

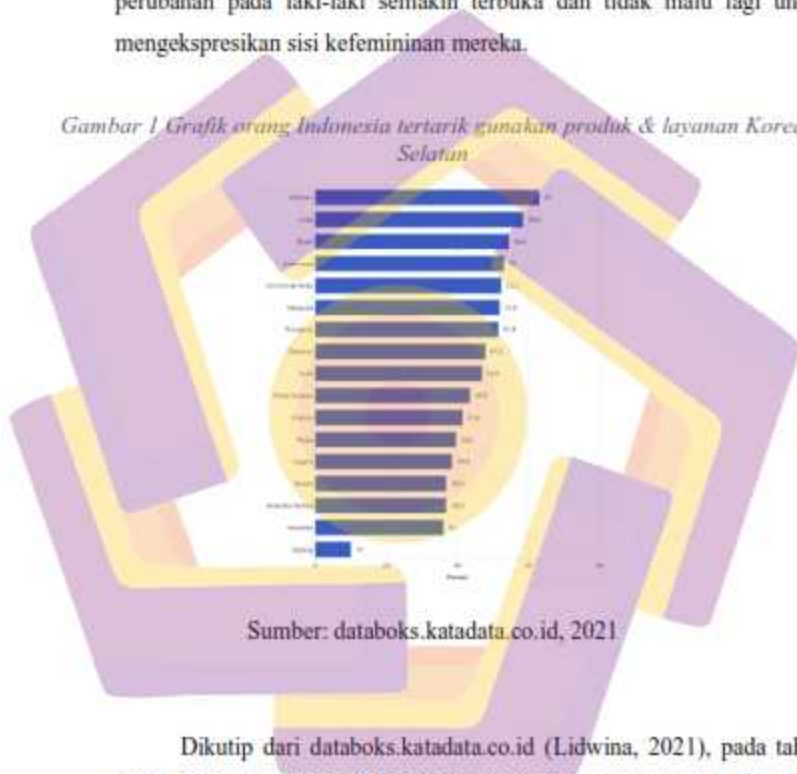
BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Korea Selatan telah menjadi salah satu negara yang mengglobalkan budaya populer saat ini. Para aktor, aktris, dan musisinya berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, dan menciptakan daya tarik yang luar biasa (Oktavia dkk., 2021). Budaya pop Korea saat ini telah meraih popularitas yang signifikan di kalangan remaja. Hal ini terjadi dikarenakan daya tarik budaya pop Korea yang mampu memikat para penggemarnya melalui drama, film, dan musik yang dinamis, serta *trend fashion* yang populer di Korea (Oktavia dkk., 2021). Musik dan seniman Korea berhasil memikat daya tarik remaja Indonesia sehingga saat ini *k-pop* sangat digemari oleh generasi muda karena pesona visual para idol *k-pop*, penampilan yang menarik, dan style pakaian yang unik. Selain itu, musik *k-pop* yang *catchy* juga mudah masuk dan didengarkan karena sesuai dengan selera pasar, sehingga musik *k-pop* mudah diterima oleh para anak muda di Indonesia pada umumnya. Penampilan adalah aspek terpenting dalam penilaian awal seseorang, terutama dalam dunia hiburan seperti industri *k-pop*. Oleh karena itu, para agensi hiburan di Korea mempersiapkan penampilan calon atau artisnya dengan sangat ketat agar mereka pantas dan menarik untuk tampil di media atau khalayak (Yusanta dkk., 2019). Industri *k-pop* memiliki standar tersendiri dalam memperhatikan penampilan para artisnya, khususnya boyband. Mereka menekankan pada tubuh yang terlihat atletis dan pakaian yang trendi, dan terkadang tidak simetris. Namun hal ini tidak mengurangi sisi cantik dan lembut pada mayoritas penyanyi laki-laki *k-pop*. Saat ini, citra idol pria dalam *k-pop* mengarah kepada laki-laki yang maskulin dengan segala atribut kemaskulinannya. Boyband *k-pop* memperkenalkan dua konsep yaitu feminin dan maskulin secara bersamaan. Para idol ini dirancang untuk memiliki penampilan yang kuat dengan tubuh sixpack yang menawan. Namun, disisi lain para idol pria

ini juga menampilkan diri dengan gaya visual yang manis dan terkadang cenderung feminin, seperti memakai baju mencolok, mewarnai rambut dengan warna yang terang, dan memakai make-up. Konsep ini mulai diterapkan oleh banyak laki-laki secara global, hal ini ditunjukkan dalam popularitas make-up dan skincare semakin meningkat. Dengan demikian perubahan pada laki-laki semakin terbuka dan tidak malu lagi untuk mengekspresikan sisi kefemininan mereka.

