

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

*So you wanna play with magic?
Boy you should know what you falling for...
Baby do you dare to do this?
Cause I'm coming atcha like a dark horse...

Are you ready for, a perfect storm
Cause once your mine
There's no going back*

Kalimat di atas merupakan cuplikan lirik lagu Katy Perry feat Juicy J yang berjudul "Dark Horse". Jika diterjemahkan, maka artinya ialah:

*Jadi, kau ingin bermain dengan sihir?
Hey lelaki, kau harus tahu kau jatuh cinta dengan siapa
Apakah kau benar-benar berani melakukan ini?
Karena aku bisa menjadi layaknya kuda hitam
Apakah kau siap menerima badai yang sempurna
Karena sekali kau milikku
Tidak ada jalan kembali*

Sedangkan makna yang dapat ditarik yakni seorang perempuan yang sedang memberi peringatan kepada laki-laki yang hendak mendekatinya dan menjalin hubungan khusus dengannya. Karena sekali saja si laki-laki tersebut menjadi milik seorang Katy Perry dalam video klip tersebut, maka tidak ada pilihan untuk kembali. Dan

sekali saja si laki-laki menyakiti Katy Perry, maka apapun dapat dilakukan Katy Perry.

Di mana, lagu ini menggambarkan adanya sifat maskulin yang melekat pada perempuan, melalui penggambaran seorang perempuan yang berkuasa dengan menjadi seorang Ratu di kerajaan Mesir. Hal ini didukung oleh pernyataan sang pencipta lagu, Juicy J¹ (2013:1), bahwa video klip lagu “*Dark Horse*” ini ingin menunjukkan bagaimana perempuan melawan *stereotype* yang tumbuh dalam budaya patriarki. Pranoto (2010:207) juga mencatat bahwa perempuan tidak hanya sekadar *kanca wingking* alias pekerja rumah tangga, tetapi juga *powerful*, mampu mengendalikan pemerintahan. Dengan demikian, masalah gender bukan halangan bagi kaum perempuan untuk setara dengan kaum lelaki.

Dalam video klip ini, perempuan tersebut juga mampu melakukan apapun yang ia inginkan, termasuk menyihir orang-orang yang bertindak jahat dan tidak setia padanya. Dengan demikian, dalam video klip ini digambarkan adanya sifat-sifat maskulin sangat kuat, didukung oleh pernyataan Sunarto (2009:65) melalui penggambaran kekuasaan (bertindak sebagai pemimpin), kekuatan, mandiri, agresif, dan kompetitif.

Keadaan ini bisa dijelaskan melalui konsep maskulinitas pada perempuan yang juga dituangkan para musisi melalui lirik lagu dan tema video klip yang diusung. Video klip dengan tema maskulinitas

¹ *Juicy J.* merupakan seorang penyanyi rap, penulis lagu dan produser rekaman Amerika dari Memphis, Tennessee. Juicy J adalah anggota pendiri grup hip hop *Three 6 Mafia*, yang didirikan pada tahun 1991 (http://en.wikipedia.org/wiki/Juicy_J, diakses pada 5 Desember 2014)

pada perempuan juga dibawakan oleh Rihanna, Lady Gaga, Beyonce, Nicki Minaj, dan Jennifer Lopez.



Gambar I.1. Rihanna “Take A Bow”

Rihanna memiliki “Take A Bow”², di mana dalam lagu ini Rihanna tampil dengan gaya rambut baru dengan *style* tomboy. Video klip yang digarap oleh Anthony Mandler ini terlihat sangat *simple* dan sangat ekspresif dengan gaya khas Rihanna yang tomboy namun *classy*. Video klip ini menggunakan model laki-laki sebagai pria yang terus memohon kepada Rihanna untuk dimaafkan. Kesamaan tema maskulin yang ditarik adalah selain gaya berbusana Rihanna, namun

² “Take a Bow” merupakan debut *single* dari album *Good Girl Gone Bad Reloaded*, yang ditulis oleh Ne-Yo dan diproduksi oleh *Stargate* untuk R&B Barbadian *singer* Rihanna. Video klip berdurasi 3 menit 47 detik ini dirilis 15 April 2008 di Amerika Serikat dan mampu meraih sertifikasi Platinum sebanyak tiga kali dan Gold satu kali (http://en.wikipedia.org/wiki/Take_a_Bow, diakses pada 5 Desember 2014)

juga dominasi Rihanna yang ditunjukkan melalui pria yang terus memohon maaf pada Rihanna. Namun “*Dark Horse*” lebih menarik karena tanpa perlu menunjukkan penampilan fisik yang maskulin, Katy Perry memiliki sifat maskulin yang kuat karena dominasi dan kekuasaannya.



