

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Musik merupakan ekspresi dari perasaan dan ide dalam bentuk yang memiliki makna melalui elemen-elemen harmoni, melodi, dan irama sebagai seni dalam suara (Wolf, 1951:452). Definisi lain mengenai musik juga diungkapkan oleh Alan P. Merriam (1964), yang mengatakan bahwa musik merupakan sebuah hasil karya manusia yang ada dalam interaksi sosial; musik diciptakan oleh manusia untuk manusia lain, dan musik tidak terbentuk dengan sendirinya karena selalu ada manusia yang melakukan sesuatu untuk menciptakannya (Merriam, 1964:27).

Berdasarkan definisi-definisi musik di atas, maka dapat disimpulkan bahwa musik diciptakan oleh manusia dengan maksud dan tujuan tertentu, entah hanya untuk sekadar mengekspresikan perasaannya, atau untuk didengarkan oleh orang lain. Rosselson (1979) berpendapat bahwa musik merupakan sebuah komoditas yang memiliki nilai ekonomi dalam kajian budaya populer (Storey, 2006:121).

Musik dijadikan sebagai alat untuk mencari keuntungan. Hal tersebut dilakukan oleh para musisi melalui penjualan album mereka. Semakin banyak album mereka yang terjual, maka semakin banyak pula keuntungan yang mereka dapatkan. Pemasaran album seorang musisi atau produk rekaman musik lainnya dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui iklan, promosi di radio, televisi, internet, membuat video klip musik, dan mengadakan konser musik di beberapa tempat (Hutchison, 2008:31). Pada awalnya, sekitar tahun 1920 musik

dijadikan sebagai backsound dalam film, yang dimainkan di bagian pembukaan dan penutupan film. Pada bulan April tahun 1923, Teater Rivoli yang terletak di New York, mempersembahkan sebuah pertunjukkan film pertama yang diiringi musik, sebuah pertunjukkan yang berhasil memadukan film dan musik. Menurut Kreuger (1975), hal tersebut berdampak baik untuk industri musik, karena setelah sebuah lagu dipadukan ke dalam film, lagu tersebut menjadi lebih dikenal masyarakat, bahkan angka penjualan lagu tersebut dapat mengalami kenaikan. Namun karena durasi film dianggap terlalu lama untuk sebuah lagu, maka perusahaan rekaman memikirkan strategi baru untuk mempromosikan musik tersebut, yaitu dengan membuat video yang durasinya sama seperti durasi lagu, yang sekarang dikenal dengan video klip musik (Frith, Goodwin, & Grossberg, 1993:21-23).

Perkembangan video klip umumnya identik dengan perkembangan industri musik itu sendiri. Dimana sebuah negara mempunyai industri musik yang maju, bisa dipastikan video musik juga dapat berkembang sangat cepat. Sebagai contohnya Amerika Serikat, hampir seluruh dunia menikmati produknya, mulai dari industri musik hingga video musik lewat MTV-nya membuat musik yang berevolusi menjadi video klip musik.

Video musik adalah media untuk alat promosi lagu atau album seorang penyanyi maupun group musik. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang diwakili televisi, video musik juga berkembang pesat.

Di Indonesia pada saat yang sama video musik masih memakai pendekatan konvensional medianya yaitu televisi. Barulah pada tahun 90-an ketika stasiun televisi mulai bermunculan, video musik mulai berkembang pesat seiring dengan banyaknya iklan yang dibuat, membuat video musik menjadi video klip musik. Pada era itu juga ada program khusus yang benar – benar mengapresiasi karya video musik yaitu VMI (Video

Musik Indonesia). Ajang ini pertama kali ditayangkan oleh TVRI kemudian berpindah ke stasiun swasta. Munculnya MTV Asia khususnya di Indonesia juga membuat video musik menjadi video klip *music* dan hampir seluruh televisi pada tahun 1995 - 2015 selalu menayangkan acara video musik sebagai salah satu program andalannya. Jadi, video klip sangat mendukung suatu individu atau band mendapat promosi yang sangat baik. Tidak lepas dari peran dunia televisi juga sangat membantu. Video klip musik tidak lagi menjadi film pendek yang berlagu atau musik tapi berisi potongan – potongan adegan atau gambar yang diiringi lagu atau musik yang lebih padat dan efisien seperti iklan. (https://id.wikipedia.org/wiki/MTV_Indonesia).

