BAB I

PENDAHULUAN

"I want to conquer the world" - Madonna

1.1 Latar Belakang

Ketika berbicara mengenai perempuan, itu artinya kita juga berbicara mengenai stereotip, beban ganda, marjinalisasi, subordinasi dan kekerasan yang dialami oleh perempuan. Permasalahan ini terjadi terus menerus dan menjadi topik pembicaraan dan pembahasan akademisi yang tak kunjung habis. Diskriminasi dialami perempuan dalam setiap aspek kehidupannya, mulai dari bidang politik, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan juga sosial.

Di bidang politik, peran perempuan dibatasi salah satunya dengan minimnya jumlah perempuan yang menduduki kursi DPR. Persentase anggota DPR-RI periode tahun 2009-2014 berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa anggota DPR RI didominasi oleh laki-laki dengan persentase 82,51% sedangkan jumlah perempuan hanya 17,49% (Media center KPU, 2009). Jumlah ini menunjukkan peningkatan dari jumlah perempuan pada periode-periode pemerintahan sebelumnya, namun tentu saja ini belum cukup. Minimnya partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan penting yang dibuat juga sangat disayangkan, padahal dalam semua peraturan perundangan sudah memuat aturan yang non diskriminatif terhadap perempuan (Soetjipto dalam Astuti, 2011:28).

Pendiskriminasian terhadap perempuan juga sangat terlihat jelas dalam bidang ekonomi. Perempuan terbatas dalam pekerjaan domestiknya dan bahkan bekerja dengan jam kerja yang lebih banyak daripada laki-laki, tetapi tidak dianggap sebagai "bekerja" karena tidak menghasilkan uang (Ibrahim, 1998: xiv). Namun ketika perempuan berhasil menjadi pelaku ekonomi, itu hanya dianggap sebagai kerja main-main (kerja sambilan) dan bukan kerja yang prestisius.

Dalam bidang pendidikan, perempuan juga seringkali dihadapkan dengan pernyataan *"buat apa sekolah tinggi, toh ujung-ujungnya ia juga akan mengurus dapur"*. Pernyataan ini menunjukkan bahwa perempuan dianggap tidak memiliki kepintaran seperti yang dimiliki laki-laki, sehingga kemampuan dan kepercayaan diri perempuan semakin merosot. Kalaupun perempuan bersekolah, maka ia juga akan dimasukkan dalam jurusan yang diasosiasikan dengan "jurusan perempuan" seperti jurusan tata boga, tata busana, bidan, perawat, ilmu sosial, dan lain sebagainya. Begitupun halnya dengan penguasaan teknologi, perempuan seringkali dianggap *Gaptek* (Gagap Teknologi) sehingga perempuan akan sulit masuk dalam lingkup kerja berbasis teknologi (*High tech*), dimana ilmu pengetahuan dan teknologi adalah dunia laki-laki yang keras (Astuti dalam Astuti, 2011:50-52)

Diskriminasi dan kesenjangan gender nyatanya juga terjadi dalam bidang kesehatan. Perempuan yang sehari-harinya terlibat dalam perawatan keluarga, tidak mendapat perlakuan yang sama ketika ia sakit. Ketika perempuan mengalami suatu gejala tertentu, itu dianggap biasa dan sudah kodratnya, tetapi jika yang

mengalaminya laki-laki langsung dianggap sakit dan perlu mendapat perawatan medis.

Ketimpangan-ketimpangan inilah yang pada akhirnya melahirkan feminisme, yaitu sebuah paham yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan bagi perempuan. Charles Fourier merupakan seorang aktivis sosialis utopis yang pertama kali mencetuskan kata feminisme ini pada tahun 1837. Kemudian feminisme mulai berkembang pesat sejak John Stuart Mill mempublikasikan tulisannya yang berjudul "Perempuan sebagai Subyek" (*The Subjection of Women*) pada tahun 1869. Kemudian di tahun 1792, Mary Wollstonecraft mempublikasikan tulisannya berjudul "Mempertahankan Hak-hak Wanita" (*Vindication of the Right of Woman*). Tulisan ini kemudian menjadi semacam ‘panduan dasar’ bagi feminism (Arivia, 2006: 10-11).

Feminisme telah berkembang setidaknya ke dalam tujuh aliran yang memiliki perbedaan penekanan isu, namun pada intinya mempunyai tujuan yang sama, yaitu mencari keseimbangan antara perempuan dan laki-laki.

Perkembangan aliran feminisme dari tahun ke tahun berjalan seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam semua aspek kehidupan manusia termasuk perubahan cara hidup dan juga struktur kebudayaan manusia. Modernisasi dan arus informasi yang tidak dapat dibendung lagi kemudian melahirkan apa yang disebut dengan budaya populer.

Secara harfiah, istilah budaya populer berasal dari bahasa latin *Cultura Popular* yang merujuk pada budaya orang-orang atau masyarakat. Kebudayaan disini bukanlah kebudayaan dalam arti sempit yaitu suatu bentuk kesenian dan adat istiadat,

tetapi kebudayaan dalam pengertian bahwa kebudayaan sebagai cara hidup tertentu sekelompok orang yang berlaku dalam periode tertentu. Istilah populer sendiri masih diperdebatkan hingga saat ini. Namun terlepas dari itu semua, hampir semua penulis dan pengkaji sepakat untuk memaknai budaya populer sebagai budaya masyarakat atau budaya orang kebanyakan (Ibrahim, 2011: 7).

Heryanto dalam bukunya berjudul Identitas dan Kenikmatan (2015:21-22) membagi budaya populer dalam dua pengertian. Yang pertama, budaya populer dipahami sebagai berbagai suara, gambar, pesan yang diproduksi massal dan bersifat komersial (termasuk film, busana, musik, dan acara televisi). Budaya populer disini merupakan suatu proses memasok komoditas satu arah dari atas ke bawah "untuk masyarakat" sebagai konsumen. Secara singkat dapat dikatakan bahwa budaya populer adalah suatu jenis budaya baru -hasil dari penciptaan manusia- yang diproduksi massal dengan logika komersil dan disebarkan melalui media massa.

Sedangkan pengertian yang kedua, budaya populer dipahami sebagai praktik komunikasi yang bukan merupakan hasil industrialisasi, yang beredar melalui berbagai forum dan acara keramaian publik, festival dan sebagainya. Budaya populer disini merupakan proses yang dilakukan "oleh masyarakat".

Walaupun begitu, Heryanto menyarankan agar kita tidak terlalu memberikan penekanan pada kedua pengertian di atas, karena budaya populer juga tergantung pada konteksnya. Menurutnya, sesuatu (karya atau perilaku) bisa dianggap sebagai budaya popular jika hal tersebut mudah diakses dan menarik perhatian orang banyak. Ketika dijual karya atau praktik tersebut relatif murah dan menarik perhatian banyak

orang, dan ketika disebarkan secara kolektif, karya atau perilaku ini mudah dinikmati dan dipahami oleh orang dengan tingkat kecerdasan rata-rata dari berbagai latar belakang yang berbeda.

Kenikmatan budaya populer ini kemudian memunculkan sebuah strata, dimana orang-orang yang mengonsumsinya digolongkan sebagai “kelas menengah” yang hidup di kawasan urban dan industrial. Mereka bukanlah kaum elite maupun kaum proletariat (Kahn dalam Heryanto, 2015: 23). Hal ini memperlihatkan bahwa secara fundamental, budaya populer bersifat politis.

