e-ISSN: 2550-0813 | p-ISSN: 2541-657X | Vol 9 No 2 Tahun 2022 Hal. : 601-612

NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial

available online http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index

REPRESENTASI MASKULINITAS PESERTA LAKI-LAKI DALAM TAYANGAN *MASTERCHEF* INDONESIA *SEASON 7*

Akbar Raka Parsetya, Weni Adityasning Arindawati, Rastri Kusumaningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Singaperbanga Karawang, Indonesia

Abstrak

Tayangan televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat luas. Pesan atau nilai yang terkandung dalam sebuah tayangan televisi dapat mempengaruhi penonton baik secara kognitif, afektif maupun konatif. MasterChef Indonesia adalah program televisi yang menghadirkan kompetisi memasak terbesar di Indonesia. Dalam acara ini, memasak tidak lagi menjadi kegiatan yang hanya dilakukan oleh seorang wanita, tetapi laki-laki yang dekat dengan maskulinitas juga dapat berpartisipasi bahkan menjadi juara. Topik maskulinitas dalam lomba memasak menarik perhatian peneliti karena selama ini memasak identik dengan perempuan, bahkan sejak kecil laki-laki ditanamkan bermain sepak bola dan bukan memasak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna kode semiotik mengenai maskulinitas pada tataran realitas, tataran representasi dan tataran ideologi. Untuk menjawab penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika John Fiske berdasarkan kode-kode televisi yang terbagi dalam tiga tingkatan yaitu tingkat realitas, tingkat representasi dan tingkat ideologi. Hasil penelitian menunjukkan nilai-nilai maskulinitas yang dapat diamati pada tataran realitas melalui kode penampilan, tata rias, kostum, tutur kata, lingkungan dan perilaku. Pada level representasi, nilai maskulinitas ditampilkan melalui kode kamera, karakter, aksi, konflik, dan dialog. Pada tataran ideologis, nilai maskulinitas direpresentasikan melalui istilah "newman" dimana sosok laki-laki maskulin bersifat lembut, sensitif, ekspresif, tidak pengecut, peduli penampilan dan tidak menggunakan maskulinitas macho, hasil dari penelitian ini menunjukan kebaruan bahwa terdapat maskulinitas pada tayangan MasterChef Indonesia Season 7 setelah diamati dengan semiotika John Fiske.

Kata Kunci: Representasi, Maskulinitas, MasterChef Indonesia Season 7, Semiotika, John Fiske.

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang ada pada saat ini mempengaruhi kompleksitas sistem sosial budaya yang terdapat dalam masyarakat. Perkembangan media massa pun semakin pesat ketika

*Correspondence Address : akbar.raka17028@student.unsika.ac.id
DOI : 10.31604/jips.v9i2.2022.601-612
© 2022UM-Tapsel Press

terjadi perubahan dramatis dan dinamis dalam teknologi komunikasi. Pesatnya kemajuan sistem teknologi informasi ini telah memberikan dampak negatif maupun positif terhadap perubahan global yang signifikan bagi pola hidup manusia, salah satunya pada bidang komunikasi, ada istilah komunikasi massa yaitu proses komunikasi yang memerlukan media massa sebagai perantaranya, baik itu media cetak maupun media elektronik. Komunikasi massa juga bisa didefinisikan sebagai suatu proses komunikasi yang berlangsung dimana pesan dikirim dari suatu perusahaan yang melembaga atau individu dan diterima oleh masyarakat yang sifatnya global atau umum melalui media cetak atau elektronik, contohnya seperti televisi, radio, internet, surat kabar, dan lain – lain (Pratama dkk., 2021).

Awal mula pengembangan kata komunikasi massa yaitu berasal dari kata media komunikasi massa (media of mass communication), beberapa jenis media massa yaitu, media cetak, media elektronik dan juga media online. Media cetak memiliki beberapa rupa diantaranya koran, majalah, pamflet, dan sebagainya, sedangkan media elektronik dibagi menjadi dua rupa, yaitu televisi dan radio, dan yang terakhir media online meliputi berbagai media yang terkoneksi dengan jaringan internet seperti website, blog dan lain-lain (Yunus 2012).

Seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, televisi menjadi salah satu media massa elektronik yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia hingga saat ini, pernyataan ini didukung dengan data jumlah pengguna televisi yang sangat tinggi, salah satu penyebabnya adalah penyampaian pesan dalam media ini lebih atraktif dan menarik karena disertai dengan gambar dan suara, sehingga memperjelas dalam mengungkap suatu maksud lebih lanjut dari apa yang ditayangkan sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh penonton dimanapun mereka menyaksikan (Lubis 2018).