Gambar I.2. Beyoncé “Run The World”

Beralih pada Beyoncé, Beyoncé memiliki “*Run The World*”³, yang bermakna pemberdayaan perempuan. Bahkan video ini telah mendapat pengakuan umum dari para kritikus. Visual dari video klip ini ialah para perempuan mengenakan kostum layaknya prajurit yang akan berperang. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan adanya sifat

³ “*Run The World*” adalah *single* pertama dari album studio keempat penyanyi berkebangsaan Amerika Serikat, Beyoncé Knowles. *Single* bergenre POP R&B dan berdurasi 3 menit 56 detik ini dirilis pada 21 April 2011 dengan label *Columbia* (http://en.wikipedia.org/wiki/Run_the_World, diakses pada 5 Desember 2014)

maskulin perempuan yang digambarkan pada kekuatan otot dan keberanian mengambil keputusan.



Gambar I.3. Lady Gaga & Beyoncé “Telephone”

Lady Gaga mempunyai *single* yang berjudul “Telephone”⁴, yang memiliki makna ia bertahan dan melawan kekasihnya yang menyakitinya dengan memutuskan hubungan percintaannya. Dalam video klip ini maskulinitas ditunjukkan dengan visual tubuh dan kostum serta tindakan Lady Gaga. Meski demikian, seksualitas perempuan tetap lebih menonjol dibanding maskulinitasnya.

⁴ “Telephone” merupakan sebuah lagu dari artis penyanyi asal Amerika, yakni Lady Gaga dari album ketiganya yaitu *The Fame Monster*, yang dinyanyikan bersama penyanyi R&B yaitu Beyoncé Knowles. Lagu ini diciptakan oleh Lady Gaga dan Rodney Jerkins. Lagu berdurasi 3 menit 40 detik dan bergenre *electro-pop* dan *dance-pop* ini dirilis pada 26 Januari 2010 (http://en.wikipedia.org/wiki/Telephone_, diakses pada 5 Desember 2014)

Fenomena media tersebut menggambarkan adanya maskulinitas pada perempuan. Sama halnya dengan Katy Perry yang mengusung tema maskulinitas perempuan pada video klip lagu "*Dark Horse*"-nya. Namun "*Dark Horse*" memiliki keunggulan dibandingkan dengan video klip yang dibawakan oleh jajaran penyanyi perempuan kelas dunia lainnya tersebut.

Video klip lagu "*Dark Horse*" Katy Perry feat. Juicy J. menarik untuk dikaji lebih lanjut. Alasan peneliti memilih video klip ini karena ditinjau berdasarkan judulnya, "*Dark Horse*" yang berarti kuda hitam. Di mana kuda hitam merupakan kata kiasan yang bermakna 'pemenang yang tak diduga' atau 'pemenang yang tak diunggulkan' (Badudu, 2008:286). Singkatnya, peneliti mengambil kesimpulan awal bahwa judulnya seolah meng-*claim* bahwa jika perempuan tidak akan pernah diduga menjadi pemenang.

Di samping itu, di dalam video klip lagu "*Dark Horse*" ini terdapat sifat-sifat maskulin yang melekat pada perempuan. Mengutip Infospesial.com (2013:1), prestasi yang diraih video klip "*Dark Horse*" ini pun tidak tanggung-tanggung, yakni berhasil menguasai tangga lagu di radio Amerika Serikat dan mengalahkan penyanyi ternama negeri paman sam lainnya, seperti *Miley Cyrus*, *Shakira*, *Chris Brown*, *Sean Paul*, *David Guetta*, dan beberapa penyanyi papan atas lain. Lagu ini juga berhasil meraih posisi pertama pada versi radio Rip dan peringkat kedua pada versi CDQ (*Compact Disk Quality*). Hanya memerlukan waktu yang relatif singkat bagi Katy Perry dan pasangan kolaborasinya, yakni Juicy J untuk merangkak ke posisi puncak tangga lagu di *website jams.to*, selain itu, lagu "*Dark Horse*" juga berhasil meraih posisi atas *Top 50 Trending Jams of the Month*.