Ingatkah kita dengan ketegangan politik antara Indonesia dengan Malaysia di tahun 2005 tentang batas wilayah di Pulau Ambalat? Saat itu beberapa orang Indonesia berdemonstrasi menggalang dukungan publik serta mengobarkan kemarahan terhadap Malaysia. Mereka menyarankan pemerintah untuk melakukan serangan militer besar-besaran pada Negara tetangga itu. Mereka membentangkan spanduk yang mengulang slogan konfrontasi tahun 1963, dengan ditambahkan keterangan baru bertuliskan “Ganyang Malaysia – Selamatkan Siti Nurhaliza” dan juga “Siti yes, Malaysia No” (Noor, 2005 dalam Heryanto, 2012: 3). Ini menjadi bukti bahwa artis pop Malaysia itu berhasil merebut hati masyarakat Indonesia dan Malaysia, yang pada akhirnya dapat meredakan ketegangan politik yang terjadi antar kedua Negara tersebut.

Disadari ataupun tidak, nyatanya budaya populer telah menyatu dan menjadi bagian dari kehidupan kita. Budaya populer nyatanya juga turut membangun emosi kita. Contohnya ketika terjadi ketegangan antara pendukung Rhoma Irama dan Inul

Daratista pada tahun 2003. Saat itu banyak orang Jawa Timur merasa tersinggung sebagai orang daerah dan memprotes Rhoma dengan semangat solidaritas kedaerahan. Kemudian solidaritas itu muncul lagi ketika kelompok Milisi Islam yang berbasis di Jakarta menuntut Inul untuk meninggalkan Jakarta. Mereka (pendukung Inul) kemudian juga balik mengancam akan mengusir orang-orang Betawi yang tinggal di Surabaya (Heryanto, 2012: 33).

Kajian mengenai budaya pop ini merupakan jenis penelitian yang terbilang baru di lingkup ilmu pengetahuan. Hal ini dikarenakan karena budaya pop ini seringkali bergabung dengan industri hiburan yang berorientasi laba, sehingga sulit bagi para ilmuwan dan kaum elite untuk menghargainya. Budaya ini dicemooh dan juga disebut sebagai budaya massa, yang pengertiannya mengacu pada sebuah budaya yang dangkal, dibuat-buat dan seragam. Keprihatinan tersebut juga diungkapkan oleh Strinati yang mengungkapkan bahwa:

> "Konsumsi budaya popular di kalangan umum selalu menjadi masalah bagi 'orang lain', entah itu kaum intelektual, pemimpin politik, atau pembaharu moral dan sosial. 'orang lain' ini sering beranggapan bahwa masyarakat awam harusnya berhubungan dengan sesuatu yang lebih mencerahkan atau berfaedah ketimbang budaya popular" (Strinati, 1995:41)

Namun sifat politis – *dalam pengertian yang sangat spesifik yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan* - yang dimiliki budaya populer menempatkannya sebagai situs yang penting untuk diteliti dalam kaitannya dengan berbagai hubungan

dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana yang diungkapkan Stuart Hall, yang menggambarkan budaya pop sebagai:

> "Sebuah arena konsensus dan resistensi. Budaya pop merupakan tempat di mana hegemoni muncul, dan wilayah di mana hegemoni berlangsung. Ia bukan ranah dimana sosialisme, sebuah kultur sosialis – yang telah terbentuk sepenuhnya – dapat sungguh-sungguh "diperlihatkan". Namun, ia adalah salah satu tempat dimana sosialisme boleh jadi diberi legalitas. Itulah mengapa 'budaya pop' menjadi sesuatu yang penting" (Hall dalam Storey, 1996: 3).

Kekuatan yang dimiliki oleh budaya populer ini pun kemudian 'dimanfaatkan' oleh kaum feminis untuk melanjutkan perjuangan mereka. Walaupun nantinya muncul pandangan yang berbeda-beda dari kaum feminis itu sendiri atas budaya populer. Hermes (1995) seperti yang dikutip Ibrahim (2007: 56) menjabarkan tiga pandangan kaum feminis terhadap budaya populer, dimana budaya populer dianggap sebagai penjahat, sebagai sumber kenikmatan dan juga dalam kaitannya dengan konstruksi femininitas.

Salah satu bentuk konstruksi femininitas yang pernah menggemparkan dunia adalah isu resistensi perempuan khususnya *Girl Power* yang diusung oleh Madonna dan *Spice Girl*. Kellner (2010: 360-387) mengungkapkan bahwa Madonna sebagai ikon budaya popular di tahun 1990-an menampilkan sebuah gambaran berbeda mengenai perempuan. Madonna membawa semangat *Girl Power* yang menegaskan bahwa perempuan juga memiliki kekuatan. Dalam lagu dan fashionnya, Madonna menampilkan berbagai gambaran perempuan yang kuat, mandiri. Ia menampilkan

beberapa transformasi perempuan dari *sex toy* hingga wanita dengan badan kekar dan berotot.

Dengan demikian, ia mendobrak nilai dan mitos perempuan yang telah tertanam kuat dalam masyarakat selama ini, yaitu nilai feminitas perempuan yang meng*a*nggap perempuan sebagai objek yang pasif, inferior, halus, lembut, setia, manja, bergantung, dan perannya terbatas pada keluarga sehingga perempuan seringkali dipandang lebih rendah dari laki-laki, serta merupakan hak milik dan dikuasai oleh laki-laki (Prabasmoro, 1-15)

Girl Power sebenarnya merupakan sebuah istilah yang mengungkapkan fenomena budaya yang terjadi selama tahun 1990-an. *Girl Power* ini juga berhubungan dengan feminisme gelombang ketiga, yang secara umum merayakan segala keberagaman perempuan. Bahwa perempuan bukanlah Diri yang satu -*yang esensi dan eksistensinya harus didefinisi dan ditentukan dengan cara tertentu*- melainkan perempuan adalah jiwa yang bebas.

Girl Power yang ditampilkan oleh *Spice Girls* ataupun Madonna mempunyai semangat yang sama, dimana mereka merepresentasikan budaya perempuan baru yaitu perempuan yang bersikap mandiri dan memegang control penuh atas dirinya, tubuhnya, bahkan mengontrol penonton dan pasar (Arivia, 2006: 128). Dengan *Girl Power* ini, perempuan menggunakan tubuhnya dengan kode seksualitasnya secara

sadar dan kritis untuk membalik sudut pandang yang selama ini melihat perempuan sebagai objek dengan segala ketidakberdayaannya.

Penelitian ini ingin memfokuskan pada penggambaran perempuan Indonesia dalam video musik sebagai salah satu bentuk budaya populer, kemudian melihatnya sebagai sebuah bentuk upaya perjuangan kaum feminisme khususnya mengenai *Girl Power*. Video musik dipilih dengan pertimbangan bahwa zaman sudah berubah, dan persaingan antar penyanyi makin sengit sehingga video musik sudah menjadi sarana wajib untuk berpromosi. Yang mana video musik menampilkan perpaduan antara gambar dan suara sehingga dapat lebih menarik konsumen.

