

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Teori New Media

Teori media baru adalah teori yang membahas dampak teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya dan masyarakat. Menurut Lev Manovich (2001), teori media baru mencakup beberapa konsep kunci seperti representasi digital, basis data, dan interaktivitas. Representasi Digital mengacu pada bentuk representasi berbasis digital yang dapat dengan mudah direproduksi dan dimodifikasi. Seperti yang dijelaskan Manovich, database adalah "struktur dasar media baru", kumpulan data yang diatur dan dihubungkan dalam suatu sistem. Interaktivitas, di sisi lain, adalah kemampuan media baru untuk merespons interaksi pengguna, sehingga memberikan pengalaman yang lebih personal dan dinamis.

Teori media baru adalah teori yang membahas peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam budaya dan masyarakat. Dalam konteks teori ini, "media baru" merujuk pada bentuk-bentuk media baru yang muncul berkat perkembangan teknologi seperti internet, komputer, dan smartphone.

Teori media baru telah dipromosikan oleh banyak ahli teori dan sarjana. Dikembangkan oleh Lev Manovich, Henry Jenkins, Marshall McLuhan, dan Douglas Kellner. Beberapa konsep kunci dalam teori ini adalah:

1. Representasi digital, yang merujuk pada bentuk representasi yang berbasis digital, yang dapat direproduksi dan diubah dengan mudah
2. Database, atau "struktur dasar media baru", kumpulan data yang diatur dan dihubungkan dalam suatu sistem.
3. Interaktivitas. Ini mengacu pada kemampuan media baru untuk menanggapi interaksi pengguna, sehingga memberikan pengalaman yang lebih personal dan dinamis.

Dalam teori media baru, teknologi informasi dan komunikasi dipandang sebagai kekuatan yang kuat untuk perubahan budaya dan sosial. Seiring perkembangan teknologi, media baru menjadi semakin mudah diakses, disebarluaskan, dan dimanipulasi oleh individu atau kelompok tertentu.

Media baru adalah teknologi digital yang memungkinkan individu untuk mengakses, menggunakan, memodifikasi dan menghasilkan informasi dalam bentuk teks, suara, gambar dan video untuk diseminasi secara cepat dan luas melalui Internet. (Manovich, 2001). Menurut Bolter dan Grusin (1999), media baru juga menghasilkan simulasi dan efek koreksi dari penyajian media yang menciptakan pengalaman estetika baru bagi penggunanya. Mereka berpendapat bahwa media baru tidak hanya

mengubah cara kita menggunakan media, tetapi juga menciptakan bentuk budaya baru yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi tersebut. Henry Jenkins (2006), di sisi lain, menekankan pentingnya partisipasi pengguna dalam konteks media baru, memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen konten daripada konsumen belaka. Menurut Jenkins, partisipasi pengguna akan memungkinkan terciptanya komunitas dan budaya baru berdasarkan kolaborasi dan berbagi.

Menurut Luik (2020) dalam jurnal berjudul *Media Baru, Sebuah Pengantar*, terdapat aspek apa yang membuat media baru ini merupakan sebuah kebaruan jika dibandingkan dengan media analog. Contohnya, media cetak "mengajak" pembaca untuk membaca secara berurutan dari awal hingga akhir, menunjukkan sifat linear atau sekuensial. Di sisi lain, medium elektronik seperti televisi "memaksa" penonton untuk melihat dan mendengar, menciptakan "pesan" yang mencerminkan budaya hybrid, integratif, atau harmonisasi karena televisi mengintegrasikan gambar/visual dan suara/audio. Beralih ke era digital atau new media, ambil contoh YouTube sebagai media baru. YouTube tidak hanya menyajikan audio dan visual, tetapi juga memberikan kontrol dan kebebasan kepada pengguna. Oleh karena itu, YouTube membawa "pesan" yang lebih aktif dengan konvergensi tulisan, audio, visual, dan video, menciptakan wadah multi-perspektif untuk mengakomodasi keaktifan pengguna dengan perspektif yang beragam (Luik, 2020)

Dari contoh-contoh tersebut, penulis menitikberatkan pada pembahasan tentang inovasi dalam media baru terutama pada tiga aspek utama:

- Munculnya "semangat" dan budaya baru;
- Kemunculan teknologi/aplikasi baru; dan,
- Keberadaan generasi pengguna/masyarakat baru;

yang muncul seiring dengan perkembangan media baru ini. Ketiga aspek kebaruan ini tidak dimaksudkan sebagai daftar yang lengkap dan eksklusif. Artinya, ada potensi adanya aspek kebaruan lain yang dapat muncul. Selain itu, setiap aspek kebaruan ini memiliki kemungkinan untuk saling berhubungan (Luik, n.d)

