

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Fenomena representasi homoseksualitas di media merupakan topik yang hangat diperbincangkan namun tabu untuk dipublikasikan. Kaum penyuka sesama jenis dianggap sebagai kelompok yang menyalahi norma dan eksistensinya memunculkan resistensi di masyarakat yang menjunjung tinggi asas heteronormativitas (Arsandy, 2015:438). Meskipun mendapatkan pertentangan, tidak dapat dipungkiri bahwa komunitas mereka cukup berkembang di masyarakat. Video musik “*Heart Attack*” milik Chuu (LOONA) adalah satu dari sekian banyak contoh video musik yang menggambarkan pasangan sesama jenis sebagai fokus utama cerita dalam video tersebut. Selama ini penggambaran hubungan sesama jenis dimaknai dari perspektif heteronormatif khususnya di Indonesia. Hadirnya video musik tersebut memberikan ruang bagi penonton untuk memaknai pesan tentang normalisasi hubungan sesama jenis.

Teori mengenai resepsi oleh Ien Ang, menegaskan bagaimana khalayak yang beragam akan memiliki keberagaman dalam bereaksi, sehingga perempuan tidak menggunakan media dengan cara yang sama seperti laki-laki. Selain itu, kelompok minoritas, ras dan etnis dalam mengonsumsi konten berita atau program hiburan bisa saja memiliki pandangan yang berbeda dengan anggota budaya dominan. Hal itu disebabkan karena keaktifan dan keberagaman penonton (Downing, Mohammadi & Sreberny, 1990: 155).

Seperti yang dikatakan Ien Ang (1991), aktivitas yang dilakukan oleh penonton (seperti menonton) membuat mereka secara statistik dianggap memiliki konsekuensi yang membuktikan perilaku sosial mereka yang sebenarnya. Kita mungkin tahu bahwa 20% staf medis wanita menonton sinetron tiga hari lalu, tetapi ini sebenarnya hanya mencantumkan

jumlah orang yang menonton berdasarkan waktu. Namun, dari sini kita tidak dapat memahami lebih jauh bagaimana perasaan seseorang tentang apa yang dilihatnya atau makna yang ada dalam pikirannya. Padahal, bentuk pengetahuan dan perilaku yang terukur ini akan terganggu oleh kebiasaan sehari-hari pendengarnya, karena apa yang dilihat atau makna yang dikonstruksikan dalam pikirannya berbeda-beda.

Khalayak didefinisikan sebagai suatu kolektivitas yang dipengaruhi oleh budaya atau politik yang ada secara independen seperti partai politik, atau kelompok kepentingan budaya, serta disajikan oleh media yang diprakarsai dari publik dan diperuntukkan kembali untuk publik (Littlejohn, 2009: 63-64). Kolektivitas dalam hal ini tidak terbatas pada usia, status ekonomi social, pendidikan dan sebagainya, namun termasuk di dalamnya orientasi seksual yang tidak selalu heteronormative.

Keberadaan komunitas LGBT di Indonesia dibuktikan dengan hadirnya situs web yang berfokus pada komunitas tersebut. Situs ini digagas oleh Rio Damar atas visinya untuk memberikan *platform* berdiskusi dan berekspresi bagi kaum LGBT di Indonesia, sehingga nantinya mereka bisa membentuk suatu komunitas. Media internet menunjang kebutuhan dan fasilitas bagi kaum tersebut karena internet merupakan salah satu saluran yang paling mudah dijangkau sehingga memungkinkan mereka bertemu, berekspresi, dan berdiskusi tanpa harus membeberkan identitas pribadi. (disiarkan dalam Suara Perempuan, Senin 19 Agustus 2002) (19/08/2002).

Situs web ini menjadi salah satu saluran untuk berekspresi dan menyalurkan aspirasi karena terbatasnya *outlet* publik yang bersedia menampung aspirasi dan atau merepresentasikan keberadaan mereka di masyarakat, karena di media hiburan sendiri mereka tidak mendapatkan inklusivitas.

Isu yang mengangkat realitas kaum LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender) di industri hiburan mancanegara bukanlah hal baru. Marak bermunculan video musik, lagu serta

lirik yang menyampaikan pesan dengan menyinggung kode-kode LGBT. Artis yang mendukung pergerakan LGBT antara lain Troye Sivan dengan lagu Youth dan Lady Gaga dengan lagu Born This Way. Isu LGBT di Indonesia sendiri pernah disinggung dalam *web series* “CONQ” garapan Lucky Kuswandi, yang mengangkat tentang kehidupan para Gay di Jakarta, namun produksi *web series* ini dihentikan sepihak atas anggapan Politikus Partai Amanat Nasional, Kuswiyanto, bahwa *web series* tersebut dapat merusak moralitas, terutama nilai-nilai Timur tradisional Indonesia dan dasar negara kita, Pancasila (dikutip dari COCONUTS.CO, pada tanggal 24 Maret 2019).

Perilaku seksual menyimpang yang ditampilkan di media hiburan baik secara audio maupun audio-visual merupakan hal yang tabu untuk ditayangkan di Indonesia, sehingga para *content creator* menjadi terbatas dalam berkreasi untuk merepresentasikan kaum minoritas. Yansyah (2018:132) mengatakan bahwa, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya yang berpegang teguh pada tatanan agama, sehingga perilaku seksual yang dianggap menyimpang tidak mudah dapat diterima. Hal tersebut berakibat pada kebebasan berekspresi kaum LGBT yang direpresi oleh pemberi kebijakan. Salah satu contoh adalah terbitnya Surat Edaran KPI, /K/KPI/02/16 tentang larangan tampilan “Pria yang Kewanitaan” di Televisi Indonesia.

Representasi yang muncul di media massa mengenai kaum LGBT pada umumnya juga terbangun dari stereotip yang muncul sejak lama serta berisi diskriminasi yang mereka hadapi akibat dari terbangunnya stereotip tersebut. Stereotip bukanlah tolak ukur dalam mengonstruksi realitas yang kemudian dibagikan kepada khalayak. Hal ini disebabkan stereotip merupakan alat bagi individu untuk memahami lingkungannya secara simultan, media merupakan jendela bagi individu untuk melihat dunia luar (Susetyo, 2010:27). Kasus - kasus tersebut membuktikan bahwa media cenderung dibuat untuk menampilkan materi yang heteronormatif tanpa memberikan ruang bagi kaum “minoritas” untuk berekspresi utamanya di industri hiburan domestik.