Video musik yang akan diteliti disini adalah video musik milik Agnes Mo yang berjudul Godai Aku Lagi. Video musik ini dipilih karena keunikan yang ditampilkan oleh Agnes Mo. Dalam video berdurasi 4 menit ini Agnes menampilkan gambaran perempuan yang berbeda, baik dengan yang ditampilkan dalam produk budaya populer Indonesia (khususnya video musik) maupun dalam media konvensional. Video musik ini datang sebagai sebuah bentuk ekspresi diri terhadap situasi yang seringkali ‘menimpanya’ sebagai perempuan, serta sebagai media alternatif bagi pertunjukan performanya.

Fenomena ini menarik karena ketika kaum perempuan didiskriminasi dalam setiap aspek kehidupan, video musik ini justru datang dengan tema *Girl Power* yang

digunakan perempuan dalam usahanya memperjuangkan persamaan hak dan perlawanan terhadap diskriminasi yang diterimanya selama ini.

Alasan lainnya yang mendorong saya dalam memilih video musik ini adalah dengan mempertimbangkan kepopuleran Agnes Mo khususnya di Indonesia. Nama Agnes Mo (Agnes Monica) mulai dikenal sejak berumur 6 tahun lewat album anak-anaknya. Namanya semakin santer di seantero Indonesia saat ia menjadi pembawa acara beberapa program televisi anak-anak dan juga membintangi beberapa judul sinetron. Pada tahun 2003, ia merilis album remaja pertamanya yang bertajuk *"And the Story Goes"* kemudian 2 tahun berikutnya ia merilis album *"Whaddup A'..?!"*. Album ini mendapat penghargaan AMI Awards dan MTV Indonesia Awards. Banyak penghargaan yang telah diterima Agnes sepanjang perjalanan karirnya, antara lain penghargaan sebagai *Best Asian Artist* pada *Asia Song Festival* 2008 dan 2009 di Seoul, Korea Selatan, masuk dalam nominasi *Worldwide Act Asia Pacific* di *MTV Europe Award* 2011, nominasi *Favorite Asian Act* di *American Nickelodeon Kids Choice Awards* 2012, menang sebagai *Best Asian Artist Indonesia* dalam *Mnet Asian Music Awards* 2012, dan yang paling baru ia masuk dalam nominasi *Best Female Artist* dalam *World Music Awards* 2013 di Monaco. Selain itu ia juga telah memenangkan puluhan trofi, termasuk di antaranya sepuluh penghargaan Anugerah Musik Indonesia, 7 penghargaan Panasonic Awards, dan empat penghargaan MTV Indonesia Awards (Rolling Stone, 2013: 28).

1.2 Perumusan masalah

Diskriminasi dan ketidakadilan yang terjadi pada perempuan selama ini telah melahirkan feminisme sebagai suatu bentuk upaya penyetaraan antara laki-laki dan perempuan. Kemudian seiring dengan perkembangan feminisme dan modernisasi, muncullah apa yang disebut sebagai budaya pop yaitu sebuah budaya dengan logika komersil yang mudah diakses dan dinikmati oleh masyarakat.

Budaya pop ini juga bersifat politis, dimana budaya pop merupakan sebuah arena konsensus dan resistensi (Hall dalam Storey, 1996: 3). Dengan hadirnya budaya populer dan dengan segenap kekuatannya, tidak jarang kaum pun feminis 'memanfaatkannya' sebagai alat perjuangan meraih kesetaraan dan mengkonstruksi feminitas.

Konstruksi feminitas dalam budaya populer, khususnya video musik sudah banyak ditampilkan oleh penyanyi-penyanyi Barat seperti Madonna, Spice Girl, Alicia Keys, Beyonce, Destiny Child, dan lain sebagainya. Mereka menampilkan gambaran perempuan dengan *Girl Power* yang mandiri, kuat dan bisa melakukan apapun. Namun ada kemungkinan *Girl Power* yang mereka tampilkan tidak sepenuhnya menjadi resistensi tetapi memiliki residual ideologi dominan.

Penelitian ini ingin memfokuskan pada penggambaran *girl power* di Indonesia sebagai sebuah bentuk upaya perjuangan kaum feminis dalam melawan ideologi patriarki, serta membongkar praktik ideologi dominan yang juga melatarbelakangi penggambaran tersebut. Adapun rumusan masalahnya adalah Bagaimana *girl power* ditampilkan sebagai ekspresi perlawanan Agnes Mo dalam video musik?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja yang ditampilkan Agnes sebagai *Girl Power*, serta membongkar ideologi yang melatarbelakangi tampilan *Girl Power* oleh Agnes Mo dalam video musik "Godai Aku Lagi".

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Mengingat penelitian mengenai budaya populer ini masih baru di lingkup ilmu pengetahuan, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada perluasan wacana ilmiah mengenai daya tarik budaya pop dalam kaitannya dengan persoalan gender. Penelitian ini menitikberatkan konten video musik sebagai media penyebarluasan dan arena pertarungan ideologi-ideologi. Secara metodologi, penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kajian analisis media baru khususnya analisis video musik. Eksplorasi terhadap persoalan perempuan dalam video musik diharapkan bisa menjadi usaha pengembangan kajian komunikasi feminis di tengah maraknya budaya populer.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dalam media massa khususnya pada produk budaya populer, mengingat budaya populer ini merupakan sebuah arena konsensus dan resistensi, sehingga sangat efektif untuk menanamkan ideologi tertentu. Penelitian ini juga diharapkan

mampu memberikan kontribusi pada segera disahkannya Rancangan Undang-Undang tentang Kebudayaan yang telah diajukan sejak tahun 2011.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah refleksi atas perjuangan perempuan dalam melawan ideologi dominan dalam masyarakat, khususnya patriarki. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan menyadarkan masyarakat bahwa produk budaya populer merupakan sesuatu yang bersifat kompleks, karena ideologi dan makna tertentu dikonstruksi dengan cara yang 'halus' dan dianggap natural. Oleh karena itu, sikap kritis dari masyarakat sangat diperlukan dalam menikmati sajian budaya populer.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigm is the basic beliefs or worldview that guides the investigator, not only in choices of method but in ontologically & epistemologically fundamental way (Guba & Lincoln, 1994:192).

Muhammad (2011: 15) menjelaskan bahwa paradigma penelitian adalah cara pandang umum seorang peneliti terhadap sebuah fenomena atau realitas. Dengan kata lain, paradigma adalah cara kita melihat realitas. Dengan paradigma, peneliti diatur dalam proses penelitiannya untuk menentukan apa saja yang boleh atau tidak boleh dilakukan. Oleh karena itu paradigma sangat normatif. Menurut Paton (dalam

Muhammad, 2011: 17), paradigma mencangkup 3 hal yaitu ontologi (menyangkut objek dan fokus penelitian), epistemologi (kerangka teori) dan metodologi (menyangkut metode penelitian yang digunakan). Ketika seseorang melakukan penelitian dalam paradigma tertentu, ia berkomitmen untuk menggunakan aturan-aturan dan standar-standar sebagaimana yang *diugemi* (diyakini) dalam paradigma tersebut.

Para ahli membagi paradigma ini dalam berbagai kategori. Guba & Lincoln (1994: 193) membagi atas Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, Konstruktivisme, dan Partisipatori. Neuman menggolongkan ke dalam paradigma Positivis, Interpretif, dan Kritis. Sedangkan Creswell (2010: 6-15) menyebutnya dengan istilah pandangan dunia *(worldviews)* dan membaginya menjadi 4 yaitu post-positivisme, konstruktivisme, advokasi/partisipatoris dan pragmatisme.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan paradigma kritis yang melihat sebuah realitas sebagai sebuah hasil perjalanan sejarah atau yang disebut juga realisme historis, dimana realitas itu dibentuk oleh nilai-nilai sosial, politik, kultural, ekonomik, etnik dan gender yang terkristalisasi sepanjang waktu (Guba dan Lincoln, 1994: 193).

