

OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN PADA MUSIK BERGENRE R&B: ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE

Andika Putra Kusuma Wahyudi

Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
andikaputra.21023@mhs.unesa.ac.id

Andik Yulyianto

Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
andikyulyianto@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji objektifikasi perempuan dalam lima video klip musik *R&B*, yaitu "*Wiggle*" oleh Jason Derulo, "*Work*" oleh Rihanna, "*Under the Influence*" oleh Chris Brown, "*Lust*" oleh Lil Skies, dan "*Anaconda*" oleh Nicki Minaj, dengan mengintegrasikan analisis lirik lagu menggunakan teori semiotika John Fiske. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara representasi perempuan dalam visual video klip dan lirik lagu yang ada, serta bagaimana kedua elemen tersebut berkontribusi terhadap objektifikasi perempuan. Pendekatan semiotika John Fiske yang mencakup analisis pada tiga level realitas, representasi, dan ideologi digunakan untuk mengkaji elemen-elemen visual dan lirik lagu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam video klip dan lirik lagu *R&B* tersebut, perempuan sering digambarkan sebagai objek visual dan seksualitas yang terperankan dalam narasi patriarkal. Lirik lagu, seperti dalam "*Wiggle*" yang menekankan tubuh feminin sebagai objek keinginan, atau "*Anaconda*" yang dengan jelas mengaitkan tubuh perempuan dengan dominasi seksual, memperkuat representasi tubuh perempuan sebagai objek. Meskipun video klip "*Anaconda*" juga memperlihatkan sisi provokatif yang menantang objektifikasi, lirik dan visual tetap saling bersinergi untuk memperlihatkan bagaimana ideologi patriarki diproduksi dan dipertahankan dalam budaya populer. Temuan ini menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan dalam video klip *R&B* tidak hanya muncul dari aspek visual, tetapi juga diperkuat melalui pesan-pesan dalam lirik lagu.

Kata Kunci: objektifikasi perempuan, semiotika, John Fiske, video klip, lirik lagu, musik *R&B*, representasi

Abstract

This study examines the objectification of women in five R&B music videos: "Wiggle" by Jason Derulo, "Work" by Rihanna, "Under the Influence" by Chris Brown, "Lust" by Lil Skies, and "Anaconda" by Nicki Minaj, by integrating lyrical analysis with John Fiske's semiotic theory. The aim of this research is to analyze the relationship between the representation of women in the video visuals and the lyrics, and how both elements contribute to the objectification of women. John Fiske's semiotic approach, which includes three levels of analysis reality, representation, and ideology is used to examine the visual elements and lyrics of the songs. The findings reveal that in both the music videos and their lyrics, women are often depicted as objects of visual desire and sexuality within a patriarchal narrative. The lyrics, such as in "Wiggle", which emphasizes the female body as an object of male desire, or "Anaconda", which clearly associates women's bodies with sexual dominance, reinforce the representation of women as objects. While "Anaconda" also presents a provocative take that challenges objectification, the synergy between lyrics and visuals demonstrates how patriarchal ideologies are produced and maintained in popular culture. The study concludes that the objectification of women in R&B music videos is not only visual but is also strengthened by the messages conveyed through the song lyrics..

Keywords: female objectification, semiotics, John Fiske, music video, song lyrics, R&B music, representation

PENDAHULUAN

Tubuh perempuan sejak lama memiliki daya tarik yang kuat dalam masyarakat sehingga kerap diposisikan sebagai objek yang harus memenuhi standar sosial tertentu.

Menurut Rochmiah (2018), tubuh perempuan dinilai berdasarkan kecantikan, fungsi reproduksi, dan seksualitas yang melekat padanya. Penilaian tersebut melahirkan praktik objektifikasi, yaitu kondisi ketika perempuan tidak diperlakukan sebagai individu yang utuh, melainkan

direduksi pada aspek fisik dan sensualitas semata. Objektifikasi perempuan telah menjadi isu penting dalam kajian media, budaya populer, dan studi gender, terutama dalam industri hiburan yang sangat bergantung pada visual seperti iklan, film, media sosial, dan video klip musik.

Dalam konteks media sosial, objektifikasi terjadi ketika perempuan menampilkan tubuhnya sebagai sarana untuk menarik perhatian dan memperoleh validasi sosial. Penampilan fisik menjadi semacam *currency* untuk mendapatkan pengakuan dalam bentuk likes, komentar, dan popularitas. Fredrickson dan Roberts (1997) menjelaskan bahwa objektifikasi seksual muncul ketika tubuh perempuan diperlakukan layaknya objek yang dapat dinilai, dikontrol, dan dimanfaatkan. Gill (2007) menambahkan bahwa media sosial mendorong terjadinya *self-objectification*, yakni proses ketika perempuan memandang tubuhnya dari sudut pandang orang lain dan menyesuaikannya dengan standar kecantikan dominan. Baker (2010) juga menegaskan bahwa media digital mempercepat seksualisasi dan objektifikasi, terutama melalui praktik visual seperti selfie, penggunaan filter, dan unggahan berpakaian minim.

Objektifikasi di media sosial tidak dapat dilepaskan dari proses kapitalisasi tubuh sebagai komoditas visual. Tinambar dan Asmarani (2022) menjelaskan bahwa tubuh diubah menjadi alat untuk memperoleh engagement, popularitas, bahkan keuntungan finansial. Kondisi ini mendorong individu untuk terus menampilkan tubuh secara objektif dan berbasis daya tarik visual. Praktik serupa juga terjadi dalam video klip musik sebagai medium audio-visual yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk representasi gender. Di balik daya tarik estetika dan kreativitas visualnya, video klip musik kerap menjadi arena reproduksi objektifikasi perempuan yang sistematis, di mana tubuh perempuan dikonstruksikan sebagai objek seksual untuk konsumsi visual audiens.

Dalam industri musik populer, sensualitas perempuan sering dijadikan strategi pemasaran yang dominan. Wulan (2014) menyatakan bahwa tubuh perempuan dimanfaatkan sebagai komoditas visual untuk menarik perhatian dan meningkatkan nilai komersial. Media ini juga membentuk standar tubuh ideal yang berdampak pada persepsi *body image* perempuan dan menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan gambaran tubuh ideal tersebut (Natha, 2017). Objektifikasi perempuan dalam video klip musik tidak sekadar merupakan pilihan estetika, tetapi mencerminkan ideologi dan relasi kuasa yang bekerja dalam budaya populer.

Penelitian ini berfokus pada objektifikasi perempuan dalam video klip musik bergenre R&B. R&B (Rhythm and Blues) berasal dari komunitas Afrika-Amerika dan awalnya merupakan bentuk ekspresi emosional, spiritual, dan romantis. Namun, sejak 1990-an, R&B modern

mengalami pergeseran estetika yang semakin sensual dan komersial (Neal, 2016). Video klip R&B sering menampilkan perempuan dengan pakaian minim, pose menggoda, serta teknik kamera yang menyorot bagian tubuh tertentu seperti dada, bokong, dan paha. Meskipun lirik R&B umumnya bersifat puitis dan romantis, visualisasi dalam video klipnya kerap menyederhanakan peran perempuan menjadi objek fantasi laki-laki. Praktik fragmentasi tubuh, yaitu penyorotan bagian tubuh tertentu tanpa menampilkan individu secara utuh, menjadi ciri khas objektifikasi yang menghilangkan identitas, agensi, dan subjektivitas perempuan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika untuk menganalisis representasi objektifikasi perempuan dalam video klip R&B. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda dan bagaimana tanda menghasilkan makna dalam kehidupan sosial (Chandler, 2002). Tanda tidak hanya mencakup bahasa verbal, tetapi juga gambar, gestur, suara, dan elemen visual lainnya (Sobur, 2004). Ferdinand de Saussure membagi tanda menjadi penanda dan petanda, sementara Charles Sanders Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi ikon, indeks, dan simbol. Roland Barthes kemudian mengembangkan semiotika untuk menganalisis budaya populer dengan menekankan perbedaan antara makna denotatif dan konotatif serta peran ideologi dalam membentuk makna media.