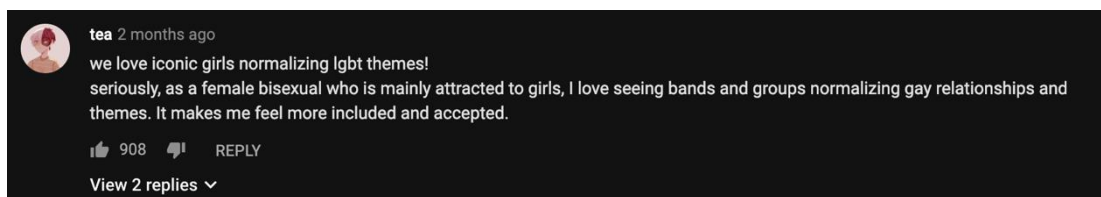
Industri hiburan di Indonesia saat ini tengah diramaikan oleh produk budaya populer Korea Selatan (K-POP) berupa konten hiburan yang disalurkan melalui media massa. Berawal dari bidang musik, K-POP kemudian melebarkan sayapnya di bidang hiburan lainnya seperti drama televisi dan film. Merebaknya K-POP menunjukkan bahwa resepsi K-POP oleh masyarakat dunia diterima dengan sangat baik. Media massa seperti televisi, majalah, dan internet berperan besar terhadap merebaknya K-POP di Indonesia. Media massa dalam konteks ini berperan sebagai inisiator dalam penyebaran budaya kepada khalayak karena mempresentasikan secara signifikan identitas kepada pihak lain dan kelompok budaya yang telah ada (Burton, 2012:31).

Single "Heart Attack" dinyanyikan oleh Chuu (Kim Jiwoo) yang rilis pada 27 Desember 2017. Peluncuran *single* ini sekaligus memperkenalkan anggota ke-sepuluh *girl group* LOONA yang konsep peluncurannya sejak Oktober 2016 dikenal tidak konvensional. Video musik ini telah ditonton sebanyak 7.650.525 kali terhitung pada tanggal 27 Maret 2019, dan menduduki peringkat ke-empat penonton terbanyak dari semua video yang diunggah di kanal resmi LOONA (LOONAttheworld) di YouTube.



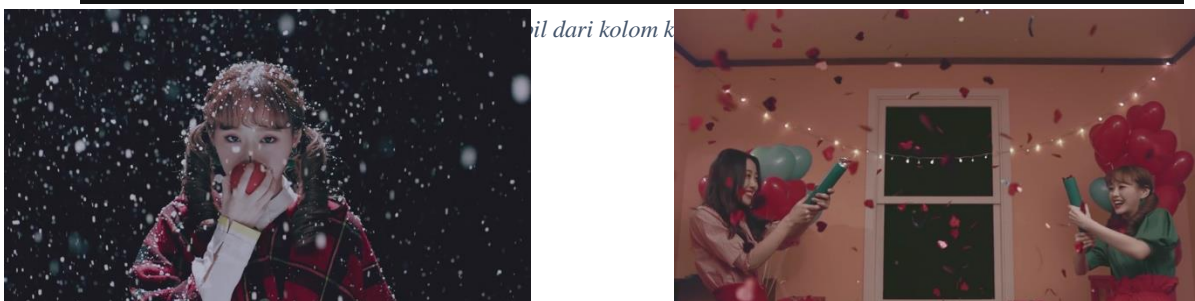
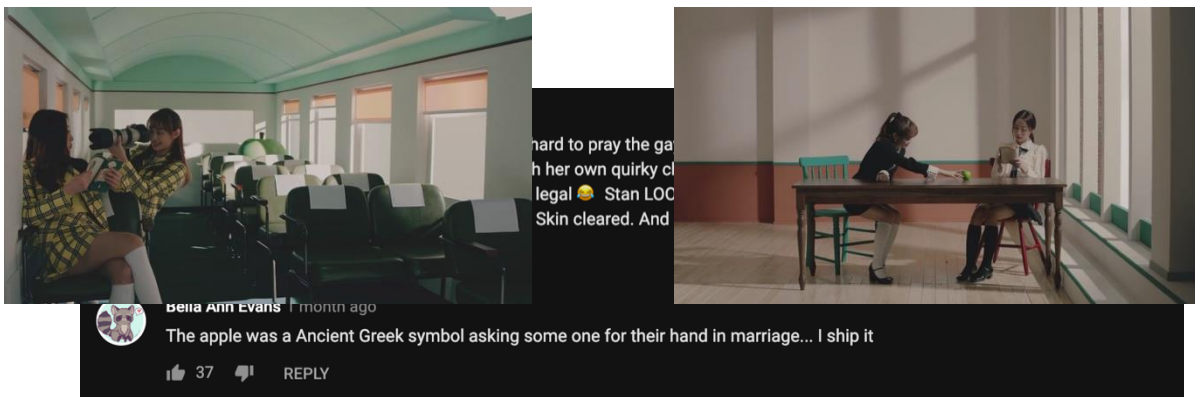
Jumlah total penaynan Video musik Heart Attack per tanggal 27 Maret 2019

Kim Ji-Woo atau yang lebih dikenal dengan “Chuu” pertama kali diperkenalkan oleh BlockBerry Creative sebagai anggota ke-sepuluh dari LOONA pada 13 Desember 2017. Chuu adalah bagian sub-grup ketiga dan terakhir dari LOONA, yakni LOONA YYXY bersama dengan Yves (lawan main Chuu dalam Video musik tersebut) sebagai bagian dari empat anggota terakhir. Penggambaran Yves dan Chuu dalam Video musik tersebut mendapatkan respon positif dari para penontonnya, karena dianggap telah menormalisasi hubungan romantis sesama jenis sehingga kaum LGBT merasa ekspresi mereka tersalurkan.

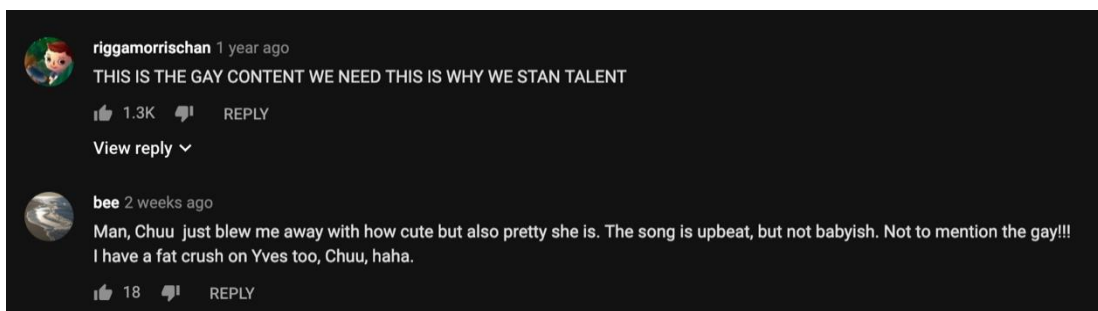


Respon positif penonton, diambil dari kolom komentar Video musik “Heart Attack”

Deskripsi yang tercantum dalam laman video YouTube, "Heart Attack" menguraikan lagu tersebut sebagai "interpretasi perasaan jatuh cinta *a la* Chuu sendiri". Video musik tersebut menunjukkan Chuu mengamati, mengikuti dan bahkan mengambil foto Yves. Kendati ketertarikan Chuu terhadap Yves, ia tidak mengakui keberadaan Chuu di situasi tersebut, contohnya ketika Chuu mencoba mendekati dan memberi Yves hadiah sebuah apel. Di penghujung video musik, Chuu dan Yves digambarkan sedang merayakan Natal bersama, namun di adegan selanjutnya Chuu berbaring di tanah seolah-olah sedang tertidur sebelum kemudian dibangunkan kembali oleh Haseul, anggota LOONA yang lain.



