

# REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN DALAM FILM TELEVISI *CRAZY NOT RICH MENTOG DI WARTEG*

Arni Ernawati<sup>1</sup>, Agus Triyono<sup>2</sup>

Program Studi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jalan Imam Bonjol No. 207, Pendrikan Kidul, Semarang, Jawa Tengah  
Telepon: 081321056971, E-mail : [arniernawati@dsn.dinus.ac.id](mailto:arniernawati@dsn.dinus.ac.id)<sup>1</sup>

## ABSTRACT

*This study aims to examine the representation of women's images in a television film or FTV entitled Crazy Not Rich Mentog in Warteg which aired on SCTV on 27 January 2019. The type of research used is descriptive qualitative research with the approach of communication semiology analysis. The focus of the research is the representation of the image of women which is formed from symbols contained in FTV Crazy Not Rich Mentog in Warteg that airs on SCTV on January 27, 2019. Data analysis technique used in this research is the semiotic analysis method with the Barthes semiotic analysis approach which has two levels of marking, namely denotation and connotation. The results of these studies indicate that women must always appear perfect with an ideal body. A picture of someone who is brave, high class, and so on. A picture of beauty that is shown that the image of a woman in the shampoo advertisement.*

**Keywords :** Imagery, Women, Film

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi citra perempuan dalam film televisi atau FTV berjudul *Crazy Not Rich Mentog* di Warteg yang tayang di SCTV pada tanggal 27 Januari 2019. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisa semiologi komunikasi. Fokus penelitian ini adalah representasi citra perempuan yang terbentuk dari simbol-simbol yang terdapat pada tayangan film televisi SCTV berjudul *Crazy Not Rich Mentog* di Warteg yang tayang di SCTV pada tanggal 27 Januari 2019. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika dengan pendekatan Analisis Semiotika Roland Barthes yang memiliki dua tingkat penandaan, yaitu denotasi dan konotasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perempuan harus selalu tampil sempurna dengan bentuk tubuh yang ideal. Gambaran seorang perempuan yang berani, kelas atas, dan lain sebagainya. Gambaran kecantikan yang ditampilkan bahwa citra perempuan yang terdapat dalam iklan sampo.

**Kata kunci:** Citra, Perempuan, Film.

## PENDAHULUAN

Televisi hadir dengan beragam program-program tayangan yang disesuaikan dengan segmentasi sarasannya. Salah satu program televisi yang mendapat perhatian oleh masyarakat adalah sinetron. Sinetron

menjadi tontonan yang digemari masyarakat. Hampir di setiap *channel* TV menghadirkan sinetron menjadi salah satu programnya. Teknik dramatik mulai ide, alur cerita hingga pengambilan gambar membuat sinetron ditonton. Sinetron atau sinema elektronik

pertama kali dikenalkan oleh Soemardjono, salah satu pendiri Institut Kesenian Jakarta (IKJ) (Najamudin, 2020). Sinetron adalah acara TV yang menceritakan kisah yang terus berlanjut. Berbeda dengan acara lain yang bernama FTV, yang seperti film campur sinetron. Acara FTV berakhir setelah satu episode dan tidak berlanjut di episode lainnya. Mereka dibuat oleh stasiun TV atau perusahaan dan bertahan sekitar 2 hingga 3 jam. Tayangan FTV bisa tentang berbagai hal seperti anak muda, kisah sedih, cinta, atau agama (Anugerah, 2023).

Film pertama yang dibuat untuk televisi berjudul *The Pied Piper of Hamelin*. Itu adalah film musikal yang keluar pada tahun 1957 di Amerika. Tapi saat itu, orang tidak menyebutnya sebagai "film televisi". Setelah itu, banyak film mulai dibuat untuk TV karena orang ingin menontonnya. Awalnya, mereka menyebut film ini sebagai "film yang dibuat untuk televisi", dan istilah tersebut mulai digunakan pada awal 1960-an di Amerika Serikat (Moth, 1876, hlm. 175).

FTV mulai dibuat di Indonesia pada tahun 1995 oleh SCTV. Tontonan FTV saat itu mencoba menjawab kejenuhan penonton terhadap tayangan yang monoton, bersambung dan menjenuhkan. SCTV berdasarkan survey Nielsen menunjukkan bahwa SCTV unggul dalam tontonan. Hal ini salah satunya karena program FTV yang digemari penonton yang ditayangkan pada *prime time* atau jam tayang utama (Permadi, 2015). Film televisi digarap dengan ide cerita ringan, pop, dan menggunakan teknik penceritaan yang menarik. Selain itu juga menggunakan aktris dan aktor yang cantik dan ganteng. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri. Sehingga tontonan FTV digemari

masyarakat. Perempuan sendiri menjadi daya tarik dalam FTV. Ada kriteria cantik, modern, anak muda jaman sekarang menjadi prasyarat aktri FTV. Perempuan menjadi faktor penentu sebuah tontonan diminati oleh penontonnya atau tidak. Dengan menggunakan perempuan cerita FTV diyakini lebih menarik. Perempuan tersebut akan merepresentasikan citra perempuan melalui media televisi. Perempuan dalam film televisi merepresentasikan citra tertentu. Karena perempuan merekonstruksi citra melalui media (Shuffa, 2018, hlm. 7).

Salah satu FTV yang merepresentasikan citra perempuan adalah FTV berjudul *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* yang tayang di SCTV pada tanggal 27 Januari 2019. FTV *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* diproduksi oleh ScreenPlay Production dan ditayangkan di SCTV. FTV ini dibintangi oleh Enzy Storia, Ibnu Jamil, Rizky Billar, dan Raisya Bawazier, bercerita tentang dua perempuan bersaudara anak pengusaha kaya, yang tiba-tiba mendadak jatuh miskin dikarenakan orang tuanya tersangkut kasus korupsi. Dari informasi yang ada, dapat disimpulkan bahwa konstruksi makna dalam FTV *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* yang berkaitan dengan citra perempuan adalah stereotipe gender. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa stereotipe gender dapat muncul dalam FTV tersebut atau dalam media lainnya. Stereotipe gender dapat mempengaruhi pandangan dan persepsi masyarakat terhadap perempuan dan laki-laki, sehingga penting untuk terus memperhatikan dan mengkritisi representasi gender dalam media (Astuti, 2016, hlm. 1-8). Dengan alur cerita dan karakter pemain, FTV ini menjadi salah satu tontonan yang mengkonstruksi citra perempuan melalui media, khususnya program televisi. Melalui penelitian ini,

peneliti ingin mengetahui sejauh mana konstruksi makna untuk menggambarkan representasi citra perempuan. Selain itu, peneliti juga melakukan proses interpretasi atau penafsiran pesan, makna, tanda, dan gambar visual yang ditampilkan film televisi *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* yang tayang di SCTV pada tanggal 27 Januari 2019.