Paradigma ini dipengaruhi oleh gagasan Marx yang melihat masyarakat sebagai suatu sistem kelas, dimana masyarakat didominasi oleh kelompok dominan dan media merupakan alat dominasinya (Eriyanto, 2011: 22-23).

1.5.2 State of the art

Kajian mengenai budaya pop ini masih merupakan jenis penelitian yang terbilang baru di lingkup ilmu pengetahuan (Heryanto, 2012: 4-7). Begitupun penelitian mengenai *Girl Power*. Namun setidaknya ada beberapa penelitian yang berkaitan dan menjadi pijakan dalam melakukan penelitian ini.

1. Penelitian berjudul "Resistensi Sang Liyan: Performa Perempuan dalam K-Pop MV di Youtube" oleh Ruth Mei Ulina malau pada tahun 2013. Penelitian ini melihat bagaimana performa perempuan dalam K-Pop MV di Youtube menghadirkan ideology resistensi *sang Liyan?*.

   Penelitian ini berhasil menemukan adanya kecenderungan resistensi yang dilakukan perempuan Timur melalui performa. Perempuan disini dianggap sebagai mimic (peniru) yang baik, yang meniru logika laki-laki dan juga meniru logika barat. Ideologi resistensi perempuan ini muncul dalam performa melalui proses mimikri "passing" dengan menggunakan instrumen-instrumen seperti relasi gender, mitologi serta kecantikan.

   Penelitian ini menggunakan metode semiotika Barthes yang mengembangkan analisis semiotika Saussure yang menganalisis tanda (sign) penanda (signifier) dan petanda (signified) dan kemudian menambahkan 1 level pemaknaan lagi yaitu mitos. Selain semiotika, penelitian ini juga dikaji dengan *the poststructural communication theory of performance.*

Pada akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa perempuan timur merupakan figur mimikri yang berusaha memperjuangkan eksistensinya yang selama ini tidak begitu terllihat dan diakui. Dengan meminjam kepingan-kepingan budaya berbeda, perempuan timur ini tidak menghadirkan realitas resistensi yang universal, melainkan menghadirkan alternatif strategi yaitu sebuah mediasi untuk membentuk ruang kebudayaan "di antara", yaitu antara timur dan barat, serta antara Diri dan Liyan.

2. Representasi Mitos Feminitas dalam Budaya Popular (Analisis Semiotic Film Animasi *Barbie in The Nutcracker, Barbie as Rapunzel, dan Barbie of Swan Lake*) oleh Noor Intan pada tahun 2003. Penelitian ini melihat bagaimana representasi mitos feminitas dalam film animasi Barbie dan bagaimana bentuk ideologi yang dihadirkan.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga film animasi Barbie tersebut memperlihatkan konstruksi mitos feminitas yang ambigu. Di satu sisi, film-film ini menampilkan mitos feminitas dengan nilai Victorian yang menempatkan perempuan dalam wilayah domestik, taat agama, taat pada orang tua, merawat, mengasuh, dan perawan. Namun di sisi lain, film ini menampilkan juga mitos *Girl Power* yang berkembang di tahun 1990-an, dimana menampilkan bahwa perempuan bisa menjadi jagoan, aktif dan bisa menjadi apapun.

Penelitian ini menggunakan metode semiotika Barthes yang mengembangkan analisis semiotika Saussure yang menganalisis tanda (sign) ppenanda (signifier) dan petanda (signified) dan kemudian menambahkan 1 level pemaknaan lagi yaitu mitos. Selain semiotika, penelitian ini juga menggunakan metode dari Dyer untuk menggali tanda-tanda yang terkandung di dalam suatu teks, salah satunya adalah representasi dari tubuh.

Dari hasil analisisnya, peneliti menyimpulkan bahwa dalam film-film ini, sang pencipta (Matel) seolah ingin mengatakan bahwa mitos *Girl Power* boleh diadopsi namun harus tetap di bawah konstruksi ideologi dominan (patriarki dan nilai Victorian). Hal ini dilakukan juga karena ada kepentingan kapitalis, dimana penciptanya tidak ingin citra feminitas yang ditampilkan dalam film menjadi ancaman bagi masyarakat dengan ideology dominan yang menjadi pangsa pasarnya.

3. Penelitian tahun 2014 oleh Anita Septiani Rosana dengan judul "Mitos Kemandirian perempuan Difabel (Studi Analisis Semiotik pada Rubrik 'SOSOK' di Harian Kompas)". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguraikan mitos-mitos yang tersembunyi di balik teks feature tentang perempuan difabel dalam rubrik 'Sosok' di harian Kompas.

   Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah kritis, khususnya critical construction. Bersandar pada teori standpoint feminist, teori

representasi, teori media massa, teori mitos dalam semiotik dan dengan analisis data semiotika Roland barthes, penelitian ini menunjukkan bahwa harian Kompas merepresentasikan perempuan difabel sebagai perempuan yang mandiri dengan berwirausaha. Namun mitos kemandirian yang ditunjukkan Kompas ini belum menampilkan perempuan difabel yang mandiri secara utuh, karena keberhasilan mereka membutuhkan peran serta dari orang lain juga.

4. Penelitian tahun 2010 yang dilakukan oleh Indah Fajaria mengenai Representasi *Girl Power* pada Lagu-lagu *Spice Girl*. Penelitian ini menjelaskan bagaimana posfeminis di era *Spice Girl* ditunjukkan dalam lagu dan penampilan mereka.

   Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa semangat *Girl Power* selalu ditampilkan dalam lagu dan setiap penampilan *Spice Girl*. Secara umum, dengan slogan *Girl Power*nya, *Spice Girl* menyatakan bahwa perempuan diajak untuk menjadi diri sendiri yang berani mengekspresikan diri dan memilih pilihan-pilihan hidupnya. Isu posfeminisme yang mengusung hal sama pun terlihat jelas dalam setiap lirik lagu dan penampilan panggung *spice girls*.

   Isu posfeminisme era *Spice Girl* telah membuka beragam budaya baru seperti dalam hal penampilan, dan juga perkembangan dalam dunia musik dan hiburan. Mereka telah menginspirasi perempuan untuk menunjukkan

kekhasan yang dimiliki perempuan yang merupakan semangat *Girl Power*. Perempuan dapat menjadi sebuah ikon dari produk budaya populer sekaligus menikmatinya karena perempuan tetap dapat menjadi dirinya sendiri dengan menampilkan kekhasannya masing-masing. Mereka menyatukan budaya popular dan *sisterhood* sehingga membentuk *Girl Power* seperti yang ditampilkan masing-masing personel untuk menunjukkan posfeminisme khas ala mereka.

Penelitian terdahulu ini masih bertumpu pada metode analisis semiotika Barthes, dan juga belum menganalisis bagian-bagiam musik video secara bersamaan. Analisis setiap unsur terpisah dan tidak dihubungkan satu sama lain. Penelitian-penelitian terdahulu ini juga membantu peneliti untuk mengembangkan pemikiran mengenai persoalan gender dalam media massa khususnya budaya populer.

