

KOMODIFIKASI SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM FILM WARKOP DKI REBORN: JANGKRIK

BOSS! PART 1 DAN 2

Debby Dwi Elsha

Andri Prasetyo Yuwono

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: debby.elsha@staff.uty.ac.id, andri.prasetyo@uty.ac.id

Abstrak

Sajian sensualitas perempuan kerap kali dihadirkan dalam film, termasuk Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dan 2. Kesuksesan film-film Warkop DKI yang berjumlah 36 judul diasumsikan berkaitan dengan sajian sensualitas perempuan karena kekhasan film tersebut yakni unsur komedi, kritik sosial politik dan perempuan cantik nan seksi. Setelah lama tidak diproduksi, dua film terbaru ditonton oleh jutaan orang hingga mencatat rekor film Indonesia terlaris sepanjang masa. Penelitian ini bertujuan membedah kasus komodifikasi sensualitas perempuan dalam film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dan 2 dengan menguak apa, bagaimana dan mengapa sensualitas perempuan dimanfaatkan menjadi komoditas film. Penelitian ini merupakan kajian ekonomi politik media yang akan dilakukan dengan metode studi kasus.

Penelitian berfokus pada sisi sutradara dalam pengemasan film, tujuan dan pendapatnya terhadap kehadiran tokoh perempuan seksi dalam film. Sutradara memproduksi film dengan berpedoman pada profesionalisme, yakni memenuhi tuntutan produser untuk menyajikan sajian sensualitas perempuan. Dengan tujuan untuk memfokuskan film pada sajian komedi dan kritik sosial politiknya, maka sutradara pun berupaya membatasi porsi sajian sensualitas perempuan. Tetapi, sutradara memiliki wewenang dan kesadaran penuh dalam membuat adegan dan shot dalam film. Sehingga, keterlibatan dan andil sutradara dalam pemilihan aktris, kostum dan makeup, pengarahan adegan dan shot serta pengemasan film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dan 2 merupakan kontribusi pada bentuk komodifikasi sensualitas perempuan dengan melanggengkan ideologi patriarki.

Kata kunci: film, perempuan, sensualitas, komodifikasi, patriarki

Abstract

Women's sensuality shows are often presented in films, including Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 and 2. The success of 36 Warkop DKI films is assumed to be related to women's sensuality offerings because of the film's uniqueness namely comedy, social political criticism and women beautiful and sexy. After not being produced for a long time, two of the latest films were watched by millions of people to record the best-selling Indonesian film of all time. This study aims to dissect the case of the commodification of female sensuality in the film Warkop DKI

Reborn: Jangkrik Boss Part 1 and 2 by exposing what, how and why female sensuality is utilized as a film commodity.

*The research focuses on the director's side in packaging the film, his goals and opinions on the presence of sexy female characters in the film. The director produces films based on professionalism, which meets the demands of producers to present women's sensuality offerings. With the aim to focus the film on comedy and socio-political criticism, the director also seeks to limit the portion of women's sensuality offerings. However, the director has full authority and awareness in making scenes and shots in the film. Thus, the involvement and contribution of the director in the selection of actresses, costumes and makeup, direction of scenes and shots and packaging of the film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 and 2* is a contribution to the commodification of female sensuality by perpetuating patriarchal ideology.*

Keywords: film, women, sensuality, comodification, patriarchy

PENDAHULUAN

Di tengah bermunculannya film-film bergenre komedi yang diproduksi oleh sineas-sineas baru, pada tahun 2016 lalu suatu pencapaian mengejutkan diperoleh oleh film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1*. Film ini meraih penonton terbanyak sepanjang sejarah perfilman Indonesia. Dengan jumlah penonton sebanyak 6.858.616, film bergenre komedi ini berhasil menyingkirkan film-film drama romantis, aksi, religi maupun keluarga. Film *Warkop DKI Reborn* pun dilanjutkan dengan sekuelnya yakni Part 2 yang rilis pada tahun berikutnya dengan perolehan penonton sebanyak 4.083.190, jauh di atas rata-rata perolehan penonton film Indonesia yang secara umum berkisar di antara 500.000 hingga 2.000.000 penonton (website Film

Indonesia, 2018). Kesuksesan film *Warkop DKI Reborn* ini tidak hanya merupakan hasil dari sensasi nostalgia yang ditawarkan. Masyarakat memang telah mengenal film ini sejak beberapa dekade lalu, di mana film *Warkop DKI* telah diproduksi sejak tahun 1979 dengan judul *Mana Tahaan...* Dengan total film berjumlah 36 seri, film *Warkop DKI* menjadi satu-satunya film Indonesia dengan produksi terbanyak di Indonesia.