Gambar 1. Grafik orang Indonesia tertarik gunakan produk & layanan Korea Selatan



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2021

Dikutip dari databoks.katadata.co.id (Lidwina, 2021), pada tahun 2019, 53% responden di Indonesia menunjukkan ketertarikannya untuk menggunakan produk dan layanan dari Korea Selatan. Menjadikan Indonesia sebagai negara tertinggi ke-4 di dunia setelah Vietnam (63%), India (58,4%), dan Brazil (54,4%). Fenomena ini dipengaruhi oleh *Korean wave* yang sedang berkembang melalui film, drama, musik, dan acara hiburan lainnya di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia.

Pada tahun 2023, lembaga riset swasta Blip mengungkapkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-3 dalam penayangan konten *k-pop* di YouTube secara global dengan 7,43%, setelah Korea Selatan (15,71%), dan Jepang (7,98%). dilaporkan oleh 2023 K-pop global map.

Gambar 2 Penayangan konten *k-pop* di YouTube secara global



Sumber: K-Pop Radar (<https://www.kpop-radar.com/brief/246#>), 2023

Keterlibatan orang Indonesia dengan *k-pop* terkait dengan asal-usulnya pada tahun 1980-an. Dalam sebuah kuliah umum bertajuk “Korean and Indonesian Culture” yang diselenggarakan oleh Korean Culture Center pada 11 November 2020, mantan jurnalis dan pakar *k-pop* dari kawasan Asia Tenggara, Hojai Jung, menyatakan bahwa *k-pop* muncul sebagai hasil dari proses pertukaran, transaksi, dan komunikasi antar berbagai negara (Wira, 2020). Penggunaan platform media sosial dan *streaming online* berisikan konten yang beragam dan menarik dari *k-pop* diatas tersebut mampu menjangkau khalayak yang lebih luas.

Dalam musik video, terdapat berbagai karakter dan salah satunya adalah karakter yang memiliki sifat maskulin. Maskulinitas berkaitan dengan perbedaan sex dan gender yang merupakan konsep yang berbeda. Sex atau jenis kelamin, seperti laki-laki dan perempuan merupakan kondisi biologis manusia yang ditentukan sejak lahir. Sedangkan gender

merupakan hasil konstruksi sosial dan budaya yang bersifat dinamis dan dapat berubah dari waktu ke waktu (Kurnia, 2004). Maskulinitas sebagai konstruksi sosial dan budaya merupakan elemen penting dalam membentuk identitas dan citra diri. Representasi maskulinitas dalam *k-pop* dengan tampilan visualnya yang unik, menawarkan sudut pandang yang berbeda dalam penggambaran identitas diri pada masyarakat Korea dan non-Korea. Penelitian mengenai representasi maskulinitas dalam musik video *k-pop* khususnya pada grup seventeen dan lagu "Super" menjadi relevan untuk diteliti.

Seventeen dalam bahasa Korea (세븐틴) merupakan salah satu boyband asal Korea Selatan yang terdiri dari 13 orang anggota. Dengan menerapkan sistem pre-debut, melewati masa pelatihan yang panjang yang berbeda, cara pelatihan yang terbuka untuk publik melalui *live streaming*, dan *debut* secara resmi. Seventeen resmi memulai debutnya pada tanggal 26 Mei 2015 dengan merilis mini album bertajuk 17 carat (pledis.co.kr, n.d.). Seventeen memperkenalkan lagu utama *debut* yang berjudul 'Adore U'. Dengan konsep pria muda yang energik, seventeen berhasil mencuri perhatian para penggemar wanita remaja dan memenangkan banyak penghargaan di tahun debutnya. Seventeen berada dibawah naungan agensi Pledis entertainment, yang kemudian agensi tersebut bergabung di bawah naungan agensi HYBE bersama Big Hit Musik pada 20 Mei 2020 (Septina, 2020). Seventeen terbagi lagi menjadi tiga sub-unit, yakni tim hip hop, tim vocal, dan tim performer. Member seventeen terdiri dari S.Coups, Jeonhan, Joshua, Jun, Hoshi, Wonwoo, Woozi, DK, Mingyu, The8, Seungkwon, Vernon, dan Dino. Selain itu, Seventeen juga memiliki dua unit khusus: yang pertama adalah unit seventeen leader yang terdiri dari para leader dari masing-masing sub unit (S.Coups, Hoshi, Woozi), yang kedua adalah unit BSS (BooSeokSoon) yang terdiri dari Seungkwon, DK, dan Hoshi (TAMONDONG, 2020). Member seventeen tidak hanya dikenal dengan kemampuan menari dan vokalnya saja, mereka juga dikenal dengan julukan 'Self-Producing' yang secara aktif terlibat dalam proses pembuatan