Televisi tidak terlepaskan dari program acara yang disiarkan, program acara merupakan tayangan atau tontonan yang disajikan oleh stasiun televisi sebagai sarana penyebaran informasi atau hiburan, suatu program acara bukan hanya menampilkan fisik pengisi acara, namun juga melambangkan gaya hidup, kelas sosial, kedudukan. Semua itu dimaksudkan untuk membentuk citra atau posisi di masyarakat sehingga mendapat perhatian pasar. Berbagai program yang diminati oleh masyarakat saat ini, diantaranya: sinetron, olahraga, kuliner, talk show, series dan berita (Didik dan Cahyono 2017).

MasterChef Indonesia merupakan salah satu program acara televisi yang memiliki rating tertinggi hingga saat ini di tiap seasonnya, MasterChef Indonesia merupakan program kompetisi memasak terbesar di Indonesia, yang ditayangkan oleh stasiun program RCTI pertama kali 1 Mei 2011 kini sudah mencapai musim yang ketujuh dengan perlombaan memasak yang semakin menarik dan peserta yang sangat bervariatif laki-laki maupun wanita dari berbagai daerah, latar adegan yang disajikan juga menambah keseruan dengan hiasan dapur ala restoran, meja dapur serta dipenuhi berbagai bahan masakan sesuai tantangan yang akan diberikan (RCTI+ 2020).

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, ketika mendengar memasak pasti identik dengan kegiatan yang dilakukan oleh perempuan, namun pada tayangan ini menampilkan bahwa laki-laki juga dapat berkompetisi dalam kegiatan memasak, sehingga hal tersebut menimbulkan pertanyaan untuk diteliti, selain itu terdapat berbagai komunikasi nonverbal maupun verbal yang

ditampilkan oleh para peserta ketika kompetisi berlangsung, sehingga menimbulkan aspek-aspek yang dapat dikaji lebih dalam dengan semiotika (Pujianti 2014).

Penulis menggunakan MasterChef Indonesia Season 7 sebagai objek penelitian, dikarenakan terdapat beberapa hal menarik, diantaranya adalah peserta MasterChef Indonesia Season 7 yang berjumlah 20 orang, ini menurun dibandingkan MasterChef Indonesia Season 3 hingga 6 yang memiliki peserta lebih dari 20, namun dengan dibatasinya peserta karena pandemi Covid-19 menunjukan bahwa minat peserta laki-laki lebih tinggi dibanding peserta wanita, terdapat 11 laki-laki dan 9 wanita, bahkan juara 1 dan 2 pada MasterChef Indonesia Season 7 ini pun laki-laki yaitu Jerry dan Audrey, selain itu tantangan yang diberikan juri kepada para peserta walaupun di tengah kondisi pandemi semakin beragam dengan berbagai perlombaan baru, beberapa hal tersebut yang membuat peneliti semakin tertarik untuk membahas tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7 (MasterChef Indonesia 2020).

Maskulinitas merupakan citra yang sudah sangat melekat kepada laki-laki, dapat dilihat kini banyak media massa yang menayangkan adegan laki-laki dari segi kekuatan maupun kualitas dalam berpenampilan, hal inilah yang sering dipahami sebagai definisi maskulinitas. Walaupun, sebenarnya definisi maskulinitas itu bukan hanya terdiri dari komponen fisik saja melainkan menyangkut bagaimana isi dari pikiran laki-laki, lingkungan sekitar dan kehidupan sosial (Drianus, 2019). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Online maskulin memiliki arti bersifat jantan (KBBI).

Seiring berkembangnya zaman, konsep mengenai istilah maskulinitas mengalami pengembangan definisi. Salah satunya adalah laki-laki baru (newman). Definisi ini dijelaskan oleh Benwell dalam Pompper *"Newman"*

"is domesticated, sensitive, expressive, while the new lad exudes stereotypical masculinity that is mainly white, young, non-wimpish, self-mocking, and seeks to reclaim a conservative ethos of beer, women and sport without resurrecting macho masculinity"

Yang berarti, "Pria baru bersifat lemah lembut, sensitif, ekspresif, pria baru memancarkan stereotip maskulinitas yang terutama putih, muda, tidak pengecut, mengejek diri sendiri, dan berusaha untuk merebut kembali etos konservatif mengenai bir, wanita dan olahraga tanpa menggunakan maskulinitas macho" (Meitha 2020).

Tujuan penelitian ini, adalah untuk mengetahui hubungan antara gambar, teks, adegan yang terdapat pada tayangan MasterChef Indonesia Season 7 dalam merepresentasikan sikap maskulinitas dengan menggunakan teori Semiotika John Fiske.

