

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Fokus Penelitian ini adalah tentang pemaknaan remaja Surabaya mengenai sensualitas perempuan dalam video klip *girlband* Korea Stellar yang berjudul *Marionette*. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena sekarang video klip *girlband* Korea mulai marak dengan tema *sexy* yang dianggap juga sensual seperti *girlband* AOA, Girls day, dan Fiestar (Detik.com, 2014). Sensualitas menurut Mulvey (1993: 432-442) dapat diartikan sebagai suatu hal yang dapat memberikan kenikmatan bagi mata laki-laki.

*Girlband* Korea Stellar ini berani mengambil tema *sexy* sebenarnya hanya agar dapat terlihat dewasa dan juga mereka berusaha untuk mendapatkan perhatian publik. *Girlband* Korea Stellar ini berani mengambil tema *sexy* sebenarnya hanya agar dapat terlihat dewasa dan juga mereka berusaha untuk mendapatkan perhatian publik.

"Kami tidak berniat tampil erotis tapi berusaha keras menampilkan kharisma yang lebih dewasa," ucap Stellar. "Kami ingin memfokuskan pada fisik kami yang tinggi, lengan dan kaki panjang namun malah dikritik negatif. Kami jadi sedih atas respon ini karena tidak bermaksud demikian."

"Kami hanya berpikir ini adalah awal yang baru dan kami akan bekerja keras meraih perhatian publik," lanjut mereka. (wowkeren.com, 2014)

Sekarang ini video klip musik dari *girlband* Stellar yang berjudul *Marionette* sedang banyak dibicarakan dan dimuat dalam berbagai situs berita online dalam negeri maupun luar negeri, seperti liputan6.com, wowkeren.com, tabloid Asian plus, dan kpopstarz.com. Video klip musik ini dibicarakan orang Korea maupun orang Indonesia karena konsep *sexy* yang sedang diangkatnya dikritik oleh sebagian masyarakat terlalu vulgar.

*Girlband* Korea Stellar ini terbentuk dari tahun 2011, dan terdiri dari empat orang personil yaitu Gayoung, Jeonyul, Leeseul, dan Joah. Tetapi setelah debut pertamanya Leeseul dan Joah memutuskan keluar dan pada debut single keduanya posisi mereka di gantikan oleh Minhee dan Hyoeun. Pada 28 agustus 2011 Stellar merilis single debut pertamanya berjudul "*Rocket Girl*" dengan konsep awal yang unik. Dalam video klip *Rocket Girl*, Stellar memunculkan video klip seperti di luar angkasa dan tidak memunculkan *image* seksi seperti konsep barunya sekarang yang dinilai sangat vulgar. Pada 8 Februari 2012 Stellar merilis single keduanya yang berjudul "UFO" dengan tema *cute* , dan pada 12 Juli 2013 Stellar merilis sigle ketiga "Study" yang juga bertema *cute*.

Stellar kembali merilis mini album pada 12 Febuari 2014 dengan judul "Marionette" setelah itu pada 21 Agustus 2014 Stellar merilis lagu yang berjudul "Mask", lalu pada tanggal 9 Maret 2015 mereka kembali merilis Single digital berjudul "Fool" beserta dengan Video musiknya. Pada bulan Juli 2015 Stellar merilis lagu barunya yang berjudul "Vibrato".

Penyebaran budaya Korea menurut situs tribunnnews.com mulai terlihat di Indonesia sekitar tahun 2002 yang diawali dengan masuknya K-

drama di Indonesia. Indonesia adalah salah satu Negara yang terkena dampak Korean wave. (liputan6.com, 2013) Hal ini dapat dilihat dengan begitu banyaknya *girlband*, *boyband* ataupun penyanyi solo dari korea yang mulai masuk ke Negara Indonesia dengan cara mengadakan konser-konser di Indonesia, sehingga banyak masyarakat Indonesia tahu dan mengenal bagaimana budaya Korea ini.

Budaya Korea ini lebih banyak dikenal oleh anak-anak remaja karena jenis penyajian musik yang di sertai dengan tarian yang dinamis ini dapat menarik para remaja karena kebanyakan remaja memiliki kesesuaian dengan kondisi fisik yang enerjik, dan kesukaan akan sesuatu hal yang dinamis. Selain musik-musik Korea yang masuk ke Indonesia masih banyak juga film-film ataupun *reality show* dari Korea yang ditayangkan di televisi ataupun internet yang dapat dengan mudah diakses oleh semua orang dalam semua kalangan.

