



SERAT RUPA

Jurnal Ilmu Desain Interior,
Desain Komunikasi Visual
dan Desain Mode Busana

Penerapan Simbol dan Ornamen pada Konstruksi Tou Kung di Rumah Tinggal Tradisional Cina (Studi Kasus: Rumah Tinggal Tradisional di area Pecinan Jakarta)

Studi Proksemik Melalui Pengamatan Pemilihan Posisi Duduk oleh Penumpang pada Angkutan Kota di Kota Bandung. (Studi Kasus: Angkutan Kota Jurusan Dago-Kalapa-Dago)

Tinjauan Arsitektur Ekletik pada Gereja Katolik di Bali dalam Konteks Globalisme, Pluralisme dan Multikulturalisme.

Taeritori Pribadi dalam Realitas Visual Second Life

Desain Grafis : Suatu Upaya Pemahaman Holistik

Pengaruh Strategi Kreatif Iklan terhadap Persepsi Pemirsa
Studi Kasus : Iklan Kartu Kredit Visa Platinum Bank Mandiri

Model Anak-anak dalam Iklan Produk untuk Dewasa

Tinjauan Kehadiran Wayang Kancil sebagai Perkembangan Etnologi dalam konteks Antropologi

Tinjauan Semiotika Visualisasi Karakter Pada Game Atelier Iris - *The Azoth of Destiny*

Eksplorasi Citra Tubuh Perempuan dalam Video Musik

Teknik Makrame dalam Tren Fashion:
Ironi Terhadap Prinsip Dromologi (Studi Kasus Koleksi Spring/Summer DIOR 2011)

Kajian Proporsi pada Ilustrasi Fesyen

Fashion Photography dalam Majalah GoGirl!

Rp.50.000,00

DAFTAR ISI



Penerapan Simbol dan Ornamen pada Konstruksi Tou Kung di Rumah Tinggal Tradisional Cina (Studi Kasus: Rumah Tinggal Tradisional di area Pecinan Jakarta).

Halaman
1-18

Yudita Royandi S.T,S.Ds.,M.Ds.

Entri ini merupakan penelitian mengenai ornamen Tiong Hoa pada rumah tinggal tradisional oleh Royandi.

Persepsi Pemirsa Terhadap Strategi Kreatif Iklan Televisi
Studi Kasus : Iklan Kartu Kredit Visa Platinum Bank Mandiri.
Dita Saraswati, Agung E. B. W. dan Sri Wachyuni

Halaman
19-36

Entri ini merupakan rangkuman dari penelitian untuk thesis magister desain oleh RA. Dita Saraswati.

Teknik Makrame dalam Tren Fashion:
Ironi Terhadap Prinsip Dromologi (Studi Kasus Koleksi Spring/ Summer DIOR 2011)

Halaman
37-48

Waridah Muth'ah

Entri ini merupakan studi dari Muth'ah mengenai teknik menjalin benang/serat Makrame dalam rancangan Rumah Mode Dior.

Studi Proksemik Melalui Pengamatan Pemilihan Posisi Duduk oleh Penumpang pada Angkutan Kota di Kota Bandung
(Studi Kasus: Angkutan Kota Jurusan Dago-Kalapa-Dago)

Halaman
49-64

Toddy Hendrawan Yupardhi

Entri ini merupakan penelitian dari Yupardhi mengenai ruang yang dipergunakan penumpang angkutan kota saat duduk .

Tinjauan Arsitektur Ekletik pada Gereja Katolik di Bali dalam Konteks Globalisme, Pluralisme dan Multikulturalisme.

Halaman
65-78

I Made Marthana Yusa

Yusa menelaah bentuk arsitektur Gereja Katolik di Bali dalam konteks peleburan budaya.

Objek Kajian Desain Dalam Antropologi :
Tinjauan Kehadiran wayang Kancil Sebagai Perkembangan Etnologi
Elizabeth Wianto

Halaman
79-94

Entri ini merupakan penelitian dari Wianto mengenai tokoh bersifat *trickster* dalam Wayang Kancil

Kajian Proporsi pada Ilustrasi *Fashion*.

Lois Denissa

Dalam tulisan ini Denissa memaparkan mengenai proporsi penggambaran tubuh yang digunakan dalam ilustrasi *fashion*.

Halaman
95-106

Kajian Semiotik pada iklan Lux

Monica Hartanti

Entri ini merupakan analisa dari Hartanti mengenai tanda-tanda visual dalam iklan televisi LUX tahun 2011.

Halaman
107-118

Tinjauan Semiotika Visualisasi Karakter pada Game Atelier Iris – The Azoth of Destiny

Dewi Isma Aryani

Dalam tulisan ini Aryani memaparkan tentang tanda-tanda visual yang tampak dalam Game Atelier Iris -The Azoth of Destiny.

Halaman
119-132

Model Anak-Anak dalam Iklan Produk Untuk Dewasa

Alit Kumala Dewi dan Didit Widiatmoko Suwardikun

Tulisan ini mengangkat isu mengenai penggunaan model anak-anak dalam iklan televisi untuk produk dewasa.

