BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Media massa menjadi salah satu bentuk realisasi dari komunikasi massa dan dapat dengan cepat dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat luas pada saat yang bersamaan (Moerdijati, 2016, p. 185). Peran media terhadap pandangan gender mempunyai pengaruh yang besar, karena pembagian konstruksi gender laki-laki dan perempuan yang ada dalam media dapat membentuk atau mempengaruhi persepsi masyarakat yang melihatnya (Salsabil, 2019). Media diibaratkan seperti sebuah cermin dalam realita sosial yang dimana kenyataannya belum tentu benar terjadi (Saputro & Yuwarti, 2016). Terkadang media menampilkan citra yang keliru mengenai perempuan sehingga hal tersebut menciptakan konsep yang secara tidak langsung dapat merusak presepsi diri perempuan dan membatasi peran sosial mereka (Jackson, 2009, p. 364).

Van den Haag juga berpendapat bahwa media massa dapat memberikan citra dunia yang keliru (Rakhmat, 2018, p. 282). Media cenderung memanipulasi keadaan-keadaan yang padahal sebenarnya tidak semua terjadi di kehidupan yang nyata apalagi di era modern seperti sekarang ini (Astuti, 2016). Seperti contohnya dalam media selalu menggambarkan sosok seorang yang kuat, gagah, dan lebih pintar identik dengan laki-laki, sedangkan untuk seorang perempuan citranya disebut sebagai sosok yang lemah lembut dalam bertindak dan bertutur kata, sopan,

cocok dengan pekerjaan-pekerjaan yang ada di dalam rumah, cantik, seksi dan digambarkan lemah (Jackson, 2009, p. 226).

Masyarakat sendiri menilai bahwa sebagai seorang perempuan idealnya harus berlaku lembut lembut, sopan santun dalam berperilaku, penurut, harus merawat diri atau memakai makeup untuk tampil cantik, anggun dan masih banyak lagi (Handayani, 2012, p. 80). Beberapa konsep tentang perempuan yang telah dibangun sedemikian rupa diperkuat dengan keberadaan media massa yang dapat membentuk berbagai macam jenis citra perempuan yang selama ini ditampilkan dalam media.

Beberapa konsep citra feminin perempuan yang dinilai ideal ditampilkan media seperti contohnya seorang perempuan harus berpenampilan menarik dengan menampilkan sisi dirinya yang sempurna melalui bentuk tubuh yang ideal dan pandai merias diri, perempuan harus dapat berperan sebagai penopang keutuhan dan pengatur rumah tangga, perempuan dijadikan suatu objek secara seksual, perempuan dijadikan sebagai tokoh yang identik dengan pekerjaan memasak, dan terakhir yaitu perempuan digambarkan sebagai sosok pemalu dalam bergaul dan cenderung penurut (Astuti, 2016). Adapun pekerjaan yang sering ditampilkan oleh media diidentikkan dengan hal feminin yang dianggap hanya cocok untuk perempuan, yaitu perawat, make upartist, hair dresser, florist, dan lainnya(Christie et al., 2020).

Oakley mengatakan bahwa sebenarnya istilah gender bukanlah berasal dari jenis kelamin secara biologis saja, melainkan hal tersebut dikonstruksikan melalui

lingkungan sosial, budaya dan psikologis yang didapat selama berinteraksi dengan masyarakat sekitar sampai menjadi perempuan yang ideal atau laki-laki yang ideal (Jackson, 2009, p. 228). Seperti yang katakan Simone de Beauvoir pada tahun 1940-an bahwa "Seseorang tidak dilahirkan sebagai perempuan, tetapi dibentuk menjadi perempuan" (Jackson, 2009, p. 227). Pembentukan tersebut diperkuat dengan hadirnya media-media sekarang ini.

