

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri musik seringkali dianggap sebagai arena yang menyenangkan, penuh dengan gemerlap, memberikan profit dan menjanjikan kehidupan yang mapan bagi siapa aja yang berkecimpung di dalamnya. Namun temuan fakta di lapangan tidaklah indah yang dibayangkan. Berbicara masalah feminisme, yang berawal dari bagaimana nasib yang dialami sesama perempuan, ternyata industri musik memiliki situasi dan kondisi sama dengan industri lain yang didominasi oleh kaum lelaki. Bicara tentang peran perempuan di dalam industri musik, proporsi dan representasi perempuan masih belum bisa dikatakan setara dengan laki-laki atau mengalami peningkatan yang signifikan.

Perempuan dalam budaya patriarki selalu dianggap makhluk nomor dua setelah pria. Padahal jika kita lihat dalam sejarah perkembangan adab, dibuktikan banyak perempuan yang memiliki keahlian dan kemampuan yang sejajar dengan pria. Bukan omong kosong, bahwa banyak perempuan-perempuan yang mengawali sesuatunya di dunia ini, atau boleh disebut sebagai *“Women did it first!”*. Lebih fokus berbicara tentang musik, Francesca Caccini adalah sebuah nama yang merupakan komposer perempuan pertama menurut buku sejarah, seorang biarawati abad ke-8, yang mengubah nyanyian Bizantium. Francesca sudah berusia sekira 38 tahun ketika ia menciptakan

opera *La Liberazione di Ruggiero*. Operanya pun dipentaskan di Florence pada 1625. Komposer, penulis lagu, penyanyi, pemain kecapi, penyair, dan guru musik ini akhirnya meninggal pada 1640, setelah sempat menulis karya operanya (Yuko, 2023).

Namun, perempuan jarang diberi penghargaan dan pengakuan yang sama seperti rekan pria mereka, dan sering menghadapi tantangan yang lebih besar agar suara mereka didengar. Perempuan hanya mewakili 21,6% dari semua artis di *Billboard Hot 100 Year-End Charts* selama sembilan tahun terakhir dan hanya 20,2% artis di chart pada tahun 2020. Persentase tahun 2020 itu memperjelas bahwa belum adanya peningkatan persentase jumlah artis/musisi perempuan secara signifikan dalam hampir satu dekade. Kondisi ini lebih memprihatinkan lagi jika melihat pada persentase peran perempuan dalam produksi musik yang terwakilkan, dimana perempuan hanya memegang 2% dari semua peran produksi di seluruh tangga lagu *Billboard Hot 100* tahun 2020 (The History of Women In Music, 2022).

Hal ini dapat dibuktikan dengan laporan tahunan dari Annenberg Inclusion Initiative, University of Southern California ke-6 yang menunjukkan bahwa Representasi 30% jumlah musisi perempuan yang terwakili dalam tangga lagu akhir tahun menandai rekor tertinggi selama satu dekade terakhir. Namun statistik untuk jumlah penulis lagu dan produser perempuan yang terwakilkan sebagian besar tetap sama selama 10 tahun terakhir. Sejak 2012, awal periode laporan Annenberg, jumlah penulis lagu perempuan yang terwakili dalam

tangga lagu akhir tahun Billboard tidak pernah lebih tinggi dari 14,4%, pada tahun 2019 (D'Souza, 2023).

Sebut saja Madonna, salah satu pelopor dan musisi perempuan ternama yang ikut menyuarakan gerakan feminisme di dalam industri musik. Di eranya, sebenarnya kesadaran akan peran perempuan di dalam ranah publik sudah eksis, tapi atas dominasi budaya dan sistem patriarki membuat kesadaran akan hal tersebut masihlah belum mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Madonna sering kali memanfaatkan momentum saat ia menerima penghargaan untuk menyampaikan aspirasinya tentang peran perempuan di dalam industri musik.

Pengaruh Madonna yang cukup besar di dalam industri musik membuka jalan bagi para musisi-musisi perempuan di generasi setelahnya agar bisa memiliki peluang dan kesempatan yang lebih luas lagi dalam mengekspresikan diri dalam bermusik dan tidak lagi dipandang sebelah mata oleh sistem patriarki yang sebenarnya masihlah eksis hingga sekarang. Seperti salah satu lagunya yang berjudul "*Express yourself*", yang menghimbau para perempuan untuk bisa berdiri sendiri tanpa ketergantungan dengan laki-laki dan *move on* dari hubungan asmara yang *toxic*.

Beranjak ke era 2000-an, ada satu nama besar musisi perempuan yang sangat vokal dalam isu feminisme dan memiliki beberapa karya monumental dan fenomenal yang berbicara tentang perempuan, salah satunya adalah tidak asing lagi di telinga pecinta music internasional, yaitu lagu berjudul "*Run The*

World (girls). Dia lah Beyoncé, penyanyi yang sering menampilkan citranya sebagai perempuan yang *powerful, fearless, dan fierce*. Dalam lagunya yang berjudul “*Run The World (Girls)*”, memiliki melodi yang enerjik dan juga lirik lagu yang begitu *empowering*. Hal ini sangat mendorong kaum perempuan untuk maju dan membuktikan bahwa perempuan bisa menaklukkan dunia tanpa bergantung pada laki-laki.

Momentum perempuan di dalam industri musik untuk saling bersinergi dan bersatu tidak melulu tentang kolaborasi karya. Namun ada yang didorong oleh beberapa kasus dan dukungan terhadap musisi perempuan mengalami penindasan dan sering kali dibawah kendali laki-laki. Salah satu yang paling fenomenal adalah kasus Britney Spears, dimana ia berada di dalam konservatori ayahnya selama 13 tahun. Situasi ini membuatnya tidak bisa untuk mengelola keuangannya sendiri, bekerja secara professional, dan kekangan-kekangan lainnya. Kasus ini menyita banyak perempuan dari berbagai macam profesi dari seluruh penjuru dunia, hingga munculah tagar *#freebritney*.

Tagar *#freebritney* juga menjadi nama gerakan untuk membangun awareness kaum perempuan tentang hilangnya kebebasan yang dimiliki oleh penyanyi “*Baby One More Time*” itu. Sampai pada akhir 2021 lalu, tepatnya dibulan November, perjuangan tersebut membuahkan hasil dan membebaskan penyanyi yang menjadi salah satu ikon musik pop dunia tersebut terbebas dari konservatori. Pengadilan resmi menyatakan bahwa dia terbebas dari “kekangan” ayahnya. Kebebasannya bukan hanya menjadi kemenangan untuk dirinya saja, tapi menjadi monumental perempuan di seluruh dunia (Izzata, 2023).

Ariana Grande, salah satu musisi dan penyanyi perempuan yang telah dan masih selalu berada di garis terdepan memperjuangkan feminisme melawan patriarki selama bertahun-tahun dengan karya-karyanya yang selama ini sudah ditorehkan. Kontribusinya pada gerakan feminisme sebagian besar telah berekspansi dibawah radar. Bahkan di era skandal dan konflik permusuhan, Ariana selalu menyiarkan tentang solidaritas dan kekuatan peran perempuan di atas segalanya (Rueckert, 2017).