Terdapat tiga hal yang selalu muncul dalam film-film *Warkop DKI* yakni unsur komedi, kritik sosial dan kehadiran perempuan cantik nan sensual. Tiga hal ini merupakan ciri khas yang kemudian menjadi daya tarik film sehingga menghasilkan keuntungan komersial. Film *Warkop DKI* yang selalu menonjolkan sensualitas perempuan dapat diteliti dengan pendekatan

ekonomi politik media. Sebagai produk industri, tentu saja semua hal yang terdapat di dalam film telah dipersiapkan dengan terperinci untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Begitu juga dengan segala yang terdapat dalam *mise-en-scene* film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*. Adegan, kostum dan make-up tokoh-tokoh perempuan dalam film ini dikonstruksi untuk menunjang keunggulan film sebagai produk komersial.

Pencapaian kesuksesan komersial dilihat dari jumlah penonton yang diraih oleh dua film *Warkop DKI* terbaru membuat film ini penting untuk diteliti. Dengan tetap menghadirkan formula khas film *Warkop DKI* yaitu unsur komedi, kritik sosial dan kehadiran perempuan seksi, kedua film ini jauh mengungguli film-film lain yang tayang pada saat bersamaan. Penelitian ini akan membongkar kontrol atas kehadiran sensualitas perempuan dalam film tersebut dari sisi sutradara yang sekaligus berperan dalam penulisan cerita. Peneliti berasumsi bahwa meskipun bukan pemilik modal, sutradara memiliki peran dalam mewujudkan dan mengontrol kemasan film berdasarkan kesepakatan dengan produser. Tidak dapat dipungkiri, sutradara adalah sosok yang memiliki tanggung jawab besar atas kesuksesan film termasuk kesuksesan

komersial. Penelitian ini akan menguak mengenai apa, bagaimana, dan mengapa sensualitas perempuan dihadirkan dalam film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*.

Komodifikasi Dalam Industri Film

Komodifikasi adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukanlah merupakan sebuah komoditi sehingga berubah menjadi komoditi. Menurut Barker (2005), komodifikasi adalah sebuah proses asosiasi terhadap kapitalisme, yaitu objek, kualitas dan tanda dijadikan sebagai komoditas. Sedangkan, komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual ke pasar. Vincent Mosco (1996) menjelaskan bahwa dalam ekonomi politik media komodifikasi diartikan sebagai proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Di mana ekonomi politik media merupakan perspektif tentang kekuasaan pemilik modal dan politik sebagai basis ekonomi dan ideologi industri media dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat yang ditandai kompromi kepada pasar melalui produk-produk “budaya” komersial. Mosco membagi komodifikasi ke dalam tiga hal yakni *komodifikasi isi*, *komodifikasi audiens* atau khalayak, dan *komodifikasi pekerja*. Pemeran karakter perempuan dalam film

merupakan pekerja yang dapat dijadikan komoditas. Komodifikasi pekerja dapat berbentuk eksploitasi tenaga, seksualitas dan sensualitas.

Film sebagai produk industri media, memiliki kepentingan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Untuk mengendalikan pengeluaran yang begitu besar dengan resiko kerugian jika film tidak laku di pasar, maka dibutuhkan adanya upaya untuk memiliki keunggulan film yang dapat menjadi nilai tukar sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Keterbatasan teknik yang dihadapi oleh industri film dalam negeri, membuat film-film Indonesia lebih menekankan pada aspek komodifikasi hal-hal terkait dengan konten cerita. Bahkan, penderitaan pun dapat menjadi komoditas yang diunggulkan. Zakina (2016), menjelaskan bahwa sisi humanis dalam konten cerita film dapat menarik minat khalayak. Secara psikologis, emosi penonton akan tergugah melihat sajian yang menyedihkan. Film *Surat Kecil Untuk Tuhan* menampilkan adegan-adegan yang menunjukkan penderitaan anak kecil berjuang untuk hidup di jalanan. Kesimpulannya, realitas yang dikemas sebagai produk hiburan dalam industri budaya dapat dijadikan media pembelajaran. Dengan representasi dan komodikasi

penderitaan di sisi lain realitas itu sendiri dengan maksud agar penonton juga dapat sama-sama memetik hikmah atas pengalaman hidup yang dialami para tokohnya.

Unsur religi juga merupakan komoditi bagi film-film yang belakangan ini hadir di layar lebar Indonesia. Lathifah (2017) melakukan penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis implikatur untuk memahami pola komodifikasi dan keterkaitan pengaruh hijab dalam budaya visual melalui perfilman Indonesia. Dalam film, kehadiran hijab telah memperkaya ide dan gagasan para perupa untuk mengangkat tema-tema identitas dan pluralitas, sementara dalam seni media aplikatif seperti film, posisi hijab banyak terekspos dalam film layar lebar religi Islami. Hijab bukan lagi sekedar atribut muslimah untuk memenuhi tuntutan syariat agama Islam dan sarana propaganda ajaran agama Islam, tetapi juga merupakan komoditas usaha yang menguntungkan, baik bagi produser, sutradara, artis pemeran dalam film dan pemilik bisnis *fashion* hijab.

