

Sensualitas Perempuan Dalam Industri Musik Populer

Roro Retno Wulan
Telkom University
Email: rorowoelan28@gmail.com

Abstract

In earlier age, a woman was an interesting study especially focusing to relation between man and woman, between political economy and woman existence. Kind of this engagement has been constructing woman as actresses who perform their actions where she sings a song. It was suspected that it was not genuine anymore. This study investigated two aspects of woman's dimension. First, a woman as performer in video clips. Second aspect is teenager as spectacles. This study is to find out any positions and roles played by a woman as actress and teenagers as spectacle within feminism perspectives and pop culture in Indonesia as a whole. The methods were conducted involving Focus Group Discussion, observation, interviews and analyzing documents. The results pointed out that culture industry was dominated by two processes: standardization and the false individualization. Gradually, pop culture performed by a woman as actress in video clips tended to present glamour and erotic exploitation. Teenagers as spectacles tended neglecting their own identity by adopting their idols from video clips.

Keywords: *video clips, pop culture, identity, teenager, feminism*

Abstrak

Dari dulu, perempuan menjadi suatu kajian menarik dalam relasi kuasa antara laki-laki dengan perempuan, antara kepentingan ekonomi politik dengan eksistensi perempuan. Lilitan semacam ini telah mengkonstruksi penampilan artis yang dicurigai kemurniannya. Kajian dalam penelitian ini melihat bahwa terdapat dua sisi perempuan yang perlu dicermati, yaitu perempuan penampil atau artis dalam video klip dan perempuan sebagai penikmat musik. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan berbagai aspek kajian feminis dan budaya populer di kalangan remaja putri Indonesia. Peneliti memilih teknik pengumpulan data yang mencakup pengamatan, wawancara, kajian dokumen, pengembangan diskusi kelompok terhadap remaja putri sebagai penikmat video musik budaya pop. Hasilnya industri budaya didominasi oleh dua proses: standarisasi dan individualisasi semu. Artinya semakin hari lagu pop dikemas dengan video klip yang berbeda dengan penampilan para artis yang semakin seronok untuk menarik perhatian. Secara sadar para remaja putri berupaya melakukan proses identifikasi dirinya dengan idolanya

Kata kunci: video klip, budaya populer, identitas diri, remaja putri, feminisme

Pendahuluan

Maraknya berbagai video klip di media baik media massa maupun di dunia maya telah membawa sebuah kajian baru yang sangat menarik dan jarang disentuh oleh para ahli komunikasi. Musik dan lagu sesungguhnya tidak hanya dipandang sebatas sebagai hiburan dan seni, melainkan juga dapat dipandang sebagai ekspresi pikiran dan perasaan terhadap banyak hal, baik dari individu si penyanyinya atau pun cerminan dari realitas sosial tertentu hingga refleksi nasehat dan renungan.

Lagu-lagu Ebiet G Ade misalnya hampir seluruhnya mencerminkan perenungan tertentu. Lagu-lagu Iwan Fals mencerminkan kritik sosial hingga lagu-lagu anak-anak dan lagu-lagu rakyat sesungguhnya mencerminkan pesan dan cerminan dari suatu keadaan tertentu. Dengan demikian, lagu dapat dipandang sebagai sebuah pesan komunikasi.

Lagu sebagai sebuah hiburan telah dikenal sejak jaman dahulu. Lagu bisa merupakan cerita, doa dan petuah dalam kehidupan masyarakat tradisional. Masyarakat Jawa dan Sunda mengenal tembang dan pupuh. Tembang-tembang itu mencerminkan siklus kehidupan manusia dari lahir hingga kematian. Ini dapat dicermati dari nama-nama yang diberikan atas tembang-tembang tersebut seperti megatruh, asmarandana, dandang gula, pangkur, dan seterusnya.

Masyarakat Indian Kuno mengenal pembacaan mantra-mantra melalui lagu. Bahkan doa-doa Kristiani banyak dinyanyikan oleh orang-orang Afro-Amerika dalam bentuk irama gospel. Syair-syair dalam lagu keagamaan dapat ditemukan hampir di semua agama di dunia. Dengan perkataan lain, lagu dapat merepresentasikan berbagai kondisi dan keadaan termasuk eksistensi dari suatu kelompok sosial tertentu.

Mereka yang memainkan alat musik dan menyanyikan lagu pun melabelinya dengan genre lagu dan habitusnya tertentu. Bahkan dengan lagu ini, sebuah kelompok sosial tertentu terdefiniskan, terafirmasi, dan melakukan

distingsi dengan kelompok sosial yang lain. Musik dan lagu *rock n roll* misalnya merupakan bentuk perlawanan terhadap musik dan lagu yang bersifat aristokratis. Lagu dangdut dianggap lagu dan musiknya kaum marginal. Sedangkan Jazz misalnya dipandang sebagai musik berkelas.

