

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan mutlak yang dilakukan seluruh umat manusia selama mereka masih hidup di dunia, karena manusia sebagai makhluk sosial perlu saling melakukan interaksi. Komunikasi dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada orang-orang yang melakukan komunikasi dengan harapan orang tersebut memiliki persepsi yang sama dengan kita, dengan kata lain, komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari komunikator pada komunikan. Ada dua hal yang terjadi ketika komunikasi berlangsung, yaitu penciptaan makna dan penafsiran makna (Halik, 2013). Tanda yang disampaikan bisa berupa verbal atau non verbal. Verbal diartikan dengan penggunaan kata-kata sebagai pesan, dan non verbal diartikan sebagai komunikasi dengan tanda-tanda selain kata-kata atau bahasa.

Komunikasi memiliki hubungan erat dengan musik, dalam kajian ilmu komunikasi musik termasuk kedalam komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator melalui media massa pada komunikan dengan jumlah yang besar. Musik merupakan komunikasi yang berlangsung satu arah yaitu dari musisi kepada pendengar. Musik merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan karena lebih mudah dicerna dimengerti oleh khalayak. Musik juga merepresentasikan sesuatu, dari berbagai macam aspek dan sudut pandang. Manusia dalam kesehariannya pun tak akan pernah bisa lepas dengan musik. Seseorang yang pandai dalam bermusik akan sebisa mungkin menyampaikan kepada khalayak mengenai apa yang terkandung dalam musik tersebut, melalui lirik atau musik video sebuah lagu.

Musik video dapat digunakan untuk hiburan, mempengaruhi pemikiran, dan mempromosikan banyak hal seperti isu-isu sosial yang terjadi dalam masyarakat. Menurut Railton & Watson dalam (Fitri, 2021)

video adalah bentuk populer dari media kontemporer yang menarik, beredar luas, dan kompleks. Musik video dapat disebut sebagai salah satu elemen kuat dan unggul dalam promosi. Seluruh elemen dalam musik video dapat disebut sebagai tanda yang bisa diinterpretasikan termasuk pakaian, gerak tubuh, dan penampilan seluruh orang pada musik video secara keseluruhan (Chang, 2020) Penggemar dapat melihat dan membaca arti sepenuhnya dari suatu musik video dan menciptakan kembali makna dan citra baru yang bercampur dengan pengalaman dan pengetahuan mereka sendiri.

Kemampuan musik video untuk merepresentasikan berbagai macam fenomena sosial digunakan oleh para musisi untuk memunculkan karya dengan topik seksualitas dan gender, antara lain seperti marginalisasi, subordinasi, stereotipe dan sosialisasi ideology nilai peran gender yang umumnya sering dialami oleh perempuan. Melalui musik video, seolah-olah membentuk opini, identitas, dan pilihan hidup seseorang dengan membentuk sosok wanita ideal, hubungan sosial dimasyarakat, dan bagaimana wanita seharusnya bersikap.

Persoalan yang berkaitan dengan perempuan hingga saat ini selalu menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan. Di tengah berbagai situasi perkembangan negara dan masyarakat, perempuan selalu menjadi korban dengan nasib yang paling parah. Kedudukan perempuan selalu dianggap berada di bawah kekuasaan laki-laki. Stereotip perempuan sebagai kaum yang lemah dan sebagai korban ketidakadilan merupakan sebuah konstruksi yang ditempa sejak ratusan tahun silam. Keberadaan perempuan selalu diletakkan dibalik sosok ayah, suami, atau saudara laki-laki. Jadi sulit bagi perempuan untuk tampil sebagai dirinya sendiri.

Sejak zaman dahulu, wanita atau perempuan kerap diasumsikan sebagai kelompok gender yang lemah, bukan hanya dalam arti fisik, tetapi juga secara psikologis, mental dan spiritual. Perempuan dilabeli sebagai makhluk yang lembut dan penuh perasaan, berbeda dengan laki-laki yang berwatak keras, tegas dan berfikir lebih rasional. Oleh karena itu, muncul lah anggapan bahwa watak dasar perempuan seperti itu menyebabkan

mereka harus tunduk kepada laki-laki yang merupakan pelindung dan pembimbingnya.