Produk-produk video klip Korea banyak ditonton oleh masyarakat Indonesia karena memiliki ciri khas sendiri yang berbeda dengan video klip-video klip yang dapat kita temukan di Indonesia, seperti konsep-konsep video klip yang menggunakan tema-tema di dalam studio *indoor*, lalu mengaplikasikan lagu dengan tarian-tarian, serta konsep pakaian yang sesuai dengan tema. Kualitas gambar yang ditampilkan bagus, konsep video klip yang semua anggotanya bernyanyi sambil menari dengan kompak dan efek-efek *lighting*, pakaian yang modern, dan juga gerakan tariannya yang bervariasi serta berbeda dengan yang ada di Indonesia sehingga video klip Korea ini diminati dan disukai oleh para penontonnya.

Di Indonesia penggemar dari artis-artis atau penyanyi Korea juga sangat banyak, hal ini dapat dilihat dari jumlah penyuka dalam komunitas pecinta drama korea dan K-pop (facebook DramaKoreaKpopers) di media sosial facebook yang tertulis dengan jumlah 364.926 orang, pecinta Korea

ini bukan hanya perempuan saja tetapi banyak juga kaum laki-laki yang menjadi pecinta Korea dan bahkan menjadi penggemar fanatik dari *girlband* ataupun *boyband* Korea tersebut.

Di Surabaya sendiri memiliki banyak pecinta k-pop, hal ini terlihat dari adanya komunitas pecinta korea di Surabaya Kloss yang memiliki jumlah penyuka sebanyak 3.525 orang (facebook Kloss Community for k-pop/ Kdrama/ Korean cultures lovers), pecinta Korea K-pop lover Surabaya yang memiliki 2.643 orang pengikut (twitter K-pop lover Surabaya), dan diadakannya Korean festival di Surabaya pada maret 2013 yang dimuat dalam situs viva.co.id. Hingga saat ini penyanyi-penyanyi ataupun *girlband* dan *boyband* Korea banyak yang datang ke Indonesia untuk mengadakan konser seperti Suju (Super Junior) (cnnindonesia.com, 2015), SNSD (viva.co.id, 2013), dan juga penyanyi Korea yang sering datang ke Indonesia yaitu Eru (liputan6.com, 2013). Kota Surabaya memiliki komunitas fans pecinta Korea yang sering mengadakan acara-acara tentang lomba *cover dance*, dan juga *cover sing girlband* dan *boyband* Korea.

Gambar I.1 Contoh poster lomba K-pop



Sumber: [sega-fbeubaya.blogspot.co.id](http://sega-fbeubaya.blogspot.co.id), 2013 (poster kiri), [jadwalevent.web.id](http://jadwalevent.web.id), 2014 (poster kanan).

Kota Surabaya dipilih oleh peneliti, karena selain sebagai kota terbesar ke dua setelah Jakarta kota Surabaya ini juga merupakan kota metropolitan (detik.com, 2014). Kota metropolitan ini dilihat dari banyaknya jumlah penduduk lebih dari atau sama dengan 1 juta jiwa, untuk kategori kota besar (501 ribu -1 juta jiwa) (jakarta.bisnis.com, 2015). Sesuai dengan informasi yang penulis dapatkan dari salah satu penggemar K-pop di Surabaya Priscilia, para penggemar Korea di Surabaya juga rela berangkat ke Jakarta hanya untuk melihat konser para artis Korea di Indonesia (kapanlagi.com, 2012).

“Ya mesti nonton dong, kapan lagi SNSD datang ke Indonesia. Mumpung bisa ya berangkat aja, toh masih dekat cuma di Jakarta.” Kata Priscilia.

Kota Surabaya di pilih peneliti bertujuan untuk melihat bagaimana pemaknaan remaja Surabaya tentang sensualitas yang ada di dalam video klip Stellar yang berjudul Marionette sesuai dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda dan dari usia remaja pertengahan (15-18 tahun) hingga usia remaja akhir (18-21 tahun). Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk tidak melibatkan remaja pada usia awal karena menurut peneliti usia tersebut masih belum pantas untuk masuk dalam pembahasan tentang sensualitas. Peneliti memilih remaja dalam berbagai usia remaja agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang valid dengan menghadirkan dua tahapan usia, yaitu tahap usia remaja pertengahan (15-18 tahun) dan usia remaja akhir (18-21 tahun), latar belakang lingkungan (pecinta k-pop dan yang bukan pecinta k-pop), dan juga pendidikan (sekolah dan kuliah).

