



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 1b, Januari 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 1b, Januari 2025

Pages : 1778–1788

Representasi Ancaman Maskulinitas pada Poster *Toxic Masculinity*
Karya Crysanda Faza Kinanti Tinjauan Semiotika Peirce

Novy Hidayanti. H, Fahira Raihani Ananda, Nabila Abd Kadir, Andi
Sahtiani Jährir

Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas
Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1b.2754>

How to Cite this Article

APA : Hidayanti. H, N., Raihani Ananda, F. ., Nabila Abd Kadir, & Sahtiani Jährir, A. . (2024). Representasi Ancaman Maskulinitas pada Poster Toxic Masculinity Karya Crysanda Faza Kinanti Tinjauan Semiotika Peirce. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(1b), 1778 - 1788. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1b.2754>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Representasi Ancaman Maskulinitas pada Poster *Toxic Masculinity* Karya Crysanda Faza Kinanti Tinjauan Semiotika Peirce

Novy Hidayanti. H ¹, Fahira Raihani Ananda², Nabila Abd Kadir ³, Andi Sahtiani Jahrir ⁴

Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Makassar, Makassar,
Indonesia ^{1,2,3,4}

*Email Korespondensi: novyhidayanti21@gmail.com

Diterima: 26-12-2024

| Disetujui: 27-12-2024

| Diterbitkan: 28-12-2024

ABSTRACT

This study aims to describe the representation of masculinity threats in the toxic masculinity poster posted on the Clapeymedia website, created by Crysanda Faza Kinanti, using Charles Sanders Peirce's semiotic approach. The research will employ a qualitative descriptive method. The analysis of the research object will utilize the Trichotomy concept of Charles Sanders Peirce's semiotics, which includes Representamen, Object, and Interpretant. The results of this study reveal that the meaning of Kinanti's toxic masculinity poster encompasses Representamen, including sinsign and qualisign; Object, which involves Icon, Index, and Symbol; and finally, Interpretant, which includes Rheme and Argument. This poster illustrates toxic masculinity through elements such as color use, visuals, and the sentences employed, representing the experiences of men who have long been victims of traditional masculinity standards.

Keywords: Representation; Toxic masculinity; Semiotics; Peirce

ABSTRAK

Penelitian ini akan mendeskripsikan representasi ancaman maskulinitas pada poster *toxic masculinity* yang diposting dalam situs Clapeymedia karya Crysanda Faza Kinanti dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Analisis pada objek penelitian akan menggunakan konsep Tritomi dari semiotika Charles Sanders Peirce yakni meliputi *Representamen*, *Object* dan *Interpretant*. Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan jika Makna dari poster *Toxic Masculinity* karya Kinanti ditemukan *Representamen* yang mencakup *signsing* dan *Qualisign*, kemudian *Object* mencakup *Ikona*, *Indeks*, *Simbol* dan terakhir *Interpretant* yang mencakup *Rheme* dan *Argument*, poster ini merupakan gambaran dari maskulinitas beracun mulai dari penggunaan warna, visual, kalimat yang digunakan merupakan representasi yang dialami oleh laki-laki yang menjadi korban standar maskulinitas tradisional sejak lama.

Katakunci: Representasi; Maskulinitas Beracun; Semiotika; Pierce

PENDAHULUAN

Media telah menjadi sumber penyampaian informasi yang kemudian diterima oleh masyarakat, media tersebut dirancang sedemikian rupa dan dalam berbagai bentuk dan menarik salah satunya adalah media grafis. Selain menyampaikan informasi kepada masyarakat Media grafis juga berfungsi untuk menyampaikan fakta, ide, dan gagasan. Oleh karena itu media grafis juga memberikan pesan yang tidak hanya bisa dilihat melalui mata secara langsung tetapi juga bisa ditelusuri lebih dalam makna yang terkandung melalui tulisan yang ada, gambar yang terpampang secara visual, warna yang digunakan serta simbol yang terkandung. Terdapat berbagai macam yang termasuk media grafis salah satunya ialah poster.

