

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Androgini diartikan sebagai identitas yang sangat erat kaitannya dengan konsep gender. Menurut Masters and Johnson dalam *Sex and Human Loving* (1982) menjelaskan Androgini sebagai bercampurnya identitas gender yang distereotipkan sebagai maskulinitas dan femininitas itu pada satu individu secara sekaligus dalam perilaku yang bersifat simultan. (http://www.Layarperak.com/Naga_androgini.htm/ diakses 6 maret 2007) Androgini bisa juga merupakan kualitas yang memungkinkan berganti-gantinya sifat maskulin dan feminin itu pada satu individu, karena sebenarnya kedua sifat itu memang ada pada manusia tetapi yang satu selalu direpresi. Artinya ketika seorang perempuan berkelahi (maskulin) maka inilah androgini, demikian sebaliknya. Pengertian ini mengandung implikasi bahwa sesungguhnya tak ada manusia yang seratus persen memegang identitas gendernya secara kaku. Pada dasarnya manusia adalah androgini.

Sedangkan konsep gender merupakan sifat yang melekat dalam kaum laki-laki dan perempuan yang merupakan hasil kultural maupun sosial, seperti wanita dikenal dengan feminitasnya yang cantik, lemah, lembut serta keibuan sedangkan laki-laki dilihat jantan dan kuat atau lebih dikenal dengan istilah maskulin. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan perubahan zaman maka terjadi pergeseran hal

seperti itu fungsinya bisa dipertukarkan. perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat . Pada zaman dahulu, di suatu suku tertentu para wanita lebih kuat daripada laki-laki, tetapi pada zaman dan tempat lain berlaku sebaliknya. dari kelas ke kelas masyarakat yang lain yang juga berbeda. Pada wanita kelas bawah di pedesaan pada suku tertentu lebih kuat daripada laki-laki. Semua yang dapat dipertukarkan antara sifat laki-laki dan perempuan berubah dari waktu ke waktu serta berbeda dari suatu tempat ke tempat lain, serta dari kelas ke kelas lain itulah yang disebut konsep gender.(Fakih 1996: 8-9)

Identitas gender dipercaya merupakan sebuah konstruksi sosial. Berbagai penelitian para psikolog dan seksolog memperlihatkan bahwa identitas maskulin dan feminin yang dilekatkan pada salah satu jenis kelamin laki-laki dan perempuan merupakan buah dari cara seorang anak dibesarkan. Kecenderungan untuk berkelahi pada anak laki-laki dan kecenderungan untuk berdandan pada anak perempuan merupakan sesuatu yang terbentuk akibat kecenderungan yang ditanamkan oleh lingkungan sekitar individu, dan bukan sesuatu yang memang merupakan bawaan. Dengan demikian sebenarnya identitas gender maskulin dan feminin yang berkaitan dengan atribusi sifat-sifat tertentu pada jenis kelamin tertentu merupakan sesuatu yang keliru.

Sebagai sebuah konstruksi sosial, sifat-sifat maskulin menjadi sangat kontekstual. Identifikasi berbagai sifat yang dianggap dimiliki oleh laki-laki (maskulin) dan perempuan (feminin) tak punya dasar kecuali kesepakatan-

kesepakatan sosial saja. Sifat maskulin dan feminin adalah hal-hal yang diharapkan secara sosial dan kultural dipenuhi oleh masing-masing jenis kelamin untuk bertindak dan berperilaku. Maka laki-laki dibayangkan sebagai tidak cengeng dan perempuan tidak diharapkan bersikap agresif. Namun ukuran-ukuran itu berubah. Belum terlalu lama lelaki beranting atau berambut panjang dianggap sebagai “keperempuan-perempuanan” atau perempuan bercelana panjang dianggap “tomboy”. ([http://www.layarperak.com/Naga androgini.htm/](http://www.layarperak.com/Naga%20androgini.htm/) diakses 6 maret 2007)

Namun sejalan dengan itu konstruksi sosial selalu didominasi oleh sistem patriarki. Yang membuat posisi perempuan selalu berada dibawah laki-laki, sebagai mahluk yang dalam konstruksi sosial ditempatkan sebagai lapis kedua, perempuan mengalami kesulitan untuk masuk dalam wacana sosial mengingat nilai tersebut sangat erat dengan nilai-nilai maskulin yang merupakan salah satu elemen penggerak budaya patriarki. Nilai feminin yang dimilikinya tidak memberikan ruang gerak yang memungkinkan untuk mengembangkan diri dan mendapatkan perlakuan yang adil. Perempuan sebagai mahluk yang lembut, lemah, dan emosional seringkali dijadikan alasan untuk tidak mengakui kemampuan mereka di ruang publik.

Konstruksi sosial yang tidak memberikan perlakuan adil pada perempuan ini, nampaknya sangat kental dalam kelangsungan hidup masyarakat dan dijadikan patokan-patokan untuk menentukan peran-peran yang harus dilakukan yang selalu kita terima di bangku sekolah maupun dalam lingkungan sosial tentang pelajaran

laki-laki. Perempuan tidak menjadi diri mereka sendiri karena kultur telah mengajarkan hal-hal yang menjadikan perempuan sebagai bahan manipulasi bahasa maskulin. Oleh karena itu perempuan mencoba untuk mengadaptasi bahasa maskulin supaya berhasil mendapatkan pengakuan terhadap eksistensi dan aktualisasinya di masyarakat. Untuk mendapatkan keadilan dan pengakuan sebagai makhluk yang memiliki aspirasi dan cita-cita serta untuk mendapatkan pengakuan kesuksesan dari masyarakat, perempuan mengadopsi nilai-nilai maskulin dalam kehidupannya. Kenyataan yang salah di masyarakat mengenai konsep gender. Budaya patriarki menganggap bahwa konsep gender adalah sesuatu yang alamiah, padahal konsep gender ini adalah hasil dari pelaksanaan kultur selama berabad-abad sehingga diyakini sebagai keadaan yang memang sudah sewajarnya terjadi dan menjadi sulit untuk ditumbangkan.

Budaya yang telah lama berkembang menjadi sebuah mitos ini tercermin pula dalam representasi laki-laki dan perempuan dalam media. Diskriminasi atau penyingkiran terhadap ideologi feminisme telah menempatkan perempuan kedalam suatu posisi yang sulit karena bahasa laki-laki digunakan sebagai alat ukur dalam kehidupan masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh Ade Armando (2000: 29) bahwa perempuan di media massa dalam budaya populer memiliki nilai utama berupa daya tarik seksual. Penampilan di media hanyalah sebagai pemanis, pelengkap, atau bahkan pemuas fantasi seksual kaum pria. Video klip pun juga tidak segan-segan menampilkan perempuan dan mengeksploitasinya sebagai komoditas seksual

misalnya dalam video klip Allanis Morisset berjudul "Thank you" yang menampilkan sosok bugil Allanis yang sedang berjalan ditengah keramaian kota, video ini kemudian mengalami sensor ketika masuk di negara kita, serta didalam negeri ada banyak juga video klip yang menampilkan sisi erotis perempuan seperti video klip Dewi Persik, Aura kasih, Syahrini dan trio Macan yang sebenarnya boleh dibilang nilai jualnya justru di wilayah seksualitasnya bukan dari suaranya, menjadi sangat ironi memang jika melihat fenomena tersebut. Formula *sex sells* ternyata sangat berlaku didalam video musik sebagai strategi jitu mendongkrak kepopuleran lagu dan omset penjualan album.

Namun bagaimanapun juga terdapat pengecualian bahwa tidak selamanya perempuan adalah komoditas seksual. Tetapi bagaimanapun juga posisinya tetap berada di bawah kuasa laki-laki yaitu sebagai ibu rumah tangga. Untuk bersaing dengan laki-laki di sektor publik, perempuan diharuskan memakai ukuran yang telah ditetapkan sebagai standarisasi yaitu parameter kelaki-lakian. Rasio yang tinggi, ketahanan fisik, aktif, agresif dan keberanian menghadapi berbagai kendala dan resiko, terasa sangat jauh dari jangkauan perempuan yang telah terbisukan oleh bahasa dan budaya patriarki. Apabila perempuan memutuskan untuk berkiprah di dunia publikpun, beban kerja yang diembannya akan menjadi bertambah karena selain berkuat di ruang publik, perempuan juga harus tetap melaksanakan tugasnya sebagai ratu rumah tangga. Mereka harus memasak didapur, mengurus anak dan suami, tapi hal tersebut bukanlah hal yang diembankan pada laki-laki karena budaya

yang berlaku di masyarakat adalah laki-laki berkewajiban menafkahi keluarga dengan bekerja disektor publik. Ketika seorang perempuan menemukan kemandiriannya di sektor publik maka pada saat itu juga dirinya dianggap kehilangan nilai-nilai kewanitaanya, dimana sejak kecil mereka dibiasakan untuk melakukan pekerjaan yang biasa identik dengan pekerjaan perempuan.