lagu mereka sendiri, termasuk dalam komposisi, produksi diskografi, dan pembuatan koreografi (TAMONDONG, 2020). Seventeen juga diakui sebagai salah satu boygrup *k-pop* dengan semua anggota menarikan lagu mereka secara sinkron. Meskipun hal tersebut akan sulit dilakukan dengan 13 anggota seventeen, dalam musik video mereka untuk lagu “Don’t Wanna Cry”, koreografi yang ditampilkan oleh semua anggota memiliki akurasi yang sangat tinggi dan penyelarasan waktu yang nyaris sempurna (MOON, 2020).

Seventeen meluncurkan mini album ke-10 mereka pada 24 April 2023 pukul 18:00 KST dengan judul album FML dan merilis musik video untuk salah satu *single* utama pada mini album tersebut yang berjudul ‘Super’ (Lova & Kistyarini, 2023). Perilisan ‘mini album ke-10 seventeen dengan judul lagu *super* terinspirasi dari karakter raja kera Sun Wukong (sonogong) dalam novel Tiongkok abad ke-16, *Journey To The West*, dan salah satu karakter animasi dragon ball yaitu Son Goku dalam bahasa Korea (Rosadi, 2023). *Super* diciptakan dan ditulis oleh Woozi, S.Coups, dan Vernon bersama dengan BUMZU dan August Rigo. Lirik lagu ini mewakili perasaan tidak terkalahkan seolah-olah seseorang telah berubah menjadi Sun Wukong, raja monyet yang tangguh dalam cerita rakyat timur, dan dalam musik videonya, semua anggota seventeen muncul dalam latar dan suasana kota yang aneh namun dinamis, terlihat seperti jagoan seni bela diri yang siap mengatasi segala rintangan apapun, menampilkan skala kolosal dengan menghadirkan 200 penari dalam satu set, menciptakan suasana yang megah dan spektakuler. Selain itu, para anggota seventeen tampak mengenakan *Hanbok*, pakaian tradisional Korea yang telah dimodifikasi dengan gaya unik sehingga menjadi salah satu daya tarik utama dari musik video ini. Album FML berisi 6 judul lagu, dengan dua judul utama yaitu ‘**ck my life*’ dan *Super*, serta beberapa lagu lainnya yang berjudul *Fire* (unit Hip-hop), *I Don’t Understand but I luv u* (unit performance), *Dust* (unit vocal), dan *April shower* (muthiasp, 2023). Mini

album FML dirilis 9 bulan setelah album repackage SECTOR 17 yang mencapai peringkat ke-4 di Billboard 200 (Agarwal, 2023).

Perilisan mini album ke-10 Seventeen, "FML", telah mengukir sejarah baru sebagai album *k-pop* terlaris sepanjang masa. Menurut data dari YG Plus, selaku distributor album, FML telah terjual sebanyak 6,2 juta kopi hingga 5 Juli 2023. Pencapaian ini diraih hanya dalam waktu dua bulan setelah perilisan resmi pada 24 April menjadikannya album *k-pop* pertama yang mencapai angka penjualan fantastis ini. Penjualan dengan angka fantastis tersebut membuat Seventeen berhasil menyalip BTS yang sebelumnya memegang rekor dengan album *Map of the Soul: 7* dengan angka penjualan 5,03 juta kopi yang dirilis pada tahun 2020 (Cnn indonesia, 2023). Dikutip dari Korea JoongAng Daily, Album FML menjadi album *k-pop* pertama yang menembus angka penjualan 6 juta kopi, menjadikan Seventeen sebagai artis *k-pop* pertama yang mencapai prestasi luar biasa ini. Sejak awal perilisan album FML, album ini menjadi album pertama di dunia yang terjual 3 juta kopi pada hari pertama perilisan. FML juga menjadi album *k-pop* terlaris dalam pekan pertama dengan total penjualan 4,55 juta kopi (Soyeon, 2023).

