

KUASA PATRIARKI DAN MITOS BUDAYA PADA DESAIN POSTER FILM “YUNI”

Ade Kusuma¹, Windri Saifudin², Muhammad Qodarul Fitron³

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur¹²

Universitas Airlangga³

*Correspondence author: Ade Kusuma, ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id, Surabaya Indonesia

Abstrak. Poster merupakan salah satu media promosi yang digunakan para pembuat film untuk mempromosikan karya film yang akan ataupun sedang dirilis. Pada sebuah poster terdapat elemen gambar dan teks, yang terdiri dari judul, sub judul, *credit title* dan simbol-simbol lainnya. Poster film Yuni, versi penayangan di bioskop, berhasil memenangkan kategori desain poster terpilih pada ajang penghargaan Piala Maya 10 yang diselenggarakan tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti makna pesan yang ditampilkan poster film Yuni melalui pilihan warna, tipografi, foto dan keseimbangan layout. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang mengacu pada teori segitiga makna. Peneliti menganalisis keterkaitan antara *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sebuah poster film digunakan untuk menarik perhatian dan memberikan petunjuk pada calon penonton tentang cerita yang akan ditampilkan pada sebuah film. Pada poster film Yuni, peneliti menemukan adanya petunjuk tentang sosok tokoh utama yang terbelenggu pada kuasa patriarki dan mitos budaya tradisional tentang perempuan Indonesia.

Kata kunci: desain, mitos budaya, patriarki, poster film

Abstract. A poster is one of the promotional media used by filmmakers to promote their upcoming film work. There are image and text elements on a poster, which consist of titles, subtitles, credit titles, and other symbols. Yuni's film poster, shown in theaters, won the selected poster design category at the 10th Piala Maya event held in 2021. This study aims to examine the meaning of the message displayed by Yuni's film poster through color choices, typography, photos, and layout balance. This research is a qualitative descriptive study using Charles Sanders Peirce's semiotic approach, referring to the triangle theory of meaning. Researchers analyzed the relationship between the sign, object, and interpretant. This study explains that a film poster is used to attract attention and provide instructions to potential audiences about the film's story. In Yuni's film poster, researchers find clues about the main character, shackled to patriarchal power and traditional cultural myths about Indonesian women.

Keywords: cultural myth, design, film poster, patriarchy

Pendahuluan

Film, khususnya pada periode awal feminisme, dipandang sebagai salah satu alat ideologis untuk melawan citra stereotip perempuan yang disajikan oleh media (Nelmes 2012, 269). Media seringkali menampilkan dominasi laki-laki dan menempatkan perempuan pada posisi inferior dalam masyarakat patriarkis. Peran perempuan dianggap lebih rendah, bahkan sering kali dalam

sebuah film, perempuan hanya diberi peran sebagai pendukung daripada peran kunci dalam pengambilan keputusan. Isu perempuan dan diskriminasi gender bukan hal baru yang bisa ditemui pada tema film Indonesia. Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan peneliti tahun 2010 tentang perlawanan tokoh utama perempuan terhadap budaya patriarki dalam film karya sutradara Nia Dinata menjelaskan bahwa isu-isu permasalahan perempuan menjadi fokus perhatian filmmaker karena realitas tersebut masih terjadi di Indonesia. Menurut Heider, film merupakan pernyataan budaya yang melakukan komunikasi pesan dari pembuat film kepada penonton di seluruh daerah atau nasional, bahkan dunia (Kusuma 2010, 1). Latar belakang dimana film itu dibuat dan pengalaman budaya pembuat film, bersifat hakiki yang akan melekat pada *story telling* pada karya filmnya.

Isu perempuan dan diskriminasi gender kembali ditemukan pada film karya sutradara Kamila Andini, yang berjudul Yuni. Film Yuni tayang di bioskop Indonesia pada tanggal 9 Desember 2021. Sebelum diputar di Indonesia, film ini terlebih dahulu dipertontonkan di festival-festival film yang diselenggarakan di berbagai negara. Selain itu, film ini juga dihadirkan dalam dua versi yang berbeda antara film festival, dan film teatrical (atau diputar di bioskop). Di Tahun 2021, Film Yuni memenangkan Platform Prize Festival Film Internasional Toronto, serta meraih nominasi pada Asia Pacific Screen Awards, Chicago International Film Festival, Festival Film Indonesia, Rome Film Festival, Singapore International Film Festival, dan Tokyo FILMeX. Sedangkan akting Arawinda Kirana sebagai pemeran utama di film Yuni berhasil memenangkan kategori Pemeran Utama Perempuan Terbaik FFI 2021 (imdb.com 2021).