Media massa tidak terlepas dari fenomena bias gender ini. Fenomena ini muncul dalam beberapa program sinetron di televisi dimana penindasan nilai masih sangat sering terjadi seperti halnya perempuan diperlakukan sebagai sosok yang serba patuh, dan takluk kepada kekuasaan dan kekuatan laki-laki. Namun tidak hanya itu, ada juga program acara di televisi yang mengangkat citra perempuan sebagai individu yang mandiri dan pekerja keras seperti dalam program acara “Wanita dalam berita” yang ditayangkan oleh Trans 7 atau “Aku Perempuan” di Global TV.

Video musik atau lebih akrab disebut video klip tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan promosi tetapi sebagai media untuk mensosialisasikan nilai-nilai sehingga masyarakat dituntut untuk lebih kritis dalam memaknainya. Video musik harus dapat menerjemahkan ide yang tidak lepas dari tema dan jenis musik sebuah lagu, serta memuat pesan yang dikomunikasikan melalui bahasa gambar. Durasi penayangan video musik yang relatif singkat menyebabkan upaya mengkomunikasikan ide dan pesan banyak memakai adegan-adegan simbolis atau bersifat nonverbal. Ratu sebagai salah satu artis populer menggunakan simbol-simbol identitas gender dalam video klipnya. Representasi yang diangkat adalah citra androgini dimana banyak

dimunculkan pesan nonverbal seperti sifat sifat maskulin dan feminin dalam gaya berpakaian maupun perbuatan. Fenomena ini dapat dilihat didalam video klipnya yang berjudul "*Lelaki Buaya Darat*" dalam album Ratu yang kedua bertajuk No 1. Proses maskulinasi perempuan melalui video klip merupakan salah satu bentuk untuk meneguhkan suatu standar kesuksesan. Mereka ingin menunjukkan bahwa merekapun bisa beradaptasi didalamnya meskipun harus mengadopsi nilai-nilai maskulin dan feminin sekaligus

Video klip *Lelaki Buaya Darat* dari Ratu ini menjadi menarik untuk diteliti. Karena dalam video klip ini menceritakan tentang perlawanan perempuan terhadap dominasi laki-laki. Perempuan yang biasanya direpresentasikan sebagai makhluk yang lemah, lembut, dan takut menghadapi ancaman tertepis dengan hadirnya video klip ini. Dalam video klip tersebut Maia Ahmad mampu mengalahkan "musuhnya" demi membebaskan rekannya Mulan yang disekap, dan "musuhnya" tersebut tidak lain adalah kaum laki-laki yang notabene lebih perkasa.

Ratu dalam video klip "*Lelaki Buaya Darat*" juga bersikap berani dalam menantang standarisasi media tentang *fashion style* bagi perempuan. Dalam video klip ini Ratu tampil dengan style yang berbeda dan keluar dari koridor *fashion style* versi *mainstream*. Ratu mampu memadupadankan gaya busana feminin sekaligus maskulin dengan menggunakan gaun dan aksesoris bandana yang terkesan feminin dan dengan sepatu boot, celana panjang, dan jacket serta mengendarai motor trail

yang jauh dari kesan feminin. Meski demikian video klip ini mampu masuk dalam nominasi SCTV music award tahun 2006.

Ratu termasuk artis dengan penghasilan tertinggi setelah mengeluarkan album keduanya yang bertajuk no 1 dengan hits single *Lelaki Buaya Darat*. Dalam seminggu Ratu bisa tampil 7 kali, jika sebulan berarti sampai 28 kali manggung, dan setiap kali manggung ratu digaji rata-rata 30 juta sampai 50 juta, jadi setiap bulannya Ratu berpengasilan kurang lebih 1 milyar sungguh angka yang fantastis.(<http://www.harian.global.com/ratu.htm> / akses 21 November 2007). Kepopuleran Ratu membuat banyak diperhitungkan didalam dunia musik Indonesia sebagai duo fenomenal. Melihat hal tersebut perempuan seolah-olah ingin menunjukkan kepada publik bahwa perempuan sekarang sudah mengalami perubahan terhadap citra perempuan yang selama ini dikenal feminin dan ingin mengubah citra tersebut dengan merepresentasikannya dan menunjukkan bahwa perempuan pun bisa melakukan pekerjaan yang biasa dilakukan laki-laki dan sejajar dengan laki-laki

Dengan merujuk pada beberapa argumen di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh, apa sebenarnya yang terkandung dalam video klip Ratu “ Lelaki Buaya Darat “, sebagai pembawa simbol citra androgini. Dalam pandangan peneliti dalam video klip tersebut banyak mengandung makna dan kaya akan representasi tanda-tanda, simbol dan lambang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana representasi citra androgini dalam video musik “*Lelaki buaya darat*” ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang muncul pada representasi Citra androgini dalam video klip “*Lelaki buaya darat*”.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat:

Memberi sumbangan terhadap perkembangan studi komunikasi khususnya tentang komunikasi sebagai proses pembentukan makna (produksi makna) dan representasi dalam video klip

Banyak kalangan yang kurang memperhatikan bagaimana proses produksi makna dalam komunikasi nonverbal. Kebanyakan dari *audiens* hanya bersikap pasif terhadap realitas yang diciptakan media. Fenomena ini mengakibatkan adanya budaya konsumerisme. Seperti halnya yang terjadi pada tanda atau simbol-simbol androgini. *Audiens* hanya memaknai simbol tersebut sebagaimana realitas yang dibentuk media tanpa esensi yang sebenarnya.

Studi dengan menggunakan analisis semiotik diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana proses representasi dalam video klip

2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat :

Secara praktis studi ini dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait khususnya bagi perempuan agar dapat mengembangkan sisi positifnya dengan mengembangkan pola androgini sebagai usaha menghilangkan stereotype-stereotype yang ada di lingkungan masyarakat tentang citra perempuan.

E Kerangka Teori

1. Komunikasi dan Proses Produksi Pesan

Komunikasi adalah salah satu aktifitas manusia yang diakui dan dilakukan setiap orang. Hal ini menunjukkan bahwa manusia sangatlah dipengaruhi oleh komunikasi dan cara mereka berkomunikasi. Manusia dapat saling berbagi rasa, pikiran, ide dan gagasan berdasarkan pengalaman yang mereka miliki. Pengalaman ini disebut sebagai materi yang dimiliki oleh komunikator untuk dibagikan kepada orang lain. Pada tahap selanjutnya pesan diterjemahkan oleh penerima berdasar kerangka pengalaman yang dimilikinya menurut konvensi budaya yang menjadi latar belakangnya. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya perbedaan budaya sangat dimungkinkan ditemukannya perbedaan makna pesan. John Fiske mengatakan bahwa *"So readers with different social experience or from different culture may find different meaning in the same text"*.(Fiske1990:30). Berdasar pendapat Fiske, perbedaan dalam menginterpretasi makna dapat disebabkan oleh adanya perbedaan pengalaman sosial dan perbedaan budaya. Simbol kebudayaan akan diterjemahkan

Menurut Fiske studi komunikasi bukan semata proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan akan tetapi melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkaitan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna yakni berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan kita. Dalam mahzab ini, studi komunikasi adalah studi tentang teks dan kebudayaan. Metode utama pada studi ini adalah semiotika atau ilmu tentang tanda dan makna (Fiske 1990 : 9).

Bagi semiotika pesan merupakan suatu konstruksi tanda yang melalui interaksinya dengan penerima menghasilkan makna. Pengirim yang didefinisikan sebagai *transmitter* pesan menurut arti pentingnya. Penekanan bergeser pada teks dan bagaimana teks itu “dibaca”. Dalam mahzab ini membaca adalah proses menemukan makna yang terjadi ketika pembaca berinteraksi atau bernegosiasi dengan teks. Negosiasi terjadi karena pembaca mempunyai aspek-aspek pengalaman budayanya dengan kode atau tanda yang menyusun teks.