Menurut informasi yang diberikan beberapa penggemar K-pop Priscilia dan Sasa pada penulis, para remaja yang menjadi pecinta Korea ini rela untuk meluangkan waktu, tenaga dan uangnya hanya untuk mencari

video-video klip Korea yang diinginkannya serta melihat konser-konser yang diadakan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya Korean *lovers* dari Surabaya yang rela berangkat ke Jakarta dan meninggalkan aktivitasnya hanya untuk menonton konser suatu *girlband* ataupun *boyband* yang berasal dari Negara Korea demi kepuasannya.

Para informan mengatakan K-pop dapat menarik para remaja ini selain dari lagu-lagunya yang memiliki genre berbeda dengan lagu Indonesia, video klip lagunya yang lebih *cute*, dan lebih menarik, ternyata juga karena penampilan orang-orangnya yang memiliki busana serta tata rias berbeda dengan orang Indonesia, seperti menggunakan pakaian-pakaian yang memperlihatkan bentuk lekuk tubuh, pakaian yang imut serta tata rias yang sesuai dengan tema.

“Beda banget sama Indonesia, kalau K-pop itu makeupnya bagus-bagus, kadang bisa kelihatan cute, kadang bisa kelihatan garang, totalitas pol, terus video klipnya lebih bagus juga”. Kata Sasa

“Video klipnya lebih bagus juga, konsepnya juga beda sama Indonesia, kalau Indonesia biasanya kaya bentuk cerita-cerita gitu. Kalau Korea personilnya nyanyi sambil nari”. Lanjut Sasa

Gambar I.2 K-pop *style*



Sumber: ygfamil.com, 2012 (foto kiri), livejournal.com, 2011 (foto kanan)

Sesuai dengan pernyataan yang di katakana Priscilia, penggemar K-pop di Surabaya yang merupakan mahasiswi dari universitas Kristen di Surabaya dan juga Sasa yang berasal dari universitas negeri di Surabaya kepada penulis, para pecinta Korea juga rela mengeluarkan uang mereka hanya untuk membeli perlengkapan *makeup* agar dapat terlihat lebih menarik seperti artis-artis Korea yang dilihatnya.

Banyak pecinta Korea yang merupakan anak remaja karena budaya-budaya k-pop ini memang lebih cocok menuju ke anak muda, hal ini dapat dilihat dari pakaian yang digunakan, gerakan/ tarian, dan orang-orang yang menjadi anggota *girlband* maupun *boyband* Korea rata-rata adalah anak-anak muda, karena dilihat dari jenis lagu dan juga *performance* yang di sajikan dari para anggota *girlband* maupun *boyband* ini selalu bersemangat dan juga di sertai dengan tarian-tarian yang enerjik serta dinamis, yang sesuai dengan kondisi fisik dan juga kesukaan dari para remaja. Penelitian ini mengambil fokus penelitian mengenai Pemaknaan Remaja Surabaya Mengenani Sensualitas perempuan dalam Video Klip Stellar "Marionette". Marionette merupakan salah satu debut dari Stellar.

Studi tentang video klip ini diambil karena Video klip yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sebuah film lagu, kombinasi dari lagu seorang musisi atau *group* dengan gambar visual/*visual images*. Video klip ini erat dengan makna. Penerimaan setiap penonton tentang pesan yang disampaikan oleh video klip ini sendiri juga belum tentu sama antara satu *audience* dengan *audience* lainnya karena sifat-sifat manusia itu beragam dan manusia juga memiliki pola pikir masing-masing. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pemaknaan yang didapatkan oleh para remaja tentang sensualitas yang ada di dalam video klip korea *girl band* Korea Stellar dengan judul marionette. Video klip ini dipilih karena video klip ini merupakan video klip yang baru dipasarkan dan

langsung menuai banyak kritik dari penontonya. Kritik-kritik tajam tersebut tidak hanya diliput ataupun dibahas di negaranya saja tetapi sampai di Indonesia juga ikut memberitakan kritik tersebut melalui situs-situs ataupun *website* berita resmi yang ada dan dimiliki oleh Indonesia.

