

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini musik maupun lagu sangat erat kaitannya dengan manusia dalam kehidupan sehari – hari. Hampir setiap saat manusia mendengarkan lagu kesukaan mereka melalui ponsel. Bahkan restoran maupun *supermarket* sekarang selalu memutar musik dan lagu – lagu agar para pengunjung merasa nyaman dan menikmati kegiatan mereka. Para pencipta lagu atau dapat disebut pemusik, lagu merupakan suatu saluran atau media penyampaian pesan. Musik sangat berkaitan dengan komunikasi karena musik memiliki daya tarik bagi para penikmatnya, musik juga salah satu media komunikasi yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan yang dimuat dalam lirik, instrumen, dan nada. Musik dapat berperan sebagai media yang berguna untuk mengekspresikan diri serta menggambarkan sebuah pengalaman, baik secara emosional maupun secara fisik. Sehingga saat ini banyak pemusik yang menciptakan lagu dengan berbagai genre dan tema yang menggambarkan realitas yang sedang terjadi.

Lirik pada sebuah lagu dapat mempersuasi pendengarnya untuk memvisualisasikan pengalaman atau peristiwa tertentu sebagai fondasi dalam mencerna dan memaknai lirik lagu. Lagu diciptakan supaya para pendengarnya menikmati dan meresapi makna dari sebuah lirik, selain dengan lirik para penikmat lagu juga dapat memahami garis besar lagu dari instrumen dan nadanya. Karena pada dasarnya nada dan instrumen memegang peran penting agar makna terhadap lagu menjadi lebih kuat. Musik juga digunakan sebagai media untuk menarik simpati mengenai realitas yang sedang terjadi. Sehingga musik secara tidak langsung dapat menginspirasi dan memotivasi para pendengarnya, karena dengan musik dapat mengubah pola pikir, sudut pandang dan persepsi seseorang.

Dalam kehidupan bersosial di lingkungan masyarakat terkadang banyak aturan atau norma yang tidak berjalan sebagaimana mestinya sehingga perlu

dibenahi. Salah satu caranya adalah memberikan kritikan. Kritik dapat disampaikan melalui berbagai cara, seperti melalui media, demonstrasi atau dengan kecakapannya masing-masing dalam bidangnya. Sebuah kritik sangat berguna untuk merapikan kembali sistem yang kurang baik atau pun hanya untuk mengingatkan masyarakat akan keadaan yang sedang terjadi. Oleh sebab itu kritikan bukan hal yang asing lagi jika saat ini musik dapat menjadi perantara untuk menyampaikan aspirasi masyarakat. Musik juga mempunyai fungsi sebagai komunikasi massa, musik dapat mencerminkan suatu fakta untuk menyuarakan kritik sosial. Musik saat ini menjadi salah satu sarana opini publik tentang suatu peristiwa atau fenomena tertentu. Hal itu terjadi karena dalam suatu lirik lagu menggambarkan pengalaman maupun kisah yang mempunyai hubungan secara emosional dengan para pendengarnya. Lirik lagu merupakan hal terpenting dalam sebuah lagu, karena melalui lirik lagu tersebut, para musisi dapat menyalurkan pesan yang berupa ekspresi akan suatu fenomena sosial yang kerap terjadi di lingkungan masyarakat.

Beberapa tahun belakangan banyak orang mulai berani memberikan kritik di sosial media. Banyak dari mereka yang mencoba menyampaikan kritik sosial akan fenomena yang terjadi di masyarakat. Salah satunya adalah para *beauty influencers* Indonesia. *Beauty influencers* adalah seseorang yang memberikan tips, tutorial dan pemahaman dalam dunia kecantikan khususnya untuk wanita serta memiliki pengaruh pada banyak orang. Seorang *beauty influencers* biasanya memiliki pengikut yang banyak dalam akun sosial media mereka. Terkadang mereka juga memberikan tren baru dalam dunia kecantikan. Tak hanya itu para *beauty influencers* biasanya memberikan opini mengenai suatu fenomena yang sedang terjadi, sehingga memberikan dampak bagi pengikutnya baik secara sudut pandang maupun pola pikir.