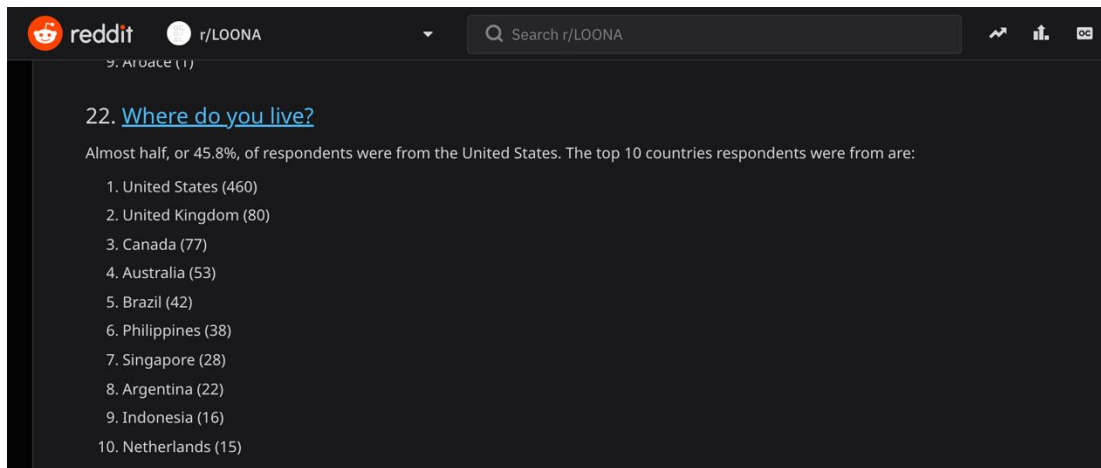
Tanggapan langsung dari “Orbit” (nama sebutan bagi penggemar setia LOONA) ketika melihat Video musik yang menggambarkan ketertarikan Chuu pada Yves cenderung positif, hal yang sangat jarang terjadi di video musik K-pop. Chuu dan Yves sendiri dielu-elukan sebagai ikon LGBT oleh banyak khalayak utamanya para “Orbit”, meskipun belum ada penegasan tentang seksualitas atau hubungan mereka dari pihak representatif BlackBerry Creative atau dari mereka sendiri.



Tanggapan penonton

Pada Agustus 2018, CEO dari Polaris Entertainment (induk perusahaan dari BlackBerry Creative) Lee Jong Myung, menuturkan bahwa LOONA telah mendapatkan validasi pasar dari khalayak luas. Sejak kemunculannya pada Oktober 2016, LOONA telah mendapatkan tanggapan positif dari pasar *Western* utamanya Amerika Serikat dan Brazil, yang merupakan negara tiga teratas penonton terbanyak LOONA, merujuk pada statistik YouTube dari jumlah penonton *lead single* mereka yang bertajuk “favorite”. Bahkan konser debut LOONA yang diselenggarakan sehari sebelum debut resmi mereka telah dihadiri oleh penonton dari luar Korea Selatan dengan jumlah yang signifikan (dikutip dari ALLKPOP.COM, pada 27 Maret 2019).

Fenomena yang peneliti temukan di lapangan adalah bahwa Indonesia menempati peringkat ke-sembilan dari sepuluh mengenai jumlah fans LOONA sedunia, menurut “LOONA Orbit Census” di situs Reddit.com.



Temuan lain peneliti menemukan bahwa sejumlah penggemar LOONA di Indonesia mengidentifikasi diri mereka sebagai homoseksual. Salah satu alasan mereka memberikan perhatian pada LOONA, adalah adanya rasa keterwakilan dalam citra semu yang ditunjukkan dalam Video musik tersebut. Mereka merasa bahwa LOONA menjadi nafas baru dalam K-Pop karena dianggap telah menyalurkan aspirasi kaum LGBT di kancah internasional melalui YouTube sebagai *platform* media baru.

Tak dapat dipungkiri kemudahan dalam mengakses dan mengunggah konten video di Internet menyebabkan terbukanya ruang untuk berekspresi melalui komunikasi audio-visual. “Heart Attack” merupakan Video musik yang bertemakan LGBT dan mengisahkan tentang percintaan antara dua individu berjenis kelamin yang sama. Dalam Video musik ini Chuu ingin menyampaikan bagaimana kisah kehidupan romantis kaum lesbian yang tidak jauh berbeda seperti pada kaum heteroseksual.

Penerimaan khalayak terhadap kode-kode LGBT dalam media dapat dikaji melalui analisis resepsi. Analisis resepsi mengkaji resepsi dan penafsiran pesan oleh khalayak, serta peran pesan yang diterima oleh khalayak melalui media massa dalam keseharian, baik sebagai bahan berdiskusi juga sebagai basis mereka dalam berkegiatan. Khalayak memiliki kebebasan dalam menafsirkan makna dari isi pesan yang disebarkan oleh media (Littlejohn, 2009:134-135). Dalam hal ini, penafsiran yang beragam dapat memunculkan pemaknaan dominan yang

beragam pula, yang mungkin akan muncul pada hasil penelitian ini dengan menggunakan Teori Resepsi untuk memahami perspektif khalayak aktif.

Teori Resepsi memberikan penekanan pada peranan khalayak dalam menerima pesan, dan bukan pada peran pengirim pesan (Danesi, 2013:574-575). Analisis ini berperan untuk memahami bagaimana khalayak mampu memaknai pesan yang disampaikan dari media sehingga mereka menerima dan mengikuti pesan yang didapat. Analisis ini akan memfokuskan penelitian pada khalayak itu sendiri yang berlandaskan pada kesadaran atau strategi subyek dalam menerima dan memahami obyek. Analisis resepsi dapat menelisik soal bagaimana khalayak memaknai sesuatu dengan berbeda, faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perbedaan tersebut, serta kemungkinan akan konsekuensi sosial yang muncul (Billy, 2014 : 8). Analisis dalam penelitian ini akan dijelaskan secara deskriptif, yang berarti peneliti akan menginisiasi deskripsi secara factual, akurat dan sistematis mengenai fakta dan sifat populasi atau objek.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin memahami bagaimana pemaknaan khalayak terhadap video musik “Heart Attack” oleh Chuu.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Minimnya saluran untuk mengekspresikan aspirasi kaum LGBT baik di Indonesia maupun di mancanegara, membuat mereka para penyedia konten mencari celah untuk mengafirmasi eksistensi dan aspirasi mereka, salah satunya melalui audio dan audio-visual. Saat ini kaum LGBT maupun para *allies* yang turut menyuarakan aspirasi mereka memiliki beragam cara untuk menunjukkan jati diri dan eksistensi mereka. Video musik menjadi salah satu preferensi mereka dalam berekspresi karena banyak diminati oleh masyarakat dan dianggap menjadi cara termudah untuk memahami konteks lirik dalam lagu. Akan tetapi untuk memperjuangkan kaum minoritas melalui lagu, lirik tidak menjadi satu – satunya cara tetapi

juga bisa melalui penggunaan tanda yang diaplikasikan dalam sebuah video musik. Video musik yang dibuat sedemikian rupa dapat menarik perhatian para penikmat musik dan semakin bertambah pula individu yang tertera akan pesan yang terkandung di dalamnya.