Poster telah menjadi penyampaian informasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, seringkali pesan yang tampak dalam poster terkandung pada warna dan gambar yang ada. Gökaşan & Cyprus (2017: 47) menyatakan jika Secara umum poster dapat didefinisikan sebagai plakat gambar yang disiapkan untuk mengumumkan atau mempublikasikan sesuatu yang ditempel di tempat yang dapat dilihat orang dengan mudah, oleh karena itu media ini juga dianggap sebagai media yang paling sesuai dalam mengiklankan sesuatu atau memberikan beberapa informasi kepada publik (Scannell, 1998). Dalam poster tidak membutuhkan terlalu banyak kalimat karena efek visual yang ditampilkan melalui warna, grafis dan kata-kata singkat telah mempresentasikan makna yang akan disampaikan (Yunita, 2024: 123). Poster tidak harus ditampilkan dengan ditempel pada madding atau suatu tempat agar dapat dilihat secara umum, tetapi juga bisa melalui sosial media sebab diketahui jika sosial media telah menjadi sumber informasi yang paling cepat diterima oleh masyarakat dan telah menjadi saluran komunikasi massa berbasis Internet yang memfasilitasi persepsi interaksi di antara pengguna, memperoleh nilai terutama dari konten yang dibuat oleh pengguna (Carr & Hayes, 2015: 8). Artist dapat membuat poster menggunakan gambar yang bermakna untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat, dengan visual, termasuk teks, gambar, warna, tekstur menjadi penting dalam desain poster karena integrasi tanda atau elemen simbolis tersebut memungkinkan desainer untuk menggunakan poster sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan menginformasikan, memberikan himbauan, memperingati hari tertentu. (Moayeri & Ahmadpanah, 2024: 88)

Memahami secara mendalam pesan yang terkandung dalam poster dapat membantu masyarakat lebih memahami secara kompleks tanda-tanda serta simbol yang divisualisasikan melalui poster. Dapat dicatat di sini, poster umumnya menyertakan pesan verbal dan non verbal. Dalam poster kata-kata, klausa, kalimat panjang tidak terlihat, melainkan Tanda, warna, simbol yang sering terlihat di poster (Guzel, 2023: 1368). Selain itu gambar-gambar yang ada dalam poster dapat menggantikan fungsi teks untuk menjelaskan pesan yang diinformasikan, hal ini sejalan dengan Moayeri & Ahmadpanah karena tanda dapat digunakan untuk melambangkan sesuatu, desain tanda dikenal sebagai metode komunikasi visual atau gambar memungkinkan audiens untuk menghubungkan imajinasi mereka dengan konten gambar (2024: 88). Para audiens atau masyarakat yang menganalisis makna dalam poster memiliki interpretasi yang berbeda meskipun makna yang diperoleh sama, Misalnya ketika kita melihat visualisasi gambar bunga mawar orang-orang akan memiliki perspektif yang berbeda-beda sebagian orang-orang mungkin hanya menganggap jika itu hanya gambar bunga yang indah, sebagian orang lagi akan menganggapnya sebagai tanda cinta atau kasih sayang, dan ada yang mungkin beranggapan berbeda, singkatnya interpretasi makna akan bersifat subjektif (Hamburg, 1956). Selain itu tidak semua orang mampu mengerti secara mendalam terhadap poster yang dilihat sedalam pembuatnya, sebab orang-orang awam mungkin hanya sebatas memperhatikan *highlight* dari *tagline*, sehingga mencari makna melalui warna, gambar hingga font yang