## 2.2 Pengertian Maskulinitas dan Feminitas

Berbicara tentang maskulinitas juga tidak lepas dari pembicaraan tentang gender. Secara umum, gender berbeda dengan jenis kelamin. Perbedaannya adalah Jenis kelamin dianggap sebagai konstruksi biologis yang dibawa setiap individu sesuai dengan kodratnya sejak lahir dimuka bumi ini dan pada dasarnya tidak pernah berubah . Sedangkan Gender adalah konstruksi sosial dan budaya (Linggosiswojo, 2016). Konstruksi ini dibentuk melalui proses panjang dalam kehidupan berbudaya, dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, gender bersifat dinamis (Kurnia, 2004, p. 18). Menurut Fakhri (1997) adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural (p. 7). Perbedaan yang bukan bawaan individual ini berasal dari budaya patriarki sebagaimana dari tabel berikut:

<b>MEN are (should be):</b>	<b>WOMEN are (should be):</b>
<i>Masculine</i>	<i>Feminine</i>
<i>Dominant</i>	<i>Submissive</i>
<i>Strong</i>	<i>Weak</i>
<i>Aggressive</i>	<i>Passive</i>
<i>Intelligent</i>	<i>Intuitive</i>
<i>Rational</i>	<i>Emotional</i>
<i>Active (do things)</i>	<i>Communicative (talk about things)</i>
<b>MEN like:</b>	<b>WOMEN like:</b>
<i>Cars/technology</i>	<i>Social drinking with friends</i>
<i>Getting drunk</i>	<i>Committed Relationship</i>
<i>Casual sex with many partners</i>	

Tabel 2. 1 Perbedaan antara men (laki-laki) dan women (perempuan)

**Sumber:** Helen MacDonald (tt). "Magazine Advertising and Gender" dalam Kurnia 2004, dalam Linggosiswojo (2016)

Perbedaan maskulin dan feminin pun menggiring anggapan umum bahwa karakteristik maskulin dekat dengan laki-laki dan feminin dekat dengan perempuan. Karakter maskulin ini dikaitkan dengan tiga sifat utama yaitu kuat, keras, beraroma keringat yang secara sederhana diberi dengan label "macho". Sementara itu karakteristik perempuan diidentikan dengan sifat lemah, lembut, dan beraroma wangi yang sekaligus dikaitkan dengan sifat seorang putri (*princess*) (Kurnia 2004, p. 20). Stereotip representasi feminitas dan maskulinitas bisa dilihat dalam tabel berikut ini:

<b>Feminity</b>	<b>Masculinity</b>
<i>Beauty (within narrow conventions)</i>	<i>Strength - physical and intellectual</i>
<i>Size/Physique (again, within narrow conventions)</i>	<i>Power</i>
<i>Sexuality (as expressed by the above)</i>	<i>Sexual attractiveness (which may be based on above)</i>
<i>Emotional (as opposed to intellectual) dealings</i>	<i>physique</i>
<i>Relationship (as opposed to independence/freedom)</i>	<i>Independence (of thought and action)</i>
<i>Being part of a context (family, friends, colleagues)</i>	<i>Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero)</i>

Tabel 2. 2 Konotasi femininity dan masculinity

Sumber: [www.mediaknowall.com/gender.html](http://www.mediaknowall.com/gender.html)

dalam Kurnia (2004), dalam Linggosiswojo (2016)

*"Stereotypes about women's roles, abilities, and behavior were historically used to maintain a patriarchal social order that favored men. Similarly, rigid concepts of masculinity have reinforced power dynamics that privilege men over women." - (Smith, 2018)*