Kerangka analisis utama dalam penelitian ini adalah semiotika John Fiske. Fiske (1987) memandang media sebagai konstruksi realitas yang sarat dengan ideologi dan relasi kekuasaan. Ia mengembangkan model semiotika tiga tingkat, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Level realitas berkaitan dengan makna literal dari apa yang ditampilkan, level representasi mencakup teknik produksi media seperti kamera, pencahayaan, dan editing, sementara level ideologi menghubungkan representasi tersebut dengan nilai, kepercayaan, dan struktur sosial yang lebih luas. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana objektifikasi perempuan dalam video klip R&B dibangun secara visual, dimaknai secara kultural, dan dinormalisasi secara ideologis dalam budaya populer kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data utama. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna, proses, dan konstruksi realitas sosial yang terkandung dalam objek penelitian, khususnya representasi objektifikasi perempuan dalam video klip musik. Data kualitatif bersifat deskriptif dan menekankan pada pengamatan mendalam terhadap

fenomena yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984). Metode dokumentasi visual diterapkan melalui pengumpulan lima video klip musik bergenre R&B, yaitu *Work* (Rihanna), *Wiggle* (Jason Derulo), *Under the Influence* (Chris Brown), *Lust* (Lil Skies), dan *Anaconda* (Nicki Minaj), beserta potongan adegan dan lirik yang relevan. Pemilihan video klip tersebut didasarkan pada pertimbangan rentang waktu produksi dari 2010 hingga 2023, tingkat popularitas, pengaruh budaya, serta keberagaman gaya artistik para musisi. Kelima video ini merepresentasikan berbagai bentuk dan tingkat objektifikasi perempuan, mulai dari yang bersifat eksplisit hingga yang lebih tersamar, sehingga memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap praktik objektifikasi dalam industri musik R&B kontemporer.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengunduhan video klip berkualitas tinggi, pengambilan tangkapan layar pada adegan-adegan yang relevan, serta penyusunan transkrip visual dengan penanda waktu untuk setiap scene. Teknik ini memungkinkan peneliti melakukan pengamatan berulang secara mendalam terhadap elemen visual seperti gestur tubuh, kostum, ekspresi, koreografi, serta teknik sinematografi yang digunakan. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan semiotika John Fiske dengan menerapkan tiga level analisis secara bertahap. Pada level realitas, peneliti mengidentifikasi unsur-unsur faktual yang tampak secara langsung, seperti penampilan, gerakan tubuh, ekspresi, dan lingkungan visual. Level representasi digunakan untuk menganalisis bagaimana unsur-unsur tersebut dikonstruksi melalui teknik kamera, pencahayaan, framing, dan musik sehingga membentuk makna tertentu. Selanjutnya, pada level ideologi, peneliti mengungkap nilai-nilai dan mitos yang mendasari representasi perempuan, seperti patriarki, kapitalisme, dan male gaze, yang berkontribusi pada normalisasi objektifikasi perempuan dalam video klip musik R&B.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Objektifikas Perempuan Dalam Musik R&B Menggunakan Teori Semiotika John Fiske

Pada bab ini akan dilakukan pembahasan yang mendalam tentang objektifikasi perempuan dalam musik R&B menggunakan teori semiotika John Fiske. Pembahasan akan mengkaji 5 video klip yang sudah dipilih sebagai sumber data penelitian yaitu “*Work*” karya Rihanna, “*Wiggle*” Jason Derulo, “*Under the influence*” Chris Brown, “*Lust*” Lil Skies, “*Anaconda*” Nicki Minaj, 5 video klip tersebut akan dianalisis menggunakan 3 level makna menurut kerangka teoritis John Fiske yaitu level realitas, level representasi, dan level ideology. Melalui pendekatan semiotika John Fiske, penulis akan mengemukakan bagaimana elemen-elemen visual

membangun objektifikasi perempuan dalam dunia musik R&B.

a) Objektifikasi Perempuan Pada Video Klip Wiggle Jason Derulo

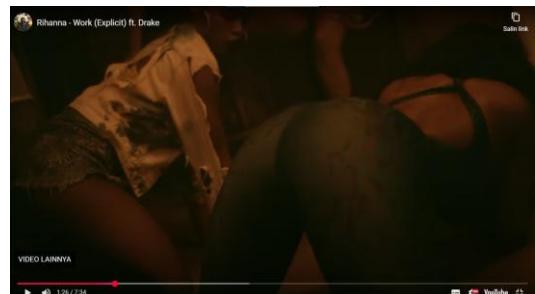


Pada level realitas, adegan menampilkan seorang pria yang dikelilingi oleh banyak perempuan berpakaian minim dengan pose tubuh sensual. Penempatan pria di posisi tengah serta penggunaan setting kamar mewah membangun suasana privat dan intim, sekaligus menegaskan laki-laki sebagai pusat perhatian visual.

Pada level representasi, penggunaan *close up* dan *medium shot* menciptakan kesan kedekatan fisik, sementara angle kamera dan pencahayaan temaram menempatkan pria pada posisi dominan. Orientasi tubuh seluruh perempuan yang mengarah ke pria menunjukkan hierarki gender yang jelas. Representasi ini mereproduksi stereotip *playboy lifestyle* dalam budaya R&B, di mana kesuksesan laki-laki digambarkan melalui kemampuannya dikelilingi oleh banyak perempuan, dengan kasur sebagai simbol keintiman seksual.

Pada level ideologi, visualisasi tersebut mencerminkan objektifikasi perempuan melalui *male gaze*, di mana tubuh perempuan direduksi menjadi aksesoris visual untuk membangun citra maskulinitas laki-laki. Ideologi patriarki dan maskulinitas hegemonik ditampilkan melalui konsep *successful masculinity* yang diukur dari dominasi seksual, normalisasi poligami visual, serta penempatan laki-laki sebagai subjek aktif dan perempuan sebagai objek pasif.

b) Objektifikasi Pada Video Klip Work – Rihanna ft. Drake

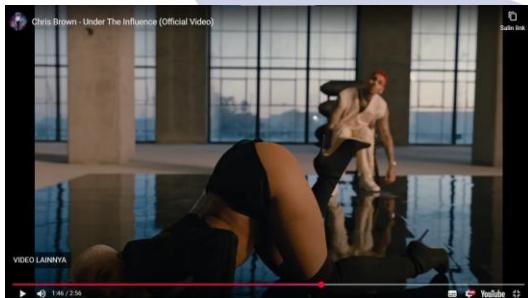


Pada level realitas, adegan menampilkan dua perempuan berpakaian sangat minim yang menari dalam posisi membungkuk, dengan bokong sebagai fokus utama visual. Pengambilan gambar dari belakang membuat tubuh bagian bawah mendominasi frame, sementara identitas personal perempuan diabaikan.

Pada level representasi, sudut kamera rendah dan framing yang menyorot pinggul serta bokong menciptakan efek voyeuristik yang kuat. Tidak ditampilkannya wajah mempertegas fragmentasi tubuh, sehingga perempuan direduksi menjadi objek visual semata. Pencahayaan gelap dengan tone hangat memperkuat kesan sensual dan erotik.

Pada level ideologi, adegan ini merepresentasikan objektifikasi ekstrem terhadap perempuan, di mana tubuh mereka dikoreografikan dan dikonsumsi sebagai objek seksual. Visualisasi tersebut menegaskan dominasi *male gaze*, dengan laki-laki diposisikan sebagai subjek aktif dan perempuan sebagai objek pasif. Selain itu, representasi ini mengukuhkan ideologi patriarki yang menilai perempuan berdasarkan daya tarik fisik, khususnya pada bagian tubuh tertentu, sebagai sarana hiburan bagi laki-laki.

c) Objektifikasi Pada Video Klip Under The Influence - Chris Brown



Pada level realitas, adegan menampilkan seorang perempuan di foreground dengan posisi menungging, mengenakan pakaian sangat minim dan transparan yang menonjolkan bokong sebagai fokus utama frame, sementara figur laki-laki (Chris Brown) berada di latar belakang dalam kondisi sedikit buram dan berposisi lebih santai. Fokus kamera yang tajam pada tubuh perempuan dan latar ruang mewah memperkuat penekanan visual pada tubuh sebagai pusat perhatian.