Tak heran jika para *beauty influencers* saat ini menjadi panutan bagi perempuan, berdasarkan survei Zap Clinic dalam Zap Beauty Index 2020, 42,2% wanita Indonesia percaya bahwa *beauty influencer* adalah panutan mereka di dunia kecantikan. Di saat yang sama, sebanyak 29,1% wanita percaya bahwa ibu adalah inspirasi dunia kecantikan. Di mata Generasi Z dan Generasi Y, *beauty influencer*

dianggap sebagai panutan kecantikan di era modern dan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada ibu dan selebritas. Berbeda dengan Gen X, Gen X masih percaya bahwa panutan di industri kecantikan adalah sang ibu dibandingkan dengan *beauty influencers* (Clinic, 2020).

Gambar 1.1 Grafik Panutan di Bidang Kecantikan 2020



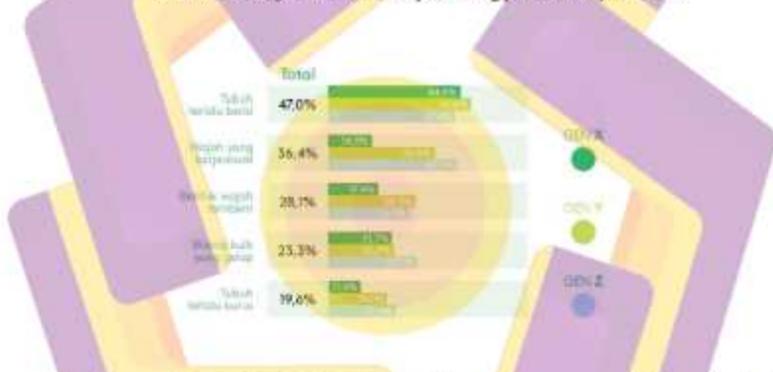
Belakangan ini perilaku *body shaming* kerap terjadi di media sosial, *body shaming* dapat diartikan sebagai tindakan seseorang yang mengevaluasi dan mengkritik penampilan diri sendiri maupun orang lain yang tidak sesuai standar kecantikan yang ideal (Fredricson dan Robert 1997 dalam Chairani, 2018) hal tersebut membuat beberapa perempuan merasa *insecure* atau tidak percaya diri terhadap penampilan mereka. Para pelaku *body shaming* baik laki – laki maupun perempuan biasanya beralasan jika hal tersebut dilakukan hanya untuk sebuah konten semata. Tak hanya di media sosial perilaku *body shaming* juga kerap terjadi dalam lingkungan masyarakat, bahkan dalam lingkungan keluarga hal tersebut juga dapat terjadi.

Bentuk *body shaming* biasanya mencela warna kulit, berat badan, tinggi badan, penampilan, kondisi kulit seseorang. Korban *body shaming* biasanya perempuan, berdasarkan data dari survei yang dilakukan Zap Clinic dalam Zap Beauty Index 2020 yang melibatkan 6.460 responden dengan 3 golongan yaitu :

1. Generasi X dari rentang usia 39 tahun sampai 65 tahun.
2. Generasi Y dari rentang usia 23 tahun sampai 38 tahun.
3. Generasi Z dari rentang usia 13 tahun sampai 22 tahun.

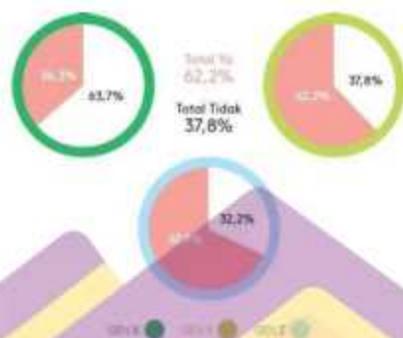
Ditemukan bahwa 47,0% atau hampir separuh perempuan di Indonesia pernah mengalami *body shaming* karena dianggap berlebihan berat badan. Kemudian, sebanyak 36,4% wanita mengalami *body shaming* akibat kulit berjerawat. Di saat yang sama, 28,1% wanita mengatakan itu karena wajah mereka yang tembem. Dibandingkan dengan generasi X dan generasi Y yang sebagian masalah utama generasi Z adalah masalah kulit berjerawat yaitu sebesar 42,6%. Rasa malu sulit dihindari, karena ekspektasi sosial yang terkait dengan kecantikan wanita seringkali terlalu tinggi (Clinic, 2020).

