

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media massa seperti televisi, radio, surat kabar adalah sebuah sarana untuk menyebarkan informasi secara luas, walau dewasa media konvensional tersebut mulai tergantikan oleh internet, dan ponsel canggih yang dapat digunakan dan diakses dimanapun dan kapanpun. Maka informasi dengan sangat cepat di dapat. Efek yang ditimbulkan tentu dapat beragam sesuai dengan kepercayaan seseorang ataupun dengan apa latar belakang pendidikan, budaya dari seseorang. Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengonsumsi pesan-pesan media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan yang berdimensi kognitif, afektif, dan konatif. Informasi yang disampaikan media massa adalah realitas yang telah dikonstruksi oleh para pekerja media, termasuk para gatekeeper, dan telah menjadi realitas media. Realitas media tidaklah sama dengan realitas sesungguhnya. Berbagai dinamika dan kepentingan internal dan eksternal media massa mewarnai realitas bentukan media. (Halik, 2013)

Dengan demikian, realitas media merupakan realitas bentukan yang telah lebih dahulu mengalami seleksi dan interpretasi serta penyesuaian-penyesuaian tertentu. Dalam menyeleksi media dan pesan-pesan yang akan dikonsumsi, khalayak perlu memahami seluk-beluk produksi, reproduksi, dan distribusi isi media. Hal ini dibutuhkan agar khalayak memahami berbagai kepentingan di balik produksi isi media.

Media massa dalam hal ini ibarat pisau bermata dua. Di satu sisi media memiliki beberapa fungsi positif, seperti; *to inform, to educate*, akan tetapi di sisi lain informasi yang dihadirkan juga memiliki efek negatif, bahkan bisa jadi pemicu khalayak atau seseorang untuk melakukan hal yang sama dengan tayangan atau informasi yang dilihat. (Cangara, 2010: 123)

Kebutuhan akan informasi sekarang ini merupakan salah satu kebutuhan yang penting untuk dimiliki oleh setiap individu atau kelompok masyarakat. Hal itu tentunya tidak lepas dari peran media massa yang selalu memberikan informasi dari berbagai macam peristiwa. Tentunya kebutuhan akan informasi akan selalu diikuti dengan pencarian dan penggunaan atau pemanfaatan pada informasi tersebut. Terpaan media sendiri yaitu suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh suatu isi pesan didalam media atau bagaimana media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang di konsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. (Rakhmat, 2004: 66)

Terpaan melalui media baru merupakan kondisi audiens diterpa informasi melalui media baru yang disebut juga komunikasi massa karena secara potensial menjangkau khalayak global melalui jaringan dan koneksi internet. Media baru telah muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi. Media baru memiliki sifat multi-arah, media baru mendorong bahkan mewadahi respons serta memiliki beragam bentuk dan konten. Media baru, media komunikasi yang mengacu pada konten yang

dapat diakses kapan saja, dimana saja, pada setia perangkat digital, serta memiliki kemampuan melakukan interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi dan memungkinkan partisipasi kreatif dari berbagai pihak. (McQuail, 2011)

Media yang menjadi salah satu pembentuk konsep diri menjadi pemberi gagasan yang secara tidak sadar memberikan aturan yang halus untuk mengawasi agar tatanan simbolik yang ada di masyarakat mudah diatur. Melalui bentuk verbal nonverbal dalam komunikasi ini memungkinkan media sebagai komunikator untuk menggabungkan berbagai tanda berupa ekspresi atau ungkapan makna yang kompleks dan tanpa batas. Fenomena ini meningkat keterkaitan ekonomi, politik, masyarakat dan budaya dianggap sebagai globalisasi. Media disajikan sebagai alat untuk mempercepat proses ini dan menghilangkan batas. (Habibie, 2018)