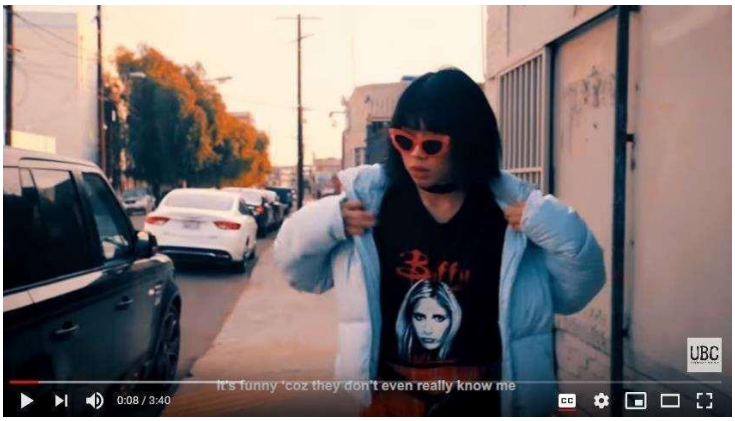
Konsep maskulin dan feminin ini memang dianggap sesuatu yang sangat kompleks dan dinamis, karena nilai-nilai yang ada dalam kajian maskulinitas cenderung lebih banyak membatasi nilai-nilai dalam kajian feminis(Hanana & Rahma, 2018). Maskulin merupakan sebuah karakter yang dikonstruksikan bagi laki-laki melalui lingkungan sosial dan budayanya, contohnya kuat, rasional, jantan, perkasa, dan agresif (Fakih, 2008, p. 8). Kajian maskulinitas dalam gender secara umum digambarkan melalui tingkah laku, emosional, benda yang digunakan, daya tahan, mental yang terbentuk serta penampilan(Indah et al., 2021).

Seorang perempuan dianggap tidak seharusnya memiliki sifat maskulin dan hanya boleh memiliki sifat feminin saja, padahal pada kenyataanya posisi tersebut sebenarnya dapat dipertukarkan satu sama lain(Tanjung, 2012). Perempuan dengan segala keindahannya cenderung ditempatkan oleh masyarakat dititik yang lemah dimana sekarang harus berhadapan dengan adanya konsep maskulin (Pratiwi et al., 2021). Pada praktik dikehidupan sehari-hari sebenarnya perempuan juga mengandalkan sifat maskulin yang dimiliki laki-laki seperti misalnya

dibutuhkan keberanian dan ketegasan saat akan memberikan keputusan terhadap suatu pilihan.

I Am Me merupakan sebuah lagu yang telah dirilis pada 7 Desember 2018 dan dibawakan oleh salah satu *rapper* perempuan di Indonesia yang dikenal dengan sebutan Ramengvrl. Ramengvrl atau yang mempunyai nama asli Putri Estiani merupakan seorang *rapper* kelahiran tahun 1992 yang berpenampilan *tomboy*, bertatto, berambut pendek, dan merokok dengan aliran musik *hiphop* & *rock*. Melalui penampilannya beliau menunjukkan sisi maskulinitasnya, sehingga secara tidak langsung memberikan makna bahwa menjadi seorang perempuan tidak hanya selalu dibatasi oleh istilah feminin namun juga dapat menunjukkan sisi maskulinitasnya. Hal tersebut juga digambarkan melalui video klip musiknya yang hingga kini telah ditonton sebanyak 5,6 juta kali di platform *Youtube* yang berjudul *I Am Me*.

Gambar I.1
Cuplikan video klip *I Am Me*- Ramengvrl



Sumber: Youtube

Alasan pemilihan video klip ini karena dalam video klip *I Am Me* menggambarkan sisi maskulinitas Ramengvrl sebagai perempuan yang ditujukan melalui penampilan dan tingkah lakunya dalam video serta melalui lirik didalamnya yang juga mengandung kata-kata kasar yang tidak seharusnya perempuan ucapkan di mana mempunyai makna kritikan terhadap pandangan (*stereotype*) negatif tentang kehidupan perempuan yang dianggap harus selalu menjalani kehidupan yang ideal sebagai perempuan dimata masyarakat. Video Klip *I Am Me* ini telah memenangkan piala penghargaan AMI (Anugerah Musik Indonesia) Award pada tahun 2019 sebagai kategori karya produksi *hip hop/ rock* terbaik. Berikut sedikit cuplikan lirik lagu *I Am Me* dari Ramengvrl.