Pada level representasi dan ideologi, sudut kamera rendah, framing dari belakang, serta penekanan ekstrem pada bagian tubuh

tertentu merepresentasikan perempuan sebagai objek seksual pasif, sementara laki-laki diposisikan sebagai subjek pengamat yang dominan. Identitas personal perempuan direduksi melalui minimnya penampakan wajah, sehingga tubuhnya menjadi komoditas visual. Representasi ini menegaskan praktik objektifikasi perempuan melalui *male gaze* serta mengukuhkan ideologi patriarki dan maskulinitas hegemonik, di mana nilai perempuan dikonstruksikan terutama melalui daya tarik fisik yang berfungsi untuk memuaskan dan menghibur laki-laki.

d) Objektifikasi Perempuan Pada Video Klip Lust – Lil Skies



Pada level realitas, adegan berlangsung di sebuah klub malam atau strip club yang ditandai dengan pencahayaan neon dan keberadaan panggung. Perempuan-perempuan mengenakan pakaian sangat minim menyerupai lingerie yang menonjolkan bokong dan dada, serta melakukan tarian sensual dengan pose membungkuk atau menonjolkan tubuh ke arah kamera. Seorang laki-laki terlihat menyebarkan uang kertas ke tubuh para perempuan, sebuah tindakan yang umum dalam konteks hiburan dewasa sebagai bentuk pemberian tip.

Pada level representasi, visual ini merepresentasikan tubuh perempuan sebagai komoditas seksual yang nilainya diukur melalui uang. Fokus kamera pada bagian tubuh tertentu, terutama bokong, serta pakaian minim mempertegas objektifikasi, sementara absennya penampakan wajah menghilangkan identitas individual perempuan dan menjadikannya objek yang homogen. Sosok laki-laki yang memegang dan menyebarkan uang diposisikan sebagai figur dominan dan berkuasa, sedangkan perempuan ditempatkan sebagai pihak yang dilihat dan dinilai.

Pada level ideologi, adegan ini mengandung ideologi objektifikasi perempuan yang ekstrem, di mana tubuh perempuan tidak

hanya ditampilkan tetapi juga dikoreografikan untuk dikonsumsi secara visual. Representasi tersebut menegaskan dominasi *male gaze*, dengan laki-laki sebagai subjek aktif dan perempuan sebagai objek pasif. Selain itu, visual ini mengukuhkan ideologi patriarki yang memaknai nilai perempuan terutama melalui daya tarik fisik dan perannya sebagai sarana hiburan bagi laki-laki.

- e) Objektifikasi Pada Video Klip Anaconda – Nicki Minaj



Pada level realitas, adegan menampilkan Nicki Minaj mengenakan kostum pelayan seksi yang ketat dan terbuka di sebuah dapur bernuansa tropis. Pose tubuhnya menonjolkan bokong dan dada, sementara foam cream disemprotkan ke bagian tubuh tersebut dalam situasi yang bersifat sensual. Konteks dapur sebagai ruang domestik dikontraskan dengan kostum dan gestur yang tidak fungsional, sehingga tubuh perempuan menjadi pusat perhatian visual.

Pada level representasi, perempuan direpresentasikan melalui stereotip pelayan rumah tangga yang diseksualisasi. Kostum, pose membungkuk, serta fokus kamera pada bagian tubuh tertentu mengonstruksikan tubuh Nicki Minaj sebagai objek erotik. Foam cream mengalami pergeseran makna dari elemen kuliner menjadi simbol seksual, sementara dapur berfungsi sebagai latar teatral yang memperkuat eksplorasi visual terhadap seksualitas perempuan.

Pada level ideologi, adegan ini mencerminkan objektifikasi perempuan yang ekstrem, di mana tubuh dikoreografikan untuk dikonsumsi secara visual. Representasi tersebut menegaskan dominasi *male gaze* dengan menempatkan perempuan sebagai objek pasif dan laki-laki sebagai subjek penikmat. Selain itu, visual ini mengukuhkan ideologi patriarki yang memaknai nilai perempuan terutama melalui

daya tarik fisik dan kemampuannya menghibur secara seksual.

- f) Objektifikasi Perempuan Dalam Lirik Lagu Wiggle – Jason Derulo

*"You know what to do with that big fat butt
Wiggle, Wiggle, Wiggle
Just a little bit
Patty cake, patty cake with no hands
Got me in this club making wedding plans"*

Pada level realitas lirik lagu menggunakan bahasa sehari-hari dan slang khas budaya populer Amerika Serikat, khususnya dalam konteks klub malam dan hiburan dewasa. Kata-kata seperti "big fat butt", "Wiggle", dan "patty cake" merujuk pada tubuh perempuan, khususnya bagian bokong, dengan cara yang seksual dan ekspresif. Kode budaya yang digunakan di sini mencerminkan realitas hedonistik dan seksualitas eksplisit yang kerap ditemukan dalam musik R&B modern.

Pada level representasi, lagu ini membangun representasi perempuan terutama melalui tubuhnya. Representasi ini dilakukan lewat repetisi kata "Wiggle" diulang berkali-kali, menciptakan fokus yang berlebihan pada gerakan tubuh perempuan. Metafora frasa seperti "patty cake with no hands" menyamarkan aksi seksual dengan permainan anak-anak, membaurkan citra polos dengan makna seksual. Nada vokal, beat musik, dan cara pengucapan lirik yang menggoda memperkuat nuansa erotisme. Representasi perempuan dalam lagu ini bukan sebagai subjek yang aktif, melainkan sebagai objek visual dan seksual yang dinikmati oleh laki-laki.

Pada level ideologi, lagu ini memuat ideologi patriarki yang mengukuhkan perempuan sebagai objek pemuas visual dan seksual. Perempuan dikonstruksikan untuk "dilihat" dan dinikmati karena bentuk tubuhnya, bukan karena kualitas intelektual atau kepribadian. Laki-laki dihadirkan sebagai pengontrol narasi dan penikmat, sementara perempuan adalah yang "dipertontonkan". Ada penguatan *male gaze*, di mana perempuan hanya bernilai dalam konteks pandangan dan hasrat laki-laki.

- g) Objektifikasi Perempuan Dalam Lirik Lagu Work – Rihanna ft. Drake

*Work, Work, Work, Work, Work, Work
He said me hafti Work, Work, Work, Work, Work, Work
He see me do mi dirt, dirt, dirt, dirt, dirt, dirt*

So me put in Work, Work, Work, Work, Work, Work

Pada level realitas, lirik lagu Work menggunakan patois Jamaika untuk membangun suasana sensual dan ekspresif. Kata “work” dimaknai sebagai eupemisme untuk gerak tubuh erotis atau aktivitas seksual, yang mengaitkan perempuan dengan performa fisik dalam konteks hiburan dan klub malam. Perempuan dikonstruksikan sebagai subjek yang “bekerja” melalui tubuhnya demi mempertahankan perhatian laki-laki.

Pada level representasi, pengulangan kata “work” secara intensif menekankan tindakan fisik sebagai pusat makna lagu. Penggunaan sudut pandang orang pertama memberi kesan agensi, namun tetap berada dalam kerangka melayani keinginan laki-laki. Representasi visual dalam video klip menampilkan Rihanna dengan gerakan sensual, busana minim, dan sorotan kamera yang menekankan tubuh, sementara kehadiran laki-laki berfungsi sebagai pengamat dan pusat relasi. Perempuan direpresentasikan melalui tubuh dan performa, bukan melalui pemikiran atau suara.

Pada level ideologi, lagu dan video ini mencerminkan relasi kuasa patriarkal yang ambigu. Di satu sisi, perempuan tampak percaya diri dan aktif secara seksual, tetapi di sisi lain tetap diposisikan sebagai pihak yang harus “bekerja” melalui tubuhnya untuk memperoleh cinta, perhatian, atau validasi laki-laki. Ideologi ini menegaskan male gaze dan mengonstruksikan nilai perempuan terutama melalui seksualitas dan performa fisik dalam relasi heteroseksual.

- h) Objektifikasi Perempuan Dalam Lirik Lagu Under The Influence – Chris Brown
*Baby, I can make it hurricane on it
 Hunnid bands, make it rain on it*

Pada level realitas, istilah “*hurricane*” digunakan sebagai metafora untuk menggambarkan intensitas dan dominasi dalam konteks seksual, yang diasosiasikan dengan gairah fisik yang eksplisif. Frasa “*hunnid bands*” merujuk pada uang dalam jumlah besar, sementara “make it rain” merupakan ungkapan populer dalam budaya klub malam yang berarti menyebarluaskan uang kepada penari atau entertainer. Lirik ini merefleksikan praktik hiburan dewasa yang bersifat transaksional, di mana uang dan seksualitas perempuan saling terkait secara langsung. Perempuan diposisikan sebagai penerima uang dalam pertunjukan

seksual, sehingga seksualitasnya dikonstruksikan sebagai komoditas ekonomi dalam ruang hiburan malam.