Halaman
133-148

Desain Grafis : Suatu Upaya Pemahaman Holistik

Rene Arthur Pallit

Dalam tulisan ini Pallit merenungkan kepentingan mengenai pemahaman desain grafis secara holistik bagi masyarakat luas.

Halaman
149-164

Batas-batas Realitas Fisik dan Virtual pada Cyberspace Game Online 'Second Life'

Yunita Setyoningrum

Tulisan ini membahas mengenai batas teritori personal dalam *online game* dan media sosial Second Life.

Halaman
165-174

Fashion Photography dalam Majalah GoGirl!

Gisca Fransica¹, Sherly Fransica² ,Alvanov Zpalanzani³

Esai ini merupakan analisis viasual mengenai edgy fashion photography dalam Majalah remaja putri GoGirl!

Halaman
175-186

Eksplorasi Citra Tubuh Perempuan dalam Video Musik

Berti Alia Bahaduri

Halaman
187-200

Entri ini merupakan analisa dari Bahaduri mengenai *girl band* yang menggunakan citra tubuh seksi sebagai identitas.

EKSPLOITASI CITRA TUBUH PEREMPUAN DALAM VIDEO MUSIK

Penulis : Berti Alia Bahaduri

berti.alia@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual,

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha

Jl. Prof. drg. Suria Sumantri, MPH no. 65, Bandung 40164

ABSTRACT

Music video is one of the media commonly used by music record label to market a music performer. As a designed object, music video is laden with various visual to represent the performer(s) to public. Women depicted in this medium are often shown in sexualized manner, as supporting act for a male performer or as part of women's performance. This essay will focus on girl bands who influence young women. The sexualisation manner for visual produces certain corrosive consequences toward audience. This essay will analyse the impact of visual in overall Pussycat Dolls' and AKB 48 music video according to popular culture, media psychology and feminism theories.

keywords : women body image, burlesque, music video, girl band

1. Pendahuluan

Sejak MTV muncul di Amerika Serikat tahun 1980, median musik dunia, terutama dalam hal pemasaran, mengalami revolusi global. Musik pop pada mulanya hanya mengandalkan visual pada sampul album atau konser. Sejak 80-an musik memiliki saluran baru untuk mengekspresikan diri secara visual, yaitu dengan video musik. Video musik (music video atau video clip) adalah salah satu bentuk media yang juga digunakan oleh pemusik/grup musik untuk mempromosikan hasil karya mereka.

Video musik dibuat untuk menunjang pemasaran seorang pemusik/grup musik. Secara umum dalam industri musik dunia, video musik disponsori oleh label resmi yang mewakili pemusik yang bersangkutan. Citra pemusik yang ditampilkan dalam video klip amat dijaga, karena sifat unik yang dimiliki merupakan nilai jual yang signifikan.

Pemirsa video musik secara umum adalah remaja, sesuai dengan target pada perancangan pembuatan (Kubey & Larson, 1990). Dalam budaya yang dijalani kaum remaja (youth culture) musik dan pemusik sebagai idola adalah hal yang penting dalam kehidupan personal dan sosial. Makalah ini selanjutnya membahas tentang tampilan visual video musik pop, terutama yang menggunakan model perempuan bertubuh kurus dan implikasinya pada pemirsa, terutama remaja putri. Kemudian tampilan visual dalam video musik yang digunakan sebagai referensi visual untuk menampilkan identitas remaja.

Esai ini akan berfokus kepada penampilan pemusik perempuan dalam video musik, dengan fokus kelompok musik Pussycat Dolls (PCD) dari Amerika. Kelompok/grup musik ini dipilih karena amat populer di Amerika, Eropa dan Asia. Pada rentang tahun 2005 hingga 2009, grup musik ini kerap menempati peringkat atas tangga lagu. PCD menonjolkan bentuk tubuh kurus perempuan lewat gerakan tari yang provokatif dalam video musik mereka. PCD berawal dari pertunjukan tari Burlesque yang hanya dapat ditonton di kelab dewasa di kelab Viper Room dan Roxy di Los Angeles dan Kasino Caesar's Palace di Las Vegas. Arti burlesque adalah salah satu bentuk seni pertunjukan (performance art) yang melibatkan tubuh telanjang dengan gerakan dasar tari dari striptease (Jones, 2010).

Sedangkan untuk dari Asia adalah AKB 48 dari Jepang. Berawal dari penampilan rutin mereka di teater di daerah Akihabara, Tokyo. Produser music terkenal Yasushi Akimoto kemudian memutuskan untuk mengorbitkan AKB48 sebagai idol group tahun 2006. AKB48 mempunyai anggota 88 orang yang didapatkan melalui audisi. Sejak 2007 AKB48 mulai terkenal di dunia dan semakin popular di Indonesia berkat lagu 'Heavy Rotation'. Dalam video musik ini, AKB48 juga menampilkan adegan

dengan kostum burlesque.