Saat ini masyarakat diseluruh dunia menginjak pada era modern atau lebih sering disebut dengan era globalisasi yang hampir keseluruhan berbasis pada teknologi. Era yang begitu mudah bagi masyarakatnya untuk mendapatkan informasi dari seluruh penjuru dunia secara cepat, mudah, dan murah. Tentu saja, disetiap perkembangan zaman pasti memiliki efek positif maupun negatif. Hal ini tidak terkecuali pada era globalisasi saat ini. Semakin mudahnya masyarakat dari berbagai golongan dan usia mengakses informasi tanpa disertai dengan filter yang kuat, membuat orang yang mengkonsumsinya mengalami shock culture. Sebuah perubahan life style atau gaya hidup secara cepat dikarenakan belum adanya kesiapan secara mental bagi orang yang menerima informasi tersebut, dalam menyerap budaya-budaya baru yang belum pernah terjadi atau tidak umum di lingkungan sekitarnya.

Upaya menyampaikan mengenai hal tersebut secara otomatis memerlukan media dalam mensosialisasikan seperti dalam film, iklan dan salah satu media yang digunakan untuk mempresentasikan gagasan ini adalah melalui musik atau video klip. Hal ini disebabkan karena musik disampaikan melalui berbagai macam media komunikasi

elektronik, misalnya radio, televisi, tape recorder, compact disk, pagelaran konser musik ataupun situs internet. Salah satu situs web atau internet yang dimaksud penulis seperti youtube, karena youtube merupakan situs internet yang lebih menfokuskan tentang video, oleh sebab itu pula pada masa sekarang youtube telah bisa dikatakan sukses dalam menjadi salah satu media yang lebih diminati dari pada televisi.

Pada dasarnya, video klip musik ialah gabungan dari bagian-bagian visual yang yang didesain sedemikian rupa dengan atau tanpa efek visual dan disesuaikan dengan ketukan-ketukan dan alunan irama dalam sebuah lagu dan instrumennya. Biasanya, yang ditampilkan adalah penampilan band, penyanyi solo, atau grup yang ingin mengenalkan atau mempromosikan lagunya ke pasar musik. Hal ini dilakukan agar pencipta dan penyanyi mendapatkan keuntungan finansial, yaitu lagu dan videonya dibeli atau didownload secara komersiel. Melalui video klip musik juga seorang kreator dapat menampilkan tayangannya, baik dalam bentuk program musik atau sebagai iklan produk. Bahkan, hal ini juga dapat menjadi sebuah peluang bagi generasi muda yang kreatif, baik sebagai sutradara atau tim kreatif di dalamnya. Perkembangan video klip musik dari dulu hingga sekarang sangat mengejutkan. Dengan adanya perkembangan dan kemajuan di bidang teknologi informasi dan internet, membuat video klip jadi lebih mudah diakses. Kualitasnya pun menjadi semakin bagus dan semakin menarik. Seperti yang kita tahu dahulu, bahwa video klip, biasanya, hanya ditayangkan di televisi. Namun, seiring perkembangan teknologi dan internet, para penikmat musik dapat melihat dan mengakses video klip di situs-situs tertentu, misalnya youtube. Hal yang menarik dari menonton video klip musik via internet ialah para penonton dapat menikmatinya setiap saat, tanpa harus tergantung pada jam tayang tertentu.