Ever since I was 6, people tryna have control of me
Now I'm 5 feet with a net worth, they suck a D
Oops I said that a lot, maybe too frequently
But it's the truth maaaaaaannnnn
I have the right to be

Dalam terjemahan bahasa Indonesia, maka artinya adalah

Bahkan sejak aku umur 6 tahun, orang-orang sudah mengontrol aku
Sekarang aku sudah dewasa dan mapan, mereka tetap sangat buruk
Opps aku terlalu banyak bicara, mungkin karena sudah terbiasa
Tapi ini kenyataan
Aku punya hak sepenuhnya untuk jadi seperti apa

Dari cuplikan lirik lagu dan salah satu scene dalam video klip *I Am Me* di atas menceritakan tentang seorang perempuan juga mempunyai hak penuh atas dirinya untuk memilih atau melakukan sesuatu tanpa dikontrol oleh orang lain atau

keadaan. Melalui wawancara singkatnya dengan pihak Jpnn.com, ketidaknyamanan oleh adanya batasan-batasan perilaku sesuai gender tersebutlah yang memberikan Ramengvrl inspirasi untuk menciptakan lagu ini. Dengan penekanan bahasa atau penggunaan idiom yang kasar dan penampilannya yang terkesan *tomboy*, *setting* tempat pergudangan yang penuh jeruji besi dan kayu yang khas dengan arena tempat bermain laki-laki serta menggunakan kombinasi warna- warna yang identik dengan laki-laki seperti hitam, biru, abu dan masih banyak lagi.

Lagu berdurasi kurang lebih 3 menit tersebut memberikan gambaran penampilan perempuan yang juga bisa menampilkan sosok maskulinitasnya, dengan kata lain memberikan gambaran bahwa sebagai seorang perempuan tidak harus bersikap anggun, bertutur kata lemah lembut, dan berpakaian rapi seperti menggunakan atribut gaun atau rok. Pada dasarnya atribut yang melekat pada perempuan yang ditampilkan oleh media dengan konsep yang feminin menjadikan perempuan terbatas ruang geraknya (Budiastuti, 2017).

Adapun video klip pembanding dari Yacko X Mardial yang berjudul *Hands Off* yang menampilkan penggambaran maskulinitas yang serupa. Yacko juga merupakan seorang rapper perempuan Indonesia, melalui lagunya *Hands Off* yang menampilkan 21 perempuan dari berbagai kalangan yang menunjukkan sisi maskulinitasnya dengan berani menyuarakan pendapatnya sebagai suatu gerakan feminis. Video yang dirilis pada tahun 2017 ini ditonton sebanyak 166 ribu di kanal Youtube.

Gambar I.2

Cuplikan Video Klip *Hands Off*

Sumber: Youtube

Pada *scene-scene* video klip ini menunjukkan bentuk maskulinitas perempuan yang ditampilkan lewat penggunaan atribut yang digunakan seperti papan *skateboard*, kapur, *pilox* serta *tone* warna yang digunakan dengan dominan hitam yang menggambarkan keberaniannya untuk menyuarakan pendapatnya. Berisikan kritikan terhadap pelecehan yang selama ini sering dialami oleh para perempuan terutama pelecehan yang sering ditemui di jalanan (*street sexual harassment*) dimana konsep video klip ini juga dikaitkan dengan adanya *body positivity.*

Dengan demikian penulis hendak melakukan sebuah penelitian mengenai penggambaran maskulinitas perempuan yang digambarkan melalui makna-makna simbol atau tanda implisit dalam sebuah video klip. Video klip merupakan sebuah media komunikasi massa yang tentunya tidak asing didengar oleh telinga. Video klip merupakan suatu bentuk media komunikasi massa yang informasinya

disampaikan secara visual dengan bentuk linier atau satu arah. Dengan tujuan hiburan atau memberikan pesan maupun informasi tertentu yang ingin disampaikan oleh penulisnya. Musik dalam klip video merupakan fungsi ekspresif, penulis dapat menampilkan karyanya dalam bentuk lirik yang dapat dinikmati secara visual (Sobur, 2016, p. 144).