Maskulinitas: Merujuk pada konstruksi sosial dan budaya tentang atribut, peran, dan karakteristik yang dianggap khas atau "maskulin" dalam masyarakat. Ini melibatkan pandangan tentang kejantanan, kekuatan fisik, otoritas, dan ciri-ciri sosial yang tradisionalnya diidentifikasi dengan laki-laki. Feminitas: Merujuk pada konstruksi sosial dan budaya tentang atribut, peran, dan karakteristik yang dianggap khas

atau "feminin" dalam masyarakat. Ini melibatkan pandangan tentang kelembutan, ketergantungan, perhatian pada hubungan, dan ciri-ciri sosial yang tradisionalnya diidentifikasi dengan perempuan (Smith, 2018). Perbedaan antara maskulinitas dan feminitas adalah bahwa keduanya merupakan konstruksi sosial dan budaya yang diberikan oleh masyarakat terhadap peran dan karakteristik yang dihubungkan dengan jenis kelamin yang berbeda. Mereka sering kali menciptakan stereotip dan ekspektasi tentang bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berperilaku, merasakan, dan berfungsi dalam masyarakat. Maskulinitas perempuan mengacu pada adanya kombinasi atau penggabungan karakteristik dan atribut tradisional yang dihubungkan dengan maskulinitas, yang dimiliki oleh individu perempuan. Ini melibatkan penolakan terhadap norma gender yang ketat dan menciptakan ruang untuk pengekspresian yang beragam di luar tradisi gender yang telah ditetapkan.

## 2.2 Teori Konstruksi Sosial Maskulinitas

Teori ini menjelaskan bagaimana maskulinitas tertentu dianggap sebagai norma sosial dan dipromosikan sebagai superior dalam masyarakat. Maskulinitas hegemonik adalah maskulinitas yang paling kuat dan diakui dalam masyarakat. Maskulinitas hegemonik memegang posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan maskulinitas lain dan menjadi acuan bagi perilaku maskulin. Teori ini juga menekankan bagaimana masyarakat memperkuat maskulinitas hegemonik melalui praktik-praktik seperti pendidikan, media, dan institusi sosial.

- *"Masculinities are not natural, they are social constructs that are created and sustained by the interaction of social, cultural, economic, and political factors." (Connell, 1995)*
- *"Masculinities are not a single entity, but a set of social relations which support men's dominance over women." (Connell, 2000)*

Connell (1995) menyatakan bahwa sebuah konstruksi maskulinitas didasari atas norma sosial dan budaya masyarakat tentang cara memandang suatu gender tertentu. Setiap gender mempunyai peran atau *role* masing-masing yang mengkonstruksi pemikiran khalayak tentang gender tersebut. Connell mempunyai pandangan mengenai maskulinitas yaitu *hegemonic masculinity*. juga Maskulinitas hegemonik adalah salah satu bentuk maskulinitas yang mendominasi atau menjadi standar utama dalam suatu budaya atau masyarakat tertentu (Connell, 1995). Hegemoni maskulinitas memiliki ciri - ciri sebagai berikut:

- **Kekuasaan dan Kontrol:** Maskulinitas hegemonik sering dikaitkan dengan memiliki kekuasaan dan kontrol yang lebih besar atau dominan dalam masyarakat. Hal ini bisa mencakup dalam bidang sosial, ekonomi, dan politik.
- **Ketangguhan Fisik dan Mental:** Maskulinitas hegemoni menekankan aspek ketangguhan fisik dan mental. Pria yang memegang posisi ini diharuskan untuk menunjukkan ketahanan dan keberanian.
- **Kemandirian:** orang yang mengadopsi maskulinitas hegemonik diharuskan untuk bersikap mandiri dan independen dalam mengatasi masalah.
- **Karir dan Kesuksesan:** Pemahaman ini juga menekankan kepada pencapaian karir dengan tolak ukur secara finansial dan status sosial.

### 2.3 Teori Pembentukan Identitas Maskulinitas oleh Michael Kimmel

Teori ini menekankan bagaimana pengalaman dan interaksi sosial mempengaruhi bagaimana individu memahami dan membentuk identitas maskulinitas mereka. Maskulinitas dipahami sebagai hasil dari proses sosial yang berlangsung sepanjang hidup individu, dimulai dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Dalam teori ini, pengalaman dan interaksi sosial membentuk bagaimana individu memahami dan membentuk identitas maskulinitas mereka.

- *"Masculinity cannot be understood as a single, unified entity, but must be viewed in the context of its intersections with other factors such as race, class, sexuality, and age."* (Kimmel, 2000)
- *"Masculinity is always shaped by the intersections of multiple identities, and cannot be understood outside of the complex interplay of these identities."* (Kimmel, 2005)

Maskulinitas bukan berarti sifat yang melekat kepada gender secara seutuhnya tetapi sebuah wilayah sosial yang memandang dan memahami sifat tersebut lalu menjadi sebuah tolak ukur terhadap individu-individu baik itu laki-laki maupun perempuan.