Fakih (2008) menyatakan bahwa secara umum pelebelan atau stereotipe yang dibebankan kepada suatu kelompok tertentu selalu merugikan dan menimbulkan ketidakadilan. Salah satu stereotipe yaitu penandaan yang berawal dari asumsi bahwa perempuan bersolek adalah dalam rangka memancing perhatian lawan jenisnya, maka setiap ada kasus kekerasan atau pelecehan seksual selalu dikaitkan dengan stereotipe ini. Banyaknya perbedaan konstruksi sosial menjadikan perempuan selalu menjadi pihak yang dirugikan.

Beberapa penelitian terdahulu seputar representasi perempuan yang ada pada media massa digambarkan dalam posisi termarginalkan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Hamid (2022) dalam penelitiannya mengenai film 'Selesai' yang merupakan film garapan dr. Tompi hadir sebagai keresahannya akan budaya patriarki dan stereotipe pada perempuan yang mendarah daging di Indonesia. film ini merepresentasikan perempuan hanya dijadikan sebagai objek Seksualitas. Mereka digambarkan sebagai makhluk yang pantas untuk dilecehkan, film ini secara terang-terangan mengobjektifikasi perempuan dan mengeksploitasinya secara seksual. Ketidak mampuan tokoh laki-laki untuk mengontrol hasrat seksual kemudian menjadikan tubuh perempuan sebagai alat fantasi seksual. Karakter perempuan simpanan dengan jelas digambarkan dengan seksualitas dan femininitas yang memiliki ciri fisik cantik, seksi, sifat sentimental, lembut serta memiliki karakter yang menguatkan stereotip perempuan yang bergantung, tidak kompeten dan objek seks. Tidak hanya itu, patriarki terlihat dari sifat tokoh utama yang tidak memenuhi standar feminitas yang diharapkan kaum laki-laki secara implisit ditempatkan sebagai sebab perselingkuhan terjadi, gambaran perlawanan perempuan sebatas kata-kata, terdapat pula perlawanan berupa aksi namun pada akhirnya menunjukkan perlawanan yang semu.

Hal serupa juga disampaikan dalam penelitian A. W. Putri (2015) yang mana perempuan dijadikan sebagai objek juga terlihat pada iklan bahkan pada produk dengan target market laki-laki. Seperti pada iklan AXE versi “Sauce”, “Mist”, “Special need”, dan “Lost”. Dalam iklan tersebut Steve Elrick selaku produser iklan AXE mengkonstruksi perempuan sebagai sosok yang natural dalam menarik perhatian laki-laki muda. Ide iklan AXE berangkat dari perspektif patriarki. Perempuan ditampilkan (tubuh, ekspresi, hasrat) dibentuk berdasarkan keinginan laki-laki. Karena pembuat iklan ingin mendapatkan perhatian besar dari audiensnya, yaitu laki-laki. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa laki-laki akan lebih tertarik dengan sebuah produk jika iklan yang dibuat cenderung menggunakan unsur sensualitas atau seksualitas perempuan sehingga membuat perempuan tidak berdaya akan hal tersebut.

Namun hal berbeda terlihat pada penyajian gambaran perempuan dalam music video girl grup Korea Selatan yaitu (G)I-DLE. Mereka hadir mengusung konsep *girl crush* yang cukup banyak menampilkan keindahan sosok perempuan. Keindahan dan sifat sensual dari perempuan terus dimunculkan seakan menjadi daya tarik utama dalam karya terbaru mereka berjudul “Nxde”. Akan tetapi melalui gambaran tersebut (G)I-DLE semangat membalik atau medekonstruksi atas nilai-nilai yang selama ini berlaku di dalam masyarakat. Melalui kapitalisme dan tubuh yang mereka hadirkan dalam karya terbaru (G)I-DLE menggunakannya untuk menunjukkan kekuasaannya. Mereka ingin memperlihatkan bagaimana perempuan dapat bernilai bagi dirinya sendiri, bebas dan independen, serta sadar betul akan harga yang ada pada dirinya.

