

WONDER WOMAN ERA GENERASI Z (RESEPSI GENERASI Z PADA REPRESENTASI KARAKTER WONDER WOMAN DALAM FILM WONDER WOMAN TAHUN 2017)

Patrisia Amanda Pascarina

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra Surabaya

E-mail : patrisia.amanda@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Sosok Wonder Woman sebagai superhero wanita pertama dalam sejarah komik dunia tidak pernah dilupakan oleh banyak orang. Kemunculan karakter ini dalam layar lebar sudah dinanti selama beberapa dekade. Warner Bros.' kemudian memberanikan diri untuk menampilkan Wonder Woman sebagai karakter utama dalam film Hollywood pada tahun 2017. Film yang bertajuk "Wonder Woman" ini seakan menjawab isu-isu seputar gender yang selalu dikait-kaitkan pada karakter Wonder Woman. Kemasan film yang menggunakan teknologi pengambilan gambar yang canggih membuat segmentasi film ini bukan hanya penggemar komik tahun 1970-an namun juga Generasi Z. Generasi Z yang selalu digadang-gadang sebagai generasi yang "melek" teknologi ini tumbuh dan besar di era digital tahun 2000-an. Dalam penelitian ini, perempuan Generasi Z menjadi objek penelitian sebagai khalayak media yang menikmati film Wonder Woman. Untuk menggali kesadaran mereka akan isu gender, metode focus group discussion (FGD) digunakan sebagai medium pengambilan data dan hasil penelitian akan dianalisis dengan metode encoding dan decoding milik Stuart Hall secara kualitatif. Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z menganggap sosok Wonder Woman masih membutuhkan dukungan dari keluarga, lingkungan sekitar, serta sosok laki-laki agar menjadi figur yang tangguh. Generasi Z juga merasakan kesamaan perilaku dan pola berpikir dengan Wonder Woman, yaitu ambisius, keinginan untuk dipuji dan diakui, pembangkang, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan dan orang baru.

Kata kunci : Media, Gender, Generasi Z, Hollywood, Film

Submisi : 15 Maret 2019

Pendahuluan

Pada 21 Oktober 2016, karakter pahlawan wanita di komik, Wonder Woman, sempat dinobatkan sebagai *ambassador* di bidang pemberdayaan remaja perempuan dan wanita dewasa lembaga Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB). Sayangnya, Diana Prince nama asli karakter Wonder Woman hanya 'menjalankan' tugasnya selama 2 bulan saja. Pada 16 Desember 2016, Wonder Woman

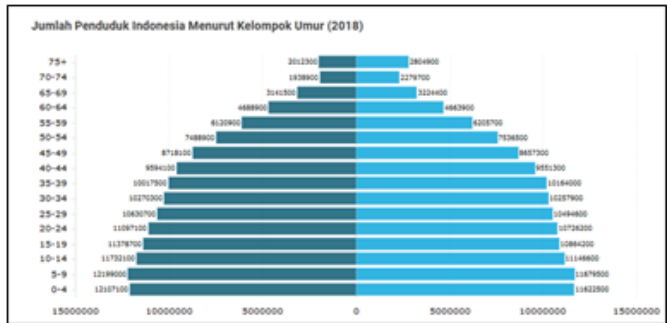
ditarik sebagai Duta Pemberdayaan Remaja Perempuan dan Wanita Dewasa karena meskipun tujuan awal pencipta Wonder Woman adalah untuk merepresentasikan wanita yang kuat dan mandiri namun pada kenyataannya karakter Wonder Woman di dalam komik masih digambarkan sebagai wanita kulit putih (ras dominan), dengan bentuk tubuh yang tidak proposional (pinggang sangat kecil namun memiliki dada besar), serta berpakaian

sangat minim dengan corak warna seperti bendera Amerika. Pada tanggal 31 Mei 2017 lalu, DC meluncurkan Wonder Woman dalam versi film dimana film ini merupakan film pertama yang menampilkan sosok pahlawan wanita (*superheroine*) sebagai tokoh utamanya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan wanita Generasi Z (kelahiran 1995-2000) dari representasi sosok Wonder Woman di film dan dalam hal apa saja Generasi Z memiliki kedekatan representasi dengan karakter Wonder Woman.

Wonder Woman merupakan jagoan wanita pada tahun 1970-an dimana komiknya digandrungi banyak remaja dan orang dewasa pada masa itu. Selama 40 tahun, Wonder Woman tak pernah dilupakan sebagai *superhero* wanita pertama, meskipun pada akhirnya banyak orang tua yang resah karena adanya unsur-unsur sensualitas yang terkandung di dalam komik Wonder Woman. Sutradara Patty Jenkins, salah satu sutradara perempuan di Hollywood, mempertaruhkan reputasinya sebagai sutradara dengan mengangkat karakter Wonder Woman pertama kalinya ke dalam layar lebar. Di bawah naungan Warner Bros., film perdana Wonder Woman meraup pendapatan di *Box Office* sebesar \$821,74 juta dan mendahului rekor film *superhero* lainnya yakni Spider-Man di tahun 2002 sehingga membuat *superhero* asal Pulau Amazon ini menjadi film origin *superhero* dengan pendapatan bersih tertinggi di tahun 2017 (Hughes 2017).