Ariana Grande, mendukung peran perempuan di generasi saat ini dengan cara sama yang pernah dilakukan oleh Beyonce, Christina Aguilera dalam decade sebelumnya. Lagu-lagunya yang sebagian besar baik secara tersirat ataupun terang-terangan berbicara soal perempuan membuat siapapun yang mendengarnya merasa kembali percaya diri dan tangguh

Dalam sejarah diskografi miliknya, banyak karya Ariana yang mengangkat isu-isu tentang perempuan. Ariana terkenal sebagai musisi dengan ciri khas yang *seductive*, dan kerap membawa pesan feminisme ke dalam setiap lirik karya miliknya. Ariana Grande sebelumnya telah membawakan lagu-lagu dengan lirik sejenis, seperti '*Love Me Harder*', '*Side to Side*', '*Dangerous Woman*', dan '*God is a Woman*'. Karya Ariana Grande, termasuk lagu *Positions*, bertujuan untuk menginspirasi perempuan di seluruh dunia, tidak hanya di Amerika, untuk tidak takut memilih peran yang mereka inginkan tanpa dibatasi oleh dinding feminisme dan maskulinitas. Pada 20 Oktober 2020, Ariana kembali meluncurkan sebuah karya dengan judul *Positions* di seluruh platform digital termasuk YouTube. Pada lagu ini, Ariana menyampaikan lirik yang

memikat di sebagian besar lagu tentang bagaimana dia menawarkan diri kepada kekasihnya untuk "*Switching positions for you. Cookin' in the kitchen and I'm in the bedroom*". Kata "*positions*" memiliki dua arti dalam lirik lagu ini: yang pertama berhubungan dengan peran perempuan di atas ranjang, sedangkan yang lainnya, mengacu pada referensi perempuan dalam suatu hubungan. Dalam menggambarkan keseluruhan lirik lagu ini, Ariana memerankan dirinya sebagai penguasa tertinggi sebuah negara, yakni Presiden Amerika Serikat, dalam video musik yang telah dirilis. Hal ini sangat bertentangan dengan realita yang ada dalam sejarah Amerika Serikat, dimana negara adidaya tersebut belum pernah memiliki presiden perempuan dalam sejarah politik kepresidenannya.

Situasi inilah yang sangat kontradiktif di video klip *Positions* milik Ariana Grande. Sejak awal video, Ariana terlihat bekerja di Gedung Putih yang menjadi pusat pemerintahan Amerika Serikat. Saat Ariana fokus bekerja, pada video tersebut ia dikelilingi oleh sekumpulan wartawan dan pejabat dimana semua perhatian tertuju padanya sebagai pengendali kuasa. Namun, terlepas dari komitmennya pada pekerjaannya sebagai seorang presiden, Ariana tetap mempertahankan kehidupan dan kewajiban pribadinya sebagai "perempuan". Pada bagian *refrain* lagu, Ariana digambarkan terlihat di dapur memasak dan bermain dengan hewan peliharaannya. Pada titik ini, Ariana Grande ingin menggambarkan dirinya sebagai orang yang kuat dan memiliki kuasa untuk memilih apapun yang ia inginkan sebagai perempuan, termasuk dalam bekerja

dan dalam hubungan romansa. Pembahasan terkait dengan langkah Ariana dalam apa yang ia sajikan dalam video klip juga menjadi topik diskusi menarik yang dibahas oleh para jurnalis musik dalam *Atwood Magazine*, sebuah platform majalah digital yang membahas tentang pergerakan musik di era digital yang dipimpin oleh Mitch Mosk. Mariel Fechik menyampaikan bahwa fakta dimana Ariana meluncurkan video "*Positions*" pada malam debat pemilihan presiden Amerika dan menunjukkan kesediaannya untuk secara konsisten memunculkan topik gender dalam diskusi, adalah yang penting. Hal ini perlu diapresiasi karena dia berani untuk tidak diam tentang keyakinan yang dia miliki. Hal ini diamini oleh Emily Algar dalam diskusi tersebut, yang berpendapat bahwa meskipun musik Ariana Grande terkesan tidak terlalu politis, pada titik ini ia meyakini bahwa orang-orang akan menyadari apa yang Ariana coba sampaikan dari baik secara politis maupun sosial. Meskipun menurutnya, lagu ini tidak sekontroversial *God is a Woman* jika berbicara tentang feminisme (Staff, 2020).

Peran perempuan di era modern saat ini masih belum sepenuhnya mendapatkan kesetaraan dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini ditandai dengan kurangnya representasi perempuan yang mewakili mereka di ranah publik ataupun domestik, terlebih di sektor yang masih didominasi oleh kaum lelaki. Alasan yang seringkali terdengar atas ketimpangan sosial ini adalah bahwa perempuan dianggap tidak cukup mampu dalam menjalankan peran penting di ranah publik, yang dikaitkan dengan sifat-sifat feminitas yang dibawa perempuan karena dibentuk oleh konstruksi sosial.

Saat kita membahas tentang feminitas dan maskulinitas secara umum tidak bisa dipisahkan dengan topik terkait feminisme. Dunia nyata seringkali memperankan laki-laki sebagai makhluk yang jauh lebih unggul dalam semua masalah, baik publik maupun *domestic* dibandingkan perempuan. Dalam masyarakat, perempuan diperbolehkan untuk mengenyam pendidikan tinggi, tetapi setinggi apapun pendidikannya, seorang perempuan akan tetap menjadi ibu rumah tangga, memasak di dapur, serta mengasuh anak dan pasangannya.

Feminisme adalah gerakan dan pola pikir yang dimulai dengan gagasan bahwa perempuan pada dasarnya tertindas, dieksploitasi, sehingga berupaya untuk memberantas penindasan dan eksploitasi ini. Perempuan kerap menghadapi ketidakadilan dalam bentuk marginalisasi, stereotip, subordinasi, pelecehan, atau standar ganda. Feminisme dapat secara luas diklasifikasikan menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama meliputi feminisme, liberalisme, radikalisme, dan sosialis-marxisme. Feminisme eksistensial, gynosentris, dan gelombang ketiga, khususnya postmodern, multikultural, global, dan ekofeminisme, termasuk dalam feminisme gelombang kedua (Fakih, 2012:83).

Menurut Helen McDonald memang tidak bisa kita pungkiri bahwa terdapat perbedaan antara perempuan dan laki-laki. Perbedaan tersebut dapat dilihat dalam table di bawah ini (Kurnia, 2004:19).

Tabel 1.1

Perbedaan Laki-laki dan Perempuan

Laki-laki (seharusnya)	Perempuan (seharusnya)
Maskulin, dominan, kuat, agresif, rasional, pintar, dan aktif.	Feminim, submisif, lemah, pasif, intuitif, emosional, dan komunikatif.
Laki-laki (diibaratkan)	Perempuan (diibaratkan)
Mobil atau teknologi terkini, senang mabuk-mabukan, dan bebas berkegiatan seksual bersama banyak <i>partner</i> .	Senang berbelanja/hedon, berbandan, tidak mabuk bersama teman-temannya, dan berkomitmen dalam satu hubungan.

Dari table di atas, dapat kita lihat bagaimana masyarakat menggambarkan superioritas laki-laki dalam eksistensinya sebagai makhluk hidup. Laki-laki dianggap memiliki kecerdasan fisik dan logika, sedangkan perempuan dianggap rapuh dan tidak bisa berpikir secara logis karena selalu mengandalkan sisi emosional dalam pemecahan sebuah masalah. Inilah mengapa perempuan dianggap tidak cocok memiliki peran sebagai pengambil keputusan baik dalam ranah domestik maupun kepemimpinan.

Sikap yang tidak merata terhadap disparitas gender dapat menimbulkan subordinasi perempuan. Namun, karena perempuan tidak rasional dan emosional, mereka tidak dapat tampil sebagai pemimpin, dan akibatnya perempuan menjadi peran yang tidak relevan. Di masyarakat Jawa pernah diyakini bahwa

perempuan tidak memerlukan pendidikan tinggi karena tanggung jawab utama mereka adalah di rumah (Fakih, 2012:15).

Dalam cakupan peran perempuan di dunia kerja berdasarkan *UN Women Report*, dari seluruh dunia, partisipasi perempuan hanya sekitar 63% di dunia kerja. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan partisipasi peran laki-laki yang mencapai angka 94% di dunia kerja. Retno Marsudi, Menteri Luar Negeri perempuan pertama di Indonesia menyampaikan bahwa ketimpangan seperti ini terjadi tidak hanya di negara berkembang, namun juga di negara maju, yang disebabkan oleh adanya hambatan secara struktural dan budaya yang menghambat kontribusi perempuan. Padahal, berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh *World Bank*, di Amerika Latin, partisipasi perempuan berhasil menurunkan angka kemiskinan hingga 30%. Artinya, peran perempuan memiliki dampak yang cukup signifikan dalam dunia kerja (Jelita N, 2021).