Sesungguhnya studi komunikasi sudah tidak murni lagi sebagai subyek karena didalamnya terdapat berbagai macam studi. Fiske dalam kesimpulannya mendefinisikan bahwa komunikasi sebagai “interaksi sosial melalui pesan“. Hal ini sesuai dengan yang mendasari bahwa:

Komunikasi adalah studi yang dapat dipertanggung jawabkan, namun kita memerlukan sejumlah pendekatan disipliner untuk mengkajinya secara komprehensif.

Komunikasi melibatkan tanda (*sign*) dan kode (*kodes*). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain diluar tanda itu sendiri, yakni tanda menandakan konstruk. Kode adalah sistem dimana tanda-tanda

diorganisasikan dan yang menentukan bagaimana tanda-tanda itu mungkin berhubungan satu sama lain.

tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain: dan bahwa pertransmisian atau penerimaan tanda/ kode/ komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

komunikasi adalah sentral bagi kehidupan budaya kita: tanpa komunikasi kebudayaan dari jenis apapun akan mati. Konsekuensinya, studi komunikasi melibatkan studi kebudayaan yang dengannya ia terintegrasi.(Fiske 2004 :9)

Studi komunikasi tidak dapat berdiri sendiri namun memerlukan pendekatan dengan studi yang lain dalam melakukan kajian yang komprehensif. Dalam komunikasi kode berhubungan dengan tanda sebagai sistem dimana tanda itu bekerja. Proses komunikasi baik melalui tanda merupakan hubungan sosial yang menjadi kehidupan sentral bagi kebudayaan. Studi kebudayaan penting dalam proses komunikasi. Tanpa adanya komunikasi kebudayaan apapun akan hilang dan mati, dalam artian tidak ada nilai-nilai kebudayaan yang dapat berkembang dan disampaikan tanpa adanya komunikasi.

Studi komunikasi dan budaya telah menjadi bagian yang penting dalam masyarakat kontemporer. Teorisi media James W.Carey melukiskan dua pandangan tentang komunikasi yaitu model ritual. (Fiske 2004:IX). Perspektif transmisional memandang media sebagai pengirim informasi untuk kontrol. Sedangkan perspektif ritual komunikasi bukanlah tindakan untuk menyampaikan informasi, melainkan representasi keyakinan bersama. Carey juga mengemukakan bahwa komunikasi dan realitas saling berhubungan. Komunikasi adalah proses yang tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari yang menginformasikan apa kita menerima, memahami

dan mengkonstruksi pandangan kita tentang realitas dan dunia. Proses ini menanda sebagai bagian dari komunikasi.

Simbol adalah bagian dari tanda. Simbol dari setiap kebudayaan mempunyai makna yang ingin disampaikan melalui komunikasi. Keberadaan simbol dalam komunikasi merupakan pesan dalam proses komunikasi. Komunikator dan komunikan dalam menyampaikan pesan bertumpu pada kebudayaan yang dimilikinya. Pesan baik itu pesan-pesan kebudayaan dapat disampaikan melalui proses representasi.

2. Representasi

Representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas. Kebudayaan menyangkut pengalaman berbagi. Seseorang akan dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia dapat membagi pengalaman yang sama dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.

Representasi dipahami sebagai *"the social proses of representing representation are product of the social proses of representing"* ([http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/mengenalrepresentasi/akses 7 febuari 2007](http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/mengenalrepresentasi/akses%207%20febuari%202007)). Representasi dalam konteks ini dipahami sebagai produksi makna dari konsep-konsep yang terdapat dalam pikiran manusia melalui bahasa. Representasi dapat dijelaskan pula sebagai "menghubungkan antara konsep dan bahasa yang membuat manusia mampu untuk merujuk dunia objek, orang-orang. Kejadian-kejadian yang bersifat nyata bahkan yang bersifat imagin"

(<http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/mengenalrepresentasi>/akses 7 febuari 2008)

Representasi dapat diartikan *to depict, to be a picture of*, atau *to act or speak for (in the place of, in the name of) somebody*. Berdasarkan kedua makna tersebut *to represent* dapat didefinisikan sebagai *to stand for*. Ia menjadi sebuah tanda (*a sign*) untuk sesuatu atau seseorang, sebuah tanda yang tidak sama dengan realitas yang direpresentasikan tapi dihubungkan dengan apa yang mendasarkan diri pada realitas tersebut. Jadi representasi mendasarkan pada realitas yang menjadi referensinya. Istilah representasi sebenarnya memiliki dua definisi, sehingga harus dibedakan antara keduanya. Pertama, representasi sebagai sebuah proses sosial dari *representating* dan yang kedua, representasi sebagai produk dari proses sosial *representating* (Noviani, 2002: 61).

Proses representasi melibatkan tiga elemen : pertama, obyek yakni sesuatu yang direpresentasikan. Kedua, tanda yakni representasi itu sendiri. Ketiga, *coding* yakni seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. *Coding* membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda. Tanda dapat menghubungkan obyek untuk bisa diidentifikasi, sehingga satu tanda mengacu pada satu obyek, atau satu tanda mengacu pada kelompok obyek yang telah ditentukan secara jelas (Noviani, 2002:64).

Dalam proses representasi, terdapat beberapa masalah yang harus dipahami. Problem ini diantaranya adalah :

1. Representasi adalah hasil suatu proses seleksi yang mengakibatkan bahwa ada sejumlah aspek dari realitas yang ditonjolkan serta ada sejumlah aspek lain yang dimarginalisasi. Hal ini menyebabkan hasil representasi bersifat sempit dan tidak lengkap.
2. Apa yang dikatakan sebagai dunia nyata itu tidak perlu untuk dipermasalahkan. Bahwa tidak ada satupun representasi dari realitas yang secara keseluruhan pastilah benar dan nyata
3. Pemikiran yang menyatakan bahwa media tidaklah harus merefleksikan realitas.
(<http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/mengenalrepresentasi/> akses 7 febuari 2008)

Permasalahan diatas diperlukan untuk dipahami dalam melihat proses representasi termasuk representasi citra androgini. Pihak yang melakukan representasi memiliki pengalaman sosial dan budaya yang mungkin berbeda dengan keberadaan sifat androgini. Faktor ini mengakibatkan proses representasi tidak pasti dan benar secara keseluruhan berdasarkan makna sebenarnya. Keberadaan media dalam melakukan representasi tidak selalu merefleksikan realitas yang ada dalam masyarakat. Media dalam melakukan representasi mampu untuk memunculkan realitas baru yang sering disebut sebagai realitas media. Media dalam membentuk realitas tidak lepas dari ideologi dan budaya media dimana simbol tersebut direpresentasikan.

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi, yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *creator*. Terutama dalam hal mengkritisi makna konotasi yang ada di balik sebuah representasi (dalam Burton, 2000: 177), yaitu:

- a. *Reflective*, yakni pandangan tentang, makna tentang. Di sini representasi berfungsi sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial.
- b. *Intentional*, adalah sudut pandang dari *creator* yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi.
- c. *Constructionist*, yakni pandangan pembaca (*reader*) melalui teks yang dibuat. Yang dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan *visual*, kode teknis, kode pakaian, dan sebagainya, yang oleh video klip dihadirkan kepada khalayak secara *audio visual*.

Konsep representasi menjadi hal yang penting dalam studi tentang budaya, representasi menghubungkan makna (arti) dan bahasa dengan kultur. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu yang penuh arti, atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain. Representasi adalah sebuah bagian yang esensial dari proses dimana makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah antara anggota kultur tersebut (Hall, 1997: 15).

Pemahaman dan pengertian tentang sebuah representasi berasal dari hubungan atau interaksi antara program atau penyajian dengan persepsi dan kesimpulan yang telah ada dalam pikiran tiap-tiap individu. Representasi setiap orang terjadi begitu kompleks karena dapat pula diciptakan melalui kombinasi berbagai elemen yang mengacu pada dimensi yang berbeda dari representasi. Dengan kata lain, ada asumsi dibalik semua representasi yang datang, kurang lebih dari pengalaman membaca majalah, mendengarkan radio atau menonton video. Bagaimanapun juga,

hal ini dapat dipahami melalui interaksi suatu media (misalnya video klip), dengan sumber representasi lain.