Konsep seksi dan elegan pada comeback kali ini (G)I-DLE hadir dengan tampilan pakaian yang cukup terbuka. Pada awal perilisannya “Nxde” membuat heboh para penggemar dengan menampilkan tema Marilyn Monroe yang merupakan artis Hollywood terkenal dengan julukan sex symbol. Meskipun sempat menggemparkan para penggemar namun dengan musik video “Nxde” (G)I-DLE banyak menarik perhatian hingga

sukses menembus chart Billboard 200 untuk pertama kali dan berhasil masuk chart mingguan album terpopuler Amerika Serikat, pada 31 Oktober 2022 (Binantari, 2022). Mereka selalu dipuji karena menunjukkan kepribadian para member melalui pakaian yang mereka kenakan dan cara mereka tampil (Chang, 2020). Para member tidak lagi menuruti dan bergantung pada norma serta standart kecantikan di Korea. (G)I-DLE menjadi salah satu grup yang sering membawakan konsep terbuka, menantang cara pandang diskriminatif terhadap perempuan Korea melalui karya mereka. Hal tersebut terjadi karena feminisme masih menjadi isu yang berat untuk diperjuangkan di Korea. Diskriminasi terhadap perempuan masih menjadi masalah serius yang sedang dihadapi oleh masyarakat dan pemerintah.

Pada penelitian ini video “Nxde” dari (G)I-DLE dipilih untuk mengetahui bagaimana representasi *girl power* dalam prespektif posfeminisme. (G)I-DLE yang sudah berkarir selama 5 tahun tentunya sudah memiliki berbagai karya musik. Berikut ini adalah data yang memperlihatkan 7 musik video (G)I-DLE yang berhasil mendapatkan 100 juta penonton dalam kurun waktu yang berbeda:

Tabel 1.1 Kurun Waktu Musik Video (G)I-DLE yang Mendapat 100 Juta Penonton

No.	Video Klip	Jumlah Penonton	Waktu
1.	<i>LATATA</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 9 bulan, 2 hari (Soompi.com, 2019).
2.	<i>OH MY GOD</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 3 bulan dan 3 hari (Soompi.com, 2020b).
3.	<i>HANN</i>	100 Juta	Didapatkan dalam

			kurun waktu 2 tahun, 1 bulan dan 7 hari (Soompi.com, 2020a).
4.	<i>LION</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 2 tahun, 2 bulan dan 22 hari (Kpopchart.net, 2022a).
5.	<i>HWAA</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 1 tahun, 5 bulan, 3 hari (Yoursay.suara.com, 2022).
6.	<i>TOMBOY</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 1 bulan 16 hari dan 14 jam (Soompi.com, 2022)
7.	<i>NXDE</i>	100 Juta	Didapatkan dalam kurun waktu 17 hari dan 16 jam (Kpopchart.net, 2022b).

Tabel mdi atas menunjukan popularitas dan antusias fans pada lagu “Nxde” yang merupakan musik video dan track dari album kedua mereka di tahun 2022 menjadi video musik tercepat yang mendapatkan 100 Juta views. Dari pengamatan peneliti melalui kanal youtube resmi, hingga bulan Januari 2023, video klip ini sudah ditonton oleh 171.015.977 orang. Data dari website media Korea (Cha, 2022) menunjukkan “Nxde” berhasil meraih *Perfect All-Kill* di *chart* musik utama Korea Selatan. Capaian itu menjadikan mereka sebagai grup K-Pop pertama, setelah TWICE, yang membukukan *perfect all-kill* dalam setahun. *Perfect All-Kill* sendiri dalam industri hiburan korea merupakan predikat yang sering dijadikan tolak ukur kesuksesan seorang penyanyi. Istilah ini digunakan untuk mendeskripsikan lagu-lagu yang berhasil merajai setiap tangga lagu di situs digital Korea

Selatan dalam waktu yang bersamaan. Mulai dari tangga lagu realtime, harian, hingga mingguan (Bancin, 2018). Gelar ini menunjukkan seberapa besar lagu yang dirilis oleh seorang penyanyi atau grup K-Pop bisa diterima oleh publik.

Pada minggu pertama perilisannya “Nxde” telah terjual hingga 678.652 naik hampir empat kali lipat dari rekor sebelumnya 176.914. “Nxde” merupakan musik pertama yang mendapatkan 8 penghargaan. Kemenangan pertama lagu “Nxde” diraih seminggu setelah perilisannya 24 Oktober di acara musik ‘**The Show**’. Kemenangan kedua didapatkan pada 26 Oktober 2022 ‘**Show! Music Core**’. Kemenangan ketiga dicapai lewat acara musik ‘**M COUNTDOWN**’ pada 27 Oktober 2022. Di hari berikutnya, kemenangan keempat diperoleh oleh lagu “Nxde” di ‘**Music Bank**’. Kemenangan kelima kembali didapatkan di karena menduduki peringkat 1 di chart harian dan **Top 100 Melon** pada 29 Oktober 2022. Kemenangan keenam diraih pada 6 November 2022 di ‘**Inkigayo**’. Kemenangan ketujuh dicapai lewat acara musik ‘**Show Champion**’ pada 7 November 2022. Kemenangan kedelapan kembali didapat lewat tayangan **MBC ‘Show! Music Core**’ pada 12 November 2022 (Hesti, 2022).