Jika menilik negara yang menjadi salah satu pusat peradaban dunia, Amerika juga masih memiliki banyak hal yang perlu dibenahi dalam hal memberikan ruang bagi peran perempuan. Permasalahan ini disebabkan oleh nilai-nilai yang masih berkembang di masyarakat konservatif Amerika tentang bagaimana peran perempuan dalam sebuah pekerjaan.

Menurut Pew Research, di Amerika, laki-laki dianggap memiliki kehidupan yang lebih mudah dijalani dibanding perempuan, berdasarkan

perannya di masyarakat kita akhir-akhir ini. Laki-laki dibayar lebih dari perempuan dalam 43% kasus, dan laki-laki memiliki lebih banyak prospek pekerjaan atau perlakuan istimewa dalam 29% kasus. Selanjutnya, laki-laki memiliki lebih sedikit kewajiban keluarga atau rumah (10%), menerima lebih banyak rasa hormat (9%), memiliki lebih banyak pengaruh politik (9%), memiliki perawatan kesehatan yang lebih baik (7%), tidak menghadapi pelecehan seksual dalam jumlah yang sama dengan perempuan (4%), atau tidak perlu terlalu khawatir tentang keamanan fisik mereka (4%) dibandingkan perempuan (Horowitz M dan kawan kawan, 2017).

Salah satu alasan mengapa negara sebesar dan semaju Amerika Serikat belum memiliki seorang presiden perempuan adalah dimana perempuan terus menghadapi lebih banyak penilaian negatif dari publik, elit politik, dan media mengenai kapasitas dan kompetensi kepemimpinan mereka, menurut Farida Jalalzai, seorang Profesor Ilmu Politik Oklahoma State University pada artikel yang beliau tulis di *The Conversation*. Kekuatan kepemimpinan dan pengambilan keputusan yang cepat seringkali lebih dihargai daripada pertimbangan dan kompromi, yang secara stereotip merupakan atribut feminine (Jalalzai, 2020).

Pada era digitalsisasi yang kian massif, masyarakat tidak hanya menjadikan media sebagai tempat mencari hiburan, namun juga menjadi *platform* bagi mereka menyuarakan pendapat dan berekspresi. Maka dari itu, saat ini bahkan sudah banyak karya-karya yang menjadi representasi sebuah kritik atau sindiran terhadap suatu fenomena. Dahulu memang tidak banyak seniman yang

menyuarakan pendapatnya melalui sebuah karya, namun kini sudah banyak film, video, musik, dan berbagai jenis kesenian lain yang menjadi media kritik sosial di masyarakat.

Musik sejak dahulu memiliki tempat khusus di kehidupan manusia. Selain internet, media cetak dan berbagai media penyampai pesan, musik adalah salah satu contoh media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Instrumental, vokal, atau campuran dari dua jenis musik dapat digunakan sebagai bentuk ekspresi yang menggabungkan pemrosesan vokal, harmoni melodi, ritme, dan tempo. Nyanyian musik biasanya dibangun untuk mengekspresikan situasi tertentu, entah itu merupakan hal yang kurang menyenangkan, menggembirakan, tentang alam atau kehidupan. Mendengarkan musik yang kita hargai dapat membawa rasa ketenangan, inspirasi, dan motivasi (Djohan, 2005: 9).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, musik memiliki arti ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komperan (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan (KBBI, 2016).

Bagi sebagian orang, eksistensi musik memiliki kelebihan dalam mempengaruhi suasana batin, dalam senang atau sedih, tergantung pendengarnya. Musik, sebagai hiburan, dapat memberikan sensasi relaksasi, kepuasan, atau penyegaran kepada pendengarnya. Pikiran kita menjadi ketakutan, terjebak, dan elemen dari apa yang harus dilakukan pada waktu-waktu tertentu. Semua ide ini dapat dihidupkan kembali dengan mendengarkan musik.

Salah satu tujuan dari mengapa orang menyanyikan, memproduksi, atau hanya sekedar mendengarkan music salah satunya adalah untuk berkomunikasi. Musik berfungsi sebagai alat bagi musisi, seperti halnya kata-kata berfungsi sebagai kendaraan bagi penulis lagu untuk mengekspresikan diri. Musik dibuat dengan maksud untuk menyampaikan pesan kepada pendengarnya.

Seperti seniman pada umumnya yang berusaha menyampaikan pesan melalui sebuah karya, para musisi dan penulis lagu memiliki pemikiran, perasaan, dan pengalaman yang ingin mereka bagikan dengan orang lain. Tidak jarang, pengalaman fisik atau emosional dapat digambarkan sebagai landasan atau inspirasi dalam bermusik. Alhasil, tak disangka banyak musisi yang menggunakan beragam tema bedarkan peristiwa pribadi atau fenomena social yang ada di sekitar mereka.

Sebuah lagu merupakan komperan musik yang menggabungkan nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal tertentu (biasanya disertai dengan alat musik) untuk menciptakan sebuah rasa. Lagu juga bisa merujuk pada berbagai nada atau suara berirama. Untuk menampilkan sebuah lagu, musisi biasanya dapat membawakannya secara solo, duo, trio atau berke-
lompok dalam paduan suara. Pada sebuah lagu, lirik lagu biasanya bergaya puisi berima, akan tetapi ada juga yang bernuansa religi atau nonreligius. Ter-
gantung pada ukuran yang digunakan, lagu dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori. Mendengarkan music saat ini bisa jadi sudah melekat dalam keseharian manusia hingga di satu titik dapat disebut sebagai sebuah kebiasaan.

Namun, seringkali kita hanya mendengarkan tanpa memahami pesan dari lagu tersebut.

Susunan lirik lagu adalah salah satu aspek lagu yang paling signifikan, sebab dengan lirik, penulis lagu ingin menyampaikan pesan yang merupakan ekspresi dari dalam dirinya. Lirik lagu adalah pesan berupa kata-kata dan kalimat tertulis yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan suasana dan rasa imajinasi pada pendengarnya, sehingga memungkinkan mereka untuk menyimpulkannya dalam berbagai makna. Dalam arti lain, terlepas dari apapun *genre* yang mahsyur saat ini, komperan lirik dan nada yang disusun dengan cerdas oleh para musisi dapat mengarahkan pendengar untuk memahami dan menyerap makna dari sebuah lirik. Tidak jarang, sebuah lagu dikemas dengan sederhana atau dengan tema yang melekat dalam kehidupan sehari-hari manusia. Namun meski begitu, di era kini saat semakin banyak orang mengenal dan mengerti isu-isu sosial seperti kesetaraan gender, kesehatan mental, dan lain sebagainya, musik menjadi salah satu media bagi para seniman untuk mengakomodasi isu populis yang berkembang di masyarakat secara tidak langsung.

Dalam rangka membuat setiap lirik yang para seniman goreskan menjadi lebih dimengerti tidak hanya secara audio, mereka juga menjual karya mereka dengan suguhan visual yang indah untuk semakin menyentuh hati para pendengarnya. Berkembangnya media seperti YouTube menjadikan platform tersebut menjadi tempat paling prospektif untuk para seniman menunjukkan karyanya. *Music video* atau yang bisa disebut juga dengan video klip adalah

sebuah video pendek atau film pendek yang menjadi pendamping lantunan music pada sebuah karya lagu. Video klip modern memiliki fungsi sebagai salah satu *marketing tools* untuk memasarkan sebuah lagu atau album rekaman seorang musisi (Moller, 2011:34).

Untuk meningkatkan popularitas sebuah lagu di industri musik, produser akan membuat video klip. Produser akan meningkatkan makna lagu dengan menyusun visual, warna, dan simbol tertentu dalam klip video untuk memperkuat makna lagu. Produser berharap penonton lagu dapat memahaminya tidak hanya melalui lirik dan musik, tetapi juga melalui komperan gambar, warna, dan simbol dalam video klip. Musisi memanfaatkan potensi video klip untuk menyimbolkan berbagai realitas masyarakat dalam karya-karya tentang seksualitas dan gender, salah satunya budaya patriarki. Patriarki adalah struktur kekuasaan di mana laki-laki memegang kendali otoritas utama. Hal ini merasuki budaya masyarakat, sehingga menimbulkan disparitas antar gender yang mempengaruhi cara pandang seseorang dalam hidup (Rokhman-syah 2016:32).