Hal yang menarik adalah fenomena perempuan dan posisinya dalam relasinya sebagai artis dengan lagu yang dibawakannya. Apakah benar perempuan sebagai eksistensinya tampil merepresentasikan diri sebagai identitas diri atautkah sebenarnya ia hanya merupakan tontonan. Apakah lagu yang berisi pesan-pesan tertentu adalah inti dari persoalan yang ingin disajikan? Atau sebenarnya perempuan itu sendiri merupakan representasi dari kepentingan ekonomi politik tertentu.

Dari dulu, perempuan menjadi suatu kajian menarik dalam relasi kuasa antara laki-laki dengan perempuan, antara kepentingan ekonomi politik dengan eksistensi perempuan. Bentuk-bentuk komodifikasi dalam panggung musik dan lagu, apakah tidak mungkin steril dari masalah komodifikasi ini. Lilitan semacam ini telah mengkonstruksi penampilan artis menjadi sebuah kesadaran tertentu yang dicurigai kemurniannya.

Kajian dalam penelitian ini melihat bahwa terdapat dua sisi perempuan yang perlu dicermati oleh para ahli komunikasi, yaitu perempuan penampil atau artis dalam video klip dan perempuan sebagai penikmat musik. Ada dua hal penting, yang dapat dicermati, perempuan sebagai penampil/ penyampai-sebagai artis dan perempuan sebagai penikmat. Hubungan ini dapat menjadi analogi hubungan antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks teatrical hubungan ini adalah hubungan antara artis pemeran dan penonton.

Hebdige (1979) menjelaskan bahwa musik menjadi sebuah bentuk resistensi kaum tertentu. Cohen (1991) memaparkan bahwa musik dianggap sesuatu yang eksotis dan pragmatis diantara para remaja. Menurut pandangan Strinati (1995) budaya populer telah memberikan perubahan yang radikal dalam

peranan media massa yang menghapuskan perbedaan antara citra dan realitas. Industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu.

Dari kacamata teori feminis, terdapat dua pendapat yang saling bertentangan tentang representasi hiperseksualitas perempuan di media populer seperti video klip on line dan VCD. Dalam tulisan yang dipaparkan Jackson, Vares & Gill (2012) "*The Whole Playboy Mansion Image: Girl Fashioning & Fashioned Selves with a Post-feminist Culture*" menjelaskan bagaimana teori feminis radikal libertarian dan Teori Feminis Radikal Kultural membahas posisi perempuan penampil (artis) dalam bereksresi di media populer. Walaupun dalam kajian tersebut tidak dijelaskan efek dari tindakan para artis tersebut.

Beberapa literatur mengkaji tentang posisi perempuan dalam dunia musik pop membuktikan bahwa terdapat peningkatan ekskalasi pornografi dalam representasi perempuan di media musik pop (Allen, 2001, Dines, 2010, LeVande, 2008, Levy, 2005, Meyers, 2008, Katz, 2006). Diawali dengan munculnya Madonna, Britney Spears, Beyonce hingga Lady Gaga, Nicky Minaj, Rihanna, Miley Cyrus dan Katy Perry akhir-akhir ini.

Mereka semua menjadi ikon musik pop sekaligus ikon sensualitas perempuan di media musik pop dunia. Tidak memandang warna kulit dan genre musik mereka. Temuan para ahli tersebut telah membuka kesadaran tentang isu-isu hiperseksualitas perempuan dalam media musik pop. Terutama karena mereka menyadari bahwa musik pop memiliki kekuatan untuk menyatukan dan lintas usia, grup, serta batas-batas geografis. Hal inilah yang patut dicermati oleh para ahli komunikasi. Kenyataan bahwa sekarang ini baik media massa maupun media internet telah sedemikian luasnya masuk ke ruang-ruang pribadi kita. Dan perlu digarisbawahi adalah budaya pop yang diusung oleh musik pop dan tersebar ke seluruh dunia melalui media massa

dan media internet kebanyakan bersumber dari ide-ide industri pop di Amerika. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa peranan media internet telah membawa budaya baru dalam masyarakat termasuk penyebaran video klip melalui YouTube

Sementara pangsa pasar penikmat musik ini adalah para remaja putri. Dengan kecanggihan alat komunikasi saat ini mereka menjadi kelompok penikmat musik baik tanah air maupun manca negara. Remaja adalah salah satu penikmat musik yang sangat mudah dimasuki oleh budaya pop hingga membuat mereka hysteria.

