

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini membahas mengenai penerimaan remaja akhir mengenai LGBT dalam video klip “Born This Way” karya Lady Gaga. Pada penelitian ini, remaja sebagai khalayak bebas memberikan interpretasi mengenai realitas sosial yang dibentuk dan ditampilkan oleh media massa. Penelitian ini merupakan penelitian mengenai penerimaan khalayak (*reception analysis*) dimana khalayak dipandang sebagai individu yang secara aktif mampu memberikan persepsi, interpretasi, dan memproduksi makna.

Berawal dari adanya fenomena mengenai kaum LGBT yang menarik dalam dunia *entertainment*, seperti film, video klip, lagu dan sebagainya, maka peneliti dalam penelitian ini tertarik untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak sebagai individu aktif yang tidak dapat terlepas dari tayangan media massa dalam kehidupan sehari-hari mereka. Banyak bermunculan video musik dan lirik lagu yang secara tidak langsung menyinggung atau bahkan secara terang-terangan menggunakan kode-kode untuk menyampaikan bagaimana LGBT menimbulkan munculnya berbagai persepsi dan interpretasi dari kalangan masyarakat mengenai kaum itu sendiri.

Fenomena LGBT bukanlah sebuah fenomena baru. Menurut Boellstorff (2005:3), kaum LGBT Indonesia mulai mengakui jati diri mereka sejak awal tahun 1970 hingga awal 1980-an. Beragam perilaku

seksual dan identitas gender telah di kenal di wilayah nusantara sejak dahulu, namun identitas LGBT baru muncul di kota-kota besar pada awal abad ke-20. Meskipun demikian, persepsi masyarakat mengenai kaum LGBT ini sangat sulit diubah. Mereka mempunyai pandangan tersendiri yang bersifat pengucilan terhadap kaum ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah seorang remaja berusia 18 tahun yang memiliki teman sebaya seorang gay menyatakan, *“Saya dan teman-teman dilarang bergaul oleh orang tua sehingga saya menjauhinya”*. Di tengah masyarakat yang memiliki budaya dengan adat ketimuran, kaum ini semakin terpinggirkan. Bahkan, keberadaan kaum LGBT dinilai tidak sejalan dengan nilai budaya dan agama yang berkembang di Indonesia.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, kaum LGBT belum diterima sebagaimana orang-orang berorientasi seksual normal (heteroseksual). Meskipun secara psikologis kaum LGBT tidak dianggap sebagai golongan orang-orang ‘berpenyakit’, masyarakat Indonesia masih menganggapnya sebagai hal yang menakutkan dan patut dijauhi. Baik masyarakat yang tinggal di kota metropolitan, yang mana dianggap bisa memberikan toleransi lebih besar karena adanya nilai-nilai global yang mampu membuka celah penerimaan bagi kaum LGBT, maupun masyarakat di daerah terpencil, kerap mengucilkan kaum tersebut.

Isu kontroversial mengenai LGBT dapat menular ke orang lain menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat menjauhi kaum tersebut. Persepsi semacam ini bisa terjadi karena ada peran media massa dalam pencitraan kaum LGBT (Baria, 2005: 43). Pencitraan yang sudah begitu melekat dalam benak masyarakat ini kemudian berkembang menjadi stereotip yang kemudian diteruskan ke generasi berikutnya (Baria,

2005:44). Salah satu stereotip yang berkembang dalam masyarakat Indonesia atau dunia yaitu mengenai kaum LGBT yang dianggap menyimpang dari norma.

Bukti adanya stereotip yang berkembang di tengah masyarakat mengenai kaum LGBT di media massa, salah satunya berdasarkan hasil wawancara peneliti pada 12 Maret 2015 dengan seorang remaja berusia 18 tahun yang sedang menjalankan studi di salah satu Sekolah Menengah Atas (SMA) swasta di Surabaya. Sebagai penikmat media massa, khususnya televisi, ia sering melihat berbagai pemberitaan maupun film bertema LGBT. Ia menyatakan bahwa kaum LGBT adalah kaum yang menakutkan karena mereka menyukai sesama jenis. Selain itu, hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan salah seorang remaja berusia 20 tahun pada 1 April 2016 yang merupakan seorang penggemar musik, ia sering mendengar atau melihat adanya unsur-unsur berbau LGBT yang ditayangkan dalam lagu maupun video klip. Sama dengan hasil wawancara sebelumnya, ia merasa kaum LGBT adalah kaum yang abnormal karena mereka menyukai sesama jenis.