Pada level representasi, metafora “*hurricane*” merepresentasikan perempuan sebagai sosok yang penuh daya tarik dan intensitas, namun kekuatan tersebut tetap dibingkai untuk kepuasan laki-laki. Frasa “*make it rain*” menguatkan citra perempuan sebagai objek pertunjukan tubuh, sementara uang berfungsi sebagai simbol kuasa dan kontrol laki-laki. Tubuh perempuan direpresentasikan sebagai objek visual dan ekonomi, dengan nilai yang diukur melalui kemampuan memikat secara fisik, bukan sebagai subjek dengan suara atau agensi.

Pada level ideologi, lirik ini mereproduksi ideologi patriarki dan kapitalisme seksual, di mana seksualitas perempuan diperlakukan sebagai komoditas yang dapat dibeli dan dikendalikan oleh laki-laki bermodal. Nilai perempuan dikonstruksikan melalui daya tarik fisik dan kemampuan mengonversi perhatian laki-laki menjadi keuntungan finansial. Dengan demikian, perempuan ditempatkan sebagai objek pertukaran seksual-ekonomi, bukan sebagai subjek otonom dalam relasi kuasa. Objektifikasi Perempuan Dalam Lirik Lagu Lust – Lil Skies

“I’m not the type to commit, if I do then your shit gotta be lit”

Pada level realitas, lirik “*I’m not the type to commit, if I do then your shit gotta be lit*” menggambarkan relasi asmara yang dipahami secara transaksional dan bersyarat. Subjek laki-laki secara eksplisit menyatakan ketidaktertarikannya terhadap komitmen, kecuali jika perempuan memenuhi kriteria tertentu yang dianggap “*lit*”. Istilah “*lit*” dalam konteks budaya populer merujuk pada sesuatu yang sangat menarik, mencolok, bernilai tinggi, dan layak dipamerkan, baik dari segi penampilan fisik, performa seksual, gaya hidup, maupun citra sosial. Dengan demikian, komitmen diposisikan sebagai sesuatu yang langka dan eksklusif, bukan sebagai hasil kedekatan emosional atau ikatan afektif, melainkan sebagai “imbalan” bagi perempuan yang mampu memenuhi standar yang ditetapkan laki-laki. Realitas ini mencerminkan pola relasi dalam budaya populer kontemporer, di mana komitmen laki-laki sering dipersepsi sebagai hadiah bagi perempuan yang dianggap cukup menarik secara visual dan sosial.

Pada level representasi, lirik ini membangun persona laki-laki sebagai subjek bebas, dominan, dan memiliki kendali penuh atas arah relasi. Frasa “*I'm not the type to commit*” merepresentasikan maskulinitas yang anti-keterikatan dan berjarak secara emosional, sementara klausa “*if I do*” menegaskan bahwa keputusan untuk berkomitmen sepenuhnya berada di tangan laki-laki. Ungkapan “*your shit gotta be lit*” merepresentasikan perempuan bukan sebagai individu utuh, melainkan sebagai kumpulan atribut yang dapat dinilai, diuji, dan dibandingkan. Perempuan direduksi menjadi objek evaluasi berdasarkan standar konsumtif dan estetis, sementara cinta dan komitmen direpresentasikan sebagai hasil seleksi, bukan relasi timbal balik. Relasi heteroseksual digambarkan sebagai arena penilaian sepihak, di mana perempuan harus “layak” secara visual dan simbolik untuk mendapatkan status pasangan resmi.

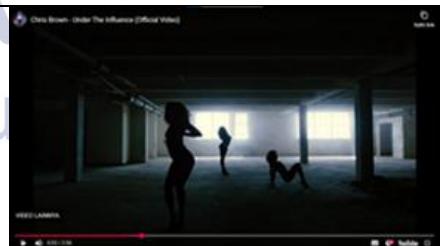
Pada level ideologi, lirik ini mereproduksi ideologi patriarki dan konsumerisme dalam relasi romantis. Seksualitas dan citra perempuan diposisikan sebagai bentuk kapital yang menentukan nilai dan kelayakannya untuk dikomitmeni. Laki-laki ditempatkan sebagai pemegang otoritas relasi, dengan kuasa menentukan siapa yang pantas mendapatkan komitmen. Relasi asmara dikonstruksikan menggunakan logika pasar, di mana perempuan diperlakukan sebagai produk dengan nilai jual tertentu yang harus terus dijaga agar tetap “dipilih”. Ideologi ini menormalisasi objektifikasi perempuan dan menegaskan bahwa nilai perempuan dalam relasi heteroseksual diukur dari daya tarik, performa, dan kemampuannya memenuhi selera laki-laki, bukan dari otonomi, emosi, atau agensi personalnya.

2. Bentuk Objektifikasi Perempuan Dalam Video Klip Musik R&B

Pada bagian ini, penulis akan membahas bentuk-bentuk objektifikasi perempuan yang ditampilkan dalam video klip musik bergenre R&B. Pembahasan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah kedua, yaitu mengenai bentuk-bentuk objektifikasi perempuan yang ditampilkan dalam 5 video klip tersebut. Menurut Nussbaum (1995), objektifikasi terjadi ketika seseorang diperlakukan semata-mata sebagai objek atau alat, misalnya dengan mereduksi tubuhnya sebagai alat kenikmatan visual, mengabaikan otonominya, dan

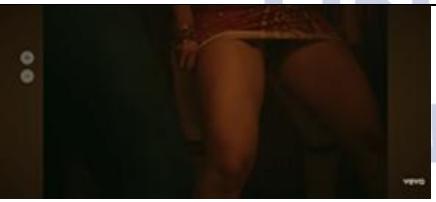
menempatkannya sebagai entitas pasif yang dapat dimiliki atau dipertukarkan. Melalui pendekatan semiotika John Fiske, analisis akan difokuskan pada unsur-unsur visual seperti pakaian, gestur tubuh, sudut pengambilan gambar, serta posisi perempuan dalam narasi, guna mengungkap pola-pola objektifikasi yang terjadi. Identifikasi bentuk objektifikasi ini juga akan dikaitkan dengan konteks budaya populer dan dominasi ideologi patriarki dalam industri musik modern.

a) Bentuk Objektifikasi Instrumentalisasi Dalam Video Klip Musik R&B

N o	Data
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Instrumentalisasi terjadi ketika seseorang diperlakukan sebagai alat atau sarana untuk tujuan orang lain, bukan sebagai pribadi yang memiliki tujuan dan nilai intrinsiknya sendiri. Kelima gambar diatas menunjukkan objektifikasi instrumentalisasi terhadap perempuan. Pada gambar pertama dapat dilihat sebuah patung air mancur bebentuk perempuan yang airnya diminum oleh seorang laki-laki melalui bokongnya. Gambar kedua seorang perempuan yang melakukan gerakan twerking di lantai. Gambar ketiga dan keempat yang menampilkan siluet lekukan tubuh perempuan. Dan gambar kelima perempuan yang sedang menyemprotkan foam krim dibagian dada dan bokongnya. Para perempuan dalam video klip ini diperlakukan sebagai sarana visual untuk mencapai tujuan-tujuan artis dan produser video klip, yaitu menciptakan citra sensualitas, kemewahan, dan daya tarik. Kehadiran, penampilan, dan bahkan posisi mereka dalam adegan berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan daya tarik estetika video dan mengukuhkan citra sang artis, daripada menampilkan mereka sebagai individu yang utuh dengan tujuan dan agensi mereka sendiri. Mereka menjadi bagian dari "perlengkapan" adegan yang dirancang untuk dinikmati oleh pandangan penonton, khususnya pandangan maskulin (male gaze).