YouTube sebagai web terpopuler, memiliki dampak yang positif hingga negatif. Pengakses YouTube bisa melihat *official music video* dari suatu penyanyi solo, band dari seluruh dunia, video tutorial penggunaan macam-macam hijab yang lucu dan tidak biasa, *cover video* dari berbagai orang di dunia yang bebas mengekspresikan diri mereka, *thriller movie*, video perkembangan sejarah dunia. Selain itu, YouTube yang akunnya bebas dimiliki siapa saja, merupakan kesempatan suatu oknum yang tidak bertanggungjawab menampilkan video yang kurang pantas, seperti video porno, video kekerasan, video yang merubah reputasi orang, dan video berkonotasi negatif terhadap nama seseorang. Tentu hal ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan sebenarnya dimasyarakat. Pengakses Youtube adalah siapa saja dan berumur berapa saja, tidak menutup kemungkinan anak-anak dibawah umur ikut menyaksikan video yang negatif seperti video kekerasan ataaupun hal yang berbau sensualitas. Selain itu, situs ini juga menyiarkan tayangan-tayangan dan gambar-gambar yang berbau pornografi. Tayangan ini sangat mudah untuk diakses sehingga banyak anak yang dapat dikategorikan masih dalam usia dini sering mengaksesnya. Hal ini merupakan suatu hal pemicu utama dari kerusakan moral bangsa dan penyebab seringnya pelecahan seksual yang dilakukan.

Menurut pernyataan (<https://id.theasianparent.com/>), sampai saat ini, YouTube merupakan salah satu situs paling populer yang suka dikunjungi oleh remaja dan anak-anak. Tidak mengherankan jika banyak orang tua yang akhirnya merasa khawatir jika anaknya terpapar konten negatif yang bisa didapatkan dari YouTube. Belum lagi jika pada akhirnya bisa membuat anak kecil dan remaja terjerumus melihat konten yang tidak sesuai dengan usianya. Oleh karena itulah dibutuhkan kewaspadaan orang tua dan pentingnya untuk terus mengawasi anak dan mengingat apa saja bahaya YouTube bagi anak. Oleh karena itu juga, orangtua memiliki peran yang sangat besar untuk mengawasi

anak dalam menggunakan internet. Termasuk dalam menikmati konten YouTube. Orang tua harus selalu waspada terhadap bahaya YouTube untuk anak-anak.

Namun sangat disayangkan, bahwa tidak dipungkiri juga bahwa orang tua tidak mungkin bisa sanggup jika memantau anak mereka selama sehari-hari, agar terhindar dari hal-hal bahaya yang berbau seksualitas dan pornografi, bahkan jika meskipun ada yang sanggup memantau anak mereka selama 24 jam yang bertujuan agar anak tidak dapat mengetahui hal berbau sensualitas atau seks bebas dalam youtube akan tetap bisa gagal, hal ini dikarenakan faktor pemanfaatan kecanggihan teknologi yang dapat mempengaruhi anak agar lebih cerdas dan cenderung berfikir secara cepat dan dewasa, seperti misalnya jika saat anak membuka situs youtube lalu ingin membuka video konten sensualitas dan gagal dalam proses membukanya, otomatis secara cepat berfikir, anak akan melakukan sesuatu hal agar dapat bisa membuka konten sensualitas tersebut, hal yang dimaksud penulis adalah dengan cara bertanya pada *google* dengan mengetik kalimat “bagaimana cara membuka situs youtube versi dewasa”.

Salah satu hal penting dalam musik adalah keberadaan video klipnya, karena melalui video klip, pencipta lagu ingin menyampaikan pesan yang merupakan pengekspresiaan dirinya terhadap fenomena-fenomena yang terjadi di dunia sekitar, dimana dia berinteraksi di dalamnya. Musik adalah media hiburan yang sering di gemari oleh manusia yang ada di dunia, selain itu *music* juga merupakan hasil budaya yang menarik diantara banyak budaya manusia yang lain. Dikatakan menarik karena musik memegang peranan yang sangat banyak di berbagai bidang, seperti jika dilihat dari sisi psikologisnya, musik kerap menjadi sarana pemenuhan kebutuhan manusia dalam hasrat akan seni dan berkreasi. Dari sosial musik dapat disebut sebagai cermin tatanan sosial yang ada dalam masyarakat saat musik diciptakan dan dari segi ekonomi pun musik telah