Namun di sisi lain, ada sebagian kecil masyarakat yang menunjukkan penerimaan terhadap kaum LGBT ini, khususnya masyarakat kelas menengah. Mereka mungkin tidak setuju dengan keberadaan LGBT, namun mereka masih bisa memberikan toleransi. Seperti contohnya wawancara dengan salah satu wiraswasta berusia 21 tahun, ia memiliki karyawan yang mengaku orientasi seksualnya adalah gay dan ia tetap mempekerjakan pria tersebut. Ia tidak merasa jijik dan memperlakukan pria tersebut sama persis dengan karyawan lain berorientasi heteroseksual.

Pandangan umum yang diterima oleh masyarakat Indonesia adalah pandangan yang meyakini bahwa seksualitas bersifat terberi, natural, dan tidak dapat diubah. Pandangan tersebut mendapat legitimasi dari ajaran agama bahkan budaya sehingga sekelompok orang yang seksualitasnya tidak sesuai dengan konsep tersebut dan biasa disebut sebagai kaum LGBT dianggap sebagai abnormal (tidak normal), bahkan tak jarang mereka mendapat perlakuan yang buruk, baik dalam bentuk diskriminasi maupun kekerasan (Oetomo, 2008:3).

Munculnya film, lagu/musik, video klip, dan media lainnya yang mendukung kaum LGBT menjadi suatu bentuk kritik sosial atas ketidakadilan yang terjadi sekian lama. Musik menjadi salah satu bentuk yang paling sering digunakan oleh para musisi untuk menunjukkan ekspresi diri mereka, termasuk bagi para artis yang terkait dengan isu LGBT, dalam artian mereka mendukung gerakan ini ataupun memang memiliki seksualitas sebagai LGBT. Musik menjadi salah satu bahasa universal. Melalui lirik lagu yang ada dalam musik menjadi sebuah komponen yang mampu menyebarkan pesan kepada khalayak (Masduki, 2005:40). Pesan ini dapat berupa curahan hati, ekspresi diri, aspirasi, penuangan imajinasi, pendeskripsian sesuatu, dan hal lain yang terkait dengan latar belakang penulis lagu.

Musik biasanya digunakan sebagai pengiring lagu. Kombinasi syair dan musik dapat menciptakan sebuah lagu indah yang dapat dinikmati oleh banyak orang. Lagu dapat menjadi sarana ekspresi atau emosional seseorang. Media sebagai saluran distribusi, mampu membuat musik menjangkau masyarakat secara luas, sehingga mengakibatkan munculnya banyak pencipta lagu dan juga menghasilkan banyak pecinta musik yang

kemudian menjadikan musik sebagai sebuah industri (Kariko, 2009:100-102).

Sebuah lirik lagu memiliki potensi untuk dijadikan video klip sebagai salah satu bentuk visualisasi isi sekaligus penggambaran latar untuk membantu mempermudah imajinasi seseorang. Lirik lagu mengalami proses transformasi ke dalam bentuk gambar hidup yang dapat membahasakan makna lirik lewat lagu yang dinyanyikan. (Kariko, 2009:100-102)

Video musik atau yang lebih dikenal dengan sebutan video klip adalah suatu video yang menggabungkan antara musik dari seorang penyanyi atau sebuah grup dengan tampilan visual yang merepresentasikan lagu dari grup atau penyanyi itu sendiri (Assilmia, 2012:2). Video musik telah menjadi bagian yang sangat penting dari industri musik. Sebuah video musik yang luar biasa dapat membuat seorang penyanyi berada di puncak tangga lagu.

Fungsi video klip adalah untuk mempromosikan seorang penyanyi agar lebih dikenal masyarakat (Cefrey, 2003:9). Para penyanyi berupaya agar lagu yang dipopulerkannya dapat diterima tidak hanya melalui siaran radio saja, tetapi juga melalui siaran televisi, dengan demikian target pasar yang dituju juga semakin luas jangkauannya. Saat ini sebuah lagu tidak lengkap tanpa adanya sebuah video klip. Sebagus apapun lagu itu, tidak akan selaris sebuah lagu yang memiliki video klip.