digunakan jarang untuk diperhatikan, oleh karena itu semiotika digunakan untuk mengetahui secara keseluruhan makna yang terkandung didalam simbol yang ada dalam poster tersebut. Simbol adalah komponen yang digunakan Artist untuk memberikan pemahaman mendalam kepada targetnya yaitu audiens dengan menggunakan gambar-gambar, kata, warna yang ada didalam poster sebagai representasi dari sesuatu yang abstrak atau pesan yang mendalam. Simbol-simbol yang terkandung dalam visualisasi poster dapat dianalisis melalui semiotika, Semiotik berasal dari bahasa Yunani *semesion*, yang bisa diartikan sebagai tanda, *semainon* yang berarti *Signifier* atau penanda dan *semainomenon* yang berarti *Signified* atau petanda. Secara umum semiotika adalah studi tentang tanda-tanda, jika secara epistemologi mengenai sistem keberadaan atau aktualitas tanda dalam kehidupan masyarakat (Yakin & Totu, 2014: 4). Sebagai ilmu interdisipliner, semiotika berakar pada linguistik dan memberikan perhatian khusus pada masalah komunikasi dan signifikasi yang muncul dalam sistem semiotika yang berbeda. Meskipun pemikiran semiotika berasal dari Yunani kuno, apa yang sekarang diketahui oleh orang-orang sebagai semiotika berasal dari pandangan ahli bahasa Swiss yaitu Ferdinand de Saussure dan karya-karya ahli logika Amerika Charles Sanders Peirce (Belgrine 2021: 2). Sistem tanda dan penanda pertama kali dikenalkan oleh Saussure, Menurut Saussure, penanda dan penanda adalah istilah penting untuk semiologi (Saussure, 2011). *Signifier* berfokus pada suara dan objek sedangkan *signified* berfokus pada konsep objek. semiotika berkaitan dengan segala sesuatu yang dapat dianggap sebagai tanda. Tanda adalah segala sesuatu yang dapat dianggap sebagai pengganti yang lain secara signifikan (Eco, 1979: 7). Poster memiliki banyak jenis dan disesuaikan berdasarkan tujuan yang akan menyajikan motivasi, himbauan, edukasi dan lain sebagainya untuk audiensnya. Salah satu poster menarik yang akan diteliti dalam tulisan ini adalah poster tentang maskulinitas beracun dari Clapeyronmedia karya Crysanda Faza Kinanti. Pada saat ini telah banyak masyarakat yang mengangkat isu-isu mengenai kesetaraan gender, sebab tidak hanya perempuan yang harus menyuarkan hak mereka tetapi para laki-laki juga harus mendapatkan hak mereka. Sejak dulu masyarakat telah membangun sistem patriarki bahkan hingga sekarang patriarki masih tetap digunakan oleh masyarakat dimana laki-laki yang akan diutamakan dibandingkan perempuan, dulu laki-laki ideal akan dipandang jika memiliki benggol dan bonggol (uang dan kejantanan) sedangkan perempuan hanya diposisikan sebagai pemilik dari laki-laki yang sejajar dengan kukilo (Binatang peliharaan) dan pusoko (kesaktian), oleh karena itu penguasaan lelaki terhadap perempuan akan dianggap sebagai simbol kejantanan bagi lelaki (Hanani dalam Hermawan & Hidayah, 2023: 172). Tetapi justru stereotype seperti inilah yang bukan hanya kaum hawa tetapi juga membuat para kaum adam menjadi kesulitan hingga menjadi maskulinitas beracun (*Toxic Masculinity*) yang membentuk laki-laki harus menjadi sosok yang mendominasi, superior, agresif dan kuat, sejak kecil mereka didoktrin pemikiran jika laki-laki harus lebih kuat dibandingkan perempuan, karena laki-laki harus bertugas melindungi perempuan. Lebih mirisnya lagi pola pikir seperti ini dibentuk oleh orang tua mereka sendiri, menurut Wandi (2015: 249) bahwa dalam perjalanan hidup sebagai laki-laki harus bertindak sesuai alur “kelaki-lakian” dan sesuai kodratnya sebagai seorang laki-laki. Sehingga seringkali terlontarkan kata-kata pada anak laki-laki seperti “anak laki-laki kok nangis?”, “laki-laki itu harus kuat jangan cengeng”, “anak laki-laki tidak boleh lemah” dan masih banyak lagi, kata-kata ini memang terdengar sederhana tetapi ini justru akan membuat laki-laki terpaksa membatasi dirinya, mereka akan cenderung menyembunyikan rasa sakit dan sedih mereka, laki-laki harus sukses secara finansial jika tidak mereka tidak akan bisa menikah dengan gadis pujaan, mereka juga tidak seharusnya melakukan hal-hal yang berkaitan dengan wanita seperti melakukan perawatan diri menggunakan skincare, memasak, dan banyak lagi, sehingga standar tersebut banyak melahirkan laki-laki

menjadi sosok yang gengsi. Bahkan jika laki-laki sedikit saja menampilkan sosok yang lemah tidak sedikit mereka akan menjadi korban kekerasan, dalam studi kuantitatif Barometer kesetaraan gender yang dilakukan oleh 2020 jumlah responden dan dilaksanakan INFID dengan bekerja sama (IJRS) dan Lembaga Demografi Universitas Indonesia (LD UI) pada tahun 2020 terdapat korban kekerasan seksual yang tidak hanya dialami oleh perempuan, tetapi juga dialami oleh laki-laki, sedang mayoritas responden 57,3 persen pernah mengalami kekerasan seksual, namun tidak melaporkan kasusnya dengan alasan takut (33,5%) dan tidak tahu harus melapor kemana (23,5%). Adapun beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat masalah penelitian serupa dengan menggunakan teori semiotika pierce dilakukan oleh Pratiwi Heppy Atma, dkk (2017) *Representasi Kesetaraan Gender Pada Iklan Tinjauan Semiotika Citra Laki-Laki Dalam Keluarga Pada Iklan Televisi* penelitian ini mengkaji iklan televisi yang menampilkan peran domestik laki-laki sebagai sumber data penelitian. Masalah yang diangkat adalah bagaimana iklan televisi mencerminkan peran laki-laki dalam peran domestik yang biasanya diasosiasikan dengan perempuan. Hasil Penelitian terhadap 14 iklan menghasilkan temuan bahwa laki-laki dapat menjalankan berbagai peran domestik tanpa kehilangan citra maskulinitas, fleksibel, serta menantang stereotip tradisional, dan mencerminkan kesetaraan gender. Kemudian penelitian yang juga membahas maskulinitas dilakukan oleh Dudi (2023) *Maskulinitas dalam Iklan pembersih Wajah Laki-laki Analisis Semiotika Charles S. Pierce pada iklan garnier Men Joe Taslim*, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi maskulinitas dalam iklan Garnier Men yang dibintangi oleh Joe Taslim. Penelitian ini menemukan bahwa iklan Garnier Men's Turbo Light Oil Control berhasil mengubah paradigma maskulinitas tradisional yang identik dengan tubuh kekar, wajah dengan bulu lebat, dan penampilan kasar menjadi maskulinitas modern yang lebih peduli pada perawatan diri, dengan wajah mulus dan bersih. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rahma (2024) *Analisis Semiotika Charles S. Peirce Pada Poster Streetharassment Karya Shirley* Fokus penelitian adalah memahami representasi, objek, dan interpretasi dalam poster tersebut, guna mengungkap pesan moral dan edukasi yang ingin disampaikan terkait pelecehan seksual di ruang publik. Hasil Penelitian Poster Shirley menampilkan pesan untuk mengedukasi masyarakat tentang bentuk-bentuk pelecehan seksual yang sering terjadi di ruang publik. Pesan-pesan visual dan verbal dalam poster menunjukkan bahwa tindakan pelecehan tidak boleh dianggap wajar atau normal, tetapi merupakan pelanggaran yang bisa dihukum secara hukum.

