

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Patriarki kerap kali melekat pada peradaban manusia yang menjadikannya sebuah budaya. Budaya patriarki sendiri menurut (Bressler, 2007:122) merupakan suatu sistem sosial yang dimana laki- laki ditempatkan sebagai sentral dan sebagai otoritas utama di dalam sebuah organisasi. Dalam sebuah tatanan masyarakat baik dalam kehidupan di keluarga hingga pada tingkat tempat kerja ataupun politik. Budaya patriarki sendiri berkembang dalam tatanan masyarakat sejak lama sehingga menjadikan perbedaan dalam berbagai sisi terhadap salah satu gender. Laki-laki sebagai sebagai kontrol utama dalam masyarakat dan perempuan sebagai posisi subordinat atau inferior, yang menjadikan salah satu sisi mendapatkan ketidakadilan dan kebebasan dalam kehidupan.

Kehidupan sebagai perempuan yang tidak mendapatkan keadilan dan kesetaraan dalam lingkungan mengakibatkan langkah gerak perempuan menjadi terbatas dan perempuan sering dipandang lemah. Ideologi patriarki juga memposisikan perempuan sebagai objek, yang pada akhirnya memberikan peluang media untuk mengkomodifikasi tubuh perempuan (Baria, 2005). Dalam perkembangannya perempuan kemudian kerap menjadi objek yang dipandang hanya pada sisi keindahan pada tubuh mereka dan dijadikan sasaran dalam berbagai hal negatif. Realita yang terjadi di masyarakat menjadi bukti nyata bahwa perempuan sejak dulu kerap menjadi objek dalam berbagai hal seperti bahan pertunjukan maupun topik pembicaraan yang menjadikan perempuan dipandang kurang dalam hal intelektual karena berdasar pada penampilan saja. Dilansir dalam Tempo.co, bahwa menurut penelitian yang diterbitkan oleh jurnal *psychological science* mengatakan bahwa masyarakat cenderung memiliki kualifikasi penilaian berbeda antara laki-laki dengan perempuan yang dimana dapat disebut sebagai penurunan terhadap harkat tubuh perempuan dengan menjadikannya sebagai objek semata.

Seiring perkembangan teknologi, pesatnya media komunikasi yang dapat dijangkau dan semakin mudahnya sebuah media massa dalam menyuguhkan berbagai macam hal yang ingin diberikan kepada khalayak yang dapat membentuk opini publik. Dalam perkembangannya, budaya objektifikasi terhadap perempuan semakin menambah dan dibungkus menjadi berbagai macam hal seperti pada banyaknya judul yang digunakan

sebagai *highlight* dalam judul berita maupun dalam sebuah pembahasan dalam media sosial. Judul yang dibuat sensasional dan membuat perempuan selalu menjadi objek dalam sebuah topik pembicaraan yang menjadikan perempuan hanya dipandang sebagai objek dalam hal fisik bukan dalam hal lainnya (Hidayat,2016). Objektifikasi tersebut mengakibatkan kesenjangan terhadap gender tertentu disebut dengan seksisme.

Menurut (Salama,2013) seksisme (*sexism*) merupakan suatu bentuk prasangka atau diskriminasi kepada kelompok lain hanya karena perbedaan terhadap gender atau jenis kelamin. Perbedaan dan pandangan yang condong mengakibatkan salah satu gender menjadi berat terhadap salah satu gender. Seksisme dapat terjadi dimanapun dan siapapun tanpa melihat gender tertentu. Seksisme juga berpondasi memandang dengan berbagai stereotipe yang ada. Dalam hal ini, terdapat contoh biasanya wanita cenderung dianggap lemah dan tidak berdaya. Hal tersebut sejak dulu tertanam dalam berbagai lini masyarakat mulai dari dalam penggambaran karakter film anak-anak seperti princess yang harus cantik, tidak berdaya, dan hanya menunggu laki-laki untuk membawanya pada kebahagiaan pernikahan.

