembacanya yang merupakan perempuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Cosmopolitan.co.id* berusaha untuk menghadirkan kecemasan terhadap target pembacanya.

Artikel-artikel pada *section* Man Corner pada akhirnya memperkuat argumentasi Ward dan Grower (2020) bahwa media membentuk stereotip gender. Penggambaran laki-laki di *Cosmopolitan.co.id* juga seakan melanggengkan stereotip laki-laki sebagai karakter yang suka berbohong, berorientasi pada seks, tidak setia, serta menjadi sosok dominan yang melemahkan karakter perempuan. Artikel pada bagian *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id* berpotensi membuat

target pembacanya mempercayai keyakinan gender yang terbentuk serta mewajarkan sikap laki-laki yang dimuat dalam media. *Cosmopolitan.co.id* juga memuat tulisan yang memancing kekhawatiran bagi target pembacanya yang merupakan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa *Cosmopolitan.co.id* sebagai media perempuan terus menciptakan dan mengeksploitasi kecemasan baik kecemasan terhadap dirinya sendiri, kecemasan dalam relasi, hingga kecemasan kepada pasangan. Maka dari itu, representasi stereotip laki-laki pada media perempuan secara tidak langsung merupakan cara media untuk menciptakan kecemasan pada perempuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, semiotika karakter laki-laki pada artikel *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id* terungkap dari analisis gambar maupun teks artikel. Hasil analisis menggunakan model triadik Peirce menunjukkan bahwa terdapat 4 bentuk representasi stereotip dalam artikel *Man Corner*, yaitu : (1) laki-laki direpresentasikan dengan stereotip sebagai sosok yang suka berbohong dengan pasangannya; (2) laki-laki direpresentasikan sebagai sosok yang berorientasi pada seks; (3) laki-laki direpresentasikan dengan stereotip tidak setia dengan pasangan; (4) laki-laki direpresentasikan sebagai sosok dominan dan melemahkan karakter perempuan. Representasi stereotip laki-laki dalam *Cosmopolitan.co.id* diwujudkan melalui berbagai tanda yang ada pada gambar *banner* artikel maupun penggunaan bahasa pada teks artikel, sehingga stereotip tersebut berpotensi menciptakan keyakinan gender yang dipengaruhi oleh media. Hasil analisis pada artikel *Man Corner* di *Cosmopolitan.co.id* juga menunjukkan bahwa media merupakan salah satu sumber yang sangat berpengaruh dalam membentuk stereotip gender.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa artikel *Cosmopolitan.co.id* juga menggunakan bahasa yang menimbulkan kekhawatiran serta mengarahkan target pembaca untuk melakukan introspeksi diri. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Cosmopolitan.co.id* sebagai media perempuan berusaha menciptakan kekhawatiran terhadap perempuan, termasuk kekhawatiran dalam relasi dan pasangan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, di mana peneliti hanya berfokus kepada satu media saja. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi bagaimana stereotip laki-laki dalam beberapa jenis media perempuan untuk menghasilkan analisis yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi isu-isu lain yang membentuk stereotip tertentu terhadap laki-laki maupun perempuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada yang telah melaksanakan GSSC UGM sebagai wadah bagi peneliti untuk bertukar pikiran terkait penulisan artikel ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang sudah memfasilitasi peneliti belajar seputar penulisan artikel ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexiou, Artemis. 2020. "Women's Magazines and Women Readers." In *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* 1–5. Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc319>

- Aviandy, Mochamad, and Mikke Ayoe Damayanti. 2022. "Representasi Stereotipe Gender Pada Beauty Influencer Pria Di Rusia." *Representasi: Jurnal Ilmu Sosial, Seni, Desain Dan Media* 1 (2): 34–55. <https://ejournal.ikreasia.com/index.php/rjissdm/article/view/18>.
- Chandler, Daniel. 2022. *Semiotics*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003155744>.
- Degaf, Agwin, I Dewa Putu Wijana, and Soepomo Poedjosoedarmo. 2020. "Critical Discourse Analysis On Celebrity News In The Online Media." *LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra* 14 (2): 249–60. <https://doi.org/10.18860/ling.v14i2.7428>.
- Dewi, Anisa Eka Kusuma, and Anika Dwi Kusuma Dewi. 2021. "Relasi Perempuan Dan Laki-Laki Dalam Iklan Teh Sariwangi." *Jurnal Audiens*, 2 (2): 215–26. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11661>.
- Gauntlett, David. 2008. *Media, Gender and Identity*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203930014>.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications & Open University.
- Haryati. 2012. "Konstruktivisme Bias Gender Dalam Media Massa." *Jurnal Observasi* 10 (1): 41-55.
- Husaini, Haninadhira. 2022. "Psst, Ini 5 Penyebab Pasangan Mulai Berubah." *Cosmopolitan*, September 22, 2022. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/9/2022/29377/psst-ini-5-penyebab-pasangan-mulai-berubah>.
- Intan, Tania. 2021. "Stereotip Gender Dan Wacana Maskulinitas Dalam Novel Di Tanah Lada Karya Ziggy Zezszyzeoviennazabrizkie." *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, June, 71–88. <https://doi.org/10.24090/yinyang.v16i1.4058>.
- Krona, Michael, and Olivia Caskey. 2023. "The Gangster and the Bride: The Media Representation of Masculinity and Femininity in News Coverage of Jihadi Terrorists." *Terrorism and Political Violence*, August, 1–16. <https://doi.org/10.1080/09546553.2023.2244083>.
- Oktaviani, Silma Mega, and Diana Amalia. 2022. "Representasi Toxic Relationship Pada Web Series Layangan Putus." *Linimasa* 5. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/5689>.
- Pangestuti, Manesti. 2021. "Analisis Semiotika Charles S. Pierce Pada Poster Street Harassment Karya Shirley." *Jurnal Konfiks* 8:25–33.
- Shannon-Baker, Peggy. 2023. "Philosophical Underpinnings of Mixed Methods Research in Education." In *International Encyclopedia of Education* (Fourth Edition), 380–89. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.11037-1>.
- Septiana, Rizka. 2023. "Peirce Semiotic Analysis of the Representation Of Oligarchic Power in the Korean Drama Film the Healer." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 12 (1). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1056>.
- Untari, Giovani. 2022. "5 Alasan Pria Minta Break Sejenak Dari Sebuah Hubungan." *Cosmopolitan*, August 24, 2022.
- Untari, Giovani. 2022. "9 Hal Yang Biasanya Pria Lakukan Sebelum Minta Putus!" *Cosmopolitan*, July 29, 2022. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/7/2022/29069/9-hal-yang-biasanya-pria-lakukan-ebelum-minta-putus>.
- Untari, Giovani. 2022. "Oops! 10 Tanda Pria Sedang Berbohong Padamu!" *Cosmopolitan*, July 13, 2022. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/7/2022/28867/oops-10-tanda-pria-sedang-berbohong-padamu>.
- Ward, L. Monique, and Petal Grower. 2020. "Media and the Development of Gender Role Stereotypes." *Annual Review of Developmental Psychology* 2 (1): 177–99. <https://doi.org/10.1146/annurev-devpsych-051120-010630>.

Yunus, Pangeran Paita, and Muhammad Muhaemin. 2022. "Semiotika Dalam Metode Analisis Karya Seni Rupa." *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi* 4 (1): 29–36. <https://doi.org/10.30812/sasak.v4i1.1905>.