Studi yang dilakukan oleh Fauziatunnisa & Hapsari (2019) menunjukkan pencarian representasi identitas *comfort women* dalam film *"I Can Speak*". Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan dikaji melalui teknik analisa Semiotika Roland Barthes. Untuk mendapatkan tujuan dari penelitian, maka digunakan teori Gender Struktural Fungsional dan teori pendukung The Second Sex dalam kajian feminis untuk melengkapi analisa. Hasil dari penelitian ini yakni menjelaskan bahwa perempuan dijadikan objek seksual oleh militer Jepang yang dikenal sebagai comfort women. Film ini menyampaikan pesan bahwa perempuan dipandang sebagai orang kedua atau tidak menjadi prioritas dari laki-laki yang dikenal dengan (liyan). Gagasan dari korban comfort women ini adalah sejarah yang terlupakan dalam film I Can Speak menggambarkan dengan jelas bahwa para korban masih

memperjuangkan hak mereka. Comfort women menjadi isu sensitif dan masih menjadi topik serius hingga saat ini (Fauziatunnisa dan Hapsari 2019).

Hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, persamaannya yaitu pencarian representasi identitas mengenai gender, pada penelitian yang dilakukan oleh Fauziatunnisa & Hapsari, pencarian representasi gender terbatas pada feminism, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis pencarian representasi gender membahas mengenai maskulinitas, selain itu metode yang digunakan juga memiliki persamaan, yaitu kualitatif dengan teknik analisis semiotika pada tayangan video, pada penelitian sebelumnya semiotika yang digunakan adalah milik Roland Barthes, sedangkan pada penelitian ini menggunakan semiotika milik John Fiske, dari hasil pengamatan yang dilakukan diatas penelitian ini memiliki kebaruan yaitu pada pencarian makna mengenai gender maskulinitas serta objek yang diamati yaitu peserta laki-laki pada tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7.

Tujuan penelitian ini dalam bidang ilmu komunikasi adalah penggunaan beberapa aspek komunikasi untuk membantu pencarian makna melalui tayangan video sehingga dapat mengembangkan kajian mengenai semiotika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena yang sedang dialami oleh subjek penelitian, seperti kepribadian, pandangan, motivasi, pemikiran, dan sebagainya, secara mendalam dan dideskripsikan melalui kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan metode yang alamiah (Moleong 2018).

Paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis dalam menjelaskan makna yang tersirat dalam tayangan video, teori utama yang digunakan dalam paradigma kritis merupakan teori-teori yang secara terbuka mendukung nilai-nilai tertentu dan menggunakan nilai-nilai tersebut untuk mempertanyakan, mengevaluasi, dan menjelaskan mengapa realitas sosial dibentuk dan menanyakan alasan atau latar belakang yang mendasari pembentukan realitas sosial tersebut.

Pisau analisis yang digunakan adalah semiotika John Fiske, berfokus kepada kode-kode yang muncul atau digunakan dalam acara televisi *(The codes of television),* tanda-tanda yang muncul atau digunakan dalam suatu acara televisi saling berhubungan sehingga akan membentuk suatu makna. Makna tidak akan muncul begitu saja melainkan harus berhubungan dengan tiga elemen utama dalam teori Fiske yaitu Realitas, Representasi dan Ideologi (Puspita dan Nurhayati 2018).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi dokumentasi sebagai data primer yang didapatkan melalui pengamatan langsung tayangan MasterChef Indonesia Season 7. Data yang digunakan berupa penggunaan tanda atau simbol dalam tayangan video, dan informasi-informasi pendukung berisi data faktual dan relevan. Data sekunder yang digunakan adalah penelitian kepustakaan, yaitu metode membaca dan merangkum berbagai data atau informasi penting dari berbagai sumber literatur baik dalam bentuk cetak maupun digital.

Data yang telah didapatkan kemudian akan diolah dengan menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman, Berikut teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini:

Pertama Identifikasi Tanda, merupakan tahapan yang bertujuan memfokuskan permasalahan melalui penyederhanaan, perangkuman, dan pengolahan data penelitian yang timbul dari pengamatan objek penelitian. Pada penelitian ini teramati perilaku yang dilakukan oleh peserta laki-laki dalam tayangan MasterChef Indonesia.