Burlesque juga dapat memiliki arti parodi atau imitasi komikal dari suatu hal, biasanya literatur atau drama. (kamus Mirriam-Webster) Pertama kali tampil di Los Angeles dari gagasan koreografer Robin Antin tahun 1995 . Grup tari ini terkenal dengan penampilan racy (sedikit bernuansa seksual untuk masyarakat Amerika, tetapi untuk kaidah norma masyarakat Asia termasuk vulgar). Penampilan mereka yang panas banyak mengundang aktris layar lebar dan musik untuk ikut menari, seperti Gwen Stefani, Charlize Theron, Pamela Anderson, Brittany Murphy (alm.) dan Melanie C dalam beberapa pertunjukan khusus. (www.pcdworld.co.uk/biographies/) Tahun 2002, label musik Interscope memutuskan untuk membuat transformasi PCD menjadi girl band (grup musik perempuan) dan memasarkannya sebagai merek baru ke seluruh dunia. Maka dicarilah (melalui casting) 6 penari perempuan yang dinilai mampu untuk mereka ulang citra PCD ke dunia, bukan hanya bagi penonton dewasa di dalam klub.

Video musik adalah salah satu obyek desain. Dalam proses pembuatan sebuah video musik, aspek visual digunakan untuk mendukung aspek audio. Visual dalam video musik menampilkan dan menegaskan citra pemuks dan menjelaskan gambaran lagu menurut pemuks. Konsep perancangan sebuah video musik digarap oleh seorang atau sekelompok penulis dan art director(s) untuk tahap visualisasi. Makalah ini berfokus kepada pemuks perempuan yang membawakan musik pop dari Amerika dan video musik mereka yang menampilkan dan menonjolkan tubuh kurus.

2. Metode Penelitian

Esai ini akan menganalisa isi tampilan visual video musik dari girlband PCD secara kualitatif dengan menggunakan beberapa teori yaitu dari Adorno mengenai Budaya Pop (popular culture), Barthes tentang Mitos Budaya Massa dan Ardisson mengenai psikologi media. Kemudian pandangan Naomi Wolf tentang pengaruh media, observasi Ariel Levy tentang tendensi Female Chauvinist Pigs dari perempuan Amerika dan teori Susan Bordo juga digunakan untuk memperkuat argumen penulis. Terakhir, beberapa studi yang berkaitan dengan video musik dan remaja yang telah dimuat dalam jurnal – jurnal internasional juga ditilik sebagai pembuktian dan penekanan teori terhadap efek video musik terhadap remaja.

3. Pembahasan

Video musik sebagai obyek desain

Pada awal kemunculan media ini, video musik mengambil bentuk narasi pendek yang selalu melibatkan pemuksik sebagai aktor. Menurut analis industri dan komersial, MTV dan kanal video musik lain mampu untuk mempengaruhi remaja untuk membeli CD dan produk yang diiklankan lebih dari media lain.(Sun & Lull, 1986) Remaja juga menyukai format video musik karena tidak memiliki batasan-batasan seperti program televisi dan memiliki struktur yang berbeda, mirip dengan mimpi dan fantasi.(Aufderheide, 1987 dalam Bell, Lawton, & Dittmar 2007) Menurut pandangan dan observasi penulis, struktur video musik yang bebas ini dapat dirancang sebagai film pendek untuk merepresentasikan lagu secara sinematik. Perancang dan sutradara video musik dapat dengan leluasa menerjemahkan lagu secara visual. Cara bertutur yang menampilkan narasi non- realistik, imajinatif dan surealistis menjadi hal yang biasa. Absurditas visual diterima oleh masyarakat karena dianggap sebagai ekspresi pemuksik dalam menerangkan lagu secara visual. Metafora disampaikan lewat pengalaman sinematik yang harmonis dengan lagu yang ditampilkan. (ibid)

Video musik adalah salah satu bentuk media video yang diminati remaja putra dan putri secara berimbang, berbeda dengan video game yang lebih diminati remaja putra. Namun visualisasi dalam video musik pada era 90-an masih berorientasi dari pandangan lelaki (Kubey & Larson, 1990). Pendapat ini masih relevan hingga sekarang karena masih banyak video musik yang menampilkan tubuh perempuan sebagai obyek seks sesuai pandangan lelaki. Adegan seorang pemuksik pria yang dikelilingi para perempuan dengan kostum minim dan menari atau bergerak seakan mengajak untuk berhubungan seksual.

Obyek desain video musik dari kelompok musik PCD menarik penulis karena PCD mengklaim sebagai girlband yang menonjolkan gerakan tari burlesque. Director of Photography (DOP) dari video-video musik PCD berperan penting dalam menekankan sisi seksi dari para anggota PCD. Sehingga pemirsa yang menonton lewat layar melihat jelas bentuk tubuh perempuan dalam waktu singkat.