Pada poster karya Crysanda Faza Kinanti terdapat gambar seorang laki-laki yang memakai baju pink dengan beberapa kata-kata didalamnya, kata-kata singkat tersebut mengandung ancaman maskulinitas bagi kau adam, tetapi juga gambar tersebut dapat menyebabkan tafsiran yang berbeda dan menghadirkan beberapa spekulasi. Untuk itu peneliti akan mengamati dengan cermat untuk mengetahui secara keseluruhan makna yang terkandung, seperti penggunaan warna, font, dan gambar visual yang ditampilkan pada poster, dengan menggunakan pendekatan teori semiotika Charles Sanders Pierce. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi para mahasiswa Desain komunikasi visual yang kerat kaitannya dengan pembuatan poster.

Dalam sistem tanda Pierce tanda adalah sesuatu yang memiliki hubungan tertentu yang jelas dengan dua hal lainnya yaitu pada objek dan interpretannya, artinya tanda tidak berdiri sendiri tetapi akan selalu berhubungan dengan objek yang diwakilinya disertai dengan interpretasi yang muncul dalam pikiran (Peirce, 1996: 23), dalam pendekatan semiotika, pierce membagi konsepnya menjadi system trikotomi atau juga disebut dengan semiosis triadic yang mencakup *Representament*, *objek* dan *Interpretant*. Pierce (1991) menyatakan jika tanda atau *Representament* adalah hal pertama yang berdiri dalam system trikotomi,

kemudian dilanjutkan dengan *object* untuk menginstruksikan hal ketiga dikenal sebagai interpretasi atau *Interpretant*. *Representament* adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk mewakili sesuatu seperti manusia, objek ataupun ide dalam suatu konteks tertentu. *Object* adalah apapun yang diwakili oleh tanda atau *Representament* yang harus mewakili *object*. Terakhir ada *Interpretant* merupakan istilah yang merujuk pada makna dari sebuah tanda, hal ini juga berhubungan dengan interpretasi orang pada tanda tersebut (Wicaksono & Heriyati, 2023: 168).

Representament (Sign) dikategorikan menjadi tiga bagian yang meliputi:

- Sinsign*, adalah tanda yang berdasarkan bentuk atau objek yang sesuai dengan kenyataan, contoh: Suara teriakan, bias berarti girang atau kesakitan
- Legisign*, adalah tanda yang berdasarkan pada aturan yang berlaku umum secara konvensi atau suatu kode, misalnya pada rambu-rambu lalu lintas
- Qualisign*, adalah tanda yang berdasarkan sifatnya, misalnya warna merah dapat digunakan untuk cinta, warna kuning untuk tanda bahaya, ataupun merah muda yang dapat ditujukan sebagai bentuk kecantikan.

Object dikategorikan menjadi tiga bagian, meliputi:

- Ikon, Merupakan tanda yang mewakili atau memiliki kesamaan dan ciri-ciri yang serupa dengan sesuatu yang dimaksud, singkatnya tanda dirancang untuk mempresentasikan sumber acuan melalui persamaan, contoh pada peta dunia yang mempresentasikan dunia
- Indeks*, merupakan tanda yang bersifat tergantung pada keberadaan petanda dan bersifat sebab akibat, misalnya pada asap sebagai tanda keberadaan api.
- Symbol*, yakni tanda yang ditentukan berdasarkan kesepakatan Bersama atau berlaku umum sehingga bersifat abitrer dan konvensional, contoh bunga mawar sebagai simbol dari cinta atau kasih sayang.