Seksisme yang terjadi di masyarakat menyebabkan perlawanan dan protes yang dilayangkan dalam berbagai media untuk melawan pandangan seksis. Bentuk perlawanan ini ada berbagai macam salah satunya melalui feminisme yaitu paham yang menuntut kesetaraan antara kaum laki-laki dan perempuan supaya mendapatkan hak-hak yang setara yang tidak didapatkan akibat adanya budaya patriarki baik dalam politik, pendidikan, sosial, budaya, ekonomi, dan pembangunan (Nuryati, 2015). Protes yang dikampanyekan mengenai tuntutan kesetaraan yang ada di masyarakat. Berbagai protes yang terjadi sudah dimulai pada 1960 yang dimana istilah seksisme mulai dikenal saat terjadi Gerakan Pembebasan Perempuan (*Women's Liberation Movement*) pada tahun 1960. Pada saat itu juga, tekanan yang terjadi terhadap perempuan telah menyebar dan terjadi di hampir seluruh lapisan masyarakat, sehingga mereka mulai bersuara untuk menentang paham seksisme. (Salama, 2013: 312).

Dengan perkembangan teknologi saat ini, masyarakat kini lebih mudah dalam menyuarakan dan bebas mengutarakan pandangan mereka terhadap suatu isu dengan sekejap tidak seperti dahulu yang harus mengkampanyekan dengan besar dan waktu yang lama. Masyarakat menjadi lebih mudah memberikan maupun menerima informasi

dari manapun dengan cepat. Protes yang dulunya memiliki waktu yang lama dalam prosesnya, kini dengan mudah dan cepat dapat dengan sekejap disebarkan berbagai media massa sebagai alat bantu dalam menyebarkan pesan komunikasi. Berbagai alat komunikasi yang digunakan untuk menyalurkan pesan dengan disalurkan oleh yang audio atau visual dan berbagai bentuk seperti; surat kabar, televisi, radio surat kabar, buku, majalah, internet, dan film (Nurudin,2016).

Konstruksi realitas yang dibentuk pada media komunikasi massa yang sering terlihat dari bagaimana penggambaran perempuan sehingga membentuk stereotipe di masyarakat dalam sebuah media. Perempuan sering kali digambarkan dalam media massa sebagai sosok yang lemah, penuh ketergantungan, dan sebagai objek seksual semata. Bukan hanya penggambarannya, namun juga terdapat penggunaan simbol-simbol dan bahasa metafora yang sering digunakan dalam media dalam menggambarkan seksisme. Konstruksi realitas yang dimunculkan dalam media dan dipengaruhi oleh intensitas dari konsumsi media massa yang tinggi mengakibatkan interaksi antara media massa – masyarakat yang dapat menghasilkan dampak yang cukup signifikan.

Salah satu bentuk media massa yang saat ini bisa dianggap ampuh digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada massa adalah melalui musik yang disampaikan oleh penulis/penyanyi kepada pendengarnya. Musik adalah salah satu komunikasi yang dilakukan oleh penyanyi untuk menyampaikan pesan yang dibawakannya. Musik bisa menjadi sebagai hiburan, propaganda ataupun obat kejenuhan. Budd (1985) menjelaskan, terdapat bukti psikologis bahwa kualitas musik berhubungan dengan suasana hati seperti halnya “kalimat lagu” dalam bernyanyi melalui melodi (salim, 2007:20). Seiring berjalannya waktu, sebuah musik atau lagu biasa disuguhkan juga dengan video yang menambah estetika dan memperkuat pesan makna didalamnya. Istilah musik video merupakan sebuah penggambaran secara visual dari alur cerita atau pesan yang terdapat pada sebuah musik, sehingga penikmatnya dapat lebih tertarik secara emosional kedalam lagu ataupun musik dengan adanya musik video (Jamal, 2016).

Musik Video memiliki kekuatan yang sama seperti film sebagai sebuah media komunikasi massa yang dapat digunakan bukan hanya sebagai hiburan, namun juga dapat mempengaruhi pemikiran khalayak dengan konstruksi realitas yang ditampilkan. Kemampuan sebuah musik video dalam merepresentasikan sebuah fenomena sosial

sehingga digunakan dengan meluncurkan karya dengan topik beragam salah satunya, seksisme. Musik video sebagai media memiliki kepentingan sama seperti halnya dengan industri sebuah pemberitaan media, terdapat institusi di dalamnya yang tersusun dan memiliki struktur. Dengan kata lain, Musik video dijadikan sebagai alat dalam menyebarkan kepentingan dan kekuasaan yang ingin disebarkan kepada khalayak. Apa yang ditampilkan dalam sebuah musik video telah melalui berbagai proses yang memiliki keterlibatan dari banyak orang, sehingga hal tersebut menjadikan musik video adalah sebagai sebuah media komunikasi massa yang dapat mengkonstruksi sebuah realitas sosial di masyarakat.