Video musik “Heart Attack” mendulang pujian dari beberapa media massa salah satunya Billboard karena menawarkan banyak ruang untuk interpretasi termasuk di dalamnya mengenai inklusi terhadap kaum LGBT. Baik representatif dari BlockBerry Creative, Chuu maupun LOONA, tidak memberikan klarifikasi mengenai makna video musik yang dimaksud mengenai hubungan pasangan tersebut, tetapi video musik “Heart Attack”, seperti sebagian besar video LOONA sejauh ini, menawarkan banyak ruang untuk interpretasi. Maka, tidaklah salah jika Chuu memanfaatkan video musik dengan lagu yang menarik sebagai salah satu cara untuk menyuarakan aspirasi dan eksistensi kaum LGBT.

Pemaknaan pesan dalam video musik menjadi penting karena ekspresi kaum LGBT lebih rumit untuk disampaikan di media massa. Selama ini penggambaran hubungan sesama jenis di Indonesia dimaknai dari perspektif heteronormatif, representasi seksual tersebut mengalami rekonstruksi yang berkelanjutan. Rekonstruksi tersebut merupakan sebuah proses dalam pembentukan ideologi seksual (Oetomo, dalam Tantri Noor Said, 2013 : 1). Penelitian ini akan memanfaatkan analisis resepsi Ien Ang yang memusatkan perhatian pada keberagaman pemaknaan pembaca terhadap teks atau media sastra. Keberagaman pemaknaan yang disebabkan oleh faktor-faktor berdasarkan latar belakang seperti; sosial-ekonomi, tingkat pendidikan, *peer group*, gender dan ragam orientasi seksual akan berakibat pada bagaimana pesan dominan muncul di khalayak, apakah normalisasi hubungan sesama jenis atau eksploitasi dan apresiasi seksualitas demi meraup keuntungan.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah soal bagaimana pemaknaan khalayak terhadap normalisasi hubungan sesama jenis dalam video musik “Heart Attack” oleh Chuu.

1.3. TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemaknaan khalayak mengenai seksualitas dan normalisasi hubungan sesama jenis dalam video musik “Heart Attack” oleh Chuu (LOONA).

1.4. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam teori pemaknaan pesan, teori queer dan seksualitas dalam video musik sebagai dasar penelitian. Penelitian ini bisa digunakan bagi peneliti yang ingin meninjau kembali atau bahkan mengkritik salah satu atau ketiga teori tersebut. Dan kedepannya bisa menjadi referensi maupun sebagai penyempurna bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah informasi mengenai video musik yang berkaitan dengan kaum LGBT. Selain itu, melalui penelitian ini kaum LGBT diharapkan bisa lebih kritis dalam mengidentifikasi wacana yang mengandung kode – kode LGBT.

c. Manfaat Kritik Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk kritik sosial tentang sebuah representasi LGBT dalam konten media hiburan. Sehingga khalayak lebih terbuka dalam menerima pesan yang terkait dengan kode – kode LGBT dan melihat realita LGBT tidak dengan sebelah mata, sehingga larangan tayangan yang mengandung unsur LGBT bisa lebih diminimalisasi agar aspirasi kaum tersebut dapat dengan mudah tersalurkan.

1.5. KERANGKA TEORI

1.5.1. STATE OF THE ART :

Penelitian pertama dilakukan oleh Hughey (2010), berjudul “*The White Savior Film and Reviewers’ Reception*”. Penelitian ini mendokumentasikan interpretasi kolektif dari pengulas film, suatu posisi yang biasanya dikaitkan dengan penilaian estetika individu daripada skrip penjelasan yang dibagikan secara sosial. Berdasarkan ulasan dari sebuah film fitur dengan konten rasial tersirat, diproduksi dalam konteks era "buta warna", artikel ini mendokumentasikan bagaimana pengulas membentuk komunitas interpretatif rasial. Peninjau bergantung pada kerangka budaya spesifik untuk kontes dan mereproduksi gagasan masyarakat "pasca-ras". Interpretasi-interpretasi ini menyamakan non-kulit putih dengan ciri-ciri patologis dan disfungsional, membingkai kerja keras sebagai karakteristik normatif putih, dan membangun pandangan deterministik dari kemampuan Hollywood untuk mewakili representasi ras progresif dan potensi sistem pendidikan. Analisis ini menggambarkan bagaimana ulasan film beroperasi sebagai mediasi suara antara produsen dan konsumen, dan dengan demikian, interpretasi film berfungsi sebagai pemetaan "akal sehat" dalam perdebatan antar hubungan ras kontemporer.

Penelitian ini berkontribusi untuk memahami pentingnya interpretasi dalam industri hiburan audio-visual khususnya dalam hal divergensi / bias pemakaian yang ada dalam konten media hiburan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Promkhuntong (2015), berjudul “*Cinephiles, music fans and film auteur(s) : Transcultural tast cultures surrounding mashups of Wong Kar-wai’s movies on YouTube*”. Penelitian ini menggagaskan analisis diskursif dan tekstual multimodal dari YouTube *mash-up* yang memperhitungkan debat lama tentang cinephilia, fandom media, dan kepengarangan film. Temuan ini mengungkapkan wacana kesenangan seputar apropriasi dan kepemilikan film-film yang dikanonisasi, sebuah homologi rasa antara bioskop dan penggemar musik kultus, dan ketegangan di antara penonton dengan politik identitas yang

berbeda. Peredaran video-video ini dalam domain publik oleh agen-agen yang berbeda dapat dilihat sebagai pertukaran 'bentuk modal' (Bourdieu, 1993: 2) yang menciptakan perbedaan di antara kelompok penggemar transkultural, yang terhubung dalam basis ad-hoc. Dalam prosesnya, reputasi sutradara sebagai film auteur ditegaskan, diperluas, dan terkadang ditantang. Penelitian ini berkontribusi memahami perihal transcultural dalam konteks ini yakni pemaknaan khalayak Indonesia terhadap kebudayaan Korea.