Burton (2001:170) menjelaskan "... *not surprisingly, most apparent in relation to young audiences in their identity reforming years*". Lebih lanjut dijelaskannya bahwa proses pengidolaan atau tokoh ideal menawarkan kepada para remaja putri pilihan yang terfokus pada grup tertentu, sehingga mereka dikenal sebagai pengikut yang fanatik.

Mereka pasti melakukan beberapa aktifitas yang membuat dialog antara penggemar dan artis pop semakin "dekat" saling membutuhkan satu-sama lain. Disinilah bagaimana realitas palsu dibentuk, citra diperjualbelikan sehingga artis mempertaruhkan segalanya untuk mencapai popularitas. Dengan penjabaran konseptual semacam ini, tulisan dikembangkan berdasarkan permasalahan penelitian yang melihat bagaimana deskripsi yang dapat diberikan dalam melihat posisi sebagai artis dalam dunia industri budaya pop dan posisi perempuan sebagai "spectacles" penikmat. Bagaimana pula relasi ini mengkonstruksikan adanya kesadaran palsu dalam relasi tersebut.

Metode Penelitian

Metode adalah cara yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan. Metode dibutuhkan dalam sebuah penelitian karena dianggap mampu menuntun penelitian tersebut mencapai hasil yang diharapkan. Metode pendekatan dalam suatu penelitian diperlukan untuk memecahkan suatu masalah yang diselidiki.

Arikunto menjelaskan (2002:136) “Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Sedangkan Surakhmad (1984:131) “Metoda penelitian adalah merupakan cara utama yang digunakan untuk mencapai tujuan”. Metode yang digunakan adalah metode studi pustaka dan pengamatan melalui internet dengan pendekatan perspektif budaya populer.

Berdasarkan metode pendekatan ini, peneliti memilih teknik pengumpulan data yang sesuai dengan pendekatan yang ditetapkan yang mencakup pengamatan, wawancara, kajian dokumen, pengembangan diskusi kelompok terhadap remaja putri sebagai penikmat video musik budaya pop. Beberapa data ini kemudian disarikan, disajikan dan ditarik simpulan-simpulan penting atas relasi perempuan sebagai artis dalam industri budaya pop dan perempuan sebagai penikmat budaya pop.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan berbagai aspek kajian feminis dan budaya populer di kalangan remaja putri Indonesia. Sebagai harapan, penelitian, akan menjadi sebuah masukan bagi masyarakat luas dalam mengkaji fenomena efek media massa bukan saja dari kajian teori kultivasi, teori pembelajaran sosial, namun bergeser kepada kajian kritis yang lebih menekankan efek media terhadap sub kultur, seperti kelompok remaja perempuan penikmat musik.

Remaja putri termasuk sekelompok orang yang memiliki ketertarikan dan cara pandang yang berbeda dengan kelompok lain sederajat, misalnya remaja pria. Kegiatan mereka sebagai subkultur di media pun berbeda. Manovich (2001) menyatakan bahwa “*new media, particularly in social media in the context of identity and communication formation, are a complex negotiation between our multiple selves (on-line and off-line) and the computer structures and operations through which we represent these selves to others*”.

Dengan kata lain media sosial menjadi *life takes places on screen*. Dimana pada akhirnya media baru mengikuti logika

industri dan masyarakat global yang mana setiap warganya dapat mengkonstruksikan kehidupan mereka, gaya hidup dan memilih ideologi dari begitu banyaknya pilihan ideologi yang ada di media baru.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan industri musik dunia saat ini berkiblat ke perkembangan industri musik populer di Amerika dan Inggris. Kebanyakan penyanyi dan grup musik yang terkenal saat ini berasal dari kedua negara tersebut. Di Indonesia juga dikenal banyak pemusik dan penyanyi yang berbasis K-Pop atau *Korean Pop* dan J-pop atau *Japanese Pop*. Namun perkembangan industri budaya populer Amerika Serikat lebih kuat pengaruhnya di dunia. Apa yang menjadi *trend setter* adalah kemampuan penguasa industri Amerika memberikan terobosan-terobosan baru. Musik pop adalah bagian dari kebudayaan pop. Menurut Hebdige (1988) seorang peneliti musik punk menjelaskan tentang budaya pop. Ia menjelaskan bahwa budaya populer misalnya sekumpulan artefak yang pada umumnya film, kaset, pakaian, acara tv, alat transportasi dan sebagainya. Dalam pandangan Hebdige, musik pop adalah artefak kebudayaan pop.