Video klip termasuk kedalam media elektronik dimana bagi seorang musisi merupakan alat yang dapat membantu mereka dalam menyampaikan pesan musik yang mereka inginkan. Dengan kata lain, video klip mampu menunjukkan atau mengkomunikasikan keinginan musisi kepada audiensnya. Video klip juga sebagai tempat menjual nama artis dari segi akting dan kedalaman cerita yang di dalam video klip itu sendiri sehingga dapat menghipnotis penggemar mereka untuk lebih menghayati isi pesan dalam lagu mereka. Selain sebagai media komunikasi isi pesan dalam lagu, video klip juga digunakan sebagai media pemasaran yang menjual dan memperkenalkan nama dan siapa artis yang menyanyikan lagu yang sedang dipopulerkan tersebut. Sebagai penyanyi solo, band, penyanyi group, dan lain – lain. Perkembangan video musik dengan video klip adalah sesuatu yang berbeda. Video musik, alur ceritanya dibuat berdasarkan musik yang melatarinya,

sehingga konsep cerita dibuat berdasarkan musik yang ada kemudian divisualisasikan. Sedangkan pada video klip merupakan kumpulan potongan-potongan gambar yang dimasukkan ke dalam cerita sepanjang durasi musik. Namun pada perkembangan dewasa ini, masyarakat cenderung untuk menyamakan arti video musik dengan video klip. Di Indonesia sendiri, video musik lebih populer dengan sebutan video klip (Effendy, 2002: 14).

Melihat pasar di Indonesia sekarang, maka kita berbicara mengenai perbedaan suku, agama, budaya, adat istiadat dan perbedaan gaya hidup. Keberagaman yang ada di Indonesia juga menjadi suatu pengaruh yang sangat krusial bagi khalayak (audiens) dalam menentukan selera mereka terutama soal tampilan audio dan visual. Seperti yang diteliti oleh peneliti ini lagu Tuter Batin yang dinyanyikan oleh Yura Yunita masuk *trending* nomor 9 di YouTube Musik. Yura Yunita melalui kanal YouTube-nya Yura Yunita merilis Official Music Video 'Tuter Batin' dengan cerita yang cukup menyentuh. Dikutip dalam (Jatimnetwork.com) lagu Tuter Batin menyimpan makna tersendiri. Liriknya ditulis langsung oleh Yura Yunita bersama Donne Maula. Lewat album yang dibawakannya itu Yura Yunita menyampaikan ungkapan hati terdalamnya sebagai seorang perempuan. Dalam setiap lirik lagunya Yura Yunita berhasil menyentuh 586.249 penonton hingga disukai sebanyak 97.000, dan mendapatkan 5.041 komentar setelah satu hari rilis. (Mega Silvia, 2022)

Video klip lagu tutur batin menceritakan seorang perempuan yang mengalami *insecure* saat orangtuanya membanggakan dan memuji saudara perempuannya yang usai mendapatkan piala dalam kompetisi lomba Bahasa Inggris

di sekolahnya. Dalam *caption* video lirik musik Tuter Batin yang diunggah sebelumnya pada 22 Oktober 2021, Yura Yunita juga mengatakan bahwa Tuter Batin menggambarkan dirinya dalam fase perjalanan sebagai manusia. Dikutip dalam (anaksenja.com) Lirik Tuter Batin sebagai suatu ungkapan yang mewakili perempuan dalam melalui fase hidupnya hingga anggapan tidak sempurna yang dilabelkan padanya. Namun semakin ditutup dan dihalangi jalannya, sebagai perempuan yang kuat akan semakin tegak berdiri dan membuat jalannya sendiri. "Banyak dari kita yang pernah dianggap tidak cukup, dianggap tidak sempurna, ditutup langkah dan kesempatannya. Namun semakin jalan kita ditutup, semakin kita sebagai perempuan akan berdiri lebih tegak dan bisa membuat jalan kita sendiri,". Dari banyaknya tantangan yang dilalui Yura Yunita belajar bahwa mengejar kesempurnaan memang tidak ada habisnya sampai adanya perasaan tidak bisa menerima diri apa adanya. Mulai dari perjalanan melalui fase pertemuan sampai pada suatu fase depresi, hingga proses *healing* atau penyembuhan diri yang akhirnya terjadi penerimaan pada diri dan enjoy menjalani hidup. (Yunita Dewi, 2022)