Interpretant diklasifikasikan menjadi tiga yang meliputi:

- Rheme*, Merupakan tanda yang dapat dikembangkan lagi maknanya karena memungkinkan untuk ditafsirkan dalam pemaknaan yang berbeda-beda, misalnya pada orang yang mengerutkan alis, bias jadi sedang heran, bingung, kesal atau bias juga sedang berkonsentrasi.
- Dicisign*, Adalah tanda yang *Interpretant*-nya terdapat hubungan yang sesuai dengan fakta atau kenyataan, misalnya terdapat jalan yang seringkali terjadi kecelakaan, oleh karena itu dipasang rambu “hati-hati rawan kecelakaan.”
- Argument*, Merupakan tanda yang sifat *Interpretantnya* berlaku umum atau tanda yang berisi alasan mengenai suatu hal. Misalnya pada tanda larangan dilarang merokok di pom bensin, karena tempat pengisian bahan bakar merupakan tempat yang rawan terbakar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada analisis deskriptif dengan tujuan untuk memahami representasi ancaman maskulinitas pada poster Toxic Masculinity karya Crysanda Faza Kinanti. Menurut Gunawan (2013:88) penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak dimulai dari teori yang telah dipersiapkan sebelumnya, tetapi dimulai dari memahami objek dan hubungannya dengan lingkungan sehari-hari. Untuk menganalisis objek utama peneliti akan menggunakan

Pendekatan Semiotika Peirce yang berfokus pada konsep Tritomi yaitu *Representament*, *Object* dan *Interpretant*. Masing-masing dari konsep Tritomi tersebut memiliki peran dalam membentuk persepsi dan pemahaman makna. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak, dengan mengamati elemen-elemen visual dan tekstual yang ada pada poster untuk memahami pesan yang terkandung di dalamnya. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tanda-tanda yang muncul dalam poster dan menafsirkan maknanya melalui pendekatan semiotika, dengan mengaitkan hasil temuan dengan konstruksi sosial maskulinitas. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana representasi ancaman terhadap maskulinitas diartikulasikan dalam bentuk visual, dan bagaimana hal ini mencerminkan dinamika sosial terkait gender dalam masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Poster “Maskulinitas Beracun, Glorifikasi atau Represi kau adam? karya Kinanti yang diposting di situs Clapeyronmedia pada tahun 2021, poster ini memberikan informasi pada audiens mengenai maskulinitas beracun yang memiliki dampak buruk bagi laki-laki yang dianggap tidak memenuhi standar dari maskulinitas tradisional yang selama ini dipegang oleh masyarakat sejak dulu, akibatnya banyak laki-laki yang terkena dampak hingga pada kesehatan mental dan rentan terkena stress.



Gambar 1. Poster Makulinitas beracun
(Sumber: <https://www.clapeyronmedia.com/blog/2021>)

Pada poster di atas menampilkan *Toxic masculinity* atau maskulinitas beracun yang sering kali terjadi di masyarakat, terdapat *headline* dari poster yang dapat dilihat dengan kalimat “Maskulinitas beracun, Glorifikasi atau Represi kaum adam?, kata Glorifikasi diartikan melebihi-lebihkan sesuatu hingga berkesan sempurna, Represi bisa diartikan penindasan emosi,”. Poster tersebut menggunakan latar belakang ungu dengan gambar seorang laki-laki berambut pink, laki-laki tersebut didesain setengah badan dan hanya menampilkan wajah sisi kiri, gaya rambut undercut, mengenakan baju kerah berwarna pink dengan kalung mutiara kecil melingkari kerahnya. Dalam gambar ekspresi yang dibawakan oleh laki-laki tersebut

cemberut dan tidak senang, di atas kepala laki-laki tersebut ada kalimat yang dimasukkan dengan font *Capitalize Each Word* “Maskulinitas Beracun, Glorifikasi atau Represi Kaum Adam?, kemudian di samping kiri dan kanan gambar terdapat tiga balon dialog berisi kalimat-kalimat “laki-laki kok nangis?, “Mulus Banget Skincarean ya?”, “Kok bajunya warna pink?”. Kinanti memberikan gambaran mengenai Kalimat-kalimat yang seringkali dilontarkan pada laki-laki yang tidak sesuai dengan kodrat yang para masyarakat inginkan, kalimat-kalimat tersebut bahkan seringkali diucapkan dengan maksud bercandaan tetapi hal itu sama saja dengan kalimat sindiran dan hinaan yang tidak seharusnya dilakukan.