1.2 Rumusan Masalah

Eksistensi perempuan dalam kehidupan sehari-hari masih menjadi permasalahan yang hingga kini belum sepenuhnya diakui. Perempuan sebagai manusia masih harus berusaha banyak untuk bisa mendapatkan pengakuan atas perannya di tengah masyarakat. Pandangan yang ada di masyarakat terhadap perempuan, khususnya di Indonesia, masih menganggap bahwa ada perbedaan

status dan tingkatan antara perempuan dan laki-laki. Anggapan bahwa perempuan sebagai makhluk yang lemah lembut harus menurut terhadap laki-laki yang dianggap lebih maskulin dan penuh logika. Sedangkan pada kondisi ideal, realita yang diharapkan adalah adanya representasi perempuan di ranah publik untuk menunjukkan pesan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama. Perempuan dapat memilih peran apapun sesuai dengan yang diinginkan baik domestik maupun eksternal, atau bahkan keduanya secara bersamaan.

Musik sebagai salah satu media yang paling dekat dengan kehidupan manusia bisa diharapkan menjadi salah satu *platform* untuk mengusung pesan representasi perempuan. Selain karena musik adalah hal populer, musisi yang memproduksi musik dengan pesan tersebut juga menjadi salah satu pembawa pesan terbaik paling tidak bagi para pengikutnya. Tidak hanya melalui lagu, Ariana juga kerap memvisualisasikan pesan yang ingin ia sampaikan terutama dalam hal peran seorang perempuan yang tidak biasa di masyarakat. Pesan ini menjadi penting tidak hanya untuk penggemar lokalnya, namun juga para penggemar internasional termasuk di Indonesia untuk bisa mengetahui arti penting peran setiap perempuan dalam kehidupan.

Dari uraian diatas, rumusan masalah dari penelitian skripsi ini adalah: Bagaimana representasi peran perempuan dalam video klip “*Positions*” - Ariana Grande?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi peran perempuan dalam video klip “*Positions*” – Ariana Grande.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bentuk kontribusi dalam ilmu komunikasi terutama dalam ranah komunikasi gender, yang fokus tentang bagaimana representasi peran perempuan di masyarakat khususnya di industri seni dan *entertainment* utamanya untuk studi yang membahas terkait teori representasi dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

1.4.2 Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru kepada masyarakat tentang peran perempuan di luar ranah domestik yang masih tabu, serta pandangan bagi pemerintah untuk mendukung penelitian dan penelitian tambahan yang berfokus pada pengembangan peran perempuan dalam lingkup yang lebih luas.

1.4.3 Praktis

Harapannya, penelitian ini dapat menjadi satu bentuk kontribusi pengetahuan kepada para perempuan yang mengalami ketimpangan sosial dalam upaya mewujudkan ekspresi diri mereka

karena ketidaksetaraan gender yang masih ada di lingkup masyarakat timur.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini dapat dikatakan sebagai kebalikan dari penggunaan observasi dan objektivitas untuk menemukan realitas atau sains. Paradigma konstruktivisme melihat ilmu sosial sebagai pemeriksaan metodis dari tindakan sosial yang signifikan berdasarkan pengamatan dekat aktor sosial yang membangun, memelihara, atau mengelola lingkungan sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Lincoln dan Guba berpendapat bahwa paradigma konstruktivisme dimulai dengan konsep bahwa dunia manusia (kognisi) itu unik, dan karenanya memerlukan pendekatan yang unik untuk dipelajari. Dengan demikian, kehidupan manusia memiliki kemampuan untuk menafsirkan dan mengkonstruksi setiap realitas; akibatnya, dunia persepsi manusia tidak pernah benar-benar nyata (relatif). Oleh karena itu, penelitian konstruktivis mengkaji bagaimana realitas diciptakan dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian konstruktivisme secara epistemologis terfokus pada perhatian semata-mata pada praktik mengkonstruksi makna dalam pemikiran seseorang. Menurut konstruktivisme, masing-masing dari kita memiliki pengalaman unik. Maka dari itu,

penelitian ini bermaksud untuk menyampaikan gagasan bahwa perspektif setiap orang tentang dunia adalah valid, dan bahwa setiap orang harus menghormati sudut pandang satu sama lain (Patton, 2002:96-97).

1.5.2 State of The Art

State of The Art dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

Pertama, penelitian berjudul *Female Musicians' Visual Gender Staging in Music Videos* yang dipublikasikan dalam Cubic Journal tahun 2019 silam. Penelitian ini dilakukan oleh Tanja Godlewsky Folkwang Universität der Künste. Penelitian berfokus pada representasi musisi perempuan dalam video musik, khususnya bagaimana mereka menampilkan diri dan gendernya. Temuan studi mengungkapkan bahwa penggambaran visual seniman perempuan telah dibentuk oleh sejarah panjang penggambaran stereotip gender yang harus ditangani. Dari penelitian ini kita dapat mengidentifikasi metode desain untuk potret diri dan kinerja gender, serta sumber inspirasi dan tren estetika, dalam video musik yang dibuat oleh musisi perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana musisi perempuan menggunakan kemampuannya untuk menantang representasi dan hierarki gender yang sudah ada, sehingga menghasilkan karya seni inovatif dan konsep video musik yang tidak biasa. Penulis mengharapkan untuk bisa lebih banyak penelitian dalam menen-

tukan penyebab dari fenomena tersebut, dan untuk bisa meningkatkan paparan contoh-contoh positif dalam penelitian sejenis agar dapat menyalurkan pesan-pesan yang bersifat kesetaraan gender ([Folkwang, 2019](#)).

Kedua, yakni penelitian yang berjudul *Portrayal and Objectification of Women in Music Videos: A Review of Existing Studies*, yang dimuat dalam *TSU Journal of Communication and Media Studies* pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan oleh Oberiri Destiny Apuke dan Lingbuin Goodness Jigem dari Taraba State University. Untuk menganalisis kajian tentang representasi dan objektifikasi perempuan dalam video musik seperti R&B/hip hop dan pop, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu analisis korpus. Menurut temuan, analisis isi dan teori objektivitas diterapkan dalam persentase substansial dari makalah yang dianalisis. Artis perempuan lebih diobjekkan secara seksual, tunduk pada standar fisik yang lebih ketat, dan lebih cenderung menunjukkan perilaku yang menarik secara seksual dalam video musik, menurut sebagian besar penelitian. Dalam video R&B/hip hop dan pop, objektifikasi seksual terbukti lebih umum daripada di video negara. Sebagian besar penelitian dilakukan di Amerika Serikat. Pada penelitian ini, penulis mengharapkan adanya penelitian lebih lanjut di masa depan untuk memperluas penelitian mereka ke tempat yang berbeda agar memperluas pengetahuan sehingga berkembang ke

arah yang lebih baik, dan membahas tentang bagaimana perempuan digambarkan dalam musik dan bagaimana mereka digambarkan. ([Apuke dan Jigem, 2019](#))

Ketiga, adalah penelitian yang berjudul *The Portrayal of Men and Women in Digital Communication: Content Analysis of Gender Roles and Gender Display in Reaction GIFs* yang dipublikasikan melalui situs resmi IJoC University of Southern California di tahun 2021. Penelitian ini dilakukan oleh Diego Álvarez, Alejandro González, dan Cristina Ubani dan diterbitkan oleh *International Journal of Communication, University of Southern California*. Peran gender dan representasi gender dalam animasi GIF yang dibahas dalam studi ini. Menggunakan *Tenor, Giphy, dan Gfycat* untuk memeriksa konten dari 747 GIF paling populer. Melalui penelitian lebih lanjut, dapat disimpulkan bahwa karakter perempuan ditemukan kurang terwakili dalam kaitannya jika dibandingkan dengan karakter pria. Perempuan digambarkan tampak lebih muda daripada pria di semua kategori umur. Sosok perempuan lebih mungkin untuk digambarkan tanpa busana dibandingkan sosok pria, sehingga kebanyakan karakter perempuan digambarkan mengenakan pakaian yang menjurus ke arah seksual, dan terkadang dalam pakaian yang tidak sesuai dengan situasi pada umumnya ([Alvarez, dkk. 2021](#)).