Kedua, Tahapan Analisis Tiga Level John Fiske, Pada tahap ini data-data mengenai tanda (cuplikan) yang telah diidentifikasi, kemudian dianalisis menggunakan metode tiga level John Fiske, tahap pertama peneliti mencari tahu makna pada Level Realitas, makna ini dapat ditemui pada penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku. Berikutnya setelah makna level realitas diketahui penulis mencari makna level representasi, makna ini berkaitan dengan kode teknik, seperti kamera, pencahayaan, penyuntingan, musik, yang membentuk: naratif, konflik, karakter, aksi, dialog, & *setting.*

Ketiga pencarian Level Ideologi, penulis mencari tahu penggunaan makna yang tersirat secara tidak langsung yang mencakup kode representasi, seperti individualisme, patriarki, kapitalisme, maskulinitas, dan lainnya. Yang terakhir penarikan Kesimpulan Pada tahap ini merupakan konklusi dalam proses penelitian yang mungkin dapat menjawab rumusan masalah, kesimpulan yang didapat dalam penelitian kualitatif adalah hasil penemuan terbaru yang disampaikan dengan penjelasan serta gambaran yang pada awalnya samar menjadi semakin jelas dan membentuk hubungan interaktif, hipotesis atau teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dimulai setelah mendapat data dari proses penelitian (Pujileksono 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

MasterChef Indonesia merupakan program kompetisi memasak terbesar di Indonesia yang diadopsi dari tayangan televisi inggris *MasterChef*, ditayangkan melalui stasiun televisi RCTI memulai musim perdananya pada 1 Mei 2011 kini tepat pada 27 Desember 2020 musim yang ketujuh telah selesai ditayangkan. Pada awalnya *MasterChef* Indonesia *Season* 7 sempat tertunda dikarenakan wabah pandemi *Covid-19* yang terjadi di seluruh dunia dan Indonesia menjadi salah satu negara yang terdampak, namun pada akhirnya tetap dilaksanakan dengan beberapa penyesuaian, diantaranya adalah sistem penyeleksian peserta, jumlah peserta yang lolos dan beberapa pengambilan gambar dalam proses *shooting* (RCTI+, 2020).

Pada *MasterChef* Indonesia *Season* 7 ini terdapat 20 peserta dari berbagai wilayah di Indonesia, jumlah ini lebih sedikit jika dibandingkan dengan *season* 3 hingga 6 yang memiliki peserta lebih dari 20 orang, yang menjadi keunikan pada *MasterChef* Indonesia *Season* 7 ini adalah minat peserta laki-laki lebih tinggi dibanding peserta wanita, terbukti dari saat audisi terdapat 11 laki-laki dan 9 wanita (RCTI+ 2020).

Pada tahap ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian dari potongan-potongan *scene* yang menurut peneliti merujuk kepada maskulinitas peserta laki-laki *MasterChef* Indonesia *Season* 7. Selain menguraikan hasil penelitian, peneliti juga akan melakukan pembahasan terhadap hasil dari pengamatan.

Gambar 1. Video Episode 3, Scene 04:42 – 04:32
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas yang menunjukan maskulinitas adalah dari segi ekspresi, penampilan dan gestur tangan, terlihat saat diwawancarai tentang kesiapannya di babak bootcamp, Hamdzah sangat bersemangat dan mengepalkan tangannya ke depan, dengan ekspresi tidak takut pada apapun, Hamdzah menggunakan aksesoris berupa kacamata yang digantungkan dan kupluk hitam serta memiliki brewok, hal ini semakin menguatkan sisi maskulinitas dari Hamdzah (Ummah, dkk, 2020)

Pada *scene* ini level representasi maskulinitas ditunjukan dengan teknik pengambilan gambar *Medium Close Up*, teknik ini bertujuan untuk menunjukan mimik dan ekspresi dari Hamdzah yang sangat terlihat siap di babak *bootcamp*.

Dialog yang menunjukan maskulinitas Hamdzah sebagai berikut,

"*Sebelum Bootcamp saya udah ready, pas bootcamp saya lebih ready".*

Level Ideologi yang ditunjukan pada *scene* ini adalah Hamdzah merupakan sosok yang pemberani dan siap menghadapi segala tantangan, ini merupakan salah satu sifat laki-laki maskulin yaitu *Give Em Hell,* Laki-laki maskulin wajib memiliki yang penuh keberanian, keagresifan, dan harus menghadapi resiko tanpa mempertimbangkan alasan dan ketakutan di belakangnya (Tawaqal, 2017).

Gambar 2. Video Episode 3, scene 04:42-04:52

Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas yang menunjukan maskulinitas adalah dari segi dialog dan ekspresi wajah, Vicky menatap juri yang memberikan instruksi dengan sangat fokus, kemudian pada saat di wawancara dia menunjukan ekspresinya yang penuh kesiapan di babak *bootcamp.*

Pada scene ini level representasi menunjukan maskulinitas dengan teknik pengambilan gambar *Medium Close Up*, teknik ini bertujuan untuk memberikan fokus serta menunjukan ekspresi dari peserta salah satunya Vicky.