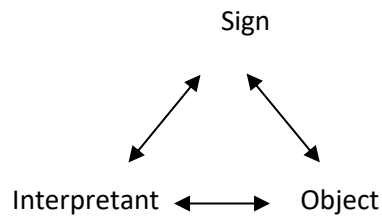
Film Yuni sarat akan simbol visual yang ditampilkan pada semua aspek kreatif dalam sebuah film, seperti halnya tata artistik, tata kostum, tata rambut dan make up, tata kamera dan pencahayaan, serta poster sebagai identitas film tersebut didominasi warna ungu yang mencolok. Poster film Yuni versi teatrical atau penayangan di bioskop menjadi menarik untuk diteliti karena konsep visual yang tidak biasa, dan padat akan simbol sehingga mengundang penasaran terhadap konflik film tersebut. Poster film Yuni versi penayangan di bioskop, karya Alvin Hariz, berhasil memenangkan kategori desain poster terpilih pada ajang penghargaan Piala Maya 10 yang diselenggarakan secara virtual pada tanggal 24 sampai 26 Maret 2022.

Poster merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sebuah film. Poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna dan pesan dengan maksud menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya (Sudjana dan Rivai dalam Susanti dan Raharja 2017, 86). Poster menjadi salah satu media untuk mempublikasikan dan mempromosikan film dan menarik perhatian calon penonton. Pembuatan poster film harus dipertimbangkan secara matang agar dapat mengkomunikasikan secara efektif pesan dari sebuah film, serta mampu menunjukkan identitas yang kuat sekaligus bisa menjadi suatu bentuk karya seni tersendiri (Burhan Anggapuspa 2021, 236). Penelitian ini bertujuan untuk melihat simbol-simbol visual dan makna pesan yang ditampilkan pada poster film Yuni.

Metode

Ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco 1976 dalam Sobur 2002, 95). Semiotika yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of signs*) pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandangi entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna (Scholes 1982

dalam Budiman 2004, 3). Teori dari Peirce menjadi *grand theory* dalam semiotika. Pierce menyampaikan tentang teori segitiga makna (*triangle meaning*), yang terdiri dari *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan). Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi oleh indera manusia dan mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri. Objek adalah sesuatu yang dirujuk pada tanda. Sedangkan, interpretant ialah tanda yang ada dalam benak manusia tentang objek yang dirujuk pada sebuah tanda tersebut. Hubungan antara tanda, interpretan dan objek bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konversi (perjanjian) masyarakat (Sobur 2004, 115).



Gambar 1 Elemen Makna Peirce (Fiske 1990 dalam Sobur 2002, 115)

Tanda (*sign*) terbagi atas tiga yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon merupakan suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya dan memiliki kemiripan dengan wujud aslinya. Indeks, biasa disebut juga sebagai signal atau gejala adalah tanda yang secara alamiah merepresentasikan objek lain dan muncul berdasarkan hubungan antara sebab akibat. Sementara simbol (atau bisa juga disebut dengan lambang) memiliki makna yang lebih luas yaitu sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama (Mulyana 2016, 92)



Gambar 2 Poster Film Yuni (2021)

Sumber imdb.com

Korpus pada penelitian ini adalah seluruh tanda (berupa ikon, indeks dan simbol) yang ditampilkan pada poster film “Yuni” yang didasarkan atas relasi diantara interpretant dan objeknya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan untuk melengkapi data-data dan bahan yang dapat dijadikan sebagai referensi.