Representasi adalah saat kita menggunakan kata-kata, gambar, atau cerita untuk menunjukkan atau menjelaskan sesuatu kepada orang lain. Hal ini membantu kita mengekspresikan ide, perasaan, dan fakta kita dengan cara yang dapat dipahami orang lain. Kami menggunakan tanda dan gambar yang akrab bagi kami untuk membuat representasi ini. Membuat representasi seperti membangun sesuatu, karena membantu kita menciptakan makna baru dan memahami sesuatu dengan lebih baik. Ini terjadi dengan memberi arti tertentu pada sesuatu atau membuatnya berdiri untuk sesuatu yang lain (Wibowo, 2011, hlm. 124). Masyarakat modern adalah masyarakat tontonan. Menonton menjadi konsumsi sehari-hari, melalui pesan gambar visual, audio, simbol atau tanda-tanda, teks dan lain sebagainya. Penelitian ini selanjutnya akan menjawab bagaimana representasi citra perempuan yang ditunjukkan dalam film televisi atau FTV berjudul *Crazy Not Rich Mentog* di Warteg yang tayang di SCTV pada tanggal 27 Januari 2019.

## METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggambaran perempuan dalam sebuah acara televisi populer berjudul *Crazy Not Rich Mentog in Warteg* yang ditayangkan di SCTV. Menggunakan metodologi kualitatif,

penelitian ini menggunakan observasi partisipan dan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Informasi yang dikumpulkan dari wawasan para peserta dan interaksi mereka yang diamati dengan pertunjukan akan dianalisis dengan cermat, berdasarkan kerangka teoretis sosiologi komunikasi.

Penelitian ini menggunakan cara memandang sesuatu yang disebut dengan metode analisis Barthes. Ini membantu kita memahami berbagai arti yang dapat dimiliki berbagai hal. Langkah pertama adalah melihat hubungan antara penanda atau simbol dan apa yang diwakilinya. Ini disebut denotasi dan ini adalah makna yang paling langsung serta nyata. Langkah kedua adalah melihat makna atau perasaan yang lebih dalam yang dapat diwakili oleh sesuatu. Ini disebut konotasi dan bisa berbeda untuk orang yang berbeda. Jadi, denotasi adalah apa yang sebenarnya direpresentasikan oleh sesuatu, sedangkan konotasi adalah bagaimana kita membicarakannya dan apa artinya bagi kita (Wibowo, 2011, hlm. 17).

Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda. Tanda adalah hal-hal yang membantu kita memahami dunia di sekitar kita, seperti gambar atau simbol. Orang menggunakan semiotika untuk mengomunikasikan pesan melalui gambar dan visual, terutama dalam bidang seperti desain komunikasi visual. Semiotika penting karena membantu kita memahami tanda dan pesan yang disampaikan oleh gambar (Rinjani, 2019, hlm. 35-42).

Kajian ini menggunakan metodologi kualitatif yang disempurnakan, khususnya analisis semiotika, untuk mengkaji secara mendalam penggambaran citra perempuan dalam ranah FTV SCTV. Dalam teori semiotika,

tanda-tanda dalam media seperti gambar, kata-kata, dan suara dianggap sebagai bentuk komunikasi yang dapat diinterpretasikan oleh penonton. Teori semiotika mempelajari bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan dan makna dalam media.

Penelitian menunjukkan bahwa makna sebuah tanda bukanlah sesuatu yang kita ketahui sejak lahir atau sesuatu yang tidak pernah berubah. Sebaliknya, itu dibuat oleh sekelompok orang yang menggunakan sistem tanda khusus. Hal ini menunjukkan bahwa makna tentang citra perempuan dalam FTV *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* dapat berbeda-beda tergantung pada konteks dan interpretasi penonton.

Dari informasi yang ada, dapat disimpulkan bahwa konstruksi makna dalam FTV *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* yang berkaitan dengan citra perempuan belum secara khusus dibahas dalam beberapa penelitian. Namun, teori semiotika dapat digunakan untuk menganalisis tanda-tanda dalam media dan memahami bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan dan makna dalam media.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan yang canggih dan berwawasan yang dikenal sebagai penelitian kualitatif deskriptif dengan perspektif analisis semiologi komunikasi. Data yang dikumpulkan terdiri atas kata-kata bermakna dan representasi visual, yang lebih penting daripada mewakili data numerik. Untuk memastikan relevansi dan keakuratan temuan penelitian, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel purposive, dengan hati-hati memilih individu

atau objek yang memiliki informasi yang diperlukan untuk penelitian. Fokus penelitian sengaja dipersempit untuk berkonsentrasi pada aspek-aspek penting, memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam dari materi pelajaran. Dengan mengikuti pendekatan yang ditargetkan ini, para peneliti bertujuan untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif dan terfokus yang menggali secara mendalam maksud penelitian mereka. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka fokus penelitian ini meliputi:

1. Membuat gambar atau representasi dari seorang gadis atau wanita.

Media memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi dan pandangan masyarakat terhadap perempuan, termasuk dalam industri tambang emas Perempuan tampaknya menjadi fokus dalam objek yang digambar (Warhani, 2016, hlm. 338). Representasi citra perempuan dalam media dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap perempuan dan mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang perempuan (Pandanwangi, 2017, hlm. 117).

2. Simbol atau tanda

Sebuah simbol atau tanda seperti gambar atau objek yang mewakili sebuah ide, benda, atau seberapa banyak sesuatu yang ada. Peneliti juga melihat warna yang digunakan dalam gambar untuk memahami apa yang diwakilinya.

