

BAB III

PEMBAHASAN

Hingar bingar Korea Pop membuat penulis tertarik untuk meneliti salah satu bagian dari budaya pop Korea, salah satunya adalah musik, yang kemudian lebih populer orang menjulukinya dengan K-Pop. K-Pop bisa jadi merupakan fenomena yang unik pada era sekarang ini, disela-sela hebohnya budaya pop Barat, India, Inggris, Perancis, Jepang atau China.

K-Pop mampu memperlihatkan tajinya setelah drama Korea atau film Korea lebih dulu dikenal masyarakat internasional. Sebelum musik Korea muncul sebagai salah satu kiblat budaya musik dunia, drama Korea telah dulu dikenal masyarakat dunia. Drama Korea yang awalkali menjadi populer dunia adalah drama korea berjudul "What is Love" tahun?. Drama ini cukup populer dikawasan, terutama masyarakat China yang tergila-gila dengan drama tersebut, hingga pemeran dalam drama tersebut menjadi idol baru dimasyarakat China. Fenomena gegar budaya Korea juga berimbas pada brand Korea di pasar industry China, semisal Hyundai yang gara-gara drama Korea mampu bersaing dengan merk-merk besar Eropa.

Selain itu Jepang juga merupakan target pasar drama Korea. Jepang merupakan target pasar yang unik untuk Korea Selatan, dibalik hubungan politik dan traumatic yang pernah didera oleh masyarakat Korea. Fenomena drama Korea seperti *Winter Sonata* merupakan salah satu drama Korea yang cukup heboh di dataran Jepang. Televisi pertama yang memutar drama Korea yaitu NHK Jepang. Siapa yang menyangka jika

kedatangan actor utama dalam *Winter Sonata* Bae Yong-joon disambut 5000 perempuan di bandar udara di Tokyo, dengan membawa spanduk-spanduk ekspresi mereka kepada Bae Yong-joon.

A. K-Pop Generasi Baru *Korea Wave*

Selain drama maupun film Korea yang sebelumnya mampu merangsek kehebohan masyarakat dunia, Korea juga mengenalkan musik mereka dalam balutan khas Korea, kemudian hari lebih populer disebut dengan K-Pop. Seperti yang sudah di bahas di bab Pendahuluan, bahwa K-Pop merupakan sebuah fenomena musik Korea yang mencoba menggabungkan antara musik local, China, Jepang dengan balutan hip-hop dan dance. K Pop mulai dikenal global mulai era 1990-an setelah muncul *Seo Taiji and Boys*, ketenaran *Seo Taiji and Boys* membuat banyak grup music K Pop mulai muncul, hingga pada akhirnya pada masa tahun 2000-an muncul “teen idol” atau dalam julukan lain adalah “*idol group*” yang semakin memperkuat hegemoni K Pop di dunia.

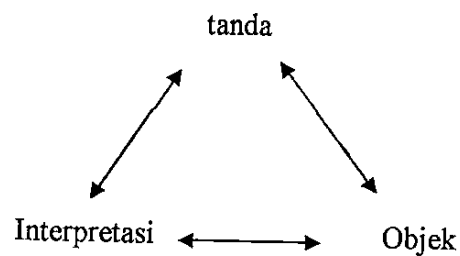
Tahun 2000 merupakan awal dari kehebohan K-Pop gaya baru, atau banyak menyebutnya dengan neo-Korean Wave. Hal ini terlihat dari cirri yang sedikit berbeda dengan pengemasan dari musik terdahulu, yakni mulai banyak munculnya girl band atau boy band dengan cirri khas Korea. Generasi terbaru dalam gelombang baru K-Pop adalah seperti Girls’ Generation, Super Junior, Kara, SHINee, TVXQ, 2PM, Wonder Grils, f(x), 2NE1, Bigbang, Teen Top (Korean Culture, and Information Service, 2011: 42-44).

Dalam kesempatan ini, peneliti mencoba meneliti salah satu video musik K-Pop

sebagai “teen idol” yang disukai oleh para remaja. Gayanya yang jauh dari teks maskulin yang cenderung berbeda dengan boy band lainnya. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mencoba meneliti bagaimana teks dalam video musik Teen Top “No More Perfume on You” memperlihatkan teks yang penulis pilih sebagai teks feminin dalam video musik tersebut.

Pemilihan teks feminin memang terlihat seperti mengada-ada atau dibuat-buat, namun penulis mencoba untuk menganalisa apakah teks feminine dalam video musik tersebut memang benar-benar terlihat, dan bagaimana menguatkan teks dilihat dari penganalisaannya bahwa video musik “No More Perfume on You” milik Teen Top memang memperlihatkan teks feminine.