Hasil dan Pembahasan

Pembuatan poster film perlu memiliki beberapa kriteria, yaitu mampu menarik perhatian, berhasil menyampaikan informasi secara cepat, mampu meyakinkan, mempengaruhi dan membentuk opini, serta menggunakan warna yang mengesankan dan sederhana (Supriyono dalam Susanti dan Raharja 2017, 87). Sebuah desain poster menyampaikan suatu pesan yang ditampilkan melalui pilihan warna, tipografi, foto dan keseimbangan layout yang dibuat. Menurut Samara (2007, 10), tidak masalah betapa menakjubkannya sebuah desain itu untuk dilihat; tanpa pesan yang jelas, itu bagaikan sebuah cangkang kosong, meskipun indah. Jika tidak ada pesan, tidak ada cerita, tidak ada ide, tidak ada narasi, atau tidak ada pengalaman berguna yang bisa didapatkan, maka itu bukan desain grafis.

Simbol-Symbol Visual Pada Poster Film Yuni

Semua persepsi warna adalah relatif, artinya identitas warna hanya dapat diketahui jika ada warna lain yang berdekatan yang dapat dibandingkan. Beberapa rona yang dapat kita lihat adalah sejenis, yang kita sebut sebagai warna primer. Warna-warna ini – merah, biru dan kuning – memiliki makna yang berbeda satu dengan yang lain seperti yang dapat dilihat oleh mata manusia (Samara 2007, 86). Poster film Yuni didominasi dengan warna ungu. Ungu adalah salah satu jenis warna yang diperoleh dari pencampuran warna primer merah dan biru. Di Indonesia sendiri warna ungu seringkali dikaitkan dengan sebuah mitos sebagai warna janda. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (kbbi.web.id) janda adalah wanita yang tidak bersuami lagi karena sudah bercerai ataupun karena ditinggal mati suaminya. Pada masyarakat yang mengagungkan nilai-nilai patriarki, terdapat beberapa stereotipe negatif yang melekat pada janda, seperti halnya wanita penggoda, genit dan konotasi sensualitas lainnya.

Berbeda dengan mitos budaya terhadap warna ungu, pada artikel berjudul “Arti Warna dan Symbolisme Bagaimana Menggunakan Kekuatan Warna pada Merek Anda” dituliskan warna ungu memiliki arti sebagai warna gairah yang rendah, namun secara tradisional warna ungu diasosiasikan dengan kerajaan, keagungan atau kaum bangsawan seiring dengan kualitas spiritual dan misterius. Nuansa warna yang lebih gelap sering merepresentasikan kemewahan atau kekayaan, sementara itu nuansa lavender cukup feminin, sentimental dan nostalgia (canva.com). Desainer poster film Yuni, Alvin Hariz menjelaskan bahwa secara historis, warna ungu adalah warna yang menyimbolkan gerakan perempuan dan digunakan dalam peringatan Hari Perempuan Nasional, sehingga ungu digunakan untuk menyuarakan keadilan dan martabat seorang perempuan, kapanpun dan dimanapun mereka berada (Sharon 2021, harpersbazaar.co.id).

Psikologi warna adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh warna terhadap suasana hati, perasaan, emosi dan perilaku manusia (Rahmawati, 2020: sehatq.com). Dominasi *color grading* pada poster film Yuni yang berwarna ungu dapat memberikan petunjuk bahwa warna tersebut menggambarkan kepribadian, efek emosi dan kondisi psikologis tokoh utama. Yuni sebagai tokoh utama ditampilkan suka menggunakan pakaian, aksesoris, bahkan sepeda motor yang berwarna ungu. Berdasarkan psikologi warna, penyuka warna ungu memiliki sifat agak kasar tapi memiliki ciri khas sendiri. Selain itu orang yang menyukai warna ungu bisa dibilang mirip orang *hippie*, soalnya mereka suka melawan dunia dengan menciptakan dunia mereka sendiri (Sulistya, id.theasianparent.com).

