

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Perempuan diberbagai media digambarkan sebagai sosok yang cantik, putih, langsing, dan sangat feminin. Masyarakat memahami konstruksi perempuan yang cantik dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki, tanpa ada cacat di tubuh mereka. Media sendiri mampu membentuk pemahaman masyarakat bahwa sosok perempuan dewasa adalah perempuan yang cantik, berambut panjang, berkulit putih, dan langsing (Badria, 2005:3).

Kehidupan sosial pada saat sekarang, perempuan dituntut untuk berpenampilan cantik, dengan menggunakan banyak sekali produk-produk kecantikan yang bisa membuat perempuan itu cantik. Sebagai perempuan, mereka akan bisa menarik laki-laki dengan *make up* yang mereka gunakan. Konstruksi perempuan dalam kehidupan sosial langsung terjadi persepsi yang berbeda. Hal ini dilakukan oleh media massa, sebagai media yang mampu memberikan persepsi kepada masyarakat, menjadikan tren dalam kehidupan sosial. Jadi dalam hal ini konstruksi perempuan tidak hanya ada dalam kehidupan sosial, tetapi juga dalam kehidupan media massa yang mampu memberikan persepsi. Hal ini akhirnya terlihat dari perempuan sebagai alat media yang dilihat melalui penampilan perempuan tersebut, penampilan perempuan menjadi alat yang sangat penting bagi media massa, sehingga penggambaran perempuan dalam kehidupan sosial memiliki acuan dari penggambaran perempuan dari media massa (Badria, 2005:4).

Media memiliki banyak macam bentuk untuk membentuk konstruksi pada masyarakat, sehingga masyarakat memahami perempuan cantik melalui media massa yang bisa mengubah nilai-nilai dari masyarakat tersebut. Menurut Radway, perempuan sebetulnya memiliki peran yang sangat besar dalam media massa, dalam kritiknya Radway mengatakan bahwa citra perempuan yang dibentuk oleh media massa adalah citra palsu, yang maksudnya adalah media massa mampu merusak citra perempuan dan mengurangi peran-peran sosial dari perempuan tersebut (Badria, 2005:7).

Perempuan yang dianggap cantik yang digambarkan dalam video klip berpusat pada perempuan di Amerika, yang selalu di gambarkan dengan model penampilan yang putih, langsing, berambut panjang, memiliki hidung mancung, dan lain-lain. Persepsi orang terhadap perempuan cantik adalah hal-hal seperti itu, jika tidak memenuhi kriteria tersebut, maka perempuan tersebut tidak bisa dikatakan cantik, dan dijauhi oleh orang sekitar. Maka dari itu perempuan yang tidak bisa memiliki fisik yang 'baik' menjadi sangat terpinggirkan dan sama sekali tidak di pandang oleh orang-orang disekitarnya. Hal tersebut membuat orang-orang seperti itu sedikit merasa rendah diri (Melliana, 2006:64).

Media massa pun, perempuan seperti tereksplorasi, karena penampilan dari perempuan sebenarnya oleh media dijadikan sebagai sarana mencari keuntungan dalam segi ekonomi. Media selalu mencari perempuan yang memiliki penampilan yang cantik, hal ini sangat berhubungan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat, dimana masyarakat sebagai audience yang menerima pesan dari media massa tersebut. Media disini berperan sebagai sarana penyebaran dalam pemberdayaan, selain itu juga untuk menjadikan perempuan sebagai objek (Badria, 2005:7).

Daya tarik perempuan memang sangat berpengaruh besar dalam setiap media massa, apalagi jika berbicara tentang penampilan dari seorang perempuan yang dikonstruksikan oleh media massa tersebut. kaum perempuan mempersepsi media sebagai konstruktor bagaimana penampilan seorang perempuan melalui media. Menurut Shaw, biasanya perempuan melihat tubuh mereka dikonstruksikan oleh media (Mulyana, 2008:317).

Media massa memiliki banyak cara bagaimana sesuatu dapat ditunjukkan, seperti saja melalui video klip. Video klip adalah salah satu alat media yang digunakan untuk memperluas peminat musik di dunia. Melalui audio visual yang ditampilkan, video klip tersebut bisa membuat musik memiliki pesan yang sangat besar. Selain itu, video klip sebagai media komunikasi yang juga mampu mempengaruhi kehidupan orang-orang melalui video yang ditampilkan secara terus menerus, hal tersebut dapat membuat persepsi seseorang dalam suatu hal dapat berubah, sehingga perubahan persepsi seseorang tersebut dapat menjadikan suatu perubahan budaya atau budaya baru itu sendiri (Danesi, 2010:103).