Penelitian ini adalah menggunakan metode semiotik milik Charles Sanders Pierce yang populer dengan teori tandanya. Dimana tanda dibagi menjadi tiga yaitu *representamen* yaitu tanda itu sendiri, kedua objectnya, dan ketiga interpretant yaitu penafsirnya yang ketiganya membentuk hubungan triadic (Sobur, 2016, p. 41). Sebagai sebuah perbandingan penelitian, penulis mencari beberapa jurnal terdahulu yang penelitiannya sejajar dengan penelitian yang penulis lakukan hal sebut juga dikemukakan dalam buku Analisis Teks Media (Sobur, 2018, p. 150) bahwa untuk memperoleh perbandingan yang sejajar harus mencari peristiwa sejenis pula pada masing-masing media.

Berdasarkan beberapa penelitian dari Sumekar Tanjung (2012), Benita Christie (2020), Novita Indah Permata Sari (2021), dan Dio H. Saputro (2016), keeempat penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan tujuan penelitian ini yakni kesamaan dalam mengkaji bagaimana maskulinitas dapat ditampilkan di berbagai bentuk media massa (film, iklan, media cetak). Kemudian ketiga penelitian tersebut menggunakan metode yang sama yakni metode semiotika yang mengkaji tanda dan lambang yang ditampilkan pada media tersebut. Hasil temuan dari ketiga penelitian tersebut memiliki kemiripan yang khusus seperti perilaku maskulin selalu

menunjukkan sesuatu yang dominan khas laki-laki sesuai seperti yang selalu ditampilkan di media massa. Penelitian ini memiliki kesamaan yang cukup signifikan dengan penelitian ini yang mana berfokus pada kajian studi *stereotype*, maskulinitas, dan media. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada subjeknya dimana subjek penelitian ini adalah video klip *I Am Me*.

Lalu adapun penelitian terdahulu milik Yanti Dwi Astuti (2016) yang mempunyai fokus penelitian dalam mengkaji peran gender perempuan yang ditampilkan dalam sebuah iklan sabun yang dikaitkan dengan *stereotype* tentang perempuan yang ada di masyarakat. Sedangkan penelitian ini mengkaji tentang penggambaran perempuan maskulin yang ada dalam video klip berjudul *I Am Me*.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan isi penjelasan dan uraian di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana penggambaran maskulinitas perempuan dalam video klip *I Am Me* - Ramengvrl?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggambaran maskulinitas perempuan dalam video klip *I Am Me* - Ramengvrl.

I.4. Batasan Penelitian

Subjek yang ada dalam penelitian ini adalah video klip berjudul *I Am Me* yang dibawakan oleh Ramengvrl, dengan objek penelitian mengenai konsep penggambaran maskulinitas perempuan dalam video klip tersebut. Unit analisis dari

penelitian ini adalah video klip *I Am Me* yang akan diteliti dengan metode analisis semiotika milik Charles Sanders Pierce.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam kajian penelitian berikut, diharapkan nantinya bisa membantu dan menjadi referensi mengenai kajian penelitian komunikasi yang memiliki kaitan dengan isu gender terlebih mengenai gambaran maskulinitas pada perempuan.

I.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis melalui penelitian ini adalah dapat memberikan pengetahuan lebih maskulinitas pada perempuan dalam video klip yang dapat dikaji dengan menggunakan metode semiotik yang memfokuskan pada tanda dan lambang yang dimunculkan.