

BAB I

PENDAHULUAN

“Korea is the most interesting of the Asian cultures”

~ The Koreas: Asia in Focus (2009) ~

1.1. Latar Belakang

YouTube telah berhasil membuat panggung performa hadir secara virtual bagi semua orang, dan apapun yang ditangkap oleh video dan diunggah ke YouTube mungkin akan dilihat lebih dari jutaan kali tanpa alasan yang jelas. Untuk alasan ini, YouTube telah banyak digunakan untuk kepentingan kultural yang memunculkan banyak isu-isu kontroversial (Danesi, 2012:244). YouTube kini merupakan salah satu jenis media sosial yang menjelma menjadi ruang performa perempuanⁱ non-Barat di tengah-tengah euforia budaya populer.

Perempuan non-Barat secara khusus disebutkan sebagai *sang Liyan*ⁱⁱ untuk mendefinisikan inferioritas perempuan-perempuan dunia ketiga (*third-world women*) terhadap dunia pertama (baca: Barat)—yang ternyata menawarkan pemikiran ideologis bahwa laki-laki dianggap sebagai “*the one and only [self]*” (Kroløkke dan Sørensen, 2006:13-14). Dengan demikian, YouTube menjadi panggung kebudayaan yang mempertontonkan usaha perempuan untuk mengklaim identitas *Diri (Self)* melalui performa, yang membawa serta kepentingan ideologis yaitu resistensi terhadap Barat. Wacana resistensi ini pada akhirnya memposisikan Indonesia dalam persimpangan, munculnya peralihan

dominasi kultural yang sebelumnya, sejak masa kolonialisme, telah dikuasai oleh produk budaya Barat.

Peralihan dominasi kultural ini merupakan perwujudan resistensi terhadap industri budaya Barat dengan cara menghadirkan industri budaya yang serupa, namun dalam versi yang berbeda, yaitu Hallyu. Hallyu (sebutan awal untuk gelombang budaya Korea) diawali oleh kesuksesan drama Korea (K-drama) di akhir tahun 1990-an, dan kemudian menghasilkan klasifikasi baru yaitu neo-Hallyu yang lebih mengunggulkan K-Pop sebagai jualan utamanya, “*K-pop has taken a leading role in the new Korean wave ... have transcended the boundaries of the old Korean wave*” (People and Culture Magazine, dikutip dari Nugroho, 2011). K-Pop menandai apa yang disebut *the neo-Korean wave*, dengan pemanfaatan media sosial secara masif dan keterlibatan fans sebagai salah satu cirinya (Iski, 2011:38).

Histeria K-Pop ini merupakan produk manipulatif dari industri budaya, yang menurut Max dan Horkheimer, menghasilkan kesadaran palsu karena memanipulasi berbagai ideologi. YouTube merupakan salah satu kategori media sosial yang menjadi agen industri musik Barat dalam rangka merepresentasikan ideologi-ideologi kultural Barat, namun kini YouTube dimanfaatkan sebagai ruang performa bagi manusia postkolonial, yaitu perempuan Timur, yang sedang berusaha untuk menemukan kembali identitas *Diri*-nya. Implikasi yang dimunculkan adalah sebuah wacana pembalikan identitas *sang Liyan*, di mana perempuan yang selama ini dianggap sebagai *the Other* seolah berubah arah, demikian pula relasi antara Timur terhadap Barat. Idi Subandy Ibrahim, seorang

pengamat komunikasi di Indonesia, menyebut fenomena ini sebagai proses Asianisasi terhadap kebudayaan global (Kamil, Kompas, 15 Januari 2012).

Wacana Asianisasi ini dipercayai mampu mendobrak dominasi Barat dengan memperkenalkan “Barat dalam versi Timur”, atau dengan kata lain, industri Hollywood versi Timur, “*Over the past decade, South Korea, with a population of around 50 million, has become the Hollywood of the East, churning out entertainment that is coveted by millions of remaja stretching from Japan to Indonesia*” (Lara Farrar, CNN World, dikutip dari Contemporary Korea No.1, 2011). Presiden AS Barack Obama bahkan menyebutnya sebagai *sebuah keajaiban modern* dari Korea Selatan. Obama menekankan pada evolusi demokrasi Korea Selatan yang semula merupakan negara yang seakan tertutup, hingga kini menjelma begitu populer dengan K-Popnya (dalam <http://www.kapanlagi.com/showbiz/asian-star/barack-obama-tidak-heran-k-pop-begitu-dikenal-dunia.html>).

Asianisasi dalam industri K-Pop dapat dikatakan sebagai sebuah wacana resistensi yang muncul akibat sejarah kolonialisasi Timur yang tidak pernah lepas dari kekuasaan Barat. Akan tetapi K-Pop bukan sekedar bentuk perlawanan Timur terhadap Barat, namun pada tataran mikro, K-Pop juga membawa serta wacana resistensi perempuan dengan memanfaatkan pola mimikri terhadap simbol-simbol budaya Barat yang kemudian dijadikan sebagai jualan utama dalam industri K-Pop. K-pop banyak diakses melalui internet, terutama melalui situs YouTube.

YouTube dikatakan sebagai salah satu media yang paling sukses membuat K-pop menjadi sebuah fenomena global dan menjadi wadah bagi K-pop untuk

mempromosikan diri mereka, contohnya, sebuah album solo dari boyband Big Bang dirilis melalui YouTube berhasil menarik perhatian 390.000 *users* dari seluruh dunia hanya dalam 1 jam. Salah satu artis pemimpin *hallyu* lainnya, girlband Girls' Generation, merilis *teaser music video* "Hoot" pada Oktober 2010 dan tercatat 1 juta *views* dalam 2 hari (Ja-young, 2011, dalam http://www.Koreatimes.co.kr/www/news/biz/2011/02/123_81039.html).

YouTube mengklaim bahwa hingga November 2011, telah lebih dari 5 juta music video K-Pop diupload ke situs tersebut. Lima video musik terbanyak adalah TVXQ (400.000), Kara (400.000), Girls' Generation atau SNSD (340.000), Super Junior (270.000), dan Wonder Girls (260.000) (<http://www.metrotvnews.com/read/news/2011/11/10/71242/YouTube-Bakal-Buat-Channel-Spesial-K-Pop/13>).

Data ini memperlihatkan bahwa tiga (3) dari lima (5) video musik yang paling banyak tersedia untuk dikonsumsi melalui YouTube adalah kelompok artis K-Pop berkelamin perempuan yaitu Kara, Girls' Generation, dan Wonder Girls.

Perempuan diasumsikan menjadi jualan utama K-Pop. Merujuk pada konteks historis bangsa yang memproduksinya, Korea Selatan, adalah bangsa yang lahir dari ideologi patriarkisme yang sepanjang sejarahnya dilintasi oleh beragam dinasti kerajaan yang menghasilkan peradaban yang berpihak kepada laki-laki. Dalam buku yang berjudul '*Asias in Focus: The Koreas*' (2009:17), Marry E. Connor mengisahkan sebuah sejarah asal-usul bangsa Korea:

"Korea is one of the oldest countries in the world. The standard account of the origins of Ancient Choson is contained in the legend of the first great ruler, Tan'gun, who was born of a union between the son of the divine creator and a female bear that had achieved human form. According to

ancient Chinese historians, Tan'gun made the walled city of P'yongyang the capital in 2333 BCE, called his country Choson ("Land of the Morning Calm"), and ruled for 1,000 years. No evidence supports this story, but over the centuries the legend has contributed to the Korean sense of identity as a distinct and proud race".

Sejarah di atas mengisahkan bagaimana manusia Korea Selatan dihasilkan oleh penyatuan antara anak laki-laki pencipta abadi (*the son of the divine creator*) dan seekor beruang betina (*a female bear*) yang akhirnya menghasilkan keturunan berbentuk manusia (*human form*). Mitos ini, meskipun tidak memiliki bukti sejarah, telah berhasil membentuk peradaban manusia Korea Selatan yang memiliki identitas sebagai ras yang berbeda dan *angkuh*. Mitos ini mengukuhkan dikotomi antara laki-laki dan perempuan di mana laki-laki dianggap mewakili sesuatu yang *abadi* sementara perempuan dianggap mewakili *sifat kebinatangan*. Imaji yang terdapat dalam mitos sejarah bangsa Korea Selatan, kini menjadi warisan ideologi yang melekat dalam K-Pop. Meski bukan sebagai binatang (apalagi beruang), perempuan dalam industri K-Pop adalah sosok yang dikemas sedemikian rupa untuk konsumsi massal dalam rangka perwujudan resistensi kultural terhadap budaya Barat.

Mitos ini membenarkan pemahaman post-kolonial, yang mana perempuan dipandang mengalami 'kolonialisasi ganda' karena keberadaannya sebagai subjek yang dikuasai (*colonial subject*) dan diskriminasi umum yang dialami sebagai subjek perempuan dalam budaya patriarkal (Sutrisno dan Putranto, 2004:22). Dengan posisi yang seperti ini, *sang Liyan* perempuan harus menghadapi

dualisme struktur dominasi, yaitu Barat dan budaya patriarki yang tertanam dalam budaya Timur itu sendiri.

Salah satu contoh bentuk representasi *sang Liyan* perempuan melalui performanya di MV K-Pop adalah ekspresi kecantikan yang bersumber dari kolonialisasi. Dikatakan demikian karena perempuan dalam K-Pop MV dijadikan sebagai objek kecantikan yang sesungguhnya tidak mewakili kecantikan perempuan Timur, melainkan dijadikan objek yang mengekspresikan kecantikan Barat dalam rupa Timur. Kecantikan memang sudah terstandarisasi sejak dulu, yaitu kecantikan yang putih. Perempuan berkulit putih dianggap memiliki kecantikan yang ideal atau diidealkan (*ideal[ized] beauty*) (Prabasmoro, *Becoming White*, 2003). Kecantikan yang dianggap ideal ini terepresentasikan dalam tubuh perempuan yang ditampilkan dalam K-Pop MV, salah satunya adalah SNSD atau Girl's Generation. Girl's Generation termasuk girlband K-Pop yang sejak dini telah dilatih secara profesional dalam hal menyanyi dan menari, bahkan berakting dan menjadi model. Girl's Generation terdiri dari sembilan anggota perempuan, yang disebut-sebut sebagai *counterpart* dari boyband Super Junior yang juga merupakan salah satu kelompok musik K-Pop yang fenomenal.

Salah satu contoh representasi perempuan Timur yang dihadirkan Girl's Generation adalah MV berjudul "Gee". MV ini mencoba menegosiasikan *sang Liyan* dalam performa sebagai mannequin. Dengan menjadi mannequin, perempuan membawa serta keinginan untuk melakukan resistensi melalui mimikri terhadap model kecantikan Barat. Kenapa demikian? Karena mannequin merupakan penggambaran ideal dari perempuan-perempuan yang memiliki bentuk

tubuh yang indah, yang layak untuk dipertontonkan di etalase kota metropolitan. Kecantikan yang ditawarkan oleh mannequin adalah kecantikan yang putih (pada umumnya mannequin berwarna putih), yang sejalan dengan model kecantikan yang diwariskan Barat selama kolonialisasi.

Gambar 1.1
Girls' Generation dalam MV "Gee"



Namun menjadi cantik seperti mannequin dalam hal ini tidak lagi sekedar kecantikan yang putih. K-Pop menawarkan kecantikan yang lebih sempurna, kecantikan artifisial yang dapat diperoleh dengan cara yang sederhana—operasi plastik. Wacana kecantikan yang semacam ini merupakan sebuah fenomena hiper yang disebutkan Yasraf Amir Piliang sebagai fenomena *hypercare*, gejala upaya perawatan dan penyempurnaan daya kerja serta penampilan tubuh secara berlebihan, lewat bantuan kemajuan teknologi kosmetik dan medis (Kasiyan, 2008:213). Dengan model kecantikan yang artifisial ini, industri K-Pop memperlihatkan adanya pergerakan perempuan (*women's movement*) yang menghadirkan perempuan dengan label 'cantik' dan dijadikan sebagai subjek dalam setiap K-Pop MV yang diperankannya. Menjadi perempuan ala K-Pop bisa dikatakan merupakan sebuah diskursus keperempuanan di mana banyak perempuan kini terobsesi untuk menjadi cantik seperti perempuan K-Pop.

Diskursus ini sesungguhnya berkaitan dengan persoalan *sang Liyan* yang selama ini melekat dalam tubuh perempuan Timur yang sejak dulu telah menjadi wilayah perebutan dan perjuangan identitas sebagai seorang *Diri (the Self)* yang ingin diakui keberadaannya di mata Barat.

Sejarah memperlihatkan bahwa Korea Selatan sendiri sejak dahulu telah melegitimasi adanya relasi kekuasaan dominan laki-laki terhadap perempuan, dan bersamaan dengan sejarah kolonialisme yang panjang, Barat melegitimasi diri sebagai sumber kekuasaan kultural. Sejarah Korea Selatan memperlihatkan adanya percampuran budaya sejak masa sebelum kolonialisme, yang berakibat pada berbagai aspek kehidupan masyarakat Korea Selatan, termasuk perempuan.

Korea has a history that stretches back some 5,000 years, and in that time it has developed its own unique culture. Starting in the late 19th century, however, the nation was sucked into the vortex of a chaotic world history, suffering the ills of colonialism for many years ... After the Korean War, Korea had to start from scratch in almost everything. Culture was no exception to this... Ancient Koreans absorbed Buddhism, Confucian teachings and Chinese traditions. More recently, Korea began to absorb American lifestyles and education, European, philosophy, and Japanese modernity (Contemporary Korea No.1, 2011:17-18).

Perpaduan dari nilai-nilai yang diadopsi dan diadaptasi oleh Korea Selatan memberinya legalitas untuk memproduksi produk-produk kultural yang hibrid yang dapat menyusup ke budaya mana pun di dunia. Legalitas ini diperkuat dengan keberadaan media sosial berwujud *content community* yaitu YouTube. Hingga saat ini, YouTube telah menyebarluaskan gelombang kebudayaan Korea sedemikian rupa hingga ke bumi belahan Barat, ke negara-negara dunia pertama.

Pergerakan ini menandai adanya transisi budaya yang menjembatani dua dunia yang sangat berbeda: Timur dan Barat; dunia ketiga dan dunia pertama.

Pada 10-11 Juni 2011 yang lalu, 7.000 tempat duduk di Le Zénith de Paris, salah satu venue terbesar di kota Paris dipenuhi oleh fans-fans muda. Event ini merupakan official debut dari K-Pop di panggung Eropa ... Fans yang hadir tidak hanya orang Perancis, namun juga dari Inggris Raya, Jerman, Spanyol, Italia, Swiss, Polandia, Latvia, dan Serbia. Mereka merupakan sebuah bentuk representasi virtual dari benua Eropa yang sangat besar itu, yang dalam logat bahasa masing-masing melantunkan nama sang penyanyi Korea, ikut menari dan bernyanyi dalam bahasa Korea (Contemporary Korea No.1, 2011:9).

Uraian di atas memperlihatkan perjuangan identitas Timur yang selama ini dianggap tiada hingga kini di-ada-kan untuk dinikmati bersama oleh beragam bangsa Barat. Dalam relasi ini, garis antara Barat dan Timur menjadi kabur, dan sejalan dengan itu, persoalan *sang Liyan* perempuan Timur tidak lagi sebatas relasi gender antara laki-laki dan perempuan, melainkan menyimpan adanya kompleksitas diskursus yang kerap kali tidak disadari kehadirannya. K-Pop dengan demikian akan menjadi sebuah hiper-komoditas (*hypercommodity*) yang menyediakan ruang bagi Timur untuk melakukan resistensi terhadap Barat dengan memanfaatkan perempuan sebagai komoditas utama yang ditawarkan dalam industri K-Pop. Ruang kultural K-Pop di YouTube tidak lagi sekedar menawarkan kesenangan budaya populer yang silih berganti, namun di balik teks yang ada di setiap MV yang diunggah ke YouTube, perempuan direpresentasikan sedemikian rupa untuk memperlihatkan adanya ideologi-ideologi yang bermain di dalamnya.

Sesungguhnya persoalan resistensi perempuan ini bukan yang pertama kali terjadi, dan industri budaya ideologis semacam K-Pop ini juga bukan merupakan hal yang baru. Indonesia sejak dulu memang merupakan wilayah perebutan dan perjuangan identitas kultural yang tidak pernah berakhir. Indonesia pernah mengalami proyek globalisasi kultural misalnya budaya Jepang, Bollywood, dan Hollywood. K-Pop dan gelombang kebudayaan serupa hanyalah salah satu dari banyak proyek kebudayaan yang pernah muncul sebagai ekspresi dari kelompok kultural yang merasa tak terepresentasikan dengan baik oleh media.