Sensualitas Perempuan Dalam Film

Sensualitas berakar pada kata '*sense*' yang berarti indra. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sensualitas adalah segala

sesuatu mengenai badani. Sensualitas juga dapat diartikan sebagai tataran imajinasi seksual individu terhadap objek yang dilihatnya. Sensualitas dalam penelitian ini berfokus pada sajian aktivitas seksual yang dilihat dari gerak dan bahasa tubuh dan gaya berpakaian perempuan yang dianggap berkaitan dengan hasrat seksual atau dapat menimbulkan birahi.

Merujuk pada Ida dan Surya (2002) definisi konsep sensualitas yang berkembang di media massa tidak berhasil dirumuskan dalam definisi yang jelas. Setidaknya, dapat diketahui bahwa asumsi yang berkembang di masyarakat secara umum menyatakan bahwa sensualitas merujuk pada aksi yang sengaja dipertontonkan untuk mengundang imajinasi seksual bagi siapa pun yang mengonsumsinya. Penggunaan pakaian yang minim dan cenderung terbuka merupakan beberapa hal yang membentuk konsep sensualitas itu sendiri. Konsep sensualitas sangat berhubungan erat dengan kemampuan panca indera manusia dalam menangkap objek tertentu. Biasanya objek yang sifatnya visual-lah yang paling kuat membentuk konsep sensualitas.

Primada Qurrota Ayun (2015) menemukan adanya komodifikasi sensualitas perempuan dalam film horor Indonesia. Ia menyatakan bahwa penampilan sensualitas

dan tubuh perempuan dalam film horor menunjukkan bahwa secara tidak langsung di dalam film horor tersebut, perempuan mengalami kekerasan serta penindasan yang dikarenakan oleh sebuah sistem kekuasaan dalam berbagai bentuk. Film horor yang memperkerjakan perempuan secara tidak langsung telah melakukan tindakan diskriminasi kerja, upah serta perempuan dijadikan sebagai obyek yang dilecehkan secara seksual, memiliki ketergantungan kepada kaum laki-laki, serta adanya pembagian peran yang tidak seimbang dalam peran sosial.

Komodifikasi tubuh perempuan juga merupakan salah satu bentuk eksploitasi yang dilakukan dalam film *Air Terjun Pengantin*. Menurut Dio Pratama (2014), perempuan dalam film ini dijadikan objek dagang yang memiliki nilai tukar semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan komersial. Komodifikasi tubuh perempuan ini dilakukan tanpa memikirkan efek dari film tersebut kepada khalayak, sebagaimana terlihat adanya eksploitasi secara fisik ditunjukkan dalam berbagai adegan yang menunjukkan eksploitasi tubuh perempuan dengan adanya *shot-shot* yang mengeksplor beberapa bagian tubuh tertentu seperti bibir, dada, pundak, dan pinggul. Bahkan, film ini tidak segan menyajikan adegan

ciuman dengan bahasa tubuh dan ekspresi yang menunjang terbentuknya sensualitas perempuan. Sensualitas juga ditunjukkan dengan menampilkan perempuan dalam berbagai karakter (realitas kedua) seperti mudah tergoda laki-laki, seksi, dan agresif. Selain dari gerakan yang menciptakan sensualitas, balutan pakaian wanita yang cenderung terbuka yakni bikini, tatanan rambut, dan didukung dengan teknik pengambilan gambar yang cenderung eksploratif (*close up*) terhadap beberapa bagian tubuh tertentu (bibir, dada, pundak, dan pinggul, serta adegan ciuman) menunjukkan perempuan sebagai objek pandang dalam hal ini bagi laki-laki.

Laura Mulvey (1999) menjelaskan bahwa sistem patriarki menguasai produksi film yang beredar. Ia mengkritisi hal ini menggunakan pendekatan psikoanalisis, dan menyatakan bahwa keberadaan tokoh perempuan dalam film bukanlah sebagai pencipta makna, melainkan hanya sebagai pembawa makna pesan yang ingin disampaikan oleh film. Dengan membawa pesan tersebut, perempuan kemudian dapat memiliki peran dalam masyarakat patriarkal yang telah dibentuk oleh dominasi laki-laki. Mulvey juga mengulas mengenai teori *scopophilia* yang diungkapkan oleh Sigmund Freud yakni kenikmatan yang diperoleh

subjek saat menjadikan orang lain sebagai objek penglihatannya. Hal seperti ini dapat dilakukan oleh penonton ketika menonton film di bioskop. Dalam kondisi bioskop yang gelap, penonton dapat leluasa menonton tanpa khawatir ekspresinya dilihat oleh orang lain. Lebih detail, *scopophilia* dalam film merupakan kenikmatan yang dapat diperoleh penonton saat memandang perempuan dalam film sebagai objek pandangannya.