Poster film Yuni menyajikan 24 foto yang merupakan bagian dari penggalan adegan film sehingga dapat memperkenalkan ragam karakter tokoh pemeranan dalam film tersebut. Foto disusun menjadi dua bagian, susunan pertama dibuat setengah lingkaran di bagian atas poster. Sedangkan susunan kedua berjajar dua baris di bagian tengah. Kedua susunan foto-foto tersebut menjadi latar belakang dari foto seorang remaja perempuan dengan rambut sebah dan

menggunakan baju motif kotak-kota ungu dipadu dengan jaket dan celana jeans. Peneliti mengidentifikasi foto remaja perempuan tersebut adalah sosok Yuni yang merupakan tokoh utama film berjudul Yuni. Pada foto tersebut Yuni memandang ke arah kamera dengan sudut pandang kamera *eye-level*, atau sudut pandang kamera yang menampilkan posisi objek dan kamera menjadi sejajar (lurus) dalam sebuah *frame*. Tatapan mata Yuni yang tajam ke arah kamera dapat dimaknai sebagai upaya sang tokoh utama perempuan untuk berkomunikasi dengan penonton terhadap konflik yang dihadapinya.

Stereotype perempuan di Indonesia

Tipografi adalah salah satu faktor penting dalam sebuah desain karena pemilihan jenis font dan tatanan tipografi pada sebuah poster dapat memberi pengaruh dukungan terhadap nuansa yang ingin dibentuk (Burhan dan Anggapuspa 2021, 237). Empat prinsip pokok tipografi yang dapat mempengaruhi sebuah desain poster, diantaranya *legibility* (kualitas keterbacaan desain karakter huruf), *readability* (kemudahan mata untuk membaca susunan huruf), *visibility* (penggunaan ukuran dan warna huruf), dan *clarity* (kejelasan kata atau kalimat yang dibentuk oleh huruf). Elemen teks pada poster film Yuni terbagi atas beberapa hal, yaitu judul, sub judul, *credit title* dan elemen simbol lainnya yang berbentuk tulisan. Judul film Yuni dituliskan di bagian bawah poster dengan menggunakan font berwarna putih, selayaknya tulisan pada sebuah papan tulis yang menggunakan kapur. Kata “Yuni” merupakan petunjuk utama film tersebut bercerita tentang apa atau siapa yang menjadi fokus cerita dalam film tersebut?

Di atas tulisan nama “Yuni” terdapat informasi mengenai sutradara film yang dituliskan dengan kalimat “Sebuah film dari Kamila Andini”. Kamila Andini merupakan salah satu sutradara film Indonesia dan penulis naskah skenario. Ia memiliki banyak prestasi yang diraih dari berbagai penghargaan atau festival film di dalam negeri dan di luar negeri. Selain film Yuni, Kamila Andini juga menyutradarai film berjudul *The Mirror Never Lies* (2011), *Sendiri Diana Sendiri* (film pendek 2015), *Sekala Niskala* atau dikenal juga dengan judul *The Seen and Unseen* (2017), dan *Sekar* (2018).

Credit title di bagian tengah atas menampilkan nama tiga tokoh utama yaitu Arawinda Kirana, Kevin Ardilova, Dan Dimas Aditya dengan huruf kapital, font warna ungu (lebih gelap dari warna background poster) dan jenis huruf *Din Condensed*. Sementara *credit title* lain yang menjelaskan tentang nama-nama pemeran pendukung dan kru film terdapat di bagian bawah dari poster tersebut dengan jenis huruf serupa namun berwarna putih. Penulisan informasi tanggal tayang film Yuni “9 Desember 2021 di Bioskop” diletakkan dibagian bawah tengah dengan font warna biru. Pada poster film Yuni tidak terdapat sub judul, namun ada tulisan-tulisan yang ditampilkan layaknya coretan tangan tentang stereotype perempuan di Indonesia.

Konsep gender yang melekat pada laki-laki dan perempuan dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan budaya. Masyarakat Indonesia masih memandang bahwa laki-laki dan perempuan memiliki posisi yang berbeda dari berbagai aspek kehidupan, seperti halnya ekonomi, politik maupun sosial budaya. Perbedaan dan pembagian peran antara laki-laki dan perempuan bukanlah suatu masalah yang harus diperdebatkan jika tidak memunculkan ketidakadilan. Namun pada kenyataannya, masih terdapat pandangan-pandangan konvensional yang menyebabkan terjadinya diskriminasi gender, salah satunya adalah stereotipe yang merugikan perempuan. Stereotipe yang dilekatkan oleh masyarakat membuat peran perempuan menjadi *second sex*. Simone De Beauvoir dalam bukunya berjudul *Second Sex* menjelaskan bahwa perempuan memenuhi takdir fisik mereka dengan menjadi seorang ibu, menjadi seorang ibu adalah “panggilan” alam karena seluruh struktur organiknya diadaptasi untuk kelanjutan spesiesnya (Beauvoir, 2003: 307). Menurut Wollstonecraft, rendahnya intelektual wanita terjadi akibat kurangnya kualitas pendidikan yang dihasilkan di dalam kesempatan-kesempatan yang tidak merata (Ollenburger dan Moore 2002, 22). Anggapan-anggapan yang menyudutkan