b) Bentuk Objektifikasi Reduksi Tubuh Dalam Video Klip Musik R&B

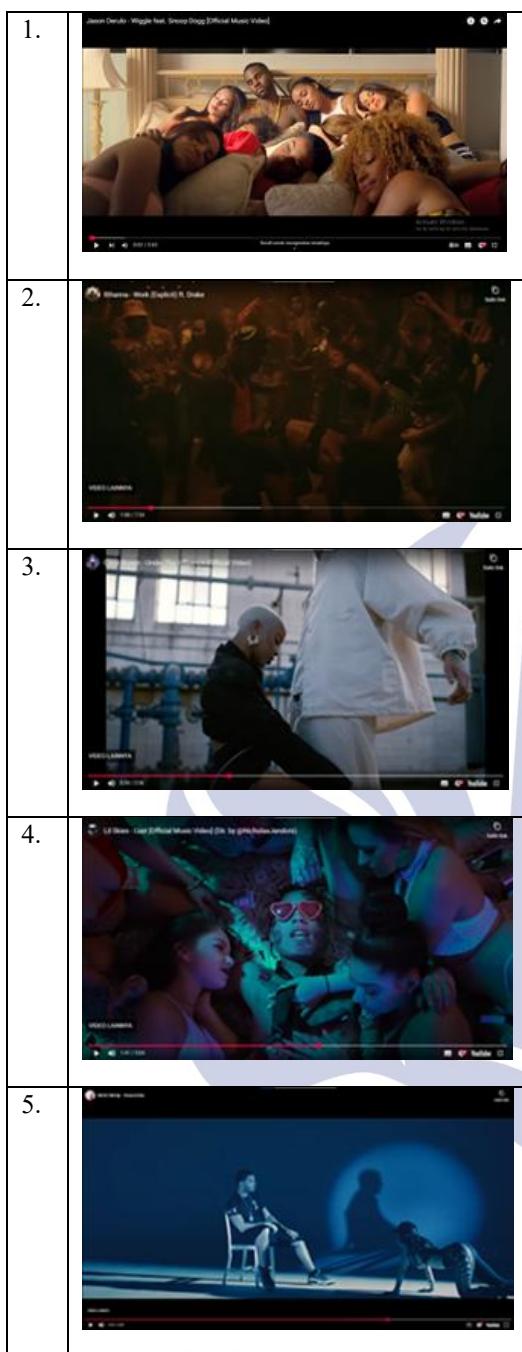
No	Data
1.	
2.	
3.	



Berdasarkan analisis terhadap data diatas, dapat disimpulkan bahwa video klip musik bergenre R&B secara eksplisit dan konsisten menampilkan bentuk objektifikasi perempuan ini. Melalui penggunaan teknik close-up yang ekstrem dan terfragmentasi pada bagian-bagian tubuh spesifik seperti paha, area selangkangan, bokong, dada, dan punggung, perempuan direduksi menjadi sekadar kumpulan bagian-bagian anatomic, bukan individu yang utuh. Anonimitas yang diciptakan dengan mengaburkan atau menghilangkan wajah, serta penyajian tubuh dalam posisi yang menonjolkan fitur-fitur sensual, semakin memperkuat gagasan bahwa nilai keberadaan perempuan dalam konteks visual ini hanya terbatas pada daya tarik fisiknya. Pakaian minim, aksesoris, dan bahkan elemen tambahan seperti tetesan air atau efek visual, berfungsi sebagai penekanan lebih lanjut pada aspek fisik yang diseksualisasi. Singkatnya, hasil analisis ini menunjukkan bahwa perempuan dalam video klip R&B yang diamati kehilangan agensi, kepribadian, dan identitas kemanusiaan mereka, dan direpresentasikan sebagai objek visual pasif yang kehadirannya semata-mata untuk memuaskan tatapan dan fantasi penonton. Ini mencerminkan praktik dehumanisasi di mana perempuan didefinisikan secara fundamental oleh tubuh mereka, mengabaikan dimensi kompleks dari keberadaan mereka sebagai subjek.

c) Bentuk Objektifikasi Pasivitas Dalam Video Klip Musik R&B

No	Data



Analisis objektifikasi pasivitas dalam video klip musik bergenre R&B menunjukkan bahwa perempuan secara konsisten direpresentasikan sebagai entitas yang tidak memiliki agensi (kemampuan bertindak) atau kontrol atas situasi atau tubuh mereka sendiri. Hal ini terwujud dalam beberapa bentuk, pertama posisi tubuh subordinat. Perempuan sering digambarkan dalam posisi fisik yang menunjukkan ketundukan atau kerentanan, seperti berlutut, membungkuk, merangkak di lantai, atau terbaring di tengah dikelilingi oleh laki-laki. Posisi-posisi ini secara visual menciptakan hierarki di mana perempuan berada

di bawah atau di hadapan laki-laki yang cenderung berdiri atau duduk dalam posisi dominan. Kedua peran sebagai objek tontonan, perempuan secara pasif berfungsi sebagai objek yang diamati atau "dipertunjukkan" bagi pandangan laki-laki (dan secara implisit, penonton). Cahaya sorot yang menyoroti mereka, atau framing kamera yang memfokuskan pandangan laki-laki pada mereka, mengukuhkan peran mereka sebagai penerima perhatian, bukan sebagai agen yang aktif. Ketiga ketiadaan inisiatif atau kontrol diri, dalam interaksi dengan laki-laki, perempuan seringkali ditampilkan sebagai penerima sentuhan atau tindakan, tanpa menunjukkan inisiatif yang jelas atau kendali atas respons mereka sendiri. Mereka adalah bagian dari "perlengkapan" adegan yang ada untuk melengkapi narasi atau fantasi laki-laki, alih-alih memiliki tujuan atau motivasi mereka sendiri dalam adegan tersebut. Secara fundamental, penggambaran ini mereduksi perempuan menjadi entitas yang pasif, yang keberadaannya dan tindakannya ditentukan oleh subjek laki-laki. Hal ini berkontribusi pada reproduksi ideologi di mana perempuan dilihat sebagai objek yang ada untuk dinikmati atau dikendalikan, bukan sebagai individu yang aktif, berdaya, dan memiliki otonomi.

d) Bentuk Objektifikasi Dekoratif Dalam Video Klip Musik R&B

No	Data
1.	
2.	



Objektifikasi dalam bentuk dekoratif berarti ketika perempuan ditampilkan hanya sebagai hiasan visual, bukan sebagai tokoh yang memiliki peran penting dalam narasi, aksi, atau pesan utama dalam video klip. Perempuan tidak diberi peran aktif secara naratif maupun fungsional, melainkan hanya digunakan untuk memperindah visual dan menciptakan daya tarik estetis—terutama dari aspek fisik/seksual. Perempuan dalam video klip musik R&B secara dominan direpresentasikan sebagai elemen dekoratif atau hiasan visual. Ini berarti bahwa keberadaan mereka terutama untuk tujuan estetika adalah perempuan ditampilkan untuk mempercantik adegan, mengisi ruang, dan menciptakan atmosfer tertentu (seperti kemewahan, kesenangan, atau sensualitas) yang diinginkan oleh video klip. Selain itu peran mereka pasif dan komplementer, mereka berfungsi sebagai "aksesori" atau "properti" yang menunjang citra artis laki-laki atau tema lagu, tanpa memiliki agensi, narasi, atau peran fungsional yang signifikan di luar daya tarik visual mereka. Mereka ada sebagai "pemandangan" yang memperindah. Tubuh mereka dieksplorasi untuk daya tarik visual melalui busana minim, pose sensual, dan gerakan tari yang menonjolkan bagian tubuh tertentu, tubuh perempuan dijadikan objek estetika yang

menarik perhatian penonton, sering kali mengabaikan aspek-aspek lain dari kemanusiaan mereka. Singkatnya, objektifikasi dekoratif mereduksi perempuan menjadi ornamen visual yang pasif dan berfungsi sebagai latar belakang yang indah atau sensual, menegaskan bahwa nilai mereka dalam konteks ini terutama terletak pada kemampuan mereka untuk mempercantik dan melengkapi adegan, bukan pada keberadaan mereka sebagai individu yang utuh.