Industri budaya populer Korea, menurut presiden KBS (*Korean Broadcasting System*), Cho Dae-Hyun, merupakan salah satu pasar yang paling kompetitif di dunia. Dua produk unggulan industri ini, yaitu K-Pop dan K-Drama saling berkompetisi untuk melatih aktor dan penyanyi selama bertahun-tahun untuk menciptakan drama dan program musik yang berkualitas serta berkolaborasi dengan ahli-ahli yang telah mendunia. *Dream High*, adalah salah satu contoh drama musikal yang merupakan kolaborasi dari K-Pop dan K-Drama. Drama musikal yang diproduksi oleh raksasa media KBS di tahun 2011 lalu ini, berhasil masuk nominasi dalam *youth category of Rose d'Or festival*, satu-satunya program Asia yang dinominasikan di festival televisi global yang diadakan di Lucerne, Switzerland. Di negara asalnya, drama ini meraih rating sebesar 20% dan telah diekspor ke lebih dari 20 negara di Asia dan Eropa. Drama ini dianggap menjadi sukses karena merupakan kombinasi dari dua faktor kekuatan utama dalam Hallyu yaitu drama dan K-Pop (Chong-un, 2012, dalam

<http://www.thejakartapost.com/news/2012/02/29/kbs-drama-dream-high-nomina-ted-european-award.html>).

Kolaborasi antara K-Pop dan K-Drama memperlihatkan bagaimana dua produk kultural Hallyu tersebut mampu menaklukkan pasar Eropa. Merujuk pada data KOCCA (*Korea Creative Content Agency*), sebuah agensi yang didirikan pada tahun 2009 di bawah bimbingan Departemen Kebudayaan Korea Selatan, memperlihatkan perkembangan industri hiburan Korea yang dilakukan dengan cara mengekspor berbagai produk budaya populernya ke berbagai negara di dunia.

Tabel 1.1
Statistik Ekspor *Content* Korea Selatan



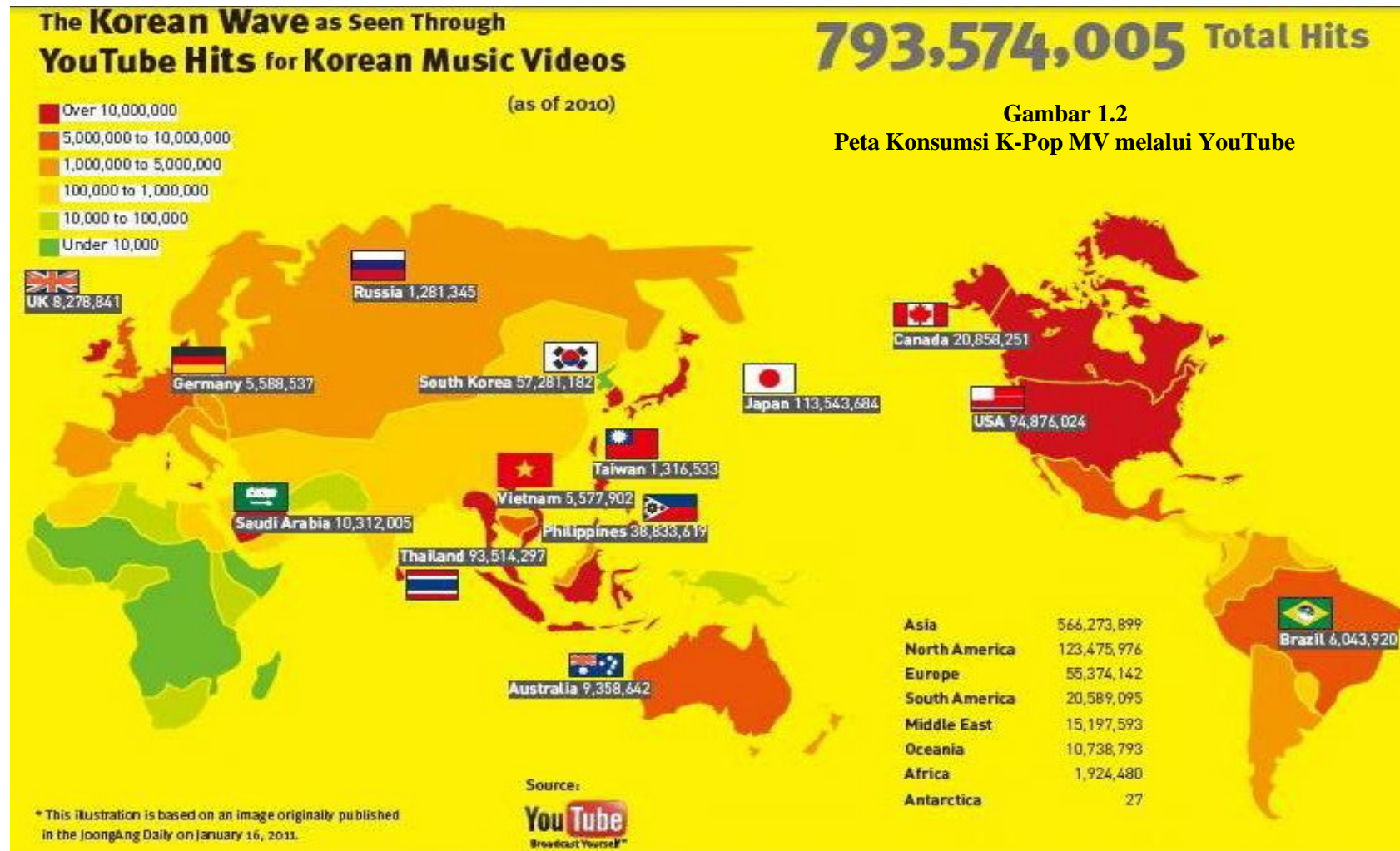
Sumber: <http://www.kocca.kr/eng/industry/trend/index.html>

Persentase kenaikan sebesar 4.1% pada tahun 2009, menurut KOCCA, berasal dari industri musik, games, dan broadcasting. KOCCA juga memprediksikan ekspor *content* Korea di tahun 2011 akan mencapai US\$ 3.8 billion dengan peningkatan 14% dari tahun sebelumnya (*Korean IT News*, dalam <http://english.etnews.com/news/detail.html?id=201102250008>). Industri musik K- Pop menjadi faktor utama perintisan gelombang budaya di berbagai negara yang mengimpornya. Tingginya angka ekspor produk budaya populer ini pasti akan berimplikasi pada pasar domestik negara yang mengimpornya. Kegiatan

mengimpor produk K-Pop akan menjadi beban ekonomi yang bernuansa politik kebudayaan, karena yang ditransaksikan dalam hal ini tidak sekedar ditujukan untuk kepentingan ekonomi melainkan juga untuk kepentingan politik yang berkaitan dengan penanaman nilai ideologis melalui ranah kebudayaan populer.

Terlepas dari K-Drama, K-Pop pun telah menjadi sebuah industri budaya tersendiri yang dapat dengan mudah diakses di media digital, terutama melalui situs YouTube. Menurut hasil analisis tim YouTube, jumlah *views* pada video musik Korea di tahun 2010 mencapai 793.574.005 yang berasal dari 229 negara, bahkan termasuk dari negara-negara yang letaknya jauh dari Korea (Ja-young, 2011, http://www.Koreatimes.co.kr/www/news/biz/2011/02/123_81039.html).

Peta di bawah ini memperlihatkan visualisasi negara-negara yang ‘dilanda’ K-Pop. Indonesia termasuk negara dengan tingkat konsumsi K-Pop di YouTube cukup tinggi (warna merah menunjukkan jumlah konsumsi di atas 10.000.000). Tingkat konsumsi paling tinggi di tahun 2010 adalah Jepang (113.543.684) dan Amerika Serikat (94.876.024), sementara tingkat konsumsi paling rendah berada di sebagian besar negara-negara di kawasan Afrika. Di Indonesia sendiri, tingkat konsumsi terhadap produk K-pop sebagian besar ditandai dengan warna merah yang artinya tingkat konsumsi K-Pop di Indonesia cukup tinggi. Penyebaran konsumsi secara geografis paling tinggi di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan sekitarnya, sementara Papua memiliki tingkat konsumsi yang cukup rendah yaitu 10.000 hingga 100.000 *views* (berwarna hijau).



Sumber: Contemporary Korea No. 1, 2011:22

Sejalan dengan data YouTube tersebut, KOFICE (*Korean Foundation for International Culture Exchange*), sebuah institusi pemerintah Korea Selatan yang ditujukan untuk mengawasi perubahan arus gelombang budaya Hallyu dengan lima fokus wilayah (Jepang, China, Asia Tenggara, Asia Tengah, Amerika Utara, serta Amerika Tengah dan Selatan), mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara yang “*influenced by Hallyu fever in Southeast Asia, Indonesia is showing increasing interest toward Korean Culture*”. Meskipun data YouTube di atas memperlihatkan Indonesia bukan merupakan negara yang paling tinggi tingkat konsumsinya (dibandingkan dengan Jepang dan AS), di mata industri budaya Korea, Indonesia merupakan pasar potensial yang semakin lama semakin memperlihatkan minat yang tinggi terhadap produk budaya Korea.

Fenomena Hallyu di Indonesia sebenarnya merupakan efek domino penyebarluasan Hallyu mulai dari China, Jepang, hingga ke seluruh Asia termasuk Indonesia. Meskipun hanya sebatas efek domino, sebagai salah satu pasar potensial. KOFICE sengaja mendirikan satu kantor korespondensi di Indonesia yang bertindak sebagai jendela pengamat perubahan arus kebudayaan secara global, serta mempelajari berbagai industri-industri budaya lokal di negara koresponden sehingga mereka dengan mudah mengontrol realisasi pengglobalan budaya populer Korea Selatan.

Gelombang kebudayaan Korea sesungguhnya dilatarbelakangi oleh krisis finansial yang dialami negara-negara Asia sejak tahun 1997 yang membutuhkan bantuan *bailout* dari *International Monetary Fund* (IMF). Di tengah-tengah depresi akibat krisis, Korea memanfaatkan kepopuleran internet dan menciptakan

sebuah dunia kapitalisme yang baru dengan berbagai pergerakan modal, media, dan budaya yang berkumpul menjadi satu dalam gelombang Korea atau Hallyu (Cho, 2005:148). Korea Selatan mengusahakan sebuah transformasi dunia yang masuk akal. Lebih lanjut lagi, dalam tulisannya yang berjudul “*Reading the ‘Korean Wave’ as a Sign of Global Shift*” tersebut, Cho mengkaji bagaimana orang Korea mampu mengembangkan sebuah perspektif baru dalam struktur dunia yang diakibatkan oleh krisis IMF, dan kemudian mengembangkan cita rasa baru dalam hal globalisasi, industri budaya, dan wajah baru Asia dalam waktu yang singkat.

Konsumsi massal K-Pop tersebut tidak mungkin terjadi tanpa bantuan evolusi teknologi *broadband* yang menciptakan media baru, yang kehadirannya menawarkan *speed and space*, di mana media baru membuka peluang bagi kehadiran informasi-informasi yang tidak dapat ditemukan dalam bentuk *hard copy* media konvensional serta menawarkan format multimedia yang lebih inovatif dan lebih menarik (Fenton, 2010:7). Di Korea Selatan sendiri, media berbasis internet dianggap sebagai sebuah simbol kemudaan dan resistensi (Yoon, 2001:253). Media baru menawarkan sebuah ruang pertukaran budaya—yang di dalamnya terjadi produksi, distribusi, dan konsumsi produk-produk kultural K-Pop dan juga produk kultural lainnya. Dalam ruang yang sama, performa perempuan direpresentasikan sebagai salah satu komoditas utama yang diperjualbelikan di antara budaya yang berbeda. Fungsi representasi mencerminkan efek yang dihasilkan media dalam mengkomunikasikan sesuatu. Dengan isu yang sama, media yang berbeda akan mengkomunikasikannya secara

berbeda dikarenakan pengaruh dari medium yang digunakan. Terlebih dalam media digital, fungsi representasi akan menjadi semakin arbitrer, tidak hanya bergantung pada aktor sosial yang mengkonstruksikan makna, namun juga karena tanda digital akan sangat berbeda dengan tanda yang ada dalam media konvensional. Dengan demikian, efek domino dari fenomena ini perlu dikhawatirkan karena ke-arbitrer-an tanda dalam media digital akan membuat semakin arbitrernya performa perempuan yang terepresentasikan di dalamnya.

Media seharusnya merefleksikan struktur masyarakat, disesuaikan dengan bahasa, etnis atau identitas kultural, politik, agama atau kepercayaan (Van der Wurff, 2004, dalam McQuail, 2010:198). Undang-Undang 1945 (hasil amandemen) yang merupakan dasar negara Indonesia juga mengatur negara untuk menjamin kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia (pasal 32), selain itu persoalan identitas kultural juga merupakan HAM yang dijamin oleh negara (pasal 28I ayat 3). Dengan demikian, media yang diakui sebagai pilar keempat dalam negara demokrasi, sudah selayaknya ditujukan untuk memajukan kebudayaan nasional dan juga menjamin identitas kultural perempuan sebagai perempuan Timur. Media massa dituntut untuk mampu merepresentasikan identitas budaya nasional selaras dengan perkembangan budaya global, dengan demikian media pun tidak boleh sekedar menampilkan produk kultural Barat (atau yang ke-Barat-barat-an), namun harus mampu menjamin keseimbangan antara Barat dan Timur di dalam ruang media termasuk di media digital. Performa perempuan dalam K-Pop MV di YouTube mengandung wacana resistensi Timur terhadap Barat yang dikhawatirkan akan membawa persoalan ideologis yang

terjebak dalam sistem terkunci antara ras, kelas, dan gender. Hal ini sangat mungkin terjadi mengingat Indonesia, sama seperti Korea Selatan, adalah bangsa yang lahir dari proses kolonialisme. Implikasi sebagai bangsa post-kolonialisme jelas tidak akan sama di antara Korea Selatan dan Indonesia, mengingat persoalan multikulturalisme Indonesia akan membuat perempuan semakin terjebak di dalam sistem terkunci bernama ras, kelas, dan gender.

Masuknya nilai-nilai kultural dalam K-Pop memang bukan wacana kultural yang dapat kita hindari, sama halnya dengan ketidak-mungkinan menolak warisan-warisan kolonialisme. Namun perlu dipahami bahwa meskipun Indonesia dan Korea Selatan merupakan sama-sama memiliki sejarah kolonialisme, Indonesia tidak seperti Korea Selatan yang masyarakatnya bersifat *dan-il min guk ga*, yang berarti satu ras (Rini, 2012, dalam <http://edsus.tempo.co/konten-berita/musik/2012/12/02/445381/42/Korea-Selatan-Ternyata-Lebih-Kecil-dari-Pulau-Jawa>).

Dengan perbedaan ini, akan ditemukan persoalan kompleks terkait resistensi perempuan dalam representasi *Diri*-nya. Persoalan ini, jika diposisikan dalam wacana multikulturalisme Indonesia, persoalan *Diri* perempuan akan terjebak dalam resistensinya terhadap kekuasaan kultural Barat karena mereka terikat pada persoalan ras, kelas, dan gender. Dengan demikian, kolonialisme akan tetap menyisakan praktek penjajahan dalam rupa imperialisme media, dengan perempuan sebagai objek utamanya.

1.2. Perumusan Masalah

Dalam dunia ketiga yang selalu didominasi oleh dunia pertama, Barat biasanya selalu menemukan cara untuk melegitimasi kekuasaan kulturalnya. Keadaan semacam ini akan menghadirkan relasi kesenjangan yang terus-menerus diabadikan media dalam dikotomi Barat dan Timur, yang serta merta menempatkan perempuan Timur sebagai manusia postkolonial yang hadir dalam sosok *sang Liyan*.

Kemunculan industri budaya populer Korea Selatan menjadi sebuah peluang untuk mempertanyakan kembali ruang publik yang kini semakin dipenuhi dengan diskursus budaya Barat dan Timur. Industri K-Pop yang memanfaatkan YouTube telah menjadi sebuah platform yang menyediakan kemungkinan resistensi dengan menempatkan perempuan sebagai pejuang resistensi terhadap dunia Barat melalui performa yang dilakukan perempuan dalam K-Pop MV.

Performa perempuan dalam *music video* (MV) di YouTube mencoba untuk menegosiasikan identitas *sang Liyan* untuk mendapatkan pengakuan atas eksistensi *Diri (the Self)* perempuan yang dianggap mewakili perempuan postkolonial lainnya, termasuk perempuan Indonesia. Dengan demikian, ruang kebudayaan di Indonesia akan menghadapi persinggungan antara Barat dengan Timur, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara yang cukup banyak mengonsumsi K-Pop melalui situs YouTube sehingga memungkinkan munculkan efek domino dari persoalan ideologis yang melekat di dalamnya.

Persoalan performa *sang Liyan* (perempuan) dalam K-Pop MV menjadi sebuah isu feminis yang penting untuk dikaji karena K-Pop MV yang ada di

YouTube tidak sekedar sumber kesenangan populer, namun menjadi persoalan resistensi kultural yang bisa mempengaruhi konstruksi *the Self* perempuan yang mengkonsumsinya. Atau, performa yang sama justru berbalik arah dan memunculkan pengukuhan dominasi Barat terhadap Timur. K-Pop MV ini berpotensi sebagai sumber penentangan terhadap dominasi kultural Barat, dan sebagai sebuah teks kultural, K-Pop MV di YouTube menjadi sebuah permainan tanda kultural yang sangat dinamis yang di dalamnya. Performa perempuan akan membawa wacana resistensi melalui permainan tanda yang dipengaruhi faktor-faktor seperti ras, kelas, seksualitas, dan gender.