Meskipun diangkat dari komik originalnya, film Wonder Woman dikemas secara apik dengan unsur-unsur cerita yang seolah-olah hendak menjawab kritik dunia atas karakter Wonder Woman seperti mengapa Wonder Woman memakai pakaian yang sangat minim dan mengapa karakter Wonder Woman diperankan oleh orang kulit

putih. Target penonton film ini juga dibuat tidak hanya untuk generasi tahun 70-an yang sudah “khatam” membaca komiknya tetapi juga ingin menyentuh kesadaran generasi muda tentang isu-isu yang berakitan dengan kesetaraan gender di era milenium saat ini.



Gambar 1. Piramida Penduduk Indonesia Tahun 2018 (Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa>, diakses pada tanggal 3 Maret 2019)

Gambar di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 didominasi oleh penduduk usia produktif, dimana dominasi terbesar diduduki oleh Generasi Z yang berada pada kategori rentang usia 15 hingga 24 tahun. Namun beberapa ahli demografi masih memperdebatkan karakter dari Generasi Z, terutama tentang pola pandang, pola berpikir, kebiasaan, dan topik apa yang banyak mereka perbincangkan.

Peneliti kemudian tertarik untuk melihat cara pandang Generasi Z khususnya perempuan dalam melihat isu yang hingga saat ini masih terus berkembang luas yaitu isu kesetaraan gender. Dengan munculnya film Wonder Woman yang mewakili era terbaru kesetaraan gender di media, Generasi Z sebagai khalayak media memiliki keunikan sendiri dalam menerima paparan media. Oleh karena itu, dalam

penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana karakter Wonder Woman di mata Generasi Z dan apakah karakter Wonder Woman dalam film Wonder Woman (2017) memiliki kemiripan atau kesamaan dengan karakter dari Generasi Z. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan metode *focus group discussion* (FGD) dengan 10 perempuan dari Generasi Z. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *encoding* dan *decoding* milik Stuart Hall dan akan dianalisis dengan metode kualitatif.

Tinjauan Pustaka

Representasi Wanita di Media

Wanita menjadi objek yang selalu menarik untuk disoroti bagi media. Segala sisi yang dimiliki wanita tak pernah lepas dari perhatian media. Mulai dari sisi wanita sebagai seorang ibu, sebagai seorang pengajar (guru), model seksi, dan juga istri yang berbakti kepada suaminya. Namun representasi media tidak selalu tepat sasaran dalam menggambarkan sosok wanita. Di media, wanita dianggap selalu berada di ranah domestik. Wanita digambarkan sebagai ibu yang menyiapkan bekal anaknya, menyiapkan sarapan suaminya, membersihkan rumah, sampai mengantarkan anaknya ke tempat tidur pada waktu malam hari. Penggambaran ini di media dianggap sebagai suatu hal yang “ideal” yang dilakukan oleh wanita-wanita di dunia nyata. Konstruksi di media inilah yang kemudian membuat wanita sulit untuk mengubah posisinya di masyarakat, bahwa wanita juga berhak untuk memiliki karir pekerjaan, meraih pendidikan tertinggi, dan mendapat pengakuan atau penghargaan.

Kemampuan media untuk membuat dan menampilkan tanda-tanda berupa gambar, suara, dan pergerakan merupakan bentuk representasi (Danesi

2012). Media berperan sebagai penyedia informasi, pengemasan informasi, dan pendistribusian informasi ke khalayak pengguna media. Segala hal yang termuat di dalam media belum tentu menjadi penggambaran nyata dalam kehidupan sehari-hari. Hal inilah yang membuat representasi oleh media selalu menarik untuk dibahas.

Film sebagai salah satu media yang juga tak lepas dari tuduhan sebagai “perusak” gambaran wanita di dunia nyata. Dunia perfilman Indonesia bergenre horor menampilkan hantu atau setan yang semuanya adalah wanita. Contoh film horor legendaris Indonesia adalah *Sundelbolong* yang tayang pada tahun 1981 dimana hantu *sundel bolong* sendiri diperankan oleh Suzanna. Film horor terbaru Indonesia yang laris hingga pasar mancanegara adalah *Pengabdian Setan* di tahun 2017 yang disutradarai Joko Anwar juga memiliki sosok ibu sebagai hantu yang diperankan oleh Ayu Laksmi.

Hollywood sebagai rumah produksi film Amerika terbesar pun tidak lepas dari sorotan. Hollywood sejak masa awal selalu menampilkan wanita sebagai sosok yang terdominasi oleh kaum laki-laki serta sosok yang lemah. Kemolekan tubuh wanita juga selalu menghiasi layar bioskop dan bahkan menjadi salah satu faktor yang dapat dijual. Orang-orang berlomba-lomba membeli tiket untuk menonton kemolekan tubuh aktris idolanya. Dalam penelitian Hohls, sebuah film musikal berjudul *Nine* (2009) menampilkan sebuah scene dimana selingkuhan Guido, Carla, menampilkan tarian erotis yang diiringi dengan lagu berjudul *A Call from Vatican* dengan mengenakan pakaian dalam berwarna hitam dan putih dan ia berayun dalam kain warna merah jambu yang tergantung dari langit-langit. Pada adegan tersebut, seluruh bagian

tubuh Carla terpapar oleh kamera dari berbagai angle, mulai dari kaki, buah dada, serta pantatnya (Hohls 2017).