3. Ideologi dalam proses representasi

Ideologi merupakan istilah penting karena ideologi sering kali digunakan untuk mengacu pada wilayah konseptual yang sama dengan budaya. Ideologi tidak dapat kita tinggalkan ketika berbicara tentang budaya dan representasi. Nilai-nilai kebudayaan merupakan cerminan ideologi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Hebdige bahwa semiotika ini sudah *built in* dengan teori ideologi Althusserian atau Gramscian. (Sunardi 2002 :20).

Androgini sebagai sebuah resistensi gender mempunyai ideologi yang tercermin melalui material eksistensi berupa tanda yaitu simbol. Demikian pula dalam komunikasi nonverbal, ideologi berperan dalam proses produksi pesan. Hal ini menunjukkan bahwa ideologi berperan dalam proses representasi seperti kajian representasi citra androgini dalam video klip.

Althusser memperkenalkan dua istilah kunci dalam ideologi, yaitu ISA (*ideological state apparatus*) dan RSA (*repressive state apparatus*). RSA menjalankan fungsinya melalui kekerasan, sedangkan ISA menjalankan fungsinya secara ideologis. Pada titik inilah terdapat perbedaan antara ISA dan RSA. Dalam penelitian ini, ISA mempunyai peran yang penting dalam proses representasi. Hal ini dikarenakan ISA dapat bergerak dalam wilayah individu, dalam hal ini adalah kebudayaan. Hal lainnya adalah media massa dalam bekerja menggunakan ISA yaitu

dengan menyebarkan gagasan dominan yang diproduksi oleh kelas dominan dan orientasi pasar.

Althusser memberikan dua tesisnya yang sangat brilian dalam pemikirannya mengenai ideologi (Althusser, 2004:9) kedua tesis tersebut adalah.

1. Ideologi mempresentasikan relasi individu yang imajiner pada kondisi nyata dari ekstensinya.

2. Ideologi mempunyai aspek material

Ideologi tidak bisa dibatasi sebagai ide semata, namun mempunyai aspek material yang menjalankannya. Dalam penelitian ini tanda, simbol adalah aspek material dari ideologi yang dipresentasi.

Thesis Althusser diatas menyatakan bahwa simbol sebagai bentuk nyata dari ideologi menggambarkan kondisi individu baik melalui ide maupun kondisi nyata dari individu. Baudrilard mengungkapkan konsepnya tentang ideologi sebagai "representasi palsu", yaitu representasi yang didalamnya disembunyikan keputusan subjek dari objek produksinya. Keputusan ini juga mengenai hubungan antara nilai guna dan nilai tukar. Baudrilard mengemukakan bahwa ideologi (Yasraf, 2003:97)

tidak terletak disalah satu sisi-sisi yang terputus ini. Sebaliknya, ideologi menjadikan satu-satunya bentuk ideologi yang melingkupi semua bidang produksi sosial. Ideologi melingkupi segala bentuk produksi, materi atau simbolik

Dalam konsep ideologi terdapat ideologi dominan yang sering disebut sebagai hagemoni. Keadaan ini dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana kelas yang berkuasa mampu mengadakan kepemimpinan secara moral dan intelektual. Hagemoni

adalah cara dalam menjalankan kekuasaan ISA. Ideologi dominan ini tidak dipaksakan (tidak melalui aparaturnya / penegak hukum) oleh suatu kelompok namun menembus diluar kesadaran

Mark menjelaskan pemikirannya tentang ide-ide dominan sebagai kesadaran palsu adalah ide dari kelas berkuasa. Mark menyatakan bahwa apa yang dipersepsi sebagai karakter sejati realitas sosial dalam kapitalisme adalah mistifikasi pasar (Berker: 57). Kelas berkuasa pada kapitalisme adalah kelas yang memegang kekuatan produksi. Realitas sosial diproduksi untuk memenuhi kebutuhan yang berorientasi pada selera pasar.

Fenomena ini terjadi pada representasi citra androgini dalam video klip, karena video klip dapat dikatakan sebagai hegemoni. Video klip merupakan sarana komersialisasi yang memproduksi massal simbol citra androgini sebagai bentuk berkuasanya budaya patriarki. Video klip merupakan hasil produksi kelas yang berkuasa yang dalam produksinya berorientasi pasar.

4. Maskulinitas dan feminitas

Menurut seorang psikolog Sandra Bem mengartikan Maskulin adalah seseorang yang menganggap dirinya memiliki ciri-ciri minat dan kegemaran serta ketrampilan bermasyarakat yang secara khusus dikaitkan dengan sifat kejantanan sedang feminim adalah kebalikannya. (Sears 1985.204-205). Konsep gender sangat erat kaitannya dengan stereotipe. Stereotipe peran gender (*gender-role stereotype*) merupakan kategori luas yang mencerminkan kesan-kesan dan kepercayaan masyarakat tentang laki laki dan perempuan. Dunia dirasa sangat kompleks

(beragam), karena setiap hari masyarakat dihadapkan dengan ribuan rangsangan yang berbeda. Penggunaan stereotipe merupakan salah satu cara untuk menyederhanakan kompleksitas tersebut.

Banyak stereotipe yang bersifat sedemikian umum, sehingga stereotipe itu menjadi ambigu (kabur). Seperti stereotipe maskulin dan feminin. Stereotipe yang muncul akibat konsep gender itu sendiri, yang akhirnya memunculkan dua kategori yang dikotomis : feminitas (*femininity*) yang dilekatkan pada perempuan, dan maskulin (*maskulinity*) yang identik dengan seks dan laki-laki

Penstereotipan maskulin dan feminin kian mengakar seperti yang diungkapkan William dan Best bahwa laki-laki diyakini secara luas sebagai dominan, mandiri, berorientasi prestasi, dan tegar. Sedangkan perempuan diyakini secara luas memiliki sifat pengasuh, lembut, manja, dan suka diperhatikan.(Santrock,2002:361). Namun stereotipe gender tersebut pada akhirnya mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan zaman.

Dalam membahas perbedaan-perbedaan, perlu dipahami antara pengertian maskulin dan feminin, yang menyebabkan perbedaan dengan penstereotipan. Feminin merupakan citra, sifat, ungkapan diri, yang melekat pada diri perempuan. Di dalam kata feminin tersirat sifat-sifat keibuan, lemah lembut, dan keserasian. Dan kata feminin juga sering diberikan kepada benda-benda, dan tingkah laku seseorang, seperti gaun yang feminin, gaya yang feminin dan sebagainya. Dalam keseharian wanita senang disebut dirinya feminin dan bagaimanapun juga feminin tetap diidamkan oleh setiap wanita dan selalu ingin dipertahankan. Seperti dalam video

klip lelaki buaya darat dimana seorang wanita yang jago bela diri, tangkas dan pemberani bisa disebut telah mencerminkan sifat maskulinitasnya. Namun dibalik itu perempuan akan tetap gembira meskipun penuh dengan ketangkasan bela diri, garang tetapi tetap disebut feminin.

Seperti halnya feminin, maskulin juga merupakan citra, sifat, dan ungkapan diri yang melekat pada diri laki-laki. Sepintas kata maskulin mengandung arti yang jasmaniah seperti jantan, macho, dan kuat. Tetapi mungkin laki-laki lebih senang jika disebut bersifat berwibawa, *gentleman* dan kebabakan. Sama halnya dengan perempuan laki-laki juga akan bereaksi keras apabila disebut feminin. Dalam kesehariannya juga kata maskulin digunakan sebagai sifat untuk benda-benda seperti alkohol, rokok dan mobil, serta perilaku atau kegiatan yang penuh dengan tantangan seperti naik motor, berkelahi, panjat tebing, naik gunung, dan sebagainya. Melalui pendekatan ilmu psikologi, feminin dan maskulin dianggap sebagai dua kecenderungan dalam jiwa manusia. Perempuan pada dasarnya lebih banyak feminin, tetapi juga memiliki unsur maskulin dalam jiwanya. Oleh sebab itu, perempuan bisa beremansipasi seperti sekarang ini, dengan mengembangkan sifat maskulinitasnya, seperti sikap rasional, semangat ilmiah atau cerdas, agresif, serta semangat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan di sektor publik. Sebaliknya, laki-laki yang mempunyai sikap feminin bukanlah banci, tetapi arti feminin disini adalah dalam pengertian tetap memiliki rasa kenakan memiliki rasa indah atau memiliki

5. Androgini

Androgini Menurut Sandra Bem berasal dari bahasa Yunani dari asal kata *andro* (pria) dan *gyne* (wanita), seorang androgini bukanlah orang yang moderat yang berada di tengah-tengah maskulin dan feminitas yang ekstrem tetapi seorang androgini memandang dirinya mengkombinasi ciri-ciri maskulin dan feminin yang sama-sama kuat. Pengertian androgini menurut Sandra Bem adalah orang yang berpendapat dirinya memiliki baik ciri-ciri maskulin maupun feminin, bisa sangat tegas tetapi bisa juga lembut. (Sears dan Freedman, 1985:204-205).