3. Kaitan Lirik Dengan Objektifikasi Dalam Video Klip Musik Bergende R&B

Lirik lagu dalam musik bergenre R&B tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik, tetapi juga merepresentasikan konstruksi makna sosial yang sering kali memperlihatkan bagaimana tubuh perempuan diposisikan dalam relasi kuasa tertentu. Dalam video klip lagu Wiggle (Jason Derulo), Work (Rihanna), Under the Influence (Chris Brown), Lust (Lil Skies), dan Anaconda (Nicki Minaj), representasi visual yang ditampilkan tidak dapat dilepaskan dari pesan-pesan yang termuat dalam liriknya. Ketika lirik-lirik tersebut memuat narasi seksualisasi dan reduksi perempuan menjadi objek kenikmatan visual maupun seksual, video klipnya turut memperkuat pesan tersebut melalui tampilan tubuh perempuan yang ditonjolkan secara eksplisit. Melalui teori semiotika John Fiske, dapat dikaji bagaimana tanda-tanda visual dalam video klip ini berinteraksi dengan lirik lagu untuk membentuk makna objektifikasi perempuan, baik melalui level realitas, representasi, maupun ideologi.

a) Kaitan Lirik Lagu *Wiggle* dengan Objektifikasi Dalam Video Klip

Lirik lagu “Wiggle” karya Jason Derulo pada dasarnya merupakan ekspresi kekaguman yang sangat terpusat pada tubuh dan performa seksual perempuan. Repetisi kata “wiggle” digunakan untuk menekankan gerakan bokong sebagai pusat daya tarik utama. Ungkapan seperti “I like to watch you wiggle”, “You know what to do with that big fat butt”, dan “shake that thing, girl” secara eksplisit menempatkan tubuh perempuan, khususnya bagian bokong, sebagai objek kekaguman dan hiburan. Dalam kerangka objektifikasi, lirik ini tidak sekadar memuji tarian, tetapi mereduksi perempuan menjadi nilai fisik dan kemampuannya memicu gairah visual. Aspek kepribadian, emosi, atau intelektualitas perempuan sepenuhnya dihilangkan dari narasi, sehingga keberadaan perempuan dipersempit menjadi tubuh yang bergerak secara sensual.

Perempuan dalam lirik “Wiggle” direpresentasikan sebagai sumber hiburan bagi pandangan laki-laki. Subjek laki-laki berperan

sebagai pengamat aktif yang menikmati pertunjukan, sementara perempuan hadir sebagai objek pasif yang “dipertontonkan”. Fokus berulang pada fisik memperkuat gagasan bahwa daya tarik utama perempuan terletak pada tubuhnya dan bagaimana tubuh tersebut dapat ditampilkan secara menggoda. Dengan demikian, lirik ini berkontribusi pada narasi budaya populer yang memosisikan seksualitas perempuan sebagai sesuatu yang harus dilihat, dinilai, dan dikonsumsi secara visual.

Keterkaitan antara lirik dan video klip “Wiggle” sangat kuat, karena video klip berfungsi sebagai visualisasi langsung dari pesan verbal yang disampaikan. Penekanan lirik pada “wiggle” dan bagian tubuh tertentu diterjemahkan secara literal melalui penggambaran perempuan yang menari dengan gerakan sensual, dengan fokus kamera pada bokong. Tubuh perempuan menjadi pusat perhatian visual, selaras dengan fokus utama dalam lirik. Kamera berperan sebagai perpanjangan dari pandangan laki-laki, memperkuat posisi perempuan sebagai objek tontonan.

Dalam video klip, Jason Derulo dan figur laki-laki lainnya digambarkan sebagai penonton yang mengamati, bereaksi, dan menikmati tarian perempuan. Representasi ini secara visual menegaskan relasi male gaze, di mana laki-laki di tempatkan sebagai subjek aktif yang memiliki kuasa melihat, sementara perempuan menjadi objek pasif yang dilihat. Pakaian minim dan gestur tarian yang provokatif semakin memperkuat objektifikasi, karena tubuh perempuan ditampilkan bukan sebagai bagian dari narasi yang kompleks, melainkan sebagai alat pemikat visual.

Gabungan antara lirik dan visual dalam “Wiggle” menciptakan pesan yang konsisten dan saling menguatkan mengenai objektifikasi perempuan. Lirik membangun narasi verbal tentang daya tarik fisik, sementara video klip mengamplifikasinya melalui representasi visual yang eksplisit. Sinergi audio-visual ini memperkuat stereotip perempuan sebagai makhluk yang hadir untuk memuaskan hasrat seksual laki-laki melalui penampilan dan gerakan tubuh. Dengan demikian, “Wiggle” tidak hanya merefleksikan objektifikasi perempuan, tetapi juga berperan aktif dalam menormalisasi reduksi nilai perempuan pada tubuh dan performa seksualnya dalam budaya populer.

b) Kaitan Lirik Lagu *Work* dengan Objektifikasi Dalam Video Klip

Lirik lagu “Work” oleh Rihanna yang dirilis pada tahun 2016 dan menampilkan Drake menggambarkan dinamika hubungan romantis yang penuh tuntutan, kelelahan, dan frustrasi. Inti pesan lagu ini terletak pada pengulangan frasa “Work, work, work,” yang merepresentasikan desakan agar pasangan menunjukkan usaha, komitmen, dan konsistensi demi mempertahankan hubungan. Kata “work” tidak sekadar dimaknai sebagai kerja literal, melainkan simbol dari perjuangan emosional dan upaya berkelanjutan dalam relasi yang sedang berada dalam kondisi tidak seimbang. Rihanna menampilkan sosok yang lelah dengan ketidakjelasan dan sikap setengah hati pasangannya, namun tetap menuntut keseriusan serta stabilitas dalam hubungan tersebut. Nuansa frustrasi dan ketidakpuasan emosional terasa kuat, seolah pengulangan kata “work” juga mencerminkan kejemuhan mental akibat hubungan yang tidak kunjung membaik.

Penggunaan Patois Jamaika dalam lirik memberikan warna budaya Karibia yang khas sekaligus membuat makna lagu menjadi lebih ambigu dan terbuka terhadap berbagai interpretasi. Dalam konteks ini, “work” dapat dimaknai sebagai perjuangan, pengorbanan, atau performa, baik secara emosional maupun fisik. Meski makna utama lagu berfokus pada tuntutan usaha dalam hubungan, tidak dapat diabaikan adanya potensi konotasi seksual yang tersirat, terutama mengingat genre R&B dan budaya pop yang kerap mengaitkan relasi romantis dengan performa intim.

Kaitan antara lirik “Work” dan objektifikasi perempuan muncul secara subtil. Repetisi kata “work” dapat ditafsirkan sebagai ekspektasi terhadap perempuan untuk terus “memberi” atau “melakukan usaha” demi memuaskan dan mempertahankan pasangan. Dalam konteks ini, perempuan berpotensi direduksi pada peran fungsional, baik sebagai pihak yang harus menyenangkan pasangan maupun sebagai subjek performa seksual. Lirik lagu ini juga tidak banyak menggali karakter perempuan secara mendalam di luar relasi romantis tersebut, sehingga identitas perempuan lebih sering ditampilkan melalui perannya dalam hubungan, bukan sebagai individu yang utuh dengan ambisi, pemikiran, dan pengalaman yang beragam.

Ambiguitas lirik menjadi celah penting dalam analisis karena maknanya sering diperjelas melalui elemen visual. Dalam video klip “Work”, Rihanna dan penari latar perempuan ditampilkan dengan gerakan sensual, suasana pesta, serta busana yang menonjolkan tubuh. Visual ini memperkuat tafsir bahwa “work” tidak hanya bermakna usaha emosional, tetapi juga performa tubuh yang ditujukan untuk konsumsi visual. Dengan demikian, meskipun lirik lagu “Work” tidak secara eksplisit menampilkan objektifikasi seperti beberapa lagu lain, kombinasi antara makna lirik yang ambigu dan representasi visual dalam video klip berkontribusi pada penguatan citra perempuan sebagai objek daya tarik dan hiburan seksual dalam budaya populer.

c) Kaitan Lirik Lagu *Under The Influence* dengan Objektifikasi Dalam Video Klip

Lirik lagu “*Under the Influence*” oleh Chris Brown secara fundamental menggambarkan ketertarikan yang sangat kuat, obsesif, dan memabukkan terhadap seorang perempuan, hingga penyanyi merasa berada “di bawah pengaruh” daya tarik tersebut. Lagu ini mengeksplorasi hasrat fisik dan emosional yang intens, namun lebih dominan menekankan aspek seksual dan keinginan akan kontrol. Dibandingkan dengan lagu-lagu seperti “*Wiggle*” atau “*Work*”, “*Under the Influence*” menampilkan objektifikasi perempuan secara jauh lebih eksplisit dan problematik karena perempuan digambarkan sebagai objek yang dapat dikuasai, dimanipulasi, dan dikendalikan demi kepuasan penyanyi. Objektifikasi terlihat sejak cara perempuan direpresentasikan terutama melalui tubuh dan respons fisiknya. Lirik seperti “*Your body lightweight speaks to me*” menunjukkan bahwa komunikasi dan ketertarikan tidak didasarkan pada kepribadian, pikiran, atau emosi perempuan sebagai individu, melainkan pada tubuhnya sebagai sumber rangsangan seksual. Perempuan direduksi menjadi pemicu hasrat, bukan subjek yang setara dalam relasi. Ketertarikan ini bersifat satu arah dan menempatkan perempuan sebagai objek pasif dari keinginan laki-laki.