*“Beberapa group idol menampilkan sosok personenya dalam kemasan seksi yang aduhai hingga mengoda. Bahkan tak jarang dalam videoklip beberapa dari mereka tampil seronok. Sala satunya, videoklip yang ditampilkan Stellar dalam lagu Marionette. Stellar membawa image seksi menjadi terlihat lebih liar dengan busana dan koreografi yang mereka tampilkan. Bahkan, saat tampil di publik pun Stellar juga melukiskan keseksian dnegan cara yang sangat berlebihan. Salah satunya, ketika salah satu personenya meminum susu segar yang jatuh hingga ke payudaranya. Tak beda jauh dengan videoklipnya, aksi langsung Stellar pun membuat publik tercengang. Baju yang dikenakan berebentuk seperti baju renang one piece.”* (liputan6.com, 2014)

*“Stellar's latest creation, unfortunately, falls short. In an attempt to present a new, mature side of themselves, Stellar seem to be trying much too hard to convince their fans they are flashy sex kittens. From a leotard-rich wardrobe to butt-rubbing dance moves, "Marionette" is full of adult imagery, yet ultimately comes off as unsophisticated.”* (kpopstarz.com, 2014)

Objek penelitian ini adalah pemaknaan remaja Surabaya mengenai sesualitas. Sensualitas menurut Mulvey (1993: 432-442) erat kaitannya dengan perempuan karena budaya patriarki yang menganggap bahwa kedudukan perempuan lebih rendah dari pada laki-laki. Perempuan menjadi objek kesenangan dan juga kenikmatan mata laki-laki. Sensual ini biasa ditunjukkan dengan pakaian minim dan juga gerakan-gerakan yang menggodas, oleh karena itu sensual yang memberikan kesenangan pada laki-laki juga mengandung unsur erotisme yang juga menuju kearah pornografi

karena pakaian yang ketat membuat lekuk-lekuk tubuh terlihat (Junaidi, 2012: 28).

Konsep sensualitas adalah suatu hal yang dapat ditangkap oleh kemampuan panca indra manusia mengenai suatu objek. Biasanya konsep sensual itu ditunjukkan dari objek yang bersifat visual. Konsep ini dimasukkan dalam suatu video klip karena dengan adanya konsep ini membuat sebagian orang dapat tertarik untuk *mendownload* ataupun melihat video klip tersebut, jadi lebih pada untuk menarik peminat. Konsep ini biasa dilakukan atau dibentuk dengan sengaja untuk kepentingan masing-masing pihak. Sensualitas menurut Mashall Sylver (2006: 144) merupakan kemampuan untuk memberikan rangsangan secara postif pada indra orang lain. Sensualitas ini berarti rangsangan yang membuat orang lain mendapatkan penerimaan melalui semua indranya yang membuat suatu kesenangan/ fantasi tersendiri.

Peneliti memilih untuk meneliti sensualitas perempuan karena unsur sensualitas ini kerap dikaitkan dengan perempuan. Unsur sensualitas sering dikaitkan dengan perempuan pada dasarnya karena ideology patriarki yang memposisikan perempuan sebagai obyek, memberikan kontribusi pada pengkomoditan tubuh perempuan oleh pihak media sebagai sasaran untuk mengeruk keuntungan secara ekonomis (Baria, 2005: 4). Hal inilah yang saat ini sedang terjadi dengan itu dari video klip Korea sudah banyak tersebar di kalangan remaja bahkan video-video klip Korea yang dianggap sensual juga dapat dengan mudah didapatkan oleh para remaja tetapi terkadang para remaja itu masih belum mengerti kalau video klip itu merupakan video klip yang sensual. Tidak jarang sebagian orang menganggap porno dan sensual adalah sesuatu hal yang sama, apabila hal itu terjadi maka hal yang sensual dianggap porno dan akan banyak seni

yang akan dilarang karena ketentuan hukum mengenai porno, maka dengan demikian kreativitas para remaja tidak bisa berkembang.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilaksanakan dengan melakukan *focus group discussion* (FGD). Dalam penelitian ini peneliti akan menghadirkan 8 informan yang berasal dari lingkungan yang berbeda, dari tahap remaja yang berbeda, jenis kelamin yang berbeda, hal ini dipilih sebagai ketentuan menjadi informan karena pada setiap tahapan remaja yang memiliki pemikiran yang berbeda akan menghasilkan hasil yang dinamis juga tentang konsep sensualitas. Dalam proses FGD peneliti akan mengamati diskusi yang terjadi dengan hanya memberikan pertanyaan-pertanyaan ataupun memberikan suatu pernyataan tanpa terlibat dalam diskusi, peneliti akan mengarahkan agar para peserta dapat berdiskusi antara satu dengan yang lainnya.

