

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah tarik ulur tentunya tidak asing lagi bagi kita terlebih di antara anak muda yang sedang melakukan PDKT atau pendekatan dalam memulai sebuah hubungan. Fenomena tarik ulur atau yang dalam bahasa Inggris artinya *push and pull* juga sangat akrab di Korea Selatan dengan istilah 밀당 yang dibaca *mil-dang*. Mil-dang merupakan kepanjangan dari kata *mil-da* yang berarti *to push* atau mendorong, dan kata *dang-gi-da* yang berarti *to pull* atau menarik. Kata *mildang* digunakan dalam situasi ketika seseorang tertarik tetapi berpura-pura tidak tertarik kepada anda (saat masa pendekatan). Mil-dang mengacu pada cara seseorang untuk membuat anda makin tertarik padanya di awal hubungan romantis (TeamSOOMPI, 2016).

Situs web Popbela juga menjelaskan alasan mengapa orang-orang suka melakukan tarik ulur pada masa pendekatan berdasarkan psikologi. Berdasarkan *Psychology Today* melakukan tarik ulur dalam suatu hubungan ternyata memang berpotensi meningkatkan rasa penasaran orang lain. Namun disisi lain melakukan tarik ulur dapat menurunkan rasa suka atau rasa cinta orang (Azizah, 2018).

Tarik ulur atau yang dalam bahasa Korea disebut *mil-dang* ternyata telah menjadi sebuah *dating culture* atau budaya kencan yang hampir selalu disebut ketika membahas budaya kencan di Korea Selatan. Seiring berjalannya waktu, teknologi juga ikut berubah semakin canggih. Munculnya beragam aplikasi pesan instan dianggap turut mempengaruhi perubahan budaya kencan atau *dating*

culture (Chung, 2018). Pendekatan melalui chat menggunakan aplikasi KakaoTalk akhirnya banyak menarik perhatian dan minat anak-anak muda di Korea Selatan. Ada banyak remaja berusia 20 hingga dewasa berusia 30 tahun yang menggunakan media sosial untuk melakukan pendekatan atau "*sseom*". Lee Ji-soo, seorang mahasiswa berusia 25 tahun, menjelaskan hubungan *sseom* tidak memiliki suatu kewajiban seperti orang yang resmi berpacaran, tetapi juga dianggap "lebih serius daripada hubungan satu malam". Tren hubungan *sseom* dan *mil-dang* saat ini perlahan menggantikan tren *sogaeting* yang merupakan budaya kencan tradisional di Korea yang dilakukan melalui kencan buta yang diatur oleh seorang kenalan. Seorang mahasiswa lain bernama Kim Jin-soo juga menjelaskan bahwa untuk mengikuti tren *sogaeting* dengan bertemu secara tatap muka, akan memakan waktu. Kim merasa saat ini akan lebih mudah untuk mengirim pesan melalui fitur *direct message* pada aplikasi Instagram kepada seseorang yang berpotensi menjadi pacar atau *sseom* (Chung, 2018).

Tren *mil-dang* yang banyak terjadi ini tentunya tidak luput dari perhatian para musisi dan bahkan bisa saja mereka juga mengalaminya langsung. Banyak penyanyi yang akhirnya merilis lagu bertemakan *mil-dang*. Diantaranya ada penyanyi solo Eddie Kim yang merilis lagu *Push & Pull* pada tahun 2014 yang di dalamnya bercerita tentang seorang lelaki yang dibuat bingung dengan perlakuan wanitanya yang terkadang ceria namun terkadang menolak sang pria. Pria tersebut tahu bahwa wanita itu tidak baik namun dia tidak bisa berhenti karena sudah terlanjut jatuh cinta. Selain itu ada beberapa penyanyi yang juga merilis lagu bertema *mil-dang* seperti duet BOL4 dan SoYou dengan judul lagu

yang sama, yaitu Some-mengarah pada tren *sseom* (DianneP_Kim, 2019). Adapun penyanyi lain yang juga merilis lagu bertema mil-dang adalah *girlband* Red Velvet dengan lagunya berjudul *Bad Boy*.