Dalam wikipedia.org disebutkan

Androgyne was once used as a synonym for hermaphrodite (a term since replaced by the word intersex). *Androgyne* derives from two Greek words, but makes its first appearance as a compound word in Rabbinic Judaism, most probably as an alternative to the Greek Pagan-related usage of hermaphrodite.

Androgyne dulu digunakan sebagai sinonim dari hermaprodit sejak itu istilah ini digantikan oleh istilah intersex) *Androgyne* berasal dari kosa kata Yunani, tapi kata ini menjadi kata majemuk untuk pertama kali dalam kerabbian Yahudi kemungkinan besar sebagai alternatif dari kata hermaprodit di masyarakat Yunani zaman pagan. (<http://www.wikipedia.org/androgyne.htm>/akses 7 febuari 2008)

Androgini diciptakan melalui penstereotipan masyarakat yang diberikan kepada laki-laki maupun perempuan. Androgini merupakan sifat yang memberikan porsi yang seimbang mengenai nilai kenjantanan dan kewanitaan di mana suatu saat laki-laki mampu menunjukkan kelembutannya dan perempuan dapat menampilkan agresifitasnya. Androgini adalah salah satu model yang ditawarkan dan dapat dipilih

perempuan dalam mengembangkan identitas diri feminin dan maskulin yang positif. (Sadli, 2001:229)

Dalam pemikiran sadar perbedaan laki-laki dan perempuan sangat tajam, tetapi dalam pikiran bawah sadar perbedaan itu tidaklah begitu tajam. Bahwa laki-laki tidak sepenuhnya laki-laki, dan wanita tidak sepenuhnya wanita. Dalam jiwa laki-laki terdapat unsur kewanitaan begitupun didalam jiwa perempuan terdapat unsur laki-laki. Seorang laki-laki maskulin seringkali tampak sifat kelembutannya, baik terhadap orang tua, anak-anak dan perempuan sendiri. Laki-laki jagoan juga sering dihindangi rasa takut terhadap hal-hal kecil yang sebenarnya tidak berbahaya. Selain itu laki-laki memiliki perasaan peka, mudah tersinggung dan halus mampu menangkap perasaan orang lain. Oleh karena itu laki-laki seringkali malu jika dikatakan memiliki sifat feminin, bahwa laki-laki memiliki sifat kewanitaan yang mengendap.

Untuk dapat memahami lebih jauh tentang androgini kita harus bisa membedakan antara androgini dan transgender. Androgini berbeda dengan transgender, jika androgini kuat maskulinitas maupun femininitasnya sedangkan transgender lebih kepada perilaku yang ingin merubah peran gender yang telah dimilikinya ke identitas gender lain, misalnya seorang feminin yang ingin berubah menjadi maskulin, perempuan ke laki-laki (memiliki seks fisik perempuan namun sex identity lelaki) tidak hanya ingin meniti karier yang kompetitif, berolahraga, memakai setelan jas, dan melakukan aktivitas maskulin lainnya, namun ia ingin menjadi bagian kaum lelaki dan diperlakukan sebagai lelaki.

Menurut Richmond Abbot androgini mempunyai beberapa keunggulan-keunggulan, antara lain:

- a. Bebas dari pembatasan peran gender serta menggabungkan secara enak perilaku feminin dan maskulin dalam berbagai situasi sosial.
- b. Luwes/ fleksibel, kompeten secara sosial, dapat merespon kebutuhan-kebutuhan situasional yang berubah, dan dalam pengembangan potensi dapat lebih lengkap dan teraktualisasi.
- c. Mempunyai *self-esteem* (rasa harga diri), kreativitas dan penyesuaian psikologis yang lebih tinggi daripada tipe maskulin atau pun feminin.
- d. Orang yang memiliki karakteristik androgini dapat digambarkan sebagai individu yang bebas dari batasan norma yang diberikan masyarakat untuk bertingkah laku, dan mampu untuk berkembang sampai penuh, dapat menanggapi berbagai situasi dengan baik, serta mampu mengatasi stres psikologis yang tidak dapat ditanggung oleh orang yang terikat pada peran yang ditentukan masyarakat (<http://www.kompas.com/kesehatan/news/0401/22/154849.htm>/akses 6 maret 2008)

Sifat androgini yang timbul pada perempuan bisa disebabkan oleh karena perempuan selalu menjadi nomor dua dibawah laki-laki, sehingga perempuan mengalami kesulitan untuk masuk kedalam wacana sosial mengingat wilayah tersebut sangat erat kaitannya dengan nilai-nilai maskulinitas yang merupakan salah satu elemen penting penggerak budaya patriarki. Perempuan menjadi kaum minoritas

pada sektor publik. Penentuan nilai maskulin sebagai standar penilaian kemampuan seseorang perempuan tidak memberikan perempuan untuk mengaktualisasikan diri mereka sesuai dengan nilai yang mereka sandang. Untuk mendapatkan keadilan dan pengakuan kesuksesan di masyarakat, perempuan mencoba mengembangkan nilai androgini yang dimilikinya selama ini. Agresivitas yang ditunjukkan perempuan melalui video klip menunjukkan nilai androgini yang dimiliki perempuan.

Suparinah Sadli mengemukakan dalam bukunya "Wanita, gender dan pembangunan" (2001), bahwa pendidikan androgini dapat diberikan kepada perempuan sejak berumur tiga tahun karena pada saat itu mereka belum memiliki identitas gender yang stabil. Pendidikan ini harus diberikan sehingga perempuan dapat mengembangkan identitas positif mereka di tengah mitos dan stereotip yang seringkali mempermalukan mereka. Di samping itu, perkembangan kepribadian sejati dari perempuan mengharuskan mereka mengevaluasi kembali dan merekonstruksi kembali banyak hal yang seringkali dianggap sebagai normal dan wajar bagi perempuan tetapi sebenarnya menghambat perkembangan potensi perempuan. Anak laki-laki dan perempuan harus diajarkan memahami aspek-aspek positif dari femininitas dan maskulinitas. (Sadli, 2001:213-214)

Sedangkan menurut pandangan Millet seorang feminis radikal dan libertarian androgini merupakan standar ideal manusia jika kualitas feminin dan maskulin yang diintegrasikan kedalam manusia androgini itu masing-masing seimbang yaitu

Androgyny: Masculine and Feminine

Masculine	Feminine
Aggressive (agresif)	Tactful (bijaksana)
Independent (bebas)	Quite (diam)
Dominant	Aware of feelings of other (peka)
Competitive (kompetitif)	Need for security (butuh perlindungan)
Active (aktif)	Easily express tender feelings (mudah menumpahkan kasih sayang)
Ambitious (ambisius)	
Make decision easily (mudah mengambil keputusan)	

Sumber David A. Gershaw, Ph D, Androgyny : Masculine and Feminine (www.azwestern.edu/psy/dgresaw/lol/androgyny/htm/akses 6 maret 2008)

Pada dasarnya sifat androgin merupakan suatu kecenderungan pada perilaku yang merapat pada sisi-sisi maskulinitas maupun feminitas dan mempunyai derajat maskulinitas dan feminitas yang sama-sama tinggi yang berada di area kepribadian dan dapat dilihat melalui penampilan dan perilaku seseorang dalam lingkungan sosialnya.

6. Konstruksi citra perempuan

Konstruksi dalam kamus bahasa diartikan sebagai menyusun atau membentuk. Istilah konstruksi ini bisa digunakan dalam berbagai hal, bicara tentang konstruksi dalam media maka berbicara tentang produk media, yang didalamnya terdapat *image*, citra, nilai maupun ideologi. Konsep konstruksi ini merupakan konsep

yang menyangkut bagaimana citra dan gambaran perempuan dalam video klip dengan

menampilkan perempuan itu sendiri. Penelitian ini melihat bagaimana konstruksi (pesan) yang dibangun si pembuat video klip terhadap citra perempuan melalui apa yang disebut oleh Burton dengan kumpulan tanda (*signs*) yang membentuk suatu kode (*code*). Burton memberikan pemahaman mengenai bagaimana pesan yang dikonstruksikan dalam melihat media sebagai berikut :

“Meaning is constructed into material through signs and convention particular. This construction is something which the audience does. As well as producer. The meaning is not something like parcels which is wrapped and passed on to the audience. It is more like a set of blue prints for a structure which the media producers expect the audience to follow and which they design quite carefully.