Generasi Z

Menurut Andre Gabriella, & Timea (2016), generasi Z merupakan generasi yang lebih cenderung cerdas daripada bijaksana, mereka suka memimpin saat mereka merasa berani. Generasi Z merupakan generasi yang tidak sabar dan lebih lincah dibanding generasi-generasi sebelumnya. Mereka tidak takut akan adanya perubahan yang terjadi secara terus menerus dan karena mereka hidup dalam dunia internet, mereka memiliki banyak sekali informasi, namun hanya sampai batas tertentu. Sedangkan menurut Bejtkovský (2016), generasi Z merupakan pekerja yang cenderung inovatif dan kreatif. Mereka memiliki keinginan untuk selalu membuat dampak positif dalam masyarakat. Selain itu mereka juga memiliki keinginan untuk maju dan tumbuh secara profesional, dan memiliki kemauan untuk menggunakan pengalaman belajar mereka untuk mencapai hal tersebut.

Bruce Tulgan (2013), founder dari Rainmaker Thinking, Inc sebuah perusahaan Amerika terkemuka yang bergerak dalam bidang pelatihan manajemen dan konsultasi pada lintas generasi di tempat kerja, berpendapat bahwa di lingkungan kerja terdapat 5 kunci tren yang dapat membedakan Generasi Z dari generasi lainnya:

1. Media sosial adalah masa depan

Kemampuan Generasi Z dalam mengejar proses transisi perkembangan teknologi membuat mereka unggul dalam memanfaatkan konektivitas di dunia maya. Untuk mendekati Generasi Z dibutuhkan penguasaan media sosial yang cukup namun mereka masih tetap

membutuhkan panduan dari seorang pemimpin.

2. Hubungan antar manusia menjadi lebih diutamakan

Generasi Z lebih suka terlibat dalam hubungan kerja yang intensif dari anggota lain namun, mereka tidak terlalu suka adanya hubungan yang bersifat terlalu otoriter.

3. Kesenjangan dalam kecakapan

Dalam membina Generasi Z di tempat kerja, akan tampak perbedaan yang cenderung mencolok dalam hal teknis dan non-teknis di antara mereka. Namun butuh upaya yang besar dalam mengarahkan kemampuan dan kekurangan kerja menjadi hal-hal yang sifatnya umum seperti kebiasaan kerja, komunikasi antar personal, pemikiran kritis, dan investasi besar untuk pelatihan teknis.

4. Pola pikir global, realitas lokal

Generasi Z menguasai informasi-informasi di luar negara mereka karena kemampuan mereka dalam akses online, namun mereka kurang “berpetualang” secara geografis. Maka kunci dalam melibatkan mereka di lingkungan mereka secara taktis adalah dengan menerapkan apa yang mereka ketahui tersebut ke ranah lokal.

5. Keragaman tak terbatas

Generasi Z menawarkan sesuai yang baru dalam memandang sebuah perbedaan. Mereka cenderung mencampur-campurkan dan mencocokkan berbagai komponen identitas dari sudut pandang yang menarik.

Kajian Penerimaan Khalayak

Teori penerimaan khalayak ini memiliki asumsi awal bahwa khalayak media bukan merupakan figur yang pasif menerima segala terpaan informasi. Mereka

dianggap pengemban tugas sebagai agen budaya (cultural agent) yang memiliki pendapat dan pola berpikirnya sendiri dalam memaknai konstruksi realitas media (Morissan 2013). Pendapat khalayak akan konten media yang mereka konsumsi akan berbeda satu dengan yang lain, oleh karena itu, khalayak media bisa dibagi-bagi ke dalam kelompok-kelompok sosial, misalkan gender, usia, status ekonomi, agama, etnis, dan lain sebagainya.

Pencetus Teori Penerimaan Khalayak ini adalah Stuart Hall dan hingga saat ini semua penelitian yang berhubungan dengan penerimaan khalayak masih menggunakan model *encoding* dan *decoding* milik Hall. Berawal dari proses penerimaan pesan yang disebut *decoding*, dimana kegiatan *decoding* adalah proses menerjemahkan pesan-pesan fisik ke dalam bentuk-bentuk makna baru yang dapat dipahami oleh penerima. Proses *encoding* adalah kegiatan pemaknaan yang dilakukan oleh pembuat pesan (*text*) ke dalam bentuk konten media (film, lagu, puisi, dll). Jadi dalam film, proses *encoding* yang dilakukan oleh sutradara ke dalam bentuk adegan, pemilihan pemeran, dan lain sebagainya akan dimaknai dalam proses *decoding* oleh penonton (Morissan 2013). Proses inilah yang akan digunakan untuk bahan analisis khalayak dalam penelitian ini dimana khalayak Generasi Z dianggap sebagai khalayak yang aktif dan kritis dalam melihat fenomena representasi wanita dalam sosok karakter Wonder Woman di film Wonder Woman.