1.5.3 Video Klip

Video klip dapat dikategorikan sebagai salah satu jenis produk komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Video juga dapat dipergunakan untuk menyiarkan hiburan serta menjadi media untuk menyampaikan cerita, acara, drama, musik, dan hal-hal lain kepada khalayak umum (McQuail, 1987:13).

Video klip terbagi atas dua tipe utama, yakni *performance clip* dan *conceptual clip*. *Performance clip* sendiri merupakan tipe video yang berfokus pada musisi yang menyanyikan lagu., dimana tipe ini bisa digolongkan sebagai tipe yang agak kuno di kalangan penikmat music modern sebab sering dipergunakan untuk video klip lawas era 60-70an. Sedangkan untuk tipe *conceptual clip* sendiri, biasanya memiliki tema tertentu dan menyajikan jalan cerita seru, atau kumpulan gambar-gambar yang disatukan untuk menceritakan pesan dari lagu tersebut (Stewart dan Kowaltzke, 2004:132).

Terdapat lima Bahasa universal yang terkandung dalam sebuah video klip, antara lain:

- 1.) Bahasa Lirik yang berhubungan dengan rangkaian kata dalam lirik pada sebuah lagu. Contoh yang sering ada dalam lirik lagu pada umumnya adalah penggambaran rasa

sedih menggunakan kata “warna biru” atau “langit kelabu”

- 2.) Bahasa Ritme yang berhubungan dengan penggambaran visual dalam video klip, yang kemudian disesuaikan dengan tempo lagu terkait. Misalkan, dalam menggambarkan lirik ceria bertempo cepat, video menggunakan warna-warna yang cerah dan *vibrant* untuk menunjukkan perasaan tersebut.
- 3.) Bahasa Musikalisasi merupakan visualisasi Bahasa yang ada dalam sebuah video klip, berkaitan dengan nilai musikalitas dari lagu tersebut. Contohnya, instrument yang digunakan, jenis music dari lagu tersebut, atau profil dari musisinya sendiri.
- 4.) Bahasa Performance yang merupakan Bahasa visual terkait dengan karakter dari masing-masing musisi yang memproduksi karya terkait.
- 5.) Bahasa Nada adalah bahasa visual yang kemudian disesuaikan dengan aransemennya dari lagu terkait yang digunakan (Rabiger, 2013:58)

Ketika kita sebagai orang Indonesia menonton video klip penyanyi luar negeri seperti Ariana Grande yang menggunakan bahasa Inggris, meski tidak semua dari penikmat music dari Indonesia

mengerti akan bahasanya, akan tetapi kita bisa menikmati dan menelaah arti dari lagu Ariana Grande melalui jalan cerita yang diberikan melalui setiap adegan yang digambarkan, sebab adegan-adegan tersebutlah yang memberi tanda dan kode kepada pemirsa.

1.5.4 Representasi Perempuan

Kata "representasi" berasal dari kata bahasa Inggris "*representation*" yang berarti "penggambaran." Dengan kata lain, representasi dapat diartikan sebagai penggambaran sebuah konsep yang terlihat dalam kehidupan kemudian ditampilkan melalui media massa. Makna dan bahasa digunakan dalam representasi untuk menggambarkan sesuatu yang penting bagi orang lain. Arti dari penggambaran tersebut kemudian dapat didiskusikan secara lebih luas. Stuart Hall menyebutkan dalam bukunya, bahwa proses penggambaran sebuah makna sangat dipengaruhi oleh pengetahuan kelompok sosial dan interpretasi suatu tanda. Kelompok sosial harus berbagi pengalaman serupa untuk menafsirkan sesuatu hampir identik, dan makna objek dapat ditransfer melalui bahasa kepada orang lain yang dapat memahami dan mengikuti aturan yang sama. (Hall, 1997:16)

Istilah representasi tersebut, mengacu pada klasifikasi orang dan keyakinan tentang mereka. Hal ini terkait dengan media yang kebanyakan diakses secara massif dalam bentuk visual, maupun dalam bentuk media lainnya. Representasi sendiri dapat dikonstruksi

dengan cara bagaimana sebuah media dipergunakan, kemudian digambarkan melalui cara pandang kita masing-masing. (Burton, 2017:171)

Dalam bukunya, Stuart Hall (1997:24-25) menyebutkan terdapat tiga jenis pendekatan representasi, antara lain:

1.) Pendekatan Konstruksionis

Pendekatan konstruksionis atau *constructionist approach* menganggap bahwa sebuah objek tidak memiliki makna sendiri, serta tidak bisa dimaknai dengan tetap bagi tiap-tiap orang. Akan tetapi, jenis pendekatan ini lebih cenderung mengkonstruksi sebuah makna dengan sistem konsep, tanda, dan symbol yang ada.

2.) Pendekatan Reflektif

Pendekatan reflektif atau *reflectift approach* beranggapan bahwa setiap objek pasti memiliki makna, dan bahasa sendiri bersifat sebagai cerminannya. Bahasa berfungsi sebagai refleksi dari sebuah makna sebenarnya dan yang sesuai dengan realita.

3.) Pendekatan Intensional

Intentional approach atau pendekatan intensional memiliki pandangan bahwa makna tercipta karena disematkan oleh seseorang terhadap sebuah objek tertentu. Maka,

makna sendiri tergantung siapa dan bagaimana orang tersebut mendeskripsikan atau mengartikannya.

Makna representasi perempuan dalam penelitian ini adalah upaya untuk menggambarkan realita sosial melalui tanda-tanda yang beragam. Berbagai jenis tanda yang dimaksud adalah segala bentuk tanda yang ditampilkan dalam video klip Ariana Grande "Positions", yang dapat berupa gambar (*visual*), suara (*audio*), teknik pengambilan gambar (*shot*), dan latar belakang adegan (*setting*), yang merupakan bagian dari sebuah realitas sosial.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Representasi Perempuan

Ide representasi memiliki banyak konotasi, salah satunya adalah proses sosial representasi. Istilah representasi sendiri mengacu pada proses dan hasil dari makna sebuah tanda. Representasi juga dapat diartikan sebagai proses mengukuhkan prinsip-prinsip ideologi yang abstrak. Konsep tersebut diterapkan pada proses pembuatan makna sosial dengan menggunakan sistem penandaan yang tersedia. Konstruksi makna melalui bahasa inilah yang biasa disebut sebagai sebuah representasi. Sehingga, jika membicarakan tentang representasi perempuan, berarti yang dibicarakan adalah soal bagaimana perempuan digambarkan untuk memiliki akses yang sama atas kesempatan dan hak sebagai manusia, termasuk kemampuan untuk berpartisipasi dalam kesempatan yang sama dengan laki-

laki. Representasi perempuan gencar disampaikan menjadi sebuah pesan dalam budaya modern sebagai usaha untuk menghilangkan diskriminasi dan ketimpangan struktural yang acap kali menjadikan perempuan sebagai korban atau pihak yang termarginalkan.

1.6.2 Peran Perempuan

Isu tentang gender dan seksualitas kerap kali dikaitkan erat dengan pemahaman makna perempuan. Perempuan didefinisikan sebagai esensi feminin bawaan seseorang dalam konteks gender. Dalam hal peran sosial sendiri, persepsi masyarakat tentang perempuan dibentuk oleh stereotip. Perempuan pada prinsipnya harus mampu terlibat dalam semua aspek kehidupan di zaman modern ini. Meskipun demikian, keberadaan perempuan terus diliputi kesulitan karena beban peran sebagai perempuan yang harus ditanggung. Di satu sisi, perempuan harus bekerja dengan rajin, cekatan dan harus memiliki kontrol diri yang tinggi di depan umum untuk menjaga martabat keluarga sebagai perempuan yang baik sesuai dengan stereotip yang berlaku. Akan tetapi sebaliknya, di ruang pribadi, perempuan juga dituntut menjadi ibu rumah tangga yang penuh cinta kasih, dedikasi, dan harus setia mengabdikan diri pada suami sebagai kepala rumah tangga.