Karya seni kreatif yang berupa video klip, menjadi konsumsi masyarakat dalam berbagai media massa, posisi perempuan menjadi sangat berpotensi untuk dikomersialkan dan dieksploitasi, karena posisi perempuan target melalui media yang massal, seperti video klip (Bungin 2003:100).

Diceritakan dalam video klip “Who Says” Selena Gomez yang merupakan penyanyi sekaligus menjadi model perempuan, menolak segala bentuk kecantikan yang digambarkan oleh industri. Mulai dari awal ketika ia membuang anting-anting dan sepatu “*high heels*,” Berjalan melalui pertokoan produk-produk kecantikan namun tidak singgah (sesuatu yang

jarang dipaparkan oleh media lain yang biasanya akan menceritakan perempuan selalu tertarik dengan produk kecantikan) bahkan menghapus *makeup* dan melepaskan gaunnya dan menggantinya dengan pakaian biasa seolah menunjukkan bahwa perempuan cantik tidak harus selalu memakai riasan dan gaun.



**Gambar1.1.** Video Klip Selena Gomes “Who Says”

Sebagai pembanding video klip dari lagu Selena Gomez, ada video klip dari Beyonce berjudul *Pretty Hurts* yang menceritakan seorang perempuan sangat tersiksa mengikuti kontes kecantikan dengan melakukan berbagai cara untuk mempermak tubuhnya. Selain itu juga ada lagu dari Taylor Swift “*You Belong to Me*”, lagu tersebut menunjukkan bagaimana perempuan yang diperankan Taylor Swift sendiri, menggunakan *make up* untuk mendapatkan perhatian dari seorang pria yang menjadi pujaannya.



**Gambar 1.2.** Sebelah kiri video klip Beyonce, sebelah kanan video klip Taylor Swift

Kemudian ada lagu dari Pharrell William berjudul "*Marilyn Monroe*" yang menceritakan sosok perempuan sebagai ikon kecantikan pada masanya, dimana dia adalah seorang perempuan yang menjadi ikon dengan menggunakan gaun, *make up* dan sepatu *high heels*. Hal ini menjadi perbedaan dengan lagu Who Says.



**Gambar 1.3.** Video klip Pharrell William berjudul ”*Marilyn Monroe*”

Dari semua lagu yang menceritakan perempuan tersebut, hanya lagu milik Selena Gomes yang secara spesifik menunjukkan bentuk perlawanan perempuan terhadap konsep kecantikan yang digambarkan oleh industri dan media. Berbeda dengan lagu lainnya yang cenderung menunjukkan perempuan hanya pasrah mengikuti konstruksi kecantikan industri dan media meskipun harus “tersakiti” dan “tersiksa” baik secara fisik maupun mental.

Representasi perempuan dalam video klip tersebut akan memberikan konstruksi baru bagi nilai-nilai kebudayaan yang ada dalam masyarakat, dimana masyarakat sebagai *audience* menjadi memahami konstruksi yang diberikan dari media, dimana media juga memiliki kontribusi yang sangat besar dalam pembentukan konstruksi. Metode yang digunakan adalah metode semiotik, dimana metode ini berada pada ranah message yang ditampilkan melalui tayangan video klip, yang menampilkan perempuan-perempuan yang terpinggirkan. Semiotik yang digunakan adalah semiotik dari Charles Pierce, dimana interpretasi, tanda, dan objek akan mendeskripsikan representasi perempuan tersebut (Sobur, 2003:41).

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut “*Bagaimanakah representasi perempuan dalam video clip Who Says Selena Gomez?*”

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang berjudul “*Representasi Perempuan dalam Video Clip Who Says Selena Gomez*” ini bertujuan untuk mengetahui representasi perempuan yang terdapat dalam video clip Who Says Selena Gomez.

## **I.4. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini subjek yang digunakan adalah dari video klip *Who Says* dari Selena Gomez. Dalam video klip ini akan diteliti mengenai representasi perempuan. Sedangkan objek yang digunakan adalah konsep representasi perempuan dalam video klip tersebut.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut:

### **I.5.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi maupun literatur bagi pembaca yang ingin menganalisis isu gender yang berkaitan dengan kajian representasi feminisme dalam media video klip.

### **I.5.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang senantiasa diberi pesan-pesan melalui media massa, termasuk isu gender yang kerap muncul dalam media. Pesan yang ditampilkan terkadang dianggap sebagai sesuatu yang wajar, namun dibalik itu terdapat makna tertentu yang tidak tampak.