Disini peneliti akan menggunakan tahapan usia remaja pertengahan (15-18 tahun) dan akhir (18-21 tahun). Remaja merupakan masa peralihan dari kanak-kanak menuju masa dewasa (Adisti, 2010: 15). Dalam psikologi remaja memiliki tiga tahapan usia (Ningrum, 2013: 69-79). Usia remaja dimulai dari usia 12-15 tahun yang disebut remaja awal, pada masa ini para remaja mengalami perubahan jasmani dan perkembangan intelektual yang intensif sehingga membuat remaja usia ini memiliki minat mengenal dunia luar yang besar, pada usia ini remaja sudah tidak mau lagi dianggap kanak-kanak. Remaja awal ini juga sering tidak stabil dan ragu. Lalu usia 15-18 tahun disebut remaja pertengahan, remaja usia ini masih memiliki sifat kekanak-kanakan tetapi sudah mulai muncul kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniahnya sendiri. Pada usia ini juga keragu-raguan yang dirasakan oleh remaja usia awal sudah mulai hilang, rasa percaya diri para remaja pertengahan ini membuat para remaja mulai dapat menilai sendiri tingkah lakunya, dan menemukan jati dirinya.

Yang terakhir adalah usia 18-21 tahun yang disebut dengan remaja akhir, pada usia ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja usia ini juga sudah bisa menentukan pola hidupnya sesuai dengan apa yang di inginkan karena remaja ini sudah mengenal dirinya sendiri.

Remaja sudah mulai memahami arah dan tujuan hidupnya, remaja juga sudah mulai memiliki pendirian tertentu sesuai dengan apa yang ditemukannya. Klasifikasi gender yang di jadikan *audience* adalah perempuan dan juga laki-laki, karena peneliti akan melihat pembuktian dari teori Mulvey tentang bagaimana idetifikasi *audience* laki-laki dan juga identifikasi *audience* perempuan setelah melihat video klip tersebut. Peneliti memilih video klip tersebut karena video klip tersebut sedang banyak diberitakan di media online di Korea maupun di Indonesia dengan konsep yang menurut sebagian orang terlalu vulgar. Dengan melihat pentingnya penelitian ini, peneliti akan meneliti video klip Stellar yang berjudul Marionette dengan menggunakan metode *reception analysis*.

## **I.2. Rumusan masalah**

Bagaimanakah pemaknaan remaja Surabaya mengenai sensualitas perempuan dalam video klip girlband Korea Stellar yang berjudul “Marionette”?

## **I.3. Tujuan**

Untuk mengetahui pemaknaan remaja Surabaya terhadap sensualitas dalam video klip girlband Korea Stellar “Marionette”.

#### **I.4. Batasan Masalah**

Agar penelitian dapat tetap terfokus maka peneliti memberi batasan masalah yaitu hal yang di teliti hanya terbatas pada pemaknaan tentang sensualitas perempuan dalam video klip Stellar yang berjudul Marionette. Peserta yang di gunakan juga hanya terbatas pada remaja Surabaya yang berada pada tahapan usia remaja pertengahan (15-18 tahun) dan remaja akhir (18-21 tahun).

#### **I.5. Manfaat**

1. Manfaat teoritis

Untuk menambah kajian penelitian kualitatif ilmu komunikasi terutama pada penelitian yang menggunakan metode Reception Analysis, dan juga mengenai penerimaan khalayak terhadap video klip.

2. Manfaat praktis

Membantu pembaca dapat mengerti bagaimana sensualitas ditunjukkan dalam video klip dan membantu penelitian selanjutnya sebagai referensi mengenai penerimaan remaja Surabaya tentang sensualitas yang ditunjukkan dalam video klip.