Video klip yang dipublikasikan di situs video dunia atau *YouTube* ini juga mampu mencapai 5.652 *viewers* dalam enam hari setelah publikasi. Lebih menariknya lagi, meski Katy bersaing dengan para penyanyi perempuan Amerika lainnya yang juga memiliki keunggulan masing-masing, Katy tetap lebih unggul. Katy Perry merupakan seorang penyanyi tingkat internasional yang memulai karirnya sebagai penyanyi gospel. Orangnya sempat melarang Katy untuk mendengarkan musik pop, namun kini ia bisa dikatakan sebagai penyanyi pop dan R&B terpopuler. Katy juga merupakan seorang penyanyi yang fenomenal. Katy mampu mengalahkan sejumlah selebriti berkategori seksi yang lebih muda darinya, sebut saja seperti Mila Kunis, Bar Refaeli dan juga Jennifer Lawren. Dalam hal ini Katy dinobatkan sebagai ‘Wanita Terseksi 2013’ versi majalah *Men’s Health*.

Berdasarkan paparan deskripsi mengenai video klip lagu “*Dark Horse*” dan Katy Perry tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Katy Perry merupakan seorang penyanyi papan atas Amerika Serikat yang populer dan memiliki banyak penggemar dan prestasi, hal ini dapat menjadikan seorang *public figure* yang mampu membius perhatian ribuan bahkan jutaan orang di seluruh dunia. Secara otomatis Katy Perry mampu menarik perhatian orang untuk melihat serta memaknai apa pesan yang ingin ia sampaikan melalui video klip lagu “*Dark Horse*”, terlebih lagi focus pada maskulinitas yang melekat pada dirinya.

Katy Perry berperan sebagai peran utama dalam video klip “*Dark Horse*”. Katy memiliki fisik yang cantik dan berpenampilan

layaknya ratu Cleopatra⁵ yang disegani dan dihormati banyak orang. Video klip ini mengisahkan seorang ratu Cleopatra yang berhati lembut, namun jika sekali ia disakiti atau dipermainkan, ia tidak segan-segan untuk memberi ganjaran sebagai pelampiasan kemarahannya pada orang yang mempermainkannya. Dalam hal ini, peneliti ingin melihat bagaimanakah sifat maskulin yang melekat pada perempuan, khususnya Katy Perry.

Menurut Smiler (2004:171), maskulinitas merupakan bentuk dari gender, yang merupakan hasil kebudayaan dan proses berbudaya, tidak bersifat ilmiah. Gender ini merupakan konstruksi budaya yang secara umum dilekatkan dengan seks. Ada dua jenis gender, yakni maskulinitas dan femininitas. Maskulinitas dianggap milik laki-laki, sedangkan femininitas dianggap milik perempuan. Dari segi bahasa, maskulinitas berasal dari bahasa Inggris, *muscle* yang berarti otot, dikembangkan menjadi *masculine*, yang berarti laki-laki. Sedangkan femininitas berasal dari kata *female* yang berarti perempuan. Sedangkan laki-laki dan perempuan merupakan jenis kelamin atau seks.

Gender dan seks memang saling berhubungan, tetapi kedua aspek tersebut tidaklah sama. Gender memang terbentuk sejak lahir,

⁵ *Cleopatra* ialah seorang perempuan penguasa kerajaan Mesir yang lahir pada 69 SM dan dinobatkan menjadi ratu pada usia 18 tahun, yakni Cleopatra. Ratu Cleopatra adalah penguasa paling kaya di Mediterania, hubungannya dengan Mark Antony, seorang laki-laki Romawi yang paling berpengaruh dan menonjol saat itu, semakin menegaskan statusnya sebagai perempuan paling berpengaruh pada masa itu (Schiff, 2012:11).

tetapi pengaruh dari luar, kondisi psikis, pengalaman masa lalu juga memberikan pengaruh besar pada perkembangan gender. Karena seperti yang dikatakan seorang pakar *Queer Theory*, yakni Judith Butler (1990:15) dalam bukunya yang berjudul *Gender Trouble: Feminism and The Subversion of Identity*, identitas gender sejatinya tidak pernah memiliki dasar yang jelas dan stabil. Gender merupakan kategori yang selalu bergeser, yang menyesuaikan ruang dan waktu.