Dialog yang menunjukan maskulinitas Vicky sebagai berikut,

"Bootcamp? saya ga pernah takut dengan tantangan apapun"

Level Ideologi pada *scene* ini menunjukan bahwa Vicky merupakan sosok laki-laki yang tidak memiliki rasa takut terhadap tantangan, ini merupakan salah satu sifat laki-laki maskulin, yaitu *Be a Sturdy Oak*, Laki-laki maskulin memerlukan kemandirian, ketangguhan, dan rasionalitas. Laki-laki harus selalu bertindak tenang dalam kondisi dan situasi apapun, dan tidak mudah terbawa perasaan (Tawaqal, 2017).

Gambar 3. Video Episode 3, scene 06:48 – 06:56

Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas yang menunjukan maskulinitas adalah dari segi ekspresi dan kepercayaan diri, *scene* ini menunjukan Audrey tersenyum

setelah mendengar tantangan yang diberikan oleh juri, yaitu memotong bawang.

Pada *scene* ini level representasi menunjukan maskulinitas dengan teknik pengambilan gambar *Big Close Up*, teknik ini bertujuan untuk mengekspos ekspresi wajah lebih dekat untuk menggambarkan apa yang sedang dipikirkan. Pada *scene* ini kamera fokus pada ekspresi Audrey yang tersenyum dibanding para peserta lain

Dialog yang menunjukan maskulinitas Audrey pada *scene* ini adalah sebagai berikut,

"Halah cuma se bowl segitu, biasa dikerjaan juga lebih banyak, kalau motong-motong kaya gini tutup mata juga bisa".

Level Ideologi menunjukan bahwa Audrey merupakan sosok yang percaya diri dengan kemampuannya dan ini merupakan salah satu sifat laki-laki maskulin yaitu *Give em Hell*, Laki-laki maskulin wajib memiliki yang penuh keberanian, keagresifan, dan harus menghadapi resiko tanpa mempertimbangkan alasan dan ketakutan di belakangnya, selain itu Audrey merupakan sosok laki-laki yang memiliki kuping ditindik sehingga menguatkan tampilannya sebagai laki-laki maskulin yang peduli kepada *fashion* (Dwitiya Larasati, 2018).

Gambar 4. Video Episode 3, scene 08:51 – 08:57
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas yang menunjukan maskulinitas adalah dari segi kekuatan, terlihat Ramos yang berlari membawa satu karung penuh bawang, disaat teman – temannya mengambil dengan bowl, hal ini lantaran menurutnya lebih memilih mengambil satu karung bawang dibandingkan harus berebut menggunakan bowl.

Pada *scene* ini level representasi menunjukan maskulinitas dengan teknik pengambilan gambar *Medium Long Shot*, teknik ini digunakan untuk menunjukan aktivitas subjek dan juga interaksi yang terjadi dari orang lain, terlihat ramos yang berlari dengan membawa satu karung bawang dan diperhatikan oleh peserta wanita.

Dialog yang menunjukan Ramos, merupakan laki-laki maskulin, adalah

"Daripada pake bowl mendingan pake karung lah".

Level Ideologi yang ditampilkan pada *scene* ini sesuai dengan level realitas dan level representasi adalah kekuatan ramos dan tidak sabar apabila lama memilih bawang, ini merupakan salah satu sifat laki-laki maskulin, yaitu *Be a Big Wheel*, Maskulinitas seorang laki-laki bisa dinilai dari kekuatan, tahta, dan pengakuan orang lain. Seorang laki-laki perlu memiliki harta kekayaan, eksistensi, sehingga dianggap maskulin (Pratami dan Hasiholan, 2020).

Gambar 5. Video Episode 3, scene 13:42 – 14:32
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas yang menunjukan maskulinitas adalah dari segi kepercayaan diri dan keberanian, terlihat Adit yang akan maju memperlihatkan potongan bawangnya

ke hadapan juri, pada saat perjalanan kedepan Adit memperhatikan potongan bawang milik Becca terlebih dahulu, setelah melihat potongan bawang Becca dia merasa dia layak lolos *bootcamp*, dikarenakan potongan bawangnya lebih banyak dan lebih baik.

Pada *scene* ini level representasi menunjukan maskulinitas dengan teknik pengambilan gambar *Medium Shot,* teknik ini bertujuan untuk fokus kepada ekspresi wajah adit saat dia melirik bawang milik Becca, Adit terlihat sangat percaya diri. Blocking dari Yuri yang sedang memotong bawang menguatkan bahwa adit memang lebih ahli dibanding Yuri.

Level Ideologi pada *scene* ini menunjukan bahwa adit merupakan laki-laki yang sangat percaya diri, dan berani, hal tersebut merupakan salah satu sifat maskulin, yaitu adalah *newman*, Adit terlihat tidak pengecut sebagai peserta laki-laki pertama yang menunjukan potongan bawang ke hadapan juri apapun yang terjadi (Meitha, 2020).