Aspek kontrol dan kepemilikan menjadi elemen paling mencolok dalam lagu ini. Lirik seperti “make it rain on it” mengacu pada praktik melempar uang kepada penari, yang secara simbolik mereduksi perempuan menjadi objek hiburan yang dapat dibeli. Baris “tie it up, put a chain on it” sangat problematik karena secara

literal menyiratkan pengikatan dan perbudakan, menghilangkan agensi serta kebebasan perempuan. Keinginan untuk “make you tattoo my name on it” memperkuat narasi kepemilikan ekstrem, seolah tubuh perempuan adalah properti yang dapat ditandai sebagai milik pribadi. Bahkan lirik “make you cry like a baby” dapat dibaca sebagai ekspresi dominasi, di mana perempuan ditempatkan dalam posisi rentan dan tak berdaya.

Selain itu, perempuan digambarkan sebagai sarana pemenuhan kesenangan seksual pria. Ungkapan seperti “you can ride it” secara jelas berfungsi sebagai eufemisme seksual, menegaskan bahwa peran perempuan dalam lagu ini adalah untuk melayani hasrat penyanyi. Objektifikasi semakin diperparah dengan ajakan merekam aktivitas intim melalui lirik “Let’s GoPro and make a video”, yang menunjukkan perempuan sebagai objek visual yang direkam untuk kepuasan pribadi, sekaligus menghapus batas privasi dan martabatnya.

Narasi “under the influence” atau penggunaan zat dalam lirik dapat dibaca sebagai pemberanahan atas perilaku agresif dan dominatif tersebut. Namun alih-alih melemahkan kritik, hal ini justru menegaskan bagaimana batas etika terhadap perempuan menjadi kabur dan diabaikan. Secara keseluruhan, “*Under the Influence*” menghadirkan representasi perempuan sebagai objek kendali, kepemilikan, dan kenikmatan seksual, menjadikannya contoh yang kuat dan relevan dalam kajian objektifikasi perempuan dalam musik R&B dan budaya populer.

d) Kaitan Lirik Lagu *Lust* dengan Objektifikasi Dalam Video Klip

Lirik lagu “*Lust*” oleh Lil Skies, sebagaimana judulnya, secara eksplisit berpusat pada nafsu dan hasrat seksual yang intens terhadap perempuan. Lagu ini menekankan kepuasan instan dan daya tarik fisik sebagai inti relasi, tanpa memberi ruang yang berarti bagi aspek emosional, romantis, atau kedalaman hubungan interpersonal. Dalam konteks ini, “*Lust*” merepresentasikan bentuk objektifikasi perempuan yang jelas dengan mereduksi mereka menjadi objek pemuas hasrat penyanyi.

Sepanjang lirik, fokus utama diarahkan pada tubuh dan potensi seksual perempuan. Ungkapan seperti “I just want you for your body” dan “I just want to taste your love” secara langsung menegaskan bahwa ketertarikan

penyanyi terbatas pada kepuasan fisik. Tidak terdapat penggambaran perempuan sebagai individu dengan kepribadian, pemikiran, atau emosi yang kompleks. Ketertarikan yang ditampilkan bersifat sepihak dan instrumental, menjadikan tubuh perempuan sebagai pusat nilai dan perhatian.

Perempuan juga digambarkan sebagai sumber kenikmatan yang keberadaannya ditujukan untuk memenuhi hasrat penyanyi. Lirik seperti “*You know that I want you bad*” dan “*Just come over, let's get high*” menempatkan perempuan dalam posisi pasif, sebagai objek yang dipanggil untuk memberikan kesenangan. Relasi yang dibangun tidak menunjukkan negosiasi atau kesetaraan, melainkan dominasi keinginan penyanyi atas tubuh perempuan.

Selain itu, penggunaan konsep “*lust*” sebagai tema utama berkontribusi pada reduksi makna hubungan menjadi dorongan biologis semata. Penekanan pada “*money and the sex*” memperlihatkan bagaimana perempuan diposisikan sejajar dengan kesenangan material, bukan sebagai subjek relasional. Dalam konteks gaya hidup “*playboy*” yang sering muncul dalam hip-hop, perempuan direpresentasikan sebagai aksesori status dan pelengkap kemewahan, sebagaimana tergambar dalam lirik tentang pakaian desainer, jam tangan mahal, dan kehidupan glamor.

Kurangnya agensi perempuan menjadi aspek penting dalam objektifikasi ini. Meskipun terdapat baris seperti “*she want me to hold her close*,” narasi tetap didominasi sudut pandang dan keinginan penyanyi. Perempuan tidak diberi ruang untuk mengekspresikan kehendak atau subjektivitasnya secara mandiri; mereka hadir terutama sebagai penerima dan objek dari hasrat laki-laki.

Secara keseluruhan, lirik lagu “*Lust*” oleh Lil Skies memperlihatkan objektifikasi perempuan melalui fokus sempit pada daya tarik fisik dan seksual, penggambaran perempuan sebagai sumber kenikmatan, serta penempatannya dalam narasi gaya hidup hedonistik. Lagu ini menjadi contoh yang jelas bagaimana bahasa lirik dapat mereproduksi pandangan yang mereduksi perempuan dalam budaya musik populer.

e) Kaitan Lirik Lagu *Anaconda* dengan Objektifikasi Dalam Video Klip

Lirik lagu “*Anaconda*” oleh Nicki Minaj merupakan reinterpretasi provokatif dari lagu

“*Baby Got Back*” (1992) karya Sir Mix-A-Lot dan secara eksplisit merayakan bokong perempuan sebagai pusat daya tarik, kekuatan, dan nilai. Lagu ini menarik untuk dikaji dalam konteks objektifikasi perempuan karena, meskipun dinyanyikan oleh seorang perempuan, liriknya tetap mereduksi perempuan pada atribut fisik tertentu dan menjadikan tubuh—khususnya bokong—sebagai alat utama dalam relasi sosial dan industri hiburan. Fokus berulang pada kata “*butt*” dan “*buns*” mempersempit identitas perempuan menjadi satu bagian tubuh, mengabaikan dimensi lain seperti kepribadian, kecerdasan, atau kapasitas intelektual.

Dalam “*Anaconda*”, tubuh perempuan juga direpresentasikan sebagai komoditas. Kepemilikan bokong besar diposisikan sebagai modal daya tarik yang dapat ditukar dengan perhatian, status, dan pengakuan. Meskipun Nicki Minaj menampilkan kontrol atas tubuhnya sendiri, narasi yang dibangun tetap berangkat dari asumsi bahwa nilai perempuan terletak pada kemampuan fisiknya untuk memicu hasrat laki-laki. Hal ini menciptakan fenomena self-objectification, di mana perempuan secara sadar menampilkan tubuhnya sebagai objek, namun tetap berada dalam kerangka logika objektifikasi yang dominan. Dengan demikian, “*Anaconda*” menghadirkan ambivalensi antara pemberdayaan dan pengkuhan standar seksual patriarkal.

Jika dikaitkan dengan analisis lagu “*Wiggle*”, “*Work*”, “*Under the Influence*”, dan “*Lust*”, terlihat adanya benang merah yang konsisten dalam lirik lagu R&B, yaitu kecenderungan mereduksi perempuan menjadi objek fisik dan seksual. Dalam “*Wiggle*”, perempuan direpresentasikan sebagai hiburan visual melalui fokus pada goyangan tubuh, yang diperkuat oleh video klip yang menampilkan tarian sensual secara berulang. “*Under the Influence*” menampilkan objektifikasi yang lebih ekstrem melalui narasi kepemilikan, kontrol, dan bahkan perekaman tubuh perempuan sebagai objek konsumsi visual. Sementara itu, “*Lust*” secara terang-terangan menempatkan perempuan sebagai sumber kepuasan instan dan aksesori gaya hidup hedonistik, tanpa ruang bagi agensi atau subjektivitas mereka.