Penulis menggunakan pendekatan semiotika Peirce yang tersusun dalam bentuk bagan sebagai berikut :



Bagan 3.1

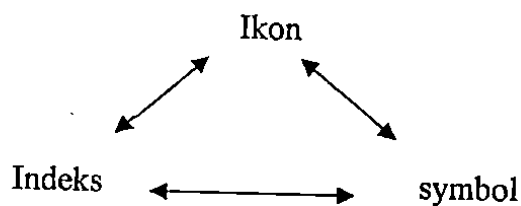
Pendekatan semiotika ala Peirce menurut penulis lebih strategis untuk menganalisa video musik tersebut, walaupun sesungguhnya pendekatan madzab Saussure juga hampir sama, atau mendekati sama dengan madzab Peirce.

Sebelum lebih jauh menganalisa video musik Teen Top berjudul “No More Perfume on You”, penulis mencoba menjabarkan terlebih dahulu bagaimana metode pendekatan semiotika Peirce berjalan.

Merujuk pada John Fiske dalam bukunya *Cultural and Communication Studies*, Peirce membuat bagan dalam metode analisa semiotika yang tersusun dalam bentuk yang telah ditulis di atas, yakni objek, tanda dan interpretasi. Tanda sendiri merujuk pada manusianya, bagaimana seseorang menangkap, membaca atau memahami sebuah tanda tersebut, sifatnya bisa tetap ataupun berkembang. Sedangkan interpretasi adalah dasar dari penciptaan tanda tersebut dari seseorang itu sendiri terhadap objek, semua itu merujuk pada objek.

Perbedaan yang mencolok antara madzab Peirce dan Saussure adalah bahwa Peirce lebih menekankan pada bagaimana tindak menandai, sedangkan Saussure lebih pada penekanan pada system bahasa, dimana tanda dibentuk oleh bahasa.

Peirce juga membahas tentang struktur tanda dalam bagan sebagai berikut (Fiske, 2004:70) ;



Bagan 3.2

Dalam konteks tanda, Peirce membuat bagan dalam struktur ikon, indeks dan symbol. Ikon adalah sebuah tanda yang mengambil sebagian dari bentuk objek, atau lebih sederhananya...

adalah bentuk dari interpretasi seseorang yang merujuk pada sebab akibat, semisal, ada asap berarti ada api. Sedangkan symbol adalah sebuah kesepakatan atau legitimasi masyarakat terhadap sebuah tanda. Ikon dan indeks merujuk pada symbol, walaupun tidak serta merta hal tersebut selalu terjadi.

Berikut adalah lirik dari lagu "No More Perfume on You" Teen Top, yang juga penulis sadur dalam bahasa Inggris.

Teen Top "No More Perfume On You"

[NIEL]

Nunai hyanggineun neomu neomuna dalkomhae
Nae jubyeon nugudo geureon hyanggiga anna mome

[CHUNJI]

Nunai hwajangeun neomu neomuna yeppeun girl
Mideul su eopgedo ireon yeppeun nunaga naekkeon geol

[NIEL]

Nunawa hamkke isseumyeon nan namjaga doen geo gateun geol
(Nado moreuge eokkaega eusseukhae)

[CHUNJI]

Eokkaee soneul dureumyeon da sesangeul gajin geot gata
Hajiman

[NIEL]

Hyangsuppurijima ireoda yeochinhante deulkindan mallya
Banjjagi bareujima ireoda ose mudeum andoendan mallya

[CHUNJI]

Nunan nunajiman

[NIEL]

Neon naega naega jeongmal joheumyeon geureotamyeon

[CHUNJI]

Ttansorihajiman

[NIEL]

Naega naega hajandaerohae geudaerohae
Hyangsuppurijima

[NIEL]

Nunai mommaeneun neomuneomuna seksihae
Saramdeul moduga sipjeom manjeomira yaegihae

[RICKY]

Nunawa hamkke isseumyeon nan namjaga doen geo gateun geol
(Nado moreuge eokkaega eusseukhae)

[CHANGJO]

Eokkaee soneul dureumyeon da sesangeul gajin geot gata
Hajiman

[NIEL]

Hyangsuppurijima(oh no) ireoda yeochinhante deulkindan mallya
Banjjagi bareujima ireoda ose mudeum andoendan mallya

[CHUNJI]

Nunan nunajiman

[NIEL]

Neon naega naega jeongmal joheumyeon geureotamyeon

[CHUNJI]

Ttansorihajiman

[NIEL]

Naega naega hajandaerohae geudaerohae

[CAP]

Naega hajan daero hae eochapi nunan naeobsin mossaneun naekkeo

[L.JOE]

Banjjagi hyangsu go away geugeon yeochingwa na sai trouble maker

[CAP]

Jjinggeurin eolgureun ijen no more

[L.JOE]

Nunan useulttaega jel yeppeo

[CAP]

Geunikkan ttansorihajima never

Naemalman deureo neon naekkeo junge choego

[NIEL]

Hyangsuppurijima ireoda yeochinhante deulkindan mallya
Banjjagi bareujima ireoda ose mudeum andoendan mallya

[CHUNJI]

Nunan nunajiman

[NIEL]

Neon naega naega jeongmal joheumyeon geureotamyeon

[CHUNJI]

Ttansorihajiman

[NIEL]

Naega naega hajandaerohae geudaerohae
Hyangsuppurijima

(Sumber : <http://www.lyricsty.com/teen-top-no-more-perfume-on-you-lyrics.html>, akses 1 Juli 2013)

Teen Top "No More Perfume On You" versi bahasa Inggris

Noona's perfume
is very, very sweet
Nobody else
has that kind of scent
Noona's makeup
is very, very pretty
Even if you can't believe it
This pretty Noona is mine.