Gambar 6. Video Episode 3, *scene* 19:30 – 19:35

Gambar 6. Video Episode 3, scene 19:30 – 19:35
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Level realitas yang menunjukan maskulinitas pada *scene* ini adalah saat Hanzel melakukan tos sikut dengan Adit, setelah dia resmi menjadi peserta kedua yang lolos pada *challenge* ini.

Level Representasi yang menunjukan maskulinitas pada *scene* ini adalah dengan teknik pengambilan gambar, *Medium Long Shot*, teknik ini bertujuan untuk menampilkan interaksi yang terjadi disekitar subjek yaitu Hanzel, terlihat kamera fokus pada ekspresi senang Hanzel dan Adit.

Dialog yang menunjukan maskulinitas Hanzel

*"Yess seneng banget bisa buktiin ke juri bahwa aku bis*a lolos ke tahap berikutnya".

Level ideologi pada *scene* ini adalah kepuasan diakui oleh juri, setelah sempat maju mundur mendapat komentar tentang potongan bawang, akhirnya Hanzel merasakan lolos dia tidak patah semangat untuk menunjukan dia bisa melakukan hal tersebut, ini menunjukan bahwa sosok Hanzel tidak lelah berusaha dan pantang menyerah, ini menunjukan salah satu sifat maskulinitas ya itu adalah *newman*, laki-laki yang ekspresif (Meitha, 2020).

Gambar 7. Video Episode 3, scene 16:55 - 17:02
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas menunjukan representasi maskulinitas dari Jerry, yang sedang mengolah kembali bawangnya setelah mendapat komentar buruk dari juri, dia langsung cepat memotong bawang lagi, kali ini dia mendapat *challenge* khusus dari chef

Juna yaitu, tantangan memotong enam bawang saja tapi harus sempurna, tentu saja Jerry siap melaksanakan tantangan ini.

Pada *scene* ini level representasi dari segi kamera adalah teknik pengambilan gambar dengan cara *medium shot*. Pada teknik pengambilan gambar ini ingin menunjukan emosional yang dialami oleh Jerry setelah mendapat komentar buruk dari juri.

Dialog yang menunjukan maskulinitas dari Jerry, yaitu

"Aduh sayang banget si tapi saya gamau nyerah dan saya bakal ngulang lagi dan memberikan hasil yang sempurna"

Level ideologi pada *scene* ini menggabungkan realitas dan representasi, menunjukan bahwa Jerry merupakan pribadi yang tidak mudah menyerah dan ingin terus berusaha untuk memberikan hasil yang sempurna, ini menunjukan sifat maskulinitas *Be a Sturdy Oak*, yaitu laki-laki memerlukan kemandirian, ketangguhan, dan rasionalitas. Laki-laki harus selalu bertindak tenang dalam kondisi dan situasi apapun, dan tidak mudah terbawa perasaan (Syuhajji, 2017).

Gambar 8. Video Episode 3, Scene 40:26 – 40:33
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Pada *scene* ini level realitas menunjukan representasi maskulinitas dari Faiz, yang sudah mulai cukup lelah setelah melalui dua tantangan yang diberikan oleh Juri, Faiz berbicara sendiri meyakinkan dirinya untuk tidak menyerah berjuang agar bisa lolos pada tahap ini.

Pada *scene* ini level representasi ditampilkan dengan teknik pengambilan gambar, *Medium Long Shot*, teknik ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas apa yang sedang dilakukan oleh Faiz, pengambilan gambar ini pun dilakukan dari samping agar terlihat peserta lain juga melakukan perjuangan yang sama.

Dialog yang diucapkan oleh Faiz, untuk menyemangati dirinya agar tidak hilang semangat, sebagai berikut

"Di stage ketiga ini aku ga mau nyia-nyiain kesempatan yang berulang kali diberikan sama juri aku harus lolos dan bergabung dengan teman-teman yang lain"

Level ideologi pada *scene* ini dapat disimpulkan setelah menggabungkan level realitas dan level representasi, Faiz menunjukan sifat tidak mudah menyerah, ini sesuai dengan sifat maskulinitas Be a Sturdy Oak, yaitu Laki-laki maskulin menampilkan kemandirian, ketangguhan, dan rasionalitas. Laki-laki harus selalu bertindak tenang dalam kondisi dan situasi apapun, dan tidak mudah terbawa perasaan, Faiz memiliki ketangguhan walau sudah gagal di dua tantangan dia tetap tidak menyerah (Syuhajji, 2017).