Lagu *Bad Boy* oleh Red Velvet yang dirilis pada tahun 2018 ini menceritakan tentang hubungan antara seorang perempuan angkuh dan lelaki jahat dimana si perempuan tertarik kepada laki-laki tersebut tapi perempuan itu hendak melakukan mil-dang atau tarik ulur dengan tujuan untuk memberi pelajaran kepada lelaki jahat tersebut karena sudah banyak mematahkan hati perempuan lain. Adapun keunikan yang didapati penulis dari lagu ini adalah melalui video musiknya, lagu berjudul *Bad Boy* ini sama sekali tidak menampilkan sosok lelaki di dalamnya. Tamar Herman, seorang jurnalis Billboard mendeskripsikan Red Velvet tampil dengan seragam seksi dan pakaian kulit dilengkapi *stocking fishnet* bertema kasual *sporty* dan siap untuk menghancurkan sang karakter “*Bad Boy*”. Walaupun video musik lagu ini tidak terlalu fokus kepada plot cerita, namun *image* yang ditampilkan Red Velvet mampu menggetarkan dan menampilkan citra berbahaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Video musik merupakan salah satu hal penting dalam industri musik. Setiap kali seorang penyanyi merilis lagu baru, maka yang pertama kali dirilis bukanlah lagu tersebut, melainkan video musik-nya terlebih dahulu, baru kemudian diikuti dengan perilisan lagu beserta albumnya. Prayhogi (2016) dalam jurnalnya mengutip pengertian video musik oleh Moller (2011 : 34), yaitu sebuah film pendek atau

video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu, video musik modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman.

Memiliki video musik dapat membantu meningkatkan kepopuleran seorang penyanyi dan lagunya. Sedangkan dari perspektif pemasaran, video musik membantu promosi lagu sehingga dapat meningkatkan penjualan lagu dan album sang penyanyi. Selain dari perspektif pemasaran, video musik seorang penyanyi dapat menampilkan jalan cerita atau sebuah penampilan yang bertujuan mendukung pesan dari lagu yang mereka nyanyikan. Sehingga melalui video musik tersebut, penyanyi bisa menyampaikan pesan sehingga audiens atau penggemar yang mendengarkan lagu tersebut bisa merasakan maksud dan koneksi melalui video tersebut (Haf, 2020). Ketika membahas koneksi yang dihasilkan video musik, Vernallis dalam bukunya menjelaskan bahwa kebanyakan video musik adalah koneksi ekspresi dari pembuat video, penyanyi itu sendiri, dan lokasi mereka yang kemudian disatukan dalam suatu video. Maka tidak heran jika seorang penonton melihat suatu kejadian dalam video musik dan kemudian teringat akan pengalamannya dan merasakan koneksi dengan kejadian tersebut, hal ini karena pengalaman dari pembuat video, penyanyi lagu tersebut, dan lokasi dimana mereka tinggal bisa saja memiliki kesamaan dengan pengalaman penonton (Vernallis, 2004, h. 201).

Adapun penggunaan video musik merupakan unsur penting dalam ranah musik *K-pop* atau Korean Pop. Dalam pembuatan video musik faktor-faktor penting seperti kostum, efek, *make-up*, dan hal-hal detil lainnya juga sangat berpengaruh.

Faktor-faktor tersebut berperan penting dalam penyampaian pesan video musik dan bagaimana pada akhirnya video musik tersebut membantu memberikan identitas kepada penyanyinya (Prince, 2018).

Park Jin Sil, seorang *production designer* yang bekerja di belakang layar pembuatan video musik mengatakan "*In the past, we just focused on making it look pretty, but now we put meaning into all the details. We make the fans understand and emphasize with the story even more*". Tidak hanya itu, ketika bekerja dalam proses pembuatan cerita, Park Jin Sil mengatakan bahwa tim yang bekerja juga mempertimbangkan karakter dari *idol* itu sendiri. Tim produksi pada dasarnya juga mempertimbangkan bagaimana karakter dari idol tersebut dapat menghidupkan alur cerita dalam video musik dan bagaimana kira-kira reaksi para penggemar (Valley, 2021).

#RAMADAN TANYA JAWAB NEWS BUSINESS SPORT TECH HYPE LIFE HEALTH TRAVEL COMMUNITY REGIONAL LAINNYA

Trending

9 Potret Haru Selebriti Rayakan Hari Ayah, Penuh Kenangan Indah

< >

6. Comeback dengan konsep yang tidak pernah dilakukan RV sebelumnya



Dari masa *Happiness* sampai *Russian Roulette*, Red Velvet terkenal sebagai grup yang cenderung mempunyai nuansa ceria dan warna warni. Tapi saat *comeback* dengan *Peek A Boo*, mereka tampil lebih *dark* dan saat rilis *Bad Boy*, penampilan mereka berubah total dan mengubah sisi *girl group* ini menjadi lebih berani dan misterius. Dari mulai menampilkan sisi nakal, hingga koreografi yang dirasa menjadi koreo paling seksi yang pernah dilakukan *girl group* tersebut.