When I'm with Noona,
I feel like I've become a man
Without even knowing I shrug my shoulders
When I put my arms around your shoulders
It feels like I have the whole world,
but

Don't use perfume
My girlfriend might find out
Don't wear sparkly things
Because it might get on my clothes
Noona, you are you, but
if you really like me-me
Don't say anything, just
Do as I say, and do it right
Don't use perfume

Noona's body,
is very-very sexy
Everyone says you're
a 10 points out of 10

When I'm with Noona,
I feel like I've become a man
Without even knowing I shrug my shoulders
When I put my arms around your shoulders
It feels like I have the whole world,
but

Don't use perfume

My girlfriend might find out
Don't wear sparkly things
Because it might get on my clothes
Noona, you are you, but
if you really like me-me
Don't say anything, just
Do as I say, and do it right
Don't use perfume

Do as I t tell you
Anyways, Noona can't live without me, you're mine
Glitter, perfume, go away
This, between my girlfriend and I, is trouble maker
No more frowning on your face
Noona is the prettiest when she laughs
So don't say anything else, never
Listen to what I say; you're the best thing I have

Don't use perfume
My girlfriend might find out
Don't wear sparkly things
Because it might get on my clothes
Noona, you are you, but
if you really like me-me
Don't say anything, just
Do as I say, and do it right
Don't use perfume

(sumber: <http://infotaip.blogspot.com/2011/07/teen-top-no-more-perfume-on-you-english.html>, akses 1 Juni 2013)

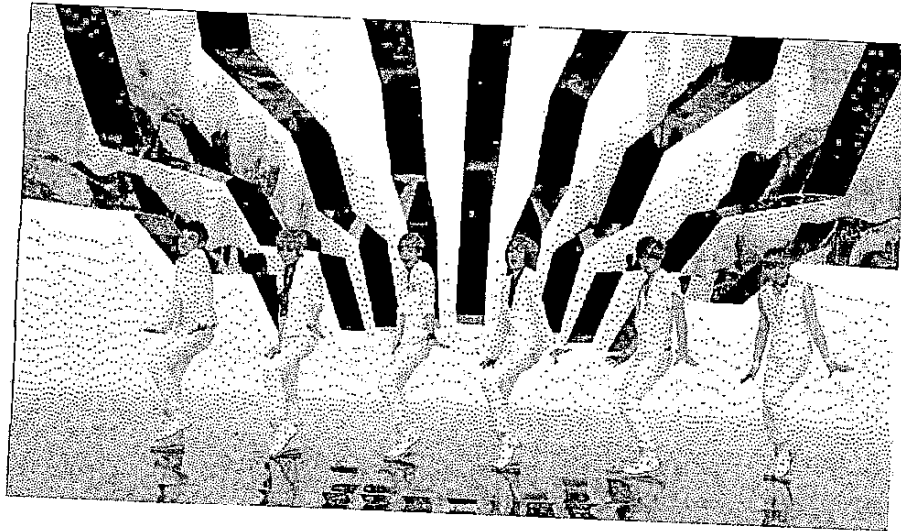
Video musik Teen Top berjudul "No More Perfume of You" lebih banyak dibuat dalam setting indoor. Total dari setting yang digunakan menggunakan setting indoor dengan konsep panggung disisi satu, dan konsep realistis disisi yang lain. Pada penelitian ini kami mencoba menganalisa citra feminine dalam bentuk angle kamera, kostum, artistic dan konsep make up yang merujuk pada bagaimana feminitas direpresentasikan pada video musik tersebut.

B. Analisa

Walaupun tren video musik hadir belum lama setelah kemunculan MTV, namun video musik bisa dimasukkan dalam kategori sebagai sinema. Menurut Christian Metz sinema dipertimbangkan sebagai “bahasa” (*language*) daripada “sistem bahasa” (*langage system*) seperti halnya pada bahasa Inggris, Jerman, Jepang dan sebagainya. Menurut Metz, sinema bukanlah sistem tetapi bahasa atau *discourse*, tidak seperti sistem bahasa, film sangat sedikit memiliki artikulasi ganda, tidak punya phonem, unit minimal pada suara yang dapat di kombinasikan menjadi morpheme/ monem, unit minimal untuk membentuk makna. Dengan kata lain, berbagai unit suara dalam film tidak bisa dikombinasikan untuk membentuk kata. Mungkin lebih tepat film di perbandingkan dengan sebuah kalimat, di sebabkan film tidak mengenal *morpheme* atau *monem* sebagai unit paling kecil untuk membentuk makna, sepertinya *shot* yang selalu memberikan kita lebih dari sebuah kata (Zaman, 1993:2).