1.6.3 Video Klip “*Positions*” Ariana Grande

Video klip saat ini telah berkembang menjadi metode komunikasi yang menggunakan *audiovisual* untuk menyampaikan pesan

dari musisi pada pendengarnya. Musisi dapat menggunakan cuplikan video untuk mempresentasikan ide yang mereka bawa secara lebih realistis. Video klip juga biasa digunakan oleh musisi untuk mengiklankan musik mereka kepada penikmat musiknya melalui acara TV, media sosial, dan penjualan CD mereka. Gambar-gambar yang terekam dalam video sebagai satu kesatuan adegan, menjadi sangat penting bagi musisi untuk pengenalan isu yang mereka bawa ke masyarakat secara lebih modern. Pengemasan video klip dengan alur cerita menarik dan visual yang mengesankan, dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi para pendengar setia maupun pendengar kasual yang hanya mendengarkan lagu *popular* saja.

Begitu pula dengan Ariana Grande yang gencar memproduksi lagu *hits* bertema representasi perempuan. Video yang dirilis pada 23 Oktober 2020 dan bergenre R&B khas Ariana Grande, menjadi video klip tentang lagu berteme “perempuan” miliknya yang mendulang popularitas di seluruh dunia. Berfokus pada tokoh perempuan yang Ariana perankan sendiri, *Positions* mencoba membawa pesan yang menggambarkan representasi perempuan sebagai pemimpin tertinggi negara adidaya Amerika Serikat.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang biasa digunakan untuk mencari teori, dan bukan untuk menguji sebuah teori (Jalaluddin 2012:25). Penelitian ini menitikberatkan penggambaran terhadap sebuah objek yang dikaitkan dengan sebuah makna dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

Menurut Fiske (2010:5) menyebutkan bahwa, video klip memaknai sistem yang dikategorikan sebagai berikut:

- 1.) Level pertama (*Reality*) yang terdiri atas penataan busana, *makeup*, aksan bahasa yang digunakan, serta gestur yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada khalayak terkait dengan kelas sosial sebuah profesi atau tingkatan pendidikan seseorang.
- 2.) Level kedua (*Representation*) yang meliputi teknik pengoperasian kamera, pengaturan cahaya, penyuntingan, penggunaan music dan efek suara, untuk memberi kesan lebih kuat untuk menandai jenis program atau video terkait. Setiap teknik yang digunakan mulai dari pengambilan gambar dengan kamera dan lain sebagainya, diharapkan dapat memberikan pengaruh emosional bagi penonton.

3.) Level ketiga (*ideology*) yaitu gabungan antara level pertama dan kedua yang telah diorganisir sesuai dengan ideologi. Contohnya, pembahasan kode tentang Individualisme, patriarki, ras, kelas sosial. Materialisme dan kapitalisme sebagai bagian dari kode sosial (kapitalisme).

1.7.2 Subjek Penelitian

Fokus subjek penelitian ini adalah pada klip musik Ariana Grande "Positions." Dalam video klip tersebut, penulis akan menyajikan deskripsi data dalam subjek penelitian, yang mencakup segala bentuk yang terkait dengan representasi perempuan dalam kehidupan sehari-hari presiden AS, yang digambarkan oleh Ariana dalam video.

Dalam penelitian yang menggunakan video klip ini, objek penelitian terdiri dari tangkapan layar berbentuk foto, suara yang digunakan dalam video, teknis pengambilan gambar dalam sebuah adegan, dan latar tempat yang digunakan. Kumpulan objek tersebut kemudian akan dianalisis lebih dalam menggunakan pendekatan analisis semiotika John Fiske.

1.7.3 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yang menjadikan video klip "*Positions*" milik Ariana Grande. Video yang didistribusikan melalui *platform* YouTube ini

menjadi relevan dengan penelitian karena mengangkat isu kesetaraan gender, utamanya tentang representasi perempuan di dalamnya.

Ciri utama data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, menurut Lofland & Lofland (dalam Moleong 1991:112) adalah kata-kata dan tindakan, yang selanjutnya dicatat melalui catatan atau catatan tertulis. Sumber kedua adalah sumber selain perkataan dan perbuatan.

1.7.4 Sumber Data

1.7.4.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah informasi terpenting dari penelitian kualitatif yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian melalui observasi atau wawancara (Moleong 1991:112).

File video klip "*Positions*" milik Ariana Grande adalah sumber data primer untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan dokumen berupa video yang diunduh dari kanal YouTube resmi milik Ariana Grande sebagai sumber data.

1.7.4.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan di luar proses observasi untuk memberikan informasi tambahan kepada peneliti (Moleong 1991:113-114).

Data yang bersifat tambahan atau pelengkap dari penelitian. Buku referensi, jurnal, data perpustakaan, situs internet, dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian merupakan data yang bisa dijadikan sebagai sumber data sekunder.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

1.7.5.1 Dokumentasi

Peneliti menggunakan dokumentasi sebagai pendekatan pengumpulan data dalam teknik pengumpulan data selanjutnya. Dokumen adalah karya tulis, fotografi, atau monumental yang berfungsi sebagai catatan kejadian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, studi dokumen melengkapi penggunaan metodologi observasi dan wawancara (Sugiyono, 2014:240).

File video "Positions" Ariana Grande disertakan dalam dokumentasi pada penelitian ini. Peneliti mengelompokkan bagian-bagian adegan yang dipilih melalui tangkapan layar pada video, untuk menentukan signifikansi tanda dan

simbol yang muncul di setiap adegan, dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

1.7.5.2 Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data dengan cara mencatat secara sistematis kejadian, perilaku, objek yang dilihat, dan faktor lain yang relevan dengan proyek studi. Peneliti memperoleh data atau informasi sebanyak-banyaknya selama observasi tahap pertama. Peneliti kemudian melakukan pengamatan terkonsentrasi dengan cara mempersempit data atau informasi yang dibutuhkan guna mengungkap pola dan keterkaitan yang terus muncul pada langkah selanjutnya. Jika ini ditemukan, peneliti dapat mencari tema apa saja untuk diselidiki.

Peneliti menggunakan partisipan non-observasi dalam penelitian ini, dimana peneliti sendiri yang menjadi penonton dari peristiwa yang menjadi objek penelitian tanpa berpartisipasi aktif di dalamnya. Peneliti akan mengobservasi video klip "*Positions*" Ariana Grande yang diunggah di akun YouTube (Sugiyono, 2014:218).

1.7.6 Teknik Analisis Data

Dalam mengolah sebuah penelitian, pastilah diperlukan adanya cara untuk menganalisis informasi yang telah terkumpul un-

tuk mendapatkan sebuah kesimpulan. Proses penyederhanaan kumpulan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan, disebut dengan analisis data (Singarimbun, 1989:236).

Teknik analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengorganisasian data, mengatur dan membagi data menjadi bagian-bagian yang bisa dikelola, sintesis data, menemukan dan mengungkap pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang akan diceritakan lebih lanjut dalam penelitian (Moleong 1991:248).

Ilmu yang membahas tentang tanda dikenal sebagai analisis semiotika. Studi tentang tanda dan segala sesuatu yang terkait dengannya, termasuk bagaimana tanda itu bekerja, bagaimana tanda tersebut berinteraksi dengan tanda lain dan bagaimana tanda tersebut ditransmisikan kemudian diterima oleh individu yang menggunakannya (Kriyantono, 2014:265).

Semiotika merupakan segala sesuatu yang membahas tentang produksi dan penafsiran sebuah makna. Semiotika sendiri adalah sebuah prinsip dasar yang menjelaskan bahwa sebuah makna dibuat melalui sebuah tanda yang tersebar dari tindakan dan sebuah objek, sehingga berkaitan satu sama lain. Setiap makna yang berhubungan menjelaskan hubungan antara setiap tanda yang digunakan (Liliweri, 2011:217).