Hal yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan teks musik video Godai Aku Lagi untuk melihat penggambaran perempuan Indonesia dalam budaya populer. Peneliti menggunakan kajian feminisme postmodern, teori representasi, teori imperialisme budaya untuk melihat bagaimana peran budaya dalam memproduksi tampilan perempuan, bagaimana usaha perempuan melawan patriarki sebagai usaha memperjuangkan kesetaraannya melalui budaya populer, serta bagaimana perempuan menampilkan identitas dirinya. Teknik analisis menggunakan teknik semiotika Carol Vernalis yang membedah video dalam 3 tahapan analisis, dan melakukan pembacaan secara

keseluruhan unsur-unsur dalam video. Dimana pembacaan video musik secara utuh akan memungkinkan kita melihat dimensi-dimensi lain yang dihadirkan oleh unsur-unsur pembentuk video musik tersebut.

1.5.3 Girl power

Secara harafiah, *Girl Power* berasal dari bahasa Inggris *girl* yang berarti gadis, cewek atau perempuan muda, dan *power* yang berarti kekuatan, kekuasaan, kemampuan. Sehingga dapat diartikan bahwa *Girl Power* adalah kekuatan yang dimiliki oleh gadis atau perempuan muda. Pengertian *Girl Power* juga dimuat dalam kamus *Oxford English Dictionary*, yang mendefinisikan *Girl Power* sebagai:

> *"Power exercised by girls; spec. a self-reliant attitude among girls and young women manifested in ambition, assertiveness and individualism. Although also used more widely (esp. as a slogan), the term has been particularly and repeatedly associated with popular music; most notably in the early 1990s with the briefly prominent 'riot girl' movement in the United States (cf. RIOT GIRL n.); then, in the late 1990s, with the British all-female group The Spice Girls"*

Istilah *Girl Power* ini merupakan sebuah istilah pemberdayaan yang dipopulerkan oleh kelompok gadis pop asal Inggris *Spice Girls* pada pertengahan hingga akhir tahun 1990-an. *Girl power* ini adalah sebuah istilah yang mengungkapkan fenomena budaya yang terjadi selama tahun 1990-an. *Girl power* ini juga berhubungan dengan feminisme gelombang ketiga (Posfeminisme), yang secara

umum merayakan segala keberagaman perempuan. Bahwa perempuan bukanlah Diri yang satu -yang esensi dan eksistensinya harus didefinisi dan ditentukan dengan cara tertentu- melainkan perempuan adalah jiwa yang bebas.

Secara sederhana, *Girl Power* juga dapat didefinisikan sebagai suatu upaya untuk mencapai kesetaraan dengan laki-laki, atau suatu mental yang meyakini bahwa apapun yang dikehendakinya mampu diwujudkan dengan kekuatannya sendiri. Dengan *Girl Power*, perempuan tidak akan lagi dipandang sebagai objek dan lekat dengan urusan-urusan lokal (urusan rumah tangga, mitos merawat, memelihara, mitos kecantikan dan lain-lain).

Girl Power yang ditampilkan oleh *Spice Girls* ataupun *Material Girl* yang diusung Madonna pada tahun 1990-an mempunyai semangat yang sama, dimana mereka merepresentasikan budaya perempuan baru, yaitu perempuan yang bersikap mandiri dan memegang control penuh atas dirinya, tubuhnya, bahkan mengontrol penonton dan pasar (Arivia, 2006: 128-129). Dengan *Girl Power* ini, perempuan menggunakan tubuhnya dengan kode seksualitasnya secara sadar dan kritis untuk membalik sudut pandang yang selama ini melihat perempuan sebagai objek dengan segala ketidakberdayaannya.

Hasil penelitian Aprinta (2011: 21-26) mengenai "Representasi *Girl Power* Wanita Modern dalam Media Online" mengemukakan bahwa dalam dunia kerja (khususnya pekerja kantoran), profesi sekretaris yang kebanyakan digeluti oleh

perempuan sarat dengan *girl power* yang terwujud dalam setiap tugas yang dijalankannya. Profesi ini merupakan suatu posisi penting dalam perusahaan, dimana seorang sekretaris bertugas untuk menjadi wakil pimpinan, peninjau kebijakan, pengurus operasional perusahaan, penguasa informasi, sebagai problem solver, dan juga garda terdepan yang berwenang untuk menyeleksi tamu yang datang. Sementara itu modalitas feminitas seperti kepercayaan diri, kreativitas, skill komunikasi dan *multi tasking* yang diperoleh sejak lahir adalah *girl power* tersendiri yang menguntungkan perempuan dan memungkinkan mereka untuk bersaing dengan kaum pria dalam dunia IT.

Robinson dalam bukunya *Wonder Women: Feminisms and Superheroes* (2004: 65-94) menuliskan bahwa *Girl power* sebenarnya juga telah terwujud dalam media populer lain sebagai tokoh-tokoh superhero seperti *Cat Woman, The Power Puff Girls, Mulan,* dan bahkan *Barbie*. Namun para tokoh yang 'dibekali' dengan kekuatan tersebut tidak bisa lepas juga dari tema romantisme dan heteroseksual. Mereka pada akhirnya hanya menjadi bagian dari laki-laki, tetap menjadi pelengkap bagi laki-laki. Kecakapan atau kekuatan yang dimiliki dipandang sebagai sepenuhnya diperoleh melalui *magic*.

Tokoh Barbie, misalnya. Melalui tokoh Barbie, perempuan digambarkan sebagai sosok yang cantik dan 'perkasa', yang memiliki kekuatan yang tidak dimiliki laki-laki seperti sihir, tapi pada akhirnya mereka hanya menjadi bagian dari laki-laki itu. Perempuan-perempuan ini seakan tidak berdaya ketika berhadapan dengan laki-

laki. Kekuatan yang dimiliki seakan-akan lumpuh, hilang entah kemana ketika berjumpa dengan laki-laki sehingga mereka dengan sukarela menyerahkan diri mereka untuk menjadi milik laki-laki (pada akhirnya, -dalam semua episodenya- tokoh *Barbie* akan menikah dengan seorang laki-laki).

Perempuan-perempuan yang dihadirkan itu tentu saja juga memiliki gambaran yang serupa, putih, tinggi, langsing, berambut panjang, anggun, dan cantik. Dimana pada akhirnya, representasi seksisme atas perempuan menjadi lebih terlihat daripada *Girl power*nya.

Seseorang dikatakan memiliki *girl power* ketika dia mampu menggunakan segala yang ada pada dirinya untuk menjadi subjek dan mampu bersaing dengan laki-laki dan juga melakukan control. Ini mengindikasikan bahwa aspek 'kesadaran' merupakan hal yang penting dalam *Girl power.* Semua usaha yang dilakukan perempuan, termasuk kode seksualitas yang ditampilkan bisa dikatakan memiliki *Girl Power* ketika perempuan melakukannya secara sadar dan kritis.

1.5.4 Teori Imperialisme Budaya

Pada dasarnya, imperialisme merupakan ekspresi untuk kecenderungan pengekspor budaya, khususnya Amerika, untuk menyebarkan dominasinya. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Inti teori imperialisme budaya ini menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di

seluruh dunia, dan juga mendominasi media massa di dunia ketiga (Negara berkembang). Media Barat dengan segala kelebihannya sangat mengesankan bagi media di Negara berkembang, sehingga mereka ingin meniru apapun yang ditampilkan media tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika Negara berkembang mulai melakukan peniruan dari Negara maju, maka pada saat itu pula terjadi penghancuran budaya asli di negara berkembang tersebut (Nuruddin, 2007: 175).