Gambar 1.1 Jadi Lagu KPop Terbaik 2018 Lalu, Ini 8 Fakta 'Bad Boy' Red Velvet
Sumber: IDN Times

Video musik Bad Boy yang merupakan pembahasan dari penelitian ini berhasil menarik perhatian para penggemar. Hal ini karena Red Velvet menggunakan konsep yang belum pernah diusung oleh grup tersebut sebelumnya. Melalui sebuah wawancara, salah satu anggota, Joy, menjelaskan bahwa menurutnya salah satu alasan penggemar sangat menyukai lagu Bad Boy karena konsep *powerful* yang diusung dan berbeda dengan konsep *cute* yang dilakukan grup sebelumnya (Koreaboo, 2018).

Kembalinya Red Velvet dengan konsep berbeda menarik perhatian penggemar. Hal ini karena dimulai sejak debutnya, Red Velvet kebanyakan menampilkan sisi cerah grup. Namun melalui Bad Boy, Red Velvet menunjukkan sisi lain yang berbeda dengan stereotip wanita dalam industri K-pop yang biasa ditunjukkan sebagai versi tradisional feminitas. Wanita dalam K-pop biasanya tampil dengan citra menggemaskan, siswi pemalu yang menyanyikan lagu tentang laki-laki yang ditaksir, dan juga perempuan yang mendambakan seorang "oppa" atau figur seorang pria kuat (Romano, 2018).

Muhammad mengutip penelitian Nam, Lee, dan Hwang (2010) tentang analisis stereotip peran gender perempuan muda di Korea melalui majalah *fashion*, menjelaskan bahwa perempuan di Korea Selatan secara stereotip berbeda dengan perempuan di Barat. Perempuan Korea secara stereotip digambarkan dengan cara tersenyum, cemberut, dan dengan ekspresi kekanak-kanakkan atau ekspresi imut (Muhammad, 2020).

Abrahamsson melalui penelitiannya yang berjudul "*How women are portrayed in K-pop music videos: an example of how gender is constructed in*

media" memfokuskan targetnya pada video musik girlband K-pop generasi kedua yaitu, Girls' Generation, 2NE1, A-pink, Girl's Day, dan SISTAR. Hasilnya adalah mereka berperilaku secara imut ataupun seksi dan cenderung menggabungkan konsep imut dan seksi. Perempuan pada generasi ini semakin memperkuat pengertian perempuan dan menjunjung tinggi peran gender dalam masyarakat tanpa menantang peran gender tersebut (Abrahamsson, 2018).

Namun seiring berjalannya waktu perempuan mulai melawan peran gender yang menjadi stereotip selama ini. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Muhammad berjudul "*Women Stereotype in K-pop Girl Group Songs*", penelitian ini fokus kepada girlband K-pop generasi ketiga seperti Mamamoo dan CLC, serta generasi keempat yaitu ITZY. Hasil yang ditemukan adalah pertama, stereotip sifat feminin yang pasif perlahan mulai berubah. Perempuan mulai aktif dan vokal dalam mengutarakan aspirasinya. Kedua, karakteristik feminin seperti tidak percaya diri, takut, dan beorientasi pada orang lain, sudah mulai berubah. Perempuan sudah makin mencintai dirinya dan berani untuk melakukan banyak hal, perempuan juga bisa mengutamakan dirinya daripada orang lain. Ketiga, perempuan memiliki stereotip bijaksana dalam berkata-kata, namun melalui penelitian ini terlihat bahwa perempuan juga bisa bicara blak-blakan tanpa dibuat-buat. Keempat, yaitu stereotip bahwa nilai kecantikan yang sangat penting adalah memiliki figur seperti "barbie" saat ini mulai luntur. Perempuan sudah mulai bisa mengatasi rasa tidak percaya diri mereka dan tidak mau lagi mengikuti standar kecantikan yang diterapkan masyarakat (Muhammad, 2020).