(Pesan merupakan sesuatu yang dikonstruksi didalam sebuah perangkat perantara (*material*), melalui tanda-tanda konvensi secara khusus. Konstruksi seperti inilah yang dilakukan oleh *audience* dan produser (pesan). Pesan yang disampaikan prosesnya tidaklah segampang seperti membungkus sebuah kado yang selanjutnya diberikan pada *audience*. Tetapi lebih mirip sebagai cetak biru bagi sebuah struktur dimana produser media mengharapkan *audience* untuk mengikuti pesan yang telah mereka atur sedemikian rupa secara hati-hati). (Burton, 1992 : 27-29).

Konstruksi pesan pada media oleh Burton dipahami sebagai suatu proses untuk mengajak *audience* setuju terhadap pesan atau ide yang dikonstruksikan dan disampaikan oleh produser pembuat pesan melalui media dan lebih lanjut media akan menyeleksinya. Representasi yang dikonstruksikan media sedikit banyak telah mempengaruhi pandangan orang terhadap suatu hal, dan cenderung menggeneralisirnya berdasarkan kesamaan.

Media membuat orang membuat suatu penilaian berdasarkan pesan dan nilai yang dibangun melalui media lebih lanjut Burton menjelaskan

“So representation of people in the media help build and maintain these perceptual sets. The representation of types has so constructed from something, type is composed from certain elements, the elements become familiar the more they are

used. Repetition and reinforcement. Typing take place by age, by race, by occupation, by gender.

(Jadi representasi manusia dalam media telah membantu untuk membangun dan mempertahankan pemahaman-pemahaman yang telah dibangun sedemikian rupa. Representasi dari tipe-tipe manusia merupakan suatu yang dibangun dari berbagai element, tipe itu sendiri bentukan dari beberapa elemen tertentu, element-element menjadi familiar bagi kita tatkala media terus melakukan pengulangan dan penekanan terhadap elemen sebuah tipe manusia, tipe itu sendiri meliputi ras, umur, pekerjaan, dan gender.) (Burton, 1992: 86-89).

Perkembangan dan pertumbuhan membuat kesempatan untuk membuat konstruksi baru mengenai citra perempuan ditengah kekuasaan ideologi yang dominan dan memberikan citra negatif pada perempuan. Citra negatif perempuan yang menempel selama ini terbuat karena adanya sistem patriarkhi yang menjadi ideologi dominan yang disandang oleh kaum laki-laki. Pemahaman patriarkhi ini telah memberikan porsi yang lebih kepada laki-laki untuk dapat memilih wilayah mana saja yang menjadi kehendaknya. Sementara perempuan tetap menjadi penguasa domestik. Laki-laki yang secara fisik perkasa, kuat dan berotot. Sementara karakter sifat mereka yang cenderung agresif, rasional, dan bertindak sebagai pengambil kebijakan, sedangkan perempuan ditempatkan pada lapis kedua karena mereka memiliki sifat yang lemah, irasional, dan hanya peduli pada kecantikan fisik . Dengan posisi yang kuat, laki-laki selalu ingin menjadi pemenang dan hal ini menimbulkan adanya relasi kekuasaan antara kelompok superior dan inferiornya.

Perubahan citra dapat terjadi Meskipun ideologi patriarkhi memang mempunyai kekuasaan yang besar dalam menentukan nilai yang dipegang masyarakat tapi bukan berarti ia menguasai penuh seluruh aspek kehidupan, karena dalam masyarakat akan

menjadi bagian dari perubahan tersebut dengan menawarkan konstruksi baru terhadap citra perempuan positif yang melalui media akan dilihat sebagai konsep konstruksi baru terhadap citra perempuan dan merupakan pola resistensi ideologi dominan yang mencitrakan perempuan secara negatif seperti saat ini.

Sedangkan pengertian citra itu sendiri adalah suatu hal yang melekat pada kehidupan bermasyarakat. Sebab hanya dalam kehidupan bermasyarakat terdapat sistem pengembangan yang selanjutnya berfungsi antara lain sebagai sumber nilai (*source values*) yang pada gilirannya direpresikan juga sebagai patokan untuk mengejawantahkan norma-norma

Jadi konstruksi citra perempuan negatif itu bisa diubah menjadi positif, dengan menggeser dominasi laki-laki dan sistem patriarki yang berlaku di masyarakat dengan mengubah cara pandang masyarakat terhadap citra perempuan selama ini melalui media

7. Video klip sebagai media pesan nonverbal

Video menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rekaman gambar visual yang dapat ditayangkan lagi melalui media televisi. Video sekarang telah menjadi alat bantu dalam mengkomunikasikan sebuah pesan yang kebanyakan pesan tersebut bersifat nonverbal. Seperti halnya video musik atau lebih kita kenal dengan video klip, keberadaannya sebagai media komunikasi pesan tidak lepas dari proses representasi. Karena video klip dianggap sangat efektif dalam menjangkau *audience* maka sarana media ini cukup representatif dalam merefleksikan nilai-nilai yang hendak disampaikan komunikator. Hasil representasi melalui media termasuk video

klip dianggap benar dan menjadi satu-satunya realitas. Perilaku yang androgini atau androgini pada perempuan adalah contoh nyata dari fenomena tersebut. Video klip mempresentasikan sifat androgini pada makna yang sebenarnya yang diterima *audience* sebagai sebuah kebenaran.

Pengertian video musik adalah film pendek atau video yang digunakan perusahaan rekaman untuk melangkapi musik atau lagu. Dalam era modern ini video musik digunakan dalam hal marketing, yaitu untuk promosi penjualan rekaman. ([http:// www. Wikipedia.org/wiki/music video](http://www.Wikipedia.org/wiki/music%20video) akses 12 febrari 2007)

Dalam perkembangannya komunikasi nonverbal sering kurang disadari keberadaanya serta sering kurang dipahami maknanya padahal komunikasi nonverbal mendukung dalam mempengaruhi keberhasilan penyampaian pesan. Pada media video, sebuah video musik harus dapat menerjemahkan ide, yang tidak lepas dari tema dan jenis musik sebuah lagu, serta memuat pesan yang bisa dikomunikasikan melalui bahasa gambar. Durasi penayangan video yang relative singkat menyebabkan upaya mengkomunikasikan ide dan pesan banyak memakai adegan-adegan simbolis atau bermakna implisit. Hal ini memerlukan interpretasi lebih lanjut pada komunikasi nonverbal yang digunakan. Seperti halnya dalam video musik Ratu yang berjudul "Lelaki buaya darat" merupakan video musik yang cukup unik namun inovatif dimana pesan yang digambarkan tidak dijelaskan secara verbal melainkan dengan simbol-simbol saja melauai tingkah laku, dan cara berpakaian. Pesan nonverbal yang dibawa dalam video klip ini menurut Duncan termasuk dalam pesan artifaktual dan kinesik. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh pakaian dan

kosmetik, umumnya pakaian digunakan untuk menyampaikan identitas. Pakaian yang digunakan mempengaruhi persepsi orang dalam menilai seseorang, selain itu pakaian digunakan untuk menyampaikan perasaan seperti gaun hitam ketika wanita berduka cita atau pakaian dengan warna-warni yang semarak ketika ceria. Sedang pesan kinesik yang diungkapkan melalui gerakan tubuh dan perilaku. Pesan kinesik dibagi menjadi tiga yaitu pesan fasia menggunakan air muka, pesan gestur menggunakan gerakan sebagian badan, pesan postural menggunakan keseluruhan anggota badan. (Rahmat : 289-292).