Mahzab Frankfurt memandang budaya populer sebagai budaya massa yang dihasilkan industri budaya yang mengamankan stabilitas maupun kesinambungan kapitalisme. Inilah yang banyak disoroti oleh ahli komunikasi karena dalam industri budaya pop inilah musik pop menjadi ujung tombak pemasarannya.

Perhatian tersebut dipertajam oleh Althusser dan Gramsci yang menyatakan bahwa budaya populer salah satu bentuk budaya dominan. Terutama bagi para remaja di mana pada usia-usia tersebut mereka tengah mengembangkan kepribadiannya dengan melakukan proses identifikasi. Dari sisi semiotika Barthes menyertakan bahwa budaya pop adalah suatu ekspresi struktur sosial dan mental universal.

Maksudnya bahwa budaya pop, di mana di dalamnya terdapat musik pop, merupakan sebuah

ekspresi struktur sosial seperti munculnya musik Punk dan musik Reggae di Inggris sebagai bentuk perlawanan terhadap tekanan atas status quo kerajaan dan munculnya masalah ekonomi secara nasional saat itu. Hebdige (1979) menjelaskan bahwa musik menjadi sebuah bentuk resistensi kaum tertentu. Cohen (1991) memaparkan bahwa musik dianggap sesuatu yang eksotis dan pragmatis diantara para remaja. Goodwin (1992) menyatakan

“Pop production and consumption should be interpreted as building resistance to corporate control and rationalization... music, lyrics audience behaviors challenging social norms and even political attitudes. But still there is a lot of popular music which is ideologically conformist” (Burton, 2005:169).

Maxwell (2002) memandang bahwa musik dalam budaya populer adalah sesuatu yang berkaitan dengan keseharian. *“Pop music is an experience. It is woven into everyday routines”*. Seperti kebanyakan orang menyukai musik dangdut, tentunya berkaitan dengan kesehariannya. Mereka ingin menikmati kehidupannya setelah seharian bekerja dan beraktivitas sehingga menikmati dangdut adalah bentuk rekreasi termurah dan termudah dicapai melalui televisi. Inilah yang membuat beberapa acara TV seperti YKS, KDI dan D'terong show memiliki rating tinggi.

Budaya Populer, Musik Pop, dan Pandangan Feminis

Menurut pandangan Strinati (1995) budaya populer telah memberikan perubahan yang radikal dalam peranan media massa yang menghapuskan perbedaan antara citra dan realitas. Industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu.

Teori musik pop Adorno fetisisme komoditas dan industri budaya. (Strinati, 1995: 73) menjelaskan bahwa musik pop yang dihasilkan oleh industri budaya didominasi oleh dua proses: standarisasi dan individualisasi semu.

Artinya semakin hari lagu pop terasa semakin mirip satu sama lain dan untuk menjualnya maka dikemas dengan video klip yang berbeda, baik dari segi konsep maupun teknik pengambilan dan penampilan para artisnya yang semakin seronok untuk menarik perhatian.

Jika dijelaskan lebih lanjut, standarisasi artinya bagaimana industri budaya pop mengatasi segala tantangan, orisinalitas, autentisitas, maupun rangsangan intelektual dari musik yang dihasilkannya. Sementara individualisasi semu memberikan polesan keunikan atau kebaruan nyata dari lagu-lagu tersebut sehingga menarik bagi konsumen.

Contoh individualisasi semu seperti mengaransemen ulang lagu-lagu lama, improvisasi pada lagu-lagu jazz. Adorno juga menyatakan bahwa khalayak sesungguhnya membutuhkan musik berkualitas namun karena mentalitas mereka yang kekanak-kanakan, mereka terus saja mendengarkan musik pop. Adorno (1991) juga menyampaikan bahwa pendengar dibelokkan dari tuntutan akan realitas oleh hiburan yang juga tidak membutuhkan perhatian.

Maksudnya banyak jenis lagu seperti dangdut dan musik jenis lain yang banyak disukai karena tingkat kerumitan dalam menikmatinya rendah, bisa mendengarkan dengan melakukan pekerjaan lain. Musik pop menawarkan relaksasi dan istirahat dari kekakuan kerja yang dimekanisasi tepatnya dikarenakan tidak banyak menuntut atau sulit, karena musik pop ini bisa disimak secara menyimpang dan tanpa memberi perhatian (Strinati, 1995:76).

Inilah yang menjadikan musik pop menjadi sangat akrab dalam kehidupan masyarakat. Banyak lagu baru yang muncul dan segera hilang digantikan lagu lain. Masyarakat tidak memperdulikannya sebab mekanisasi industri musik pop memang selalu menuntut kebaruan dan kemudahan dalam menikmatinya. Adorno juga berpendapat bahwa musik pop adalah sebagai perekat sosial. Ia berpendapat bahwa dalam masyarakat kapitalis, individu menjalani kehidupan yang dimiskinkan dan

tidak bahagia. Musik pop menawarkan khayalan dan kebahagiaan, resolusi dan rekonsiliasi yang membuat orang sadar betapa banyak sisi kehidupan mereka yang terlewatkan, hilang dan belum terpuaskan.