Penggunaan visualisasi tubuh perempuan dalam video musik untuk identifikasi diri remaja

Seperti telah disebutkan di atas, video musik dapat dibuat sesuai dengan ideologi pemuksik. Namun, salah satu fungsi video musik adalah sebagai alat pemasaran sebuah lagu. Fungsi ini membuat idealisme pemuksik bukanlah hal yang terpenting, melainkan citra pemuksik yang layak jual

²Seperti dikutip oleh Chris Barker (2000), Cultural Studies: Teori & Praktik, hal. 329-330, Sage Publishing, London.

menjadi prioritas.

Sebagian kecil remaja sadar bahwa video musik diproduksi oleh label, sehingga hal-hal yang tampak belum tentu sesuai dengan idealisme atau konsep pemusik.

Televisi adalah media elektronik utama yang digunakan untuk menayangkan video musik. Dalam strategi periklanan, televisi sering menjadi fokus utama sebuah kampanye iklan karena dapat menghasilkan dampak terbesar (Altstiel & Grow, 2001). Hal ini disebabkan sisi efektif bagi pemasang video klip untuk mencapai sasaran pemirsa (target audience). TV juga efisien bagi pemirsa karena murah dan jadwal tayang yang fleksibel.

Remaja putri pada umumnya masih dalam tahap pencarian identitas diri mereka. Selain dari keluarga dan lingkungan sekitar, mereka juga melihat referensi dari media massa yang sering mereka lihat. Menurut Ardvission (2006), konsumen memperlakukan barang konsumsi (termasuk brand) secara produktif untuk membentuk relasi sosial, membagi emosi, identitas personal dan membentuk komunitas. (Ardvission, 2006)

Tubuh Perempuan sebagai obyek dalam video musik

Pemaparan tubuh wanita sebagai obyek dalam media, terutama tubuh perempuan yang divisualisasikan sebagai badan yang kurus, tinggi dengan kaki jenjang, dada dan pantat montok menjadi patokan kecantikan bagi pemirsa. Bentuk tubuh yang ditampilkan dianggap sebagai body perfect yang dapat berlaku di dunia nyata. Individu kontemporer lahir dan dibesarkan dalam modal, subyektivitasnya disosialisasikan sampai pada titik yang menjadikan dirinya hanya sebagai media dari sirkulasi nilai (Ardvission; 2006).

Penampilan PCD dalam video musik mempengaruhi rasa percaya diri akan tubuh, bagi para pemirsanya. Menurut hasil eksperimen memori Departemen Psikologi Universitas Essex (Inggris) remaja perempuan yang telah menonton video musik dari PCD, Girls Aloud dan Sugababes. Kelompok-kelompok ini dipilih karena dikenal luas di masyarakat, terutama kalangan anak muda Inggris. Kostum yang dikenakan beberapa girlband yang minim juga menjadi pertimbangan. Setelah menonton penampilan girl band dalam video musik tersebut, para responden merasa ada kekurangan dalam tubuh mereka (Bell et.al, 2007) Hal ini disebabkan karena penampilan anggota grup-grup musik tersebut yang langsung dengan penekanan pada elemen-elemen yang dinilai sensual (seperti belahan dada besar, kaki yang jenjang dan pantat membulat).

Kostum yang dikenakan para anggota PCD biasanya terdiri dari bustier/corset, dengan stocking jala atau menggunakan garters dan stiletto atau stiletto boots. Penggunaan bustier/corset yang nota bene adalah pakaian dalam banyak diasosiasikan dengan erotika, sehingga sering digunakan oleh PSK dan showgirls. (Craik, 1993) Kostum ditambah hiasan-hiasan atau aksesoris pelengkap sesuai tema, seperti cambuk, hotpants, topi/bulu dan lain-lain. Belahan pada dada direndahkan dan potongan celana ditinggikan. Menurut Barnard, pakaian/kostum dengan tampilan tersebut adalah penegasan agar tubuh semakin terlihat menarik (dalam hal ini menarik secara seksual). Motivasi ketidak-sopanan atau ekshibisionisme menjadi motivasi. (Barnard, 1996). Kostum tersebut tidak ditujukan demi kenyamanan penari, melainkan agar mereka terlihat lebih erotis ketika bergerak. Gerakan tarian yang melibatkan gerakan striptease juga menambah erotika. Kostum PCD dimodifikasi ketika akan dilepas menjadi girl band. Berdasarkan wawancara kanal gossip Amerika, E! dengan Antin, kostum PCD dibuat lebih sopan agar tidak terlihat seperti bintang porno. (E!, 2009) Menurut Antin, tarian burlesque memerlukan kostum yang erotis, tetapi masih tampak elegan. Hal ini bertujuan agar para penari tidak terlihat seperti PSK. Para penari PCD memainkan peran sebagai doll/boneka seksi yang mampu menari burlesque. Menurut pendapat penulis, kostum baru PCD berkesan murahan, seperti baju kerja PSK. Hal ini menyebabkan para anggota PCD berkesan seperti 'ho' (istilah slang di Amerika untuk PSK, kependekan dari hooker). Kostum tersebut jadi terlihat pastiche, bertentangan dengan gagasan awal burlesque dengan tujuan menyindir karena para penari tersebut bukanlah manusia, tetapi sedang berperan sebagai dolls atau boneka. Penampilan PCD membangun anggapan dari penggemar bahwa kostum tersebut adalah identitas asli anggota kelompok tersebut. Padahal penampilan PCD yang seronok sebenarnya adalah kostum mereka sebagai *brand*, bukanlah ekspresi diri.