Dalam hal ini, K-Pop tidak lagi dipandang sebatas sebuah fenomena musik modern dari Korea Selatan, namun K-Pop menjadi sebuah permasalahan multikultural yang akan berimplikasi pada persoalan ideologis terkait ide resistensi yang melekat di dalamnya. Berangkat dari permasalahan di atas, lalu muncul pertanyaan mengenai bagaimana performa perempuan dalam K-Pop MV di YouTube menghadirkan ideologi resistensi *sang Liyan*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Membongkar dan menguraikan ideologi resistensi *sang Liyan* yang dihadirkan melalui performa perempuan dalam K-Pop MV di YouTube.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian budaya feminis di media. Teori-teori dalam penelitian ini diharapkan dapat menguraikan permasalahan ideologis yang muncul dalam K-Pop MV di YouTube, serta mengkonseptualisasikan ideologi yang dimunculkan terkait dengan persoalan resistensi perempuan [Timur]. Penelitian ini menitikberatkan *content community* YouTube sebagai media digital yang berperan penting bagi penyebaran nilai-nilai kultural. Eksplorasi terhadap persoalan perempuan di dalam media digital diharapkan menjadi usaha pengembangan kajian komunikasi feminis di tengah keberagaman pilihan media untuk dikonsumsi.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dalam media massa khususnya media digital, mengingat media digital merupakan ranah representasi kultural yang sangat beragam yang dapat dengan mudah menanamkan ideologi melalui konten media yang ditampilkan. Media digital, dalam hal ini korporasi Google yang diwakili oleh YouTube Indonesia, diharapkan mampu mempertimbangkan implikasi etis yang dihadirkan akibat banyaknya konten media mengenai performa perempuan sehingga dapat meminimalisir problematika kultural yang dihasilkan mengingat perempuan Indonesia terdiri dari identitas etnik yang berbeda-beda.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu mengajak khalayak media digital untuk berpikir kritis dan tidak menerima secara langsung konten yang disampaikan oleh media, terutama yang menampilkan budaya populer K-Pop. Khalayak diharapkan memiliki kesadaran kultural sehingga khalayak tidak sembarangan mengakses dan mengkonsumsi konten media, namun khalayak diharapkan memiliki pertimbangan etis untuk mengakses konten media yang layak untuk dikonsumsi.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sistem kepercayaan dasar (*basic belief system*) atau cara pandang yang membimbing seorang peneliti untuk memilih metode serta menentukan cara-cara fundamental yang epistemologis dan ontologis. Sesuai dengan empat tipe paradigma yang dijelaskan oleh Guba dan Lincoln (1994:163-255), paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis (*critical theories*) mengacu pada *alternative paradigm* yang mengartikulasikan ontologi berdasarkan realisme historis (*historical realism*), epistemologi yang bersifat transaksional, dan metodologi yang *dialogic* dan *dialectical* (Denzin dan Lincoln, 2000:160).

Menurut Bourdieu (1977), sebuah pendekatan kritis merupakan sebuah pemahaman di mana praktik sosial serta bahasa yang kita gunakan saling terikat dalam hubungan sebab akibat yang mungkin tidak kita sadari dalam kondisi yang normal (Fairclough, 1995:54). Dengan demikian, pendekatan kritis dalam

penelitian ini dimaksudkan untuk membongkar diskursus-diskursus yang tersembunyi di balik teks media. Pendekatan kritis digunakan sebagai acuan dalam berfikir kritis dalam membongkar problematika K-Pop yang kini dikonsumsi secara massal melalui YouTube, yang membawa serta narasi resistensi di balik performa perempuan.

Pandangan kritis terlihat dalam pendekatan kajian budaya feminis di mana feminisme, seperti yang diungkapkan Van Zoonen (1994:4), digunakan untuk menteoritisikan multiplikasi dari relasi-relasi subordinasi perempuan dan menganalisis bagaimana relasi subordinasi tersebut dikaitkan dengan identitas kolektif, seperti gender ras, dan etnisitas. Paradigma kritis diasumsikan sebagai paradigma yang tepat dalam penelitian ini untuk menjelaskan adanya persoalan ideologis yang dihadirkan dalam performa perempuan yang ditampilkan dalam K-Pop MV di YouTube.

1.5.2. *State of The Art*

Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengambil sudut pandang yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Ada 4 (empat) penelitian yang dijadikan sebagai *state of the art*. *Pertama*, skripsi yang ditulis Aulia Dwi Nastiti (2010, program studi Komunikasi Massa, Universitas Indonesia), berjudul “Korean Wave di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet, dan Fanatisme pada Remaja (Studi Kasus terhadap Situs Asians Remaja Club di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk menjelaskan fenomena *Korean wave* atau *Hallyu* yang ditandai oleh kemunculan kelompok penggemar di internet (*fansclub* atau *fandom*). Objek penelitian adalah situs Asian Remaja Club 2, yang merupakan salah satu kelompok penggemar Hallyu terbesar. Hasil penelitian dari studi kasus ini mendapati adanya fanatisme kelompok penggemar yang terbentuk dibagi dalam tiga tataran, yaitu tataran kognitif, afektif, dan perilaku. Efek fanatisme ini diawali dari meningkatnya pemahaman kultural terhadap budaya Korea yang ditawarkan dalam situs *Asians Remaja Club 2*, kemudian menimbulkan ketertarikan terhadap budaya Korea, dan beranjak pada pola perilaku komunikasi yang berujung pada upaya difusi dan preservasi budaya Korea oleh kelompok penggemar (dalam <http://www.scribd.com/doc/67051422/Korean-Wave-di-Indonesia-Budaya-Pop-Internet-dan-Fanatisme-Remaja>).

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Woongjae Ryoo (2008, Honam University, Gwangju, Republic of Korea). Judul penelitian ini adalah “*The Political Economy of The Global Mediascape: The Case of The South Korean Film Industry*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan ekonomi politik kritis yang membongkar mengenai wacana globalisasi dalam fenomena *Hallyu* yang dilihat dari tiga konsekuensi, yaitu politik, ekonomi, dan budaya, dalam kaitannya dengan media sebagai alat produksi *Hallyu*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis empiris yang mengkaji hubungan antara negara, sektor swasta, dan media dilihat dari sejarah perkembangan *Hallyu* (*Media, Culture and Society*, Vol. 30(6):873-889).

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Rizal Irvani (2010, program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang) yang berjudul “Representasi Perempuan dalam Video Klip: Analisis Semiotik pada Video Klip Menghapus Jejakmu, Peterpan”. Penelitian ini merupakan penelitian interpretatif dengan pendekatan semiotika, yang mengkaji semua scene dalam videoklip “Menghapus Jejakmu” dari segi audio (lirik dan suara musik) dan visual (gambar). Teknik analisa yang digunakan adalah semiotika Peirce dan Riffaterre. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perempuan tidak memiliki standar yang layak untuk menyamai peran laki-laki di ruang publik (dalam eprints.umm.ac.id).

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Sue Jin Lee (2011, *Strategic Communications Major, Elon University*), berjudul “*The Korean Wave: The Seoul of Asia*”. Penelitian ini mengungkapkan bahwa gelombang budaya Korea menghasilkan *ripple effect* yang memainkan faktor-faktor politik, kultural, ekonomi, dan historis, guna membentuk reputasi nasional. Penelitian ini merupakan kajian kritis dengan pendekatan *comparative framing analysis* untuk membandingkan efek gelombang budaya Korea mulai dari Amerika Serikat, Asia, dan Korea Selatan. Unit analisis yang diteliti adalah 84 artikel online surat kabar *Korean Herald*, *Korean Herald* (Singapore), *Korean Herald* (Thailand), *Korean Herald* (Tokyo). Dari perbandingan framing berita *cross-national*, terdapat 3 (tiga) frame yaitu: (1) “*love/hate relationship: China, Japan, and Korea*”, (2) “*nation branding through culture*”, dan (3) “*cultural imperialism and backlash*”. Framing ini terbentuk akibat perbedaan *cross-cultural* yang menghasilkan interpretasi khalayak yang berbeda. Sue menyimpulkan bahwa gelombang budaya

Korea telah melampaui batasan geografis, budaya, politik, dan teoritis, dan saat ini sedang dalam proses mengkonstruksi jenis relasi antar batas (*relations accross boundaries*) yang baru yang masih terlalu dini untuk diprediksi (*The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, 2011, Vol.2(1):85-93).

State of the art pertama dan kedua merupakan penelitian mengenai fenomena gelombang kebudayaan Korea yang dikaji dalam bentuk studi kasus dan ekonomi politik kritis. Sementara, penelitian ketiga menggunakan pendekatan semiotika untuk memperlihatkan representasi perempuan dalam relasinya dengan laki-laki. Penelitian keempat menggunakan pendekatan *comparative framing analysis* yang menganggap gelombang budaya Korea sebagai sebuah usaha untuk mengkonstruksi relasi antar batas. Berdasarkan *state of the art* tersebut, tesis berjudul “Resistensi *sang Liyan*: Performa Perempuan dalam K-Pop MV di YouTube” ini mencoba menawarkan sudut pandang yang berbeda, yang memandang *music video* K-Pop sebagai sebuah ruang performa yang membawa wacana resistensi. Keberadaan perempuan sebagai *sang Liyan* merupakan persoalan ideologis yang perlu ditelaah untuk memperlihatkan perjuangan pergerakan feminisme dalam mengusahakan legitimasi *Diri* perempuan Timur.

Penelitian ini beranjak dari pendekatan *feminist cultural studies*, yang diasumsikan sebagai cara pandang yang tepat untuk mengkaji isu keperempuanan yang ditampilkan dalam K-Pop MV di YouTube. YouTube sendiri dianggap sebagai sebuah terobosan media baru yang disebut sebagai *YouTube phenomenon*, yang sulit untuk dikaji dalam pendekatan komunikasi klasik (Danesi, 2012:244).

Untuk itu, penelitian ini mengkonseptualisasikan secara berbeda diskursus perempuan melalui pemahaman komunikasi feminis yang dipengaruhi oleh cara pandang post-strukturalis, yaitu kajian performa yang akan dianalisis dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Kajian performa dianggap sebagai bagian dari studi komunikasi (Kroløkke dan Sørensen, 2006:34), dengan mempertimbangkan adanya perubahan performa (khususnya performa perempuan) dalam media massa secara signifikan dari masa feminisme gelombang pertama hingga ketiga. Dengan demikian, kajian performa ini merupakan bagian dari perjuangan untuk membongkar isi media pada tataran mikro, yang diharapkan dapat memprediksi efek yang dihasilkan guna pertimbangan perubahan arah kebijakan media.

1.5.3. Kajian Budaya Feminis

Kajian budaya (*cultural studies* atau disingkat CS) adalah sebuah kajian multidisipliner yang mengandung wacana yang berlipat ganda dan memuat sejarah yang berbeda karena pengaruh yang berbeda dari sejumlah disiplin seperti Marxisme, *culturalism*, strukturalisme, poststrukturalisme, *psychoanalysis*, dan feminisme (feminisme menjadi bagian dari politik perbedaan yang di dalamnya juga terkait dengan teori-teori mengenai ras, etnisitas dan postkolonialisme) (Barker, 2000:12).

CS memiliki beberapa konsep kunci yaitu: budaya dan sistem penandaan (*culture and signifying practices*), representasi, materialisme dan non-reduktionisme, artikulasi, kekuasaan, budaya populer, serta subjektivitas dan

identitas. Representasi menjadi sebuah pertanyaan utama yang sering dipertanyakan dalam CS, karena melalui representasi dunia dikonstruksikan dan direpresentasikan untuk dan oleh kita. Representasi dimaknai sebagai penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu yang bermakna mengenai bahasa tersebut, atau untuk merepresentasikan dunia yang penuh makna ke orang lain. Representasi merupakan bagian penting dari proses di mana makna diproduksi dan dipertukarkan di antara anggota kelompok sebuah kebudayaan. Dalam hal ini, kajian budaya menjadi sebuah praktek penandaan dari representasi yang menghasilkan pemaknaan tekstual yang mana representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda, gambar yang digunakan untuk merepresentasikan sesuatu (Barker, 2000:8-12; Hall, 1997a:15).

Lebih jauh lagi, Van Zoonen mengungkapkan bahwa CS merupakan kajian yang memperhatikan manifestasi dari budaya populer, isu-isu representasi, dan identitas kolektif seperti identitas nasional, etnisitas, dan gender. CS menerima kontribusi besar dari feminisme untuk membongkar dan mencari tahu bagaimana identitas kolektif terkonstitusikan dan menghasilkan relasi subordinasi (Van Zoonen, 1994: 4-5). Dengan demikian, CS dan feminisme dapat dikatakan memiliki kepedulian terhadap isu-isu serupa, bahkan Stuart Hall menyebut feminisme sebagai ‘pencuri’: “*feminism as ‘A thief in night, it broke in; interrupted, made an unseemly noise, seized the time, crapped on the table of cultural studies’*” (Barker, 2000:224-225). Anggapan feminisme sebagai pencuri ini memberi makna bahwa feminisme banyak ‘menginterupsi’ kajian budaya.

Dalam istilah lain, Stuart Hall menyebutkan bahwa bagi CS, *intervensi feminisme bersifat spesifik dan menentukan. Intervensi tersebut bersifat memecah. Intervensi tersebut menata ulang CS dengan cara-cara yang amat konkret* (Thornham, 2010:1). CS dan feminisme banyak menerima pengaruh poststrukturalisme dan postmodernisme dan menghasilkan kajian media feminis yang berfokus pada “*politics of pleasure*” yang mana politik kesenangan ini diasumsikan muncul dalam feminisme gelombang ketiga melalui negosiasi posisi perempuan melalui identitas yang terepresentasikan dalam politik performa (Van Zoonen, 1994:3; Kroløkke dan Sørensen, 2006:21).

1.5.4. *The Poststructuralist Communication Theories of Performance*

Performance merupakan pertunjukan formal dari sebuah lakon/sandiwara, program musikal, dan sejenisnya, yang dianggap sebagai representasi teks yang di-*display* di hadapan khalayak (Danesi, 2009:228). Teater menjadi hal yang penting bagi kajian performa karena dulunya, kajian performa lahir dari kajian teater di Inggris yang kemudian berfokus pada isu-isu tertentu yang mengikat di dalam teater (Bhattacharyya, 2005:313-314).

Performance dianggap sebagai sebuah aktivitas yang terpisah dari praktek seni abad ke-20 yang menyebar melalui bentuk-bentuk seni lain baik dalam memotivasi maupun menentang akademisasi seni dan bentuk hierarki. *Performance* merupakan hasil dorongan performik yang hadir dalam modernisme Eropa sebagai sebuah penolakan untuk menyesuaikan dengan teknik pengaturan musik klasik yang formal dalam narasi, citra, pola, komposisi, dan menegaskan

validitas dari bentuk-bentuk dongeng rakyat seperti balai musik, sirkus dan kabaret (Gamble, 2010: 382). Secara fundamental, teori *performance* mengakar pada pemikiran poststrukturalisme yang menandai adanya *interplay* antara subjek, bahasa, dan masyarakat serta menekankan agensi, kompleksitas, dan kontingensi dalam pelaksanaan kekuasaan. Poststrukturalisme ini menandai adanya pergantian performa, yaitu sebuah peralihan di mana performa berubah menjadi sebuah praktek komunikasi yang melekat (Kroløkke dan Sørensen, 2006:34).

Dalam buku *Gender Communication Theories and Analysis* (2006), dijelaskan bahwa *performance* merupakan sebuah kajian komunikasi feminis yang muncul dalam pemahaman feminis poststrukturalis, yang menandai kemunculan feminisme gelombang-ketiga. Melalui *performance*, identitas gender akan diekspresikan dalam wujud akumulasi dari beragam bentuk representasi dalam budaya kontemporer (Storey, 2003:91). Kajian klasik dari feminis poststrukturalis ini adalah *performance and positioning theory*, yang merupakan sebuah diskursus yang dibahas Judith Butler sebagai kritiknya terhadap feminisme gelombang kedua. Ada 4 (empat) premis dasar dari teori ini (Kroløkke dan Sørensen, 2006:45), yaitu: (1) Gender tidak lagi diposisikan sebagai sumber identitas dan bahasa, namun merupakan konsekuensi atau sebuah akibat/efek dari praktik semiotika; (2) Gender merupakan sebuah “gestur yang performatif” dengan efek *querring*, yang melaluinya kita dapat mengadaptasi dan menegosiasikan posisi subjek yang diskursif; (3) Kita berpartisipasi dalam performa gender melalui peniruan dan subversi yang retoris; dan (4) Istilah “*gendering*” saling bersilangan dengan persoalan ras, kelas, seksualitas, etnisitas, dan nasionalitas.