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode pengambilan data berupa *focus group discussion* (FGD). Dalam menentukan objek penelitian, peneliti akan memilih sebanyak 10

perempuan dengan metode *purposive sample* dengan pertimbangan pemilihan objek penelitian berdasarkan gender (perempuan) dengan kelahiran di atas tahun 1998. Objek penelitiannya adalah wanita dari Generasi Z kelahiran tahun 1998, 1999, 2000, ke atas yang diwakili oleh mahasiswi *Marketing Communication* (MCm) Universitas Ciputra Surabaya angkatan 2016 dan 2017.

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah dengan melakukan *Focus Group Discussion* atau FGD dimana peneliti akan menunjuk seorang moderator yang akan memimpin jalannya diskusi. Sebelum FGD diselenggarakan, peneliti akan membuat rangkaian pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan subjek penelitian serta panduan wawancara untuk digunakan oleh moderator FGD. Moderator FGD adalah orang yang akan memimpin jalannya proses dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Moderator akan dipilih berdasarkan kompetensinya terhadap isu yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam diskusi, peserta akan diberi 2 pertanyaan oleh moderator dan akan mendapat giliran menjawab secara berurutan. Semua peserta diwajibkan untuk menjawab pertanyaan dan identitas peserta tidak akan disebutkan di dalam hasil analisis. Proses FGD akan direkam dengan perekam audio dan akan diubah dalam bentuk transkrip wawancara. Analisis data akan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) hasil FGD dengan mengkategorikan data berupa pernyataan anggota diskusi ke dalam proses *encoding* dan *decoding* milik Stuart Hall.

Hasil Penelitian

Peneliti mengambil 10 orang mahasiswi yang lahir tahun 1998 dan 1999 dan masih masuk dalam kategori sebagai

Generasi Z sebagai peserta FGD. Mereka kemudian berkumpul dalam sebuah ruangan dan dengan dipimpin oleh seorang moderator perempuan yang memimpin jalannya FGD. Sebelum memulai proses FGD, terlebih dahulu para peserta dan moderator FGD menonton film *Wonder Woman* secara bersama-sama. Peserta FGD dipersilahkan untuk membuat catatan selama menonton film. Setelah selesai menonton, moderator memulai FGD dengan menyebutkan peraturan dan proses jalannya FGD, salah satunya adalah terdapat 2 pertanyaan yang diajukan oleh moderator

dan harus dijawab oleh masing-masing peserta. Masing-masing jawaban dari kedua pertanyaan kemudian diolah peneliti dalam tabel *encoding* dan *decoding*, dimana dalam kolom *Encoding* berisi konten dalam film dan kolom *Decoding* berisi pemaknaan dari khalayak film, yaitu peserta FGD.

Pertanyaan pertama berhubungan dengan bagaimana pendapat peserta FGD tentang sosok Diana Prince, alias *Wonder Woman*, dalam film yang telah mereka tonton dan berikut adalah tabel *decoding* dan *encoding* dari hasil diskusi peserta:

Tabel 1. Hasil *Encoding* dan *Decoding* Pertanyaan 1

Encoding	Decoding
Di masa mudanya Diana Prince dilatih untuk menjadi seorang petarung handal.	Diana memang menjadi <i>superhero</i> , namun dalam prosesnya ia masih membutuhkan dukungan dari orang lain untuk melatihnya bertarung dan menemukan kemampuan terhebatnya.
Hadirnya sosok Steve Trevor di Pulau Amazon yang membawa kabar tentang Perang Dunia, membuat Diana ingin pergi dari Pulau tersebut dan membantu manusia mengalahkan Ares, Dewa Perang yang membuat manusia berperang di “Dunia Manusia”.	Meskipun menjadi <i>superhero</i> wanita yang kuat, namun nyatanya Diana masih membutuhkan bantuan Steve Trevor, sosok laki-laki, untuk mengantarkannya ke medan perang. Setelah tiba di London pun mereka menghimpun beberapa laki-laki lainnya untuk ikut ke medan perang.
Ketika telah tiba di Garis Depan (<i>The Front</i>), Diana melihat kesengsaraan orang-orang yang mengungsi karena perang di wilayahnya. Meskipun tahu Diana dapat bertarung, namun Steve Trevor selalu menahan Diana ketika ia hendak melakukan tindakan perlawanan dan mengajak Diana untuk tetap mengikuti rencana semula.	Diana masih terdominasi oleh laki-laki, dimana ia masih diingatkan oleh Steve Trevor untuk jangan gegabah dalam bertindak dan ketika Diana tetap <i>ngotot</i> untuk bertindak, Steve Trevor dan kawan-kawannya tetap setia membantu dan melindungi Diana.

Lanjutan Tabel 1.