bergerak pesat menjadi satu komoditi yang menguntungkan. Video klip sebagaimana bahasa, dapat menjadi media komunikasi untuk mencerminkan realitas sosial yang beredar dalam masyarakat. Video klip dapat juga menjadi sarana sosialisasi dan pelestarian terhadap suatu sikap atau nilai. Oleh karena itu, sebuah video klip mulai ditampilkan kepada khalayak, juga mempunyai tanggung jawab yang besar atas tersebar luasnya sebuah keyakinan, nilai-nilai bahkan prasangka tertentu. Sebuah video klip menggambarkan gaya hidup sosial seseorang dalam ketertarikannya dengan nilai-nilai peran yang harus disandangnya. Karena itulah dalam penelitian ini menaruh perhatian pada masalah pemaknaan video klip atau lebih tepatnya lagi pada masalah penggambaran sensualitas di dalam video klip, yang dianggap memiliki sikap terlalu vulgar dan menggoda karena terpengaruh alculturasi dari budaya asing seperti yang digambarkan oleh Teza S dan Tara sebagai model perempuannya. Bahkan media online liputan6 memasukan lagu “*I Want You, Love*” dalam beritanya yang berjudul “5 Video Klip Lagu Indonesia Yang Menyajikan Sensualitas”.

(<https://www.liputan6.com/showbiz/read/2958730/5-videoklip-lagu-indonesia-yang-menyajikan-sensualitas>).

Sensualitas sendiri ialah merupakan suatu bentuk kesenangan yang dirasakan oleh indera yang disebabkan oleh sensasi tubuh, sehingga menimbulkan khayalan-khayalan. Khayalan tersebut tidak atau dapat juga merujuk ke arah seksualitas, yang menimbulkan hasrat seksual. Dalam hal ini biasanya dirasakan oleh indera penglihatan, ketika melihat sesuatu yang bersifat sensual dan erotis, seperti menonton sebuah tarian atau video. (Lichtenberg, 2008:11). Sedangkan sensualitas gender dalam pespektif budaya telah terjadi perdebatan yang hangat, karena telah banyak teori yang membantu kita untuk memahaminya, sehingga kita akan mempertahankan teori yang kita anggap benar, dan

membantu kita untuk mengatakan ini benar atau tidak mengenai gender dan sensualitas maupun seksualitas. Banyak orang berpikiran hubungan gender dengan seksualitas sangat erat sehingga, seksualitas akan menentukan gender. Namun kalau kita amati dari pengertian dan analisa yang sederhana bahwa, gender dan seksualitas adalah dua hal yang berbeda, gender adalah jenis kelamin dan seksualitas adalah kredo seks antara perempuan dan laki-laki. Jika kita berbicara gender maka kita akan berbicara jenis kelamin, jenis kelamin hanya ada dua yaitu laki-laki dan perempuan, tetapi berbicara seksualitas kita akan berbicara kredo seks antara laki-laki dan perempuan. Kredo seks bisa dikatakan dengan karakter dari seks itu sendiri yang mengarah kepada sifat dan tingkah laku antara perempuan dan laki-laki. Akibatnya, gender mempengaruhi keyakinan manusia serta budaya masyarakat tentang bagaimana lelaki dan perempuan berpikir dan bertindak sesuai dengan ketentuan sosial tersebut. Perbedaan yang dilakukan oleh aturan masyarakat dan bukan perbedaan biologis itu dianggap sebagai ketentuan Tuhan. Masyarakat sebagai kelompoklah yang menciptakan perilaku pembagian gender untuk menentukan hal berdasarkan apa yang mereka anggap sebagai keharusan, untuk membedakan antara laki-laki dan perempuan. Keyakinan pembagian itu selanjutnya diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, penuh dengan proses, negosiasi, restensi maupun dominasi. Akhirnya lama kelamaan pembagian keyakinan gender tersebut dianggap alamiah, normal dan kodrat sehingga bagi mereka yang mulai melanggar dianggap tidak normal dan melanggar kodrat. Oleh karena itu diantara bangsa-bangsa dalam kurun waktu yang berbeda, pembagian gender tersebut berbeda-beda. (Jagger, 2008).