Jadi menurut Strinati (1995) musik pop dan film dianggap dapat mencegah orang melawan sistem kapitalis dan berupaya mengkonstruksi sebuah masyarakat alternatif dimana individu bisa bebas, bahagia dan merasa terpenuhi. Disinilah mekanisme industri tersebut bekerja sehingga untuk mempertahankan eksistensinya para artis pop berupaya tampil beda, unik dan menarik. Hal ini banyak dimaknai sebagai tampil lebih seksi dan mengundang penonton baik laki-laki ataupun perempuan untuk menyukainya. Orientasi Feminis

Dari kacamata teori feminis, terdapat dua pendapat yang saling bertentangan tentang representasi hiperseksualitas perempuan di media populer seperti video klip on line dan VCD. Kajian "*Post-feminist Culture*" memaparkan bagaimana teori feminis radikal libertarian dan Teori Feminis Radikal Kultural membahas posisi perempuan penampil (artis) dalam berekspresi di media populer. Walaupun dalam kajian tersebut tidak dijelaskan efek dari tindakan para artis tersebut.

Beberapa literatur mengkaji tentang posisi perempuan dalam dunia musik pop membuktikan bahwa terdapat peningkatan eskalasi pornografi dalam representasi perempuan di media musik pop. Diawali dengan munculnya Madonna, Britney Spears, Beyonce hingga Lady Gaga, Nicky Minaj, Rihanna, Miley Cyrus dan Katy Perry akhir-akhir ini.

Mereka semua menjadi ikon musik pop sekaligus ikon sensualitas perempuan di media musik pop dunia. Tidak memandang warna kulit dan genre musik mereka. Temuan para ahli tersebut telah membuka kesadaran tentang isu-isu hiperseksualitas perempuan dalam media musik pop. Terutama karena mereka menyadari bahwa musik pop memiliki kekuatan untuk menyatukan dan lintas usia, grup, serta batas-batas geografis. Penelitian Tong (2009) menjelaskan bagaimana

rekonstruksi yang terpusat pada perempuan terhadap makna dan definisi tentang seks dan gender dibandingkan dengan semakin banyaknya produksi citra perempuan yang sensual sebagai bentuk koersi dan kooptasi dari sistem yang hegemoni terhadap ketidaksetaraan gender.

Rubin (1989) melihat terdapat dua golongan feminis yang memandang posisi perempuan. Pertama, golongan yang berpendapat bahwa perempuan memiliki hak untuk menonjolkan sensualitasnya dan golongan feminis yang memandang bahwa konsep seksi hanya merupakan konstruksi atau perpanjangan tangan kekuasaan laki-laki atas perempuan.

Teori Feminis Radikal Libertarian memandang bahwa bagaimana pun juga sensualitas perempuan yang ditampilkan dalam media musik pop itu mengacu kepada hak-hak mereka dalam kebebasan seksual, otonomi, dan pilihannya (Duggan:2006, McElroy: 1997, Rubin: 1989). Hal tersebut dianggap wajar sebab dalam anggapan mereka musik pop adalah sebuah media yang menyediakan ruang untuk perempuan berekspresi, menunjukkan kreatifitasnya dan eksplorasi mereka serta merupakan wacana pembentukan identitas dan konformitas. Oleh karenanya mereka beranggapan tampilan di media musik pop adalah bentuk dari "*...informed, tolerant and responsible social attitude about the expression of sexuality*".

Teori Feminis Radikal Kultural menentang pandangan Teori Feminis Radikal Libertarian karena berpandangan bahwa citra diri yang digambarkan seperti itu malah melegitimasi dominasi laki-laki dan kontrolnya terhadap perempuan. Menurut pandangan Feminis Radikal Kultural, media pop terutama video klip yang diproduksi, merepresentasikan perempuan secara sempit, rendah dengan mengkonstruksi sebuah sistem ketidaksetaraan gender di mana pria menduduki posisi sebagai penguasa dan perempuan sebagai bawahannya.