Gambar 9. Video Episode 3, scene 40:34 – 40:48
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Level Realitas pada *scene* ini menunjukan Isman yang fokus mengolah *lamb rack* yaitu tantangan ketiga pada tahap Bootcamp, Ekspresi Isman sangat serius dan tangannya terus menggerakan

pisau sambil berbicara dengan dirinya sendiri.

Level Representasi pada *scene* ini dapat dilihat dari teknik pengambilan gambar yang digunakan, yaitu *Medium Long Shot + Low Angle,* teknik ini bertujuan untuk mempertegas aktifitas yang sedang dilakukan oleh Isman dan agar ekspresi isman lebih terlihat (Arief, 2021).

Dialog yang diucapkan oleh isman saat fokus memotong *lamb rack*,

"Aku gamau pokoknya, ngecewain orang dirumah, strategi aku untuk *lamb rack* ini bikin sayatan menyamping dulu abis itu tak sring sring dikit biar selesai"

Level Ideologi pada scene ini menunjukan bahwa isman memiliki sifat maskulinitas *Newman as nurturer*, sifat ini menggambarkan seorang laki-laki dari kelembutan dan tekadnya untuk keluarga, Isman terlihat kecewa kepada dirinya sendiri, tapi dia tidak ingin mengecewakan keluarganya yang telah mendukung dia (Syuhajji, 2017).

Gambar 10. Video Episode 3, scene 50:04 – 50:14
Sumber: *MasterChef* Indonesia *Season* 7

Level Realitas pada *scene* ini memperlihatkan ekspresi Azis yang sedang memejamkan mata, menghadap keatas dan tersenyum senang, ketika akhirnya dia lolos dari bootcamp setelah melalui tiga tantangan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika John Fiske yang telah dilakukan dengan mengamati *scene* pada pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pemaknaan Level Realitas

Pemaknaan level realitas dari *scene* dan peserta laki-laki yang diteliti dalam tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7 menunjukkan bahwa nilai-nilai maskulinitas terepresentasikan pada kode penampilan, kostum, perilaku, gestur, ekspresi dan cara bicara. Kode penampilan menunjukkan para peserta laki-laki *MasterChef* Indonesia *Season* 7 tidak ada yang memiliki kemiripan dengan perempuan. Setiap peserta laki-laki memiliki kostum yang unik-unik, seperti Hamdzah dengan kupluk, Isman yang menggunakan baju batik Kudus, ini menunjukan bahwa mereka tetap terlihat maskulin dengan pakaian mereka. Kode perilaku menegaskan bahwa peserta laki-laki *MasterChef* Indonesia *Season* 7 berkarakter kuat, pemberani dan tidak mudah menyerah, kode ini dapat kita lihat dari Ramos yang mengambil bawang satu karung, Azis yang tidak mudah menyerah. Cara bicara menunjukkan ketegasan sebagai seorang laki-laki, kode ini bisa kita amati saat Adit berbicara dihadapan Becca, dan juga saat Isman teringat keluarganya.

Pemaknaan Level Representasi

Pemaknaan level representasi menunjukan bahwa nilai-nilai maskulinitas terepresentasikan melalui kode teknik dan kode representasi konvensional tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7. Kode teknik yang sangat terlihat dalam merepresentasikan laki-laki maskulin adalah teknik kamera, teknik *medium shot* digunakan pada saat wawancara, bertujuan untuk menunjukan ekspresi gerakan tubuh dari para peserta, seperti Hamdzah yang mengepalkan tangan, teknik *long shot*

digunakan untuk menjelaskan interaksi subjek dengan lingkungan sekitar, salah satu contohnya adalah saat Hanzel tos dengan Adit, mereka berdua terlihat gagah karena pengambilan gambar yang terarah, berikutnya kode konflik, terlihat bagaimana peserta laki-laki ketika menghadapi situasi kritis, dan bagaimana usaha mereka agar tetap berada di *Gallery MasterChef* Indonesia *Season* 7.

Pemaknaan Level Ideologi

Pemaknaan level ideologi dalam tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7, menunjukkan bahwa ideologi maskulinitas terkandung di setiap peserta, namun berbeda-beda cara pengaplikasiannya, faktor eksternal juga memberikan pengaruh tersampaikannya maskulinitas kepada pemirsa. Adapun nilai maskulin yang sering terepresentasikan adalah *newman*, dimana setiap laki-laki lebih memperlihatkan sifat sensitif dan ekspresif, dibanding memperlihatkan maskulinitas macho, salah satu sifat *"newman"* lainnya adalah *"narcissist"*, yaitu laki-laki maskulin yang peduli dan mengedepankan gaya hidup serta penampilan (Octaningtyas 2017).