Sembilan tahun seventeen berkarir, *"is growing significantly, which is leading to selling out and reprinting of older album as the group is attracting much attention,"* kata CEO Ji-won Park saat dalam pertemuan (*earning call*) (PEOPLES, 2023). Dengan *comeback* terbarunya tersebut, Seventeen kembali masuk ke tangga lagu Billboard Artist 100 (pada 13 Mei) di posisi nomor 1, dan masuk ke dalam musik teratas di Amerika Serikat untuk pertama kalinya. Berkat EP terbaru dari mini album ke-10 seventeen yang berjudul FML (Zellner & Trust, 2023). Mini album FML langsung menduduki puncak tangga lagu World Albums dan menduduki posisi nomor 2 di Billboard 200, dengan 135,000 unit album terjual di Amerika Serikat pada tanggal 28 April sampai 4 Mei berdasarkan Luminata. Peringkat tangga lagu tersebut menjadikan kemenangan yang ketujuh kalinya bagi seventeen di world albums dan ketiga kalinya di

Billboard 200 (Zellner & Trust, 2023). Seventeen menjadi grup *k-pop* ketiga yang memuncaki tangga lagu Artist 100 tahun ini, setelah Tomorrow X Together (TXT) di bulan Februari dan Jimin di bulan April (Zellner & Trust, 2023).

Gambar 3 screenshot musik video di YouTube



Sumber: YouTube (<https://youtu.be/-GQg25oP0S4?si=p3deKH3urCZyOA3g>)

Musik video Super oleh seventeen menjadi musik video keenam yang mencapai lebih dari 100 juta penayangan atau lebih tepatnya sebanyak 174.789.155 penayangan di YouTube. Pada tanggal 11 Juli 2023, musik video Super mencapai prestasi tersebut hanya dalam 77 hari, mengalahkan rekor sebelumnya untuk musik video Hot yang mencapai angka 100 juta dalam waktu sekitar 231 hari (Nelsy, 2023). Seventeen tidak hanya meraih prestasi di mini album FML, dalam perilisan album Attacca pada 22 Oktober 2021 terjual hampir dua juta keping di seluruh dunia dan menjadi album yang paling lama bertahan di tangga lagu Billboard (Benjamin,

2021). Kesuksesan FML tidak hanya di Korea Selatan namun juga terkenal di Jepang. Album FML mendapatkan triple platinum certification dari Recording Industry Association of Japan atas penjualan lebih dari 750 ribu kopi album ke pasar Jepang.

Seventeen menorehkan sejarah baru dengan tampil di Forum Pemuda UNESCO ke-13 di kantor pusat UNESCO, Paris, Prancis pada 14 November 2023. Penampilan Seventeen akan menjadi momen istimewa karena menjadi artis *k-pop* pertama yang mendapatkan kesempatan untuk berbicara dan menghibur para pemuda dari seluruh dunia di forum bergengsi ini. Selama sesi special selama kurang lebih satu jam, seventeen menyampaikan pidato inspiratif dan menunjukkan bakat mereka melalui penampilan special. Fokus pidato pada pesan penting tentang bagaimana pendidikan dan solidaritas antar generasi muda dapat mengubah masa depan, tidak hanya untuk generasi muda, tetapi juga untuk seluruh masyarakat. Penampilan seventeen di Forum Pemuda UNESCO merupakan pengakuan atas pengaruh positif dan menunjukkan bahwa *k-pop* bukan hanya tentang musik dan hiburan, tetapi juga tentang menyebarkan pesan positif dan menginspirasi generasi muda serta membuat perubahan positif di dunia (Santosa, 2023).

Di tahun yang sama untuk album FML Seventeen kembali menunjukkan prestasi gemilangnya di kancah internasional. Seventeen berhasil mengalahkan penyanyi ternama Taylor Swift dalam perolehan penghargaan *Global Album Award 2023* dari IFPI (*Internasional Federation of the Phonographic Industry*). IFPI merupakan organisasi yang mewadahi industri musik rekaman di seluruh dunia. Setiap tahun, IFPI merilis *Global Album Chart* yang berisi peringkat album terlaris berdasarkan penjualan fisik, unduhan digital, dan *streaming* di platform global. Album FML menduduki posisi pertama sebagai album terbesar tahun 2023, mengalahkan album "Midnights" milik Taylor Swift di posisi ke-4. Mini album Seventeen terbaru yang rilis pada 23 Oktober 2023 berjudul "SEVENTEEN HEAVEN" juga berhasil menempati posisi

kedelapan di penghargaan yang sama (Trisanti, 2024). Pencapaian ini merupakan bukti nyata dari popularitas dan bakat luar biasa seventeen.