Apabila merujuk pada penelitian di atas, terdapat beberapa perbedaan maupun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan terletak pada metode analisis yang digunakan yakni Analisis Diskursif dan Tekstual Multimodal, sedangkan persamaan penelitian tersebut terletak pada pembahasannya tentang fandom media dan pemahaman khalayak akan representasi kebudayaan. Dengan merujuk pada penelitian di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan kesamaan pada kajian dalam konteks khalayak.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Arsandy (2018), berjudul "Representasi Identitas Gay dalam Film 'Cinta Yang Dirahasiakan'". Penelitian ini meneliti tentang fenomena representasi homoseksualitas dalam media. Kaum homoseksual masih dianggap sebagai kelompok abnormal yang keberadaannya memunculkan resistensi di masyarakat yang menjunjung tinggi azas heteronormativitas. Penelitian ini menggunakan metode semiotik Roland Barthes yang terbagi dalam tiga level analisis yaitu level realitas, representasi dan ideologi. Berdasarkan analisis terhadap setting, penokohan, kostum, dialog dan teknik pengambilan gambar dalam film ini, identitas gay digambarkan sebagai yang sudah membentuk pandangan positif terhadap identitas mereka. Keinginan untuk "coming out" terhadap keluarga terdekat masih menjadi sebuah perjuangan tersendiri karena selalu terbentur oleh ideologi heteronormativitas yang ada di masyarakat. Identitas homoseksual digambarkan sebagai sosok laki-laki gay yang memiliki sifat maskulin maupun feminin dalam dirinya. Penelitian ini berkontribusi untuk memahami

perihal representasi hubungan sesama jenis dalam industri hiburan, khususnya di Indonesia yang menjunjung tinggi asas heteronormativitas.

Jika merujuk pada penelitian di atas, terdapat beberapa perbedaan maupun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan terletak pada metode analisis yang digunakan yakni Analisis Semiotika oleh Roland Barthes yang berfokus pada level representasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan Analisis Semiotika oleh Roland Barthes yang lebih berfokus pada *metalanguage* dimana analisis ini cenderung berfokus pada naturalisasi atas ideologi yang tersembunyi setelah menemukan signifikansi dan denotasi (tanda dan penanda). Selain itu terdapat perbedaan kajian yang dilakukan, dimana penelitian di atas melakukan kajian representasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada kajian Analisis Resepsi yang berfokus pada bagaimana khalayak memaknai sebuah tanda dalam suatu media. Sedangkan persamaan penelitian tersebut terletak pada pembahasannya tentang hubungan sesama jenis dan fokus kajian yang berfokus pada studi tentang pemaknaan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Tobias Dese (2013), berjudul “Representasi Pesan LGBT dalam Video Musik Populer ‘Born This Way dan ‘If I Had You’”. Penelitian ini menggunakan Teori Analisis Isi Media Kualitatif. Dokumen dalam analisis isi kualitatif ini terletak pada metode analisis integratif yakni konsolidasi antar dokumen) dan konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisa dokumen untuk menafsirkan makna, signifikansi dan relevansinya. Analisis isi dapat dianggap sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bentuk representasi kode-kode LGBT dalam pesan yang digunakan dalam kedua video musik populer ini. Penelitian ini menggambarkan bahwa teknik *gender bending* adalah cara untuk memudarkan nilai-nilai

feminitas dan maskulinitas. Penelitian ini berkontribusi untuk memahami perihal identifikasi pemaknaan terhadap ideologi hubungan sesama jenis dalam industri hiburan.

Jika merujuk pada penelitian di atas, terdapat beberapa perbedaan maupun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan terletak pada metode analisis yang digunakan yakni Analisis Semiotika oleh Roland Barthes yang berfokus pada level representasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan Analisis Semiotika oleh Roland Barthes yang lebih berfokus pada *metalanguage* dimana analisis ini cenderung melihat pada naturalisasi atas ideologi yang tersembunyi setelah menemukan signifikansi dan denotasi (tanda dan penanda). Selain itu terdapat perbedaan kajian yang dilakukan, dimana penelitian di atas melakukan kajian representasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada kajian Analisis Resepsi yang berfokus pada bagaimana khalayak memaknai sebuah tanda dalam suatu konten di media. Sedangkan persamaan penelitian tersebut terletak pada pembahasannya tentang hubungan sesama jenis dan fokus kajian yang berfokus pada studi tentang pemaknaan.

Penelitian kelima dilakukan oleh Mariselda Tessarolo (2001), berjudul "*The Perception of the Song and Its Video Clip*", dalam penelitian ini, Tessarolo meneliti hubungan antara gambar dan musik dalam video musik. Tessarolo mengamati bahwa elemen visual berlaku dalam memberikan penegasan wacana yang terkandung dalam musik. Akibatnya, emosi yang ditimbulkan jauh lebih efektif dalam mentransmisikan pesan dibanding narasi. Tipologi Schwichtenberg digunakan untuk menentukan sifat hubungan antara respons emosional dan persepsi. Penelitian dilakukan sesuai dengan Teknik Diferensial Semantik, yang mendeteksi dan mengevaluasi makna afektif. Rancangan desain penelitian ini digunakan untuk mengadministrasi lagu dan video klip terpisah, dan data yang dihasilkan menjalani analisis faktorial (terpisah) dan *cluster* (tergabung).

Penelitian tersebut menyumbang peran besar dalam memahami bagaimana elemen visual mampu memperkuat wacana yang terkandung dalam suatu konten audio di media hiburan, lalu bagaimana sebuah elemen visual komplimenter mampu mentransmisikan pesan lebih efektif jika dibandingkan dengan narasi yang terkandung dalam elemen audio.

1.5.2. PARADIGMA PENELITIAN

Penelitian kualitatif ini menggunakan paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif adalah paradigma yang mencoba memahami perilaku manusia. Paradigma ini menekankan pada peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman. Secara ringkas ciri paradigma interpretif adalah:

1. Realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang subyektif, diciptakan dan ditafsirkan.
2. Hakikat manusia adalah pencipta dunianya, memberikan makna pada dunia, tidak terikat kepada hukum eksternal dan menciptakan sistem makna
3. Ilmu pengetahuan pada paradigma ini hanya *common sense*, induktif, ideographic (lokal), menemukan pada makna, menggantungkan diri pada interpretasi dan tidak bebas nilai.
4. Tujuan penelitian pada paradigma ini adalah untuk menafsirkan fenomena dunia, memahami tatanan kehidupan sosial, memberikan penekanan pada makna dan pemahaman.

Makna adalah fokus keberatan paradigma interpretif terhadap paradigma positivistik. Pandangan peneliti dalam pencarian makna pada subjek harus diperhatikan sehingga makna benar-benar berasal dari subjek. Berdasarkan teori-teori terbentuknya makna, maka diutamakan peneliti berusaha untuk mencari tahu tentang bagaimana orang menafsirkan atau menyimpulkan sesuatu berdasarkan pengalamannya, bagaimana orang merundingkan makna, bagaimana istilah tertentu muncul dan disepakati bersama, bagaimana aktivitas sejarah atau peristiwa terjadi, dan sebagainya (Sarantakos dalam Suciati, 2017:75).

Sejalan dengan penjelasan di atas, peneliti menggunakan paradigma interpretatif untuk mencari bagaimana pemaknaan khalayak dalam melihat video musik “Heart Attack”.

Pemaknaan khalayak terhadap realitas sosial tersebut akan dilakukan menggunakan analisis resepsi yang sesuai dengan paradigma interpretatif.

1.5.3. TEORI ANALISIS RESEPSI

Ien Ang adalah salah satu pelopor Teori Analisis Resepsi menjelaskan bahwa khalayak audiens membangun dan mengembangkan sebuah makna yang dipaparkan oleh media. Makna yang terkandung dalam suatu konten media bukan merupakan sesuatu yang tidak dapat berubah ataupun terintegrasi dalam pesan, namun makna dalam pesan akan bermunculan dalam proses penerimaan, yakni Ketika teks pesan tersebut dikonsumsi oleh khalayak audiens (Downing, Mohammadi, dan Mohammadi, 1990:160).