Video klip “I Want you, Love” menceritakan tentang gaya hidup sosial atau *social life style* seseorang di era globalisasi saat ini yang semakin bebas, pengaruh budaya -

budaya asing yang diterima seseorang tanpa terfilter dengan baik, telah mempengaruhi dan merubah gaya pergaulan generasi muda saat ini sehingga terjadi penyimpangan gaya hidup. Banyak generasi muda yang terjerumus pada kehidupan bebas diantaranya: obat-obatan terlarang, minum-minuman beralkohol hingga *free sex* yang telah menelan banyak korban generasi muda bangsa Indonesia. Banyak generasi kita yang telah mengambil budaya barat dan menghilangkan budayanya sendiri, banyak generasi kita memanfaatkan sensualitas sebagai alat untuk menarik perhatian pasangannya dan masih banyak lainnya. Maka dari itu adanya penelitian ini semoga bisa menjadi ilmu bagi pembaca tentang bahwa apa arti sebenarnya sensualitas dan bahayanya serta menyadarkan pada masyarakat bahwa perempuan Indonesia harusnya wajib bersikap sopan dan sabar dalam menjalin hubungan cinta bukan malah sebaliknya yaitu agresif. Sekaligus menyadarkan media tentang pemanfaatan sensualitas tubuh perempuan ataupun laki – laki bukanlah hal yang benar karena bersebrangan dengan adat ketimuran.

Selain itu dalam visualisasi video klip “I Want You, Love” jelas berbicara secara konsisten bagaimana sebuah karakter seorang wanita dan pasangannya yang terjerumus dan melakukan pergaulan bebas dan mengandung sensualitas. Selain itu juga karakter perempuan disini dibuat seperti terbiasa dalam melakukan hubungan seksual bahkan cenderung yang dominan atau agresif, serta terlihat jelas bagaimana pembuat video klip memanfaatkan perempuan disini untuk dihadirkan sebagai bagian dari politik ekonomi dalam karyanya. Penggunaan bagian-bagian tubuh perempuan yang menimbulkan nafsu birahi sebagai sebuah komoditi dalam sistem kapitalisme media massa di Indonesia mengandung kecurigaan adanya unsur sensualitas perempuan didalamnya. Tubuh perempuan dengan gampangya dieksploitasi seperti yang terjadi di salah satu bentuk media komunikasi massa yaitu video klip. Konten yang memuat unsur sensual perempuan

berubah bentuknya dan bertambah secara terus-menerus, bahkan perempuan sampai diceritakan lebih menyukai hubungan seksual atau lebih agresif dari pada pria dalam urusan seksual, hal ini sengaja dibuat karena agar menambah kesan sensual yang kuat.

Berita mengenai masalah pergaulan bebas yang mengandung sensualitas sebenarnya tidak lagi menjadi berita asing saat ini. Kurangnya pemahaman dan kesadaran generasi muda dalam mendapatkan informasi betapa bahayanya pergaulan bebas yang mengandung hal-hal yang berbau sensualitas, serta ditunjangnya sikap orang tua yang menutup-nutupi hal tersebut karena menganggap “tabu”, membuat sebagian generasi muda yang penasaran menjadi hunting informasi sendiri. Hal semacam ini sebenarnya cukup berbahaya, karena remaja sebagai seseorang yang kejiwaannya masih labil dan ditunjang rasa ingin tau yang besar, mendapat informasi secara utuh dan mentah tanpa di imbangi oleh filter dan pemahaman bahaya sebenarnya dari masalah tersebut. Fenomena semakin terkikisnya budaya ketimuran yang selama ini dianut masyarakat Indonesia sebenarnya dapat di cegah dengan cara peningkatan keimanan, pengawasan orang tua serta kontrol sosial seseorang dengan lingkungan sekitarnya. Bangsa Indonesia saat ini memang sedang berjuang keras terhadap penjajahan “kualitas mental” generasi mudanya yang sedang terkontaminasi efek-efek negatif budaya asing.