Katz (2006) mengidentifikasi dua hal dalam kajiannya, pertama budaya pop menyebarkan pesan kontradiktif kepada perempuan tentang sensualitasnya. Awalnya

perempuan dikenalkan dengan validasi sosial misalnya konsep “*good girl*” dimana perempuan baik-baik adalah perempuan yang tidak agresif, tidak menonjolkan keseksuannya, tidak bersikap nakal. Namun hal tersebut malah mengundang perempuan untuk berperilaku seksi. Budaya pop juga mempromosikan ketidaksetaraan gender dalam mempromosikan maskulinitas dan dominasi, kekuasaan dan kontrol yang mempengaruhi seluruh asumsi universal dari perspektif laki-laki.

Kedua kondisi ini menjadi perhatian di Barat karena latar belakang budaya mereka berbeda dengan budaya Timur. Dalam budaya Timur kondisi ini belum mendapat perhatian terutama sebagai kajian feminis dan kajian identitas diri. Hal inilah yang patut dicermati oleh para ahli komunikasi. Kenyataan bahwa sekarang ini baik media massa maupun media internet telah sedemikian luasnya masuk ke ruang-ruang pribadi.

Perlu digarisbawahi adalah budaya pop yang diusung oleh musik pop dan tersebar ke seluruh dunia melalui media massa dan media internet kebanyakan bersumber dari ide-ide industri pop di Amerika. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa peranan media internet telah membawa budaya baru dalam masyarakat. Termasuk penyebaran video klip melalui YouTube.

YouTube dengan jaringan Vevo telah membentuk sebuah budaya baru bagi penikmat musik dunia. Dengan menjadi pelanggan Vevo secara gratis, maka setiap kali artis yang digemarinya menghasilkan lagu dengan video klip terbarunya pemberitahuan akan muncul di surat elektronik pribadi sang penggemar.

Bahkan kondisi ini membuat bisnis YouTube semakin besar dengan disewakannya ruang-ruang YouTube kepada para artis untuk dapat menjual karyanya. Selain tentunya mereka memiliki laman-laman pribadinya khusus untuk menjual lagu dan segala komoditas yang berkaitan dengan fans. Kenyataan ini membuat para penggemar di seluruh dunia semakin mudah menonton dan menikmati video klip artis pujaan mereka. Baik di rumah, sekolah, tempat bermain

bahkan di kamar sekalipun melalui peralatan seluler mereka yang semakin canggih.

Remaja adalah penikmat musik yang sangat mudah dimasuki oleh budaya pop. Burton (2001:170) menjelaskan “...*not surprisingly, most apparent in relation to young audiences in their identity reforming years*”. Lebih lanjut dijelaskannya bahwa proses pengidolaan atau tokoh ideal menawarkan kepada para remaja putri pilihan yang terfokus pada grup tertentu, sehingga mereka dikenal sebagai pengikut yang fanatik.

Mereka pasti melakukan beberapa aktifitas yang membuat dialog antara penggemar dan artis pop semakin “dekat” saling membutuhkan satu-sama lain. Disinilah bagaimana realitas palsu dibentuk, citra diperjualbelikan sehingga artis mempertaruhkan segalanya untuk mencapai popularitas. Realitas inilah yang saat ini dapat kita telaah dan kaji lebih lanjut. Bagaimana artis-artis musik pop Amerika menampilkan citra dirinya yang seksi, cantik, berbadan bagus menurut ukuran mereka, dan mampu membeli barang-barang mewah sebagai simbol keberhasilan mereka.

Identitas diri inilah yang oleh majalah-majalah remaja ditampilkan melalui catatan fashion dan gaya terbaru mereka yang ditiru oleh kalangan artis Asia juga remaja putri, oleh media televisi ditampilkan baik video klip maupun gossip-gossip terhangatnya. Di internet melalui berbagai situs musik para remaja juga diberi alternatif untuk mengakses berbagai informasi mengenai artis-artis idolanya.

Secara sadar para remaja putri berupaya melakukan proses identifikasi dirinya dengan idolanya. Misalnya dengan membeli topi, baju, sepatu dan barang lainnya yang berhubungan dengan idolanya, kemudian secara tidak sadar beberapa aspek citra yang ditampilkan oleh para idolanya mereka aplikasikan dalam pilihan-pilihan hidupnya. Misalnya cara berpakaian, banyak remaja putri belasan tahun tidak malu lagi berjalan-jalan ke mall dengan celana pendek yang minim, bermake-up berlebihan, dan berlomba membeli tiket pertunjukkan artis-artis

mancanegara yang harganya mahal untuk ukuran uang jajan remaja kebanyakan.

Video Klip dan Isu Komunikasi

Jika dicermati beberapa video klip tersebut terutama dari artis-artis perempuan baik dari Barat maupun Timur tampak sekali bagaimana mereka menampilkan perlawanan mereka terhadap sistem yang mapan melalui konsep video klip, fashion dan liriknya. Lady Gaga adalah salah satu contoh artis yang banyak ditolak konsernya di beberapa negara termasuk Indonesia karena ke vulgarannya tampilannya serta mengusung ideologi anti agama.