Gambar 2.2 Grafik Tindakan Body Shaming pada Perempuan 2020



Penampilan fisik adalah sebuah hal yang sangat sensitif untuk sebagian besar perempuan. Tak mengherankan jika hampir tidak ada satu wanita pun yang dapat terhindar dari kritikan mengenai tampilan fisik mereka. Dengan adanya standar kecantikan yang ada dalam masyarakat yang cenderung berlebihan membuat banyak perempuan mengalami tindakan *body shaming*. Kenyataannya sebanyak 62,2 % atau lebih dari separuh perempuan di Indonesia mengaku jika mereka pernah mengalami tindakan *body shaming* dalam hidupnya. Apabila dibandingkan dengan generasi X, perempuan yang berada dalam golongan generasi *millennial* dan generasi Z jauh lebih banyak mengalami *body shaming* yaitu sebesar 67,8 % dan 62,2 % (Clinic, 2020).

Gambar 1.3 Grafik Korban Body Shaming Gen X, Gen Y, Gen Z



Body shaming sudah menjadi hal yang kerap terjadi di Indonesia dan korban dari *body shaming* kebanyakan kaum perempuan. *Body shaming* sering terjadi di lingkungan masyarakat dan saat ini kebanyakan masyarakat menganggap *body shaming* sebagai ajang untuk mengingatkan orang lain supaya merawat tubuh mereka. Dikutip dari DetikNews pada tahun 2018 kasus *body shaming* yang terjadi di Indonesia mencapai 966 kasus atau hampir menyentuh 1000 kasus. Kebanyakan kasus *body shaming* terjadi dalam media sosial dan kebanyakan pelaku *body shaming* akan dikenai sanksi sesuai pasal yang terdapat pada UU ITE. Karena pada dasarnya perilaku *body shaming* yang terjadi di media sosial merupakan salah satu bentuk pencemaran nama baik (Audrey Santoso, 2018).

Kasus *body shaming* di Indonesia sudah tidak dapat dianggap sebelah mata, banyak para korban *body shaming* yang mengungkapkan keluh kesah mereka di media sosial akibat tindakan ini. Tindakan *body shaming* yang terjadi di Indonesia biasanya berujung pada pembullying, dimana para pelaku mengolok – olok kekurangan fisik korbannya. Akibatnya lama kelamaan mental dari korban *body shaming* akan tertekan atas tindakan tersebut dan dapat mengakibatkan perubahan perilaku dan sudut pandang korban. Dilansir dari Kumparan pada tahun 2020 media sosial twitter dihebohkan dengan cuitan dari seorang siswi SMP yang mengalami tindakan *body shaming*. Total ada 13 cuitan, siswi berinisial RA ini bercerita bahwa

ketika dia mendapatkan bullyan dari teman-temannya di sekolah, dia frustrasi karena sosoknya dianggap memiliki postur tubuh yang berlebihan (gemuk). Namun RA selalu memilih untuk menahan *bullying* yang ia alami, dikarenakan dia merasa tidak mempunyai satu orang teman pun yang dapat membelanya. Ketika RA memberitahu ibunya atas apa yang dialaminya, namun respon ibu RA berkata bahwa dia seharusnya tutup telinga dan mengabaikan perkataan kasar tersebut dan mengatakan jika teman - temannya hanya merasa iri pada RA. Akan tetapi RA selalu merasa bahwa tidak ada satu pun bagian dirinya yang secara fisik baik hingga membuat orang lain iri (Perempuan, 2020).

Akibat dari tindakan *body shaming* biasanya para korbannya mengalami perubahan perilaku. Pada awal Januari 2020 di Banyuwangi, korban *bullying body shaming* membunuh pelaku dengan cara membakarnya. Menurut psikolog yang menangani kasus tersebut mengatakan bahwa tindakan *bullying* atau penindasan (dalam kasus ini *body shaming*) dapat membahayakan korban. Nyatanya, saat korban *bullying* sedang dalam *mood* yang buruk, hal itu bisa menimbulkan dendam terhadap pelaku. Perilaku dan sikap orang yang mengalami *bullying* berubah. Jika pada awalnya seseorang adalah orang yang baik, namun karena kasus *bullying*, seseorang bisa berubah menjadi jahat atau awalnya memiliki sikap ramah kemudian tiba-tiba berubah menjadi pemarah (Ardian Fanani, 2020).