Analisis semiotik, sebagaimana didefinisikan oleh John Fiske, adalah teknik menggunakan proses encoding untuk menggambarkan realitas berbagai hal yang diberikan melalui media. Jargon teknis yang digunakan dalam media digunakan untuk menggambarkan realitas sehingga ideologi muncul dari kode-kode yang tertata ini. Kode-kode yang muncul atau digunakan dalam episode-episode televisi, menurut Fiske, saling terkait untuk menghasilkan suatu makna. Sebuah realitas tercipta tidak hanya melalui kode-kode yang muncul, tetapi juga melalui penginderaan berdasarkan referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga menghasilkan kode yang diterima secara berbeda oleh individu yang berbeda (Vera, 2015:35).

Peneliti menganalisa dengan melakukan pengamatan terhadap sistem tanda yang tampak dalam video klip "*positions*" Ariana Grande, kemudian memaknai dan menginterpretasikannya dengan menggunakan metode analisis dari John Fiske *The Code of Television* melalui tiga level yaitu, level Realitas, level Representasi, dan level Ideologi. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap masing-masing unit analisis di setiap level berikut:

1.7.6.1 Level Realitas

Level realitas merupakan kode-kode sosial yang didalamnya terdapat, latar (setting), kostum dan riasan wajah (costum and makeup), akting dan pergerakan (behavior and

gesture). Pada level pertama scene dipilih sesuai dengan masalah penelitian yang menggambarkan orientalisme. Level realitas dijelaskan melalui penampilan dan lingkungan yang terdapat di dalam film. Kode sosial yang akan dikaji antara lain latar, kostum, riasan wajah, akting dan pergerakan.

- Latar (Setting)

Lokasi dan suasana dalam sebuah scene yang menandakan tempat dimana adegan berlangsung dan keadaan di sekeliling. Lokasi dalam pengambilan film dapat dibedakan menjadi lingkungan abiotik dan biotik. Lingkungan biotik adalah lingkungan yang terdiri dari komponen bernyawa seperti manusia, hewan dan tumbuhan. Sedangkan abiotik merupakan lingkungan yang terdiri dari suatu yang tidak bernyawa seperti cahaya, bunyi, gedung, dan lain-lain.

- Kostum dan Riasan Wajah (Costum and Make up) Penampilan merupakan salah satu elemen penting yang ada dalam film dan mampu memperkuat cerita sesuai dengan gambaran yang nyata. Penampilan menghadirkan citra diri seseorang baik secara sosiologis dan personal. Secara sosiologis penampilan terdiri dari tinggi badan, berat badan, warna kulit, jenis rambut/ bentuk tubuh. Sedangkan personal terdiri dari gaya pakaian, potongan

rambut dan warna, make up atau tato. Make up atau riasan digunakan untuk membedakan seorang pemeran satu dengan pemeran yang lain. Make up atau riasan digunakan untuk membedakan seorang pemeran satu dengan pemeran yang lain. Make up atau riasan digunakan untuk membedakan seorang pemeran satu dengan pemeran yang lain. Make up dalam kebutuhan film memiliki karakter dan kebutuhan tersendiri karena berkaitan dengan kekuatan kamera dan pencahayaan yang merekam secara detil setiap adegan (Prastita, 2008: 74).

- Akting dan Pergerakan (Behavior and Gesture)

Perilaku merupakan suatu aksi maupun reaksi individu yang berhubungan dengan lingkungan. Menurut Freud (Rakhmat, 2011:19) seorang psikoanalisis, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga subsistem yaitu: Pertama, Id merupakan tabiat hewani manusia yang ingin segera memenuhi kebutuhna (prinsip kesenangan). Kedua, Ego merupakan jembatan atau mediator antara hasrat-hasrat hewani manusia dan tuntutan rasional dan realistic (prinsip realistik). Ketiga, Superego (hati nurani) merupakan polisi kepribadian yang merupakan internalisasi norma-norma sosial dan kultur masyarakat.

- Gaya Bicara (Speech)

Cara berbicara dalam film mengacu pada jenis bahasa komunikasi verbal yang menyangkut wilayah (Negara) dan waktu (periode). Pada umumnya, film dari suatu Negara selalu menggunakan bahasa induk Negara tersebut. Cara berbicara berhubungan dengan aksen untuk meyakinkan penonton bahwa cerita tersebut benar-benar terjadi di wilayah tersebut, selain aksen cara berbicara ditunjukkan dari mana tokoh berasal seperti Amerika dengan aksen American-English, dan Singapura dengan aksen Singapore-English. Selain itu perbedaan cara berbicara bertujuan untuk memberikan efek komikal dalam film (Prastita, 2008: 150-151).

1.7.6.2 Level Representasi

Level representasi merupakan kode-kode teknis yang didalamnya meliputi, kamera (camera), pencahayaan (lighting), musik (music), efek suara (sound effect). Pada level representasi kode-kode teknis dibagi menjadi dua yaitu kode teknis dan kode konvensional.

Kode Teknis

a. Kamera (Camera)

Shot Size (Widagdo dan Hasfi, 2013:64 ; Stinson, 2002:69)

- Extreme Long Shot

yaitu pengambilan gambar subjek dengan jarak sangat jauh sehingga subjek tampak berukuran sangat kecil dan lebih menampilkan atmosfer di sekitarnya yang bertujuan untuk membangun suasana sebuah adegan. Long Shot yaitu pengambilan gambar subjek dengan jarak yang jauh sehingga subjek tampak kecil dalam frame dan sedikit tidak jelas yang bertujuan untuk mengambil lebih banyak subjek dalam sebuah frame,serta menampilkan fakta dan informasi umum dalam sebuah frame.

- Medium Long Shot

yaitu figur yang berdiri terlihat dan sedikit lebih dekat, pengambilan gambar subiek diperlihatkan dari lutut sampai kepala bagian atas.

- Medium Shot

yaitu pengambilan gambar subjek diperlihatkan dari pinggang sampai kepala bagian atas yang bertujuan untuk menangkap dan menuniukkan ekspresi dalam sebuah frame.

- Close Up

yaitu pengambilan gambar subjek diperhhatkan dari bagian perut (diafragma) sampai kepala bagian atas yang

bertujuan untuk menampilkan Detail subjek dan lebih menekankan pada keadaan emosional subjek yang menunjukkan ekspresi wajah subjek lebih mendalam.

- Extreme Close Up

yaitu pengambilan gambar subjek dari hidung sampai alis, dimana hal ini biasanya dilakukan dengan adanya alasan untuk menampilkan detail bagian-bagian tertentu dari subjek/objek.

- Over Shoulder Shot

yaitu pengambilan gambar ketika subjek utama menghadap kamera, dengan di samping frame terdapat bahu atau sebagian kepala subjek lain.

- Slanted Shot

yaitu teknik pengambilan gambar dengan sudut yang tidak frontal dari depan maupun samping objek, tetapi mengambil sudut 45' dan objek lain akan masuk dalam rekaman kamera.

- Point of View

yaitu arah pandang kamera persis seperti apa yang dilihat karakter dalam film, sehingga penonton seolah-olah dapat melihat dan merasakan sensasi. Eye Level yaitu standar pengambilan gambar dengan ketinggian sedang, sejajar dengan mata seseorang.

b. Pencahayaan (Lighting)

- Hard Light

yaitu pencahayaan cenderung menghasilkan bentuk objek serta bayangan jelas, seperti cahaya matahari atau cahaya lampu yang membuat objek kontras dengan lingkungan.

- Soft Light

yaitu pencahayaan cenderung menyebarkan cahaya sehingga menghasilkan bayangan tipis, seperti cahaya langit.

- Back Light

yaitu menampilkan bentuk siluet sebuah objek jika tidak dikombinasikan dengan arah cahaya lain

- Available Light atau pencahayaan natural yaitu cahaya yang sudah tersedia dari alam seperti cahaya matahari, cahaya langit, cahaya api, dan lain sebagainya.

- Pictorial Light

yaitu cahaya yang dihasilkan dari buatan manusia seperti lampu, Lampu minyak, lilin.