<p>Setelah tiba di “Dunia Manusia” (<i>Men’s World</i>), banyak hal baru yang dilihat dan dialami Diana. Ia harus mengganti baju perangnya dengan baju yang layaknya digunakan oleh kaum perempuan di London, selain itu dia juga melihat bahwa dalam rapat para anggota dewan dan Jenderal tidak boleh ada kaum wanita dalam ruangan.</p>	<p>Perbedaan budaya mengakibatkan Diana harus beradaptasi dengan mengubah penampilan khususnya sebagai Putri Amazon. Ia juga menggunakan kemampuannya berbahasa untuk berkomunikasi dan membantu para pengungsi perang dan menerjemahkan buku peneliti Jerman untuk membuktikan kepada para anggota dewan dan Jenderal bahwa ia bukan sekedar wanita biasa.</p>
<p>Di masa mudanya Diana Prince dilatih untuk menjadi seorang petarung handal.</p>	<p>Diana memang menjadi <i>superhero</i>, namun dalam prosesnya ia masih membutuhkan dukungan dari orang lain untuk melatihnya bertarung dan menemukan kemampuan terhebatnya</p>

Pertanyaan 2 adalah apakah peserta FGD merasakan adanya kesamaan watak, sifat, maupun penggambaran dari sosok Diana Prince/Wonder Woman yang juga terdapat dalam diri mereka. Jika ada, peserta

FGD diminta untuk menyebutkan apa saja kesamaan mereka dengan karakter di film. Berikut adalah tabel *encoding* dan *decoding* pertanyaan kedua:

Tabel 2. Hasil *Encoding* dan *Decoding* Pertanyaan 2

Encoding	Decoding
<p>Keinginan menggebu-gebu Diana untuk membunuh Ares dan menyelamatkan “Dunia Manusia”</p>	<p>Sama seperti Gen Z, yang jika sudah ada sesuatu yang diinginkan maka akan melakukan segala cara untuk mendapatkannya (ambisius) Sama seperti Gen Z, yang tidak bisa mengontrol emosinya</p>
<p>Diana pergi dari Pulau Amazon meskipun telah dilarang oleh ibunya demi keinginannya untuk membunuh Ares dan menyelamatkan “Dunia Manusia”</p>	<p>Sama seperti Gen Z, sifat <i>rebellion</i> atau membangkang/memandel yang muncul ketika keinginannya ditentang oleh orang lain (dalam hal ini orang tua)</p>
<p>Diana bertempur melawan prajurit Jerman di Garis Depan dibantu oleh kawan-kawan satu timnya, mereka berhasil merebut kembali wilayah yang diduduki oleh tentara Jerman</p>	<p>Sama seperti Gen Z, yang mudah bekerja sama dan memiliki empati serta kepekaan akan lingkungan di sekitarnya</p>

Lanjutan Tabel 2.

Diana memohon kepada Antiope untuk mengajari dirinya bagaimana cara bertempur dan dalam prosesnya ia giat dan tekun berlatih meskipun harus sembunyi-sembunyi dari ibunya

Sama seperti Gen Z, yang di masa kini selalu punya keinginan untuk belajar hal-hal baru. Kemudahan dalam mengakses informasi dan *skill* di internet membuat Gen Z mudah menerima ilmu baru

Setelah menumpas semua prajurit Jerman di desa Veld, penduduk desa bersorak sorai dan menyalami Diana untuk mengucapkan pujian dan rasa terima kasih karena Diana telah menyelamatkan mereka dari tangan prajurit Jerman yang kejam.

Sama seperti Gen Z, yang butuh pengakuan dari orang lain akan kemampuan yang mereka miliki. Gen Z juga butuh untuk merasa dipuji dan dikagumi atas pencapaian yang mereka dapatkan.

Analisis dan Interpretasi

Media membuat sebuah produk budaya yang beragam yang mana mengandung unsur-unsur identitas sosial yang ditawarkan kepada penikmat produk tersebut, namun sebagai masyarakat budaya, mereka tidak serta merta harus setuju kepada bentuk identitas yang ditawarkan oleh pencipta produk media tersebut. Itulah mengapa Hall membuat 2 proses yang membedakan pemaknaan dari kacamata si pembuat teks budaya (*encoding*) dan dari kacamata penonton atau khalayak (*decoding*).

Generasi Z sebagai generasi yang lahir ketika dunia sudah memasuki era digitalisasi menjadi generasi yang serba instan. Kemudahan mengakses informasi membuat mereka lebih peka terhadap isu-isu di sekitar mereka. Keunikan generasi ini belum sepenuhnya digali oleh peneliti-peneliti sosial dan budaya, terutama tentang bagaimana cara mereka melihat dunia dan, yang paling utama, media. Sadarkah Generasi Z akan isu-isu penting yang sudah menjadi perdebatan bahkan sebelum mereka lahir hingga saat ini yang masih selalu diangkat berulang-ulang dalam produk-produk media? Pertanyaan inilah yang akan dijawab dalam hasil analisis penelitian ini.