Dengan kata lain teori performa dan positioning ini memaknai kekuasaan sebagai sebuah konsep yang cair serta kompleks karena dibentuk dan dipengaruhi oleh praktek-praktek performa yang dikaitkan dengan berbagai faktor. Teori feminis poststrukturalis klasik ini selanjutnya termanifestasikan dalam kerangka pemikiran yang lebih fokus, salah satunya yaitu teori mengenai *performativity* yang dipelopori Kristin M. Langellier.

Langellier beranjak dari pemikiran Butler dan kemudian mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan adanya ruang bagi konsep *performance* dalam kajian komunikasi feminis. Langellier mengelaborasi perbedaan antara *performance* dengan *performativity*: “*whereas performance designates a type of imperfection that implies a transgressive desire for agency and action, performativity articulates a display of differences that challenges the forces of discourses and institutionalized networks of power*”. Bagi Judith Butler sendiri (dalam Salih, 2003:45,63), *performance* dan *performativity* dibedakan dari posisi subjek di mana *performance* menghadirkan keberadaan subjek sementara *performativity* meragukan atau bahkan meniadakan posisi subjek.

Karya feminis poststrukturalis yang dihasilkan oleh Butler dan Langellier selanjutnya menandai perkembangan agenda-agenda feminis poststrukturalis khususnya dalam kajian komunikasi yang dianggap relevan (Kroløkke dan Sørensen, 2006:129-136, 155-163), yaitu:

1.5.4.1. *Mimicry and Symbolic Reversals*

Filsuf feminis Perancis Luce Irigaray menyatakan bahwa peniruan (*mimicry*) merupakan sebuah cara bagi perempuan untuk memperoleh kembali suaranya

dalam proses komunikasi. Teknik mimikri secara tidak langsung menyatakan bahwa perempuan memainkan peran femininnya:

“to play with mimesis is thus, for a woman, to try to recover the place of her exploitation through discourse, without allowing herself to be simply reduced to it. It means to resubmit herself—in as much as she is on the side of the ‘perceptible’, of ‘matter’ to ‘ideas’, in particular to ideas about herself, that are elaborated in/by masculine logic, but so as to make ‘visible’, by an effect of playful repetition, what was supposed to remain invisible; the cover-up of a possible operation of the feminine in language. It also means to ‘unveil’ the fact that, if women are such good mimics, it is because they are not simply resorbed in this function”

Kutipan di atas mengisahkan bagaimana sebuah mimesis (proses peniruan) merupakan sebuah permainan bagi seorang perempuan yang mencoba untuk memperlihatkan dirinya dalam/oleh logika maskulin. Dengan cara yang seperti ini, perempuan yang seharusnya ‘tak terlihat’ (*invisible*) akan menjadi ‘terlihat’ (*visible*) karena perempuan memainkan repetisi peran femininnya, sehingga secara performa, perempuan menjadi bisa memperlihatkan identitasnya, bukan sebagai *Liyen* melainkan sebagai *Diri*.

Dalam hal ini, perempuan diasumsikan selalu memainkan diskursus mimikri sebagai usaha pencarian atas identitasnya. Perempuan mungkin saja menggunakan mimikri dari diskursus patriarkis, atau dalam konteks yang berbeda perempuan juga bisa memainkan diskursus Barat sebagai mimikrinya. Mimikri ini terus-menerus direpitisi. Bagi Bultler, mimikri dipreferensikan sebagai sebuah pertunjukan paksaan (*drag show*) yang mewujudkan retorik mimikri yang ambigu. Apa yang dipertunjukkan perempuan adalah tubuh yang palsu, yang membedakan

tubuh yang alami dengan tubuh yang imitasi. Semua ini terjadi karena kegilaan perempuan untuk menjadi subjek sehingga ia terjebak dalam ilusi identitas. Figur yang dipaksakan merupakan sebuah petanda bahwa setiap perempuan harus bisa *melampaui* (*pass*) identitas gender dan seksual yang diterima dalam komunitas dan budaya tertentu. Lebih jauh lagi, persoalan mimikri ini dicontohkan dalam “*passing*” dan “*cross-expressing*” dalam kaitannya dengan isu-isu mengenai gender, seksualitas, dan ras/etnisitas.

1.5.4.2. *Passing and Cross-Expressing*

Bagi Mary Bucholtz, “*passing*” mengacu pada kemampuan untuk diakui sebagai anggota kategori sosial tertentu di luar kategori sosialnya yang nyata. “*Passing*”, dalam teori poststrukturalis Butler, merupakan sebuah performa komunikasi, dan bahasa, yang kemudian menjadi sumber daya krusial yang berpindah dari satu kategori ke kategori lainnya. “*Passing*” dan “*cross-expressing*” merupakan sebuah model yang mengilustrasikan strategi komunikasi yang memperhitungkan kajian silang antara gender, seksualitas, dan ras/etnisitas dari perspektif performa.

Tabel 1.2
Figures of Mimicry

<i>Passing</i>	<i>Cross-Expressing</i>
<i>Pretending to be (desiring to be recognized as) something which she/he “is” not</i>	<i>Demonstrating that she/he is not what she/he pretends to be (recognized as)</i>
<i>Pastiche</i>	<i>Parody</i>
<i>Difference as identity</i>	<i>Identity as difference</i>

Sumber: Kroløkke dan Sørensen, 2006:134

Menurut Bucholtz sendiri, *passing* berkaitan erat dengan teknik *cross-expressing* (contoh: *cross-dressing*), yang mana keduanya merupakan upaya

pengelakan terhadap rasisme agar perempuan diakui sebagai individu yang diinginkan (*desirable*). Dalam perspektif *performance*, *passing* merupakan sebuah fantasi identitas dan *cross-expressing* adalah manifestasi dari fantasi yang biasanya dianggap sebagai parodi identitas. Identitas dalam hal ini menjadi persoalan perbedaan (*difference*) antara satu perempuan dengan perempuan lain, yang menghasilkan *interplay* antara ras, kelas, etnisitas, dan seksualitas.

1.5.4.3. *Mediation and Confrontation*

Ambiguitas dalam point (b), digunakan secara kritis dan ditransformasikan ke dalam strategi mediasi dan konfrontasi. Dalam tataran ini, Mary Bucholtz mereformulasi konsep *passing*. Bucholtz berpendapat bahwa konsep *passing* terkait dengan persoalan individu yang memiliki latar belakang etnis yang ambigu atau yang tercampur aduk sehingga perlu dipertanyakan legitimasi keaslian dari klaim etnisitasnya, *passing is the active construction of how the self is perceived when one's ethnicity is ambiguous to others*.

Tabel 1.3
Figures of Mimicry

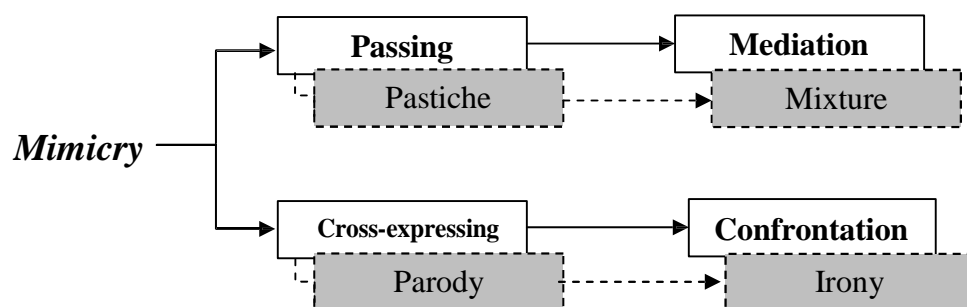
<i>Passing</i>	<i>Contact</i>	<i>Cross-Expressing</i>
<i>Pretending to be what one is not or demonstrating that one is not what one pretends to be</i>	<i>Surfing between possible points of identification and self-representation</i>	<i>Representing oneself as a mix of identifications or confronting different expectations and categorizations</i>
<i>Pastiche or parody</i>	<i>“contact”</i>	<i>Mixture or irony</i>
<i>Difference as identity or identity as difference</i>	<i>Identity as a complex and contingent process</i>	<i>Identity as mediated or conflicting</i>

Sumber: Kroløkke dan Sørensen, 2006:134

Melalui *performance*, manusia secara individual maupun kolektif dapat melakukan resistensi yang seringkali terkait dengan identitas kultural, seperti yang diungkapkan Shane T. Moreman dalam analisis tekstualnya terhadap 3 (tiga) memoir individu yang adalah hasil pencampuran Latin dan ras kulit putih. Dalam esai hasil disertasinya tersebut, Moreman menyebutkan bahwa performa merupakan jebakan-jebakan (*trappings*) yang memperlihatkan adanya hierarki bahasa, pertunjukan ke-putih-an, serta bahasa yang memproduksi *subjek* (Moreman, dalam *Text and Performance Quarterly Vol 29*, 2009: 346-366). Bahasa merupakan sumber krusial dalam performa komunikasi, sejalan dengan itu, ras/etnisitas, kelas, dan gender menjadi sistem terkunci yang melekat dalam performa perempuan dan dijadikan sebagai sebuah strategi untuk melakukan mediasi atau justru konfrontasi (Kroløkke dan Sørensen, 2006:135-136).

Secara keseluruhan, konsep-konsep dalam *performance theories*, dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.3.
Concepts of Poststructuralis Communication Theories of Performance
 (Judith Butler, Kristin M. Langellier, Luce Irigaray, dan Mary Bucholtz)



Sumber: data yang diolah dari buku Kroløkke dan Sørensen, 2006

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa mimikri merupakan strategi performa perempuan untuk menandai *Diri*-nya yang selama ini tidak diakui keberadaannya. Dalam mimikri, ada dua kemungkinan yang terjadi. *Pertama*, perempuan ingin menjadi sama dan bahkan melebihi/melampaui apa yang ditirunya (*passing*). Pola *Passing* akan memungkinkan perempuan untuk mendapatkan posisi yang diakui dalam kategori sosial masyarakat. *Kedua*, perempuan ingin meniru dan melakukan parodi terhadap apa yang ditirunya. Apa pun pola yang dipilih perempuan dari antara keduanya, menggambarkan usaha perempuan untuk menemukan identitas *Diri*-nya melalui proses mimikri (*mimesis*). Lebih lanjut lagi, persoalan mimikri juga akan dibahas dalam sub bab berikut, dikaitkan dengan pengalaman kolonialisme yang pada akhirnya membuat perempuan ingin keluar dari identitasnya sebagai *sang Liyan*.

1.5.5. Postcolonial Theories

Teori post-kolonial tidak mengacu pada teori tunggal, melainkan mengacu pada teor-teori yang diistilahkan dengan '*postcolonial theories*'. Istilah *post-* di sini mengacu pada *beyond* (melampaui), yang mengandaikan adanya pengakuan atas sekaligus upaya mengatasi *continuing effects* dari kolonialisme (Budiawan, 2010:vii). Postkolonialisme menandai masa di mana dominasi terhadap masyarakat postkolonial (*postcolonial societies*) masih berlangsung meskipun masa kolonialisme telah selesai. Keberlangsungan kolonialisme ini bersifat lintas waktu dan seringkali dideskripsikan sebagai sebuah neo-kolonialisme, atau dengan kata lain, sebuah keberlanjutan dari imperialisme yang terjadi akibat

sebagian besar kaum kolonial masih tetap menjadi ‘orang yang sama’ yang menjajah dalam wajah dan tampilan yang berbeda (Ramutsindela, 2004:1; Sutrisno dan Putranto, 2004:123).

Wujud neokolonialisme seringkali ditemukan dalam rupa imperialisme kultural yang konon dimaknai sebagai suatu wujud dominasi satu budaya atas budaya yang lain. Biasanya dipahami dalam pengertian keunggulan suatu bangsa dan/atau kapitalisme konsumen global (Barker, 2005:515). Imperialisme kultural ini akan sangat tepat jika diasosiasikan dengan westernisasi, seperti yang dikatakan oleh Robin (1991):

“for all that it has projected itself as transhistorical and transnational, as the transcendent and universalizing force of modernization and modernity, global capitalism has in reality been about westernization—the export of western commodities, values, priorities, ways of life” (dikutip dari Barker, 2000:115).

Imperialisme kultural mencakup bagian integral dan produk dari proses imperialisme yang lebih umum, di mana bangsa yang memiliki dominansi ekonomi secara sistematis akan berkembang dan memperluas kontrol ekonomi, politik dan kebudayaan ke wilayah negara lain (O’Sullivan dkk, 1994:73). Dengan kata lain, imperialisme kultural akan memunculkan relasi dominansi, subordinasi dan dependensi terhadap kekayaan dan kekuasaan yang dimiliki oleh bangsa kapitalis. Imperialisme kultural mengacu pada beberapa aspek dari proses-proses ini, misalnya, transmisi produk-produk tertentu berupa fashion dan gaya yang berasal dari bangsa yang dominan untuk sedemikian rupa menciptakan pola permintaan dan konsumsi tertentu di mana hal tersebut digaribawahi oleh sebuah

wacana pengabsahan nilai-nilai kultural, idealisme dan praktik budaya dominan. Dalam hal ini, budaya lokal akan didominasi dan pada level tertentu akan mengalami kepunahan, pergantian, dan mengalami tantangan dari budaya asing.

Proses ini diperankan oleh korporasi trans-nasional yang bertujuan untuk memfasilitasi persebaran *output* kebudayaan melalui ekonomi global, yang pada akhirnya melibatkan penyebarluasan ideologi-ideologi yang sesuai dengan sistem kapitalis. Korporasi trans-nasional dalam hal ini menjadi agen yang terus-menerus mensingkronisasi imperialisme budaya, sehingga secara konsekuen, imperialisme budaya merupakan hasil dari serangkaian proses ekonomi dan budaya yang berimplikasi pada reproduksi kapitalisme global (Barker, 2000:115).

Media massa dalam hal ini merupakan salah satu institusi yang paling berpengaruh di mana proses tersebut diorganisasikan dan dicapai, dan peran media massa ini seringkali diistilahkan sebagai sebuah imperialisme media. Mengutip dari buku yang sama, Boyd-Barrett mengistilahkan adanya '*the uni-directional nature of international media flow*' di mana aliran media ini membawa sebuah proses ekspor satu arah dari produk-produk media seperti film, program televisi, dokumen, berita, dan iklan, dalam sebuah sistem media yang mengembangbiakkan konteks budaya negara tertentu (O'Sullivan, dkk, 1994:74).

Bagi masyarakat postkolonial, bebas dari diskursus kolonial akan mengarahkan mereka pada jebakan krusial dalam wujud representasi nilai-nilai kultural yang melekat dalam sistem media. Ini merupakan strategi sang kolonial untuk menghadirkan imaji dimana tanah jajahan yang dianggap sebagai *perempuan* yang harus diselamatkan dari *mental disorder* (Shohat, 2012:95).

Persoalan ini menandai adanya ekspansi Barat dalam relasinya dengan representasi perempuan, "*The intersection of colonial and gender discourses involves a shifting, contradictory subject positioning, whereby Western woman can simultaneously constitute "center" and "periphery", identity and alterity.*" (Shohat, 2012:95) Dalam relasi ini, perempuan postkolonial akan menjadi instrumen representasi yang akan terus-menerus ada dalam relasi dominasi yang dikuasai oleh Barat. Representasi dari perempuan Dunia Ketiga sebagai yang bodoh, miskin, tidak terdidik, terikat tradisi, terdomestikasi, orientasi keluarga tradisional, dan korban. Sedangkan representasi perempuan Barat sebagai yang pintar, mapan, terdidik, punya pilihan bebas, dan modern (Arivia, 2006:41).

Feminis postkolonial memunculkan pertanyaan mengenai *whether subordinates can speak or are forever silenced by the virtue of representation within elite thought* (Spivak, 1988, dalam Olesen, 2011:130). Kaum feminis ini berargumen bahwa subjektivitas dan identitas dikonstruksikan dalam beragam cara dengan dikaitkan dengan beragam momen historis. Dengan adanya konstruksi yang berasal dari sejarah kolonial, kaum feminis postkolonial berharap adanya usaha untuk mendekolonisasikan *Diri (Self)* dan *Liyan (Other)*.

Feminisme dan postkolonial berusaha melihat keterkaitan antara jender/budaya/etnisitas dengan cara menolak oposisi biner yang menjadi dasar dari otoritas patriarkal dan kolonial. Bagi Gayatri Spivak, *Liyan* di sini disebut sebagai *subaltern*, yang mengacu pada kelompok yang lemah, yang tak berdaya. Spivak menyebutkan bahwa ketidakberdayaan dari *subaltern* ini berasal dari penindasan yang mereka alami sehingga akhirnya mereka terkonstruksikan

menjadi kelompok minoritas yang miskin, berkulit hitam, perempuan, ras pinggiran, dan warga negara kelas dua (Arivia, 2006: 38,40).