Pada musik video “Nxde” (G)I-DLE menghadirkan penampilan tarian seksi dengan rambut blonde dan lipstik merah serta menampilkan gaya berbusana dan aksi panggung yang menonjolkan sisi seksualitas. Melalui “Nxde”, (G)I-DLE juga berusaha menyindir orang-orang mesum yang hanya berpikiran kotor ketika melihat badan seseorang khususnya wanita. Perempuan dalam musik video “Nxde” memperlihatkan berbagai keindahan tetapi bukan sebuah bentuk eksploitasi tubuh yang merugikan pihak perempuan, melainkan merupakan hak perempuan untuk menunjukkan kemolekan serta keseksian yang mereka miliki.

Apa yang dilakukan (G)I-DLE ini menjadi menarik untuk diteliti karena Korea merupakan negara yang berada di benua Asia dan menganut budaya sopan yang juga dianut oleh negara Asia lainnya. Melalui musik video “Nxde” dengan segala bentuk sensualitas yang di hadirkan. Peneliti

akan merepresentasikan girl power yang terkenal menekankan kekuatan dan kepercayaan diri perempuan (Putri, 2020). Meskipun banyak media bahkan di kehidupan sehari-hari mengobjektifkan perempuan, namun (G)I-DLE mencoba untuk menyampaikan nilai-nilai positif perempuan dari musik video “Nxde”.

Dalam posfeminisme, situasi yang dihadapi oleh perempuan dalam era keterbukaan dan kemajuan yang cukup signifikan adalah situasi fluiditas yaitu tidak adanya tekanan dari luar melainkan perempuan memiliki pilihan dalam menentukan hidup seperti, *self-management*, *self discipline*. Faludi (2019) menuliskan postfeminis lebih memandang pada perempuan bebas dalam melakukan tindakan tidak ditentukan oleh laki-laki atau masyarakat secara luas. Postfeminis juga erat kaitannya dengan *lifestyle*, *pop culture*, *cultural studies*, dan budaya material. Namun, masih banyaknya masyarakat dalam belenggu patriarki dan stereotipe berimbas kepada kaum perempuan yang tidak dapat menunjukkan ciri khas yang ada dalam dirinya di depan publik. Sehingga banyak anggapan terhadap perempuan melalui gaya hidup mereka misalkan cara berias dan berpakaian masih saja sama. Perempuan yang sejak dulu identik dengan kecantikan semakin menjadi objek. Pada pembahasan ini, akan melihat bagaimana kekuatan, perlawanan perempuan dengan segala bentuk sensualitasnya pada era global. Serta akan mengulas lebih jauh perempuan dalam perspektif posfeminisme.

Penelitian ini menggunakan semiotika milik Jhon Fiske dengan metode kualitatif. Pemilihan teori tersebut untuk mengetahui makna berdasarkan level realitas dengan kode tampilan, kostum, ekspresi, dan gesture, serta level representasi dan level ideologi yang merupakan bagian dari kode-kode televisi John Fiske. Model analisis Fiske bisa dipakai dalam menganalisis gambar bergerak seperti film, video youtube, maupun tayangan televisi. Sedangkan metode kualitatif dipilih karena ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana representasi *girl power* yang disampaikan oleh (G)I-DLE melalui musik video “Nxde” dalam perspektif posfeminisme ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi *girl power* yang ada di dalam musik video “Nxde” milik (G)I-DLE dalam perspektif posfeminisme

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan referensi dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian deskriptif kualitatif mengenai representasi *girl power* pada musik video dalam perspektif posfeminisme.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang representasi *girl power* pada musik video dalam perspektif posfeminisme. Selain itu juga dapat menjadi sumbangan pikiran dan masukan kepada pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian ini.