Film *Wonder Woman* yang tayang pada tahun 2017 mencetak rekor pendapatan sebagai film dengan pendapatan tertinggi yang disutradarai oleh sutradara perempuan (Patty Jenkins). Dalam film ini, sebuah identitas sosial yang diangkat oleh Patty Jenkins adalah sosok wanita yang serba bisa, yang dapat mengurus dirinya sendiri, yang dapat memecahkan segala permasalahan dunia, dan dapat membongkar dominasi laki-laki sebagai pemimpin. Patty Jenkins memvisualisasikan sosok *Wonder Woman* ke dalam diri Gal Gadot, aktris yang dulunya merupakan Miss Israel, yang berparas cantik dengan tubuh tinggi semampai. Dalam film *Diana Prince*, nama yang dipakai oleh *Wonder Woman* saat menjadi orang biasa, pergi dari Pulau Amazon meninggalkan ibu dan rakyatnya ke “Dunia Manusia” (*Men’s World*) di London untuk menghentikan perang abadi yang diciptakan oleh Dewa Ares, Dewa Perang. Ia ditemani oleh mata-mata Inggris, Steve Trevor (diperankan oleh Chris Pine), yang kebetulan dapat masuk ke Pulau Amazon yang tersembunyi karena dikejar oleh sekelompok prajurit Jerman setelah ia mencuri buku penelitian milik ilmuwan Jerman. Diana bersama Steve menuju ke *Garis Depan* (*The Front*) untuk mencegah Jenderal Ludendorff melepaskan

senjata kimia ke penduduk desa, di mana Diana yakin bahwa Dewa Ares telah mengambil rupa sebagai Jenderal Ludendorff untuk mengisi otak manusia agar penuh dengan kebencian dan ketamakan.

Pada penelitian, peserta FGD nomor 4, 5, 7, dan 10 berpendapat bahwa untuk menjadi sosok yang kuat dan petarung yang unggul Diana membutuhkan dukungan dari orang lain untuk melatihnya bertarung dan menemukan kemampuan terhebatnya. Tumbuh besar sebagai anak dari Ratu di Pulau Amazon, Diana dikelilingi oleh wanita-wanita yang berpengaruh dalam hidupnya. Ada yang berperan sebagai pengajar (dimana Diana selalu melarikan diri saat pelajaran dimulai) dan ada juga yang berperan sebagai pelatih perang (Antiope). Selain dari ibunya, sejak kecil Diana sudah berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Stafford (2004) dalam tulisannya menyebutkan bahwa saat bertumbuh kembang, anak akan mengalami 3 tahap pembelajaran. Pertama, kemampuan komunikasinya akan berkembang ketika ia terlibat dalam percakapan interaktif dengan beberapa pihak (di luar keluarganya). Kedua, sang anak akan tahu ada aturan-aturan tentang mana yang patut dan tidak patut diucapkan dan bagaimana cara mengucapkannya, dan ketiga adalah saat sang anak terjun ke “dunia orang dewasa”, mereka diharapkan menjadi pencipta pengetahuan sosial dan bukan hanya menjadi bagian dari pengetahuan sosial itu saja (Stafford, 2004). Dukungan dari sang pelatih perang, Antiope, dan pada akhirnya sang ibu juga turut mendukung, membuat Diana tumbuh menjadi pribadi yang kuat dan pandai bersosialisasi dengan warga Amazon lainnya.

Ketika seorang lelaki dan mata-mata Inggris terdampar di Pulau Amazon dengan

membawa kabar bahwa “Dunia Manusia” sedang berperang, Diana mulai menemukan perannya sebagai penyelamat “Dunia Manusia” dan ia ingin lepas dari naungan komunitas Amazon yang selama ini membesarkannya. Setelah mendapat persetujuan untuk pergi dari Pulau Amazon dan masuk ke “Dunia Manusia”, peserta FGD nomor 1, 2, dan 8 beranggapan bahwa Diana rupanya masih bergantung pada sosok laki-laki untuk membantu mengantarnya ke London dan ke Garis Depan. Ia juga dituntut oleh Steve Trevor untuk menyesuaikan penampilannya dengan penampilan “yang sewajarnya” wanita di London dengan mengganti pakaian khas petarung Kaum Amazon ke pakaian “sopan” (*modest*) yang dipakai oleh wanita terhormat di Inggris. Mengambil setting Perang Dunia I, peran Diana setibanya di London berubah sesuai dengan peran wanita di London pada masa itu. Reed dalam bukunya (2015: 82) mengatakan di masa itu, terdapat banyak poster-poster yang berisi propaganda tentang wanita adalah korban dari Perang Dunia I. Para prajurit Inggris maju berperang dengan gembleran bahwa jika mereka tidak maju berperang melawan tentara Jerman, maka wanita-wanita di rumah – ibu, istri, anak, saudara perempuan – akan menjadi korban (rumah hancur, istri dan anak dibunuh, atau lebih buruk lagi istri dan anak mereka diperkosa oleh tentara Jerman). Oleh karena itu, pada masa Perang Dunia I wanita-wanita Inggris memiliki waktu luang yang lebih banyak dihabiskan untuk bersolek. Standar-standar pun dibuat, mulai dari cara berpakaian, berbicara, berjalan, dan lain-lain, untuk membedakan wanita yang bermartabat dengan wanita yang hanya kaum jelata.