### 2.4 Teori Representasi menurut Stuart Hall

Teori representasi Stuart Hall menyatakan bahwa media tidak hanya mencerminkan dunia nyata, tetapi juga menciptakan dunia sosial dan memainkan peran penting dalam konstruksi identitas, nilai, dan

pandangan dunia. Konsep representasi menurut Stuart Hall dalam bukunya "Representation: Cultural Representation and Signifying Practices" (1997) adalah inti dari bagaimana arti dan makna dibangun dalam budaya melalui tanda-tanda visual, simbolik, dan bahasa. Hall berpendapat bahwa setiap representasi adalah suatu konstruksi yang dibentuk oleh penggunaan tanda-tanda, yang secara inheren memiliki selektivitas dan bias tergantung pada posisi sosial, budaya, dan konteks dari pembuat representasi. Dalam konteks ini, representasi tidak mencerminkan kebenaran atau realitas objektif, tetapi menciptakan interpretasi-subjektif yang selalu terkait dengan kerangka referensi tertentu.

Salah satu kutipan penting dari buku Hall adalah "*Representation is not the reflection or mirror image of some prior reality. It is the production of meaning through language, discourses and practices.*" - Stuart Hall (Hall, 1997, p. 15). Dalam kutipan ini, Hall menekankan bahwa representasi bukanlah hasil cerminan atau gambaran yang mencerminkan realitas sebelumnya. Sebaliknya, ia melihat representasi sebagai hasil dari produksi makna melalui penggunaan bahasa, wacana, dan praktik. Dalam hal ini, representasi tidak hanya mencerminkan dunia secara pasif, tetapi aktif menghasilkan makna dengan cara tertentu. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dan pemaknaan suatu tanda. Representasi juga dapat menunjuk proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, suara, citra, atau kombinasinya (Fiske, 2011, p. 282). Sedangkan menurut Juliastuti, representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia seperti dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Secara ringkas representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Juliastuti, 2000, p. 6).

Ini tergantung pada keterampilan decoding audiens, latar belakang sosial, budaya dan pengetahuan. Selain tahapan produksi, distribusi dan konsumsi, Hall juga mengembangkan istilah 'dominasi' dan 'perlawanan' dalam teorinya. Dominasi mengacu pada pengaruh kekuatan sosial tertentu yang mempengaruhi representasi media. Resistensi, di sisi lain, mengacu pada cara audiens membaca dan memberi makna pada pesan media, dan metode ini dapat menyimpang dari maksud asli produsen media. Dalam praktiknya, teori representasi Stuart Hall dapat digunakan untuk memahami bagaimana media memproduksi citra tertentu, seperti feminitas dan maskulinitas. Teori ini juga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana media memperkuat atau menumbangkan stereotip dan bagaimana pemirsa membaca dan menginterpretasikan pesan media dengan cara yang berbeda.

## 2.4 Game

Dalam mengeksplorasi fenomena *game*, kita harus memahami bahwa konsep ini bukan hanya sekedar hiburan atau aktivitas rekreasi, tetapi juga sebuah institusi sosial dan budaya yang menawarkan berbagai lapisan interpretatif. *Game*, dalam segala bentuk dan formatnya, menunjukkan bagaimana manusia berinteraksi, belajar, beradaptasi, dan mengekspresikan diri dalam lingkungan sosial tertentu. Mulai dari permainan tradisional yang telah menjadi bagian dari warisan budaya hingga inovasi teknologi seperti realitas virtual, permainan menawarkan cermin bagi nilai-nilai, norma, dan ekspektasi yang dianut oleh masyarakat. Dalam konteks akademik, memahami *game* melibatkan analisis multidisiplin, mencakup aspek-aspek psikologis, sosiologis, antropologis, dan bahkan filosofis, yang bersama-sama membentuk kerangka kerja untuk memahami kompleksitas dan relevansi *game* dalam masyarakat kontemporer.

Ada beberapa definisi tentang *game* menurut para ahli, ada beberapa teori yang menjelaskan tentang bagaimana *game* mempengaruhi pemikiran dan perilaku pemain. Salah satu teori yang paling terkenal adalah Teori Ekolinguistik oleh Roger Caillois (1961). Caillois memberikan pandangan yang mendalam dan sistematis tentang permainan sebagai refleksi dari struktur dan dinamika sosial. Dalam bukunya berjudul *Games and men* (2001), Caillois mengajukan empat kategori permainan yaitu *agon*, *alea*, *mimicry*, dan *ilinx* sebagai kerangka analitik untuk membedah esensi dan fungsi permainan dalam berbagai konteks budaya. Melalui kategori ini, Caillois tidak hanya mengidentifikasi variasi permainan tetapi juga menyoroti bagaimana setiap kategori mencerminkan kebutuhan, keinginan, dan konflik yang mendasari interaksi manusia.