Dalam esai “*Can the Subaltern Speak?*”, Spivak beranggapan bahwa bahasa merupakan satu-satunya wujud ekspresi, resistensi, dan perjuangan. Namun kelompok subaltern tidak dapat berbicara karena bahasa bukan merupakan milik subaltern, sebaliknya, bahasalah yang menciptakan subaltern (Khair, 2009:108). Teori Spivak tentang *Subaltern* yang menyebutkan: “Antara patriarki dan imperialisme, konstitusi subjek dan formasi objek, sosok perempuan menghilang bukan dalam ketiadaan namun pada perwujudan sosok *perempuan Dunia Ketiga*”, terjat antara tradisi dan modernisasi (Spivak, dalam Arivia, 2006:46). Perempuan, merupakan kelompok masyarakat postkolonial yang terjebak dalam identitasnya sebagai perempuan Dunia Ketiga.

Bagi Spivak, bahasa merupakan satu-satunya strategi resistensi yang mungkin dilakukan oleh perempuan. Namun pendekatan postkolonial membuka kemungkinan strategi resistensi lain, yaitu mimikri. Mimikri merupakan sebuah pendekatan postkolonialis Homi K. Bhabha yang membuka ruang bagi kelompok terjajah untuk melakukan resistensi terhadap yang menjajah (Huddart, 2006:39). Logika yang sama juga berlaku bagi perempuan Dunia Ketiga dengan identitas sebagai *sang Liyan/the Other/subaltern* yang dikondisikan sebagai identitas warisan dari kolonialisme. Sejalan dengan teori performa (Kroløkke dan Sørensen, 2006), Bhabha mencoba mengkonseptualisasikan perjuangan ideologis resistensi melalui mimikri.

Bagi Bhabha, mimikri bukanlah sekedar imitasi dan kelompok subordinat yang melakukan mimikri tidak serta merta terassimilasikan dalam budaya yang dominan maupun superior. Bhabha memahami mimikri sebagai *an exaggerated copying of language, culture, manners, and idea*. Kata *exaggerate* (dilebih-lebihkan) memberi makna bahwa mimikri merupakan repetisi yang muncul karena perbedaan (Huddart, 2006:39).

[C]olonial mimicry is the desire for a reformed, recognizable Other as a *subject of difference that is almost the same, but not quite*. Which is to say, that the discourse of mimicry is constructed around an *ambivalence*; in order to be effective, mimicry must continually produce its slippage, its excess, its difference (Huddart, 2006:40).

Mimikri dikonstruksikan sejalan dengan ambivalensi diskursus postkolonial. Mimikri pun menyisakan hasil paradoks tentang apa yang terjadi pada *Liyan* yang ingin menjadi *Liyan yang dikenal (recognizable Other)*. Namun, menurut Bhabha, mimikri akan selalu menjadi pilihan strategi resistensi yang memungkinkan *Liyan* dapat dikenali dengan menjadi mimik (peniru) (Huddart, 2006:41).

1.5.6. Performa Perempuan dan Feminisme

Identitas perempuan sebagai *Liyan*, mengkonstruksikan bahwa ‘seseorang tidak *terlahir*, tetapi lebih *menjadi* perempuan’. Ini merupakan catatan Simone de Beauvoir yang mendefinisikan bahwa menjadi perempuan sama dengan menjadi *Liyan*. Kategori *Liyan* sangat fundamental dalam pembentukan subjek, sebab pengertian tentang *Diri* bisa diciptakan dalam oposisi terhadap sesuatu yang

bukan *Diri*. Perempuan dianggap harus menjadi *Liyan* selamanya karena laki-laki telah mengklaim kategori *Diri* atau subjek (Thornham, 2004:41).

Konstruksi perempuan sebagai *Liyan* dapat diubah ketika perempuan bisa memahami 'posisinya sebagai subjek' (Thornham, 2004:42). Usaha pembalikan relasi inilah yang menjadi persoalan penting bagi kebanyakan kaum feminis, salah satunya dengan pendekatan postfeminisme. Istilah ini, sama halnya dengan postmodernisme, dianggap sebagai sesuatu yang tidak memiliki bentuk tetap. Postfeminisme secara khusus dikisahkan sebagai *the Backlash* (serangan balasan), tergantung pada seberapa besar kemampuan perempuan untuk mendefinisikan dirinya (Gamble, 2004:53,56).

Dalam postfeminisme, kata *Diri* bagi perempuan dapat menjadi sangat bermakna karena perempuan diberi kesempatan untuk mendefinisikan *Dirinya*, salah satunya dengan performa (lihat sub bab 1.5.4). Namun persoalan keliyaran perempuan, dan usahanya untuk merebut posisi *Diri* dari tangan laki-laki terbentur pada perdebatan multikultural.

Bagi kaum feminisme multikultural, perempuan dipandang sebagai *Diri* yang terpecah. Keterpecahan ini lebih bersifat budaya, rasial, dan etnik daripada seksual, psikologis, dan sastra (Tong, 2008:309). *Diri* perempuan disituasikan dan diartikulasikan dalam konteks gender, ras, kelas, dan agama (Christian, 2011:71). Dua tokoh feminis multikultural yaitu Audre Lorde dan Angela Y. Davis, sama-sama mengaitkan *Diri* perempuan dengan kompleksitas multikulturalisme yang selalu menghadirkan subordinasi di kalangan perempuan-perempuan non-Barat.

Sister Outsider (1984) karya Audre Lorde merupakan karya yang berada pada persimpangan sejumlah posisi subjek perifer (pinggiran) yaitu perempuan, kulit hitam, lesbian dan penderita kanker. Lorde mengkritisi universalisasi terhadap pengalaman perempuan dan membuat asumsi-asumsi eurosentris berlaku untuk keseluruhan. Sementara itu, Angela Y. Davis dalam karyanya yang berjudul *Women, Race, and Class* (1981), berpandangan bahwa seksisme dan rasisme hanya dapat dihapuskan melalui perusakan sistem ekonomi yang memproduksi keduanya yaitu kapitalisme (Gamble, 2010: 274-275, 344). Bagi kaum perempuan di negara berkembang, feminisme cenderung ditujukan untuk merepresentasikan sebuah diskursus yang memiliki sensitivitas yang relevan dengan kulit putih yaitu dunia pertama serta bias neokolonial (Van Zoonen 1994:3). Diskursus ini menjadikan feminisme multikultural sebagai salah satu persoalan yang erat terkait dengan wacana kolonialisme di masa lampau.

Perempuan di negara berkembang atau disebut pula perempuan non-Barat, dikategorikan sebagai perempuan dunia ketiga (*third-world women*) yang diartikan sebagai kelompok homogen yang ‘tidak memiliki kekuasaan’ yang biasanya dianggap sebagai korban implisit dari sistem budaya dan sosio-ekonomis tertentu (Mohanty, 1994:200). Dalam hal ini, ‘Timur’ dan ‘Perempuan’ didefinisikan sebagai *Liyen*, sementara laki-laki [dan] Barat didefinisikan sebagai pusat humanisme. Dengan kata lain, *it is only in so far as ‘Woman/Women’ and ‘the East’ are defined as Others, or as peripheral that (western) Man/Humanism can represent him/itself as the centre* (Mohanty, 1994:215).

Liyan atau ‘*the Other*’ adalah salah satu persoalan *difference* (perbedaan) yang sering hadir dalam fungsi representasi media, yang sering diperdebatkan dalam masyarakat kontemporer (Hall, 1997b:225). Perbedaan merupakan persoalan yang menghadirkan pesona *otherness* (keliyanaan), yang merupakan konsep yang penting sekaligus berbahaya. Konsep ini salah satunya mengakar pada pendekatan linguistik Saussure di mana bahasa digunakan sebagai sebuah model yang menjelaskan bagaimana kebudayaan bekerja. Asumsi utamanya adalah ‘*difference*’ *matter because it is essential to meaning; without it, meaning could not exist*. Bagi Saussure, hitam hanya akan dimaknai hitam jika hitam dikontraskan dengan putih. Dalam hal ini, perbedaan yang ada di antara hitam dan putih akan menandakan dan membawakan makna. Konsep perbedaan yang terkandung dalam sistem penandaan akan memungkinkan munculnya oposisi biner antara hitam/putih, laki-laki/perempuan, maskulin/feminim, kelas atas/kelas bawah, dan sebagainya yang mana oposisi ini memperlihatkan adanya dimensi kekuasaan yang berbeda di antara keduanya (Hall, 1997b: 234-235).

Perempuan non-Barat dianggap berbeda dengan perempuan Barat. Salah satu perbedaannya didasarkan pada asumsi bahwa perempuan Barat lebih bersifat sekuler, memiliki kebebasan dan kontrol atas hidup mereka (Mohanty, 1994:215). Perbedaan lain yang menindas perempuan non-Barat adalah mitos tentang kecantikan. Naomi Wolf (2004) dalam bukunya yang berjudul *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, mengisahkan bagaimana perempuan secara sadar berjuang untuk diakui sebagai perempuan yang cantik:

“Para perempuan, baik yang berkulit putih, berkulit hitam, maupun sawo matang ... menyatakan mereka tahu, sejak awal mereka dapat berpikir

secara sadar, bahwa sosok yang ideal adalah sosok yang kurus, tinggi, putih, dan berambut pirang, dengan wajah yang mulus tanpa noda, simetri, dan tanpa cacat sedikit pun. Sosok perempuan yang sepenuhnya “sempurna” dan bagi perempuan itu, mereka rasa, dalam satu atau lain cara, bukanlah Diri mereka” (Wolf, 2004:3-4).

Kecantikan dalam hal ini merupakan sebuah bentuk penonmanusiawian (*dehumanization*) perempuan, karena tanpa label *cantik* mereka sering kali tidak dianggap dan tidak menganggap dirinya sebagai manusia yang layak. Ketidakcantikan ‘Timur’, akan membuat mereka terjajah oleh inferioritas, sementara di sisi lain, kecantikan ‘Barat’ akan membuat mereka merasa bahwa mereka bukanlah diri mereka sendiri. Perbedaan lain antara Barat versus non-Barat lahir dari perilaku paternalistik terhadap perempuan-perempuan non-Barat. Semua perbedaan antara Barat dan non-Barat secara umum mendeskripsikan perempuan non-Barat sebagai perempuan yang, religius (baca: tidak berkembang), *family-oriented* (baca: tradisional), lemah hukum (baca: tidak sadar akan haknya), *illiterate* (baca: *ignorant*), domestik (baca: berjalan mundur), dan kadang *revolutionary* (baca: dalam keadaan perang) (Mohanty, 1994:214). Demikianlah relasi perbedaan di antara perempuan dalam wacana feminisme multikultural.

1.5.7. YouTube dan Korean Popular Music (K-Pop)

K-Pop merupakan bentuk globalisasi budaya, sama halnya dengan budaya Amerika (budaya Barat), yang dianggap sebagai sebuah pendekatan untuk menaklukkan/melemahkan identitas nasional atau identitas budaya (Shim, 2006:26). Menurut Won K. Paik, seorang profesor ilmu politik di Michigan

University menyebutkan bahwa “*after all, it’s not the Korean but the Korean-hybrid or westernised form of the wave*” (Ashayagachat, 2011). Produk kultural K-Pop merupakan format dari budaya Korea yang di-westernisasi-kan dalam kemasan budaya Timur, sehingga baik Barat maupun Timur dapat menerima produk kultural ini. Ia merupakan sebuah penciptaan kembali budaya-budaya asing dalam gaya Korea, sehingga budaya yang dihasilkan tidak sekedar budaya Korea melainkan sebuah *byproduct* yang berasal dari benturan dan interaksi dari beberapa produk budaya yang berbeda (Contemporary Korea No.1, 2011:15).

Dalam pemikiran Theodore Adorno dan Max Horkheimer, fenomena penciptaan-kembali (*recreation*) budaya Korea di atas dianalogikan sebagai wujud penipuan massal yang dilakukan oleh industri budaya, “...*the false identity of universal and particular. All mass culture under monopoly is identical...*” (Adorno dan Horkheimer, 2006:41; 1999:32). K-Pop merupakan fenomena penciptaan kembali berbagai unsur-unsur *American lifestyles and education, European, philosophy, and Japanese modernity* yang diadopsi dan diadaptasi ke dalam budaya tradisional Korea Selatan. Produk budaya yang dihasilkannya berada di bawah pengaruh monopoli pasar budaya yang dicanangkan oleh Korea Selatan melalui industri kreatifnya.

Dilihat dari sisi historisnya, fenomena ini sebenarnya merupakan sebuah kebijakan *soft power* Departemen Pariwisata Korea Selatan. *Soft power* merupakan sebuah konsep diplomasi kultural yang berusaha untuk mencari pengaruh melalui budaya. Dengan kata lain, *soft power* merupakan kemampuan sebuah negara untuk membentuk preferensi bangsa lain dengan memanfaatkan

produk budaya, khususnya budaya populer (Huat, 2012:120). Hallyu merupakan bagian dari strategi ekonomi kreatif yang dikembangkan dalam usaha untuk keluar dari krisis moneter 1998.

“The miraculous turnaround of the 1990s was initiated by a complex number of developments—changes in trade laws that led to a loosening of censorship, the movement toward a democratic form of government, rapid industrialization and the growth of the middle-class, a shift in finance laws that altered the funding process, and the legacy of the 1980s Korean New Wave.” (Gateward, 2007:5)

Produk kultural yang dihasilkan oleh industri musik K-Pop tidak berupa budaya tradisional, melainkan budaya populer. Menurut Stuart Hall, budaya populer ... *merupakan tempat di mana hegemoni muncul, dan wilayah di mana hegemoni berlangsung* (Storey, 2010:3). Stuart Hall menjelaskan bahwa media merupakan alat hegemoni kekuasaan yang diposisikan untuk tetap mempertahankan dominansi dari kelompok-kelompok yang memiliki kekuasaan tersebut (Griffin, 2009:335). Media di sini dipandang sebagai wilayah tempat produksi budaya populer, yang juga sebagai wilayah produksi ideologi-ideologi yang dijadikan sebagai alat hegemoni kekuasaan.

Hegemoni merupakan sebuah konsep yang sangat penting dalam budaya populer, yang diteoritisikan oleh Antonio Gramsci. Bagi Gramsci, budaya populer memproduksi relasi kekuasaan. Di sisi lain, budaya populer juga memampukan kelompok-kelompok yang ter subordinasi untuk melakukan perjuangan ideologis (Guins & Cruz, 2005:7). Karya Gramsci mengenai hegemoni ini, banyak mempengaruhi perkembangan kajian budaya populer yang membantu

mengkonseptualisasikan resistensi sebagai bentuk perjuangan ideologis terhadap hegemoni kekuasaan.

Pemahaman budaya populer sebagai wilayah yang hegemonik inilah yang disebut Horkheimer dan Adorno sebagai “*the culture industry*”, di mana keseluruhan budaya saat ini saling berkaitan dengan kepentingan ekonomi politik dan produksi budaya dilakoni oleh korporasi kapitalis (Barker, 2000:44). Dalam lingkaran industri budaya yang disebutkan oleh Horkheimer dan Adorno tersebut, terdapat standarisasi dan manipulasi, *thus ‘Culture impresses the same stamp on everthing. Films, radio and magazines make up a system which is uniform as a whole in every part’* (dalam Barker, 2000:47). Keseluruhan media membentuk sistem industri budaya yang semua produksinya telah terstandarisasi terlebih dahulu sesuai dengan kepentingan industri.

Pengembangbiakan konteks budaya Korea Selatan, yaitu neo-Hallyu dengan produk kultural utama K-Pop, diperankan oleh YouTube. Istilah “*platform*” merupakan salah satu metafora yang banyak digunakan untuk menekankan pada kepentingan sosial, ekonomi dan teknologi yang terdapat dalam situs YouTube (Snickars dan Vonderau, 2009:13). Hal ini mengacu pada YouTube sebagai sebuah media sosial dalam bentuk *content community* yang di dalamnya berisi konten yang bisa diunggah oleh siapapun, terlepas dari batasan kultural setiap individu.

“...when plunging into YouTube discourse, one indeed begins to wonder about the transparent resemblances YouTube bears to a number of established cultural institutions...” *YouTube Methapors*, dalam “*The YouTube Reader*” (Snickars dan Vonderau, 2009:13)

Kehadiran YouTube dan media sosial lainnya telah memperluas pengaruh budaya populer yang dulu hanya dapat diakses melalui media konvensional. Media sosial YouTube, secara khusus memberi penekanan pada ‘*You*’ dalam ‘*YouTube*’ untuk mencerminkan adanya kebebasan bagi setiap individu dan kolektif untuk menyediakan sebuah *frame* kultural yang bergantung pada konten yang diunggah ke situs ini. YouTube disebutkan sebagai situs yang sangat penting bagi penyatuan kultural (Uricchio, 2009:24), karena posisinya sebagai media transparan yang mencampuradukkan berbagai institusi budaya dengan segala macam produk kulturalnya, salah satunya K-Pop.