Tritomi semiotika Sanders Charles Pierce (1991) mencakup *Representament*, *Object*, Dan *Interpretant*. *Representament* yaitu tanda yang dapat diterima secara langsung oleh panca indra, *Object* yaitu merujuk pada materi atau imajiner yang diwakili oleh representament, terakhir *Interpretant* yaitu bentuk pemaknaan dari hubungan antara *Representament* dan *Object*.

Tabel 1. Representament Pada Poster Makulinitas Beracun Karya Crysanda Faza Kinanti

Tanda	Representament
Sinsign	a. Dialog percakapan yang menampilkan komentar sindiran terhadap laki-laki yang ada didalam gambar b. Ekpresi laki-laki yang tidak tersenyum seperti cemberut diartikan sebagai ekspresi tidak senang. c. Figur laki-laki dengan rambut undercut berwarna pink yang menggunakan baju berkerah pink dengan kalung mutiara kecil melingkari kerah leher, yang tidak sesuai dengan kodrat maskulinitas dalam masyarakat
Qualisign	a. Warna ungu yang digunakan pada background termasuk dalam jenis warna-warna dingin, warna ungu termasuk dalam warna langka bisa disangkut pautkan dengan laki-laki yang hanya sebagian dapat terlepas dari kodrat maskulinitas, Tetapi warna ungu juga dapat diartikan sebagai mood depresi. b. Warna Pink atau merah muda yang digunakan pada rambut dan pakaian dengan hiasan garis-garis kecil putih, yang berarti feminim, lembut, kekanakan.

Tabel 2. Object Pada Poster Maskulinitas Beracun Karya Crysanda Faza Kinanti

Tanda	Object
Ikon	a. Gambar laki-laki di atas dada dengan wajah yang terlihat dari samping.
Indeks	a. Kalimat dalam balon dialog yang seringkali dilontarkan dalam dunia nyata pada laki-laki yang tidak sesuai kodrat maskulinitas b. Pakaian dengan warna feminim yang dikenakan oleh laki-laki dalam poster menjadi sasaran empuk kritikan dari masyarakat.

Simbol	a. Gambar laki-laki dengan rambut undercut berwarna pink dan pakaian pink menyimbolkan lelaki feminim yang tidak sesuai dengan standar “laki-laki” bagi masyarakat b. Dialog dalam balon kata menyimbolkan kritikan
--------	---

Tabel 3. Interpretan Pada Poster Maskulinitas Beracun Karya Crysanda Faza Kinanti

Tanda	Interpretan
Rheme	a. Tampilan samping wajah dengan mata sendu yang menandakan sedih. b. Kalung mutiara kecil berwarna putih yang digunakan menandakan kecantikan, keanggunan, dan lembut
Argument	Gaya feminim yang digunakan oleh laki-laki pada poster tersebut dapat menjadi objek yang memicu lontaran kritikan dan sindiran yang dapat mengakibatkan <i>Bullying</i>

Dari uraian diatas dapat ditemukan Representament yang mencakup *Sinsign* dan *Qualisgn* dalam poster. *Sinsign* adalah tanda yang berdasarkan bentuk atau rupa di kenyataan (Pierce 1991), *sinsign* dari poster tersebut menampilkan ekspresi laki-laki yang tidak tersenyum dan bisa diartikan sebagai tanda tidak senang atau tidak nyaman, kemudian figure laki-laki yang ditampilkan mengenakan pakaian kerah berwarna pink, dan tidak hanya pakaian rambut laki-laki tersebut juga berwarna pink. pada umumnya orang-orang selalu mengaitkan warna pink dengan perempuan menandakan laki-laki lemah dan lembut tidak sesuai dengan kodrat maskulinitas tradisional masyarakat saat ini yang seharusnya laki-laki harus selalu dominan, sementara sifat-sifat yang lembut atau pasif dianggap akan dianggap sebagai kelemahan atau ketidakmampuan (Courtenay, 2000). *Qualisign* adalah tanda yang diperoleh berdasarkan sifatnya, dalam poster tersebut terdapat warna ungu dan pink yang mendominasi dengan warna ungu yang pada zaman dahulu menjadi warna yang langka ini bisa dikaitkan dengan sedikitnya para laki-laki yang bisa terlepas dari kodrat “Maskulinitas Tradisional” seperti laki-laki feminim, lemah, tidak malu menggunakan skincare, tetapi penggunaan warna ungu bisa juga dikaitkan dengan mood depresi yang bisa dikaitkan dengan ekspresi laki-laki dalam poster yang tidak nyaman, dampak maskulinitas beracun membuat dampak negative terhadap laki-laki yang bisa memengaruhi mental mereka ditambah perasaan (emotion) yang sekiranya bersifat feminim memberikan tekanan terhadap laki-laki (Yudishitira, 2017). Kemudian warna pink yang ada pada pakaian dan rambut pada gambar laki-laki tersebut memberikan arti feminim, kecantikan, lembut, kasih sayang, menurut Fuady pandangan terhadap warna pink disebabkan oleh aspek budaya patriarki yang menempatkan gender feminim pada posisi dengan sifat yang lemah atau pasif (2017: 98). Kemudian Objek yang ditemukan dalam poster ini mencakup ikon, indeks dan simbol.