**Agon**, berkaitan dengan kompetisi dan tantangan. Dalam konteks *agon*, permainan menekankan persaingan antar pemain dalam upaya untuk mencapai kemenangan atau prestasi tertentu. Contoh dari jenis permainan ini adalah olahraga kompetitif dan permainan papan yang menekankan strategi, **alea** mengacu pada unsur keberuntungan atau kebetulan. Permainan yang termasuk dalam kategori *alea* didasarkan pada elemen acak yang mempengaruhi hasilnya. Misalnya, permainan kartu, mesin slot, atau undian. **Mimicry** berkaitan dengan simulasi atau peran. Dalam jenis permainan ini, peserta terlibat dalam aksi atau peran tertentu yang mungkin berbeda dari identitas atau perilaku sebenarnya. Contoh klasik adalah permainan teater, peran, atau permainan video di mana pemain mengambil karakter tertentu. sementara **ilinx** merujuk pada sensasi atau pengalaman fisik. Permainan dalam kategori *ilinx* didasarkan pada perasaan atau sensasi seperti pusing, kecepatan, atau ketidakseimbangan. Misalnya, olahraga ekstrem seperti selancar, balapan, atau permainan yang mempengaruhi keseimbangan dan orientasi

tubuh. Dengan demikian, melalui teorinya, Caillois menawarkan wawasan mendalam tentang bagaimana permainan tidak hanya menghibur tetapi juga mencerminkan, membentuk, dan mereproduksi struktur sosial, norma budaya, dan dinamika psikologis dalam masyarakat.

Penggabungan pemahaman tentang *game* dan kontribusi teori Caillois menjadi esensial dalam menguraikan relevansi dan signifikansi *game* dalam berbagai konteks kultural, sosial, dan bahkan politik. Dengan pendekatan ini, skripsi ini bertujuan untuk menjembatani pemahaman teoretis dan aplikasi praktis, memberikan pandangan yang komprehensif dan mendalam tentang bagaimana *game* dan teori ekolingustik dapat membantu kita memahami dinamika kompleks masyarakat kontemporer. Teori ini menjelaskan bahwa *game* adalah suatu bentuk dari aktivitas manusia yang memiliki aturan dan tujuan yang jelas, dan memiliki potensi untuk mempengaruhi pemikiran dan perilaku pemain.

## 2.5 Jenis-jenis *Game*

*Game* sendiri tentunya memiliki beberapa jenis atau disebut sebagai *genre*. Jenis-jenis dari *game* ini tentunya menjadi pembeda dari 1 *game* dengan game lainnya. Para pembuat *Game* atau disebut sebagai *Game developer* juga memiliki genre yang menjadi ciri utama mereka dalam membuat sebuah *game* yang diminati banyak orang. Salen dan Zimmerman (2004) menyebutkan ada beberapa jenis-jenis atau genre game yaitu:

- ***Game aksi (action games)***

*Game aksi* adalah jenis *game* yang fokus pada penggunaan keterampilan motorik dan tindakan cepat dalam permainan. Menurut Salen dan Zimmerman (2004), *game aksi* adalah *game* yang "menuntut pemain untuk merespons stimulasi visual dan auditif dengan cepat dan akurat". Contoh *game aksi* adalah seri *game* Grand Theft Auto, Tomb Raider, dan Resident Evil.

- ***Game petualangan (adventure games)***

*Game petualangan* adalah jenis *game* yang menekankan pada narasi dan eksplorasi. Pemain harus menjelajahi dunia *game* dan menyelesaikan tugas-tugas untuk maju ke level selanjutnya. Menurut Salen dan Zimmerman (2004), *game petualangan* adalah *game* yang "memerlukan eksplorasi, riset, dan penggunaan pengetahuan tentang

dunia *game*". Contoh *game* petualangan adalah seri *game* The Legend of Zelda, Monkey Island, dan Prince of Persia.

- **Game petualangan (*adventure games*)**

*Game* simulasi adalah jenis *game* yang mensimulasikan suatu situasi atau lingkungan tertentu. Pemain harus memahami dan mengendalikan sistem yang kompleks dalam permainan. Menurut Salen dan Zimmerman (2004), *game* simulasi adalah *game* yang "memerlukan pemahaman tentang dunia *game* dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan sistem yang kompleks". Contoh *game* simulasi adalah The Sims, SimCity, dan Farming Simulator.