Meskipun sudah sempat diberitahu bahwa wanita di masa itu tidak terjun ke medan perang, Diana tetap bersikeras untuk

pergi ke Garis Depan (*The Front*). Saat bertempur di Garis Depan, Diana memimpin kawan-kawannya untuk menumpas tentara Jerman yang menduduki Desa Veld. Bagi peserta nomor 3, 6, dan 9 hal tersebut merupakan gebrakan baru bahwa dibalik kesuksesan wanita pasti ada laki-laki yang setia membantu dan mendukungnya. Jadi kesuksesan wanita tak pernah lepas dari peran laki-laki juga. Hal ini berbanding terbalik dengan penggambaran wanita di masa Perang Dunia I. Di Inggris, salah satu poster propaganda yang paling sering dibuat adalah sosok wanita sebagai pahlawan di bidang keperawatan. Wanita perawat selalu digambarkan menyerupai sosok malaikat dalam poster yang memberikan bantuan pada prajurit yang terluka. Prajurit yang biasanya dilihat sebagai sosok yang kuat dan wanita sebagai sosok yang lemah dan butuh pertolongan namun di film ini justru wanitalah yang menyelamatkan laki-laki. Citra perempuan sebagai malaikat penolong inilah yang menjadi gebrakan bahwa wanita juga memiliki kekuatan (Reed 2015: 84).

Selanjutnya, peserta disodorkan dengan pertanyaan berkaitan dengan apakah karakter Wonder Woman memiliki kesamaan dengan watak dan sifat dari Generasi Z dan seluruh peserta menjawab bahwa beberapa karakter Wonder Woman memiliki kesamaan yang erat dengan perilaku Generasi Z masa kini. Kesamaan pertama yang diungkapkan oleh peserta nomor 3, 5, dan 8 adalah keinginan menggebu-gebu Diana untuk membunuh Ares dan menyelamatkan "Dunia Manusia". Saking kuatnya keinginannya ini membuat ia tidak dapat mengendalikan emosinya dan menjadi keras kepala. Sifat ini menurut peserta memiliki kedekatan dengan sifat Generasi Z yang cenderung ambisius dalam usahanya mencapai target atau keberhasilan

tertentu yang mengakibatkan mereka dicela sehingga menjadi terlalu keras kepala dan tertutup dalam menerima saran dan kritik dari orang lain.

Kesamaan kedua yang disebutkan oleh peserta nomor 1, 5, dan 7 adalah sifat *rebellion* atau membangkang yang dimiliki oleh Diana. Ketika Diana mengetahui bahwa "Dunia Manusia" telah disusupi oleh Dewa Perang, ia bertekad untuk pergi dan membantu manusia menaklukkan Dewa Ares. Meskipun mendapatkan larangan dari ibunya, Ratu Hippolyta, ia tetap nekad untuk berangkat ke London dibantu oleh Steve Trevor. Sifat membangkang atau membandel tersebut diakui oleh para peserta juga sering muncul dalam diri Generasi Z ketika keinginan mereka ditentang oleh orang lain (atau dalam hal ini adalah orang tua). Namun selama yang diperjuangkan itu benar (Diana memperjuangkan keselamatan manusia dari pengaruh buruk Dewa Ares), mereka yakin apa yang mereka lakukan itu akan membuahkan hasil yang positif.

Kesamaan ketiga yang disebutkan juga oleh peserta nomor 2 dan 5 adalah kemudahan Diana beradaptasi dan bekerja sama bersama dengan orang baru. Ketika berada di "Dunia Manusia", Diana dituntut untuk menyesuaikan diri baik secara penampilan maupun kemampuan. Keberhasilan merebut Desa Veld dari tangan pasukan Jerman adalah hasil kerja sama Diana dengan timnya. Sifat ini diamini oleh peserta yang menganggap sifat ini sama seperti Gen Z, yang mudah bekerja sama dan memiliki empati serta kepekaan akan lingkungan di sekitarnya.

Kesamaan keempat yang disebutkan oleh peserta nomor 2 adalah keinginan Diana untuk belajar bagaimana menjadi seorang petarung yang hebat kepada Antiope. Ia belajar dengan tekun dan giat meskipun harus sembunyi-sembunyi dari

ibunya. Di masa yang modern ini, Generasi Z dianggap selalu punya keinginan untuk mengetahui hal-hal baru. Kemudahan dalam mengakses informasi dan *skill* di internet membuat Gen Z mudah menerima dan menguasai ilmu-ilmu baru.

Kesamaan kelima yang disebutkan oleh peserta nomor 1 dan 6 adalah hasrat untuk diakui. Setelah menumpas semua prajurit Jerman di desa Veld, penduduk desa bersorak sorai dan menyalami Diana untuk mengucapkan pujian dan rasa terima kasih karena Diana telah menyelamatkan mereka dari tangan prajurit Jerman yang kejam. Pengakuan merupakan penghargaan tertinggi yang diharapkan dapat diperoleh oleh Generasi Z. Setelah bekerja keras dan bersusah payah belajar dan bekerja, mereka butuh untuk merasa dipuji dan dikagumi atas pencapaian yang mereka dapatkan. mewakili analisis dan interpretasi sehingga bagian ini bisa maksimal dianalisis..

Simpulan

Sejak muncul dalam bentuk komik, kemudian ditampilkan dalam bentuk serial televisi, hingga abad ke-21 ini muncul kembali dalam format film yang sudah mengadaptasi teknologi sinematografi tercanggih, Wonder Woman belum kehilangan popularitasnya dikalangan pecinta pahlawan super dan aktivis perempuan. Kemampuan Wonder Woman untuk menyentuh berbagai generasi pun patut dianggap sebagai sebuah prestasi yang super.