Ikon menurut pierce (1991) adalah tanda yang memiliki kesamaan dengan objek yang dimaksud, tanda tersebut dirancang untuk mempresentasikan objek melalui simulasi atau persamaan, dalam poster tersebut terdapat ikon figure laki-laki dengan model rambut undercut yang digambar sebahu dengan pose wajah dari samping memperlihatkan hidung yang mancung layaknya figure laki-laki di kenyataan. *Indeks* yakni tanda yang bersifat tergantung pada makna sebenarnya, indeks juga biasanya dikaitkan petunjuk adanya peristiwa atau fenomena, bisa ditunjukkan pada tiga balon dialog dengan kalimat berbeda-beda yang sering diucapkan dalam masyarakat sebagai sindiran yang menyebabkan kritik terhadap laki-laki yang

tidak sesuai dengan standar maskulinitas. Simbol merupakan suatu tanda yang ditentukan dan disetujui oleh kesepakatan bersama sehingga bersifat arbitrer dan konvensional. Gambar laki-laki yang mengenakan kalung mutiara dan pakaian dominan pink menyimbolkan laki-laki feminim di mata masyarakat, kalimat-kalimat yang dilontarkan pada balon dialog bisa berkesan candaan dan sindiran. Terakhir berdasarkan interpretasi yang dapat ditemukan dalam poster ini ada dua yaitu *Rheme* dan *Argument*

Rheme adalah tanda yang penafsirannya masih bisa dikembangkan karena memungkinkan untuk ditafsir dalam pemaknaan yang berbeda-beda, dalam poster tersebut Tampilan wajah menyamping yang hanya memperlihatkan sisi kiri mata dengan kelopak mata hampir menutup bisa diartikan dengan sendu atau perasaan sedih yang tidak menyenangkan. Kemudian *Argument* adalah tanda yang berisi alasan tentang sesuatu hal terkait dengan objek yang dimaksud, gaya feminim yang digunakan oleh laki-laki pada poster tersebut yang dimulai dari warna rambut sampai gaya pakaian yang dikenakan dapat menjadi objek yang memicu lontaran kritikan dan sindiran yang dapat mengakibatkan *Bullying* hanya karena mereka berbeda standar dengan “laki-laki” yang ada dalam pikiran masyarakat.

Patriarki menjadi penyebab mengapa harus diberlakukan kesetaraan gender, sebab tidak hanya harus perempuan yang harus menyuarkan hak-hak mereka untuk setara, tetapi laki-laki juga berhak menyuarkan hak-hak mereka sebagai layaknya manusia, itu karena laki-laki selalu ditekan dalam hak-hak yang bersifat emosional mereka didoktrin sejak kecil untuk selalu menjadi kuat mereka dilarang untuk mengeluarkan emosi lemah mereka sehingga membuat laki-laki menjadi gengsi dan depresi, bahkan ketika mereka sedang sedih pun mereka tidak akan bisa mengungkapkannya dan pada akhirnya menyimpannya sendiri. Manusia tidak seharusnya dibatasi oleh pemikiran masyarakat tradisional, selagi masih dalam tahap normal dan tidak merugikan kesetaraan gender diperlukan agar para perempuan dan laki-laki mendapatkan hak mereka dan tidak lagi memiliki Batasan.

KESIMPULAN

Poster *Toxic Masculinity* karya kinanti mengangkat isu sosial yang lebih luas tentang bagaimana norma maskulinitas berkontribusi pada ketidaksetaraan dan konflik gender dalam masyarakat. Secara keseluruhan, poster ini menunjukkan bahwa seni visual dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan kritik sosial dan membangun kesadaran publik tentang isu-isu gender. Dengan menggunakan Trikotomi semiotika pierce dapat disimpulkan jika penggunaan warna yang digunakan menggambarkan sosok pria yang ada dalam poster tersebut, dalam poster ini objek yang paling menonjol adalah seorang pria yang tampak menggunakan pakaian dan rambut berwarna merah muda yang bagi masyarakat standar maskulinitas tradisional tidak seharusnya warna feminim seperti pink digunakan oleh laki-laki. Beberapa kalimat yang terlontarkan dalam balon kata merupakan kalimat yang seringkali dilontarkan meski itu dalam candaan yang disengaja atau tidak sengaja tetapi kata-kata tersebut masuk dalam kategori sindiran dan kritikan terhadap orang lain. *Representment* yang ditemukan meliputi sigsing dan *Qualising* dengan obyek yang dapat dianalisis dengan lengkap, dan terakhir *Interpretant* yang hanya ditemukan *Rheme* dan *Argument*. *Representment* menunjukkan tanda-tanda yang mewakili bentuk atau representasi dari maskulinitas beracun yang kerap kali terjadi pada laki-laki, dengan objek laki-laki yang menggunakan pakaian merah muda dengan kalung mutiara kecil yang dapat menjadi sasaran kritikan dari masyarakat, kemudian Interpretasi dari poster tersebut menunjukkan sindiran yang dilakukan pada laki-laki yang tidak sesuai dengan maskulinitas tradisional menyebabkan ketimpangan gender di masyarakat,