- **Game strategi (*strategy games*)**

*Game* strategi adalah jenis *game* yang memerlukan pemikiran dan perencanaan yang matang dalam membangun dan mengelola sumber daya. Pemain harus membuat keputusan strategis dalam permainan. Menurut Salen dan Zimmerman (2004), *game* strategi adalah *game* yang "memerlukan perencanaan jangka panjang, pengambilan keputusan, dan kemampuan untuk mengelola sumber daya". Contoh *game* strategi adalah seri *game* Civilization, Starcraft, dan Age of Empires.

- **Game olahraga (*sports games*)**

*Game* olahraga adalah jenis *game* yang mensimulasikan olahraga tertentu, seperti sepak bola, basket, atau balap mobil. Pemain dapat mengendalikan tim atau individu dan bertanding melawan tim atau individu lainnya. Menurut Salen dan Zimmerman (2004), *game* olahraga adalah *game* yang "memerlukan kemampuan untuk mengeksekusi strategi olahraga dan mengendalikan atlet atau tim". Contoh *game* olahraga adalah FIFA, NBA 2K.

## **2.6 Game Cutscenes**

*Cutscenes*, sebagai elemen sinematik penting dalam video *game*, berfungsi untuk mendukung dan memperkaya narasi permainan serta memberikan pengalaman visual yang memukau bagi pemain. Perkembangan *cutscenes* telah berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan keahlian

pengembangan, menjadikannya aspek penting dalam menciptakan pengalaman bermain yang menarik dan memuaskan.

Menurut Ryata (2012), evolusi *cutscenes* dalam industri video *game* dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis:

1. **Live Action Cutscenes:** Ini adalah adegan film yang tidak berbeda jauh dengan film atau acara TV lainnya. Pada masa awal teknologi disk seperti CD-ROM pada konsol 16-bit, *cutscene* jenis ini sangat populer. Meskipun seringkali dibuat dengan anggaran rendah dan kualitas akting yang buruk, beberapa *game* terkenal seperti Resident Evil asli menggunakan film live-action.
2. **Pre-Rendered Cutscenes:** *Cutscene* jenis ini adalah video yang diputar di antara putaran permainan dan ditemukan di disk permainan dalam format video. *Cutscene* ini dibagi menjadi dua sub kategori; yang dirancang untuk menarik perhatian dengan kualitas grafis yang jauh melebihi grafis dalam *game*, dan *cutscene* yang dirancang untuk meniru tampilan dan nuansa *game*.
3. **In-Game Cutscenes:** *Cutscene* jenis ini berlangsung dalam *game* dan durasinya dapat bervariasi. Bagaimana *cutscene* ini dimainkan dalam *game* akan bergantung pada sejumlah faktor, seperti apa yang terjadi dalam adegan tersebut, kemampuan panel, dan konsol tempat *game* akan dijalankan.

## 2.7 Semiotika menurut Ahli

Pada umumnya semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang sebuah tanda. Namun karena teori bisa dikembangkan maka ada beberapa teori semiotika menurut ahli, berikut adalah beberapa pengertian semiotika menurut beberapa ahli:

- **Charles Sanders Peirce (*grand theory*)**

Konsep: Peirce mengembangkan teori tanda yang lebih kompleks, membaginya menjadi tanda ikonik (mirip dengan objeknya), tanda *indexical* (berhubungan langsung dengan objeknya), dan tanda simbolik (hubungan konvensional dengan objeknya). Kutipan: "A Sign, or Representamen, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity." - Charles Sanders Peirce (Peirce, 1958). Menurut Peirce, semiotik terdiri dari tanda (*sign*), acuan tanda (*object*) dan penggunaan tanda (*interpretant*) atau disebut juga teori segitiga makna atau *triangle meaning*. Teori ini

membutuhkan *ground* atau pengetahuan pada pengirim dan penerima tanda sehingga representamen dapat dipahami (Zaimar, 2008).

- **John Fiske**

Fiske menyatakan semiotika adalah ilmu tentang tanda yang memiliki 2 perhatian utama yaitu tanda dan makna, serta tanda dikombinasikan menjadi sebuah kode (Fiske, 2007). Fokus utama teori ini adalah pada teks, teks yang dimaksud bukan hanya tulisan namun bisa melalui film, drama, dan berbagai tayangan lainnya. Teori Fiske menolak gagasan bahwa penonton tidak kritis saat mengkonsumsi suatu tontonan.