Budaya pop di Amerika memang bergerak ke arah komodifikasi dan eksplorasi tubuh wanita sebagai obyek seks. Kaum perempuan, terutama generasi muda menjadi pendukung fenomena tersebut. Jika pada dekade-dekade sebelum ini ada istilah male chauvinist pig maka dewasa ini female chauvinist pig menjadi makin umum di Amerika (Levy, 2006).

"Hotness has become our cultural currency, and lot of people spend a lot of time and a lot of regular, green currency trying to acquire it.

...And so sex work is frequently and specifically referenced by the style or speech or creative output of women in general."

(Levy, 2006 31)

Jika dahulu hanya kamu pria yang menilai dan menikmati tubuh wanita sebagai obyek seks, sekarang wanita juga turut serta. Lebih lagi kaum wanita berpartisipasi dan untuk mengukuhkan kekuatan dalam masyarakat (atau pemirsa). Partisipasi di sini dengan menunjukkan bagian tubuh, memaparkan sensualitas sebagai penegasan kekuatan.

Bordo berpendapat bahwa normalisasi dominasi pria dan subordinasi perempuan didukung oleh kebiasaan manusia menampilkan maskulinitas dan feminitas. Perempuan berkontribusi dalam normalisasi ini (sebagai contoh dengan menerima dan berperan dalam obyektifikasi tubuh perempuan sebagai obyek seks) dan memperkuat budaya yang seksis (Bordo, 1993).

Peran perempuan dalam normalisasi ini tidak semata sebagai aktor atau pelaku, melainkan juga sebagai produser. Sebagai contoh adalah wanita yang dinilai 'sukses' dianggap mampu untuk mengeksplorasi tubuh wanita lain, seperti contoh Levy tentang produser kawakan dari kanal HBO, Sheila Nevin. Nevin mendapat penghargaan dari New York Women in Film and Television tahun 2000 atas berbagai pencapaian beliau. Akan tetapi, acara opera sabun-dokumenter (docu-soap) G-string Diva menampilkan kehidupan para penari telanjang/erotis (stripper) menjadi salah satu andalan Nevin, dan mendapatkan rating tinggi. Bagi Nevin acara tersebut bukanlah eksplorasi tubuh wanita, melainkan menampilkan keindahan yang harus dihargai. (Levy, 2006 89-93). Suksesnya acara G-String Diva menginspirasi Girls Gone Wild (2004-2008) sebagai acara realita yang meliputi gadis-gadis muda berpesta di kelab-kelab di Amerika. Bagi para pemirsa di Amerika Seikat, para gadis usia kuliah (18-22 tahun) ini sudah termasuk legal untuk diproyeksikan secara seksual (karena secara hukum sudah bukan tanggung jawab orang tua). Biasanya gadis-gadis muda ini bertingkah sensual agar dapat menarik perhatian produser dan kamerawan GGW. Semakin sensual dan/atau menunjukkan bagian badan, semakin ramai sorak sorai pendukung mereka di dalam kelab. (yang terdiri dari lelaki dan perempuan). Levy menyelidiki dan mewawancara gadis-gadis yang amat bersemangat untuk berpartisipasi dalam acara ini tahun 2004. (Levy, 2006 7-13)

Contoh lain adalah CEO Perusahaan Playboy; Christie Hefner yang menganggap Playboy adalah gerbang menuju sukses (dalam hal popularitas) bagi para gadis dan selebrita yang terpilih untuk tampil di majalah tersebut. (Levy, 2006 35-43) Hefner menegaskan perbedaan antara Playboy Bunny (model yang tergabung dalam perusahaan tersebut) dengan bintang porno. Jika ada model yang kedapatan membuka pakaian untuk majalah lain atau untuk film, maka model tersebut akan dipecat dari Korporasi Playboy.

Di Indonesia antusiasme kaum perempuan untuk terlibat dalam fenomena ini mulai terlihat. Menurut penulis, Indonesia tidak sepenuhnya mengalami feminisme gelombang pertama dan kedua, tetapi berkat kemajuan teknologi informasi, menerima fenomena sexualisation of culture ini dengan kecepatan yang sama dengan Amerika Utara dan Eropa. Masyarakat dunia dapat dengan mudah menonton atau dipaparkan dengan imej-imej tersebut lewat televisi, iklan atau internet.