Beberapa hal yang dapat dilihat dalam menunjukkan kepentingan dan kekuasaan media massa adalah terdapat kepemilikan, kontrol, pengaruh, dan efek. Dalam musik video, Kepemilikan media massa dapat mempengaruhi isi dan arah pesan yang akan disampaikan. Kepemilikan media yang terpusat pada segelintir pihak dapat menyebabkan homogenisasi konten, yang bertentangan dengan prinsip keberagaman konten dalam komunikasi massa (Laksono,2019). Pada musik video, terdapat kepemilikan atas sebuah video yang ditampilkan berasal dari produser yang mengelola produksi bersama dengan penyanyi yang mensinergikan ide pada *director* (Samson dalam Naver, 2022).

Dengan musik video sebagai media yang ditampilkan, dapat mengontrol informasi yang disampaikan kepada khalayak, sehingga dapat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap suatu isu. Sebagai pengaruh, media massa dapat mempengaruhi opini publik dan kebijakan pemerintah melalui pengaruhnya pada khalayak (Suadah,2015). Selain pengaruhnya, terdapat efek yang dapat dihasilkan kepada khalayak seperti efek kognitif, afektif, dan perilaku setelah melihat dan menonton musik video yang ditampilkan kepada khalayak.

Musik video yang memiliki dua unsur audio dan visual menawarkan berbagai macam variasi sehingga pasar berlomba-lomba menciptakan berbagai jenis musik video dari berbagai negara tak terkecuali Korea Selatan, merupakan salah satu negara maju dengan berbagai inovasi yang ditawarkan. Dengan menyebarkan berbagai budayanya melalui musik, drama, gaya berbusana yang mulai mempengaruhi anak muda saat ini. Dapat dilihat semakin berkembangnya budaya Korea Selatan ini atau biasa disebut dengan hallyu atau *Korean Wave* yang menandakan berkembangnya budaya pop korea secara global di

seluruh dunia. Pada Dalam perkembangannya K-pop dimulai pada awal tahun 2000-an dengan diawali oleh drama dan berlanjut munculnya penyanyi-penyanyi asal Korea Selatan Seperti Rain, Boa dan masih banyak lagi yang kemudian pada tahun 2011 mulai berkembang pada beberapa negara Eropa dan Asia termasuk Indonesia (Nisrina, dkk 2020:79).

Kepopuleran grup K-pop seperti *Boy Group* dan *Girl Group* saat ini sudah tersebar jauh ke setiap lapisan masyarakat yang menggemari dengan berbagai rentang usia. (G)I-DLE atau dalam hangulnya adalah(아이들) merupakan *Girl Group* asal Cube

Entertainment yang beranggotakan 5 orang yang debut pada 2 mei 2018 lalu dengan lagunya yang berjudul “Latata”. Lagu awal mereka membawa kesuksesan besar mendapatkan *Throphy* pertama mereka hanya dalam waktu 20 hari sejak debut resminya. Hal tersebut merupakan pencapaian yang hebat, lantaran banyak idol lain yang baru mendapatkan penghargaan selama bertahun-tahun. Pada 30 september 2022, (G)I-DLE merilis Musik Video dari *title track* yang berjudul “Nxde” dan saat ini sudah ditonton sebanyak 253 juta kali di youTube. Pada 17 Oktober 2022 mereka merilis secara resmi album kelima ‘I Love’ dan lagu utama atau yang biasa disebut dengan *title track* berjudul “Nxde”. (G)I-DLE memulai pencapaian dengan album baru di No. 1 tangga album iTunes di seluruh dunia dan tangga album iTunes Eropa dengan mini album 'I love'. Selanjutnya, 'I love' mencapai No. 1 di chart iTunes Top Album di lebih dari 40 negara (Soompi,2019).