Stereotype gender, yakni maskulinitas dan feminitas, mencakup berbagai aspek karakteristik individu, seperti karakter atau kepribadian, perilaku peranan, okupasi, penampakan fisik, ataupun orientasi seksual. Jadi misalnya laki-laki digambarkan oleh watak yang terbuka, kasar, agresif, dan rasional, sementara perempuan bercirikan tertutup, halus, afektif, dan emosional (Smiler, 2004:175).

Menurut Hidayat (dalam Nurudin 2007:13), berbagai warisan ilmu pengetahuan pada ratusan atau ribuan tahun yang lalu juga bisa diketahui masyarakat dewasa ini. Hal ini terjadi karena ada peran media massa (televisi, internet, surat kabar, buku, majalah, kaset/CD). Bahkan bisa dikatakan, hidup manusia tidak akan lepas dari peran media massa. Mulai bangun tidur sampai mau tidur lagi. Pikiran manusia dipenuhi informasi dari media massa. Betapa media massa sedemikian hebat dan kuatnya dalam mempengaruhi manusia.

Menurut Nurudin (2007:9), dalam media massa terdapat komunikator yang bertugas menyebarkan pesan-pesan, baik itu ideologi, sejarah, maupun konstruksi budaya yang ada saat itu, dengan maksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal satu sama lain. Pesan-pesan tersebut dituangkan melalui media massa dengan berbagai macam bentuk, baik berupa fenomena,

teori, dan lain sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan media atau sarana yang menyampaikan pesan tentang apa yang sedang terjadi saat ini, juga mewakili ide-ide yang tersirat oleh pihak-pihak dominan yang dianggap penting, ampuh, dan fenomenal.

Seiring perkembangannya, media massa kini berada pada titik kapitalis, yakni media yang berorientasi pasar, sangat memegang peranan dan menjadi saluran utama mempopulerkan budaya baru atau budaya pop pada khalayak (Bungin, 2001:93). Budaya pop terbentuk akibat adanya suatu realitas yang terkonstruksi sedemikian rupa sehingga membentuk suatu identitas tertentu, di mana dengan adanya identitas tersebut manusia mampu menguasai bahkan merekonstruksi pikiran orang lain dengan menanamkan berbagai macam ideologi yang dimilikinya demi kepentingan individu maupun golongan tertentu. Budaya pop yang muncul tersebut tidak dapat lepas dari media massa. Dalam kajian budaya, kekuatan dalam penyebaran ideologi terletak pada media massa. Sehingga, penyebaran tersebut dapat disebut juga sebagai budaya media yang mampu menghegemoni masyarakat untuk satu dalam suatu dunia tanpa batas ruang dan waktu (globalisasi).

Mengutip Eriyanto (2001:6), globalisasi tersebut disebabkan adanya "*booming media*", karena di mana-mana muncul media-media baru, baik media cetak, radio, televisi, bahkan internet. Salah satunya adalah situs *YouTube*. Sebuah survei baru dari Adroit Digital menunjukkan bahwa *YouTube* sekarang lebih populer daripada TV. Dari 2.000 orang yang disurvei (responden AS selama 18 tahun yang memiliki televisi, smartphone dan komputer pribadi), 68% dari pemirsa mengatakan mereka mengonsumsi konten video dari

YouTube, 51% mengkonsumsi video dari televisi hidup dan 49% mengkonsumsi konten dari Netflix. Seperti halnya yang terjadi di luar negeri, di Indonesia pun muncul gejala perkembangan internet, khususnya situs *Youtube*. Berdasarkan paparan survey tersebut, dapat dilihat di sini bahwa *YouTube* memegang peranan penting dalam menyebarkan suatu informasi dalam bentuk audiovisual. Mengutip berita majalah *Hai* versi *online* (2013:1), "*Dark Horse*" yang merupakan video paling laris ditonton di *YouTube* sepanjang tahun 2014, yakni ditonton lebih dari 716 juta orang di dunia.