Ariel Levy melihat remaja putri Amerika Serikat merasa "terbebaskan" dan "kuat" ketika mereka mengidentifikasi diri dengan mengumbar sensualitas tubuh. Remaja putri dengan sengaja membiarkan diri menjadi obyek seks. Levy menggunakan contoh-contoh obyek observasi berupa majalah-majalah dan acara-acara TV yang menunjukkan tubuh wanita telanjang sebagai obyek. Obyek-obyek kajian Levy hanya ditujukan untuk konsumsi masyarakat yang dianggap dewasa secara legal di Amerika (di atas 21 tahun). Padahal video musik memiliki efek korosif serupa bebas ditonton oleh segala usia dengan media yang tidak terbatas pada TV rumah semata.

Musical fetishism (fetish pada musik) dianggap sebagai peri laku/ sikap yang wajar dalam budaya konsumen. Selain menggemari musik yang dikonsumsi, para pemusik/ pelaku juga dipuja. (Witkin, 2004) Menurut Adorno, masyarakat mengkonsumsi musik pop sebagai distraksi dari kehidupan dan tanggung jawab. Hal ini disebabkan pola kehidupan yang membosankan dan penuh dengan kerja mekanis dan rasional. (Witkin, 2004). Musik pop yang sederhana secara melodi menjadi pelarian yang praktis.

Persepsi terhadap persona PCD terbangun lewat visualisasi dalam video-video musik yang mereka keluarkan. Menurut Adorno, persepsi dan aksi dimediasi oleh ide-ide yang ada sebelum suatu obyek ditampilkan. Realitas selalu dibingkai oleh hasil dari persepsi dan ide dari masa lalu. (Witkin, 2004) Padahal, anggota PCD tidak selalu menarikkan burlesque dan mengenakan pakaian minim dalam keseharian dan penampilan di publik ketika tidak mewakili brand PCD. Hal ini dapat dilihat dalam foto-foto dalam majalah dan kanal gosip. Ditambah penampilan mereka sebagai diri sendiri dalam acara lain di tv, sebagai contoh penampilan Kimberly Wyatt sebagai juri dalam acara kontes menari Got To Dance UK dan Nicole Scherzinger ketika mendampingi Lewis Hamilton dalam pertandingan-pertandingan mobil Formula 1.

Alasan pertama Remaja Amerika untuk menonton video musik adalah untuk belajar bersosialisasi. (Sun & Lull, 1986). Responden dalam eksperimen Sun dan Lull, mengaku bahwa motivasi mereka menonton video musik adalah apresiasi musik. Apresiasi musik yang mereka dapatkan

kemudian menjadi bahan obrolan dan pengetahuan musik menjadi tolok ukur pergaulan di kalangan remaja. Menikmati musik sebagai hiburan adalah alasan selanjutnya. Dimensi visual menjadi alasan ketiga bagi para responden remaja, karena krusial dalam proses interpretasi lagu. (Sun & Lull, 1986) Tayangan yang pendek namun dalam frekuensi tinggi tidak menuntut pemirsa untuk menyimak dengan perhatian penuh. Sehingga pengertian dapat terbentuk setelah menonton beberapa kali. Arti visual yang tampak dalam video musik yang ditangkap oleh pemirsa dapat beragam. Bahkan dapat memberikan arti baru dari pemahaman awal ketika hanya mendengar lagu.

Bagi remaja responden eksperimen Sun dan Lull, visual dalam video musik dianggap menarik. Sementara sebagian menggunakan visual sebagai obyek yang dapat dilihat ketika mendengarkan musik. Para responden juga senang akan cara menampilkan musik dalam bentuk gambar. (Sun & Lull, 1986)

Remaja putri pada umumnya masih dalam tahap pencarian identitas diri mereka. Pada masa pubertas, untuk remaja putri usia 12-13 tahun dan pria setahun sesudahnya, pencarian identitas untuk membedakan dirinya dengan orang lain mulai dirasa perlu. Hal ini dipacu oleh perubahan pada tubuh mereka (Hurlock, 1978).

Remaja mendapat referensi identitas visual dari keluarga dan lingkungan sekitar. Selain itu mereka juga melihat referensi dari media massa yang sering mereka lihat. Frekuensi pemaparan terhadap video musik yang cukup sering juga berpengaruh. Menurut Ardvission, konsumen memperlakukan barang konsumsi (termasuk brand) secara produktif untuk membentuk relasi sosial, membagi emosi, membentuk identitas personal dan membentuk komunitas (Ardvission, 2006). Sehingga ketika remaja putri merasa memiliki hubungan dengan video musik tertentu, mereka merasa pantas jika penampilan pemuksit tersebut dapat ditiru. Cara remaja menampilkan diri di hadapan publik termasuk sebagai bagian dari identifikasi diri.

"...MTV sets the beauty index for young women today. If the women depicted in mass culture are "beautiful" and abused, abuse is a mark of desirability" (Wolf, 2002 : 164)

Dalam hal ini "abuse" tidak diartikan secara harafiah sebagai penyiksaan yang tampak sedang berlangsung. "Abuse" lebih mengarah pada opresi terhadap tubuh perempuan yang harus terlihat seksi dan cantik dan terhadap perempuan sebagai pemilik tubuh yang merasa harus membentuk tubuhnya agar sesuai dengan tampilan dalam video musik. Tidak semua perempuan memiliki bentuk tubuh langsing karena manusia

memiliki jenis bentuk tubuh yang berbeda. Perempuan yang tidak memiliki tubuh ramping harus menjalani beragam proses ritual agar bentuk alami tubuhnya dapat kurus. Proses ritual yang dijalani adalah penyiksaan terhadap tubuh perempuan yang dijalani dengan tujuan menjadi seksi dan cantik.

