

RINGKASAN

Serial TV merupakan sebuah industri media yang mempunyai kemampuan dan kekuatan untuk menjangkau audiens dari berbagai segmen sosial (Sobur, 2012). Hal ini berarti serial TV dapat membangun konstruksi atas suatu kondisi sosial di masyarakat, salah satunya konstruksi tentang perempuan. Karakter perempuan dalam film atau serial TV cenderung menjadi objek untuk dilihat dan dinikmati secara visual. *Plan International* (2019) mencatat sebanyak 56 film yang dirilis pada tahun 2018 menampilkan objektifikasi perempuan. Penggambaran ini membentuk perspektif masyarakat tentang peran perempuan. Oleh karena itu, serial TV mempunyai kekuatan untuk mengubah atau memperkuat perspektif masyarakat tentang perempuan.

Emily in Paris merupakan serial TV yang menampilkan upaya seorang perempuan dari kelompok minoritas dalam menghadapi objektifikasi di tempat kerja. Pada kurun waktu 2017 – 2020, ditemukan lima artikel yang kemudian digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui studi pustaka dengan memperhatikan posisi subjek-objek dan posisi penulis-pembaca dari metode analisis wacana kritis Sara Mills.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana wacana objektifikasi perempuan direpresentasikan dalam sebuah serial TV. Karakter perempuan dalam *Emily in Paris* diobjektifikasi berdasarkan bentuk tubuh melalui *male gaze*, penyapaan, *jokes*, serta ide dan konsep untuk *marketing*. Wacana objektifikasi ini dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang budaya antara Amerika dan Perancis dalam memandang bagaimana seharusnya perempuan diperlakukan.

Kata kunci: perempuan, objektifikasi, wacana kritis, serial TV

SUMMARY

As a media industry, TV series has the ability and power to reach audiences from various social segments (Sobur, 2012). It means that TV series can construct a social condition in society, including the construction of women. Female characters in movies or TV series tend to be an object to be visually seen and desired. Based on Plan International (2019), 56 movies released in 2018 featured the objectification of women. This depiction builds the public perspective on the role of women. Therefore, TV series have the power to change or convince the public perspective on women. Emily in Paris is a TV series that shows the struggle of a woman from minority group in dealing with the objectification of women in the workplace. During 2017 – 2020, there were five articles used in this study. This study uses qualitative approach, by applying the Objectification Theory and Standpoint Theory of Sandra Harding. The data was obtained through a literature study by considering the subject-object and writer-reader position from Sara Mills' critical discourse analysis.

The results show how the discourse of women objectification is represented in TV series. Female characters in Emily in Paris is objectified based on her body through the male gaze, greetings, jokes, and many concepts for marketing. This objectifications are mostly affected by cultural differences between American and French in looking at how women should be treated.

Keywords: women, objectification, critical discourse, TV series