Metz mengkaji sinema dalam konteks yang sempit yakni film narasi (*narrative film*), sebuah jenis film yang memiliki alur cerita yang realis, memiliki awal dan akhir “yang jelas”, dan merupakan jenis film yang paling dikenal masyarakat. Berbeda dengan film seni atau film dokumenter yang memiliki alur yang sifatnya berbeda.

Berangkat dari pandangan Metz, bahwa video musik sebagai sebuah bahasa yang melahirkan konsep bahasa, dimana didalamnya terdapat narasi yang jelas, yakni bercerita sebagaimana layaknya sinema kebanyakan. Berikut adegan awal dalam video musik Teen Top berjudul "No More Perfume of You"



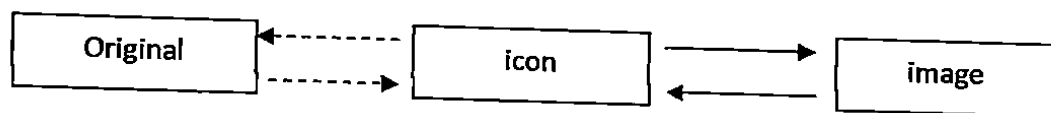
Gambar 3.1

Adegan awal video musik "No More Perfume On You"

Gambar di atas merupakan adegan awal Teen Top dalam video musik "No More Perfume of You". Terlihat dalam adegan di atas enam personil Teen Top tengah berdansa dengan balutan pakaian putih bersih nan rapih, berpadu dengan latar putih bercorak silver. Angle kamera seperti ini sepertinya memang tidak menjadi masalah apapun, karena pengambilan angle ini mungkin dipilih karena alasan fungsi yakni mampu menyorot semua personil Teen Top yang berjumlah 6 orang.

Adegan ini bagi peneliti masuk pada citra feminin. Dalam sistem simbol ala Pierce kita mengenal dua bentuk dalam penciptaan symbol yakni indeks dan ikon. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, ikon merupakan bentuk menyerupai, sedangkan indeks adalah bentuk sebab akibat.

Ikon feminine dalam adegan ini sepintas tidak terlihat jika tidak melakukan perbandingan dengan teks yang lain. Jika merujuk pada Sadowski (2009:37) bahwa ikon dalam konteks Pierce sifatnya tidak langsung secara psikologis, ia dipengaruhi oleh lingkungan dan pengalaman interpretasi.



Bagan 3.3

Proses memhaami ikon

Dalam bagan yang dibuat oleh Sadowski, terlihat bahwa ikon tidak secara langsung terkait dengan wujud nyatanya. Seseorang tidak akan menangkap ikon sesuatu tanpa ia mengetahui wujud nyatanya terlebih dahulu.

Citra fenimin pada gambar di atas terasa konteks feminine-nya jika kita merujuk pada konteks teks yang lain yang hampir serupa, berikut adalah teks Girls Generation



Gambar 3.2

Adegan video musik Girls Generation berjudul "Gee"

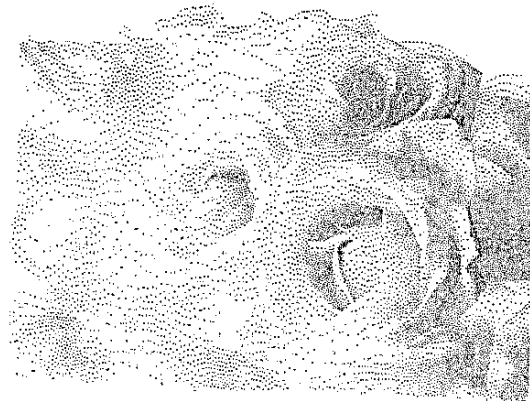
Adegan dalam video musik dari Girls Generation yang memang didesain feminine dengan setelan shirt abu-abu dan celana pendek warna-warna ceria. Pada adegan video musik ini, bisa dilihat bahwa kesan feminine terasa pada angle kamera yang *long shot* dengan memperlihatkan aura putih yang terkesan kalem. Adegan yang lain juga memperlihatkan bagaimana kesan warna putih sangat cocok untuk video musik Girls Generation yang terdiri dari perempuan-perempuan cantik ini.



Gambar 3.3

Salah satu adegan video musik Girls Generation berjudul "Gee".

Adegan di atas memeplihatkan personil Girls Generation tengah duduk lesehan dengan latar belakang putih dengan kembali menggunakan angle kamera *long shot*. Kesan putih dalam visual jelas menghasilkan interpretasi yang mungkin bisa seragam. Jika melihat video musik Girls Generation di atas, kesan putih memperlihatkan konteks feminin. Warna putih bisa digambarkan pada konteks indeks putih berarti bunga putih.



Gambar.3.4

Bunga mawar putih yang sering diidentikan dengan konsep feminine romantis.