- **Ferdinand De Saussure**

Saussure mengkaji tentang tanda dalam kehidupan sosial, hal ini terkait dengan apa saja tanda dan hukum apa yang mengatur terbentuknya suatu tanda. Teori Saussure benar-benar hanya menaruh titik perhatian pada simbol karena kata-kata adalah simbol. Saussure menganggap bahwa bahasa adalah sistem tanda (Endraswara, 2011).

## **2.8 Representasi Dalam Semiotika**

Representasi dan semiotika merupakan dua hal yang saling berkaitan dan erat. Hal ini karena semiotika sendiri mengartikan sebuah tanda seperti suara, gambar, warna, dll untuk menggambarkan, menggabungkan, mengartikan dan menghasilkan sesuatu yang dirasakan indera dan dibayangkan dalam bentuk fisik tertentu. Dengan kata lain, untuk bisa menemukan X, berarti harus melalui interpretasi terhadap Y ( $X=Y$ ). Meskipun tidak semudah itu karena dipengaruhi oleh berbagai konteks yang melatarbelakangi (Danesi, 2010).

Sebuah tanda tidak selalu berarti kebenaran yang utuh atau mutlak. Tanda adalah bentuk mediasi kepada manusia yang dimana manusia bisa membentuk berbagai pilihan sesuai dengan lingkungan yang memiliki banyak macam pilihan. Oleh karena itu, representasi merupakan proses mediasi.

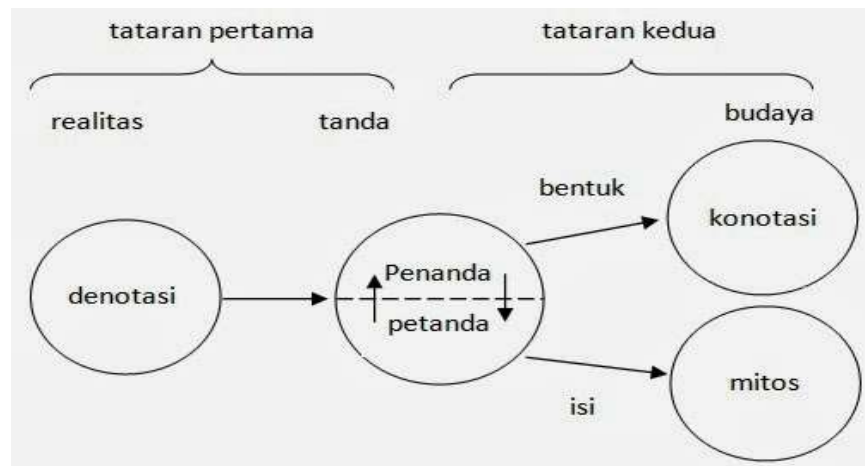
Representasi ini juga merupakan penanda yang muncul dari berbagai macam abstrak, bisa hal yang terjadi atau hal dangkal yang tidak kontroversial (tergantung dari faktor lingkungan). Representasi

ini bersifat sesuatu yang tidak bisa dihindari dan penting bagi kehidupan manusia. Sebuah representasi juga sangat kompleks, sehingga terkadang bisa ada lebih istimewa dari yang lain karena terbentuk dari lingkungan serta bagaimana cara media, film, atau media lain seperti percakapan sehari-hari membentuknya (Hartley, 2019)

## **2.9 Semiotika Menurut Roland Barthes**

Semiotika adalah studi tentang tanda atau simbol dan cara kita memahami makna dari tanda tersebut. Semiotik merupakan ilmu yang menggali sistem tanda dalam susunan tata bahasa yang mengatur susunan teks rumit, terselubung dan dipengaruhi oleh kebudayaan. Hal ini lalu akan merujuk pada pemaknaan konotatif dan denotatif, dimana konotatif adalah makna tambahan secara tidak langsung, sedangkan denotatif berarti makna yang sebenarnya atau mutlak. Dua hal ini merupakan sebagian fokus yang dikembangkan oleh Roland Barthes dalam ilmu semiotika yang menarik perhatiannya. Barthes mengemukakan bahwa makna dari sesuatu bisa muncul karena ada pengaruh sebuah mitos yang diturunkan yang mendapat signifikansi serupa (Barthes, 2007). Barthes (2007) menyimpulkan bahwa sesuatu yang ditampilkan akan lebih mudah dipahami jika terdapat tanda linguistik, visual, jenis tanda dan bagaimana cara tanda itu merepresentasikannya. Menciptakan sebuah denotasi tidak mudah, juga harus menciptakan makna konotasi yang dilampirkan dari tanda. Dari tanda yang ada serta ada serta konotasi yang melekat akan membawa pesan yang menjadi sebuah mitos.