Cantik bermakna sesuatu yang indah dan menyenangkan untuk dipandang. Memang cantik sering kali diartikan untuk fisik seseorang, untuk keindahan alam, atau untuk makhluk ciptaan- Nya yang lain. Sesungguhnya, kecantikan seorang perempuan bisa berasal dari hal-hal yang ada di luar dirinya dan hal-hal yang ada dalam dirinya. kecantikan itu ada dua macam; kecantikan batin (*inner beauty*) adalah keindahan yang dicari karena esinsinya, seperti keindahan ilmu, akal pikiran dan kesucian diri. Orang yang memiliki kecantikan batin akan terlihat indah, mulia,

penuh dengan karisma, sedangkan kecantikan lahir (*outer beauty*) adalah kecantikan fisik, rupa yang tampak oleh pancaindra kita (Indriya, 2010: 4).

Kata cantik berasal dari bahasa latin, *bellus*. Sedangkan menurut kamus lengkap bahasa Indonesia edisi keempat (2008), cantik mempunyai arti, indah, jelita, elok dan molek. Kemudian dalam penerapannya, pemaknaan seseorang terhadap kecantikan itu berbeda dan bahkan selalu berubah dari waktu ke waktu. Konsep kecantikan seseorang di daerah tertentu boleh jadi berbeda dari konsep kecantikan seseorang di daerah lain (Syata, 2012)

Menjadi cantik adalah dambaan setiap wanita dibelahan dunia. Setiap kebudayaan, dari masa ke masa yang lain memiliki pandangan yang berbeda tentang cantik, kecantikan sebagai sebuah konsep, tidak pernah bersifat statis, melainkan selalu berkembang sesuai keinginan zaman. Jadi kriteria cantik selalu berubah. Cantik natural itu tidak perlu ornament, apalagi rambut palsu. Harus ada sesuatu lain yang memancar kuat dari dalam, agar cantik tidak lekang oleh zaman (Olivia, Femi, 2010: 130).

Definisi cantik yang lebih beragam ini terlihat dari survei *ZAP Beauty Index 2021* yang dirilis oleh *ZAP Clinic* dan *MarkPlus Inc.* Dikutip dalam (kompas.com) Survei mengungkapkan bahwa mayoritas perempuan Indonesia mendefinisikan cantik berarti memiliki tubuh yang sehat dan bugar, memiliki wajah yang bersih dan mulus, serta percaya diri. Sebanyak 56 persen responden menilai cantik adalah ketika mereka merasa bahagia dan 48,9 persen responden menilai cantik adalah jika perempuan mampu berpikir positif. Bahkan, saat ini perempuan Indonesia juga tidak lagi menganggap makeup penting untuk mempercantik diri. Pada survei 2019,

sebanyak 18,6 persen perempuan merasa cantik ketika menggunakan makeup. Namun, pada survei tahun ini, hanya 8,7 persen responden yang masih mengandalkan makeup untuk mempercantik diri mereka. Jumlah perempuan Indonesia yang menganggap makeup penting menurun 50 persen. Bahkan, untuk wanita di atas 56 tahun, makeup dianggap sudah tidak penting lagi. (Ryan Sarah Pratiwi, 2021)