Dari hasil penlitian diatas dapat diamati bahwa maskulinitas yang ditampilkan pada tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7 merupakan cerminan dari perilaku *gender* peserta laki-laki yang mengikuti kompetisi *MasterChef* Indonesia, setiap peserta memiliki maskulinitasnya sendiri-sendiri, dan berbeda-beda pengaplikasiannya, hal ini teramati dari beberapa aspek komunikasi, yaitu dialog, *gesture non verbal*. Selain itu dari penelitian ini dapat diketahui bahwa memasak bukanlah hal yang tabu lagi bagi laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

Arief, A. 2021. "Teknik Pengambilan Gambar Kamera Fotografi." *Pixel.web.id*. Diambil 13 Juni 2021 (https://www.pixel.web.id/teknik-pengambilan-gambar/).

Didik, R & Budiawan C. 2017. "Acara Apa yang Paling Diminati Penonton Televisi? Ini Hasil Survei Komisi Penyiaran Indonesia." *tribunlampung.co.id* 1–3. Diambil 29 Maret 2021 (https://lampung.tribunnews.com/2017/11/23/acara-apa-yang-paling-diminati-penonton-televisi-ini-hasil-survei-komisi-penyiaran-indonesia).

Dwitiya L R. 2018. "5 Cara Mempertahankan Maskulinitas Ketika Tampil Menggunakan Perhiasan." *bukalapak.com*. Diambil 13 Juli 2021 (https://review.bukalapak.com/mens-style/5-cara-mempertahankan-maskulinitas-ketika-tampil-menggunakan-perhiasan-59976).

Fauziatunnisa & Swita Amallia Hapsari. 2019. "REPRESENTASI IDENTITAS 'COMFORT WOMEN' DALAM FILM I CAN SPEAK Fauziatunnisa,." *Jurnal Audience* 02 No. 02:155–75.

KBBI. "Arti Kata Maskulinitas." *Kbbi.web.id*. Diambil 1 Februari 2021 (https://kbbi.web.id/maskulinitas).

Lubis, M S I. 2018. "PENGARUH TAYANGAN MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU MENYIMPANGAN SEORANG ANAK." *Jurnal Network Media* 1(2):1.

MasterChef Indonesia. 2020. "Audisi MasterChef Indonesia Season 7." *RCTIPLUS.COM*. Diambil 13 Juni 2020 (https://www.rctiplus.com/programs/951/masterchef-season-7/episode/16069/masterchef-season-7-eps1).

Meitha, Y K. 2020. "Penerimaan generasi z mengenai maskulinitas baru dalam video nct ' new year book ." Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Moleong, L J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan 38. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Octaningtyas, V A. 2017. "REPRESENTASI MASKULINITAS BOYBAND DALAM VIDEO KLIP." *Jurnal Kemadha* 6(2):57–68.

Pratama, Rafly, M S, & Rifky A Y. 2021. "Resepsi Remaja Terhadap Dampak Pergaulan Bebas Di Dalam Film Dua Garis Biru." *Acta Diurna* 17.

Pratami, R & Togi P H. 2020. "Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Televisi Men ' s Biore Cool Oil Clear." *Jurnal Komunikasi* 14(April):119–38.

Pujianti, T A. 2014. "Perancangan Interior Sekolah Masak dan Kuliner untuk Anak-Anak dengan Konsep Paprika." Universitas Kristen Maranatha.

Pujileksono, S. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.

Puspita, Della Fauziah Ratna & Iis K N. 2018. "ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE MENGENAI REALITAS BIAS GENDER PADA IKLAN KISAH RAMADHAN LINE VERSI ADZAN AYAH." *ProTVF* 2(1):163–65.

RCTI+. 2020. "Sinopsis MasterChef Indonesia Season 7." *RCTIPLUS.COM* 1. Diambil 13 Juni 2021 (https://www.rctiplus.com/programs/951/masterchef-season-7).

Syuhajji. 2017. "REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM FILM TALAK 3." *Ilmu Komunikas* 5(2):1–11.

Tawaqal, M. Iqbal. 2017. "MASKULINITAS DALAM IKLAN (Studi Maskulinitas dalam Iklan Axe Indonesia 'Axelerete The Series: The Untold Stories')." UNIVERSITAS SUMATERA UTARA.

Ummah, Nasikhatul, Nabila Kusuma Wardhani, dan Eka Yudha Prasetya. 2020. "REPRESENTASI MASKULINITAS HEGEMONIK DALAM IKLAN KECAP SEDAAP KEDELAI HITAM SPECIAL DI INSTAGRAM." *Syntax Transformations* 1(7):335–47.

Yunus, Syarifudin. 2012. *Jurnalistik Terapan*. 1 ed. Bogor: Ghalia Indonesia.