Kebudayaan barat juga mendominasi media massa seperti film, berita, foto, musik dan lain-lain. Dominasi ini mengakibatkan Negara berkembang ikut menikmati sajian-sajian media massa Barat, dan tanpa disadari tayangan tersebut turut mempengaruhi gaya hidup ataupun cara berpikir mereka. Mereka kemudian akan sampai pada pemikiran bahwa apapun yang ditampilkan media barat adalah yang terbaik, terkeren, ter-*up date*, dan paling modern, sehingga mulai terjadi peniruan-peniruan terhadap budaya barat.

Contoh imperialisme yang jelas terlihat adalah bagaimana film-film barat menguasai seluruh bioskop di Indonesia. Belum lagi majalah-majalah remaja yang memuat gaya fashion yang berkiblat pada fashion Barat. Bahkan kriteria perempuan cantik pun berkiblat pada barat, sehingga sering kita jumpai wajah-wajah bule berseliweran di tayangan televisi dan iklan-iklan.

Salah satu asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa pada dasarnya manusia tidak mempunyai kebebasan untuk menentukan bagaimana mereka berpikir, apa yang

dirasakan dan bagaimana mereka hidup. Mereka pada umumnya cenderung mereaksi dan kemudian meniru apa yang ditampilkan oleh media.

Imperialisme budaya merupakan ekspresi umum untuk kecenderungan mengekspor industri media global, khususnya dari Amerika, dengan tujuan untuk mendominasi konsumsi media khususunya di Negara-negara berkembang. Tidak hanya konten media yang diekspor, melainkan juga teknologi, nilai-nilai produksi, ideologi professional dan kepemilikan. Asumsi teori ini adalah bahwa imperialisme budaya mengarahkan pada kebergantungan, hilangnya otonomi, dan berkurangnya budaya nasional ataupun lokal.

Schiller (1976: 72) mengungkapkan penyebab imperialisme ini adalah karena Negara Barat tersebut mempunyai modal (uang) dan media Barat sudah dikembangkan menjadi sebuah industry yang berorientasi laba. Kedua, karena Negara Negara tersebut mempunyai teknologi maju yang mampu mendukung segala produk yang dibutuhkan dalam industri media tersebut.

1.5.5 Teori Representasi

Representasi tidak hanya berarti menggambarkan sesuatu, tetapi representasi adalah sebuah cara memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Istilah representasi itu menunjuk pada bagaimana seseorang, suatu benda, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam media. Ada 2 hal penting dari representasi

yaitu apakah seseorang atau gagasan tersebut ditampilkan apa adanya, dan bagaimana representasi itu ditampilkan. Ini menegaskan bahwa ada perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan arti benda yang sebenarnya digambarkan.

Menurut Fiske, proses representasi melibatkan tiga elemen: pertama, objek yang ditandakan (*encode);* yakni sesuatu yang akan direpresentasikan. Kedua, tanda; yaitu representasi itu sendiri. Disini kita melihat bagaimana realitas itu digambarkan dengan menggunakan perangkat secara teknis seperti kata, kalimat, foto, dan sebagainya. Ketiga, *coding* yakni seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. Ini menyangkut bagaimana kita melihat sebuah realita diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis (Eriyanto, 2001:113-120)

Representasi menunjuk pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi merupakan konsep yang digunakan dalam proses social pemaknaan melalui system pemaknaan yang ada, seperti teks, video, film, foto dan sebagainnya. Hall (1997: 27) memetakan 3 teori representasi sebagai *guide* dalam menjelaskan bagaimna produksi makna hingga penggunaannya dalam konstruksi social. Ke-3 teori itu yaitu sebagai berikut:

Pertama, pendekatan reflektif. Dalam pendekatan ini, sebuah makna tergantung pada sebuah objek, orang, atau peristiwa yang ada di dunia nyata. Bahasa disini dipandang sebagai cermin, yang merefleksikan makna sebenarnya dari dunia. Sedangkan tanda visual membawa sebuah bentuk dan tekstur dari objek yang direpresentasikan.

Kedua, pendekatan intensional. Pendekatan ini berbeda dengan pendekatan yang pertama. Pendekatan ini lebih menekankan pada siapa yang berbicara, menulis atau mengungkapkan gagasannya. Bahwa bukan bahasa yang menentukan makna, melainkan pembicara atau penulis lah yang mengungkapkan atau menentukan makna melalui bahasa.

Ketiga, pendekatan konstruksi. Pendekatan ini melihat bahwa makna tidak tergantung pada kualitas material tanda, tetapi lebih kepada fungsi simbolik. Disini akan juga terlihat hubungan antara tanda dan hubungan sosial orang-orang yang menggunakan tanda-tanda tersebut.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami situasi, peristiwa, kelompok, atau interaksi sosial tertentu (Locke, Spirduso, & Silverman dalam Creswell, 2010: 292). Metodologi penelitian kualitatif banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Penelitian ini juga dapat diartikan sebagai proses investigatif yang di dalamnya peneliti secara perlahan memaknai suatu fenomena sosial. Marshall dan Rossman menyatakan bahwa penelitian ini melibatkan peneliti untuk menyelami *setting.* Peneliti memasuki dunia informan melalui interaksi yang berkelanjutan, mencari makna-makna dan perspektif-perspektif informan (Creswell, 2010:292).

1.6.2 Objek penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti adalah video musik Agnes Mo yang berjudul Godai Aku Lagi. Video klip tersebut dipilih karena Agnes Mo mengangkat tema *girl power* dan menampilkan gambaran perempuan Indonesia yang berbeda dengan yang ditampilkan oleh penyanyi Indonesia lainnya. Selain itu, kepopuleran dan prestasi-prestasinya di bidang music juga menjadi pertimbangan peneliti.

1.6.3 Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah:

1. Data primer; yaitu data berupa video klip Agnes Monica
2. Data sekunder; yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber lain seperti buku, artikel, lagu, dan bahan bacaan lain dari internet.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh dengan teknik dokumentasi, dimana peneliti mengumpulkan *official music video* Agnes Mo melalui situs Youtube.com.

1.6.5 Analisis dan Interpretasi Data

Data yang dihasilkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan analisis semiotika. Analisis semiotika ini adalah cara untuk menganalisis dan memaknai tanda. Tanda-tanda ini berupa kata-kata, gambar, suara, gestur dan juga semua praktik dan aktifitas yang bisa dimaknai. Menurut John Fiske, semiotika berkonsentrasi pada

hubungan yang timbul antara sebuah tanda dan makna yang dikandungnya serta bagaimana tanda-tanda tersebut dikomunikasikan dalam kode-kode. Sedangkan Preminger berpendapat bahwa fenomena masyarakat dan kebudayaan juga merupakan tanda, sehingga menurutnya semiotika itu mempelajari system, aturan ataupun konvensi yang pada akhirnya memberi arti tertentu pada tanda (Sobur, 2006:16).