Sebagai sebuah *platform* yang memiliki kepentingan sosial, ekonomi, dan teknologi, YouTube akan sangat mempengaruhi perkembangbiakan industri K-Pop di berbagai negara di dunia. Sebagai sebuah media yang transparan, YouTube menghadirkan dinamika ideologi yang saling tarik-menarik antara industri budaya yang mencoba untuk memperoleh posisi dominan. YouTube dengan demikian merupakan *platform* yang hegemonik, terstandarisasi oleh industri budaya yang memiliki kepentingan untuk memproduksi dan mendistribusikan produk-produk kulturalnya.

Standarisasi yang dilakukan oleh industri budaya membawa persoalan globalisasi kultural, yang menurut Arjun Appadurai, wacana globalisasi ini seringkali diasosiasikan dengan Amerikanisasi, adalah sama halnya dengan Indonesianisasi bagi orang Papua, Indianisasi bagi orang Srilanka, Vietnamisasi bagi orang Kamboja, dan sebagainya (Appadurai, 1999:221; 2006:588). Dalam konteks K-Pop, globalisasi yang dikatakan oleh Appadurai merupakan wujud

Koreanisasi bagi orang Indonesia dan bangsa mana saja yang mengalaminya. Hal ini tentu saja akan membentuk pola imperialisme yang memperkuat sejarah kolonialisme Barat terhadap Timur yang mana jauh sebelumnya, kolonialisme menandai proses historis di mana “Barat” berusaha secara sistematis untuk menghancurkan atau menafikan perbedaan dan nilai-nilai kultural dari bangsa “non-Barat” (Gandhi, 1998:16; 2007:21). Pengalaman historis bangsa “non-Barat” tersimpan dengan rapi dalam kemasan *music video*/MV (video klip).

MV merupakan sebuah bentuk produk kultural baru yang muncul sejak tahun 1980-an. MV dideskripsikan sebagai bentuk kultural yang hibrid yaitu produk industrial dan komersial yang mengkombinasikan visual, musik dan beragam jenis produksi yang berbeda dari teks audio-visual biasa. Kemunculan MV memberikan spekulasi bentuk baru dari komersialisasi dan komodifikasi budaya, seperti yang dijelaskan oleh Fiske (1987) dan Kaplan (1987) yang mana MV memiliki kesamaan dengan iklan komersial karena telah mengkomersialisasikan musik populer (Casey, dkk, 2008:173).

MV merupakan sebuah film pendek, ‘*a short film showcasing a particular song or artist*’ (Danesi, 2009:205; Strasser, 2010:97). Dilihat dari genrenya, maka MV termasuk dalam genre film musikal (mengacu pada *historical taxonomy* dalam Nelmes, 2003:156), MV memberikan spekulasi mengenai pengalaman historis perempuan di balik tampilan performa yang mereka hadirkan dalam K-Pop. MV tidak sekedar pencontohan tren baru yang tumbuh dalam masyarakat kontemporer, namun MV merupakan *the ultimate example: of commodification, of the incorporation of authenticity and resistance, of textual and psychological*

schizophrenia, of the 'postmodern' disappearance of reality, and of new forms of resistance (Frith, dkk, 2005:185). MV merupakan sebuah bentuk baru dari resistensi dengan kemasan performa yang menarik perhatian. Kajian mengenai MV merupakan sebuah ranah konvergensi dan berada di tengah beragam batasan ilmu, dengan demikian ia melibatkan berbagai teori-teori film dan kajian televisi. Dalam momen perkembangannya, MV diklaim sebagai sebuah ekspresi dari *rock journalism* dengan alasan: (1) MV memiliki 'gambar' yang lebih penting dari pengalaman musik itu sendiri yang memiliki efek yang perlu ditakuti, dan (2) MV mengurangi kebebasan individual dalam mendengarkan musik, karena efek visual dan interpretasi naratif lirik lagu yang dihasilkan (Frith, 2005:2).

Bagi Fiske dan Kaplan, MV dikarakteristikan sebagai teks postmodern. *MV combine the codes and conventions of the spectacle of live performance (atmospheric lighting and location, dry ice, coloured smoke, explosions, strobe lighting) with special effects, multi-media technology and post-production technical wizardry (exemplified in the extensive use of rapid editing techniques, extreme camera angles, slow-motion and freeze-frame devices)*. Kode dan konvensi ini menciptakan fragmentasi jenis MV yang sangat beragam yang kemudian mengaburkan batas antara masa lalu dan masa kini karena semua terlihat kontemporer sehingga akan sulit membedakan antara *high culture* dan *popular culture*. MV meminjam apapun sumber kultural yang ada seperti film, iklan, *newsreels*, seni *avant-garde* dan seni modernis, fashion, animasi, pornografi, dan sebagainya. Hal ini menghasilkan intertekstualitas dan mencampuradukkan teks dalam *pastiche*, *bricolage*, dan parodi. Hasilnya, MV

tidak menampilkan narasi yang linear melainkan menciptakan *non linear pastiche of image* dan sebuah pengalaman *schizophrenic* di mana tidak akan ditemukan satu sudut pandang tunggal (Casey, dkk, 2008:173-174).

Dalam bahasa Vernallis (dalam Strasser, 2010:97), MV termasuk dalam kategori non-naratif yang berisi lagu yang *cyclical* dan episodik. Cerita dalam MV hanya muncul dalam relasi dinamis antara lagu dan gambar, yang bisa menghilang kapan saja. Dilihat dari struktur plotnya, MV termasuk dalam kategori *episodic structure*. Berbeda dengan struktur yang klimatik, struktur episodik ini terdiri dari banyak *scene* pendek yang terfragmentasi, tidak linear, dan mengalami *juxtaposition* (kontras/berlawanan) satu dengan yang lainnya (Wilson, 1985:161).

1.5.8. Asumsi Penelitian

K-Pop MV di YouTube merepresentasikan gagasan resistensi perempuan Timur terhadap dominansi kultural Barat, yang dilakukan melalui pola mimikri (peniruan) terhadap standar performa Barat. Resistensi ini merupakan performa perempuan Timur yang selama ini dianggap sebagai *sang Liyan*, yang mana perempuan Timur berusaha keluar dari narasi postkolonial yang sepanjang sejarah selalu memarginalkan perempuan-perempuan non-Barat. K-Pop MV di YouTube menjadi sebuah ranah digital yang menyediakan panggung performa bagi perempuan yang pada akhirnya akan menggiring perempuan untuk menegosiasikan *Diri*-nya dalam sistem terkunci (*interlocking system*) antara ras, kelas, dan gender.

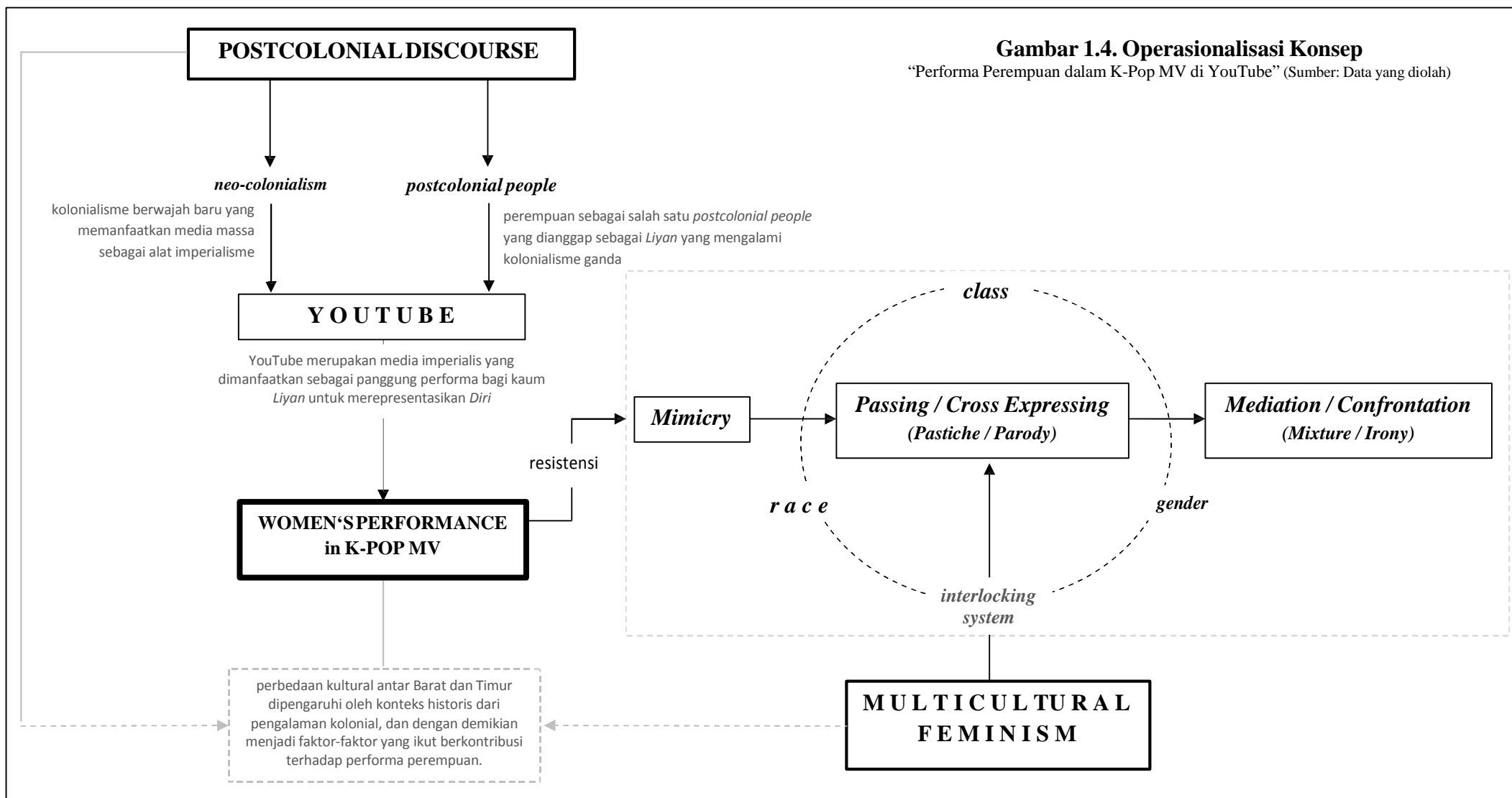
Identitas sebagai *sang Liyan* merupakan warisan dari wacana postkolonial yang menjadikan perempuan sebagai salah satu kelompok manusia postkolonial. Identitas ini bernegosiasi dengan faktor multikultural yang mana pengalaman kolonialisme akan menghasilkan metafora postkolonialisme yang berbeda sesuai dengan faktor-faktor multikultural yang berlaku di suatu bangsa tertentu. Dengan demikian, sebagai bangsa yang lahir dari rahim postkolonialisme, Indonesia dan Korea Selatan dianggap memiliki persamaan dan juga perbedaan yang nantinya akan terjebak dalam persoalan multikultural.

Performa perempuan di dalam K-Pop MV di YouTube merupakan representasi manusia postkolonial. Performa ini diawali dengan proses mimikri, yang mana perempuan [Timur] melakukan mimikri terhadap standar performa Barat, namun mimikri ini tidak direpresentasikan benar-benar sama melainkan akan ternegosiasikan dalam proses *passing* dan *cross-expressing*. Dalam proses ini, mimikri yang dilakukan oleh perempuan [Timur] akan meminjam identitas budaya asing atau sekedar menyilangkannya dengan identitas multikultural mereka, yaitu ras, kelas, dan gender. Hasil dari persilangan tersebut akan memperlihatkan apakah performa perempuan [Timur] mampu melakukan mediasi (atau justru konfrontasi) terhadap kebudayaan Barat.

1.6. Operasionalisasi Konsep

Konsep-konsep utama dalam penelitian ini dioperasionalisasikan seperti yang terlihat dalam bagan berikut:

Gambar 1.4. Operasionalisasi Konsep
 “Performa Perempuan dalam K-Pop MV di YouTube” (Sumber: Data yang diolah)



1.7. Metoda Penelitian

1.7.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Semiotika memperlakukan teks media sebagai komponen utama dalam melakukan analisis. Dalam hal ini, semiotika digunakan untuk mengkaji bagaimana permainan tanda yang terdapat dalam K-Pop MV di YouTube mengkonstruksi makna kultural tertentu. Tanda menjadi sebuah unsur yang sangat penting, karena sebuah tanda menjadikan realitas di luar dirinya sebagai rujukan atau citra cerminnya (*mirror image*). Hal ini disebut Jean Baudrillard sebagai sebuah hipersemiotika, di mana tanda merefleksikan realitas (*reflection of a basic reality*), namun selalu ada unsur dusta dalam tanda itu. Tanda mereduksi realitas sehingga tanda seakan-akan asli padahal palsu. Tanda menyembunyikan realitas yang sesungguhnya di balik topeng-topeng realitas. Tanda yang sesungguhnya mengandung kebenaran parsial tentang realitas, digunakan untuk melukiskan realitas yang seakan-akan total (Piliang, 2003:55-56). Dunia dalam hal ini dianggap sebagai sebuah “teks” raksasa yang terus-menerus diproduksi melalui intertekstualitas, seperti yang diistilahkan oleh Derrida. Dalam intertekstualitas yang semacam itu, tanda akan menghasilkan makna dari pembeda yang berasal dari tanda lain dalam sistem penandaan secara keseluruhan (Kroloke dan Sorensen, 2006:35).

Representasi merupakan produksi makna konsep-konsep yang ada dalam pikiran kita melalui bahasa. Representasi menghubungkan konsep dan bahasa yang memungkinkan kita untuk *mengacukannya* kepada benda, orang, dan kejadian

dalam dunia nyata maupun imajiner. Hall menjelaskan ada dua proses atau sistem representasi. Pertama, 'sistem' di mana semua jenis benda, orang, dan kejadian dikorelasikan dengan seperangkat konsep atau *representasi mental* yang ada dalam pikiran kita. Sistem representasi ini memungkinkan kita untuk memaknai dunia dengan cara mengkonstruksikan seperangkat korespondensi atau ikatan ekuivalensi antara benda-benda (dapat berupa orang, benda, peristiwa, ide abstrak, dan sebagainya) dengan sistem konsep atau peta konseptual kita. Sistem representasi yang pertama ini dikenal sebagai pendekatan semiotika yang berfokus pada *bagaimana* representasi, dan bagaimana bahasa memproduksi makna, yang disebut '*poetics*' of exhibiting (Hall, 1997a: 17; Webb, 2009:45; Lidchi, 1997:153).

Sistem representasi yang kedua adalah bahasa, di mana sistem ini melibatkan keseluruhan proses konstruksi makna. Semua peta konseptual yang dibagikan harus diterjemahkan dalam bahasa yang umum, sehingga dapat mengkorelasikan konsep dan ide dengan kata-kata yang dituliskan, suara yang diucapkan, atau gambar yang divisualisasikan, atau dengan kata lain diistilahkan dengan *tanda (signs)*. Sistem ini bergantung pada konstruksi dari seperangkat korespondensi antara peta konseptual kita dengan seperangkat tanda, yang diatur ke dalam bahasa yang beragam yang difungsikan untuk merepresentasikan konsep-konsep tersebut. Relasi antara 'benda', konsep, dan tanda terletak pada proses produksi makna melalui bahasa, yang mana proses yang menghubungkan ketiga elemen tersebut adalah proses yang disebut sebagai proses representasi. Sistem ini dikenal juga sebagai pendekatan diskursif yang berfokus pada efek dan

konsekuensi representasi, yaitu ‘politik’ representasi (Hall, 1997a: 17-19; Webb, 2009:45; Lidchi, 1997:153). Dalam proses representasi ini, fungsi simbolis (*symbolic function*) bersifat relasional, yang mana makna relasional ini dianggap bersifat arbitrer.

Keliyanan perempuan merupakan objek representasi dalam setiap K-Pop MV yang akan diteliti. Sebagai sebuah objek representasi, keliyanan akan dapat dimaknai melalui representasi yang diulang-ulang dalam konteks yang berbeda-beda. Pengulangan representasi keliyanan dalam konteks yang berbeda akan memproses produksi dan reproduksi makna hingga pada akhirnya akan menciptakan berbagai konstruksi makna dalam wujud mitos yang mengarah pada resistensi perempuan yang sebelumnya dianggap sebagai *Liyan*. Dengan menggunakan desain semacam ini, penelitian ini diharapkan dapat membongkar gagasan resistensi yang muncul pada tataran mitos, yang mana sesuai dengan pemikiran Roland Barthes, mitos merupakan problematika ideologi di mana ideologi dominan dinaturalisasikan melalui bahasa (Sunardi, 2002:18).