Perilaku penonton yang lainnya adalah *narcissitic identification* yakni penonton yang mengidentifikasikan dirinya sebagai tokoh utama laki-laki yang ada di dalam adegan-adegan film yang ditonton. Penonton laki-laki seolah-olah mendapatkan kendali penuh atas pemeran perempuan dalam film. Mulvey pun menyatakan bahwa sejak jaman sinema klasik Hollywood, perempuan hanyalah berfungsi sebagai ikon. Perempuan merupakan objek erotik untuk laki-laki, baik untuk karakter laki-laki dalam film maupun penonton laki-laki yang menempatkan diri sebagai subjek aktif. Hal ini menyebabkan kamera menjadi representasi dari male gaze dalam film. Apa yang ditangkap dan ditampilkan kamera mewakili dan memenuhi ekspektasi produsen laki-laki dan penonton laki-laki.

METODE PENELITIAN

a. Deskripsi objek penelitian

Film *Warkop DKI* merupakan film komedi Indonesia yang dibintangi oleh comedian Dono, Kasino dan Indro (serta Nanu di film pertama). Mulai diproduksi sejak tahun 1979 dengan judul *Mana Tahaaan...*, dan terus diproduksi hingga seri ke 34 pada tahun 1994 berjudul *Pencet Sana Pencet Sini*. Film-film ini selalu laris dipasaran, setidaknya dapat dilihat dari jumlah produksi filmnya. Tentu saja, film tidak akan terus diproduksi jika tidak mendatangkan keuntungan komersial (website wikipedia "Warkop DKI", diakses 2018).

Setelah lama tidak diproduksi hingga kedua pemain utama meninggal dunia yakni Dono dan Kasino, akhirnya pada tahun 2016 dirilislah film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1*. Film yang merupakan adaptasi dari film-film *Warkop DKI* ini disutradarai oleh Anggy Umbara, dan ketiga tokoh utama diperankan dengan aktor-aktor muda yang sedemikian mungkin dibuat mirip dengan Dono, Kasino dan Indro. Kehadiran Indro tidak lagi muda juga dapat kita saksikan dalam porsi peran yang tidak banyak Film dirilis pada tanggal 8 September 2016 di bioskop seluruh Indonesia dan diproduksi oleh Falcon Pictures.

Film ini mendapatkan antusias yang luar biasa dari seluruh kalangan masyarakat. Hari pertama penayangannya mendapat penonton 270.000 penonton, dan pencatatan terakhir website terpercaya, *filmindonesia.or.id*, film ini meraih 6.858.616 penonton. Jumlah penontonnya membuat film tersebut menyalip film *Laskar Pelangi* sebagai film Indonesia terlaris sepanjang masa sehingga film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1* mencatatkan rekor baru sebagai film Indonesia terlaris sepanjang masa. Permasalahan cerita belum selesai pada akhir film *Jangkrik Boss! Part 1*, dan memang direncanakan untuk dilanjutkan pada *Jangkrik Boss! Part 2* yang dirilis pada tahun 2017. Dua film ini merupakan satu kesatuan cerita dengan sebagian besar tokoh yang sama mengisahkan pencarian harta karun yang hendak digunakan oleh Dono, Kasino dan Indro untuk membayar kerugian akibat kesialan yang menimpa mereka.

b. Metode Studi Kasus

Permasalahan yang hendak diangkat dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan pisau analisis studi kasus. Studi kasus merupakan terjemahan dari bahasa Inggris *A Case Study* atau *Case Studies*. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum, studi kasus

merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan apabila fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2014).

Kriyantono (2010) menyatakan bahwa metode riset kualitatif menggunakan beragam sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek dengan menggunakan berbagai instrument pengumpulan data seperti wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi partisipan, dan dokumentasi secara sistematis. Dalam penelitian ini, studi kasus dipilih sebagai jenis penelitian kualitatif yang akan mengungkap bagaimana peran sutradara selaku pembuat film yang mengemas pesan-pesan sensualitas



perempuan dalam film yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada proses dan tujuan dalam menampilkan sensualitas para tokoh perempuan dalam film yang menjadi objek penelitian berkaitan dengan daya tarik dan nilai ekonomi film tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Sajian Sensualitas Perempuan Dalam Film *Warkop DKI Terkini*

Film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1* merupakan film yang amat mudah untuk dipahami jalan ceritanya. Beberapa tokoh perempuan dalam film ini adalah Sophie (Hannah Al Rashid), Nikki (Nikita Mirzani) dan Nadia (Nur Fazura). Selain itu, terdapat tokoh figuran yakni beberapa asisten rumah tangga yang tampil dengan pakaian terbuka dan bahasa tubuh yang genit. Selain itu, juga terdapat *ekstra* para perempuan yang tampil mengenakan baju pantai.