Video musik adalah sebuah karya yang memadukan unsur visual dan audio, sehingga video klip ini lebih menjelaskan makna dari sesuatu. Selain itu sebagai salah satu bentuk media massa, video musik juga merupakan salah satu alat komunikasi serta sarana penyampai sebuah ide dan gagasan. Oleh karena itu sebuah video musik tentu mengandung tanda-tanda yang bisa kita maknai.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang terinspirasi dari Carol Vernalis pada tahun 1998 yang sebelumnya juga telah meneliti video klip 'Cherish' milik Madonna. Data akan dianalisis dalam 3 tahap, yaitu: (1) mendeskripsikan struktur yang tercipta dalam video music, (2) membaca kronologi video dan analisis dari dua bagian tertentu, dan (3) memaknai keterkaitan video music dengan *Girl power* dan ideologi dominan lainnya.

1.6.5.1 Analisis tahap pertama

Pada tahap 1 dari penelitian ini, kita akan mengamati struktur yang tercipta dalam video music, yaitu *flow*, *continuitas*, *countur*, *form*, *basic shape*, *motive*, *phrase* dan lirik. Struktur ini tercipta atas harmonisasi berbagai elemen yang

terkandung di dalam video musik tersebut. Dengan memperhatikan elemen-elemen tersebut, kita akan melihat apa ide atau gagasan yang terkandung di dalamnya.

1.6.5.1.1 Flow

Struktur pertama yang akan dilihat adalah flow. Struktur ini melihat kapasitas atau elemen-elemen yang bekerja dalam video, yang pada akhirnya akan membawa penonton ‘masuk’ dan ‘larut’ ke dalam video. Elemen musik dan gerak yang harmonis membantu menciptakan dan memelihara momentum lagu. Selain itu, pergerakan kamera dan shot-shot pengambilan gambar juga akan membuat mata penonton tetap pada posisi yang stabil, sehingga memungkinkannya untuk menikmati video tersebut. Elemen-elemen ini saling mendukung satu sama lain, dimana gambar memperjelas hal-hal yang seringkali terabaikan dari lagu, dan ritme lagu memberikan fokus pada gambar.

Jenis shot	**Definisi**
Close up	Pengambilan gambar pada jarak yang sangat dekat dan memperlihatkan hanya bagian kecil subyek, misalnya wajah seseorang untuk menunjukkan detail ekspresi seseorang. Kesan yang ditimbulkan adalah subjek akan terfokus sehingga penonton tidak terlalu memperhatikan backgroundnya.
Extreme close up	Pengambilan gambar dengan hanya mencakup satu bagian tubuh misalnya kaki sehingga detail nya sangat jelas. Misalnya apa yang dipakai di kaki, warna, motif

	dan lainnya.
Medium shot	Pengambilan gambar yang menampilkan objek dari kepala hingga pinggang. Pada shot jenis ini, ada keseimbangan tampilan antara objek dan juga background sehingga cenderung netral.

Sumber: Purba (2013: 27-34)

1.6.5.1.2 Continuity

Struktur ini melihat pengulangan-pengulangan yang ditampilkan dalam video music yang kemudian memunculkan kontinyuitas atau keberlanjutan dari cerita dalam lagu. Teknik editing merupakan elemen terpenting, karena editing membuat pandangan mata penonton tetap terjaga sehingga penonton dapat menikmati video dengan baik tanpa ada bagian-bagian yang terpotong. Dalam narasi Hollywood tradisional, teknik editing bekerja untuk memberikan penguasaan ruang bagi penonton melalui *shot*, aturan 180 derajat, kesesuaian titik mata dan titik pandang (Bordwell, 1985 dalam Vernalis, 1998: 157).

1.6.5.1.3 Contour

Elemen yang membangun struktur ini adalah teknik pengambilan gambar dan kesesuaiannya dengan suara. Seperti yang kita ketahui bahwa musik atau suara, memiliki kontur (garis bentuk) tersendiri. Dan dalam video musik, para komposer

seringkali menggambarkan garis musik tersebut dalam bentuk visual. Penggambaran tersebut berdasarkan konsensus yang telah kita pahami dalam kehidupan sehari-hari.

Secara kultural, kita mempunyai disposisi untuk mengkategorikan gerakan dengan hubungan tinggi-rendah. Misalnya ketika suara melonjak naik, maka kamera juga bergerak keatas. Kita juga mempunyai disposisi untuk membaca (mengamati) foto dan lukisan dari kiri ke kanan (seperti saaat membaca). Ruang dan juga aural (yang berkaitan dengan telinga/pendengaran) juga berkorelasi dengan emotional. Musikolog mencatat bahwa kontur melodi berkaitan erat dengan perasaan yang kita rasakan dalam musik (Meyer, 1989).

1.6.5.1.4 Form (bentuk atau struktur gambar yang dihasilkan)

Video musik sering menggambarkan skala besar desain formal yang sesuai dengan skala besar struktur musik. Disini kita akan melihat desain bentuk atau struktur gambar apa saja yang ditampilkan dalam video musik “Godai Aku Lagi”. Elemen yang dapat membantu kita menjelaskan struktur ini yaitu teknik pengambilan gambar.

1.6.5.1.5 Motif

Disini kita akan mencari apa maksud terselubung dari gambar atau musik yang ditampilkan. Hal ini kita lihat dari kesesuaian lagu dan irama, dengan gambar

(termasuk gestur). Di video musik, beberapa melodi lagu seringkali membentuk sebuah gambaran yang berkaitan dengan motif visual.

1.6.5.1.6 Frase

Struktur ini melihat kejelasan artikulasi kata dan juga kejelasan musik dan gambar yang ditampilkan. Gambar di video musik, merupakan bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan frase dari musik. Elemen pembentuk struktur ini adalah lirik dan juga teknik editing video.

1.6.5.1.7 Lirik

Sama halnya dengan banyak video lainnya, lirik pada video musik “Godai Aku Lagi” hanya menyediakan satu diantara banyak materi yang dapat diperhatikan. Disini kita akan memperhatikan pengucapan lirik dan kaitannya dengan gambar yang ditampilkan.

1.6.5.2 Analisis tahap kedua

Di tahap kedua dalam penelitian ini, akan dijabarkan kronologi dari lagu dan gambar dalam video “godai aku lagi”. Dalam lagu, ada beberapa bagian lagu yaitu *introduction, verse, chorus, bridge, refrain.*

1.6.5.2.1 Introduction

Intro merupakan awal dari sebuah lagu. Biasanya intro berupa instrumen-instrumen yang not-notnya diambil dari bagian lagu tersebut.

1.6.5.2.2 Verse

Verse ini seringkali disebut dengan bait. Verse atau bait ini bercerita tentang tema lagu atau liriknya untuk menceritakan awal mula cerita dari lagu. Singkatnya, verse atau bait ini adalah titik awal penceritaan lagu.

1.6.5.2.3 Chorus

Chorus ini merupakan bagian inti dari penceritaan dalam lagu. Biasanya chorus ini berisi pernyataan atau misi utama dari lagu. Karena perbedaannya yang tipis dengan reff, mereka berdua seringkali kita temukan berdekatan letaknya.

1.6.5.2.4 Reff/Reffrain

Sama halnya dengan chorus, refrain ini juga merupakan inti cerita dari lagu. Namun seperti namanya refrain yang berarti pengulangan, bagian ini merupakan bagian yang paling sering diulang dalam sebuah lagu.

1.6.5.2.5 Interlude

Interlude ini adalah bagian kosong dari lagu yang berada di tengah-tengah lagu, dan berfungsi untuk menyambungkan bait dengan bait ataupun bait dengan chorus.