Barthes melanjutkan pemikiran Saussure dengan berfokus pada interaksi teks, pengalaman individu, dan kultural penggunaannya serta interaksi dan yang diharapkan penggunanya. Gagasan ini dikenal dengan sebutan "*Two Order of Signification*" atau signifikansi dua tahap (Fiske, 2014).



Gambar 2 1 Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Sumber: Fiske, 2014

- **Tanda**

Menurut Barthes, tanda adalah segala sesuatu yang dapat membawa makna. Tanda terdiri dari dua elemen, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (yang diindikasikan). Penanda adalah bentuk fisik dari tanda, seperti kata atau gambar. Sementara itu, yang diindikasikan adalah makna atau konsep yang dikaitkan dengan penanda.

- **Denotasi dan konotasi**

Barthes membedakan antara denotasi dan konotasi dalam tanda. Denotasi adalah makna literal atau objektif dari suatu tanda, sementara konotasi adalah makna tambahan atau lebih subjektif yang dihasilkan oleh tanda tersebut. Misalnya, sebuah gambar anjing memiliki denotasi sebagai hewan berkaki empat dengan bulu dan ekor. Namun, konotasi yang muncul mungkin berbeda-beda tergantung pada konteksnya, seperti kesetiaan, keberanian, atau kekasih yang manis.

- **Myth (Mitos)**

*Myth* (mitos) adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menggambarkan cara di mana masyarakat menggabungkan tanda-tanda ke dalam narasi atau cerita yang menghasilkan pemahaman budaya yang lebih luas. *Myth* adalah hasil dari dan melibatkan pemaknaan yang lebih luas dari konsep-konsep dan nilai-nilai yang ditanamkan dalam

masyarakat. Barthes menganggap bahwa mitos dapat memperkuat struktur sosial atau politik yang ada, dan bahwa mereka dapat digunakan untuk menjaga kekuasaan.

Berdasarkan gambar di atas bahwa signifikansi awal atau tahap pertama adalah hubungan antara penanda dan pertanda dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal atau yang disebut sebagai denotasi. Sedangkan konotasi masuk dalam signifikansi tahap kedua, yang dimana interaksi terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan, emosi, nilai, kebudayaan penikmatnya. Signifikansi tahap kedua ini berkaitan tentang isi dan tanda bekerja melalui mitos.

## 2. 10 Kerangka berpikir



### 2.11 Nisbah antar konsep

Media baru merupakan sebuah media dalam menyampaikan pesan dengan adanya interaktivitas untuk pengguna. Semakin berkembangnya teknologi, banyak sekali fitur-fitur yang interaktif dalam media baru sehingga pengguna bisa bebas memilih apa yang mereka ingin konsumsi terhadap sebuah konten dalam media baru tersebut. Media baru adalah teknologi digital yang memungkinkan individu untuk mengakses, menggunakan, memodifikasi dan menghasilkan informasi dalam bentuk teks, suara, gambar dan video untuk diseminasi secara cepat dan luas melalui Internet.

Teori maskulinitas ini menjelaskan bagaimana maskulinitas tertentu dianggap sebagai norma sosial dan dipromosikan sebagai superior dalam masyarakat. Maskulinitas: Merujuk pada konstruksi sosial dan budaya tentang atribut, peran, dan karakteristik yang dianggap khas atau "maskulin" dalam masyarakat. Ini melibatkan pandangan tentang kejantanan, kekuatan fisik, otoritas, dan ciri-ciri sosial yang tradisionalnya diidentifikasi dengan laki-laki. Femitas: Merujuk pada konstruksi sosial dan budaya tentang atribut, peran, dan karakteristik yang dianggap khas atau "feminin" dalam masyarakat. Ini melibatkan pandangan tentang kelembutan, ketergantungan, perhatian pada hubungan, dan ciri-ciri sosial yang tradisionalnya diidentifikasi dengan perempuan

Dalam meneliti representasi maskulinitas perempuan dalam *game* Forspoken, peneliti menggunakan metode semiotika milik Roland Barthes. Barthes (1967) menyebutkan adanya 3 poin dalam semiotika yaitu tanda denotasi dan konotasi, dan mitos. Penulis akan mencari 3 poin itu dalam semua *cutscenes* dalam *game* Forspoken yang telah di unggah oleh Gamer's Little Playground.