3. Film *Perempuan Punya Cerita*

*Perempuan Punya Cerita* adalah film drama Indonesia yang dirilis pada tahun 2008. Film ini terdiri dari empat film pendeknya yang menceritakan kisah wanita dari seluruh Indonesia. Film ini menampilkan representasi perempuan yang kompleks dan mengangkat isu-isu yang relevan

terkait perempuan dan keluarga. Orang-orang telah melakukan penelitian tentang film ini untuk memahami bagaimana perempuan ditampilkan di dalamnya, bagaimana ceritanya diceritakan, dan bagaimana kekerasan terhadap perempuan ditampilkan dalam film. Film "Perempuan Punya Cerita" menarik untuk diteliti karena telah mengangkat realitas dan dapat menjadi sumber rujukan dalam penelitian representasi citra perempuan dalam film (Permananita, 2010).

#### 4. Film *Siti*

*Siti* adalah sebuah film drama Indonesia yang disutradarai oleh Eddie Cahyono, tayang perdana di Festival Film Asia Yogyakarta-NETPAC pada tahun 2014. Film ini kemudian didistribusikan secara luas pada tahun 2016 dan memenangkan tiga penghargaan di Festival Film Indonesia pada tahun 2015. Film ini tentang seorang wanita bernama Siti yang tinggal di sebuah desa kecil. Dia melewati berbagai kesulitan seperti uang dan masalah keluarga. Film berjudul *Siti* ini telah dipelajari oleh banyak orang. Mereka melihat hal-hal seperti bagaimana film itu terlihat dan terasa nyata, bagaimana wanita ditampilkan dalam film tersebut, dan bagaimana seorang pintar bernama Roland Barthes mempelajari bagaimana wanita ditampilkan dalam film berbeda berjudul *Berbagi Husband*. *Siti* merupakan film yang menarik untuk dikaji karena menampilkan seperti apa kehidupan perempuan di desa dan dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh bagaimana perempuan ditampilkan dalam film (Wicaksana & Rachman, 2018)

#### 5. Film *Suara Hati Istri*

*Suara Hati Istri* adalah acara TV yang

hadir di saluran bernama Indosiar. Ini tentang masalah yang terjadi di rumah dan diceritakan dari sudut pandang perempuan. Itu didasarkan pada perasaan dan pikiran para istri yang telah diperlakukan dengan buruk.

Dalam penelitian ini pengumpulan sumber data yang dianggap relevan dengan objek penelitian.

- a. Data Primer dalam penulisan ini adalah Film *Perempuan Punya Cerita*, *Siti*, dan FTV *Suara Hati Istri* yang terdapat pada tayangan website resmi video.com dan indosiar.com
- b. Data Sekunder informasi yang kami gunakan dalam tulisan ini berasal dari berbagai tempat seperti buku dan situs web. Disebut data sekunder karena kami tidak mengumpulkannya sendiri.

Dalam analisisnya yang mendalam, Roland Barthes membedah media dengan mengkaji berbagai pesan yang disampaikan. Pesan-pesan ini dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk berbeda:

1. Pesan linguistik, yang mencakup keseluruhan kata dan kalimat yang ada dalam sebuah iklan.
2. Pesan ikonik yang disandikan, yang merupakan konotasi yang digambarkan dalam foto iklan yang hanya dapat dipahami jika dikaitkan dengan sistem tanda yang lebih luas dalam masyarakat dan terakhir.
3. Pesan ikonik yang tidak dikodekan, mewakili denotasi yang digambarkan dalam foto iklan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Citra Perempuan

Widjajanti M. Susanto mengatakan kekuasaan ikut mengkonstruksi citra terhadap perempuan. Peran kekuasaan selalu ikut bermain dalam munculkan bentuk-bentuk citra perempuan (Qomariyah, 2011, hlm. 104-115). Dalam hal ini kekuasaan memberi ruang tertentu di dalam proses pembentukan citra perempuan tersebut. Akibatnya, kekuasaan turut memengaruhi adanya jurang pemisah antara citra perempuan tersebut yang berkembang di masyarakat dengan tokoh perempuan itu sendiri (Nurlian, 2021, hlm, 49). Media dalam hal ini televisi adalah salah satu bentuk kekuasaan yang memiliki ruang tertentu untuk mengonstruksi pesan tertentu. Dengan kata lain, televisi memiliki kuasa untuk menentukan bagaimana citra ideal dan tidak ideal, yang cocok dan tidak bahkan yang baik dan yang buruk. Televisi memiliki kuasa untuk menebarkan makna bagi pemirsanya. Pelaku industri penyiaran memberi interpretasi kepentingan publik berdasarkan kepentingan bisnis. Kepentingan bisnis mendahului kepentingan publik. Program siaran televisi disusun berdasarkan rumus meraih penonton sebanyak-banyaknya dengan modal program sekecil-kecilnya, dan setelah itu biarkan keuntungan mengalir (Iswandi Syahputra, 2013, hlm. 7). Dengan tujuan itu, media menggunakan nilai-nilai dominan. Representasi citra perempuan memang arena yang menarik untuk dikaji. Perempuan menjadi bagian sinetron.

Adegan dalam sinetron (FTV) menjadi mekanisme untuk menggambarkan visualisasi citra perempuan dan jalan ceritanya. Signifikan adegan sebagai mekanisme diperoleh dari dua hal, yaitu pertama pemahaman tentang

konteks diskursus figural yang menjadi penting dalam masyarakat yang memiliki potensi *orale culture*. Singkatnya, pada masyarakat dengan ciri semacam itu hiburan merupakan unsur penting. Masyarakat memahami hiburan sebagai bagian dari pengetahuan sehari-hari. Oleh karena itu, hiburan menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan mereka. Berbeda halnya dengan masyarakat yang telah memiliki unsur budaya *literate*, di mana telah terjadi proses pengendapan, yakni suatu proses yang menghasilkan sebuah jarak sehingga memberi potensi untuk melakukan proses refleksi. Kedua, signifikasi visualisasi sebagai unsur yang bisa dikaji. Hal ini diperoleh dari Rick Iedema yang menggunakan semiotika sosial ketika menciptakan bagan analisis mengenai televisi dan film. (Santoso, 2013, hlm. 22). Dalam mengkaji sinetron FTV, akan dilihat visualisasinya sebagai teks yang ditampilkan di layar kaca televisi. Visualisasi menjadi penting bagi kajian televisi karena sinetron FTV memungkinkan visualisasi yang berulang yakni disebabkan durasi waktu penayangannya yang lebih panjang-dibandingkan dengan visualisasi film yang lebih komprehensif (Santoso, 2013, hlm. 23). Dalam konteks ini pemaparan teks tak ubahnya sebuah cara untuk mengangkat signifikasi dari ikon-ikon yang ada di dalam suatu budaya. Adapun representasi perempuan merupakan gambaran yang bersifat ikonik yang menjadi teks penting dari visualisasi perempuan itu sendiri (Santoso, 2013, hlm. 24).