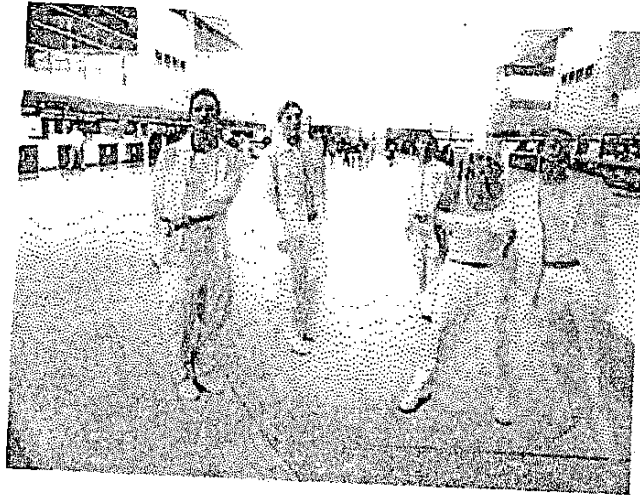
Atau dalam bentuk yang lain, putih sering diidentikan dengan warna pengantin perempuan dalam prosesi pernikahan di budaya Barat.



Gambar 3.5

Pengantin Perempuan Barat yang sering diidentikan dalam bentuk pakaian warna putih.

Mungkin sangat berlebihan jika peneliti mengatakan bahwa putih identik dengan kesan feminine. Peneliti mencoba membandingkan dengan video musik Backstreet Boys



Gambar 3.6

Backstreet Boys dalam judul "I Want It That Way"

Kesan maskulin terlihat kuat dalam adegan video musik tersebut. setting di ruang public serta gaya penampilan bersih namun masih memperlihatkan sisi berantakannya memberikan kesan maskulin dalam adegan tersebut.

Kesan berantakan atau tidak mapan yang menempel pada kesan maskulin, sebenarnya sudah sangat lama kita mengenalnya. Ikon hero yang terkesan berandal dan anti kemapanan mulai terangkat setelah actor muda nan ganteng Marlon Brando memperlihatkan aktingnya yang menawan dalam film *The Wild One* (1953). Marlon Brando menjadi ikon hero yang anti kemapanan sekaligus ikon seks.



Gambar 3.7

Marlon Brando

Konsep tentang maskulinitas pada bentuk berantakan dan anti kemapanan terus bertahan hingga pada tahun 1990-an. Ikon hero anti kemapanan serta berantakan juga dimunculkan pada era tahun 1980-an yang cenderung melahirkan ikon heroic yang juga politis, yakni Sylvester Stallone yang cukup terkenal pada saat kemunculannya pada sosok John Rambo. Walaupun Sylvester Stallone mulai terangkat namanya dalam film Rocky namun kesan maskulin dan politiknya terangkat pada film First Blood (1982)

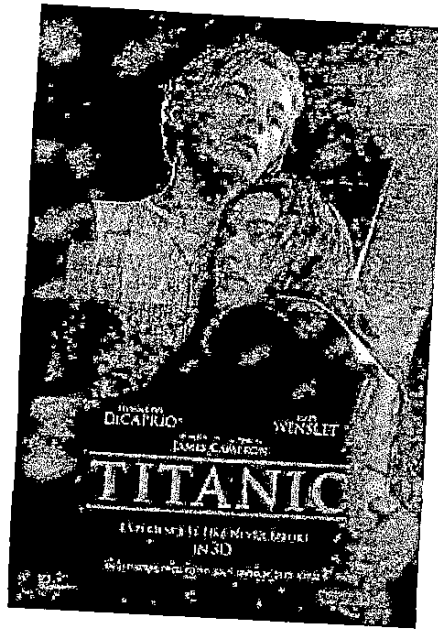


Gambar 3.8

Sylvester Stallone dalam *First Blood* (1982)

Dalam cerita film *First Blood*, sosok John Rambo dikonstruksikan sebagai sosok yang berantakan, namun mempunyai prinsip baik yang menjadi bagian dari konsep hero. Berantakan dan anti kemapanan menjadi tren pada waktu itu yang memperlihatkan kesan maskulin yang tinggi.

Antitesa dari konsep hero anti kemapanan adalah romantic hero. Romantic hero diidentikan dengan kesempurnaan tubuh, ganteng, penuh perhatian, perhatian dengan perempuan atau sangat paham tentang perempuan (Shiach, 2004: 91). Bentuk hero yang romantic seperti dalam karakter James Bond atau dalam karakter Jack (Leonardo DiCaprio) dalam *Titanic*.



