



**Resepsi Gen Z Terhadap Pesan Stereotype Gender dan
Komodifikasi dalam Film *Barbie The Movie* (2023)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
Chantika Azzahra Ananda
44522010054
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**Resepsi Gen Z Terhadap Pesan Stereotype Gender dan
Komodifikasi dalam Film *Barbie The Movie* (2023)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Chantika Azzahra Ananda
44522010054

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chantika Azzahra Ananda

NIM : 44522010054

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Digital Communication

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“RESEPSI GEN Z TERHADAP PESAN STREOTIPE GENDER DAN KOMODIFIKASI DALAM FILM BARBIE THE MOVIE (2023)”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026



Chantika Azzahra Ananda

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Chantika Azzahra Ananda
NIM : 44522010054
Program Studi : Digital Communications
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul "RESEPSI GEN Z TERHADAP PESAN STREOTIPE GENDER DAN KOMODIFIKASI DALAM FILM BARBIE THE MOVIE (2023)" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 14 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Chantika Azzahra Ananda
NIM : 44522010054
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Digital Communication
Judul Tugas Akhir : "RESEPSI GEN Z TERHADAP PESAN
STREOTIPE GENDER DAN KOMODIFIKASI DALAM FILM BARBIE THE
MOVIE (2023)"

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602

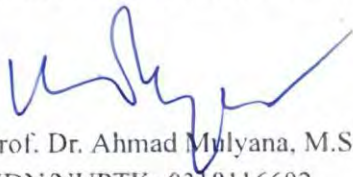
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hanid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Resepsi Gen Z Terhadap Pesan Stereotipe Gender dan Komodifikasi Dalam Film Barbie The Movie (2023).” dengan metode penelitian kualitatif dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada bidang studi Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang dengan tulus membantu dan mendukung peneliti dalam melakukan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku dosen pembimbing dan Dekan Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu peneliti dalam melakukan penyusunan tugas akhir skripsi dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta bimbingan.
2. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA selaku sekretaris bidang studi Digital Communication Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa untuk kedua orang tua peneliti yang banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti.
5. Tarissa, Paras, Nurhaliza, Ara, Nafa, Sevila dan Tata selaku rekan-rekan seperjuangan yang telah berjuang bersama-sama peneliti dalam menjalankan tugas akhir skripsi ini.
6. Inna, Aldinda dan Najwa selaku rekan-rekan yang telah senantiasa mendukung dan memotivasi peneliti dalam menjalankan tugas akhir skripsi ini.

7. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Gesit, Kak Irfan, Andyra, Arya selaku rekan yang senantiasa menemani, memberikan dukungan serta membantu peneliti selama penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti rinci satu per-satu yang telah membantu dalam proses penyusunan makalah ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan, oleh karena itu peneliti dengan kerendahan hati sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan. Peneliti berharap pembaca menemukan pengetahuan baru dari penelitian yang sudah peneliti susun.



Tangerang, 12 Desember 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Chantika Azzahra Ananda', is placed below the date.

Chantika Azzahra Ananda

44522010054

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chantika Azzahra Ananda
NIM : 4422010054
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Digital Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "RESEPSI GEN Z TERHADAP PESAN
STREOTIPE GENDER DAN KOMODIFIKASI DALAM FILM BARBIE THE
MOVIE (2023)"

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Chantika Azzahra Ananda)

ABSTRAK

Nama : Chantika Azzahra Ananda
NIM : 44522010054
Program Studi : Komunikasi Digital
Judul : Resepsi Gen Z Terhadap Pesan Stereotipe Gender dan Komodifikasi dalam Film Barbie The Movie (2023)
Pembimbing : Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Film Barbie The Movie (2023) menjadi salah satu teks budaya populer yang banyak dibicarakan karena memuat isu representasi gender, kritik patriarki, dan unsur komodifikasi yang dikemas secara visual menarik. Sebagai generasi *digital-native*, Gen Z memiliki karakteristik kritis terhadap isu otentisitas dan nilai komersial dalam media, sehingga pemaknaan mereka terhadap film ini menjadi beragam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Gen Z menginterpretasikan representasi gender dan menyadari unsur komodifikasi dalam film Barbie menggunakan Teori Resepsi *Encoding–Decoding* Stuart Hall, yang membagi pemaknaan audiens ke dalam tiga posisi: hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma kritis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan enam informan Gen Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan Gen Z dipengaruhi oleh Frame of Knowledge, Relation of Productions dan Technical Infrastructure. Dari enam informan, satu berada pada posisi dominan, empat berada pada posisi negosiasi, dan satu berada pada posisi oposisi. Informan dominan menerima pesan feminisme dan representasi gender secara positif, informan negosiasi menilai film kuat secara pesan namun sarat komodifikasi, sedangkan informan oposisi menolak pesan film karena dianggap tidak otentik, terlalu komersial, dan tidak relevan dengan realitas gender.