membuat para laki-laki cenderung menekan sifat dan perilakunya sehingga tidak dapat leluasa mengungkapkan perasaannya, laki-laki di usia muda yang terdoktrin maskulinitas beracun juga bisa berdampak mengalami depresi dan *anxiety* berkepanjangan. Poster ini dibuat untuk menyampaikan kepada masyarakat akan kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Belgrine, A. (2021). *Animal Symbolism in the Propaganda Posters: A Comparative Multimodal Analysis* (Doctoral dissertation, Mouloud Mammeri University OF Tizi-Ouzou).
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
<https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Courtenay, W. H. (2000). Constructions of masculinity and their influence on men's wellbeing: a theory of gender and health. *Social science & medicine*, 50(10), 1385-1401.
[https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(99\)00390-1](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(99)00390-1)
PMid:10741575
- De Saussure, F. (2011). *Course in general linguistics*. Columbia University Press
- Fuady, M. F. (2017). Pergeseran makna warna pink dari maskulinitas menjadi femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. *Jurnal Desain Interior*, 2(2), 97-110.
<https://doi.org/10.12962/j12345678.v2i2.3546>
- Güzel, S. (2023). Semiotic analysis of Fresh movie poster. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (32), 1367-1373.
<https://doi.org/10.29000/rumelide.1252905>
- Gökaşan, G., & Cyprus, N. (2017). Digital collage, poster design and stephan bundi: the semiotic analysis of theatre posters. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 7(3), 46-64.
<https://doi.org/10.29333/ojcm/2599>
- Hamburg, H.C. (1956). *Symbol and Reality: Studies in the Philosophy of Ernst Cassirer*. Dordrecht: Springer Netherlands.
<https://doi.org/10.1007/978-94-011-9461-7>
- Hermawan, I., & Hidayah, N. (2023). Toxic masculinity dan tantangan kaum lelaki dalam masyarakat Indonesia modern. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(2), 171-182.
<https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i2.60991>
- Hoopes, J. (Ed.). (2014). *Peirce on signs: Writings on semiotic by Charles Sanders Peirce*. UNC Press Books.
- Iman Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, hal. 88.
- Infid, T. P. (2020). *Laporan Studi Kuantitatif Barometer Kesetaraan Gender*. Jakarta: Infid.
- Liszka, J. J. (1996). *A general introduction to the semiotic of Charles Sanders Peirce*. Indiana University Press.
- Moayeri, B., & Ahmadpanah, S. A. (2024). Semiotic Investigation of Visual Components of World Health Organization Educational Posters (Case Study: Coronavirus 2020-2021). *Karafen Journal*, 20(4), 87-109.

- Peirce, C. S. (1991). *Peirce on signs: Writings on semiotic*. UNC Press Books.
- Scannell, P. (1998). *Media language Media Discourse*. Oxford: Blackwell, pp. 251-267
- Umberto Eco. (1979). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press
- Yakin, H. S. M., & Totu, A. (2014). The semiotic perspectives of Peirce and Saussure: A brief comparative study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 4-8.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>
- Yunita, A. R. (2024). Analisis semiotika Charles S. Peirce pada poster street harassment karya Shirley. *VisArt: Jurnal Seni Rupa dan Design*, 2(1), 122-133.
- Yudhistira, D. (2019). *Toxic masculinity dalam globalisasi kontemporer: Studi kasus Toxic Masculinity di Indonesia*. student working paper KSM Iron Fire.
- Wandi, G. (2015). Rekonstruksi maskulinitas: mengungkap peran laki-laki dalam perjuangan kesetaraan gender. *Kafaah: Journal of Gender Studies*, 5(2), 239-255.
<https://doi.org/10.15548/jk.v5i2.110>
- Wicaksono, L. D., & Heriyati, N. (2023). Semiotic Analysis of the Little Mermaid Movie Poster Using Peirce (1996). *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 3(2), 167-174.
<https://doi.org/10.34010/mhd.v3i2.10567>