Gambar 3.9

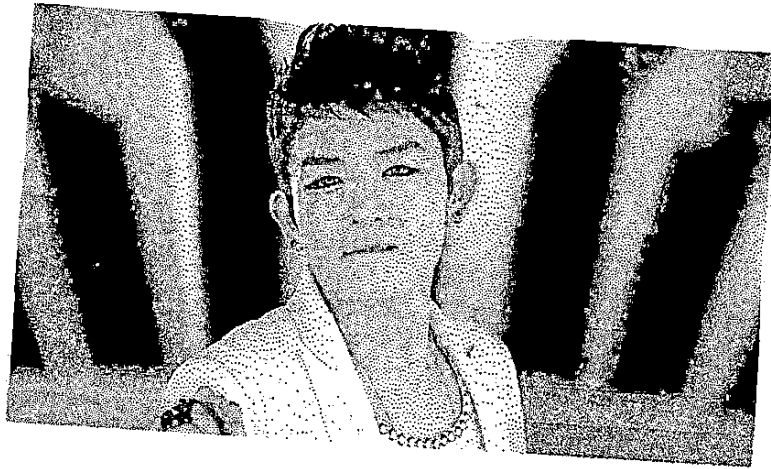
Sosok romantic Hero dalam Titanic

Jack dalam Titanic merupakan bentuk dari romantic hero yang dikonstruksikan ganteng, rapih (dilihat dari rambutnya yang cukup rapih walaupun dikeadaan yang cukup panic), bersih, dan sangat memahami perempuan.

Konsep putih secara tidak langsung identik dengan konteks feminine. Interpretasi ini merupakan kultivasi yang selalu kita dapatkan dari mediamassa. Menurut Aquarini dalam bukunya, konsep putih berangkat dari konsep ras, dimana putih secara tidak langsung merupakan supremasi Barat. Pada bentuk yang akhir putih berarti sebuah norma, "putih bukan apa-apa namun putih adalah segalanya" (Prabasmoro, 2003:30).

Selain itu putih juga mengacu pada bentuk wacana cinta, romantis dan kalem. Pada adegan yang lain, video musik "No More Perfume of You" juga memperlihatkan

kesan putih dengan balutan make up glamour layaknya budaya feminin modern abad ke-20.



Gambar 3.10

Salah satu personil Teen Top

Pada gambar di atas, salah satu personil Teen Pop dengan konsep medium shot menyorot dengan terang wajah laki-laki tersebut. Latar putih (sedikit hitam mungkin untuk memperlihatkan sisi maskulin) dengan pakaian putih yang dikenakannya, serta aksesoris yang dikenakannya sama sekali tidak memperlihatkan sisi maskulin. Kesan bling-bling yang mungkin diperlihatkan dengan menggunakan kalung emas besar serta memakai pernak-pernik logam ditubuhnya, sama sekali tidak memperlihatkan sisi maskulin, malah terlihat sisi feminin, dikarenakan make up serta pencahayaan yang terlalu terang.

Make up merupakan era baru dalam budaya feminine modern pada abad ke-20. Setelah era feminine Victoria yang hanya dikuasai oleh para bangsawan kerajaan. Feminine pada abad ke-20 lebih berbeda. Feminine pada era abad ke-20 lebih banyak

diidentikan dengan feminine moderan dan kapitalisme. Feminine modern juga didukung oleh pengaruh media massa yang lebih menyorot pada perilaku konsumsi. Sifat feminine modern terkesan lebih glamour, seksi, dan lebih berorientasi erotis dan seksual. Pada masa itu, konsep feminine lebih pada konteks busana, seksual dan identitas. Gelombang feminine modern lebih didominasi oleh para perempuan pekerja, hal ini dikarenakan bentuk dari ekspresi kebebasan setelah terkungkung pada masa sebelumnya yang masih terkekang oleh hukum dan peraturan. Berbeda dengan feminine masa monarki, pada feminine modern, lebih didominasi oleh para kaum kelas menengah yang mendambakan kesan glamour yang diperlihatkan oleh kaum bangsawan. Maka feminine pada masa era abad ke-20 lebih banyak pada konsumsi. Selain ini feminine modern juga merujuk pada kesamaan gender, dimana perempuan feminine bisa memperlihatkan kesan erotis yang bebas, seperti rokok, pakaian yang seksi tanpa takut oleh peraturan Negara.

Pada adegan gambar 3.10 bisa dilihat bahwa konsep make up yang cenderung glamour sangat asing bagi kaum pria, terutama yang meyakini bahwa kaum pria tidak perlu memakai make up berlebih, atau sama sekali tidak memakai make up. Maka make up yang glamour pada gambar 3.10 bisa mengarahkan pada indeks bahwa adegan tersebut sangat identik dengan kesan feminine modern.

Jika merujuk pada video musik yang memperlihatkan sisi maskulin dengan konsep angle yang sama, maka MBLAQ dalam video musik berjudul "Monalisa" lebih terlihat maskulin.