(Gambar 1: *Shot* Nikki mengenakan pakaian terbuka di *Part 1*)



(Gambar 3: *Shot* memperlihatkan belahan dada tokoh figuran di *Part 1*)

(Gambar 2: *close up shot* bokong Sophie di *Part 1*)



(Gambar 4: *Shot* memperlihatkan perempuan berbikini di *Part 2*)

Gambar-gambar yang memperlihatkan sensualitas perempuan memang diperlihatkan dalam berbagai adegan, baik dari cara berpakaian yang menampilkan lekuk tubuh perempuan maupun gerak dan bahasa tubuh termasuk

suara dan ekspresi wajah. Tetapi jika dilihat dari intensitas adegan dan penggunaan pakaian terbuka serta durasi adegan, penyajian adegan lebih sedikit dibandingkan film-film terdahulu.



(Gambar 5: Salah satu adegan yang memperlihatkan lekuk tubuh Eva Arnaz di *Pokoknya Beres*)



(Gambar 6: Salah satu adegan yang memperlihatkan interaksi fisik *Dono & Eva Arnaz* di *Pokoknya Beres*)

b. Pedoman Sutradara Dalam Mengemas Film

Melalui wawancara yang dilakukan, Anggy Umbara selaku sutradara, yang juga menggarap film komedi *Comic 8 Series* dan *Suzzana Bernafas Dalam Kubur*, menyatakan alasan kesediaannya menyutradarai film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*. Sebagai penggemar film-film Warkop DKI, Anggy menyukai pesan-pesan yang disampaikan dalam film. Contohnya adalah isu konsumerisme yang menyebabkan masyarakat terus berhutang disampaikan melalui film *Setan Kredit*. Chips pun mengangkat nilai sosialisme di mana kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah upaya untuk memberikan kontribusi keamanan sebagai wujud kepedulian kepada lingkungan dan masyarakat.

Anggy menulis ide cerita yang dibentuk dalam sketsa adegan yang kemudian dikembangkan bersama Arie Kriting, Bene Dionysius dan Andi Wijaya. Kesepakatan kerja pun dibuat bersama dengan produser dari Falcon Pictures, HB Naveen dan Federica. Anggy memimpin semua proses termasuk pemilihan pemain, pembentukan karakter yang meliputi kostum dan *makeup*, pengarahan adegan serta akting pemain. Berangkat dari rasa hormatnya kepada sosok Dono, Kasino dan

Indro yang memperjuangkan nilai-nilai sosial melalui komedi, ketertarikannya pada pesan film dan unsur komedi yang menurutnya seru, Anggy mengutamakan kekuatan karakter tiga tokoh utama. Tetapi, produser menginginkan film terbaru ini tidak lepas dari ciri khas yang telah melekat di film-film sebelumnya, yakni terdapat adegan dan gambar yang memperlihatkan sensualitas perempuan. Anggy melihatnya sebagai kebutuhan pasar yang dipertimbangkan oleh produser sebagai hal yang dapat menarik penonton. Meskipun secara pribadi ia tidak menyukai adanya sajian sensualitas perempuan dan menganggapnya tidak penting, ia tetap berpedoman pada profesionalisme dan komitmennya dalam pekerjaan sebagai sutradara, maka ia pun mengemas film garapannya sesuai dengan tuntutan produser. Anggy menyatakan bahwa selama masih sesuai dengan naskah maka penyajian adegan dan gambar yang memperlihatkan sensualitas perempuan masih wajar dilakukan. Contohnya pada karakter Nikki yang merupakan perempuan selingkuhan Bos Chips.

Anggy berupaya agar adegan-adegan yang dihadirkan tidak terlalu vulgar dan dengan porsi yang tidak banyak. Ia pun mengukur kelayakan filmnya dengan pemberian rating dari Lembaga Sensor Film

yakni 13+ yang membuktikan bahwa film ini aman untuk ditonton sejak usia remaja muda. Bahkan, adegan yang perlu disensor hanyalah gambar yang harus disensor adalah adegan yang tidak disengaja di *Part 1*, dimana seorang laki-laki dewasa tampak bagian bokongnya karena celananya dipeloroti oleh Kasino.

Dalam penggarapan film, Anggy tidak berpatokan pada perkiraan ekspektasi penonton. Ia hanya berfokus pada apa yang perlu ia rencanakan untuk menghadirkan sesuatu yang asik dan berbeda dalam filmnya. Tidak berdasar kepada keinginan penonton, melainkan apa yang ia inginkan sebagai sutradara. Anggy beranggapan bahwa dalam membuat film, ia perlu merasa puas dengan hasil karyanya tidak hanya sekedar memuaskan penonton saja. Sedangkan, perihal selera dan keinginan pasar adalah ranah kerja dari produser film.

Setelah rilis film pertama, komentar penonton pun berdatangan dan dapat diamati salah satunya melalui kolom komentar di akun *Youtube* Falcon Pictures.