Riset mengenai resepsi khalayak pernah sebelumnya dilakukan oleh Ien Ang yang berjudul *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Dalam penelitian tersebut, Ang menyebutkan bahwa makna dari teks media bukanlah sesuatu yang tetap, atau melekat di dalam teks. Sebaliknya, teks media mengakuisisi makna hanya pada saat teks tersebut diterima oleh audiens baik melalui membaca, menonton, mendengarkan atau apapun. Teks dan penerimanya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Dengan kata lain, penonton berperan sebagai penghasil makna, bukan hanya sebagai penonton saja. Teks-teks media tersebut nantinya ditafsirkan oleh para audiens sesuai dengan latar belakang sosial, budaya serta dengan subjektivitas mereka. Dari sinilah ditemukan bahwa masing-masing audiens memiliki cara yang beragam dalam menginterpretasikan teks media yang sama (Ang dalam Downing, Mohammadi & Sreberny, 1990: 160).

Ang menegaskan bagaimana khalayak yang beragam akan memiliki keberagaman dalam bereaksi, sehingga perempuan tidak menggunakan media dengan cara yang sama seperti laki-laki. Selain itu, kelompok minoritas, ras dan etnis dalam mengkonsumsi konten berita atau program hiburan bisa saja memiliki pandangan yang berbeda dengan anggota budaya dominan. Hal itu

disebabkan karena keaktifan dan keberagaman penonton (Downing, Mohammadi & Sreberny, 1990: 155).

Seperti yang dikatakan Ien Ang (1991), aktivitas yang dilakukan oleh penonton (seperti menonton) membuat mereka secara statistik dianggap memiliki konsekuensi yang membuktikan perilaku sosial mereka yang sebenarnya. Kita mungkin tahu bahwa 20% staf medis wanita menonton sinetron tiga hari lalu, tetapi ini sebenarnya hanya mencantumkan jumlah orang yang menonton berdasarkan waktu. Namun, dari sini kita tidak dapat memahami lebih jauh bagaimana perasaan seseorang tentang apa yang dilihatnya atau makna yang ada dalam pikirannya. Padahal, bentuk pengetahuan dan perilaku yang terukur ini akan terganggu oleh kebiasaan sehari-hari pendengarnya, karena apa yang dilihat atau makna yang dikonstruksikan dalam pikirannya berbeda-beda.

Makna yang muncul dari sebuah konten di media bukanlah hal yang pasti atau melekat pada pesan teks. Pesan yang terkandung dalam media akan memunculkan makna hanya pada saat penerimaan yang terjadi pada saat khalayak mengonsumsinya. Maka dapat dikatakan bahwa konsumen media dilihat sebagai penghasil makna, tidak hanya menjadi konsumen semata. Para konsumen menginterpretasikan makna dengan keadaan yang sesuai dengan latar belakang budaya dan skema sosial yang sesuai dengan pengalaman subyektif dalam kehidupan mereka.

Salah satu konsep dalam teori ini adalah khalayak aktif. Khalayak aktif dalam hal ini adalah khalayak yang memiliki otonomi untuk mereproduksi makna yang ada dalam sebuah tayangan film atau serial drama yang ditontonnya, dan juga cerita yang dibaca (Ida, 2014:161).

Dalam penelitian ini, khalayak aktif yang dimaksud adalah khalayak yang menonton video musik "Heart Attack" oleh Chuu dan memproduksi makna tertentu terhadap pesan yang disampaikan. Teori pemaknaan pesan digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak mengenai stereotip yang ditampilkan dalam video musik tersebut.

Berdasarkan teori ini, peneliti ingin mengetahui apakah khalayak cenderung dominan, negosiasi atau bahkan oposisi dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang ditampilkan.

Munculnya contoh video musik dalam wilayah Queer yang mengambil sudut pandang LGBT memberikan harapan atas citra yang tepat dikemudian hari yang tidak hanya membahas hubungan sesama jenis dan representasi mereka dari sudut pandang heteronormatif, tetapi juga dari sudut pandang LGBT itu sendiri sebagai subyek, dan bukan obyek. Teori Penerimaan Pesan milik Hall akan menjadi panduan peneliti dalam memahami keberagaman pemaknaan yang muncul dalam video musik "*Heart Attack*" karena khalayak aktif di Indonesia memiliki latar belakang, orientasi, agama, budaya, sosial ekonomi, pendidikan dan pemahaman tentang gender yang berbeda-beda. Video musik dengan tokoh utama LGBT tidak serta merta menjadikan pemaknaan yang muncul dalam khalayak menjadi normalisasi akan hubungan sesama jenis.

1.5.4. TEORI QUEER

Littlejohn (2009:886) mengatakan bahwa Teori Queer adalah perspektif luas yang menyentuh hampir setiap aspek komunikasi dan aktivitas simbolik manusia, mulai dari bagaimana cara berpikir dan menganalisa kata-kata dan label sampai ke bagaimana memikirkan kelompok sosial hingga bagaimana menganalisa tentang hasrat, pernikahan, dan institusi umumnya. Bagian ini menyediakan tinjauan umum tentang Teori Queer dengan mengeksplorasi konsep dasarnya, lahan konseptual, aplikasi dalam komunikasi, dan isu-isu terkini terkait dengan perkembangannya.

Sebagai perspektif teoretis dan instrumen metodologis, teori queer menawarkan wawasan penting tentang dinamika kekuasaan, normalisasi, dan normativitas dalam berbagai konteks komunikasi. Secara metodologis, teori queer menyediakan cara yang berbeda untuk mengaitkan, mengumpulkan, dan menyajikan informasi yang dapat menangkap sifat

komunikasi manusia, hubungan sosial, dan wacana publik yang diwujudkan secara afektif, dan performatif.

Teori Queer akan menjadi panduan penelitian dalam memahami representasi LGBT yang muncul dalam video musik "Heart Attack" yang dilihat dari asumsi yang melawan heteronormativitas dan selanjutnya dapat membuka kemungkinan penemuan teori sosial yang baru.

1.5.5. SEXUALITY & MUSIC VIDEO

Argumen Ryann Donnelly dalam *"Radical Bodies in Music Video Feminism, Queerness, and Subversive Performance of Gender"* bergantung pada gagasan bahwa representasi Queer Feminis sebagai karya yang dibuat oleh seniman yang mengidentifikasi diri sebagai perempuan, tidak berperan secara aktif dalam konsep 'kecantikan' atau 'hasrat' dalam sudut pandang hetero-normatif. Salah satunya adalah bagaimana media merepresentasikan kehidupan para kaum LGBT yang tidak sesuai dengan realita yang ada. Mengambil gagasan tersebut, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa teori ini membahas tentang bagaimana seniman perempuan merepresentasikan norma – norma yang melawan heteronormativitas. Teori Queer Feminism oleh Donnelly akan memberikan arah penelitian dalam kritik mengenai minimnya outlet aspirasi bagi kaum LGBT, dimana seniman LGBT merasa bahwa kaum tersebut direpresi oleh heteronormativitas yang terdapat dalam media massa arus utama.