1.7.2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti adalah potongan gambar (*scene*) yang terdapat dalam K-Pop *music video* (MV) yang diunggah di YouTube. YouTube dipilih karena merupakan salah satu bentuk media sosial yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap individu, korporat, maupun negara. Statistik YouTube memperlihatkan akumulasi MV terbanyak di situs YouTube untuk kategori *girlband* mengacu pada 3 (tiga) kelompok, yaitu Girls’ Generation, Kara, dan

Wonder Girls. Dari ketiga kelompok ini, objek penelitian yang dipilih adalah Girls' Generation dan Kara, dengan alasan, kelompok Wonder Girls telah vakum (*in hiatus*) saat penelitian ini dilakukan. Girls' Generation dan Kara termasuk dalam *the most popular idol groups* yang telah berhasil mendobrak pasar musik global dan mensukseskan invasi neo-Korean Wave ke negara-negara di luar Korea Selatan (Contemporary Korea No.1, 2011: 35-43).

Dari kedua girlband K-Pop tersebut, dipilih 2 (dua) MV (atau video klip) untuk dijadikan sebagai unit analisis, yaitu Girls Generation versi '*The Boys*' dan Kara versi "Pandora". Pandora merupakan album mini ke-5 yang dirilis oleh DSP Kara 22 Agustus 2012 sebagai tanda *comeback*–Kara setelah 1 tahun sebelumnya vakum. *Showcase* dari MV ini disiarkan secara *live* via YouTube (www.sompi.com), dan disebut-sebut sebagai *all-kill*, karena 3 jam setelah dirilis, Pandora menguasai *music chart*, namun MV ini juga mendapatkan kecaman berupa sensor dari KBS *music bank* karena dianggap terlalu vulgar. Sensualitas yang ditampilkan oleh MV ini dianggap sebagai sebuah wujud resistensi terhadap nilai-nilai konservatif. Sedangkan MV "The Boys" yang dirilis oleh Girls' Generation dianggap sebagai salah satu MV yang *unpredictable* berbeda dari MV Girls' Generation lainnya, karena menampilkan perempuan dalam tampilan yang lebih dewasa. Alasan pemilihan lainnya juga mempertimbangkan asumsi peneliti mengenai yang mana yang dianggap paling memiliki kualifikasi terkait tema penelitian.

1.7.3. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah :

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari teks media berupa K-Pop MV di YouTube.

2. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari sumber tambahan yang berasal dari sumber-sumber tertulis seperti buku-buku, artikel, ataupun bahan bacaan dari internet.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

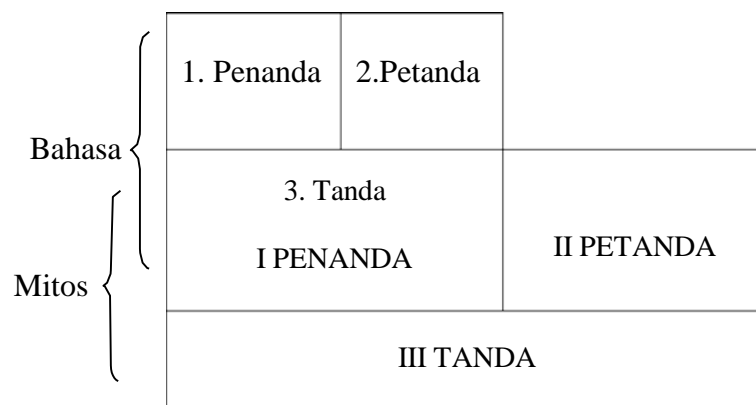
Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan *official music video* K-Pop (K-Pop MV) yang terdapat dalam situs YouTube yang menampilkan performa perempuan.

1.7.5. Analisis dan Interpretasi Data

Menurut Roland Barthes, ada dua sistem pemaknaan, sistem pemaknaan tataran pertama yaitu denotasi dan sistem pemaknaan tataran kedua yaitu konotasi. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai keinginan) (Piliang, 2003:261). Sistem pemaknaan tataran kedua merupakan Mitos, di mana apa yang merupakan tanda dalam sistem pertama, menjadi sekedar penanda dalam sistem kedua (Barthes, 1991:114; 2007:324). Tataran pemaknaan ini akan mengarahkan

tanda dengan relasinya terhadap pemaknaan alternatif di luar tanda seperti ideologi, relasi kekuasaan, dan nilai-nilai kultural (Fairclough, 1995:24; Barker, 2000:69).

Tabel 1.4
Model analisis semiotika Roland Barthes



Sumber: (Barthes, 1991:113; 2007: 303)

1.7.5.1. Analisis Sintagmatik

Sistem pemaknaan tataran pertama (analisis sintagmatik) akan dianalisis dengan menggunakan *lexia* (leksia). Leksia (*lexist*) didefinisikan sebagai satuan-satuan bacaan (*unit of meaning*) dengan panjang pendek yang bervariasi yang membangun dan mengorganisasikan suatu cerita atau narasi. Leksia bersifat fleksibel, artinya tidak ada aturan yang pasti tentang panjang pendeknya. Leksia dipilih dan ditentukan berdasarkan pada kebutuhan pemaknaan yang akan dilakukan. Leksia dalam narasi bahasa didasarkan pada: kata, frasa, klausa, ataupun kalimat, sementara leksia dalam gambar didasarkan pada satuan tanda (gambar) yang dianggap penting dalam pemaknaan (Kurniawan, 2009:128-129). Leksia dalam MV ini termasuk dalam kategori leksia gambar karena MV

merupakan jenis film pendek bergenre musikal yang bersifat non-narasi (Danesi, 2009:205; Nelmes, 2003:371; Strasser, 2010:97). Analisis sintagmatik penelitian ini akan mengkaji leksia melalui 2 (dua) elemen yaitu narasi dan kode sinematik.

1.7.5.1.1. Narasi (*narrative*)

Dalam film, narasi biasanya dapat dilihat dari elemen struktur dan plot (yang dioperasionalkan oleh kode sinematik *mise-en-scène*). MV dalam penelitian ini mengarah pada film pendek non-narasi, di mana dalam MV tidak terdapat narasi mainstream berbentuk *story-telling* seperti yang terlihat dalam film-film biasa. Struktur dalam MV lebih mengarah pada narasi alternatif dengan struktur episodik (*multi-scene structure*) yang memperlihatkan banyak sekali *short scenes* yang saling berpotongan, tumpang-tindih, kontras satu sama lainnya sehingga menciptakan *juxtaposition*. Dalam mengkaji MV, narasi akan dilihat dari *narrative-lyrics* yang terdapat dalam lagu (Nelmes, 2003:78-89; Wilson, 1985:157; Bennett, 2006:17-18). Struktur narasi dalam lirik lagu akan membentuk pola yang berisi *verse* atau *phrase* (bait), *reff* (*riffs*), dan *bridge*. Struktur dalam MV akan dilihat dari kategori repetisi, yaitu:

Tabel 1.5
Kategori Repetisi

Jenis Repetisi	Keterangan
Repetisi musematik (<i>Musematic Repetition</i>)	Pengulangan unit-unit yang pendek (<i>repetition of short units</i>). Contoh: Riffs
Repetisi Diskursif (<i>Discursive Repetition</i>)	Pengulangan unit yang lebih panjang (<i>the repetition of longer units</i>), yaitu <i>the phrase</i>

Sumber: Bennett, 2006:16-17

1.7.5.1.2. Kode sinematik (*mise-en-scène*)

Untuk menganalisis leksia yang terdapat dalam potongan gambar MV, digunakan acuan kode-kode sinematik film yang disebut sebagai *mise-en-scène* (istilah Perancis yang menjelaskan aspek-aspek visual yang muncul dalam sebuah *single shot*) yang dipilih sesuai dengan kepentingan penelitian (Nelmes, 2003:62-78), yaitu: *setting, costume, performance and movement, camera movement, camera editing*, dan *sound*.

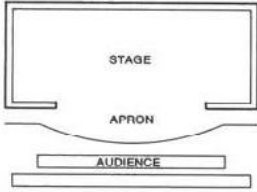
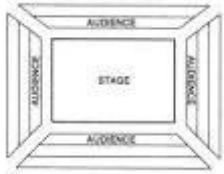
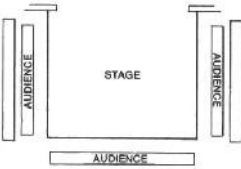
1.7.5.1.2.1. *Setting*

Setting mengacu pada penanda keaslian (*signifier of authenticity*), yaitu lokasi yang dikonstruksikan sebagai tempat kejadian berlangsung. Aspek *setting* memperlihatkan semua yang ada di depan kamera sesungguhnya telah diatur dan dipilih terlebih dahulu. *Setting* merupakan *screen* yang terbuka layaknya jendela, yang sifatnya transparan dan mencerminkan impresi realitas yang berpadu dengan ideologi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap *setting* selalu akan menyembunyikan ilusi ideologi tertentu. Setiap *setting* panggung memberi ruang berproses bagi: subjek, “gaya”, bentuk, makna, narasi, dan wacana ideologis yang menggarisbawahi semua hal yang ada di dalamnya (Stam, 1992:191).

Dalam mengidentifikasi *setting*, maka perlu diperhatikan dua elemen yaitu *stage* dan *scenery*. Keduanya akan saling melengkapi dalam menciptakan lingkungan dan pengalaman performa bagi orang yang menonton performa tersebut. *Stage* atau panggung terdiri dari empat kategori dasar (lihat tabel 1.6), sementara *scenery* terbagi atas dua: *realistic* dan *non-realistic*. *Realistic scenery* akan menciptakan suasana yang hampir sama (sangat menyerupai) lingkungan

kehidupan sehari-hari, sementara *non-realistic scenery* akan menciptakan imajinasi melalui penggunaan simbol-simbol tertentu dalam desain panggung (Wilson 1985:278, 309-311).

Tabel 1.6
Four Basic Stage Spaces

Stage	Keterangan
<p><i>The proscenium/ picture frame stage</i></p> 	<p><i>Proscenium</i> artinya “<i>in front of the scenery</i>”. Model memfokuskan performa pada satu arah, yang menyerupai konsep <i>frame</i> gambar raksasa. Model ini diadaptasi dari teater Romawi kuno, dan menjadi model dominan yang digunakan di Broadway (AS). Proscenium digunakan untuk menciptakan atmosfer yang seolah-olah nyata melalui efek visual yang spektakuler yang terlihat pada <i>frame</i>-nya (<i>setting</i> yang dihasilkan menciptakan pemandangan realistis, seperti ruangan, kantor, dapur, dll).</p>
<p><i>The arena/ Circle stage</i></p> 	<p>Tipe panggung yang muncul setelah PD II. Dalam panggung ini, performa menciptakan kedekatan dan terlihat lebih nyata dengan kehidupan sehari-hari. Aturan dalam panggung ini menyerupai arena olahraga semacam tinju, yang mana performa dapat dilihat dari segala sisi yang mengelilingi panggung.</p>
<p><i>The Thrust stage with three-quarters seating</i></p> 	<p>Tipe panggung yang dikelilingi tiga arena khalayak (atau berbentuk semi-lingkaran). Tipe panggung ini menciptakan kedekatan dan orang menonton dapat berfokus pada satu arena performa dengan background tunggal. Tipe panggung ini sangat cocok untuk kisah tragedi dan komedi.</p>
<p><i>Created and found stage space</i></p>	<p>Tipe panggung kontemporer yang mencoba mendobrak konsep panggung yang tradisional, biasanya performa berusaha menciptakan panggung sendiri di lingkungan apa pun yang memungkinkan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Outdoor setting</i> - <i>Non theater buildings</i> (gereja, istana, dll yang memiliki elemen arsitektural yang kuat) - <i>Street setting</i> (jalanan) - <i>Multifocus environment</i> (lebih dari satu arena performa, kombinasi <i>acting</i>, film, tarian, musik, dan pencahayaan)

Sumber: Wilson, 1985:277-301

1.7.5.1.2.2. *Costume*

Identifikasi kostum yang digunakan dapat dijadikan penanda bagi karakter individu yang mengenakannya. Menganalisis kostum dalam hal ini mentransformasikan kostum yang dikenakan ke dalam bahasa tertulis. Barthes mengistilahkannya sebagai *written clothes* yang ditransformasikan dari *image-clothing*. Hal ini akan membantu peneliti untuk mendeskripsikan penanda pakaian yang sebenarnya (*real clothing*) berdasarkan apa yang bisa diamati melalui gambar (Barthes, 1990: 3-5).

Kode sinematik kostum, pertama-tama dikaji dengan melihat pakaian yang dikenakan. Pakaian akan menghasilkan representasi yang melaluinya orang dapat mengukur relasi perempuan dengan estetika naturalnya (Young, 2005:64). Di abad ke-19, cara berpakaian perempuan mencitrakan kelakuan perempuan sebagai patung (*statuesque*), tidak bergerak, cenderung menyembunyikan bagian kaki. Sebaliknya, di abad ke-20, citra berpakaian perempuan mengalami pergerakan, mulai memperlihatkan kaki, rok, dan celana yang mempermudah perempuan untuk bergerak tanpa rasa malu (Young, 2005:64).

Deskripsi tentang pakaian perempuan, sejauh ini masih berpatokan pada Barat. Seorang perempuan kulit putih dalam versi yang glamour merupakan acuan model yang dipelajari oleh perempuan-perempuan non-Barat. Model itu sendiri dianggap sebagai simbol feminitas Barat dengan teknik *high fashion* yang diacukan untuk mendisiplinkan tubuh perempuan agar selalu terlihat cantik dan berpakaian menarik (Bhattacharyya, 2005:140-141). Perempuan diasumsikan memiliki kesenangan dalam berpakaian dan menciptakan fantasi untuk bergerak

dan bertransformasi. Melalui pakaian juga dapat dideskripsikan posisi perempuan, apakah ia menjadi subjek atau menjadi objek (Young, 2005:71–72). Dalam buku *Fashioning The Feminine* (2002), ada beberapa kategori pakaian perempuan yang selanjutnya dijadikan kriteria analisis *mise-én-scene* dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 1.7
Kategori pakaian perempuan

Kategori	Deskripsi
High Fashion	<i>Lady-like style</i> , semacam gaya aristokrat <i>The Lady Victorian</i> . Tubuh terstruktur untuk menggunakan korset dan <i>sheat dress</i> (baju ketat), menekankan pada bagian dada dan pantat, untuk memperlihatkan margin tubuh perempuan.
Tubular Dress	Dress ini populer sejak tahun 1920an, memperlihatkan pergeseran fashion ke arah yang lebih maskulin, perempuan mulai menggunakan <i>trousers</i> dan gaun yang potongannya lurus. Desain pakaian abstrak, kerah kotak, biasanya model rambut pendek. Potongan pada paha, perut, pantat dan pinggang terlihat lurus.
Glamour/ Hollywood Glamour	Berkembang sejak masa <i>inter-wars</i> 1920an – 1930an. Istilah glamour mengacu pada jenis pakaian yang mengkomodifikasikan seksualitas perempuan, dimaknai sebagai <i>sexualised beauty</i> , dengan erotisme yang melekat. (memberi penekanan pada dada, paha, kaki, perut, punggung, dan pinggang) (<i>red-lipped, silk-stockinged, gaunt, dramatic-makeup, backless gowns, androgynous tubular shifts, figure-hugging bias-cuts, square-shouldered jackets and nippedin waists</i>)—semua jenis pakaian yang ditujukan untuk mengekspos tubuh seksual.
Minimal Clothing	' <i>Micro-skirt</i> ', atau disebut juga sebagai <i>microminiskirt</i> , yaitu rok yang lebih pendek dari <i>miniskirt</i> (<20cm); ' <i>Crop-top</i> ', yaitu jenis atasan yang modelnya terpotong, sengaja memperlihatkan bagian-bagian seperti perut dan sebagian dada. <i>Crop top</i> pada umumnya menyerupai model atasan olahraga dan Choli (pakaian tradisional India)
Shift/slip dresses	Model dress yang dulunya hanya digunakan sebagai pakaian dalam, di tahun 1950an/1960an mulai digunakan sebagai <i>outer</i> .
Miniskirts/ straight skirts	Rok atau dress pendek (di atas lutut)

(Sumber: *Fashioning the Feminine*, 2002)

Tabel di atas membagi model pakaian perempuan ke dalam dua kategori besar: klasik (*high fashion*, *tubular dress*, dan *glamour*) dan kontemporer (*minimal clothing*, *slip dress*, dan *mini skirt*). Gaya *high fashion* memperlihatkan citra keluarga, *the ruling class* (kelas yang berkuasa), kegairahan tubuh perempuan (*voluptuous body*) sebagai subjek maternal, kekuasaan reproduktif perempuan, *Oedipal complex* yang tergila-gila pada pemakaian korset untuk menjaga skala tubuh. Jenis *tubular dress* dikenakan oleh wanita kelas pekerja, material dan desain pakaiannya *simple*, dan memperlihatkan independensi ekonomi perempuan.

Sementara itu, tipe *glamour* merupakan bentuk penolakan terhadap domestifikasi perempuan sebagai istri dan ibu (yang terlihat dalam model *high fashion*), memperlihatkan kalangan pekerja perempuan yang belum menikah, memiliki kebebasan dalam berfantasi. Tipe *glamour* biasanya berkaitan dengan wacana dominan seputar seks, perang seks (*sex war*), kebebasan seksual, persetubuhan seksual dengan siapa saja (*sexual promiscuity*), dan sebagainya.