Representasi berarti bagaimana hal-hal ditampilkan dan dibicarakan dengan cara yang dapat dipahami orang (Barker, 2004, hlm. 9). Hall mengatakan bahwa representasi adalah cara penting untuk menciptakan budaya. Budaya itu seperti ide besar yang

mencakup hal-hal seperti berbagi pengalaman. Jika orang-orang di tempat tertentu memiliki pengalaman yang sama, berbicara dengan bahasa yang sama, dan memahami hal yang sama, mereka dikatakan menjadi bagian dari budaya yang sama (Budianto, 2019, hlm. 27). Hall berbicara tentang representasi dalam dua cara. Cara pertama adalah bagaimana kita memikirkan hal-hal di dalam pikiran kita. Hal ini seperti memiliki peta di kepala kita yang membantu kita memahami apa itu sesuatu. Cara kedua adalah menggunakan bahasa untuk membantu kita memahami dan menjelaskan sesuatu. Kita harus menggunakan kata-kata dan simbol untuk memberitahu orang lain apa yang kita pikirkan tentang sesuatu (Budianto, 2019, hlm. 28). Dalam pemahaman konsep tertentu, proses pertama memungkinkan kita untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dan sistem peta konseptual kita. Dalam proses kedua, kita mengkonstruksi seperangkat korespondensi antara peta konseptual dan bahasa atau simbol yang berfungsi merepresentasikan konsep-konsep kita tentang sesuatu. Relasi antara "sesuatu", "peta konseptual" dan "bahasa simbol" adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses yang secara bersama-sama inilah dinamai representasi (Budianto, 2019, hlm. 28).

Representasi mencakup pemanfaatan bahasa dan citra sebagai sarana untuk merumuskan pemahaman tentang realitas di sekitar kita. Melalui penggunaan kata-kata, kami berusaha keras untuk memahami, menjelaskan, dan membangun dunia sebagaimana adanya, sementara gambar berfungsi sebagai saluran tambahan dalam pengejaran ini (Budianto, 2019, hlm. 28).

Dalam penjelasan ini, seseorang dapat mempersepsikan representasi sebagai penggambaran yang benar atau distorsi realitas yang diam-diam. Impornya melampaui sekadar presentasi, pencitraan, atau penggambaran. Memang, representasi mewujudkan interpretasi subjektif kita tentang subjek di bawah pengawasan. Dengan demikian, ini mencakup pembuatan rumit dari beragam bentuk media yang mencakup setiap aspek keberadaan, mulai dari konstruksi masyarakat dan entitas nyata hingga kejadian penting dan bahkan jalinan identitas budaya (Budianto, 2019, hlm. 28-29).

Representasi menggunakan citra untuk membentuk pemahaman terhadap sesuatu. Menurut Kasiyan (2008), citra adalah sesuatu yang dapat kita lihat, tetapi sebenarnya tidak ada. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikatakan bahwa wanita adalah orang yang memiliki bagian tubuh tertentu dan dapat melakukan hal tertentu seperti melahirkan bayi. Jadi, citra perempuan adalah bagaimana kita melihat dan berpikir tentang perempuan. Tamrin Amal Tomagola mengategorikan cara perempuan ditampilkan dalam iklan seperti ini: 1) *Perfect image*: perempuan dengan bentuk tubuh yang "sempurna"; 2) Citra suportif: perempuan yang mengurus rumah tangga; 3) Citra seksi: perempuan ditampilkan sebagai objek hasrat; 4) Citra dapur: perempuan terkait dengan memasak dan makanan; 5) Citra sosial: wanita yang mungkin merasa tidak percaya diri dalam situasi sosial (Siregar, 2011, hlm. 1-24).

Dalam analisis Tomagola yang mendalam, dia mengungkap gambaran menawan dari arketipe perempuan klasik yang melingkupi tatanan rumah tangga. Konstruksi multifaset ini mencakup segudang representasi

simbolis: (1) pertama, gagasan tentang gambar berbingkai melambangkan dedikasi yang tak tergoyahkan yang ditunjukkan wanita terhadap kesejahteraan holistik dan daya pikat fisik mereka. (2) Kedua, menyamakan wanita dengan pilar dengan tepat menyampaikan kemampuan mereka yang sangat diperlukan untuk mengatur rumah tangga dengan cekatan dengan kemahiran maksimal. (3) Ketiga, penyertaan citra kontes secara halus menyinggung ranah seksualitas yang rumit dan persinggungannya yang rumit dengan feminitas. (4) Selain itu, citra hidangan yang menggugah menandakan keharusan mutlak bagi perempuan untuk memiliki kecakapan kuliner, menegaskan tempat yang selayaknya mereka di ranah kuliner. (5) Terakhir, citra asosiasi berfungsi sebagai bukti kecerdasan yang sangat diperlukan dan adat istiadat sosial yang harus diwujudkan oleh perempuan untuk berkembang dalam masyarakat.