perempuan membuat ruang geraknya menjadi terbatas sehingga akan sulit baginya untuk dapat menunjukkan eksistensi maupun kemampuan lain yang dimilikinya (Kusuma 2009, 60).

Tabel 1 Tulisan Pada Poster Film Yuni

No	Tulisan Pada Poster Film Yuli (selain judul dan <i>credit title</i>)
1	Anak perawan gak boleh duduk di depan pintu, nanti gak dapet jodoh
2	Masak – nyuci – ngepel – urus anak
3	Mengaku bujangan kepada setiap wanita ternyata cucunya segudang
4	Udaah ngurus rumah ajaa
5	PE-REM-PU-AN: 1) Orang (manusia) yang mempunyai ... dapat menstruasi, hamil, melahirkan anak dan menyusui, 2) Istri, bini, 3) Betina (khusus hewan)
6	Aku + kamu = temen aja
7	Harus kemana?
8	Aku perempuan Bebas!
9	Istri harus nurut suami
10	Anaknya berapa?
11	Udaah ... terima ajaa ...
12	Kapan kawin?
13	Ngapain sekolah tinggi2 ? Perempuan ujung-ujungnya cuma di dapur
14	Cepat lulus = cepat kawin
15	Sumur dapur kasur
16	Indonesia bersih pacaran
17	Hujan Bulan Juni

Yuni merupakan pemeran utama wanita dan dikisahkan pada film tersebut sebagai seorang remaja perempuan yang harus memilih antara melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi atau menikah. Petunjuk alur cerita film bisa didapatkan oleh calon penonton yang melihat poster film Yuni karena peneliti menemukan adanya beberapa tulisan tentang hal itu, diantaranya kalimat “*Ngapain sekolah tinggi2? Perempuan ujung-ujungnya cuma di dapur*”. Kalimat tersebut peneliti maknai sebagai keraguan terhadap peran pendidikan tinggi yang dapat diraih oleh seorang perempuan. Selain itu peneliti juga menemukan pertanyaan “*kapan kawin*” dan tulisan “*cepat lulus = cepat kawin*” yang dapat dimaknai bahwa setelah seorang perempuan menyelesaikan wajib belajar 12 tahun atau lulus sekolah maka ia akan dinikahkan, sehingga semakin cepat ia lulus maka semakin cepat juga dia akan menikah dan berumah tangga.

Di Jawa, dulu ada anggapan bahwa perempuan tidak perlu sekolah tinggi-tinggi karena akhirnya akan ke dapur juga (Fakih 2003, 15). Kalimat “*masak-nyuci-ngepel-urus anak*” dan “*sumur dapur kasur*” menjadi bagian dari coretan yang tertulis di poster Yuni. Peneliti memaknai bahwa anggapan ini cenderung melekat pada masyarakat konvensional yang masih menilai bahwa tugas perempuan masih sebatas pada sektor domestik. Pendidikan tinggi dianggap tidak akan berguna bagi perempuan untuk menjalankan aktivitasnya sehari-hari yang bertanggung jawab di rumah tangga. Latar belakang sosial budaya dan ekonomi suatu masyarakat tertentu dapat mempengaruhi cara pandang mereka terhadap peran perempuan.