Video klip mempunyai banyak komponen didalamnya, salah satunya adalah tanda, Jameson mengatakan teks video merupakan struktur, atau aliran tanda yang melawan makna. Dalam logika fundamentalnya meminggirkan tema. Tanda tampaknya memiliki hubungan yang sama sekali tidak problematic dengan rujukannya. Jameson menyatakan bahwa sekarang ini

Reifikasi merasuk ke dalam tanda itu sendiri dan memisahkan penanda dan petanda. Sekarang, rujukan dan realitas semuanya lenyap dan bahkan makna-petanda menjadi problematis. Kita dihadapkan dengan permainan yang acak dan murni penanda yang kita sebut posmodernisme, yang tidak lagi memproduksi karya-karya monumental modern, tapi terus menerus memporakporandakan fragmen *teks-teks* praeksisten, blok-blok bangunan kebudayaan dan produksi sosial lama, dalam proses tambal sulam yang semakin intensif dan baru (Sarup 2004 : 307).

Simbol dalam budaya posmodernis seperti video klip murni sebagai penanda. Penanda adalah murni sebagai tanda tanpa keberadaan makna dan petanda yang menjadi komponen tanda pada umumnya. Perbedaan tanda ini akan terlihat pada

tatanan denotasi dan konotasi. Fenomena yang muncul dalam proses kebudayaan seperti diyakini akan menghasilkan makna baru terhadap tanda yang dihasilkan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Penelitian ini memaparkan suatu peristiwa atau kejadian yang tidak menjelaskan suatu hubungan dan tidak membuat hipotesis. (Rahmat, 2001: 24).

Data kualitatif merupakan data yang menekankan pada konsep kontekstual dan tidak diatur secara ketat oleh hitungan-hitungan statistik, angka-angka numerik dan ukuran-ukuran yang bersifat empiris. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma interpretative yaitu untuk memahami kehidupan sosial, perilaku aktor dan menemukan bagaimana orang mengkonstruksi makna.

2. Objek Penelitian

Untuk mempermudah dalam menentukan arah penelitian, perlu kiranya ada pembahasan daerah objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjaga dan menghindari agar jangan sampai terjadi kesalahan pemahaman dan kesimpang siuran sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Maka dari itu, penulis menentukan objek penelitian pada video klip Ratu yang berjudul "Lelaki Buaya Darat". Video klip ini merepresentasikan sifat dan perilaku yang androgini pada perempuan melalui fashion maupun nilai-nilai ideologi yang tercermin melalui sikan

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini data dokumentasi adalah mengidentifikasi citra androgini berupa gambar dari beberapa *scene* yang menampilkan simbol-simbol androgini dalam video klip “Lelaki Buaya Darat” oleh Ratu.

b. Kepustakaan atau Literatur

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, yaitu mengolah data yang diperoleh dari literatur, buku, tulisan-tulisan baik dari media cetak maupun jurnal-jurnal pada internet.

4. Teknik Analisis Data.

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis semiotika. Menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna-makna yang tersirat dari pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa. Roland Barthes merupakan salah satu pengikut Saussure yang merupakan seorang tokoh yang dikenal sebagai peletak dasar bagi linguistik modern yang lazim dikenal dengan semiotika.

Teori Barthes banyak memiliki arti tambahan yang kurang bisa dimengerti tetapi bisa dipahami dengan cara melihat struktur dari tanda. Pemikiran Barthes benar-benar dipengaruhi oleh Ferdinand de Saussure, yaitu

- a) Sebuah tanda adalah kombinasi dari *signifier* dan *signified*.

b) Suatu tanda tidak berdiri sendiri tapi merupakan bagian dari suatu sistem (Griffin, 2003: 356).

Signifier adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa keduanya merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan signification, dengan kata lain signification adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia (Fiske dalam Sobur, 2002:125). Barthes menetapkan bahwa suatu mitos atau sesuatu yang mempunyai banyak arti tambahan merupakan suatu sistem semiologi urutan kedua yang dibangun sebelum ada sistem tanda. Tanda dari sistem yang pertama akan menjadi *signifier* bagi sistem yang kedua (Griffin, 2003: 358).

Pada tahun 1915, buku *Saussure A course in general linguistic*, menyarankan kemungkinan analisis semiotik. Hal tersebut berkaitan dengan banyak konsep yang dapat diterapkan pada tanda dan akan dijelaskan. Pada bab ini. Saussure membagi tanda menjadi dua komponen petanda (*signifier*) atau "citra suara" (*sound image*) dan petanda (*signified*) atau konsep (*concept*), serta sarannya bahwa hubungan antara petanda dan penanda adalah sewenang-wenang yang merupakan titik penting dalam perkembangan semiotik. Di pihak lain Pierce memfokuskan diri pada tiga aspek tanda

Semiotik menjadi pendekatan penting dalam teori media pada akhir tahun 1960-an, sebagai hasil karya Roland Barthes. Dia menyatakan bahwa semua objek kultural dapat diolah secara tekstual. Menurutnya, semiotik adalah "ilmu mengenai bentuk (*form*).” Studi ini mengkaji signifikasi yang terpisah dari isinya (*content*). Semiotik tidak hanya meneliti *signifier* dan *signified*, tetapi juga hubungan yang mengikat mereka berupa tanda, yang berhubungan secara keseluruhan (Inggris 1990, dalam Susilo, 2000 : 47). Teks yang dimaksud oleh Roland Barthes adalah dalam arti luas. Teks tidak hanya berarti berkaitan dengan aspek *linguistik* saja. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda-tanda *terkodifikasi* dalam sebuah sistem. Dengan demikian semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, film, iklan, fasion, fiksi, puisi, dan drama.

Roland Barthes yang selalu dipandang sebagai penemu semiotik sejati, berpendapat bahwa, bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Sebagaimana Barthes memahaminya,

Semiologi....bertujuan untuk memahami sistem tanda, apapun substansi dan limitnya; *image*, gestur, suara musik, objek, dan segala yang terkait dengan semuanya, yang membentuk isi ritual, hiburan konverensi atau publik. Jadi ini merupakan, jika tidak bahasa-bahasa, sekurang-kurangnya sistem signifikansi (Barthes dalam Ritzer, 2003 : 53-54).

Hal ini nampak, bagaimana semiolog pada umumnya memandang film, program televisi, video, radio, poster, iklan, dan bentuk lainnya sebagai teks semacam *linguistik*. Barthes sendiri, di dalam bukunya yang *Mithologies* (1983 b),

memperlakukan obyek-obyek studinya (seperti margarin, sabun mandi, sampul majalah, film charlie chaplin, dan novel) seperti memfokuskan bahasa.

Selain itu Barthes juga menjelaskan (1967 : 40) sebagai berikut :

"The form is what can be described exhaustively, simply, and coherently, (epistemological criteria) by linguistics without restoring to any extralinguistic premise ; the substance is the whole set of aspects of linguistics phenomena which cannot be describe without restoring to extralinguistics premise."

(Bentuk adalah apa yang dapat dilukiskan secara mendalam, sederhana, dan koheren, (*criteria epistemologis*) oleh *linguistik* tanpa melalui premis *ekstralinguistik*; substansi adalah keseluruhan rangkaian aspek-aspek fenomena *linguistic* yang tidak dapat dilukiskan secara mendalam tanpa melalui premis *ekstralinguistik*).

Dengan dimasukkannya strata ini, maka tanda memiliki empat hal yang dapat diuraikan sebagai berikut. *Pertama*, substansi ekspresi, misalnya suara dan artikulator. *Kedua*, bentuk ekspresi yang dibuat dari aturan-aturan sintagmatik dan paradigmatis. *Ketiga*, substansi isi, yang termasuk dalam substansi isi misalnya aspek-aspek emosional, ideologis, atau pengucapan sederhana dari petanda, yakni makna "positifnya". *Keempat*, bentuk isi, ini adalah susunan formal petanda diantara petanda-petanda itu sendiri melalui hadir atau tidaknya sebuah tanda semantik (Kurniawan, 2001: 56).