Tomagola memperlihatkan perempuan sempurna dalam konteks rumah tangga dan masyarakat, terutama bagi kelompok kelas menengah atas (Santoso, 2011, hlm. 4). Sebagaimana Tomagola, kelas juga menjadi perhatian Bungin. Bungin meneliti iklan dan menemukan 8 (delapan) citra. (1) Citra atau simbol yang menunjukkan kekuatan, keberanian, dan kebulatan tekad terkait dengan bagaimana menurut orang seharusnya penampilan dan tindakan pria. (2) Citra kemewahan dan eksekutif dengan citra modern, terkenal dan bergelimang harta. (3) Citra kelas sosial atas yang dideskripsikan gemar beradu gengsi, konsumtif dan dekat dengan mall. (4) Citra kenikmatan yang berhubungan dengan kepuasan dan gaya hidup modern kelas sosial atas. (5) Citra manfaat menunjukkan semua hal baik yang

dihasilkan dari menjadi efisien, efektif, dan nyaman. Itu juga menunjukkan bagaimana kita dapat mengikuti aturan atau prinsip tertentu untuk menjadikan segalanya lebih baik. (6) Citra persahabatan itu seperti gambaran yang menunjukkan bagaimana orang hidup dan menghabiskan waktu bersama. Itu berarti terhubung, peduli satu sama lain, dan merasa sangat dekat di dalam. (7) Citra seksualitas yang bertendensi merendahkan lawan jenis serta mengumbar daya tarik, kekuatan dan gairah seks. (Santoso, 2011, hlm. 4)

## 2.Representasi Citra Perempuan dalam Televisi

Citra seperti gambar khusus yang ada di benak orang ketika mereka memikirkan seseorang, perusahaan, organisasi, atau produk. (Sugono, 2008, hlm. 270). Citra perempuan adalah bagaimana orang melihat dan berpikir tentang perempuan. Terkadang, wanita hanya dilihat dengan cara tertentu dan dibandingkan dengan kualitas tertentu seperti emosional, sensitif, dan spiritual (Mardiana, 2023, hlm. 75). Hal ini dapat kita lihat dari cara orang berbicara tentang wanita setiap hari. Adib dan Sugihastuti (dalam Syaifulloh et al, 2022, hlm. 325), mengatakan bahwa citra perempuan adalah segala pemikiran dan tindakan yang menunjukkan seperti apa perempuan itu. Untuk memahami citra perempuan, kita perlu menggunakan teori yang berfokus pada perempuan. Teori kritik sastra feminis paling dekat dengan pemahaman citra perempuan. Untuk mempelajari kritik sastra feminis, kita perlu belajar tentang feminisme dan memiliki pengalaman terkait dengannya. Feminisme adalah gerakan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan di semua bidang politik, ekonomi, pendidikan, sosial dan



kegiatan terorganisir yang membela hak dan kepentingan perempuan. Feminisme adalah kesadaran akan penindasan dan pemerasan terhadap perempuan di masyarakat, baik di tempat kerja maupun di rumah (Rosmawati, 2022, hlm. 15). Sugihastuti mengatakan bahwa ada dua pandangan utama orang tentang perempuan dalam masyarakat. Salah satunya adalah peran mereka dalam keluarga, seperti menjadi ibu atau saudara perempuan. Yang lainnya adalah peran mereka dalam masyarakat, seperti menjadi guru atau dokter. Peran seperti bagian yang dimainkan seseorang dalam situasi yang berbeda, dan penting untuk mengetahui bagaimana bertindak dalam setiap situasi. Menurut Kartono, masyarakat Indonesia sangat menghargai dan menginginkan perempuan memiliki sifat-sifat seperti kecantikan spiritual, seperti penyayang, sabar, dan lemah lembut terhadap sesama.

Kasih sayang pada dasarnya berarti menunjukkan cinta dan perhatian kepada seseorang (Sugono, 2008, hlm. 1234). Kasih sayang adalah perasaan khusus yang dimiliki orang, dan tidak masalah apakah laki-laki atau perempuan. Anak perempuan sering menunjukkan kasih sayang mereka secara lebih terbuka dan benar-benar peduli dan mencintai orang lain. Mereka bersedia menempatkan orang lain di atas diri mereka sendiri dan berkorban untuk mereka. Welas asih adalah sesuatu yang Tuhan berikan kepada kita, dan itu sangat penting. Itu berarti peduli pada orang lain dan berusaha membantu mereka. Anak perempuan biasanya sabar dan pengertian, dan mereka memilih untuk bertindak dengan cara yang tidak terlalu suka memerintah atau menuntut (Kartono, 1981, hlm. 29). Tidak semua orang memiliki kesabaran, hanya

beberapa orang yang memilikinya. Jika kamu sabar, artinya kamu tetap tenang dan tidak mudah marah. Kesabaran bisa membuatmu kuat dan tangguh. Menurut Kartono, bersikap lemah lembut merupakan bagian penting dari cara kita melihat *inner beauty* wanita. Ketika seseorang lemah lembut, itu berarti mereka memiliki perilaku yang baik. Kelembutan adalah kata yang berarti baik dan perhatian, yang sering dikaitkan dengan wanita. Jika seorang wanita benar-benar lembut, berarti dia memiliki kepribadian yang baik, dan dapat membuatnya menarik bagi orang lain karena menciptakan suasana positif dan bahagia.

Mengejar kebahagiaan yang melekat baik di dunia ini maupun di akhirat mendefinisikan esensi keberadaan manusia. Bagi wanita, pengejaran ini berkisar pada aspirasi untuk masa depan yang lebih baik, terus mencari pertumbuhan dan pemenuhan pribadi. Rasa tujuan mereka terletak pada dampak yang mereka miliki terhadap kehidupan orang-orang yang mereka sayangi. Oleh karena itu, kualitas seperti welas asih untuk semua, ketahanan, dan kelembutan sangat dihormati dan dicari. Wanita secara aktif berusaha membangun hubungan yang bermakna dengan orang lain, menemukan tujuan dalam hubungan ini. Mereka juga berusaha untuk berkontribusi pada kesejahteraan lingkungan mereka, dengan tegas membimbing kehidupan mereka sendiri dalam prosesnya.