- Key Light

yaitu sumber cahaya paling utama dan paling kuat sehingga menghasilkan bayangan Accent Light yaitu cahaya yang dibuat sebagai aksen diluar subjek untuk menciptakan kedalaman dan mood tertentu.

c. Musik (Music)

Musik merupakan salah satu elemen yang berperan penting untuk memperkuat mood dan nuansa pada film. Terdapat dua kelompok musik yaitu musik yang menjadi bagian cerita, dan musik yang terpisah dari cerita. Dalam film, musik dipilih sesuai dengan tema dan karakter yang mendukung adegan. Tempo cepat sering digunakan untuk adegan yang berkarakter cepat untuk menambah ketegangan suasana, sedangkan tempo lambat sering digunakan untuk adegan yang berkarakter dramatis (Prastita, 2008: 154-155)

d. Efek suara (Sound Effect)

Efek suara sering disebut sebagai noise, dimana efek suara merupakan suara tambahan selain suara dialog, lagu serta musik (Prastita, 2008: 156). Adapun beberapa jenis efek suara yaitu foley sound - efek suara yang biasanya direkam didalam studio; background ambience -

efek suara latar dari set lokasi tertentu dan biasanya dalam bentuk suara yang terus-menerus; design sound effects - efek suara yang tidak alami atau harus dibuat menggunakan alat-alat bantu (Nelmes, 2012: 100).

Kode Konvensional

a. Naratif (Narrative)

Naratif merupakan rangkaian peristiwa yang saling berhubungan dan terikat oleh logika sebab-akibat (kausalitas). Naratif muncul karena adanya aksi yang dilakukan oleh tokoh dalam film. Sebuah film mampu memanipulasi cerita melalui plot yang merupakan rangkaian cerita berupa audio dan visual. Adapun pola struktur naratif dalam film secara umum dapat dibagi menjadi tiga yaitu:

- Tahap permulaan (aspek ruang dan waktu, para pelaku dan masalah).

Pada tahap ini terkadang terdapat sekuen pendahulu atau prolog yang merupakan latar belakang cerita, bukan sebagai cerita utama melainkan peristiwa yang terjadi sebelum cerita sebenarnya terjadi.

- Tahap pertengahan (konflik, konfrontasi pengembangan masalah).

Tahap ini sebagian berisi usaha dari tokoh utama menyelesaikan solusi dari masalah yang telah ditentukan pada tahap permulaan. Pada tahap ini alur cerita mulai berubah arah dan biasanya penyebabnya adalah aksi diluar perkiraan oleh karakter utama atau pendukung.

- Tahap penutupan (konfrontasi akhir, resolusi dan tujuan).

Tahap ini merupakan klimaks cerita yang mencapai titik ketegangan dari semua konflik yang terjadi. Tokoh utama bisa mencapai tujuannya atau sebaliknya. Pada tahap ini titik tempo cerita makin menurun hingga film berakhir (Prastita, 2008: 45-46).

b. Latar (Setting)

Latar dalam film menurut Himawan Pratista (2008: 62) merupakan keseluruhan latar beserta properti yaitu benda- benda mati seperti perabotan, lampu dan lain- lain. Latar dihadirkan secara otentik dan senyata mungkin sehingga dapat meyakinkan penonton bahwa peristiwa dalam film benar-benar terjadi pada lokasi dan waktu sesuai konteks cerita. Terdapat beberapa jenis latar dalam pembuatan film yaitu:

- Set studio, dimana film diproduksi dalam studio tertutup

- Shot on location adalah produksi film menggunakan lokasi actual atau sesungguhnya
- Set virtual yang menggunakan teknik manipulasi latar menggunakan teknologi CGI (Computer- Generated Imagery)

c. Konflik (Conflict)

Konflik merupakan suatu proses sosial antara dua orang atau lebih dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan membuatnya tidak berdaya. Dalam film konflik dapat diartikan sebagai permasalahan yang timbul dari pihak antagonis yang memiliki tujuan yang sama atau berlawanan dengan pihak protagonis (Prastita, 2008: 44).

- d. Tokoh/ Karakter (Character)^[11]_[SEP]Karakter atau tokoh sering disebut dengan pelaku cerita, tokoh merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah pembuatan film. Pembentukan karakter dalam sebuah film dikaitkan dengan proses penokohan, dimana melalui proses tersebut pemeran dapat menampilkan secara tepat cara bertingkah laku, ekspresi, serta berdialog sesuai dengan karakter yang dimainkan.

- e. Aksi (Action) Aksi adalah sesuatu yang dilakukan oleh tokoh baik secara fisik maupun pikiran yang terjadi karena adanya kemauan dan gairah untuk melakukan sesuatu. Seperti yang diketahui bahwa tokoh merupakan pelaku cerita yang memotivasi naratif dan selalu bergerak melakukan aksi (Prastita, 2008: 80).

1.7.6.3 Level Ideologi

Merupakan hasil dari level realitas dan level representasi yang terorganisir kepada penerimaan dan hubungan sosial kode ideologi. Level ideologi merupakan sesuatu yang disusun secara koheren dan dapat diterima sosial oleh kode-kode ideologi seperti orientalisme, individualisme, patriarki, ras, kelas, patriarki, materialisme, dan lain sebagainya. Adegan-adegan terpilih yang menghubungkan adegan dengan permasalahan dan berisi tanda-tanda dalam potongan-potongan gambar (shot) di beberapa scene yang berbeda pada film *Crazy Rich Asians* kemudian dianalisis melalui dua tahap sintagmatik (level realitas dan level representasi) dan paradigmatis (level ideologi). Selanjutnya, masih menurut Fiske, terdapat tiga focus studi semiotika, yaitu:

- Tanda: sesuatu yang bersifat fisik, dimana cara penyampaiannya dapat dilakukan dengan berbeda-beda sesuai dengan orang yang menggunakannya.
- Kode: sebuah system yang mengorganisir sebuah tanda. Studi tentang kode menyiratkan baik pengembangan kode untuk memenuhi kebutuhan manusia atau budaya dan penggunaan metode komunikasi yang ada untuk mengomunikasikannya.
- Budaya: kebudayaan dimana tempat dan tanda bekerja. Kode ini sendiri dapat dimaknai sesuai dengan tempat dimana kode tersebut berlaku. (Fiske, 2012:60)

Kemudian, John Fiske (2010:5) juga menjelaskan terkait dengan proses representasi yang terdiri atas tiga langkah, yakni:

- Pertama diawali dengan memperhatikan realitas yang dapat berupa dokumen transkrip karya seni, dokumen wawancara, dan lain sebagainya. Jika dikaitkan dengan media *mainstream* seperti televisi, realitas dapat dilihat dari perilaku, tata rias, tata busana, gerak tubuh, dan lain sebagainya.
- Kemudian proses kedua adalah representasi. Representasi dapat dilihat dari pengambilan gambar dengan ka-

mera, penataan music latar, penataan cahaya, dan lain sebagainya. Berbagai elemen tersebut kemudian ditransmisi ke dalam kode-kode representasional yang mengaitkan objek yang digambarkan dengan pesan yang ingin disampaikan melalui karakter pemain, narasi yang digunakan, *setting* latar, dialog, dan lainnya.

- Ideologi menjadi proses akhir yakni dimana seluruh elemen yang ada diorganisasikan secara koheren dimana terdapat kode-kode ideologi seperti sosialisme, individualism, feminisme, ras, patriarki, kelas, matereliasme, dan lainnya.

Maka dari itu, untuk menganalisis video klip “*Positions*” milik Ariana Grande dalam penelitian ini, peneliti memakai dua tahapan analisis yang terdiri atas :

- 1.) Deskripsi data melalui transkrip video klip Ariana Grande berjudul “*Positions*” sesuai dengan semiotika John Fiske dalam *The Code of Television*. Pada video klip Ariana Grande berjudul “*Positions*” ini, kreator menjelaskan sebuah penekanan secara eksplisit tentang Representasi Perempuan dalam video klip tersebut.
- 2.) Representasi perempuan dalam video klip *Positions* milik Ariana Grande akan direpresentasikan sesuai dengan

kode yang terkandung dalam video, sehingga penggambaran mengenai representasi perempuan akan dipahami dengan baik melalui level representasi, realitas, dan ideologi yang diungkapkan oleh John Fiske.