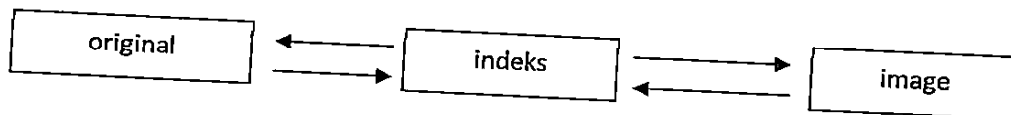


Gambar 3.11

Salah satu adegan dalam video musik MBLAQ

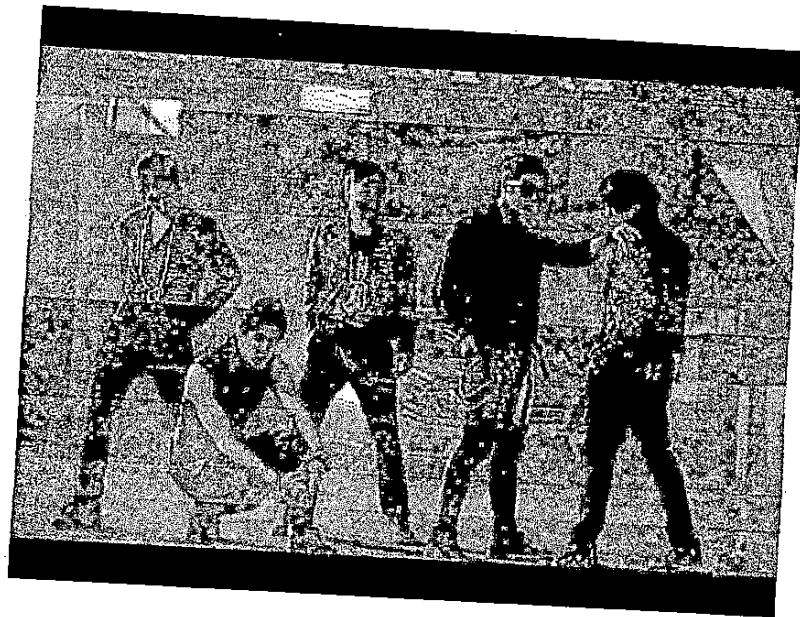
Pada video musik MBLAQ kesan maskulin terlihat dari pola make up yang tidak berlebihan, serta artistic yang cenderung gelap. Warna putih masih ada pada kostum personil, namun perpaduan warna yang sepadan membuat kesan maskulin terlihat jelas. Kesan maskulin juga diperlihatkan pada sebuah setting yang memperlihatkan citra maskulin yakni bengkel mobil.

Dalam bagan yang dibuat oleh Sadowski (2009:32), peran indeks berbeda dengan ikon. Ia bersifat langsung dengan pikiran pembaca symbol tersebut. dalam bagan sebagai berikut



Bagan 3.4

Proses memahami indeks



Gambar 3.12

Video musik MBLAQ dengan setting bengkel mobil

Bengkel mobil cenderung identik dengan kaum laki-laki. Dalam video musik MBLAQ berjudul Monalisa terlihat bagaimana kesan laki-laki sangat terlihat pada video musik tersebut, dari pakaian yang cenderung memperlihatkan konteks bling-bling, setting bengkel serta pose mereka yang memperlihatkan citra laki-laki.

Wacana maskulin tidak hanya pada video musik ini saja, beberapa video musik Barat terlihat mempunyai konteks yang sama, tentang bagaimana membangun konteks maskulin pada video musiknya,

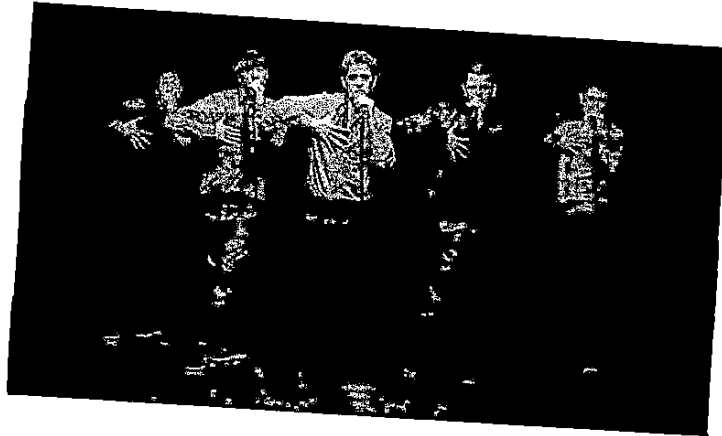


Gambar 3.13

Video musik Backstreet Boys berjudul "I Want It That Way"

Pada video musik Backstreet Boys berjudul "I Want It That Way", personil terlihat saling terpisah dengan konsep pakaian yang berbeda-beda. Walaupun berbeda-beda, namun corak warna yang dipakai sama, yakni warna gelap.

Kesan gelap banyak dipakai oleh beberapa video musik boyband, seperti New Kids On The Blok (NKOTB) yang juga menggunakan kesan hitam untuk memperlihatkan sisi masulin.