Wolf juga memaparkan bahwa media, terutama video musik menyampaikan pesan tentang "baik" berarti "cantik-kurus-yang berarti seksi" sementara "buruk" berarti "jelek-gendut-yang berarti tidak seksi" (Wolf,2002). Pesan ini diulang-ulang dalam berbagai video musik.

Menurut penelitian Tiggeman remaja putri di Australia Selatan menonton video musik lebih banyak daripada remaja putra. Remaja putri merasa lebih terdorong untuk menguruskannya tubuh setelah menonton televisi, terutama setelah menonton hiburan, berita dan video musik. Alasan para remaja putri menonton adalah untuk belajar bersosialisasi (social learning purposes) (Tiggeman,2005).

Sebelum bersosialisasi, remaja harus membunyai bekal pengetahuan agar dengan mudah dapat bergaul. Jika penelitian Tiggeman menunjukkan bahwa remaja putri menonton video musik untuk belajar bersosialisasi, maka hal ini menunjukkan bahwa mereka menganggap video musik adalah cerminan dari kehidupan nyata.

Salah satu video musik dari PCD yang terkenal berjudul 'When I Grow Up'(2008) yang ditujukan kepada remaja dan anak-anak perempuan yang memiliki cita-cita menjadi aktor, penari, atau musisi terkenal dapat mewujudkannya. Dalam video musik ini para anggota PCD menggunakan pakaian minim sebagai salah satu medium untuk menunjukkan bahwa mereka adalah perempuan yang tangguh. Pakaian yang digunakan adalah bodysuit dengan sepatu boot atau blus potongan midriff yang memperlihatkan bagian perut. Semua kostum yang dikenakan memperlihatkan bagian belahan dada yang amat jelas seperti yang tampak dalam gambar 1.



Gambar 1. Detail kostum dalam video musik When I Grow Up.
(sumber: <http://www.youtube.com/watch?v=K0K46C82v9o/PCDvevo>)

Penggunaan kostum dengan potongan *midriff* menjadi salah satu ciri khas penampilan grup musik ini. Salah satu contoh pemakaian kostum dengan potongan ini digunakan juga sebagai pendukung tema India saat mereka berkolaborasi dengan A Rahman dalam lagu Jai Ho (You Are My Destiny) pada tahun 2009.



Gambar 2. Penampilan Pussy Cat Dolls dalam video musik Jai Ho
(Sumber: justjared.com)

Sejak muncul tahun 1980, terdapat tendensi untuk memaparkan keseksian tubuh wanita dan kemudian mempertegas tampilan kurus tubuh perempuan dalam video musik. Dalam 2 dekade terakhir, tidak

hanya pemuks lelaki yang menampilkan tubuh wanita menjadi obyek yang harus selalu tampak seksi. Pemuks perempuan juga semakin menonjolkan kecantikan dan keseksian, terutama lewat tubuh ramping tanpa lemak, kostum minim yang menampilkan kulit sebanyak mungkin dan gerakan tari yang sensual. Hal ini sesuai dengan teori Levy bahwa perempuan, terutama remaja merasa ‘kuat’ seperti diimplikasikan dalam media, ketika memaparkan sensualitas mereka dengan cara dan tolok ukur lelaki (Levy,2006).

Wanita dalam video musik sering menampilkan body perfect atau bentuk tubuh yang sempurna; ideal secara sosio-kultural. Body perfect yang ditampilkan dalam video musik dianggap sebagai bentuk tubuh ideal yang harus dicapai oleh remaja putri. Gerakan- gerakan tari yang digunakan dalam video musik sering dikoreografi sedemikian rupa dengan tujuan untuk menonjolkan ukuran, bentuk dan proporsi dari tubuh wanita. (Bell et al.,2005) Penekanan tampilan tubuh perempuan amat bergantung kepada sudut pandang kamera dan ritme sinematik dari musik video. Sehingga penata artistik dapat mengatur agar tubuh semakin jelas disimak oleh pemirsa.

Ketika remaja putri membandingkan tubuhnya dengan penampilan perempuan dalam video musik, mereka akan mengalami penurunan suasana hati dan meningkatkan ketidakpuasan akan keadaan tubuh mereka (Tiggeman,2002). Dalam eksperimen Bell, Lawton dan Dittmar tahun 2005, suasana hati pemirsa video musik tidak berubah, tetapi ketidak puasan akan kekurangan pada tubuh meningkat. (Bell et al.,2005) Ketidak puasan terhadap bentuk tubuh alami yang mereka miliki kemudian menjadi tekanan.