Tumbuh dan menjadi dewasa berarti mampu menjaga diri sendiri dan membuat pilihan yang baik dalam hidup. Ini juga berarti mandiri dan mampu membantu diri sendiri. Menurut Kartono, perempuan dewasa memiliki rencana dan tujuan hidupnya, memiliki pekerjaan atau sesuatu

yang digelutinya, dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Dia mampu melakukan banyak hal sendiri dan menjadi bagian dari masyarakat. Tuhan menciptakan wanita untuk memiliki perasaan khusus yang lebih sensitif daripada pria. Kepekaan ini membuat wanita merasa setiap orang berhak mendapatkan cinta, perlindungan, dan simpati. Oleh karena itu, wanita lebih mungkin terpengaruh oleh kesulitan orang lain. Ketika wanita bertindak, mereka biasanya lebih fokus pada perasaan mereka daripada pikiran mereka. Kepedulian dan kepedulian ini dapat ditunjukkan kepada keluarga, teman, dan dunia di sekitar mereka.

Tumbuh dewasa dan menjadi dewasa berarti dapat melakukan hal-hal sendiri dan menjaga diri sendiri. Itu juga berarti bahwa memiliki rencana dan tujuan untuk hidup, dan memiliki pekerjaan atau sesuatu yang lakukan untuk membantu orang lain. Menjadi dewasa juga berarti bertanggung jawab atas tindakan dan membuat pilihan yang baik. Wanita memiliki kemampuan khusus untuk merasakan sesuatu secara mendalam dan peduli pada orang lain. Mereka sering menempatkan perasaan mereka di atas pikiran mereka dan sangat peduli dengan keluarga, teman, dan dunia di sekitar mereka. Hala itu berpengaruh dalam penampilan perempuan di dunia nyata maupun pada media massa.

Penggambaran perempuan di media sarat dengan pesan-pesan mendasar yang merendahkan dan mengobjektifkan mereka, terutama dalam kaitannya dengan posisi kekuasaan, khususnya di bidang ekonomi. Beberapa dari pesan tersebut bersifat terbuka dan mudah dikenali, seperti seksualisasi dan objektivikasi bagian tubuh perempuan. Namun, ada juga pesan yang lebih halus yang dimainkan, seperti eksploitasi cita-

cita masyarakat seputar penampilan wanita, seperti kecantikan, kelangsingan, dan kulit putih, untuk tujuan mempromosikan konsumerisme. Wacana ini adalah tentang memeriksa beberapa pendahuluan dan bagaimana media massa membangun citra dan representasi perempuan, sementara mereka semua terjebak dalam industri media yang bergerak cepat. Media massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk apa yang kita lihat sebagai realitas.

Fabrikasi realitas melalui media merupakan konsep yang digali oleh Ibnu Hamad yang berpendapat bahwa segala upaya untuk menginterpretasikan peristiwa dan objek, termasuk masalah politik, pada hakekatnya adalah upaya mengkonstruksi realitas. Media memainkan peran penting dalam menyusun berbagai peristiwa menjadi narasi atau wacana yang koheren, sehingga membentuk pemahaman kita tentang dunia. Faktanya, semua konten media dapat dilihat sebagai realitas yang dikonstruksi yang disajikan melalui wacana yang bermakna. Gagasan tentang realitas terkonstruksi ini menjadi terkenal melalui karya seminal Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku mereka, *The Social Construction of Reality*. Menurut Berger, realitas bukanlah ciptaan ilmiah atau ilahi, melainkan produk konstruksi manusia. Dengan demikian, realitas bersifat subjektif dan bermacam-macam, dengan masing-masing individu membangun versinya sendiri berdasarkan pengalaman unik, preferensi, pendidikan, dan lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, realitas adalah persepsi subjektif yang dibentuk oleh proses konstruksi.

Penggambaran media tentang realitas adalah konstruksi simbolik, yang

dibuat dengan cermat oleh sekelompok manajer - editor, jurnalis, produser, dan semua yang terlibat dalam industri. Eriyanto berpendapat bahwa tugas mendasar media adalah mengonstruksi realitas, dengan para profesional media secara aktif membentuk beragam realitas yang dianggapnya cocok untuk disajikan. Konsekuensinya, audiens memandang realitas yang dihasilkan media ini sebagai kebenaran hakiki. Namun, Paul Watson berpendapat bahwa kebenaran yang didukung oleh media massa bukanlah kebenaran mutlak, melainkan persepsi masyarakat tentang kebenaran-kebenaran yang dibentuk oleh pengaruh media massa. Konten media seperti versi dunia nyata yang dibuat-buat, dan kata-kata adalah alat utama yang digunakan untuk membuatnya. Ibnu Hamad mengatakan bahwa bahasa sangat penting dalam menciptakan pemahaman kita tentang dunia. Hal ini membantu kita memahami berbagai hal dan bercerita tentangnya. Bahasa tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga dapat membentuk cara kita berpikir dan melihat realitas. Artinya, media, seperti TV dan surat kabar, dapat memiliki pengaruh besar terhadap cara kita memahami sesuatu. Jika realitas versi media sangat berbeda dengan apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat, itu bisa menjadi bentuk kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik dapat terjadi ketika media menggunakan kata-kata yang muluk-muluk, membingungkan, atau membuat sesuatu tampak lebih buruk dari yang sebenarnya. Dalam ranah interaksi sosial, Alex Sobur dengan jeli mengamati bahwa banyak faksi yang memiliki kemampuan untuk memegang otoritas atas signifikansi melalui media massa (Thadi, 2018, hlm. 27).

Di era modern, laju kemajuan teknologi sangat mencengangkan. Berkali-kali, berbagai bentuk media bermunculan dan berkembang, didorong oleh rasa haus informasi yang tak terpuaskan di kalangan massa. Media-media tersebut, baik cetak, elektronik, maupun online, menjadi sangat penting dalam memenuhi kebutuhan dasar akan informasi yang tersedia. Selain itu, mereka juga datang untuk memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat. Di antara media-media tersebut, televisi telah mendapatkan popularitas yang luar biasa karena kemudahan penggunaan, kecepatan, dan kemampuannya untuk melibatkan berbagai indra. Persaingan di antara entitas yang berbeda telah menyebabkan stasiun televisi terus berkembang, memastikan penyampaian informasi dan hiburan yang menawan kepada publik. Terlepas dari kebangkitan internet sebagai pesaing yang tangguh, televisi terus memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, hiburan, dan bahkan pendidikan (Shanti, 2019, hlm. 89).