Sementara itu, tipe pakaian kontemporer dilihat sebagai *heterosexual camp*, sebuah hiper-feminitas yang menjelaskan adanya disorientasi kekuasaan dan posisi perempuan di dalam lingkungan urban kontemporer. Tipe pakaian ini merepresentasikan citra muda dan kontemporer, diasosiasikan dengan kesenangan masa muda. Menekankan pada kekurusannya (*thinness*), gaya kekanak-kanakan (*stylised child-like*); *girliness* sebagai identitas perempuan muda, bukan *woman* (perempuan dewasa).

Pakaian dapat digunakan sebagai penanda dalam mendefinisikan seksualitas perempuan. Misalnya payudara. Dalam kultur yang maskulin, biasanya payudara akan dikonstruksikan sebagai objek, yang dikorelasikan dengan objektifikasi dari tatapan laki-laki (Young, 2005:90). Semakin terbuka pakaian yang dikenakan, semakin memperlihatkan payudara dan dengan demikian semakin menempatkan perempuan pada posisi objek. Dalam hal ini, tubuh perempuan dipandang sebagai tubuh yang beragam (*various body*), yang mana dalam masyarakat liberal tidak adalah kategori khusus untuk membedakan jenis pakaian (Young, 2005:13). Pakaian diasumsikan memperlihatkan kelas perempuan (Buckley dan Fawcett, 2002:83,122), pakaian akan mendefinisikan perempuan *classy* dan *common*—sebuah defenisi yang mengacu pada perbedaan perempuan yang berkelas dan yang dianggap tidak berkelas.

1.7.5.1.2.3. Performance and Movement

Kode sinematik ini berfungsi untuk mengidentifikasi setiap objek tatapan kamera (manusia atau binatang), seperti ekspresi wajah dan posisi tubuh. Kode ini mengacu pada bahasa tubuh (*body language*), namun kriteria bahasa tubuh dalam penelitian ini terbatas untuk tidak mengkaji bahasa tarian. Bahasa tubuh merupakan elemen kunci dalam penciptaan performa. Kode ini juga nantinya akan mengarahkan karakterisasi karakter mayor dan minor (Wilson, 1985:197,202). Mayor mengacu pada figur yang dianggap penting dan menjadi fokus performa, sementara minor merupakan karakter yang hanya memainkan sebagian kecil performa. Beberapa acuan bahasa tubuh yang digunakan adalah:

Tabel 1.8
Kategori Gestur Tubuh

Gestures		Keterangan
<i>Palm-up position</i>		<i>Submissive, non-threatening gesture, reminiscent of the pleading gesture of a street beggar</i>
<i>Palm-down Position</i>		Otoritas dan dominasi
<i>Palm-closed-finger-pointed position</i>		Agresif
<i>Hands clenched together</i>		Awalnya gestur ini memperlihatkan rasa percaya diri dan diikuti dengan ekspresi tersenyum dan terlihat gembira. Namun gestur ini memperlihatkan rasa frustrasi dan sikap yang tidak menyenangkan.
<i>Standard-arm cross gestures</i>		Gestur melipat tangan universal, memperlihatkan sikap defensif/negatif, biasanya ditunjukkan ketika seseorang berada di tengah kerumunan yang asing.
<i>Partial arm-cross barriers</i>		Memperlihatkan kenyamanan emosional
		Kurang percaya diri
		Menggunakan bunga, dompet untuk menciptakan batasan dengan orang lain, dilakukan untuk mengurangi rasa <i>nervous</i> .
<i>Standing leg cross gestures</i>		Nervous, pemalu, dan defensif
<i>Hands-on-hips gestures</i>		<i>Clothing appealing</i>
<i>Sexual aggressiveness gestures</i>		Perilaku seksual yang agresif

Sumber: Pease (1988), *Body Language*

1.7.5.1.2.4. *Camera movement*

Pergerakan kamera dikategorikan sebagai *shot* berikut:

Tabel 1.9
Kategori *shot* kamera

<i>Signifier (shot)</i>	<i>Definition</i>	<i>Signified (meaning)</i>
<i>Close-up</i>	<i>Face only</i>	<i>Intimacy</i>
<i>Medium shot</i>	<i>Most of body</i>	<i>Personal relationship</i>
<i>Long-shot</i>	<i>Setting and character</i>	<i>Context, scope, public distance</i>
<i>Full shot</i>	<i>Full body person</i>	<i>Social relationship</i>

Sumber: Berger, 1991:26

1.7.5.1.2.5. *Editing*

Teknik editing dari pergerakan kamera dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1.10
Camera Work and Editing Techniques

<i>Signifier (shot)</i>	<i>Definition</i>	<i>Signified (meaning)</i>
<i>Pan down</i>	<i>Camera looks down</i>	<i>Power, authority</i>
<i>Pan up</i>	<i>Camera looks up</i>	<i>Smallness, weakness</i>
<i>Dolly in</i>	<i>Camera moves in</i>	<i>Observation, focus</i>
<i>Fade in</i>	<i>Image appears on blank screen</i>	<i>Beginning</i>
<i>Fade out</i>	<i>Image screen goes blank</i>	<i>Ending</i>
<i>Cut</i>	<i>Switch from one image to another</i>	<i>Simultaneity, excitement</i>
<i>Wipe</i>	<i>Image wiped off screen</i>	<i>Imposed conclusion</i>

Sumber: Berger, 1991:27

1.7.5.1.2.6. *Sound (musik)*

Elemen ini merupakan elemen final dalam kode sinematik yang membantu mengkonstruksi gambar. Musik sendiri terdiri dari beragam genre mulai dari musik *country*, jazz, rock, dan musik campuran lainnya, seperti yang terlihat dalam tabel 1.11 berikut.

Tabel 1.11
Genre Musik

Music Genre	Keterangan	
Jazz	Bentuk musikal, yang biasanya improvisasional (<i>improvisational</i>), dikembangkan oleh Afrika-Amerika.	
Rock	Classic Rock	Musik rock yang berkembang di tahun 1960-an dan awal 1970-an, khususnya dikaitkan dengan pergerakan <i>hippie</i>
	Acoustic Rock	Jenis musik rock yang dimainkan dengan instrumen akustik (<i>instruments without amplification</i>)
	Alternative Rock	Musik rock yang dipertunjukkan oleh musisi yang relatif tidak dikenal dan/atau dipromosikan oleh perusahaan rekaman yang kecil
	Punk Rock	Rock agresif, muncul di tahun 1970-an, berkembang dari artis-artis rock <i>counterculture</i> , dan mengakar di kota London, dengan fashion “punk”.
	Hard Rock	Tipe musik rock yang dikarakteristikan dengan permainan gitar yang kencang dan <i>strong insistent beat</i> , serta cara bernyanyi dengan berteriak
Pop Music	Big Band Music	Musik populer di tahun 1930-an dan 1940-an, dipertunjukkan oleh band jazz atau band dance yang berjumlah besar, biasanya mengutamakan improvisasi solo oleh pemain utama.
	Urban Music	Genre musik pop yang disukai oleh khalayak perkotaan, kategorinya didominasi oleh <i>rhythm and blues</i> dan hip-hop.
	Disco Music	Flamboyan, genre musik populer yang berorientasi pada taruan, berkembang sejak tahun 1970-an.
Electronic Music	Electronica/ Techno	Jenis musik yang mulai dikenal sejak tahun 1980-an, yang menggunakan peralatan seperti <i>synthesizers</i> dan komputer untuk memproduksi karakter musik dengan suara elektronik (“ <i>electronic sound</i> ”)
	Dance Music	Jenis musik pop elektronik dengan adanya <i>disc jockey</i> yang berbicara atau nge-rap sebagai penari.
Blues	Jenis musik yang berasal dari lagu sekuler Afrika-Amerika bagian selatan di awal tahun 1900-an, dibedakan dengan tempo yang cepat serta melodi dan lirik yang menyedihkan, dan dimainkan dengan instrumen yang sederhana.	
Rap	Jenis musik yang liriknya di-rap-kan (<i>rapped/chanted</i>) disesuaikan dengan musik yang ritmik, yang berasal dari kalangan muda Afrika-Amerika. Tema-tema lirik rap secara umum dikategorikan dalam 3 (tiga) yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - <i>those that are blatantly sexual,</i> - <i>those that chronicle and often embrace the so-called gangsta lifestyle of youths who live in inner cities,</i> - <i>and those that address contemporary political and philosophical issues related to the black experience and its history</i> 	
Soul Music	Jenis musik populer yang muncul di tahun 1960-an, dinyanyikan oleh musisi Afrika-Amerika seperti James Brown, Ray Charles, Sam Cooke, dan Aretha Franklin. Mengakar pada jenis musik <i>gospel</i> dan <i>rhythm and blues</i>	
Ballad	Musik romantis yang lambat dalam musik populer, atau lagu lama yang mengisahkan cerita yang sentimental	

Sumber: *Dictionary of Media Studies*, Anderson, dkk., 2006

Dalam genre film biasa, elemen musik biasanya paling banyak muncul ketika film berada dalam keadaan *silent* (diam tanpa narasi). Namun MV dalam penelitian ini terkategori dalam film non-narasi (*silent-film musical*), maka musik memegang peranan yang sangat penting dan berkesinambungan dari awal hingga akhir. Kode sinematik musik akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi karakter serta efek emosional yang dihasilkannya.

1.7.5.2. Analisis Paradigmatik

Selanjutnya sistem pemaknaan tataran kedua (analisis paradigmatik) akan dianalisis melalui 5 (lima) kode pembacaan (Kurniawan, 2009:128-129), yaitu:

1.7.5.2.1. Kode hermeneutika (*hermeneutic code*)

Merupakan kode penceritaan, yang dengannya sebuah narasi dapat mempertajam permasalahan, menciptakan ketegangan dan misteri, sebelum memberikan penyelesaian atau jawaban. Kode ini merupakan satuan-satuan yang dengan berbagai cara berfungsi untuk mengartikulasikan suatu persoalan, penyelesaian, serta aneka peristiwa yang dapat memformulasikan persoalan tersebut, atau justru yang menunda-nunda penyelesaiannya.

1.7.5.2.2. Kode proairetik (*proairetic code*)

Merupakan kode tindakan yang didasari konsep proairesis, yakni kemampuan untuk menentukan hasil atau akibat dari suatu tindakan secara rasional, yang mengimplikasikan suatu logika perilaku manusia, tindakan-tindakan membuahkan

dampak, dan masing-masing dampak memiliki nama generik tersendiri, semacam judul bagi sekuens yang bersangkutan.

1.7.5.2.3. Kode Kultural (*cultural code*)

Merupakan kode referensial yang berwujud sebagai suara kolektif yang anonim dan otoritatif, bersumber dari pengalaman manusia, yang mewakili atau berbicara tentang sesuatu yang hendak dikukuhkannya sebagai pengetahuan atau kebijaksanaan yang diterima umum. Kode ini berupa kode-kode pengetahuan atau kearifan yang terus-menerus dirujuk oleh teks atau menyediakan semacam dasar otoritas moral dan ilmiah bagi suatu wacana.

1.7.5.2.4. Kode simbolik (*symbolic code*)

Merupakan kode pengelompokan atau konfigurasi yang gampang dikenali karena kemunculannya yang berulang-ulang secara teratur melalui berbagai sarana tekstual. Kode ini memberikan suatu struktur simbolik.

1.7.5.2.5. Kode semik (*codes of semes*)

Merupakan kode yang memanfaatkan isyarat, petunjuk, atau kilasan makna yang ditimbulkan oleh penanda-penanda tersebut.

1.7.6. Goodness Criteria

Menurut Guba dan Lincoln, *goodness criteria* (atau *quality criteria*) merupakan perbedaan mendasar yang ada antara paradigma-paradigma penelitian yang

mengakar pada pertanyaan ontologi, epistemologi dan metodologi. Dalam paradigma kritis, kualitas data dalam penelitian dilakukan melalui 3 (tiga) kriteria (Guba dan Lincoln, 2000:170; Conrad dan Serlin, 2011:267). *Pertama, Historical situatedness*, yang merupakan kriteria yang mana sebuah penelitian kritis akan mempertimbangkan nilai-nilai pembentuk realitas yaitu nilai sosial, politik, kultural, ekonomi, etnis, dan gender. Kriteria ini terlihat pada Bab II penelitian, yang menjelaskan bagaimana persoalan perempuan dalam fenomena budaya populer K-Pop sesungguhnya dilatarbelakangi terutama oleh nilai kapitalisme.

Kedua, Erosion of ignorance and misapprehensions, yang merupakan kriteria yang mempertimbangkan bagaimana realitas yang terbentuk mampu mengikis ketidaktahuan (atau kebodohan) serta kesalah-pengertian yang terjadi dalam konteks sejarah. Kriteria ini merupakan bagian dari analisis penelitian yang memperlihatkan pengembangan teori sebagai usaha untuk membongkar dan menguraikan persoalan-persoalan yang dimunculkan di masa lampau.

Ketiga, Action stimulus, yaitu kriteria yang mempertimbangkan sejauh mana kedua kriteria sebelumnya mampu menstimulasikan tindakan-tindakan yang baik yang mengarah pada transformasi sosial, persamaan, dan keadilan sosial. Kriteria ini dinilai dalam wujud implikasi penelitian yang berefleksi terhadap realitas yang dibentuk oleh sejarah dan masa kini.

1.7.7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengeksplorasi persoalan performa perempuan hanya pada tataran mikro, yaitu teks kultural K-Pop MV yang ditampilkan di YouTube. Dengan

demikian, penelitian ini tidak mampu mengungkap proses produksi wacana performa perempuan sebagai sebuah realitas. Selain itu, penelitian ini sekedar mengkaji performa perempuan dalam *music video* dengan tidak terlalu mengindahkan persoalan musikalitas yang ada dalam MV, serta lebih memilih untuk mengkaji teks narasi dalam bahasa Inggris daripada bahasa Hangeul (Korea Selatan). Kajian lebih terfokus pada aspek-aspek sinematografi yang terdapat dalam MV yang menonjolkan performa perempuan.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan FPDAⁱⁱⁱ (*feminist poststructural discourse analysis*) untuk dapat memahami secara lebih mendalam mengenai ideologi kultural yang muncul dalam beragam produk budaya populer, serta dapat membongkar wacana performa perempuan yang dihadirkan oleh media massa di Indonesia.

ⁱ Penelitian ini lebih memilih untuk menggunakan terminologi “perempuan” daripada “wanita” karena istilah “wanita” dianggap cenderung memperlihatkan konotasi negatif yang justru merendahkan kaum perempuan (Sunarto, 2009). istilah “perempuan” berasal dari akar kata *empu*, yang bermakna ‘dihargai, dipertuan, atau dihormati’. Sementara kata “wanita” memiliki dasar kata *wan* yang berarti ‘nafsu’, sehingga kata “wanita” dimaknai dengan ‘yang dinafsui atau objek seks’. Pemilihan istilah “perempuan” daripada “wanita” merupakan sebuah usaha untuk mengubah objek menjadi subjek (Handayani dan Novianto, 2004:vi).

ⁱⁱ Istilah ‘Liyan’ atau ‘*The Other*’ dalam penelitian ini meminjam istilah Simone de Beauvoir dalam karyanya *The Second Sex* (1949) yang menjelaskan mengenai konstruksi perempuan sebagai ‘Liyan’ atau ‘yang Lain’ (O’Donnell, 2009:86). De Beauvoir berargumentasi bahwa perempuan tidak memiliki *alter ego* (yang diwakili dengan keberadaan penis), karenanya, perempuan dituntut untuk membuat objek dari seluruh dirinya sendiri sebagai sang Liyan (*the Other*) (Thornham, 2010:49). Istilah yang sejenis juga digunakan oleh Stuart Hall dalam tulisannya yang berjudul *The Spectacle of the ‘Other’* (Hall, 1997b). ‘Liyan’ juga diistilahkan sebagai ‘*subaltern*’ oleh Gayatri Chakravorty Spivak dalam tulisannya *Can the Subaltern Speak* (Spivak, 1994). Prosa *sang Liyan* dalam penelitian ini memaknai relasi oposisi antara perempuan

versus laki-laki dan Timur versus Barat, untuk memperlihatkan superioritas laki-laki dan Barat terhadap perempuan [Timur].

- ⁱⁱⁱ FPDA (*feminist poststructuralist discourse analysis*) merupakan sebuah pendekatan untuk mengkaji performa yang diinspirasi oleh para pemikir feminisme gelombang ketiga, terutama Judith Baxter. FPDA merupakan variasi dari PDA (*poststructuralist discourse analysis*), sebagai wujud kritik terhadap CA (*conversation analysis*) dan CDA (*critical discourse analysis*). FPDA berfokus pada proses performa itu sendiri. Tujuan utama dari FPDA ini adalah untuk mengkaji bagaimana cara perempuan menegosiasikan identitas, relasi dan posisi mereka dalam lingkungan yang dimultiplikasi oleh beragam diskursus (Kroløkke dan Sørensen, 2006: 61,113).