Berdasarkan perubahan-perubahan yang terjadi pada stereotip perempuan dalam video musik girlband K-pop, peneliti tertarik meneliti video musik Red Velvet berjudul Bad Boy. Adapun dalam lirik lagu Bad Boy terlihat bahwa si perempuan berusaha mengontrol karakter "bad boy" lewat menyuruhnya mengikuti arahan si perempuan, fokus pada perempuan, memberi tahu bahwa tidak ada jalan bagi si lelaki untuk keluar, bahkan perempuan tersebut juga yakin dan percaya diri tidak akan kalah dalam permainan mereka. Sedangkan melalui video musik yang ditampilkan, terlihat warna yang menonjol dalam video musik ini adalah *pink*, putih, dan merah. Terdapat aktivitas seperti memukul kamera, menembak dan menghamburkan uang, berpesta di atas mobil dan banyak lagi. Red Velvet juga menggunakan senjata tajam, korek api, *mannequin*, cairan semprot sebagai properti yang berbeda dengan stereotip perempuan yang berlaku selama ini.

Berdasarkan adegan-adegan yang muncul dalam video musik, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana Red Velvet melalui video musiknya mencoba melakukan *mil-dang*, namun disaat bersamaan juga menunjukkan kemampuan mereka sebagai seorang perempuan.

Pada penelitian ini peneliti akan melihat representasi dari *mil-dang* yang dilakukan Red Velvet. Adapun pengertian dari representasi adalah produksi makna suatu konsep dalam pikiran kita melalui bahasa. Representasi merupakan hubungan antara konsep dan bahasa yang memungkinkan kita untuk merujuk ke dunia objek, orang, atau peristiwa nyata, atau ke dunia imajiner objek, orang, dan peristiwa fiksi (Hall, 1997, h. 17).

Untuk menemukan representasi mil-dang dan karakter perempuan tersebut, maka peneliti akan menggunakan teori semiotika milik Charles Sanders Peirce. Semiotika adalah studi yang mempelajari tentang tanda. Tanda dalam hal ini dipahami sebagai bagian dari kehidupan sosial dan mewakili sesuatu (West & Turner, 2010, h. 29). Charles Sanders Peirce yang merupakan ahli teori semiotika modern pertama mendefinisikan semiotika sebagai hubungan antara tanda, objek, dan makna (Littlejohn, 2010, h. 45). Peneliti menggunakan semiotika milik Peirce karena dirasa cocok untuk menganalisis tanda dan objek yang muncul, sehingga melalui analisis tersebut peneliti dapat menemukan makna yang terkandung dalam video musik Bad Boy.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang disampaikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana Representasi Mil-dang dalam Video Musik Lagu Red Velvet “Bad Boy”?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai peneliti dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mil-dang direpresentasikan melalui lirik dan video musik lagu Red Velvet Bad Boy.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih kepada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi tentang konteks mil-dang dan konsep perempuan kuat dalam suatu video musik dan bagaimana cara meneliti makna dari lirik lagu dan video musik menggunakan teori semiotika milik Charles Sanders Peirce.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih kepada pembacanya tentang bagaimana ekspresi gender maskulinitas dan feminitas dikomunikasikan kepada audiens melalui lirik dan video musik, terutama dalam video musik lagu Bad Boy milik Red Velvet.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengamati video musik Bad Boy milik Red Velvet dan terbatas hanya pada Lirik (teks) dan Video Musik (gambar, adegan) yang menampilkan adanya ekspresi gender.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I - Pendahuluan

Bab ini akan berisi tentang uraian latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II - Objek Penelitian

Bab ini akan menjelaskan objek penelitian yaitu penjelasan dan deskripsi dari lirik lagu Bad Boy yang sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan video musik dari lagu tersebut.

BAB III - Tinjauan Pustaka

Bab ini akan berisi tentang landasan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar dalam membahas dan menganalisis masalah yang akan diteliti dalam penelitian.

BAB IV - Metodologi Penelitian

Bab ini akan menjelaskan tentang jenis metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian beserta teknik analisis data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan uji analisis.

BAB V - Hasil dan Pembahasan

Bab ini akan berisi tentang uraian dan pembahasan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB VI - Kesimpulan dan Saran

Bab ini akan berisi tentang penjelasan kesimpulan dari pembahasan dan saran dari peneliti bagi pembaca yang diharapkan dapat bermanfaat.