Gambar 3.14

NKOTB Ne-YO

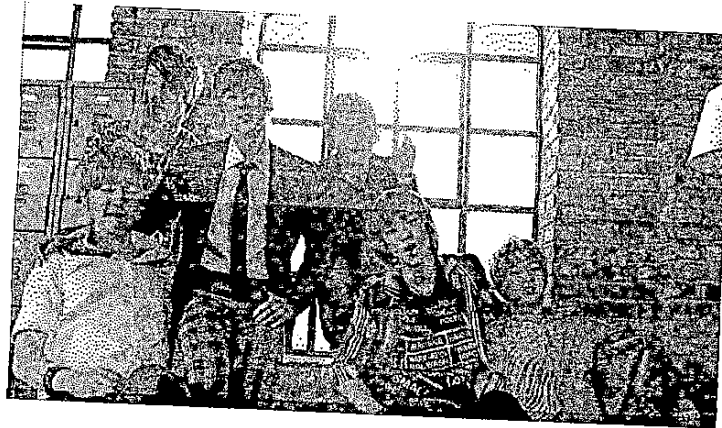
Boyband seringkali dicibir sebagai sekumpulan pemuda feminin, namun seringkali video musik yang dibuat terlihat sangat maskulin. Seperti video musik terbaru NKOTB walaupun terlihat necis dan glamour namun kesan yang dibuat dalam video tersebut tetap menyuguhkan kesan maskulin, yakni warna dominan hitam dan sedikit berantakan.



Gambar 3.15

Ricky Martin berjudul "Maria"

Ricky Martin sebagai ikon seks juga selalu memperlihatkan sisi maskulinnya dengan visual gelap dan pakaian gelap. Kesan berantakan, warna gelap, menjadi sebuah indeks tentang apa itu maskulin dalam sebuah citra. Hal ini berbeda dengan beberapa adegan di video musik Teen Top yang lebih memperlihatkan ikon feminine daripada citra maskulin.



Gambar 3.16

Teen Top dalam video musik “No More Perfume on You”

Jika dibandingkan dengan video musik boyband yang telah diulas teksnya di atas, frame pada adegan gambar 3.16 di atas mungkin beberapa akan jauh dari kesan maskulin, terutama pada pose-pose yang tidak memperlihatkan sisi maskulin.

Pada video musik Teen Top berjudul “No More Perfume On You” mungkin berlebihan jika digeneralisir bahwa semua adegan dalam video musik tersebut mencitrakan feminine. Walaupun tidak general, namun beberapa adegan dalam video musik tersebut mencitrakan konteks feminine.

Memasukan konteks feminine bisa jadi adalah sebuah strategi pasar. Teen Top merupakan boyband yang memang ditargetkan kepada anak-anak remaja, yang memang trennya menyukai laki-laki yang glamour, rapi, bersih, wangi dan romantis. Konteks ini merupakan bentuk lain dalam ikon hero, yakni romantic hero. Dimana konsep ini merupakan bentuk lain dari sebuah penggambaran hero, yakni ganteng, bersih, putih, dan sangat memahami perempuan. Dengan target pasar perempuan remaja, didukung pula oleh demam serial drama Korea yang memang lebih banyak memperlihatkan tokoh hero yang romantic, rapi, bersih dan putih, maka sangat strategis jika posisi dalam membentuk Teen Top diarahkan pada sosok laki-laki yang bersih, rapi, putih, ganteng dan sangat memahami perempuan.

Konteks romantis, wangi, bersih dan glamour bisa juga direpresentasikan pada bentuk yang cenderung kalem dan halus, yang pada level visualnya cenderung memperlihatkan konteks feminine. Seperti pada boyband Indonesia Sm*sh yang juga menggunakan setting putih pada video musik pertamanya.



Gambar 3.17

Personel SM*SH

Walaupun terkesan berantakan pada video musik pertamanya, namun latar belakang putih dengan konsep Boyband masih memperlihatkan kesan feminine yang dalam. Terlebih lagi warna putih yang dipakai untuk warna rambutnya memperlihatkan kesan metroseksual. Kesan maskulin dalam SM*SH memang sudah terlihat jelas, namun kesan yang dihadirkan bahwa boyband sebagai bagian dari dunia idol perempuan membuat citra boyband identik dengan citra feminine bagi para pemuja maskulinitas.

Sebagai boyband yang memang targetnya adalah anak remaja, atau ABG, bisa jadi dominan warna kalem dan halus memang lebih banyak diterima daripada warna hitam atau kesan berantakan yang sama sekali jauh dari kesan glamour, rapi, bersih dan romantic. Hal ini juga terkait dengan tren remaja yang memang mulai berubah kearah konsep laki-laki yang fetitis, memperdulikan penampilan dan memahami perempuan.

Teen Top maupun SM*SH, kesan romantic, rapi, glamour dan bersih yang direpresentasikan dalam kontek putih dan make up yang berlebih bagi kaum pria bisa jadi lebih mempunyai daya tarik tersendiri daripada mengikuti mainstream video musik boyband yang telah ada. Kesan metroseksual menjembatani sebuah indeks yang merujuk pada metroseksual adalah pria bersih, rapi dan memahami perempuan.