Seventeen sebagai salah satu idol grup *k-pop* yang sukses, menawarkan daya tarik unik, melalui bakat, kekompakan grup, variasi konsep musik, vokal, dan visual. Lagu “Super” dari seventeen dipilih sebagai topik penelitian karena melalui musik video ini, seventeen menampilkan citra maskulin yang memiliki makna dan interpretasi tertentu yang jarang ditemukan dan juga berbeda dalam musik video grup *k-pop* lainnya. Hal-hal yang sudah dijabarkan diatas memperkuat alasan peneliti memilih seventeen sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk melihat bagaimana tanda-tanda yang ditemukan dalam musik video Super menggambarkan maskulinitas. Penggunaan semiotika Charles Sanders Peirce dengan memanfaatkan trikotomi yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant* untuk menganalisis simbol-simbol dan elemen visual maskulinitas yang tersirat dalam musik video tersebut melalui beberapa gambar *screenshot* untuk memahami representasi maskulinitas yang disampaikan oleh seventeen. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana generasi muda dan penggemar *k-pop* dalam memahami dan menginterpretasikan maskulinitas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana seventeen merepresentasikan konsep maskulinitas?
2. Bagaimana elemen-elemen visual yang ditampilkan dalam musik video “super”?

1.3. Batasan Masalah

- 1.3.1 Penelitian ini tidak membahas aspek lain dari musik video seperti pesan dan makna keseluruhan tidak akan dianalisis secara mendalam.
- 1.3.2 Penelitian ini tidak membahas konstruksi sosial maskulinitas dalam musik video seventeen "super".
- 1.3.3 Analisis yang digunakan semiotika Charles Sanders Peirce untuk alat analisis adalah hanya untuk menginterpretasi elemen-elemen visual maskulinitas dalam musik video Super oleh Seventeen.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

- 1) Memahami dan menganalisis bagaimana maskulinitas direpresentasikan oleh seventeen dalam musik video "super"
- 2) mengetahui dan mengidentifikasi elemen-elemen visual serta tanda yang ditampilkan untuk merepresentasi maskulinitas dalam musik video 'Super' oleh Seventeen dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman pembaca mengenai bagaimana maskulinitas direpresentasikan dalam musik video k-pop, dan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana budaya populer membentuk dan merepresentasikan gender (maskulinitas), khususnya melalui karya boyband seventeen. Selain itu, diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para pelaku industri hiburan,

termasuk produser musik dan sutradara musik video, untuk menciptakan karya-karya yang lebih berbobot dan berdampak.

- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan yang kreatif di industri k-pop, khususnya bagi sutradara, perancang tata rias, dan perancang kostum. Harapannya adalah agar mereka dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap bagaimana elemen-elemen visual dapat membentuk persepsi maskulin.

1.5.2 Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat mengubah pola pikir menjadi lebih kritis dan menambah pengetahuan mengenai pengembangan teori semiotika Peirce dalam konteks analisis visual. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat membuka pemahaman baru tentang bagaimana tanda dan simbol digunakan untuk menyampaikan konsep maskulinitas.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan mengenai representasi maskulinitas dalam berbagai media seperti musik video, iklan, film, drama, sinetron, komik, majalah, dan lain-lain.

1.6. Sistematika Bab

- | | |
|---------------|---|
| BAB I | Pada BAB ini merupakan bagian pendahuluan yang akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika Bab. |
| BAB II | Pada BAB ini merupakan bagian tinjauan pustaka yang akan menguraikan landasan teori penelitian yaitu mengenai representasi, maskulinitas, semiotika Charles |

Sanders Peirce dalam musik video, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III Pada BAB ini merupakan metodologi penelitian yang akan menguraikan jenis penelitian terdiri dari pendekatan dan paradigma penelitian, subjek dan objek penelitian, metode penelitian, sumber data penelitian terdiri dari sumber primer dan sekunder, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data (validitas).

BAB IV Pada BAB ini merupakan bagian yang akan menguraikan hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V Pada BAB ini merupakan bagian penutup yang akan menguraikan kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian, serta saran penelitian.