Filsuf dan ahli teori feminis Judith Butler menawarkan gagasan baru mengenai performativitas, yang berakar pada linguistik dan filsafat bahasa. Dia menggambarkan performativitas sebagai, "Kekuatan pengulangan wacana untuk menghasilkan fenomena yang diatur dan dihalangi." Butler telah menggunakan konsep ini dalam analisisnya tentang pengembangan gender. Konsep ini memfokuskan pada tata krama dimana identitas disingkirkan atau dibangun melalui wacana. Tindakan performatif dalam hal ini adalah narasi

yang otoritatif. Ini hanya dapat terjadi dan ditegakkan melalui hukum atau norma masyarakat. Contoh dari jenis pernyataan ini adalah deklarasi kepemilikan, pembaptisan, pelantikan, dan hukum. *Body performativity* dalam video musik kerap digunakan sebagai pembentukan wacana baru yang dapat menjadi landasan bagi terbentuknya sebuah ideologi tertentu, dalam hal ini ideologi yang menyangkut soal seksualitas (Butler, 1993:XII).

Lebih lanjut Butler menjelaskan bagaimana peran gender sebagai suatu tindakan. Sebuah tindakan yang dilakukan individu dalam model keyakinan yang telah dilatih seperti sebuah naskah. Butler melihat gender bukan sebagai ekspresi seseorang, melainkan sebagai sesuatu yang dilakukan. Lebih jauh, Butler memandang gender bukan sebagai tuntutan sosial pada *gender neutral body*, melainkan sebagai mode "*self-making*" di mana subjek menjadi cerdas secara sosial. Menurut teori Butler, homoseksualitas dan heteroseksualitas bukanlah kategori yang baku. Bagi Butler, seseorang semata-mata berada dalam kondisi "*doing straightness*" atau "*doing queerness*" (Lloyd, 1999).

Seperti yang sudah diterangkan sebelumnya, bahwa *body performativity* dalam seksualitas merupakan hal yang tidak baku, sehingga dalam menganalisis seksualitas dalam video musik akan membutuhkan teori pendukung yang mampu memberikan indikator dalam menganalisa fenomena lebih dalam. Pada wacana Male Gaze yang digagas oleh Laura Mulvey, pandangan laki-laki menuju pada perempuan pada sudut pandang posisi kamera, penonton kemudian diidentifikasi sebagai tatapan laki-laki, dan menjadikan perempuan sebagai obyek (Brooks, 2017: 247-250). Mulvey kemudian menguraikan bagaimana teknik naratif dalam film membuat voyeurisme menjadi hak prerogatif eksklusif laki-laki serta menerangkan bahwa ada tiga tingkat tatapan sinematik dalam struktur sinema: pandangan khalayak, pandangan kamera, dan pandangan karakter laki-laki pada narasi tersebut yang mengaitkan karakter perempuan dan menjadikannya sebagai tontonan (Smelik, 1998: 10). Menyangkut pada pembahasan di atas, tokoh feminis Gertrud Koch menyadari bahwa tidak hanya laki-laki yang bisa menikmati

citra perempuan, sesama perempuan pun mampu melakukan hal yang sama di layar dalam bentuk *the vamp*, yakni karakter *femme fatale* yang memiliki daya pikat tertentu seperti *unapologetic, exotic, glamour*, dan *man-eating seductress* meski penampilannya tidak tampak mencolok (Smelik, 1998: 13). Ambivalensi seksual *the vamp* memungkinkan kesenangan homo-erotis perempuan yang tidak secara gambling dinegosiasikan melalui mata laki-laki. Ambiguitas *the vamp* karena itu menjadi sumber kenikmatan visual bagi penonton wanita.

Tatapan perempuan dapat dilihat dari bagaimana media menampakkan subyektifitas perempuan di dalamnya. Smelik (1998: 32), memberikan tiga tingkat subyektifitas perempuan yang bisa dijadikan sebagai kerangka analisis. Pertama, subyek sebagai agen sosial menghendaki *self-determination* (penentuan nasib sendiri) sebagai tingkat kehendak, agensi dan sejarah. Kedua, subyek dari *unconscious* (yang tidak disadari), dengan hasrat terstruktur dalam kaitan relasional dengan hal lain atau orang lain sebagai level “*fantasmatic*” (*desire* dan *fantasy*). Ketiga, subjek kesadaran feminis sebagai proses yang membangun hubungan antara sutradara, teks film, dan penonton. Merupakan level bentuk film, strategi dan retorika.

1.6. OPERASIONALISASI KONSEP

1.6.1. PEMAKNAN KHALAYAK

Analisis resepsi khalayak memahami proses pemaknaan (*making meaning process*) yang dilakukan oleh khalayak ketika mengonsumsi tayangan audio-visual. Pemaknaan khalayak secara operasional akan dilihat dari diskusi kelompok (*focus group discussion*) untuk melihat pemaknaan kelompok dan observasi partisipan dalam etnografi antropologi (Ida, 2014: 161-162).

1.6.2. KAUM LGBT

Sebagai pandangan umum tentang hak asasi LGBT di Indonesia, hukum nasional dalam arti luas tidak menyokong dukungan bagi kelompok LGBT walaupun Tindakan yang berrelasi dengan homoseksualitas sendiri tidak didakwakan sebagai tindak pidana. Baik perkawinan

maupun adopsi oleh orang LGBT tidak diperkenankan. Tidak adanya undang-undang anti-diskriminasi yang secara gamblang terkait dengan orientasi seksual atau identitas gender. Sikap sosial budaya terhadap keberagaman orientasi seksual dan identitas gender memproyeksikan kontras antara mereka yang bersikap progresif dan bersedia menerima dengan populasi jauh lebih besar yang biasanya tidak memiliki tingkat kognisi yang cukup mengenai masalah tersebut. Dalam penelitian ini, kaum LGBT secara operasional akan dilihat pada ekspresi hasrat seksualitas mereka.

1.6.3. VIDEO MUSIK

Video musik adalah film pendek yang mengintegrasikan lagu dengan citra, dan diproduksi untuk tujuan promosi atau artistik. Video musik di era modern dibuat dan digunakan sebagai instrumen pemasaran untuk mempromosikan penjualan music (dikutip dari DanMoller.com.au pada 30 Maret 2019).

Video musik menggunakan beragam gaya dan teknik pembuatan video kontemporer, termasuk animasi, aksi langsung, dokumenter, dan pendekatan non-naratif seperti film abstrak. Beberapa video musik menggabungkan gaya yang berbeda dengan musik, seperti animasi dan aksi langsung. Menggabungkan gaya dan teknik ini telah menjadi lebih populer karena variasi untuk penonton. Banyak video musik menafsirkan gambar dan adegan dari lirik lagu, sementara yang lain mengambil pendekatan yang lebih tematis. Video musik akan dioperasionalkan dari penggambaran visual dari ekspresi musik, lirik yang terfokus pada video “Heart Attack”.