Menurut sutradara, pertanyaan yang paling banyak adalah: “*kok tidak ada adegan pantainya?*”. Begitu juga dengan kehadiran pemeran tokoh perempuan yang dianggap penonton kurang terkenal dan menarik seperti halnya Eva Arnaz dan Lydia Kandau pada masanya. Sutradara menjelaskan bahwa ia memang tidak memiliki *concern* besar terhadap aktris yang dipilih. Baginya, kehadiran para aktris perempuan tidak untuk mendominasi daya tarik film karena sorotan utama yang ingin ia tonjalkan adalah ketiga tokoh utama yakni Dono, Kasino dan Indro. Anggy ingin menyajikan film *Warkop DKI* yang lebih menekankan pada unsur komedi dan kritik sosial saja, menurutnya hal ini juga dibuktikan dengan ketiadaan foto para aktris di poster film. Bila dibandingkan dengan poster film-film sebelumnya yang menampilkan gambar tokoh perempuan dengan pakaian yang cenderung terbuka, poster film *Jangkrik Boss! Part 1 dan 2* memanglah berkesan menonjolkan tiga karakter utamanya saja.



(Gambar 7: Poster film *Jangkrik Boss! Part 1*)



(Gambar 8: Poster film *Jangkrik Boss! Part 2*)



(Gambar 9: Poster film *Sudah Pasti Tahan*)



(Gambar 10: Poster film *Salah Masuk*)

Pengerjaan film *Jangkrik Boss! Part 1* dan 2 yang dilakukan dalam sekali proses syuting, sehingga kehadiran adegan pantai dalam *Part 2* tentu saja bukan dibuat demi menjawab pertanyaan penonton tadi. Karena sebenarnya saat film *Part 1* dibuat,

proses syuting *Part 2* telah selesai dilaksanakan. Ini menunjukkan, sejak awal produsen (dalam hal ini termasuk sutradara) memang telah merencanakan adegan-adegan yang memperlihatkan sensualitas perempuan. Kemudian, Anggy pun

menyatakan bahwa meskipun ia tidak berusaha menunjukkan secara berlebihan tetapi ia tetap berupaya agar film yang ia garap tidak tampak 'bolong' (ada yang kurang) dibandingkan film-film sebelumnya. Anggy pun menambahkan bahwa ketertarikan penonton terhadap sajian sensualitas perempuan merupakan hal yang manusiawi. Tidak bisa ditutup-tutupi, hasrat setiap laki-laki terhadap perempuan memang sudah ada sejak lahir. Dibendung dengan cara apapun, hasrat tersebut tetap akan selalu keluar.

c. Nilai Ekonomi Dalam Industri Film Berdasarkan Ideologi Patriarki

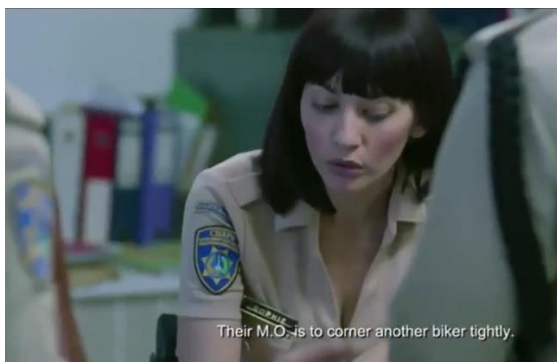
Entah sebagai unsur pelengkap ataupun unsur utama, sajian sensualitas perempuan terus dihadirkan dalam film Warkop DKI sejak awal hingga sekarang. Dalam dua film terbaru, *Jangkrik Boss! Part 1 dan 2* pun sensualitas perempuan dihadirkan meskipun dalam porsi yang lebih sedikit daripada film terdahulu. Jika dilihat dari kacamata industri, film adalah produk yang dapat menghasilkan keuntungan komersial berkali-kali lipat dibandingkan dengan modal yang dikeluarkan. Semakin banyak penonton yang tertarik untuk menonton film tersebut maka kemungkinan pundi-pundi uang yang didapatkan akan semakin banyak. Belum lagi,

status lulus sensor dan rating film yang diperuntukkan kepada lingkup usia yang luas tentu akan menambah kemungkinan masyarakat berbondong-bondong menonton film tersebut. Film komedi dengan rating 13+ seperti *Jangkrik Boss!* juga merupakan salah satu film pilihan yang cocok untuk ditonton bersama keluarga.