Sedangkan menurut Tinarbuko (2009:3), media massa sejalan dengan sifat dasarnya, yakni institusi media yang memproduksi dan menyediakan informasi memang sedikit banyak akan terlibat dalam proses perubahan masyarakat, di antaranya ketika dalam masyarakat mengalami semacam transformasi identitas sosial baik yang terjadi pada individu maupun dalam masyarakat keseluruhannya. Tentu saja di sini media massa bukanlah satu-satunya faktor yang menggerakkan perubahan tersebut. Namun media massa hanyalah salah satu agen yang turut memainkan peranan tertentu dalam suatu perubahan masyarakat.

Mengutip Soemandoyo & Wardhana (2004:88), media massa akan selalu gagal dalam mewujudkan cita-cita objektifnya jika masih merefleksikan dan melestarikan seperangkat tatanan nilai dan sistem yang masih patriarki. Sistem patriarki yang mengkonstruksi pemikiran bahwa perempuan selalu lemah, tunduk atau didominasi laki-laki. media massa bagaimanapun tetap mencerminkan budaya patriarki yang kuat. Sebagai contoh, sosok perempuan selalu dieksploitasi, perempuan dituntut untuk menunjukkan *sex appeal*-nya demi

mendapatkan perhatian dari kaum laki-laki. Menurut Butsi (2007:39), dalam masyarakat yang menganut budaya patriarki, umumnya sudut pandang yang digunakan untuk melihat dan mencitrakan sesuatu adalah sudut pandang laki-laki. Peran aktif perempuan dalam lingkup media massa bukan merupakan wujud dari kesetaraan gender, melainkan hanya sekedar eksploitasi perempuan dan dapat dilihat sebagai wujud ketimpangan gender. Konsep ketimpangan gender adalah hasil dari konstruksi sosial, manusia member arti dan interpretasi terhadap perbedaan biologis laki-laki dan perempuan yang kemudian melahirkan suatu struktur sosial dengan pembagian hak dan kewajiban secara seksual.

Berkat media massa, terjadi pergeseran *value* dalam masyarakat yang awalnya sering termakan *stereotype* isu gender yang mengatakan bahwa perempuan selalu lemah, tunduk atau didominasi laki-laki. Pergeseran *value* ini memang hanya nampak jelas terjadi di kota-kota besar karena memang munculnya nilai ini kuat dipengaruhi budaya dari luar Indonesia. Pergeseran nilai ini dipengaruhi oleh budaya dari luar yang banyak dikomunikasikan melalui media internet dan TV yang saat ini sangat banyak dikonsumsi masyarakat (Soemandoyo & Wardhana, 2004:88).

Masih menurut Soemandoyo & Wardhana (2004:94), pergeseran nilai tersebut juga dapat diprovokasi melalui musik. Dapat dilihat, industri musik kini juga memodifikasi komposisi musik dengan unsur isu gender. Biasanya ditonjolkan melalui lirik lagu yang menceritakan kisah perempuan yang mengandung maskulinitas atau sebaliknya, pemilihan warna-warna yang artistik, serta pemain atau artis, properti, lokasi pengambilan gambar, dan ukuran juga desain

pakaian yang sedang mampu menggambarkan situasi yang tengah diceritakan. Dalam komunikasi pemasaran, marketer juga melakukan penyesuaian desain komunikasi melalui penggunaan figur budaya sejarah masa lampau yang dapat dikolaborasikan dengan isu terkini. Dalam hal ini, yang dimaksudkan adalah meskipun visual video klipnya lebih mengarah pada sejarah ratu Cleopatra dalam sejarah kerajaan Mesir, namun inti lirik lagu yang ditonjolkan adalah mengenai kisah cinta.