Baru-baru ini Katy Perry pernah dikedam oleh masyarakat Islam, karena video klipnya "Dark Horse" telah menampilkan pelecehan terhadap tulisan "Allah". Artis besutan Disney Channel, Miley Cyrus, juga mendapatkan cemoohan baik di dalam negerinya maupun di luar negeri melalui video klipnya "Wrecking Ball". Miley menampilkan dirinya "setengah telanjang" dalam video klipnya tersebut, dengan maksud mengeluarkan diri dari kenyamanan citranya sebagai "gadis manis Disney".

Para artis perempuan ini berupaya menarik perhatian dengan melakukan perlawanan melalui ekspresinya dalam bermusik. Selain itu untuk meningkatkan popularitasnya mereka juga menampilkan "keseksian" tubuh. Bahkan *angle* kamera dan *shoot* yang diambil pun cukup membuat penontonnya berpikir bahwa para artis tersebut tidak berpakaian, memiliki tubuh yang bagus sempurna, cantik dan menarik. Hal-hal inilah yang patut diteliti lebih jauh bagaimana industri musik memberikan pengaruh terhadap perempuan, baik sebagai artis penampil maupun sebagai pemirsa dan penikmat musik, terutama remaja putri.

Konsumsi merupakan perkembangan yang cukup muktahir dalam sejarah kapitalisme. Hal ini melahirkan budaya populer modern yang memuja konsumerisme, hedonisme, dan gaya (Strinati, 2004: 270). Remaja adalah sasaran empuk bagi industri yang mementingkan gaya hidup. Dengan memperkenalkan sebuah gaya

hidup yang dianggap baik, maka gaya hidup itu muncul menjadi sebuah budaya populer.

Budaya populer ini berkembang dengan cepat melalui teknologi internet, sehingga mudah tersebar di kalangan remaja dimana pun mereka berada. Industri musik telah menggunakan tangan globalisasi untuk meraup keuntungan. Inilah yang oleh Strinati (2004: 273) dikatakan "Globalisasi ekonomi dipandang sebagai sebuah alasan penting bagi terjadinya pengikisan global sumber-sumber identitas tradisional".

Pengikisan identitas kolektif yang dulu aman kini mengarah pada semakin meningkatnya fragmentasi identitas personal. Hilangnya kepekaan sosial merupakan bagian dari relasi-relasi yang hilang antara diri dan lingkungannya. Kajian kritis Baudliard menyatakan bagaimana hubungan antara realitas, simbol dan masyarakat. Inilah yang terjadi, remaja tersebut tidak merasakan adanya relasi dengan lingkungannya karena dibatasi oleh kenyamanan-kenyaman, produk-produk siap saji dan gaya hidup serba cepat.

Perlu diperhatikan bahwa perbedaan budaya menghasilkan perbedaan pandangan terutama atas nilai-nilai yang diadopsi oleh para remaja tersebut. Menurut Castells (2004: 7) "*Identities can also be originated from dominant institutions, they become identities only when and if social actors internalize them and construct their meaning around this internalization*". Bisa saja hal tersebut merujuk pada pendidikan dan relasi keluarga yang tidak digambarkan dalam penelitian ini. Pemaknaan ini sangatlah berguna dalam melihat bagaimana remaja membangun identitasnya melalui ruang dan waktu mereka. Beberapa penelitian sebelumnya berdasarkan hasil penelusuran di *Sage Publishing on line* ternyata menghasilkan beberapa pandangan yang menarik antara musik, identitas perempuan, dan media massa serta internet. Berikut cuplikan kajiannya:

Arun Saldanha (2002) "Musik, Space, Identity: Geographies of Youth Culture in Bangalore": musik, budaya anak muda, globalisasi, identitas budaya. Saldanha membicarakan

bagaimana budaya Barat memberikan pengaruh terhadap perilaku komunikasi remaja di kota Banglor, India. Di Bangalore, muncullah anak-anak muda yang hidupnya bagaikan dalam film serial Beverly Hills 90210. Gaya hidup mereka berbeda dengan pola hidup yang ada di dalam budaya India yang erat dengan agama Hindu dan sistem kasta.

Linda Duits (2010) "The importance of Popular Media in Everyday Girl Culture": media untuk pembelajaran dan seksualitas di media. Duits melihat bahwa media digunakan oleh para remaja putri untuk pembelajaran di sekolah. Media juga memberikan terpaan tentang seksualitas, politik dan banyak hal lainnya bagi mereka. Media menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas remaja putri. Akses mereka terhadap media menjadikan media sebagai bagian dari kehidupan mereka.