Berawal dari tahun 1970an hingga saat ini banyak bermunculan video klip di media massa yang secara langsung atau tidak langsung menggunakan kode-kode untuk menyampaikan pesan LGBT, seperti Cyndi Lauper dengan lagu "*True Color*" (Badash, 2015:1) Christina Aguilera

dengan lagu “*Beautiful*” (Love, 2011:1), Adam Lambert dengan lagu “*If I Had You*” (Alex, 2010:1), hingga Katy Perry dengan lagu “*Unconditionally*” (Olsen, 2013:1) dan masih banyak lagi. Sederetan artis yang mendukung gerakan kaum LGBT ini bahkan sangat sukses di belantika musik.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sylvina Sari Dewi tahun 2008 menyatakan keterlibatan Freddie Mercury dalam dunia LGBT pada lagunya yang berjudul “*We are The Champions*”. Lagu “*We are The Champions*” ini merupakan lagu yang identik dengan perjuangan maupun sportivitas di pertandingan olahraga. Awalnya, Freddie Mercury menciptakan lagu ini untuk meramaikan dunia sepak bola yang sedang *booming*, tetapi ternyata ditemukan simbol dan pesan *gay* di dalamnya. (Dewi, 2008:56)

Menggunakan teori semiotika Roland Barthes, Dewi menemukan bahwa lagu “*We are The Champions*” menggambarkan sebuah kehidupan kaum *gay* yang selama ini selalu menjadi kaum marginal yang di diskriminasi oleh masyarakat. Dalam lagu ini terdapat dukungan kepada kaum *gay* di seluruh dunia untuk berani terbuka terhadap identitas mereka dan berjuang demi mendapatkan pengakuan dan diterima oleh masyarakat sehingga tidak lagi menjadi kaum minoritas yang dilecehkan oleh kaum-kaum dominan (Dewi, 2008:72).

Seiring dengan perkembangan zaman, musik populer yang menggunakan kategori LGBT juga semakin berkembang pesat. Tercatat mulai dari tahun 1920 oleh J.D. Doyle dalam “*Queer Music History 101*” pesan LGBT tercermin dalam lirik lagu, genre, *fashion* atau gaya

berpakaian, video klip, maupun *image* (citra) yang sengaja dibangun oleh pencipta lagu itu sendiri (Doyle, 2011:2).

Lady Gaga merupakan satu dari sekian banyak penyanyi dan penulis lagu yang telah berkarir di dunia musik mancanegara. Ia terkenal sebagai penyanyi dan penulis lagu yang sangat eksentrik dalam setiap aksi dan lagu – lagu ciptaannya. Lady Gaga menjadi terkenal setelah merilis album debutnya *The Fame* (2008), yang sukses baik secara kritik maupun komersial dan meraih popularitas internasional dengan single “*Just Dance*” dan “*Poker Face*” (Gries, 2011:2). Album studio kedua *Born This Way*, dirilis pada 23 Mei 2011, menduduki puncak tangga album di seluruh pasar musik utama, setelah kedatangan single “*Born This Way*”, “*Judas*”, dan “*The Edge of Glory*” merupakan single pertama yang mencapai nomor satu di negara di seluruh dunia dan merupakan penjualan single tercepat dalam sejarah iTunes, menjual satu juta kopi dalam lima hari (Kaufman, 2011:1-2).

Lagu “*Born This Way*” merupakan sebuah lagu yang berisi pesan motivasi. Makna lagu yang ditulis dan diproduksi oleh ia sendiri bersama rekannya, Fernando Garibay, Jeppe Laursen, dan DJ White Shadow ini banyak sekali menimbulkan spekulasi dari para pendengarnya. *Born This Way* dikembangkan saat Lady Gaga menjalankan *The Monster Ball Tour* dan terinspirasi oleh musik tahun 90an mengenai pemberdayaan bagi perempuan dan komunitas gay (Kaufman, 2011:2).

Selain sebagai pencipta lagu dan penyanyi, Lady Gaga dikenal sebagai seorang pendukung kuat kaum LGBT. Sewaktu diundang sebagai tamu di *The Ellen DeGeneres Show* pada Mei 2009, ia memuji DeGeneres menjadi sebuah inspirasi bagi perempuan dan untuk komunitas gay (Gries,

2011:1). Selain itu, ketika Lady Gaga menghadiri MTV Video Music Awards 2010 didampingi oleh empat anggota Angkatan Bersenjata Amerika Serikat (Mike Almy, David Hall, Katie Miller dan Stacy Vasquez) yang telah dilarang bekerja secara terbuka karena seksualitas mereka (Fifi, 2012:1). Lady Gaga mengenakan gaun dibuat dari daging hewan yang mati saat penerimaan penghargaan. Lady Gaga berharap bahwa gaun tersebut, lebih luas dikenal sebagai “gaun daging”, yang ditafsirkan sebagai pernyataan hak asasi manusia dengan berfokus pada kaum LGBT (Fifi, 2012:2)