Tendensi untuk pemaparan feminitas juga ditampilkan oleh kelompok musik dari Asia, sebagai contoh AKB 48 dalam video musik ‘Heavy Rotation’ (2010). Video musik ini menimbulkan kontroversi karena dinilai terlalu seksi dan beberapa anggota AKB48 masih belum berusia 18 tahun. Dalam video musik ini para anggota mengenakan pakaian dalam berenda (lingerie) sebagai pendukung nuansa pesta piyama. Dalam adegan menari, Versi lokal dengan tampilan lebih sopan dari lagu tersebut menjadi populer di Indonesia karena digunakan sebagai lagu tema untuk promosi sebuah minuman isotonik.



Gambar 3. Kostum berbentuk lingerie dalam video musik Heavy Rotation.
(sumber : www.youtube.com/watch?v=7imINxhVCvo)

E. Penutup/ Simpulan

Video musik adalah salah satu obyek desain yang menggunakan visual untuk menggambarkan sebuah lagu. Citra pemuks juga dapat dibangun lewat video musik lewat penampilan mereka dalam media tersebut. Terdapat fenomena penggambaran tubuh perempuan secara vulgar sebagai obyek seks dalam video musik. Beberapa video musik memang diproduksi dengan orientasi lelaki yang menganggap tubuh perempuan hanya sebagai obyek elemen estetis. Berdasarkan observasi penulis, terdapat juga pemusik perempuan yang menonjolkan tubuh perempuan seksi sebagai daya tarik utama dalam esai ini adalah girlband Pussycat Dolls dan AKB48.

Fenomena video-video musik PCD dan AKB48 menjadi salah satu bukti tendensi Female Chauvinist Pig, ketika perempuan dengan sengaja mempertontonkan tubuh mereka sebagai obyek seks. Remaja sebagai pemirsa utama video musik merasakan dampak yang kuat dari visual dalam video musik yang mereka tonton. Dalam hal ini dampak terkuat adalah terhadap persepsi tubuh dari remaja putri. Remaja putri menganggap visual tubuh perempuan yang tampan adalah body perfect yang harus mereka wujudkan melalui tubuh mereka.

Visualisasi dalam video musik bergantung pada para desainer yang terlibat dalam proses produksi. Sehingga ketika video musik PCD dan AKB48 terlihat menampilkan tubuh perempuan sebagai obyek adalah berkat para perancang tersebut. Kesadaran moral akan dampak korosif pada pandangan remaja putri terhadap tubuh yang ditimbulkan oleh visual yang mereka hasilkan tampak menjadi pertimbangan yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Altstiel, Tom & Grow, Jean. (2001). *Advertising Strategy: Creative Tactics From the Outside/in*. London, UK: SAGE Publications.
- Arvidsson, Adam. (2006). *Brands: Meaning and Value in Media Culture*. New York, NY: Routledge.
- Barnard, Malcolm. (2007) *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. (terj.) Yogyakarta : Jalasutra.
- Bell, B T., Lawton, R., & Dittmar, H. (2007). *The Impact of Thin Models in Music Videos on Adolescent Girls' Body Dissatisfaction*. Elsevier, Body Image 4/2007, 137-145 in www.Science Direct.com. Diunduh tanggal 3 Oktober 2010.
- Bordo, Susan. (1993) *Material Girl: The Effacements of Postmodern Culture dalam Body and Flesh: A Philosophical Reader*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Craik, Jennifer. (1993) *The Face of Fashion : Cultural Studies in Fashion*. London: Routledge.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980) *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*. London: McGraw-Hill. Fifth Edition
- Kubey, Robert, Larson, Reed. (1990) *The Use and Experience of New Media Videos Among Children and Young Adolescent*. Communication Research 1990 17:107 diunduh dari <http://www.crx.sagepub/content/17/1/107> diunduh tanggal 5 Desember 2010.
- Levy, Ariel. (2006) *Female Chauvinist Pigs: Women and the rise of Raunch Culture*. New York, NY: Free Press.
www.pcdworld.co.uk/biographies/ diakses 8 Oktober 2010.
- Sun, Se-Wen, & Lull, James. (1986). *The Adolescent Audience for Music Video and What Why They Watch*. *Journal of Communication*, Winter 1986. 115-125. Diunduh 5 Desember 2010.
- Tiggeman, Marika. (2005). *Television and Adolescent Body Image: The Role of Program Content and Viewing Motivation*. *Journal of Social and Clinical Psychology*, Vol. 24, 3 2005 361-381. Diunduh 5 Desember 2010.
- Tiggeman, Marika; Slater, Amy (2003) *Thin Ideals in Music Television: A Source of Social Comparison and Body Dissatisfaction* Wiley Interscience.
- Wolf, Naomi. (2002) *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. Harper Perennial. New York, NY: Harper Perennial.
- Witkin, Robert W. (2003) *Adorno on Popular Culture*. New York: Routledge.
- The True Hollywood Story: *The Pussycat Dolls*. E! Entertainment Television 2009.