Film Televisi yang berjudul *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* sendiri merupakan sebuah film televisi yang diproduksi oleh *ScreenPlay Production* yang ditayangkan di SCTV dan ditayangkan pertama pada tanggal 27 Januari 2019. FTV ini dibintangi oleh Enzy Storia, Ibnu Jamil, Rizky Billar, dan Raisya Bawazier. FTV ini secara singkat menceritakan seorang perempuan yang dibintangi Enzy yang kaya raya kemudian jatuh miskin dan hanya mampu makan di warteg yang dimiliki oleh Ibnu Jamil. Oleh karena seringnya bertemu, pelan-pelan mereka mulai menyukai satu sama lain. Citra perempuan yang ditampilkan dalam FTV ini adalah :

1. Seorang wanita pemberani adalah seseorang yang memiliki hati yang kuat dan tak kenal takut, bersama dengan kepercayaan diri yang besar, dalam menghadapi bahaya, tantangan, dan semua itu. Pada dasarnya, dia tidak takut atau pengecut (KBBI, 2003, hlm. 138). Seseorang dianggap berani ketika mampu menghadapi dan mengatasi tantangan dengan rasa tenang dan percaya diri. Oleh karena itu, wanita pemberani adalah seseorang yang memiliki kekuatan batin dan kepercayaan diri yang tak tergoyahkan saat menghadapi situasi sulit.
2. Wanita memiliki kecerdasan yang luar biasa, puncak yang luar biasa dari kemampuan kognitifnya yang memungkinkannya untuk merenungkan, memahami, dan mengungkap hal-hal rumit dengan ketajaman yang luar biasa. (KBBI, 2003, hlm. 209). Wanita cerdas adalah seseorang yang berpikir dan memahami berbagai hal dengan sangat baik, seperti pikiran yang super tajam.

Wanita adalah makhluk Illahi yang diciptakan oleh Tuhan, masing-masing memiliki kualitas unik dan memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Mereka adalah individu yang harus menemukan tempatnya dalam masyarakat dan memenuhi tanggung jawabnya sebagai ibu, istri, anak perempuan, dan sahabat (Marwing, 2021, hlm. 137-138). Sayangnya, masyarakat sering memaksakan definisi kecantikan yang sempit pada wanita, lebih menyukai mereka yang sesuai dengan cita-cita orang Kaukasia berupa kelangsingan, tinggi badan, kulit putih, dan rambut lurus.

Citra restriktif ini membatasi perempuan dan melanggengkan pemusnahan simbolis mereka, menggambarkan mereka sebagai sosok yang dihukum dan direndahkan. Televisi, khususnya, memperkuat dampak dari penggambaran yang merusak ini.

Dalam masyarakat kontemporer, televisi telah muncul sebagai media komunikasi yang unggul, memikat individu di semua lapisan masyarakat. Hebatnya, televisi memiliki kemampuan untuk "berinteraksi" dengan manusia tidak hanya pada tataran kognitif, tetapi juga melalui konvergensi teknologi televisi, telepon, dan internet. Melayani sebagai platform pendengaran dan visual, televisi terjangkau dan dapat diakses secara luas oleh berbagai segmen masyarakat. Intinya, televisi melambangkan saluran media massa yang demokratis, yang menawarkan kemampuan diseminasi yang tak tertandingi dan menghasilkan moniker dari fenomena budaya (Efendi, 2008, hlm. 140-160).

Di era modernitas dan globalisasi, perempuan menemukan diri mereka dalam keadaan tertundukkan dan rentan, mengalami eksploitasi, komodifikasi, dan kekerasan baik di ranah publik maupun privat. Gagasan umum yang muncul dari kesulitan ini adalah bahwa perempuan harus berjuang untuk emansipasi mereka sendiri sambil menjunjung tinggi nilai kemanusiaan yang melekat pada diri mereka. Kemanjuran gerakan ini sangat bergantung pada kekuatan sosial yang berperan. Dalam hal ini, laki-laki, sebagai anggota integral dari masyarakat, mau tidak mau harus berkontribusi pada peningkatan martabat perempuan, apakah mereka menerima tanggung jawab ini atau tidak (Wendra, 2010, hlm, 16). Dalam sepuluh tahun terakhir, orang banyak

berbicara tentang hal-hal yang mempengaruhi perempuan, seperti bagaimana mereka diperlakukan dalam keluarga dan masyarakat. Beberapa orang berpikir bahwa wanita tidak diperlakukan dengan adil dan mereka ingin mengubahnya. Hal tersebut yang juga ingin ditampilkan dalam serial FTV *Crazy Not Rich Mentog di Warteg* yang ingin menggambarkan perempuan sebagai sosok yang pemberani dan cerdas.

## SIMPULAN

Konsep "citra" merangkum persepsi kolektif yang dipegang oleh individu terhadap individu, pendirian, asosiasi, atau barang dagangan tertentu citr. Demikian pula, citra perempuan mengacu pada bagaimana mereka dipandang dan kualitas yang terkait dengan mereka. Wanita seringkali digambarkan dengan cara yang membatasi peran dan nilai mereka berdasarkan emosi, kepekaan, dan spiritualitas. Ini dapat diamati dalam penilaian sehari-hari. Film Televisi yang berjudul *Crazy Rich Mentog di Warteg* sendiri merupakan sebuah film televisi yang diproduksi oleh ScreenPlay Production yang ditayangkan di SCTV dan ditayangkan pertama pada tanggal 27 Januari 2019. FTV ini dibintangi oleh Enzy Storia, Ibnu Jamil, Rizky Billar, dan Raisya Bawazier. FTV ini secara singkat menceritakan seorang perempuan yang dibintangi Enzy yang kaya raya kemudian jatuh miskin dan hanya mampu makan di warteg yang dimiliki oleh Ibnu Jamil. Oleh karena seringnya bertemu, pelan-pelan mereka mulai menyukai satu sama lain. Citra perempuan yang ditampilkan dalam FTV ini adalah didasarkan pada stereotipe gender. Perempuan harus selalu tampil sempurna

dengan bentuk tubuh yang ideal, gambaran seorang perempuan yang berani, kelas atas, dan lain sebagainya. Representasi gender yang salah dapat mempengaruhi pandangan dan persepsi masyarakat terhadap perempuan dan laki-laki, sehingga penting untuk terus memperhatikan dan mengkritisi representasi gender dalam media.