Lagu “*Work*” dan “*Anaconda*” menunjukkan bentuk objektifikasi yang lebih subtil dan kompleks. Dalam “*Work*”, ambiguitas makna kata “*work*” membuka ruang interpretasi yang kemudian diisi oleh visual video klip berupa

tarian sensual dan penekanan pada tubuh perempuan. Video klip berfungsi sebagai penegas bahwa “usaha” yang dimaksud dapat dibaca sebagai performa fisik dan seksual. Dalam “*Anaconda*”, visualisasi ekstrem terhadap tubuh perempuan memperkuat fokus lirik dan menjadikan tubuh sebagai pusat makna, meskipun dibungkus dalam narasi kontrol diri.

Secara keseluruhan, analisis terhadap kelima lagu menunjukkan bahwa lirik dan video klip musik R&B bekerja secara sinergis dalam mengukuhkan objektifikasi perempuan. Perempuan direpresentasikan terutama sebagai objek visual, sumber kenikmatan, dan komoditas seksual. Bahkan ketika perempuan menjadi subjek penyanyi, representasi yang ditampilkan sering kali tetap beroperasi dalam kerangka nilai yang mengukur perempuan berdasarkan daya tarik fisiknya.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap lima video klip musik bergenre R&B menggunakan pendekatan semiotika John Fiske, penelitian ini menyimpulkan bahwa objektifikasi perempuan merupakan praktik visual yang dominan, sistematis, dan berulang dalam industri musik populer. Objektifikasi tersebut bekerja pada tiga tingkat makna semiotik, yaitu realitas, representasi, dan ideologi. Pada tingkat realitas, perempuan ditampilkan melalui pakaian minim, gerakan tubuh sensual, serta teknik sinematografi seperti close-up, slow motion, dan sudut pengambilan rendah yang menyorot bagian tubuh tertentu, sehingga perempuan direduksi menjadi tubuh semata. Pada tingkat representasi, perempuan cenderung diposisikan sebagai objek visual pasif yang tidak memiliki peran naratif signifikan, melainkan berfungsi sebagai pelengkap estetika bagi figur laki-laki. Sementara itu, pada tingkat ideologi, video klip R&B mereproduksi nilai patriarki dan komodifikasi tubuh perempuan, di mana tubuh perempuan diperlakukan sebagai komoditas visual untuk kepentingan hiburan, komersial, dan dominasi maskulin. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa bentuk-bentuk objektifikasi yang muncul mencakup instrumentalisasi, reduksi tubuh, pasivitas, dan fungsi dekoratif, yang secara kumulatif menegaskan penghilangan agensi dan subjektivitas perempuan. Temuan ini diperkuat oleh hubungan simbiosis antara lirik lagu dan visualisasi video klip, di mana lirik menjadi dasar naratif objektifikasi dan video klip berfungsi sebagai amplifikasi visualnya. Dengan demikian, objektifikasi perempuan dalam video klip R&B bukanlah fenomena kebetulan, melainkan bagian dari konstruksi budaya yang dilegitimasi oleh ideologi patriarki dan kapitalisme visual.

Sebagai saran, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan bagi studi selanjutnya untuk memperluas objek kajian dengan melibatkan genre musik lain serta mengombinasikan pendekatan semiotika dengan teori feminism, kajian budaya, atau ekonomi politik media agar analisis menjadi lebih komprehensif. Selain itu, meskipun semiotika John Fiske efektif dalam mengungkap struktur makna dan ideologi dalam teks media, penelitian lanjutan disarankan untuk melengkapi analisis dengan kajian resepsi audiens guna memahami bagaimana objektifikasi perempuan dipersepsi, dinegosiasi, atau bahkan dinormalisasi oleh masyarakat. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai dampak representasi media terhadap konstruksi sosial tentang perempuan..

DAFTAR RUJUKAN

- Angkawijaya, Y., & Kusumawati, Y. A. (2020). Representasi Perempuan pada Poster Teaser Album K-Pop Blackpink dan Twice. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 9(1), 1-8.
- Baker, C. N. (2010). Sexting and the Sexualization of Adolescents: An Ethical Examination. *The Journal of Adolescent Health*, 47(1), 5–6.
- Behera, P. (2024). A frameWork of semiotics theory to understand the signs and their meaning in society. *Journal of Architecture and Art Research and Design*, 3(1), 45–60.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative & quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206.
- Gill, R. (2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166.
- Handayani, R. (2017). Male Gaze dalam Fotografi Model: Objektifikasi dan Komersialisasi Tubuh Perempuan. *Jurnal Jurnalisa*, 3(1).
- Muktaf, Z. M. (2013). CITRA FEMININ DALAM VIDEO MUSIK TEEN TOP (Studi Semiotika mengenai citra feminin pada video musik Teen Top berjudul ‘No More Perfume on You’). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 4(1), 1-14.
- Munawwaroh, W. N., Sos, R. S. K. S., & Kom, M. I. (2024). Representasi Wanita Dalam Musik Video

- Kpop Loona Butterfly (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Natha, G. (2017). Representasi stereotipe perempuan dan budaya patriarki dalam video klip Meghan Trainor "All About That Bass". *Jurnal e-Komunikasi*, 5(2), 1-9.
- Neal, M. A. (2016). The Evolution of R&B [Interview]. NPR.
- PRATAMA, A. D. (2015). CITRA PEREMPUAN DALAM VIDEO CLIP ALICIA KEYS" GIRL ON FIRE" (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Putri, N. B., & Putri, K. Y. S. (2020). Representasi Toxic Relationship Dalam Video Klip Kard–You in Me. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 14(1).
- Rahminda, A., Hanifa, A., Dalimunthe, M. A., & Sazali, H. (2023). REPRESENTASI STEREOTIP PEREMPUAN DALAM VIDEO KLIP YURA YUNITA" TUTUR BATIN. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 2(1), 44-50.
- Rafael, G. O. (2017). Representasi Citra Perempuan dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Representasi Citra Perempuan dalam Lirik Lagu
- Rizkyana, A. (2018). Analisis semiotika: Representasi objektifikasi seksual perempuan dalam film drama komedi 3 dara. *Interaksi Online*, 6(4), 537-554.
- Rochimah, T.H.N. (2018). Pertarungan Wacana Tubuh Perempuan dalam Media. Yogyakarta: Buku Litera.
- Shabiriani, U. N., & Pratama, I. G. Y. (2022). REPRESENTASI SEKSUALITAS DALAM MUSIC VIDEO HYUNA LIP & HIP. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 11-17.
- Siswanti, R., Sunarto, S., & Yusriana, A. (2022). Representasi Objektifikasi Seksualitas Wanita Pada Iklan Kondom Sutra Versi "Mantap–Mantap Makin Mesra" Di Antv Pada Pukul 02.00 WIB Malam. *Interaksi Online*, 10(4), 113-120.
- Sobur, A. (2004). Semiotika komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1984). Introduction to qualitative research methods: The search for meanings (2nd ed.). New York: Wiley.
- Tinambar, P., & Asmarani, R. (2022). Objektifikasi Perempuan dalam Media Sosial (Instagram). *Jurnal Komunikasi Universitas Mercu Buana*, 7(1), 42–55.
- Viqri, M. (2023). REPRESENTASI OBJEKTIFIKASI TUBUH PEREMPUAN DALAM VIDEO KLIP (Analisis Semiotika John Fiske Pada Video Klip (G) I-DLE-Nxde, Stellar–Marionette dan AOA–Miniskirt. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 3958-3967.
- Wulan, R. R. (2014). Sensualitas perempuan dalam industri musik populer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 1-10. <https://doi.org/10.31315/jik.v12i3.1445>
- Zuhaira, S. (2021). Representasi Perempuan Dalam Video Klip Girlband Korea (Analisis Semiotika Video Klip Dalla Dalla Dari Girlband Itzy). *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 1