Videoklip Tuter Batin Lagu Yura Yunita tak terlepas menggambarkan diri dari kecantikan perempuan yang ada dalam videoklip tersebut. Dikutip dalam (beautynesia.id) Mencari satu standar kecantikan bagi perempuan Indonesia merupakan hal yang mustahil, mengingat ada ribuan suku bangsa di nusantara yang menghasilkan warna kulit, jenis rambut, hingga fitur wajah yang sangat beragam. Semakin maraknya gerakan untuk mencintai diri, *embrace yourself*, pelan-pelan memang menggeser standar cantik yang usang, seperti kulit putih, hidung mancung, dan langsing. Kecantikan perempuan Indonesia itu unik, sangat berbeda-beda, dan tidak ada satu standar," Perempuan Jawa tentu memiliki kecantikan yang berbeda dengan perempuan dari Lombok, Minang, atau pun Papua. Namun, masing-masing memiliki karakter kecantikan sendiri. (Munjidah Hamsah, 2019)

Kulit yang putih mulus tanpa ada bekas - bekas jerawat itu standar kecantikan wanita di Indonesia sekarang. Dikutip dalam (kumparan.com) tidak hanya beberapa wanita saja yang berlomba - lomba merawat tubuhnya hingga berapa juta untuk perawatan agar cantik. Apalagi hidup di tengah serba modern ini seringkali menyaksikan iklan dan tayangan di televisi, radio, media sosial, dan berbagai platform berbasis internet. Sama halnya dengan berbagai produk penurunan

berat badan, hal ini melahirkan rasa standar kecantikan yang menuntut perempuan untuk memiliki penampilan tertentu dan membenci penampilan aslinya. Standar kecantikan tersebut juga berdampak pada penggunaan produk *make-up* yang digunakan, seperti karena ingin memiliki kulit putih akhirnya banyak perempuan yang memilih produk *make-up* yang tidak sesuai dengan tone warna kulit sehingga hal ini berakibat pada perbedaan warna kulit di antara wajah dengan leher serta tangan atau tampilan wajah yang terlihat berwarna abu-abu. (Liza Fitriana, 2022)

Kecantikan yang ideal sebagai salah satu bentuk dari citra raga seseorang dapat terbentuk melalui proses persepsi dari perempuan dan laki-laki dengan perantaranya media massa. Media massa menampilkan gambar atau sosok seseorang yang dianggap memiliki kecantikan sehingga persepsi masyarakat terbangun dari seorang perempuan yang di tampilkan oleh media. Peneliti tertarik menganalisis standar kecantikan perempuan dalam videoklip lagu dengan menggunakan metode analisis semiotika teori Charles shanders pierce yaitu lagu tutur batin yura yunita dimana didalam video klip lagu Yura Yunita tutur batin itu banyak menyampaikan pesan yang dapat diambil sebagai seorang perempuan, dimana didalam videoklip tutur batin tersebut menampilkan berbagai macam perempuan yang mempunyai kelainan fisik dari perempuan-perempuan seperti biasanya, sehingga banyak dari sekian perempuan yang memiliki kelainan fisik tersebut merasa insecure untuk bersosialisasi dengan masyarakat. Lewat video klip Yura Yunita lagu tutur batin ini agar dapat menginspirasi seluruh perempuan didunia yang mempunyai kelainan fisik untuk selalu bersyukur dengan keadaan dan

tidak pernah menyerah dengan keadaan apapun selalu bersemangat dalam menjalani kehidupan yang telah Tuhan gariskan.

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara ilmiah dengan menggunakan analisis semiotika, dengan tujuan untuk mengetahui makna atau pesan yang terdapat di dalam video klip lagu Yura Yunita – Tuter Batin. Oleh karena itu maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara ilmiah mengenai **“STANDAR KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM VIDEOKLIP LAGU (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Videoklip Tuter Batin Lagu Yura Yunita)”**

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana makna Standar Kecantikan Perempuan dalam Video Klip Tuter Batin lagu Yura Yunita ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna Standar Kecantikan Perempuan yang ada pada Videoklip Tuter Batin Yura Yunita.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian yang memberi kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi khususnya kajian semiotika.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi pada penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai analisis tayangan videoklip di youtube.
2. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan kepada masyarakat tentang konsep cantik yang sebenarnya.