Kata Kunci: analisis resepsi, stereotipe gender, Barbie The Movie (2023), komodifikasi, Gen Z

ABSTRACT

Name : Chantika Azzahra Ananda
Student ID : 44522010054
Study Program : Digital Communication
Thesis Report Title : *Gen Z Reception of Gender Stereotype Messages and Commodification in Barbie The Movie (2023)*
Counsellor : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Barbie The Movie (2023) has become one of the most discussed popular cultural texts because it presents issues of gender representation, critiques of patriarchy, and elements of commodification packaged in an appealing visual narrative. As digital natives, Gen Z tends to be critical toward issues of authenticity and commercial values in media, resulting in diverse interpretations of the film. This study aims to examine how Gen Z interprets gender representation and recognizes commodification elements in the film Barbie, using Stuart Hall's Encoding–Decoding Reception Theory, which categorizes audience interpretation into three positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional.

This research employs a descriptive qualitative approach within a critical paradigm. Data were collected through in-depth interviews with six Gen Z informants. The findings indicate that Gen Z's interpretations are influenced by their Frame of Knowledge, Relations of Production, and Technical Infrastructure. Out of the six informants, one aligns with the dominant position, four fall into the negotiated position, and one holds an oppositional stance. The dominant reader accepts the film's feminist messages and gender representations positively; negotiated readers acknowledge the strength of the messages yet highlight the film's commodification; meanwhile, the oppositional reader rejects the film's messages, considering them inauthentic, overly commercial, and irrelevant to real gender issues.

Keywords: *reception analysis, gender stereotypes, Barbie The Movie (2023), commodification, Gen Z*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Sosial.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Teori Resepsi	19
2.2.2 Gender	20
2.2.3 Streotipe Gender	21
2.2.4 Industri Film dan Komodifikasi	22
2.2.5 Pesan Film.....	24
2.2.6 Maskulinitas dan Feminisme dalam Film.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Film Barbie The Movie (2023).....	35
4.1.2 Sinopsis Film Barbie The Movie (2023).....	36
4.1.3 Tokoh dan Penokohan Film Barbie The Movie.....	37
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Posisi Hegemonik Dominan Terhadap Film Barbie The Movie (2023)	41
4.2.2 Posisi Negoisasi Terhadap Film Barbie The Movie (2023)	46
4.2.3 Posisi Oposisi Dominan Terhadap Film Barbie The Movie (2023).....	53
4.3 Pembahasan	57
4.3.1 Arah Interpretasi Gen Z Terhadap Film Barbie The Movie (2023) ...	57
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Akademis.....	74
5.2.2 Saran Praktis.....	74
5.2.3 Saran Sosial	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	28
Tabel 4. 2 Deskripsi Film Barbie The Movie (2023)	33
Tabel 4. 3 Deskripsi Tokoh dalam Film Barbie The Movie (2023)	35
Tabel 4. 4 Matriks Penerimaan Informan	67
Tabel 5. 1 Draft Pertanyaan Wawancara	76
Tabel 5. 2 Transkrip Wawancara Informan 1	78
Tabel 5. 3 Transkrip Wawancara Informan 2	83
Tabel 5. 4 Transkrip Wawancara Informan 3	87
Tabel 5. 5 Transkrip Wawancara Informan 4	92
Tabel 5. 6 Transkrip Wawancara Informan 5	97
Tabel 5. 7 Transkrip Wawancara Informan 6	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Film Barbie.....	2
Gambar 1. 2 Cuplikan Film Barbie The Movie (2023).....	7
Gambar 3. 1 Analisis Data Model Interaktif	30
Gambar 4. 1 Poster Film Barbie The Movie (2023).....	33
Gambar 4. 2 Tokoh Barbie	35
Gambar 4. 3 Tokoh Ken.....	36
Gambar 4. 4 Tokoh Gloria.....	36
Gambar 4. 5 Tokoh Sasha.....	37
Gambar 4. 6 Tokoh Allan.....	37
Gambar 4. 7 Tokoh Weird Barbie.....	38
Gambar 4. 8 Mind Mapping Penerimaan Informan	70
Gambar Lampiran 1 Wawancara dengan Tarissa Nitya Nirwasita	104
Gambar Lampiran 2 Wawancara dengan Najwa Adinda Fakhira	107
Gambar Lampiran 3 Wawancara dengan Aldinda Putri Nuraini.....	108
Gambar Lampiran 4 Wawancara dengan Rifaldy Kaesar Abrar	108
Gambar Lampiran 5 Wawancara dengan Faiz Akbar	109
Gambar Lampiran 6 Wawancara dengan Satria Ramadan.....	110

UNIVERSITAS
MERCU BUANA