Ditengah fenomena *body shaming* yang terjadi, para *beauty influencers* yaitu Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta serta Ramengvrl yang merupakan *rapper* berkolaborasi membuat sebuah lagu guna memberikan kritikan kepada para pelaku sekaligus motivasi kepada korban *body shaming*. Lagu yang berjudul *Pretty Real* ini diunggah dalam akun Youtube *Indobeautyvlogger* pada 7 Oktober 2018, dan telah dilihat lebih dari 4 juta penonton serta mendapatkan 155 ribu *likes*. Lagu dengan durasi 3 menit ini bergenre hip hop pada liriknya terdapat 3 bahasa yaitu bahasa Inggris, Jawa dan Sunda. Dalam unggahan lagu tersebut pada Youtube dalam kolom deskripsinya tertulis bahwa *This is not only a song, but a revolution. A mix of flavourful character of each lines of the lyrics portraying women empowerment, deep personal experience and not to forget for being REAL.*

Yang berarti Ini bukan hanya sebuah lagu, tapi sebuah revolusi. Perpaduan karakter beragam dari setiap baris lirik yang menggambarkan pemberdayaan perempuan, pengalaman pribadi yang mendalam dan tak terlupakan menjadi nyata.

Musik dan lagu saat ini menjadi jembatan bagi sebuah pesan komunikasi agar dapat menyampaikan pesan berupa kritikan mengenai fenomena tertentudalam konteks kehidupan untuk membenahi tatanan sosial (dalam kasus lagu "Pretty Real" karya *beauty influencers* Indonesia ini adalah para pelaku *body shaming*). Lagu ini diciptakan sesuai dengan realitas yang terjadi dalam masyarakat. Dalam liriknya terdapat banyak makna dan pesan jika tindakan *body shaming* yang kerap dialami oleh perempuan bukan hal yang patut dimaklumi, karena pada dasarnya standar kecantikan yang ada bukanlah patokan seorang perempuan. Sama halnya dengan penampilan perempuan yang harus identik dengan kata feminin seolah – olah perempuan harus mengikuti aturan – aturan dalam masyarakat yang terkadang membuat diri perempuan merasa terkekang dan tidak dapat mengekspresikan apa yang ingin mereka kenakan.

Oleh sebab itu peneliti memilih lagu *Pretty Real* dalam skripsi ini, karena dalam lagu ini terdapat makna berupa kritikan mengenai tindakan *body shaming* yang kerap dialami oleh perempuan. Selain itu lagu ini memberikan kritikan terhadap pelaku *body shaming* baik itu laki – laki maupun perempuan. Dan lagu ini mengajak korban *body shaming* terutama perempuan agar tetap merasa percaya diri dan mencintai tubuhnya, serta mengajak perempuan untuk mengekspresikan diri mereka berdasarkan hal yang menurutnya nyaman bukan berdasarkan standar yang diciptakan oleh orang – orang. Karena standar yang diciptakan merupakan sebuah belenggu yang merenggut hak seseorang untuk mengekspresikan diri mereka. Hal terburuk yang terjadi jika kita terus mengikuti standar yang diciptakan adalah kita selalu merasa kurang puas akan apa yang sudah kita miliki.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti makna lirik lagu "Pretty Real" karya *beauty influencers* Indonesia yaitu Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta serta Ramengvrl, sehingga peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul Makna Lagu *Pretty Real* Sebagai Kritikan

Terhadap Perilaku *Body Shaming* Yang Sering Terjadi Pada Perempuan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditarik perumusan masalah adalah **“Bagaimana makna lagu Pretty Real karya Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta serta Ramengvrl yang mengkritik perilaku *body shaming* yang kerap terjadi pada perempuan?”**

1.3 Batasan Masalah

Banyak sekali makna yang terkandung dari lirik lagu Pretty Real karya *beauty influencers* Indonesia (Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta dan Ramengvrl). Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka peneliti akan memberikan batasan ruang lingkup pada makna lagu Pretty Real yang menjadi media kritikan atas seringnya perilaku *body shaming* yang terjadi pada perempuan.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna lagu Pretty Real jembatan atau media kritik sosial terhadap perilaku *body shaming* pada perempuan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dari penelitian yang telah disajikan dapat dikembangkan sesuai dengan perkembangan jaman. Diharapkan memberikan kontribusi bagi kemajuan Ilmu Komunikasi dalam mengkaji analisis semiotika pada lagu “Pretty Real” karya *beauty influencers* Indonesia yaitu Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta serta Ramengvrl.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya kepada perempuan mengenai makna yang terkandung dalam analisis semiotika pada lirik lagu "Pretty Real" karya *beauty influencers* Indonesia yaitu Cindercella, Titan Tyra, Minyo, Nanda Arsyinta serta Ramengvrl. Dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bacaan bagi jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