1.6.4. SEKSUALITAS

Argumen Donnelly yang sebelumnya sudah dibahas bergantung pada gagasan bahwa representasi Queer Feminis sebagai karya yang dibuat oleh seniman yang mengidentifikasi diri sebagai perempuan, tidak berperan secara aktif dalam konsep ‘kecantikan’ atau ‘hasrat’ dalam sudut pandang hetero-normatif.

Lebih jauh soal seksualitas, Butler menjelaskan bagaimana peran gender sebagai suatu tindakan. Sebuah tindakan yang dilakukan individu dalam model keyakinan yang telah dilatih sedemikian rupa seperti sebuah naskah. Butler melihat gender bukanlah sebagai ekspresi seseorang, melainkan sebagai sesuatu yang dilakukan. Lebih jauh, Butler memandang gender bukan sebagai tuntutan sosial pada *gender neutral body*, melainkan sebagai mode "self-making" di mana subjek menjadi cerdas secara sosial. Menurut teori Butler, homoseksualitas dan heteroseksualitas bukanlah kategori yang baku. Bagi Butler, seseorang semata-mata berada dalam kondisi "doing straightness" atau "doing queerness" (Lloyd, 1999).

Laura Mulvey dalam gagasannya mengenai "Male Gaze" menjelaskan bahwa tatapan perempuan dapat dimaknai dari bagaimana film merepresentasikan subyektifitas perempuan di dalamnya. Smelik (1998: 32), memberikan tiga tingkat subyektifitas perempuan yang dapat dijadikan sebagai kerangka analisis :

- a. Subyek sebagai agen sosial yang menghendaki *self-determination* (penentuan nasib sendiri) sebagai tingkat kehendak, agensi dan sejarah.
- b. Subyek dari *unconscious* (yang tidak disadari), dengan hasrat terstruktur dalam kaitan relasional dengan hal lain atau orang lain sebagai level *fantasmatic* (*desire* dan *fantasy*).
- c. Subyek kesadaran feminis sebagai proses yang membangun hubungan antara sutradara, teks film, dan penonton. Merupakan level bentuk film, strategi dan retorika.

Dari ketiga teori di atas, masing – masing memunculkan elemen yang mampu menjadi indikator dalam menganalisis seksualitas yang ada pada video musik "Heart Attack", yakni :

1. Hasrat : Queer Feminism (Ryan Donnelly) dapat digunakan untuk menganalisis elemen hasrat yang muncul baik dalam karakter pemeran video musik atau wacana yang terdapat pada lirik.
2. Tubuh : Body Performativity (Judith Butler) menjelaskan bagaimana performativitas terkait dengan repetisi dan pemahaman bahwa gender sebagai tindakan konsumerisme.

Teori tersebut akan digunakan untuk menganalisis bagaimana performativitas tubuh dan gender berfungsi sebagai sebuah tuntutan social.

3. Pandangan : Teori Male Gaze (Laura Mulvey) dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana pandangan khalayak, pandangan kamera dan pandangan karakter dalam video musik “Heart Attack” .

1.7 METODOLOGI PENELITIAN

1.7.1. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan metode analisis resepsi. Peneliti mencoba mengetahui pemaknaan khalayak mengenai kode-kode LGBT dalam Video musik “Heart Attack” oleh Chuu. Analisis resepsi khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi video musik yang ditayangkan melalui media baru, salah satunya YouTube. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton terhadap konten dari karya literatur dan tulisan dalam majalah (Ida, 2014:161)

1.7.2. TIPE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Jenis riset ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2007:69).

1.7.3. JENIS DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1.7.3.1. JENIS DATA

a. Data Primer

Data primer untuk penelitian ini berasal dari proses wawancara mendalam yang dilakukan pada subjek yang telah ditentukan. Hasil wawancara kemudian akan dianalisis dengan teori yang digunakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal dan sumber-sumber lain yang sesuai dengan penelitian ini.

1.7.3.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam. Wawancara mendalam menjadi cara untuk mengumpulkan informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan untuk mendapatkan data lengkap dan mendalam. Pada wawancara ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban (Kriyantono, 2007:102).

1.7.4. SUBJEK PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini adalah pria dan wanita homoseksual, serta pria dan wanita heteroseksual berusia 18-30 tahun dan telah menonton video musik "*Heart Attack*". Kriteria subjek ini dipilih karena di dalam video musik "*Heart Attack*" ditampilkan bahwa pemeran utama memerankan karakter lesbian dalam video musik tersebut. Maka dari itu, peneliti memilih subjek

1.7.5. ANALISIS DATA

Dalam melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan Teknik Analisa Semiotika dari Roland Barthes, yakni semiotika yang menggunakan sistem pemaknaan tanda, diantaranya :

1. Denotasi : Denotasi merupakan makna sesungguhnya yang tampak nyata. Makna denotasi tampak pada komponen tanda, dalam penelitian ini adalah adegan, narasi, ekspresi, warna dan komponen visual lainnya.
2. Konotasi : Konotasi merupakan makna yang subyektif dimana penulis / pembuat konten menggambarkan suatu tanda, dalam penelitian ini, konotasi adalah makna yang muncul karena konstruksi budaya.

3. Mitos : Yakni ketika kebudayaan memahami dan menerangkan sejumlah elemen terkait dengan realitas. Dengan kata lain, mitos terbentuk ketika aspek konotasi telah menjadi acuan pemikiran di masyarakat.

Selain menggunakan Teknik Analisis Semiotika, penelitian ini juga menggunakan analisis resepsi untuk lebih jauh memahami bagaimana khalayak memahami pesan yang disampaikan melalui video musik “*Heart Attack*” tentang normalisasi hubungan sesama jenis. Tahap analisis data dalam analisis resepsi antara lain; mengumpulkan data, analisis data dan melakukan interpretasi data, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. *The collection or generation of data centers on the audience side.*

Di tahap ini peneliti mengumpulkan data dan informasi dari responden melalui wawancara mendalam.

2. *The analysis of interviews and other audience discourses draws on techniques and models from linguistics and literary criticism.*

Setelah selesai melakukan wawancara, peneliti melakukan analisis data yang. Hasil dari wawancara kemudian ditranskrip dikelompokkan sesuai kategori pemaknaan dari narasumber.

3. *Reception studies make no absolute distinction between the analysis and interpretation of audience experience.*

Di tahap ini, peneliti menginterpretasi data dengan memakai referensi pada konteks *discourses* media dan konteks sosial baik dari faktor historik dan psikoanalitik.

1.7.6. KUALITAS PENELITIAN

Dalam penelitian ini, kualitas penelitian diperoleh dari konteks seksualitas dan interpretasi yang bagaimana penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai suatu realitas dalam konteksnya yang spesifik (Hidayat, 2003:213). Hal tersebut bisa dilihat

dalam penelitian ini yang akan melihat khalayak dalam memaknai normalisasi hubungan sesama jenis yang ditampilkan dalam video musik “*Heart Attack*” milik Chuu (LOONA).