Petunjuk latar belakang dimana film ini diceritakan, tidak dapat ditemukan dengan mudah di poster film Yuni, namun peneliti bisa menemukan petunjuk *setting* atau lokasi film Yuni dari salah satu foto yang ada. Pada foto tersebut ditampilkan Yuni berboncengan dengan temannya naik sepeda motor berwarna ungu dengan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (TNKB) atau biasa disebut sebagai plat nomor A 0606 NYI. Plat nomor A merupakan kode plat nomor kendaraan

yang digunakan di wilayah Provinsi Banten, seperti halnya di Tangerang, Lebak, Pandeglang, Cilegon dan Serang (termasuk wilayah Serang kabupaten dan kota). Pada laman website bantenprov.go.id dijelaskan bahwa Provinsi Banten dengan ibukota Serang, dibentuk berdasarkan UU No.23 Tahun 2000 tertanggal 17 Oktober 2000. Provinsi Banten terletak di Ujung Barat Pulau Jawa sehingga memposisikan Banten sebagai pintu gerbang Pulau Jawa dan Sumatera dan berbatasan langsung dengan wilayah DKI Jakarta sebagai ibu kota Negara Indonesia. Penduduk Banten berbicara dengan menggunakan bahasa Indonesia campuran dengan bahasa Sunda, bahasa Jawa, dan dialek Betawi. Sebagian besar anggota masyarakat di Banten memeluk agama Islam dengan semangat religius yang sangat tinggi, tetapi pemeluk agama lain dapat hidup berdampingan dengan damai. Sedangkan masyarakat di wilayah Banten banyak yang bekerja di sektor pertambangan, industri dan perdagangan.

Tulisan lain yang menarik untuk dimaknai adalah terkait dengan bagaimana batasan-batasan yang tidak bisa dilakukan oleh seorang perempuan karena mitos budaya yang melekat di masyarakat. Kalimat *“anak perawan gak boleh duduk di depan pintu, nanti gak dapet jodoh”* dapat dimaknai sebagai peringatan yang disampaikan kepada anak gadis yang belum menikah bahwa ia harus menjaga sikap dengan baik, termasuk tidak boleh duduk di depan pintu. Secara harfiah, pintu diartikan sebagai bagian dari sebuah bangunan yang digunakan untuk jalan masuk dan keluar dari sebuah ruangan. Ketika seseorang duduk di depan pintu maka ia dianggap akan menghalangi jalannya tamu yang akan hadir dan masuk ke rumah. Hal serupa dimaknai dengan mitos larangan perempuan yang duduk di depan pintu, yang dianggap sebagai penghalang kehadiran jodoh atau calon laki-laki yang akan menjadi pasangan hidup untuk masuk ke dalam rumah dan menyampaikan tujuannya untuk melamarnya.

Perempuan di Indonesia memang sering dikonstruksikan dalam berbagai bentuk mitos. Mitos penciptaan telah menganggap perempuan sebagai pembantu laki-laki. Mitos ini dinyatakan dengan pernyataan politik pemerintah yang memposisikan laki-laki sebagai kepala keluarga (Murniati 2004, 45). Kalimat *“istri harus nurut suami”* merupakan arahan yang sering diberikan kepada seorang istri untuk mengikuti segala perintah yang diberikan oleh suaminya sebagai pemimpin keluarga. Tugas utama perempuan adalah membantu laki-laki, jarang sekali ditampakkan perempuan dapat mengatur hidupnya sendiri (Arviani 2007, 2).

Sebuah pertanyaan *“harus kemana?”* dengan beberapa anak panah yang tidak beraturan, menjadi petunjuk bagi peneliti bahwa banyak pernyataan atau pertanyaan yang belum terjawab terkait kegelisahan terhadap stereotip dan pandangan tradisional terhadap sosok perempuan. Hal ini diperkuat dengan tulisan *“aku perempuan bebas”* yang dicoret. Kata *“aku”* menjadi petunjuk kata ganti orang pertama dari tokoh Yuni, yang menyampaikan pendapatnya bahwa ia bukanlah seorang perempuan yang bebas, melainkan terikat pada kuasa patriarki dan mitos budaya yang membatasi gerakannya. Pembatasan gerak yang dimaksud adalah pembatasan gerak seorang perempuan yang mengalami kesulitan untuk meraih cita-citanya, seperti halnya tidak bisa melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi karena adanya perjodohan atau pernikahan di usia muda. Permasalahan dan suara perempuan masih diibaratkan sebagai coretan di dinding yang mengganggu keindahan, dan terabaikan karena dianggap merusak estetika yang sudah ada.