(G)I-DLE dikenal sebagai grup yang sering memberikan pemaknaan dalam setiap karya musik video mereka dengan banyak makna terselubung, termasuk lagu terbaru mereka pada akhir tahun 2022 yang berjudul “Nxde”. Lagu tersebut langsung mendapat respon karena judul lagu yang tidak biasa karena sebenarnya jika diartikan dalam bahasa inggris tanpa sensor menjadi *Nude* yang berarti telanjang. Judul lagu tersebut dinilai oleh banyak orang erotis dan vulgar sehingga banyak yang mengatakan grup tersebut sangat berani dalam mengambil judul tersebut. *Girl Group* (G)I- DLE merupakan grup *self-produced* yang dimana mereka memproduksi lagu mereka sendiri yang membuat lagu mereka berbeda dari grup lainnya dan semakin kental akan makna (Soompi,2022).

Judul yang sebenarnya ingin dibuat oleh pemimpin grup (G)I-DLE Soyeon selaku pencipta dan juga sekaligus penulis lirik ingin menulis judul “Nxde” tanpa sensor, namun ditolak oleh perusahaan dikarenakan mempertimbangkan terkait promosi yang akan

dilakukan di televisi meskipun makna lagu tersebut tidaklah demikian. Jika diartikan di dalam bahasa Korea nama (G)-idle hampir memiliki kesamaan dengan huruf G yang berarti “*Girl*” dan “*aidle*” yang berarti anak-anak.

Sedangkan, Nxde mempunyai arti telanjang. Jika dapat dilihat secara simbolis, maka jika seseorang mencari di internet dengan nama Aidle Nxde atau anak-anak telanjang atau pornografi anak-anak, secara harfiah hanya akan muncul (G)-idle Nxde. Konsep lagu ini yang dinilai out of the box oleh warganet. Lagu ini kemudian menjadi tren di TikTok dan digunakan sebagai lagu kampanye anti kekerasan seksual di internet. Sehingga lagu (G)-idle Nxde ini dianggap sebagai bentuk dukungan bagi perempuan dan aspirasi pada setiap perempuan agar melawan kasus pelecehan seksual yang terjadi dimanapun.

Pada musik video yang disajikan, terdapat beberapa scene yang terinspirasi oleh beberapa style dari sosok seorang artis Marilyn Monroe yang hingga kini sering dikenal dengan sebutan “*sex symbol*”. Masyarakat sering kali mengeksploitasi dan mengobjektifikasi seorang perempuan dalam industri hiburan tidak terkecuali Marilyn pada masa itu. Perempuan hanya dipandang sebelah mata dan membentuk sebuah stereotipe seorang perempuan yang terlihat cantik, menarik dari luar saja namun berpikiran “dangkal”. Hal ini terjadi pada Marilyn yang memerankan film sebagai seorang yang disebut ‘the dumb blonde’ yang semakin menambah stigma buruk bagi perempuan. Hal tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih mengenai pemilihan berbagai hal yang ada dalam musik video dan bagaimana konteksnya dalam sebuah representasi.

Dalam musik video yang digambarkan hasil dari pengamatan yang dilakukan, perempuan biasa dipandang sebagai berlian yang berkilau, mahal, sensual, sebagai penghibur, dan juga sebagai objek yang selalu dipandang dimanapun. Peneliti mengasumsikan terdapat pesan dan simbol makna mengenai seksisme yang menonjol pada musik video. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti menganalisis mengenai musik video *Girl Group* (G)-I-DLE “Nxde” sebagai representasi seksisme yang terdapat dalam video klip tersebut yang memiliki banyak pesan yang terselip di dalamnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis maka, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, Bagaimana representasi seksisme dalam musik video Girl Group (G)I-DLE yang berjudul “Nxde”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menginterpretasi bagaimana representasi seksisme pada perempuan dari musik video *Girl Group (G)I-DLE* “Nxde” menggunakan wacana Sara Mills.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kajian mengenai seksisme dan ilmu wacana kritis model Sara Mills kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dari kampus lain.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan penjelasan mengenai pesan yang ditampilkan dari musik video bukan hanya sekedar pelengkap lagu, namun juga sebagai sumber informasi yang memiliki banyak makna didalamnya.