Meskipun secara kuantitas penyajian adegan dan gambar yang berkaitan dengan sensualitas perempuan jauh berkurang dibandingkan dengan film-film Warkop DKI yang sebelumnya, tetapi sutradara tetap menghadirkan adegan-adegan tersebut atas tuntutan dari produser. Membaca selera pasar yang secara umum dianggap menyukai adegan-adegan sejenis, termasuk jika turut diasumsikan bahwa kesuksesan film Warkop DKI sebagai film dengan jumlah produksi terbanyak di Indonesia, *Jangkrik Boss!* Menjadi film yang turut melanggengkan agenda komodifikasi sensualitas perempuan dalam film. Aktris sebagai pekerja perempuan diarahkan untuk mengenakan pakaian tertentu dan berakting (termasuk cara mengekspresikan wajah, berbicara dan gerak tubuh). Terlepas dari apakah aktris dengan senang hati atau terpaksa mengikuti arahan sutradara – misalnya karena aktris menikmati *fashion*, merasa justru dapat dengan leluasa mengekspresikan diri karena

karakter yang ia bawaan sesuai dengan karakter serta preferensi pribadinya atau sebaliknya karena desakan kebutuhan ekonomi – wujud dari pemanfaatan unsur-unsur sensualitas perempuan menjadi daya tarik bernilai ekonomi adalah bentuk komodifikasi pekerja.

Berangkat dari pernyataan sutradara yang mengungkapkan pendapatnya bahwa ketertarikan penonton laki-laki terhadap sensualitas perempuan adalah hal yang manusiawi, yang akan timbul secara alami. Ketertarikan alamiah ini yang kemudian dimanfaatkan untuk secara sengaja, namun secara laten, menarik masyarakat untuk menonton film *Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*. Kegemaran untuk mengintip (*scophophilia*) dan kecenderungan *narcissistic identification* difasilitasi melalui adegan-adegan yang menampilkan sensualitas perempuan. Contohnya, pada adegan Sophie



(Gambar 11: *Shot* Sophie membungkuk sehingga belahan dadanya tampak terlihat sedikit)

menjelaskan suatu hal dengan ekspresif, ia pun menggerakkan tubuhnya dengan perlahan namun berlebihan – gerakan tubuh yang tidak perlu – seperti menungging dan membungkuk. Dampak dari gerakan tubuhnya ini ialah menonjolkan bagian bokong (gambar 2) dan belahan dada (gambar 11). Selain itu, adalah adegan di mana Kasino menggunakan *binocular* (teropong) untuk melihat dengan jelas sekaligus mengintip perempuan berbikini yang sebenarnya berjarak sangat dekat dengan dirinya sehingga penggunaan *binocular* dan sajian *binocular frame* tidaklah dibutuhkan. Sekalipun adegan ini dibutuhkan untuk kelanjutan adegannya yakni pengecoh komedi berupa penggunaan 2 *ice cream cone* yang seolah-olah akan mengenai kedua mata Kasino, seharusnya jarak antara Kasino dan perempuan berbikini diperhitungkan dengan logis.



(Gambar 12: *Shot* perempuan berbikini di pantai dalam binocular frame)

Penyajian adegan dan gambar sejenis lekat dengan ideologi patriarki, yang menganggap perempuan sebagai objek pandangan. Cara-cara perempuan dihadirkan disesuaikan dengan kesukaan dan ketertarikan laki-laki, baik dari cara berpakaian, gerakan tubuh, dan ekspresi wajahnya. Hal-hal yang menampilkan sensualitas perempuan tersebut, jika ditiadakan keberadaannya pun tidak adakan berpengaruh pada alur cerita, unsur komedi dan kritik sosial yang ingin disampaikan. Menurut sutradara, ia masih melakukan pengadeganan sesuai dengan kebutuhan dan logika cerita seperti kehadiran sosok Nikki yang merupakan perempuan selingkuhan. Memang menjadi masuk akal jika ia ditampilkan dengan gerak dan bahasa tubuh yang genit serta agresif. Meskipun, sebenarnya dengan teknik sinematik yang cerdas pun sudah bisa merepresentasikan karakter Nikki tanpa harus ditampilkan dengan gamblang. Tetapi, gerakan tubuh menungging dan membungkuk yang secara jelas bertujuan untuk memperlihatkan bagian tubuh sensitif perempuan yang cukup banyak disajikan jelas bertujuan untuk menghadirkan sajian sensualitas perempuan. Keputusan untuk penyajian dan pengemasan adegan-adegan

ini, tentu saja berdasarkan wewenang sutradara.