David R. Zemmels (2012) "Youth & New Media: Studying Identity & Meaning in an Evolving Media Environment": identitas remaja, internet, media literasi, riset media. Zemmels melihat bahwa mulai berubahnya bentuk konsumsi media oleh remaja. Remaja aktif menggunakan internet dalam kehidupannya sehingga penting untuk mendidik mereka dalam membaca media. Jackson, Vares & Gill (2012) "The whole Playboy Mansion Image: Girl Fashioning & Fashioned selves with a Postfeminist Culture": budaya populer dan gaya berpakaian remaja. Remaja memilih pakaian sebagaimana yang dikenakan oleh idolanya.

Teori Feminis memandang budaya populer sebagai suatu bentuk ideologi patriarkal yang bekerja demi kepentingan kaum laki-laki dan menentang kepentingan kaum perempuan. Banyaknya video musik artis perempuan khususnya di luar negeri yang menonjolkan keseksian berdasarkan orientasi seks pria. Para artis perempuan tampil seksi sesuai dengan kriteria seks kaum pria. Semakin seksi seorang artis perempuan maka semakin banyak dia mendapatkan penggemarnya. Walaupun itu juga merupakan bentuk cemoohan namun hal tersebut mampu meningkatkan tingkat popularitasnya.

Isu yang menarik untuk dibicarakan adalah artis perempuan lebih banyak membuat kehancuran dibandingkan artis pria berkaitan dengan penonjolan tubuh mereka dan keberanian mereka menjadi obyek para pria. Artis perempuan tidak berdaya dalam industri musik pop untuk tidak menunjukkan keseksiannya. Contohnya Madonna, ikon musik pop tahun 80-an sampai saat ini masih berjaya dengan tur dunianya. Bahkan belum bisa disaingi oleh artis muda lainnya seperti Rihanna dan Katy Perry. Keseksian dan citra seksi yang melekat pada artis berusia setengah abad ini masih menjadi faktor utama dalam menyedot perhatian penggemarnya.

Isu komunikasi lain yang menarik dalam mengkaji masalah ini adalah dibutuhkannya teori-teori feminis yang lebih menjelaskan kondisi perempuan berbudaya Timur khususnya di Indonesia. Hal tersebut belum tersentuh dalam beberapa jurnal internasional yang ada. Dalam jurnal karya Saldanha dari India pun hanya digambarkan remaja perempuan secara garis besar menyukai fashion yang menonjolkan keseksiannya. Belum secara mendasar menggali potensi-potensi efek media terhadap perempuan.

Simpulan

Sebagai penutup, marilah kita renungkan bagaimana sebuah lirik lagu, bahkan video klip telah banyak menipu khalayak. Terjemahan berikut layak kita pikirkan: "Jika di dalam lagu digambarkan tentang perempuan sebagai korban dan tidak mampu berbuat apa-apa, ketukan dan eforia musik telah berbohong sehingga gadis-gadis tetap menari dan berdansa, melakukan apa yang dia mau, menunjukkan keseksiannya dan secara umum bersiap untuk melakukan hal-hal yang lebih besar dan lebih baik menurutnya" (Douglas 1994).

"As long as women support misogynist musik by buying the records and appearing in the videos, the cycle will continue". Artinya sepanjang para perempuan mendukung misoginis dengan membeli rekaman dan video mereka maka lingkaran setan ini akan terus berlanjut (Oppliger, 2008).

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, Yogyakarta
- Burton, Graeme. 2005. *Media and Society Critical Perspectives*. India: Rawat Publications, India
- Castell, Manuel. 2004. *The Power of Identity 2nd Edition*. India: Blackwell Publishing
- Editor Idi Subandy Ibrahim. 1997. *Lifestyle Ectasy*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Strinati, Dominick. 1995. *Popular Culture Pengantar menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang of Communication 25(3) 2010
- David R. Zemmels (2012) “*Youth & NewMedia: Studying Identity & Meaning in an Evolving Media Environment*”. *Communication Research Trends*. Vol. 31 No.4
- Jackson, Vares & Gill (2012) “*The whoe Playboy Mansion Image: Girl fashioning & Fashioned selves with a Postfeminist Culture*”. Jaime Glantz (2013) “*Woman in Popular Musik Media*”. Sage Publishing

Jurnal:

- Arun Saldanha (2002) “*Musik, Space, Identity: Geographies of Youth Culture in Bangalore*”. *Cultural Studies* 16(3) 2002. <http://www.tandf.co.uk/journals>
- Linda Duits (2010) “*The importance of Popular Media in Everyday Girl Culture*”. *European Journal*