1.6.5.3 Analisis tahap ketiga

Analisis di tahap ini merupakan analisis kunci dalam penelitian ini, dimana peneliti akan melihat kaitan antara video musik, *Girl Power* dan juga ideologi dominan lainnya. Pada analisis ini, unsur yang akan diperhatikan adalah Narasi, Kostum, dan Gestur.

1.6.5.3.1 Narasi

Dalam penelitian mengenai video musik, struktur narasi akan dilihat dari lirik yang terdapat dalam lagu. Analisis terhadap lirik lagu ini dimulai dengan mendeskripsikan lagu dengan memperhatikan siapa yang berbicara, siapa yang diajak berbicara, tema apa yang diangkat, serta penggunaan diksi atau pilihan kata dalam lirik lagu.

1.6.5.3.2 Kostum

Kostum disini juga menjadi penting diperhatikan karena identifikasinya bisa menjadi penanda individu yang memakainya. Kostum atau pakaian juga akan menciptakan representasi, dimana seseorang dapat mengukur relasi perempuan dengan aestetik naturalnya. Posisi perempuan sebagai subjek atau objek juga dapat dicermati melalui pakaian yang dikenakannya (Young, 2005). Namun sampai saat ini, deskripsi tentang pakaian perempuan masih berpatokan pada *style* Barat. Berikut ini beberapa kategori Fashion mengutip Buckley and Fawcett (2002, 16-149):

1. High Fashion

   Merupakan gaya busana aristokrat Lady Victoria. Kategori ini memperlihatkan lekuk tubuh perempuan dengan menonjolkan bagian tubuh perempuan seperti dada dan pantat, serta penekanan pada bentuk pinggang yang kecil. Kategori ini juga menunjukkan kelas dan gambaran perempuan yang lekat dengan mitos feminitas yang berkembang saat itu.

2. Turbular

   Kategori busana ini muncul selama masa perang antara tahun 1914-1920an. Model busana ini mengarah pada model maskulin, dimana busana ini tidak memperlihatkan dengan jelas bentuk tubuh perempuan. Busana ini biasanya digunakan oleh perempuan kelas pekerja, dimana model ini memang di desain nyaman dan fleksibel untuk *wartime work.*

3. Glamour

   Kategori busana ini bekembang antara tahun 1920-an hingga tahun 1930-an. Busana ini mengekspos seksualitas perempuan, dimana menekankan pada dada, pinggang, punggung, kaki, perut dan paha.

4. Minimal clothing

   Memasuki tahun 90an, kita diperkenalkan dengan jenis busana baru yang juga merupakan suatu bentuk kebebasan seksualitas perempuan. Model

busana ini sebenarnya telah muncul sekitar tahun 60an, dimana saat itu gaun pengantin dibuat dengan belahan dada yang rendah. Disebut *minimal clothing* karena busana ini terlihat seperti menggunakan bahan yang minim (sedikit). Dalam kategori ini dikenal baju *crop top* yaitu atasan (baju) dengan potongan tinggi sehingga memperlihatkan perut. Dan juga rok yang sangat pendek.

5. Slip dress: Busana ini adalah model busana yang menyerupai pakaian dalam, tetapi digunakan sebagai luaran (*outers*).

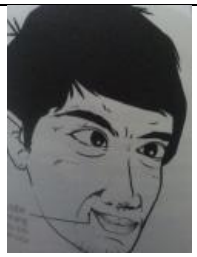
6. Mini Skirt

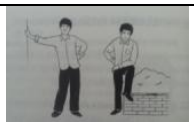
   Merupakan bentuk busana yang tidak menutupi lutut. Bisa berbentuk rok ataupun dress pendek di atas lutut. Penggunaan rok ini biasanya dipadukan dengan *high heels*.

1.6.5.3.3 Gestur dan Ekspresi Wajah

Analisis gestur yang ditunjukkan Agnes dalam Video musiknya ini juga sangat penting untuk diperhatikan, karena dengan gestur kita dapat mengamati pesan yang tidak disampaikan secara verbal. Disini kita akan melihat bukan saja gerak tubuh, tetapi juga ekspresi wajah.

Gestur/mimic	Deskripsi	Makna
	Otot pipi bergerak naik dan tepi bibir membentuk senyuman	Ekpresi wajah bahagia
	Sisi alis bagian dalam menyatu dan condong ke bawah, bibir menyempit dan pandangan mata yang tajam	Ekspresi marah
	Mata tidak fokus, bibir ditarik ke bawah sisi-siisi bibir	Ekspresi sedih
	Kedua alis naik bersamaan, bibir terbuka dan kelopak mata menegang	Ekspresi takut

	Kedua alis mata naik, mata terbuka lebar dan mulut terbuka secara reflex	Ekspresi terkejut
	Biasanya ditunjukkan dengan gerakan menaikkan salah satu sudut bibir.	Ekspresi menganggap remeh
	Telapak tangan mengarah ke bawah	Sikap otoriter
	Tangan menunjuk	Agresif
	Melipat dan menyilangkan tangan	Gesture ini dapat dimaknai sebagai bentuk kepercayaan diri dan konsistensi dari keputusan yang diambil, atau

		menunjukkan sikap defensif.
	Menyilangkan kaki	Menunjukkan kekuasaan atau status sosialnya
	Bersandar pada suatu benda	Menunjukkan daerah kekuasaannya
	Jari tangan membentuk menara	Menunjukkan kepercayaan diri dan optimism

Sumber: Pease (1988: 27) dan Ramdani (2015: 13-29)

1.6.6 Kualitas Data (*goodness criteria*)

Kualitas data merupakan salah satu hal penting dalam sebuah penelitian. Kriteria kualitas data ini dapat dicermati dari paradigma atau perspektif yang digunakan peneliti. Penelitian ini merupakan penelitian yang berdasarkan pada paradigm kritis, dimana menurut Guba dan Lincoln ada 3 kriteria kualitas data yang dapat digunakan dalam paradigm kritis yaitu *historical situatedness, erotion of ignorance and missaprehension dan action stimulus.*

Historical situatedness yaitu suatu kriteria dimana penelitian kritis harus mempertimbangkan nilai-nilai pembentuk realitas, yaitu nilai sosial, politik, kultural,

ekonomi, etnis, dan juga gender. Kriteria ini terlihat dari penjabaran mengenai bagaimana nilai-nilai yang dipengaruhi oleh ideologi patriarki dan kapitalis kemudian melahirkan sebuah gerakan resistensi perempuan khususnya yang dilakukan melalui budaya populer. Penjabaran kriteria ini akan dimunculkan dalam Bab II penelitian ini.

Kriteria yang kedua yaitu *erosion of ignorance and missapprehensions* adalah kriteria yang mempertimbangkan pada bagaimana sebuah realitas yang terbentuk mampu mengikis ketidaktahuan dan juga kesalah-pengertian yang terjadi dalam konteks sejarah. Kriteria ini akan dijabarkan dalam Bab IV mengenai analisis penelitian yang akan memperlihatkan usaha menguak serta menguraikan persoalan-persoalan di masa lampau yang berkaitan dengan relasi gender.

Kriteria yang terakhir yaitu *action stimulus.* Kriteria ini merupakan kriteria yang mempertimbangkan sejauh mana kriteria lain mampu menstimulasikan tindakan-tindakan yang mengarah pada transformasi sosial, persamaan, serta keadilan sosial. Kriteria ini akan dihadirkan dalam implikasi penelitian yang berefleksi terhadap realitas yang dibentuk oleh sejarah dan masa kini.