Figur laki-laki atau perempuan dimunculkan melalui sifat-sifat umumnya. Laki-laki digambarkan dengan konstruktif, kuat, mandiri dan sangat berorientasi pada pencapaian hasil-hasil tertentu. Sedangkan tampilan perempuan berhubungan dengan kecantikan, pekerjaan rumah tangga, dan keibuan (Smiler, 2004:201).

Sehingga, peneliti menarik kesimpulan bahwa video klip lagu "*Dark Horse*" ini merupakan sebuah lagu yang sangat menarik untuk diteliti maskulinitasnya, melalui penggambaran seorang perempuan yang berkuasa dengan menjadi seorang Ratu di kerajaan Mesir. Didukung dengan Pranoto (2010:207) yang juga mencatat bahwa perempuan tidak hanya sekadar *kanca wingking* alias pekerja rumah tangga, tetapi juga *powerful*, mampu mengendalikan pemerintahan. Dengan demikian, masalah gender bukan halangan bagi kaum perempuan untuk setara dengan kaum lelaki.

Dalam video klip lagu "*Dark Horse*", perempuan tersebut juga mampu melakukan apapun yang ia inginkan, termasuk menyihir orang-orang yang bertindak jahat dan tidak setia padanya. Maskulinitas dalam video klip ini sangat kuat, didukung oleh pernyataan Sunarto (2009:65) melalui penggambaran kekuasaan

(bertindak sebagai pemimpin), kekuatan, mandiri, agresif, dan kompetitif.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti akan menggunakan mitologi Roland Barthes untuk membedah makna apa sajakah yang tersirat dari ditampilkannya maskulinitas pada perempuan di video klip lagu “*Dark Horse*” oleh Katy Perry feat. Juicy J.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dirumuskan suatu perumusan masalah, yaitu:

Bagaimanakah Mitos Maskulinitas Perempuan Dalam Video Klip Lagu “*Dark Horse*” Katy Perry feat. Juicy J?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media menyampaikan pesan tertentu melalui makna yang tersirat pada maskulinitas perempuan dalam video klip lagu *Dark Horse* Katy Perry feat. Juicy J.

I.4. Batasan Masalah

Pada penelitian ini masalah dibatasi hanya pada pencarian makna yang menyangkut penandaan tentang nilai-nilai maskulinitas pada suatu video klip yang diteliti, dari makna-makna ini dapat terlihat seperti apa proses penandaan yang terdapat pada video klip tersebut. Guna mengetahui hubungan tanda dan makna, digunakan prinsip-prinsip mitologi yang dikemukakan oleh Roland Barthes.

Yasraf Amir Piliang (dalam Sobur, 2001) berpendapat bahwa penelitian semiotika ini lebih menekankan kepada tanda sebagai sebuah sistem bukan realitas penggunaan tanda, ataupun aspek politik tanda. Jadi, ruang lingkup kajian ini hanya mengkaji seputar sistem tanda yang berlaku atau terdapat dalam sebuah video klip "*Dark Horse*" oleh Katy Perry *feat.* Juicy J.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Untuk lebih memperkaya kajian-kajian penelitian komunikasi terutama kajian mengenai analisis semiotika terhadap gambar bergerak (*moving image*) pada bidang kajian Ilmu Komunikasi.

I.5.2. Manfaat Praktis

Pendekatan perubahan sosial (*social change approach*) oleh Sajogyo (1985:117) ditujukan untuk membongkar bagaimana media pada umumnya dijadikan jembatan penyalur pemikiran mengenai persamaan gender dan media sebenarnya memiliki kuasa untuk melakukan perubahan terhadap budaya patriarki yang berimbas pada ketidaksetaraan gender saat ini. Lebih lanjut lagi, penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan mengenai maskulinitas yang melekat pada perempuan yang secara umum telah dituangkan dalam media massa elektronik dalam lingkup makro dan video klip dalam lingkup mikro, serta relevansinya dengan kondisi ketidaksetaraan gender yang berlaku dalam budaya patriarki.

I.5.3. Manfaat Sosial

Melalui penelitian ini diharapkan masyarakat semakin terbuka terhadap fenomena peran perempuan dalam budaya patriarki yang masih dianggap tabu jika menjadi pemimpin, sehingga para perempuan dapat mengembangkan potensi dirinya semaksimal mungkin.