Semiotika akan mengkaji simbol-simbol yang ada dalam video musik untuk direpresentasikan dalam kehidupan nyata, sehingga diperoleh makna tertentu. Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Itu

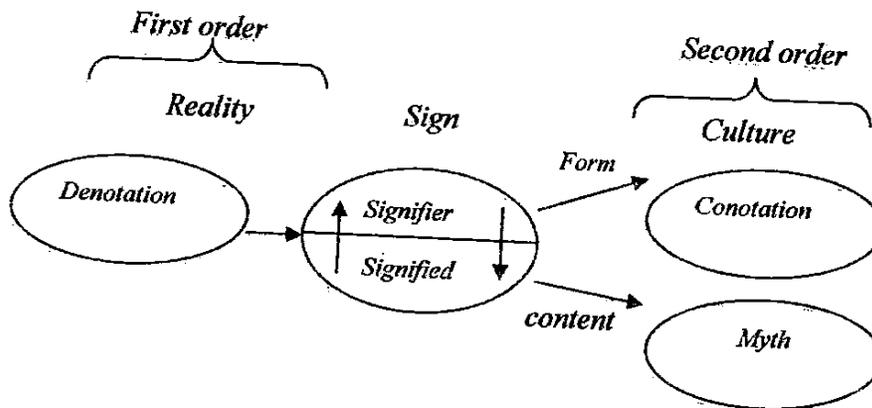
berarti setiap teks dalam video musik dapat ditafsirkan macam-macam oleh penikmat

video musik itu sendiri dengan tingkat interpretasi masing-masing dan sejauh mana mereka menganalisa teks tersebut dengan berhadapan pada medianya itu sendiri.

Roland Barthes (1915-1980), membangun suatu model yang sistematis dengan negosiasi, kesaling pengaruh ide atas pemakna dapat dianalisis. Barthes memberikan perhatian lebih pada interaksi tanda dalam teks dengan pengalaman personal dan kultural pemakaiannya. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju pada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of signification*) seperti yang digambarkan dalam model berikut:

Gambar1.1

Barthes Two Order of Signification



Melalui model ini Barthes seperti dikutip oleh Fiske, menjelaskan bahwa, signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal di mana Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna yang nyata dari tanda. Signifikansi terhadap kedua yang disebut dengan konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu

dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai nilai dari kebudayaannya. Pemilihan kata-kata kadang justru pemilihan terhadap konotasi, misalnya kata “penyuapan“ dengan “memberi uang pelicin”. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang di gambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Eco mendefinisikan denotasi sebagai suatu hubungan tanda isi sederhana. Konotasi adalah suatu tanda yang berhubungan dengan suatu isi melalui satu atau lebih fungsi tanda lain (Sobur, 2001:128).

Kata-kata sebagai simbol mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotatif dan konotatif. Sebuah perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana arti yang terkandung dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima secara umum oleh banyak orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Dalam pengertian konotatif adalah yang mengandung penilaian tertentu atau mengandung pengertian emosional (*emotional or evaluative meaning*) (Effendi, 1997: 12).

Teori Barthes tentang gagasan dua tatanan pertandaan (*order of signification*).

1. Denotasi

Tatanan pertama adalah landasan kerja Saussure. Tatanan ini menggambarkan relasi antara penanda dan petanda di dalam tanda, dan antara tanda dan referennya dalam realitas eksternal. Barthes menyebut tatanan ini sebagai denotasi. Hal ini mengacu pada pendapat umum, makna jelas tentang tanda.

2. Konotasi

Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara tanda dalam tatanan pertanda kedua. Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya dan nilai nilai kulturalnya. Ini terjadi tatkala makna bergerak

menuju *subjektif* dan setidaknya *intersubjektif*, ini terjadi kala *interpertant* dipengaruhi sama banyak oleh oleh penafsir dan objek atau tanda. Bagi Barthes faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama merupakan tanda konotasi.

Pada dasarnya ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum dengan denotasi dan konotasi yang dimengerti melalui konsep Barthes. Dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang "sesungguhnya" kadang pula ada yang dirancu dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan apa yang terucap. Akan tetapi, di dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam kerangka Barthes konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai "mitos" dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Dalam mitos juga terdapat tiga pola dimensi yaitu penanda, petanda, dan tanda namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rangkaian pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain mitos adalah suatu pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2003 :70).

Secara teknis, Barthes menyebutkan bahwa mitos merupakan urutan kedua dari sistem semiotika, di mana tanda-tanda pada urutan pertama pada sistem itu (yaitu kombinasi antara petanda dan penanda) menjadi penanda dalam sistem kedua.

Dengan kata lain tanda dalam sebuah sistem linguistik menjadi penanda dalam mitos dan kesatuan antara penanda dan petanda dalam sistem yang disebut “penandaan”. Barthes menggunakan istilah khusus untuk membedakan sistem mitos dan hakekat bahasanya. Barthes juga menggambarkan penanda dalam mitos sebagai bentuk dan petanda sebagai konsep. Kombinasi kedua istilah seperti yang telah tersebut diatas merupakan penandaan. Penjelasan ini dapat dilihat dalam tabel berikut (Berger, 1982: 56)

Perbandingan Bahasa Dan Mitos

Bahasa	Mitos
Penanda (<i>Signifier</i>)	Bentuk (<i>Form</i>)
Petanda (<i>Signified</i>)	Konsep (<i>Concept</i>)
Tanda (<i>Sign</i>)	Penandaan (<i>Signification</i>)

Semiotika Barthes yang menekankan semiotika pada tahap kedua memberikan pesan yang besar bagi pembaca untuk memproduksi makna. Hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran pusat perhatian dari pengarang (*author*) kepada pembaca. Teks kemudian menjadi terbuka terhadap segala kemungkinan. Pembaca akan berhadapan dengan pluralitas signifikansi (Kurniawan, 2001: 91). Karena teks menurut Barthes suatu konstruksi belaka yang pemaknaanya dilakukan dengan mengkonstruksi bahan-bahan yang tersedia, yang tak lain adalah teks itu sendiri. Dalam proses pemaknaan dengan semiologi Barthes teks tidak lagi menjadi milik pengarang, tetapi bagaimana pembaca memaknai konsep tersebut dan bagaimana pembaca memproduksi makna

Analisis ini disebut teks tertulis atau *writerly teks* yaitu apa yang dapat ditulis pembaca sendiri terlepas dari apa yang dapat ditulis pengarangnya.

Bagi Barthes semiotika mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes dengan demikian melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula pada hal-hal bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap kehidupan sosial sendiri merupakan bentuk signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial apapun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula. Barthes membatasi strukturalisme sebagai sebuah cara menganalisa artefak-artefak budaya yang berasal dari metode linguistik. Selanjutnya, strukturalisme (terutama dalam studi sastra) adalah usaha untuk menunjukkan bagaimana makna literatur bergantung pada kode-kode yang diproduksi oleh wacana-wacana yang mendahului dari sebuah budaya. Secara luas kode-kode budaya ini telah menggiringkan suatu makna tertentu bagi manusia. Kode-kode budaya ini terlihat jelas bila kita mengkaji mitos-mitos (dalam pengertian Barthes) yang tersebar dalam kehidupan keseharian. Sementara bagi Barthes, analisa naratif struktural naratif dapat disebut juga sebagai semiotika teks karena memfokuskan diri pada naskah. Intinya

makna-makna yang tersebar dalam naskah tersebut dengan cara tertentu (Kurniawan, 2001: 89).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa unsur-unsur yang terdapat di dalam video musik dengan pendekatan semiotik. Dalam semiotik, video musik dikaji lewat penggunaan sistem tanda, yang terdiri atas lambang, baik verbal maupun nonverbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, lambang nonverbal adalah bentuk dan warna yang disajikan dalam video musik, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas (Sobur, 2003 : 116).

Sehingga ketika semiotik dipergunakan dalam pembahasan tentang representasi citra androgini dalam video klip "Lelaki Buaya Darat" maka ia merupakan alat yang dapat mengantarkan analisa pada pemahaman tentang makna, serta arti atas apa yang tersimpan dalam representasi yang ditampilkan dalam video musik tersebut. Tahap akhir dari analisis suatu data adalah mengadakan pemeriksaan kebenaran data.

G. Sietematika Penulisan

Guna memperoleh gambaran tentang permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka dalam sistematika pembahasan diperlukan uraian yang sistematis yaitu dengan menyajikan sistem per bab. Dalam penyusunan skripsi ini digunakan sistematika penulisan yang terdiri dari 4 bab yaitu :

Bab satu berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab dua berisi tentang gambaran perjalanan duo Ratu di dunia musik Indonesia dan profil

Bab tiga menyajikan tentang hasil penelitian dan dianalisa sehingga dapat dihasilkan suatu kesimpulan.

Bab empat berisi kesimpulan yang menyimpulkan semua pembahasan dari karya ilmiah ini, serta akan dikemukakan pula saran-saran yang ditujukan untuk diadipkan dalam naskah-naskah dimasa yang akan datang