Simpulan

Sebuah poster film berisikan informasi mengenai judul, sub judul (jika ada), tanggal penayangan, *credit title* dan simbol-simbol visual lainnya. Poster film dibuat sebagai salah satu media promosi dan publikasi yang dihadapkan dapat menarik perhatian dari penonton. Poster film Yuni menampilkan simbol-simbol visual yang dapat menjadi petunjuk mengenai isu penting



yang ingin diangkat oleh pembuat filmnya. Tulisan pada poster film Yuni dapat menjadi daya tarik utama bagi calon penonton untuk ikut mempertanyakan tentang makna dari coretan-coretan tersebut sehingga membuat komposisi layout poster menjadi sangat padat. Posisi foto seorang remaja perempuan (yang diidentifikasi sebagai tokoh Yuni) berada tepat di tengah dan dikelilingi oleh tulisan tentang stereotipe-stereotipe tradisional yang selama ini melekat pada perempuan di Indonesia. Poster film Yuni memberikan gambaran tentang konflik utama yang terjadi pada para tokoh di film tersebut, yaitu belenggu kuasa patriarki dan mitos budaya tentang perempuan Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Daftar Pustaka

- Arviani, Heidy. 2007. Representasi Identitas Gender di Suku Maori Dalam Film Whale Rider (Analisis Semiotika Relasi Kuasa Antara Tokoh "Paikea Apirana" dan "Koro"). Universitas Airlangga, Surabaya: Skripsi <https://repository.unair.ac.id/17435/8/17435.pdf>
- Beauvoir, Simone De. 2003. *Second Sex: Kehidupan Perempuan*. Pustaka Prometheus
- Budiman, Kris. 2005. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Burhan, Ahmad Syauqi. Anggapuspa, Meirina Lani. 2021. Analisis Makna Visual Pada Poster Film Bumi Manusia. *Jurnal Barik* Vol.3 No. 1 Tahun 2021, hal. 235-247. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/44780/37980>
- Canva.com, Arti Warna dan Simbolisme Bagaimana Menggunakan Kekuatan Warna pada Merek Anda. Canva.com: https://www.canva.com/id_id/belajar/arti-warna-dan-simbol-dari-merk/
- Kusuma, Ade. 2009. Perlawanan Tokoh Utama Perempuan Terhadap Budaya Patriarki Dalam Film. *Insight: Journal of Communication & Media Studies* Edisi Ke-3 No.100/113.1.7/KD/2009
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Murniati, A. Nunuk P. 2004. *Getar Gender: Buku Pertama*. Magelang: Indonesia Tera
- Nelmes, Jill. 2012. *Introduction to Film Studies: Fifth Edition*. New York: Routledge
- Rahmawati, Dina. 2020. Arti Warna Yang Anda Sukai Menurut Psikologi Warna. SehatQ: <https://www.sehatq.com/artikel/arti-warna-menurut-psikologi-warna>
- Samara, Timothy. 2007. *Design Elements: A Graphic Style Manual*. Rockport Publishers.
- Sharon, Gracia. 2021. Menelusuri Gaya Fashion Unik di Film Yuni, Sekaligus Mengetahui Makna Ceritanya. *Bazaar Indonesia*: <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/12/2021/16515/menelusuri-gaya-fashion-unik-di-film-yuni-sekaligus-mengetahui-makna-ceritanya>
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sobur, Alex. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sulisya, Prima. Menebak Kepribadian Berdasarkan Warna Favorit, Ini Daftarnya. The Asian Parent Indonesia: <https://id.theasianparent.com/psikologi-warna>

Susanti, Khikmah., Raharja, Duane Masaji. 2017. Strategi Komunikasi Pada Poster Film Cin(t)a Sebagai Daya Tarik. Jurnal Desain Vol. 04 No.02 Januari 2017 hal. 85-91
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/1151/1063

Website Resmi Provinsi Banten. 2022. Profil Provinsi. <https://www.bantenprov.go.id/profil-provinsi>