Saat ikut menghadiri *Europride*, acara internasional Eropa yang didedikasikan untuk masyarakat LGBT, yang diselenggarakan di Roma pada bulan Juni 2011, Lady Gaga memberikan pidato hampir dua puluh menit yang isinya mengkritik ketidaktoleran negara terhadap hak-hak gay di banyak negara Eropa dan menggambarkan LGBT sebagai “revolusioner cinta” sebelum menyanyikan lagu akustik “*Born This Way*” dan “*The Edge of Glory*” di depan ribuan orang di Circus Maximus. (Gries, 2011:2)

Video klip “*Born This Way*” memiliki beberapa adegan yang menarik untuk diteliti. Banyak penonton yang telah menonton video musik ini tidak menyadari bahwa akan adanya pendukung kaum LGBT yang ingin disampaikan pada video ini. Konsep yang sangat menarik membuat video klip “*Born This Way*” terlihat sangat mengesankan dan memiliki makna dari setiap adegan yang dimunculkan. Bahkan, lirik lagu yang jelas mendukung kaum LGBT tersebut ditunjukkan secara eksplisit pada lirik di bawah ini:

*Don't be a drag, just be a queen. Whether you're broke or  
evergreen. You're black, white, beige, chola descent. You're*

*lebanese, you're orient. Whether life's disabilities. Left you outcast, bullied, or teased. Rejoice and love yourself today. Cause baby you were born this way. No matter gay, straight, or bi, lesbian, transgendered life. I'm on the right track baby. I was born to survive. No matter black, white or beige, chola or orient made. I'm on the right track baby. I was born to be brave.*

Sumber: <http://www.metrolyrics.com/born-this-way-lyrics-lady-gaga.html>

Selain itu, simbol-simbol yang terdapat dalam video klip Born This Way menunjukkan dukungan bagi para kaum LGBT. Seperti *triangle pink* terbalik yang melambangkan simbol gerakan pembebasan kaum LGBT. Penggunaan simbol ini berasal dari partai NAZI dibawah pimpinan Adolf Hitler saat perang dunia ke II. Pada tahun 1970an, simbol ini resmi diakui oleh kaum gay dan lesbian sebagai simbol pembebasan, bukan penindasan dan hingga sekarang dikenal sebagai perjuangan kaum LGBT untuk mencapai kesetaraan (Maddux, 2007:10).

Penari dalam video klip Born This Way pun menggunakan pakaian dan aksesoris yang menggambarkan sosok LGBT, seperti adanya salah satu pria yang menggunakan rok hitam ketat. Hal ini menunjukkan adanya *gender bending* melalui pakaian dan bisa diasosiasikan dengan kaum gay, biseksual, maupun transgender. *Gender bender* merupakan perubahan penampilan dari pria ke wanita atau sebaliknya (Bailey, 2003:196)

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *reception analysis*, salah satu dari studi komunikasi yang mempelajari

tentang penerimaan khalayak terhadap pesan yang terdapat pada media. Dimana studi ini mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak (Hadi, 2008:2). Maksudnya, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media. Peneliti memilih metode penelitian *reception analysis* karena ingin mengetahui bagaimana pemaknaan remaja mengenai LGBT dalam video klip “*Born This Way*” Lady Gaga.

Khalayak adalah partisipan aktif dalam membangun dan menginterpretasikan makna atas apa yang mereka baca, dengar dan lihat sesuai dengan konteks budaya. Isi media dipahami sebagai bagian dari sebuah proses dimana *common sense* dikonstruksi melalui pembacaan yang diperoleh dari gambar dan teks bahasa. Sementara, makna teks media bukanlah fitur yang transparan, tetapi produk interpretasi oleh pembaca dan penonton (Hadi, 2009:3). Asumsinya adalah sebelumnya media hanya menjadi penyalur informasi, maka kini ia menjadi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi. Media kini bertugas untuk membawa *audience* masuk dalam dunia makna yang lebih luas, tidak terbatas pada tempat dan waktu kejadian sebuah peristiwa. Khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa (McQuail, 1997:19).