Oleh karena itu, perlu adanya kajian dan kritik terhadap representasi gender dalam media untuk menciptakan kesadaran dan pemahaman yang lebih baik tentang peran dan citra perempuan dalam masyarakat.

\*\*\*

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, Widiensyah. "Perbedaan FTV Dan Sinetron: Apa Bedanya?" Localstartupfest, 2023. <https://www.localstartupfest.id/faq/perbedaan-ftv-dan-sinetron/>.
- Astuti, Yanti Dwi. "Media Dan Gender." *Profetik Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2016): 1–8.
- Bunga, D A N, Karya Korrie, and Layun Rampan. "Citra Perempuan Dalam Novel Kekuatan Cinta Karya Sastri Bakry." *Pendidikan Bahasa Indonesia* 1, no. 1920 (2013): 43–56.
- "Crazy Not Rich Mentog Di Warteg," 2019. <https://www.lifeloe.net/film/wiki/crazy-not-rich-mentog-di-warteg/>.
- Crazy Not Rich Mentog Di Warteg*, 2019. <https://www.vidio.com/watch/1572788-ftv-sctv-crazy-not-rich-mentog-di-warteg>.
- Dharma Shanti, Hreelaita, and Kintan

- Arumdhani. "Dampak Sinetron Indonesia Terhadap Perilaku Masyarakat (Analisis Kasus: Sinetron Anak Langit Di Sctv)." *Journal of Digital Education, Communication, and Arts Article History* 2, no. 2 (2019): 89–98.
- Efendi, Anwar, Seni Universitas, and Negeri Yogyakarta. "Bahasa Dan Pembentukan Citra Dalam Komunikasi Periklanan Di Televisi" *KOMUNIKA*, Vol.2 No.2 Jul-Des (2008), pp.140-160.
- Mardiana, Elke Aulia Putri, and Trisanti Apriyani. "Citra Perempuan Dalam Novel Laut Bercerita Karya Leila S. Chudori." *KIBAS CENDRAWASIH: Jurnal Ilmiah Kebahasaan Dan Kesastraan* 20, no. 1 (2023): 75–84. <https://doi.org/10.26499/kc.v20i1.399>.
- Marwing, Anita, and Yunus. *Perempuan Islam Dalam Berbagai Perspektif (Politik, Pendidikan, Psikologi, Ekonomi, Sosial, Budaya)*. Bintang Pustaka Madani, 2021. [http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2914/1/BUKU PEREMPUAN ISLAM DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2914/1/BUKU_PEREMPUAN_ISLAM_DALAM_BERBAGAI_PERSPEKTIF.pdf).
- Moth. "The Pied Piper of Hamelin." *Notes and Queries* s5-VI, no. 139 (1876): 175. <https://doi.org/10.1093/nq/s5-VI.139.175-a>.
- Najamudin, Atho'illah Aly. "Catatan Kritis Untuk Sinetron 'Perselingkuhan' Di Televisi Kita." *islami.co*, 2020. <https://islami.co/catatan-kritis-untuk-sinetron-perselingkuhan-di-televisi-kita/>.
- Nurlian, Abdul Hafid, Ismail Marzuki3. "Citra Perempuan Dalam Novel Tentang Kamu Karya Tere Liye." *Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 2, no. Juli (2021): 49–58.
- Pandanwangi, Ariesa, and Nuning Damayanti. Sosok perempuan sebagai objek dan subjek dalam karya seni selalu ada sepanjang zaman dalam kebudayaan manusia "Visualisasi Perempuan Pada Lukisan Tradisional Tionghoa Karya Lee Man Fong Dan Chiang Yu Tie." *Panggung* 27, no. 2 (2017): 117–29.
- Permadi, Iwan. "FTV Itu Film Atau Sinetron?" *Kompasiana*, 2015. <https://www.kompasiana.com/ipe/5666e17af87a617e0a555a81/ftv-itu-film-atau-sinetron>.
- Qomariyah, U'um. "Citra Perempuan Kuasa Dalam Perspektif Kritik Sastra Feminis Novel Perempuan Berkalung Sorban Karya Abidah El-Khalieqy". *Jurnal Lingua*, 7, No.2 (2011): 104-115.
- Rinjani, Dian. "Mengkaji Film The Curious Case of Benjamin Button Dengan Semiotika." *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia* 1, no. 1 (2019): 35–42. <https://doi.org/10.17509/edsence.v1i1.17941>.
- Rosmawati, Intan. "Mengkaji Feminisme Dalam Naskah Drama Monolog Dongeng Marsinah Karya Sapardi Djoko Damono." *Pustaka* 2, no. 3 (2022): 15–22.
- Semarang, Universitas Negeri. "NOVEL PEREMPUAN BERKALUNG SORBAN KARYA ABIDAH EL-KHALIEQY," n.d.
- Shuffa, Asla Zahriya. "Citra Perempuan Dalam Film To The Bone Karya Marti Noxon: Kajian Mitos Kecantikan Naomi Wolf." *Bapala* 5, no. 2 (2018). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/28076>.
- Syaifulloh, Muh, Titik Sudiatmi, Muhlis Fajar Wicaksana, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo, Jalan Letjend Sujono Humardani No, Kampus Jombor Sukoharjo, Pendidikan Bahasa dan

Sastra Indonesia, and Fakultas Keuruan dan. "Citra Perempuan Novel Kekasih Musim Gugur Karya Laksmi Pamuntjak: Kritik Sastra Feminisme." *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMANTIK)* 4 (2022): 325–36. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>.

Thadi, Robeet. "Citra Perempuan Dalam Media." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* Vol. 14, no. 1 (2018): 27–38. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/syr.v14i1.1423>.

Warhani, Ariani, Setiawan Sabana, and Ira Ardianti. "Representasi Perempuan Indonesia Melalui Artikel Mode Pada Majalah Femina." *Panggung* 26, no. 4 (2017). <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i4.204>.

Wendra, I Wayan. "Citra Perempuan Dalam Sastra Modern". *Jurnal IKA*, 8, no.1 (2010) 15–24.