Saat ini dunia sedang didominasi oleh Generasi Z, generasi baru yang dianggap lahir dan tumbuh besar di saat teknologi sudah digunakan di sebagian besar bidang. Berbagai asumsi dan pertanyaan muncul di benak cendekiawan tentang bagaimana sifat-sifat Generasi Z dan

bagaimana cara mereka melihat dunia di era digital. Kemunculan penelitian-penelitian tentang karakter Generasi Z pun bermunculan.

Penelitian ini pun diharapkan dapat memberikan angin segar dalam mendeskripsikan pola berpikir Generasi Z, khususnya perempuan, tentang isu-isu seputar gender yang dibawa di film Wonder Woman (2017). Menurut perempuan kelahiran 1996 ke atas, sebelum menjadi pahlawan super dengan kemampuan bertarung yang luar biasa, sosok Wonder Woman membutuhkan peranan keluarga sebagai sistem pendukungnya (*support system*). Tidak hanya ibunya saja, namun seluruh warga Pulau Amazon menciptakan lingkungan yang kondusif selama Diana bertumbuh dan berkembang menjadi wanita dewasa. Bagi Generasi Z, Wonder Woman juga masih bergantung pada peran laki-laki yang membantunya menuju medan perang dan bertempur bersama di Garis Depan (*The Front*). Meskipun demikian, adalah wajar bila pasti ada laki-laki di belakang wanita yang sukses. Kedatangan Diana di Dunia Manusia (*The Men's World*) juga membuatnya harus beradaptasi dengan mengubah penampilan dan pemahaman mendasar tentang bagaimana wanita di masa itu berperilaku. Di perpindahan era yang cukup pesat ini keterbukaan menjadi syarat utama agar dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan, dan itulah yang dilakukan Wonder Woman saat keluar dari Pulau Amazon.

Kedekatan karakter Wonder Woman dengan karakter Generasi Z diamini oleh seluruh peserta FGD di penelitian ini. Mereka mengakui bahwa setelah menonton film Wonder Woman (2017), banyak kesamaan perilaku dan pola berpikir Diana yang juga dianut oleh kebanyakan perempuan Generasi, yaitu sifat ambisius

dan gegabah yang ditunjukkan Diana saat berniat untuk membunuh Dewa Perang, Ares. Sifat ambisius yang dimiliki Generasi Z biasanya muncul ketika mereka ingin mencapai sebuah keberhasilan atau prestasi. Ada keinginan juga dari Generasi Z untuk mendapatkan pengakuan dan pujian atas apa yang mereka capai. Selain itu, Generasi Z juga merasa bahwa sifat membangkang (*rebel*) Diana juga pernah mereka lakukan saat apa yang mereka inginkan tidak dapat diwujudkan oleh orang tua mereka. Namun, layaknya Diana, Generasi Z juga merasa mereka lebih luwes dalam bekerja bersama orang lain dan cepat beradaptasi dengan lingkungan baru didukung dengan kemajuan teknologi yang memudahkan mereka mengakses informasi dan belajar skill baru.

Penelitian ini belum sempurna karena masih memiliki beberapa kekurangan. Sorotan penelitian ini adalah Generasi Z dan karakteristik mereka namun masih khusus pada perempuan. Karakter perempuan dan laki-laki Generasi Z bisa jadi memiliki perbedaan yang signifikan sehingga tidak dapat digeneralisasikan dalam penelitian ini. Selain itu, sebagai dasar penelitian di masa depan, karakter Generasi Z juga dapat digali melalui fenomena tertentu atau kejadian tertentu yang memaksa mereka untuk membuat keputusan atau melakukan sebuah tindakan tertentu.

Daftar Pustaka

- Andrea, B., Gabriella, H.-C., & Tímea, J. 2016. Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness* (p. 92).
- Bejtkovský, J. 2016. The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic. *Littera Scripta* (pp. 25-45).
- Danesi, Marcel. 2012. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Demografi: 2018, *Jumlah Penduduk Indonesia Mencapai 265 Juta Jiwa*. (2019, Maret 3). Diambil kembali dari Dkatadata Web site: <https://databoks.katadata.co.id>
- Hohls, Vyonne Linda. 2017. 'The Representation of Women in Hollywood Film Musicals: a Qualitative, Critical and Visual Analysis of "Gentlemen Prefer Blondes" and "Nine"'. Disertasi. Afrika Selatan: Universitas KwaZulu-Natal.
- Hughes, Mark. 2017. 'Wonder Woman' Is Officially The Highest-Grossing Superhero Origin Film. Retrieve from URL <https://www.forbes.com/sites/markhughes/2017/11/02/wonder-woman-is-officially-the-highest-grossing-superhero-origin-film/#424ac2abebd9>. Diakses 7 Maret 2019.
- Morisan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Reed, Stacey. 2015. Victims or Vital: Contrasting Portrayals of Women in WWI British Propaganda. Momonu (pp. 81-92).
- Stafford, Laura. 2004. Communication Competencies and Sociocultural Priorities of Middle Childhood. *Handbook of Family Communication* (pp. 312).
- Tulgan, Bruce. 2013. "Meet Generation Z: The Second Generation Within The Giant 'Millennial Cohort'". RainmakerThinking, Inc.