*Reception analysis* juga memahami perbedaan khalayak dalam proses pemaknaan, karena tidak terlepas dari konteks sosial budayanya (Jensen, 1991:137). Peneliti ingin melihat secara mendalam penerimaan

khalayak yang memiliki latar belakang (*field of experience*) dan referensi yang berbeda (*frame of reference*) berbeda sesuai dengan konteks latar belakang budaya mereka mengenai LGBT tersebut. Hal itu dapat diketahui dari data pribadi informan. Peneliti sengaja mengambil informan di Surabaya, dikarenakan kota Surabaya merupakan kota metropolitan di Indonesia terbesar ke dua (Kurniawan, 2015:1). Dalam hal ini juga berhubungan dengan masyarakat Surabaya yang merupakan masyarakat kota yang banyak menggunakan media massa. Sesuai pernyataan Bungin, bahwa media massa dan media elektronik merupakan media massa yang paling banyak digunakan oleh masyarakat kota (Bungin, 2006:154)

Informan yang dipilih oleh peneliti adalah informan laki-laki dan perempuan remaja tingkat akhir yang mengetahui, dengan arti lain menonton video klip "*Born This Way*" dengan usia 18-21 tahun. Menurut Sarwono (2004:24-25), batasan usia remaja dibagi menjadi tiga yaitu remaja awal/ *early adolescence* (12-15 tahun), remaja pertengahan/ *middle adolescence* (15-18 tahun), dan remaja akhir/ *late adolescence* (18-21 tahun). Alasan memilih remaja akhir sebagai objek dalam penelitian ini antara lain, pertama, remaja merupakan segmentasi utama dari berbagai karya Lady Gaga. Hal ini terbukti dengan dibuatnya sebuah organisasi sosial bernama *Born This Way Foundation* yang menaungi remaja dalam berkarya. Visi dan misi dari organisasi ini adalah *Youth Empowering and Inspiring Bravery* yang menginspirasi remaja dalam menciptakan berbagai inovasi dan menjadi sarana optimilisasi diri bagi remaja (Germanotta, 2014:1-2).

Selanjutnya, alasan kedua mengapa peneliti memilih remaja akhir karena remaja dipandang memiliki kategori khalayak aktif dimana mereka

memiliki keinginan yang besar untuk terlibat dalam perkembangan masyarakat. Remaja tingkat akhir cenderung bersikap apriori, yaitu berprasangka terlebih dahulu akan suatu keadaan dan mereka cenderung bersikap sinis terhadap suatu peristiwa atau kejadian (Hodkinson & Deicke, 2007:9). Remaja akhir dipandang memiliki kategori aktif karena keinginan mereka untuk terlibat dalam perkembangan masyarakat melalui karya mereka. Pendekatan yang baru terhadap remaja tingkat akhir, melihat remaja melakukan proses penggabungan dan penyesuaian *image* yang mereka ambil dari media yang akan mereka gunakan dalam mengkonstruksi identitas.

Ketiga, alasan peneliti memilih remaja akhir sebagai khalayak penelitian adalah karena remaja akhir merupakan khalayak yang sangat potensial diterpa oleh pesan dari media massa (Sarwono, 2012:159). Alasan keempat peneliti memilih remaja akhir karena mereka memiliki cara pandang dan kehidupan emosi yang lebih stabil dan lebih terkendali. Ia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya. Remaja akhir mulai meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian kekanak-kanakan. Mereka mulai mempersiapkan diri memasuki dunia dewasa yang akan dihadapi (Gunarsa, 2000:129)

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan penelitian ini tidak menggunakan angka atau statistik dalam analisa datanya. Seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti diatas, karena informan memiliki *frame of reference* dan *field of experience* yang berbeda-beda.

Selain itu, alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah ingin mengetahui penerimaan remaja akhir mengenai LGBT yang ada dalam

video klip *Born This Way* Lady Gaga. Sesuai dengan pendapat Lindlof (1995:41) bahwa “*different informant can offer a variety of insight because they have had unique experiences in the scene*”

## **I.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana penerimaan remaja tingkat akhir (*late adolescence*) mengenai LGBT dalam video klip “*Born This Way*” Lady Gaga?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengeksplorasi bagaimana penerimaan khalayak, khususnya remaja tingkat akhir (*late adolescence*) usia 18-21 tahun mengenai LGBT dalam video klip “*Born This Way*” Lady Gaga.

## **I.4. Manfaat Penelitian**

- Manfaat akademis :  
Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi yang berkaitan dengan LGBT dan khalayak aktif.
- Manfaat sosial :  
Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan masyarakat bagaimana memaknai LGBT yang ada dalam video musik atau video klip. Masyarakat juga dapat ikut mendukung pada pergerakan kaum LGBT yang sering mendapat perlakuan tidak adil bahkan pengucilan.