Hal semacam ini sebenarnya tidak hanya menjadi tanggung jawab personal, melainkan tanggung jawab bersama seluruh lapisan bangsa Indonesia, untuk sama-sama memerangi hal-hal yang memiliki muatan sensualitas sebagai bagian dari pergaulan bebas. Dengan asumsi itulah, mungkin terbangun sebuah pandangan, bahwa negeri ini menjadi sebuah “lahan subur” penyebaran efek - efek negatif Globalisasi yang menyebabkan banyak generasi muda yang menjadi korbannya, serta menjadi negara yang dihuni oleh masyarakatnya yang belum sadar terhadap bahaya pergaulan bebas yang

memiliki muatan sensualitas, karena di negeri ini ada jarak yang terbentang luas dalam hal relasi perempuan dan laki-laki yang dibatasi, sesuai dengan nilai, norma dan adat ketimuran yang dianut Bangsa Indonesia. Pada konteks inilah, sejauh mana pemahaman kita tentang makna gaya hidup sosial yang sudah terpengaruh nilai-nilai sensualitas yang terbawa dari budaya asing yang masuk dan mempengaruhi generasi muda. Juga bagaimana untuk pemecahan masalahnya atau bagaimana cara melaksanakan etika berkehidupan sosial yang beradab untuk mewujudkan harkat generasi muda, benar-benar ditantang untuk di jawab. Dengan adanya berbagai gugatan ini diharapkan juga kesadarannya pada generasi muda serta seluruh masyarakat, bahwa sebagai generasi penerus bangsa harus dapat berjalan di arah yang positif, sehingga dapat meneruskan perjuangan rakyat Indonesia untuk meraih cita - cita luhur bangsa ini.

Penelitian tentang suatu sistem tanda, salah satunya untuk melihat bagaimana menrefleksikan fenomena kedalam sistem tanda komunikasi yang berupa video klip tersebut, maka peneliti menggunakan analisis dengan metode semiotik John Fiske, yang menitik beratkan pada pemaknaan video klip “I Want You, Love”.

Dalam penelitian ini, representasi menunjuk pada pemaknaan tanda-tanda yang terdapat pada video klip “I Want You, Love” yang mengacu pada permasalahan sensualitas, karena sensualitas yang menjebatani untuk menuju ke gaya hidup bebas yaitu free sex, dimana banyak generasi muda saat ini yang mulai meninggalkan nilai dan norma adat ketimuran bangsa Indonesia. Belum lagi kecenderungan tubuh perempuan sering dijadikan alat promosi oleh perusahaan industrial musik untuk dijadikan daya tarik tersendiri dalam menjual produknya ke penonton. Serta seringnya media bangsa kita dalam menceritakan hal sensualitas yang dimana model perempuan dibuat lebih dominan atau menguasai dalam melakukan hubungan seksual dari pada model laki nya, salah

satunya seperti yang terdapat pada video klip ini. Padahal dalam kebiasaan budaya kita yaitu budaya Indonesia, dimana dalam setiap hubungan percintaan maupun seksual pria selalu lebih agresif dari pada wanita nya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahannya dalam penelitian ini adalah: Bagaimana representasi sensualitas perempuan dalam prespektif budaya pada video klip “*I Want You, Love*” yang dipopulerkan oleh Teza ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui representasi sensualitas perempuan dalam prespektif budaya pada video klip “*I Want You, Love*” yang dipopulerkan oleh Teza.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, yaitu dapat memberikan masukan atau wawasan serta bahan referensi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa - mahasiswa komunikasi pada jenis penelitian semiotik, dan seluruh mahasiswa pada umumnya. Sehingga dapat diaplikasikan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Dan penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan visualisasi pengetahuan baru dalam memaknai sebuah video klip beserta makna yang terkandung di dalamnya.

2. Manfaat Praktis, yaitu untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan pada pihak industri media musik dan produksi video klip agar dapat menciptakan video – video klip yang positif dan bermanfaat serta yang mudah dipahami oleh masyarakat.