Dengan menghadirkan film yang terdapat sajian sensualitas perempuan, penonton laki-laki akan tertarik untuk menonton. Sedangkan, porsi sajian sensualitas yang terbatas kemungkinan besar akan membuat penonton perempuan merasa nyaman untuk menonton. Terakhir, sajian sensualitas yang diproduksi dengan cara yang tidak terlalu vulgar (bandingkan dengan film-film *Warkop DKI* terdahulu) membuat film ini lulus sensor dengan rating 13+. Oleh karena itu, diraihlah cakupan pasar film yang luas diluas dilihat dari segmentasi penonton secara umum. Sehingga, kesempatan mendapatkan sebanyak-banyaknya penonton semakin besar dan semakin besar pula keuntungan komersial yang didapat. Sementara itu, penurunan jumlah penonton sekitar 40% (selisih 2.775.426 penonton yang dilihat dari *Jangkrik Boss! Part 1 dan 2* yakni 6.858.616 ke 4.083.190), bisa jadi disebabkan oleh menurunnya ketertarikan penonton untuk menonton film selanjutnya berkaitan dengan penyajian sensualitas perempuan yang diluar ekspektasi. Pertanyaan penonton terkait ketiadaan adegan pantai dan pemilihan

pemain saat *Jangkrik Boss! Part 1* dirilis, dapat dianggap sebagai pertanyaan yang merepresentasikan kelekatan film dengan kekhasan film *Warkop DKI* yakni adegan pantai dan sosok aktris yang dianggap sebagai simbol seks. Bagaimanapun, asumsi ini perlu dibuktikan dengan penelitian terhadap penonton.

KESIMPULAN

Untuk mendapatkan keuntungan komersial, produser membaca selera pasar dan memberikan tuntutan kepada sutradara film untuk memproduksi film yang sesuai dengan ekspektasi produser. Dalam kasus ini, sajian sensualitas perempuan menjadi komoditas film untuk meraup keuntungan komersial – yang juga merupakan formula khas lanjutan dari film-film *Warkop DKI* terdahulu. Dalam memproduksi film *Warkop DKI Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*, sutradara memiliki kewenangan dalam penciptaan konten serta pengemasan konten itu sendiri menjadi film utuh yang siap dipasarkan dan ditonton oleh masyarakat. Sutradara memiliki andil dalam penentuan bagaimana sajian sensualitas perempuan dihadirkan dan seberapa besar porsi sajian itu ditampilkan.

Sutradara menyatakan bahwa capaian produksinya adalah dengan

mengunggulkan kritik sosial politik dan unsur komedi dari tiga karakter utama sehingga ia membatasi porsi sajian sensualitas perempuan. Di sisi lain, dengan berpedoman pada bentuk profesionalisme kerja sutradara turut melanggengkan ideologi patriarki dengan tetap membuat sajian-sajian sensualitas perempuan dalam film tersebut. Andil sutradara dalam pemilihan aktris, pembuatan adegan dan *shot* yang menyajikan sensualitas perempuan membungkus objektifikasi perempuan dengan cara yang dilakukan oleh sutradara – yang merupakan seorang laki-laki, yang menyadari secara penuh bahwa hasrat dan ketertarikan laki-laki akan sensualitas perempuan adalah manusiawi – sebagai objek pandangan bagi penonton laki-laki. Ideologi ini kemudian melanggengkan kegiatan komodifikasi sensualitas perempuan dalam film, khususnya film *Warkop DKI* yang tercermin dari dua film terbaru *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1 dan 2*.

DAFTAR PUSTAKA

Ayun, Primada Qurrota. 2015, *Sensualitas dan Tubuh Perempuan dalam Film-film Horor di Indonesia (Kajian Ekonomi Politik Media)*, Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

- Barker, C. 2005. *Cultural Studies Teori dan Praktik* (terjemahan: Tim Kunci Cultural Studies Centre). Yogyakarta: PT Bentang Pustaka. Coover, C. et.al. 1993.
- Ida, Rachmah & Surya, Yuyun Izzati. 2002, *Politik Tubuh Dan Sensualitas Perempuan: Diskursus Media Terhadap Fenomena Goyang Penyanyi Dangdut Perempuan*, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lathifah, Siti Nur. 2017. *Komodifikasi Hijab Dalam Film Religi Islami Layar Lebar Indonesia*. Universitas Brawijaya Malang.
- Lincoln, S. Yvonna & Norman K. Denzin. 2011. *Handbook of Qualitative Research*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publication.
- Mulvey, Laura. 1999. "Visual Pleasure and Narrative Cinema". *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*. Eds. Leo Barudy and Marshall Cohen. Newyork: Oxford UP.
- Pratama, Dio. 2014. *Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Film "Air Terjun Pengantin" Karya Rizal Mantovani*, eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (4) : 297 - 311 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id.
- Siregar, A. (ed). (2000). *Eksplorasi Gender di Ranah Jurnalisme dan Hiburan*. Yogyakarta: LP3Y.
- Yin, Robert. K., 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Zakina. 2016. *Komodifikasi Penderitaan Dalam Film Surat Kecil Untuk Tuhan*. Jurnal Komunikasi: Communicology. Volume 04 Nomor 04 tahun 2016. Universitas Negeri Jakarta.
- Webtografi:
- Website Film Indonesia, Data Penonton, diakses dari <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2007-2018#.W3NGH-gzblU> pada 14 Agustus 2018.
- Website Wikipedia. "WARKOP DKI". Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Warkop_DKI pada 15 Agustus 2018.