

REPRESENTASI SEKSUALITAS DALAM *MUSIC VIDEO* HYUNA LIP & HIP

Uzda Nabila Shabiriani¹, I Gede Yudha Pratama²

¹Visual Communication Design, School of Design, Bina Nusantara University

²Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: uzda.nabila@binus.ac.id¹, yudha.pratama@idbbali.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2022

Accepted : April, 2022

Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

The unfair representation of women can be seen in Hyuna's music video, entitled Lip & Hip. The male gaze as spectators builds fantasy on female figures according to their tastes, while women as objects of sexuality place the female body that creates, organizes and expresses, and directs desires. In this study, researchers analyzed body gestures, facial expressions, displayed icons, and other things that can represent sexuality using Laura Mulvey's male gaze theory as the basis. The results of this analysis show that in the Lip & Hip music video, there are signs of sexuality representation that lead to forms of women exploitation, and at the same time match these forms of sexuality with the male gaze theory. Hyuna's music video Lip & Hip acts as a marker for male audiences, bound by a symbolic sequence that can be a place for men to release their fantasies and obsessions through linguistic commands (director's direction) by emphasizing the image of Hyuna as a meaning bearer (wayang), not a meaning maker (dalang), so this music video is a form of sexuality representation that is sold by the media for the sake of capitalism and at the same time an object of male sexuality (male gaze).

Keywords: Sexuality, Women Image, Music Video, Hyuna, Male Gaze.

ABSTRAK

Ketidakadilan representasi perempuan dapat dilihat pada *music video* Hyuna yang berjudul Lip & Hip. Tatapan laki-laki atau *male gaze* sebagai penonton membangun fantasi terhadap sosok perempuan sesuai dengan selera mereka, sedangkan perempuan sebagai objek seksualitas menempatkan tubuh perempuan yang menciptakan, mengorganisir dan mengekspresikan, serta mengarahkan hasrat. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis gestur tubuh, mimik wajah, ikon yang ditampilkan, serta hal-hal lain yang dapat merepresentasikan seksualitas dengan menggunakan landasan teori *male gaze* Laura Mulvey. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa di dalam video Lip & Hip terdapat tanda-tanda representasi seksualitas yang mengarah kepada bentuk eksploitasi terhadap perempuan dan sekaligus mencocokkan bentuk-bentuk seksualitas tersebut dengan teori *male gaze*. *Music video* Hyuna Lip & Hip bertindak sebagai penanda untuk penonton laki-laki, diikat oleh urutan simbolik yang dapat menjadi tempat laki-laki untuk melepaskan fantasi dan obsesinya melalui perintah linguistik (arahan sutradara) dengan menekankan pada citra Hyuna sebagai pembawa makna (wayang), bukan

pembuat makna (dalang), sehingga music video Hyuna Lip & Hip merupakan bentuk representasi seksualitas yang dijual oleh media untuk kepetingan kapitalisme dan sekaligus objek seksualitas pria (*male gaze*).

Kata Kunci: Seksualitas, Citra Perempuan, Music Video, Hyuna, Male Gaze.

PENDAHULUAN

Ketidakadilan representasi perempuan dapat dilihat saat media massa menampilkan dan mengeksploitasi mimik wajah dan bentuk tubuh perempuan sebagai daya tarik. Menurut Priyatna (2006), perempuan dalam media ditampilkan sebagai objek dalam sudut pandang laki-laki. Sebagai manusia, perempuan adalah subjek yang merupakan suatu kesadaran. Tetapi tanpa disadari seorang perempuan dijadikan sebagai "objek". Perempuan sebagai "objek" ditempatkan dengan tampilan tubuh perempuan yang menciptakan, mengorganisir dan mengekspresikan serta mengarahkan hasrat (seksualitas). Salah satunya pada *music video* Hyuna yang berjudul Lip & Hip.

Hyuna merupakan mantan personel *girl group* 4Minute yang dikenal dengan *image* seksi, bahkan sering disebut sebagai Jennifer Lopeznya Korea karena tubuh Hyuna yang seksi. Dalam setiap penampilan, Hyuna seringkali mengekspos kelebihan tubuhnya tersebut, baik dalam *music video* maupun pemotretan. Salah satu *music video* yang mengekspos tubuh Hyuna yang seksi adalah Lip & Hip. *Music video* ini dinilai terlalu vulgar dan dapat membangunkan fantasi laki-laki saat menonton video tersebut.

Sebelum dirilis, lagu Lip & Hip pertama dinyanyikan dalam acara *Melon Music Award (MMA) 2017*. Dilansir pada website www.wowkeren.com, aksi seksi Hyuna di atas panggung sontak menambah ramai postingan terkait MMA 2017, apalagi penampilan seksi tersebut didukung dengan aksi keren para *dancer* dan properti yang digunakan, seperti mobil hingga motor naik ke atas panggung. Lalu pada tanggal 4 Desember 2017, lagu Lip & Hip resmi dirilis.

Music video Hyuna Lip & Hip berhasil meraih 17.4 juta *viewers* di youtube. Berkat banyaknya *viewers* yang menonton *music video* tersebut, Hyuna berhasil meraih posisi 5 di *Billboard World Album Chart 2017*. Selain itu, *music video* ini dinilai dapat membuat seseorang berpikir tentang *sex* (*suggestive*) karena keseksian yang ditampilkan oleh Hyuna. Dilansir pada website www.billboard.com tahun 2017, Hyuna's "*Lip &*

Hip" *music video* is one of the most suggestive clips out of K-pop in some time, as the soloist takes ownership of female passion through a subtle coming-of-age narrative. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *image* seksi Hyuna masih melekat kuat dalam *music video* Lip & Hip.

Penelitian ini dibingkai oleh literatur yang terkait dengan *male gaze*. Literatur ini digunakan dalam analisis gestur tubuh, mimik wajah, ikon yang ditampilkan, serta hal-hal lain yang dapat merepresentasikan seksualitas dalam *music video* Hyuna Lip & Hip. Rosemarie Putnam Tong (2004) menyatakan bahwa feminisme bukan sebuah ideologi monolitik tetapi pemikiran feminis yang memiliki masa lalu, masa kini, serta masa depan. Menurut Brunsdon (1991), feminisme memiliki tiga gelombang dengan ciri masing-masing mengikuti sejarah perkembangan pemikiran manusia. Sejak abad pertengahan tahun 1970-an dan seterusnya, banyak feminis yang bergelut dalam bidang film, media, dan kajian budaya yang dapat mengalihkan perhatian orang lain pada 'citra untuk perempuan'. Salah satu feminis yang membentuk pemikiran baru mengenai wanita dan film, yaitu Laura Mulvey.

Laura Mulvey (1989) dalam esainya yang berjudul *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, mengenai citra perempuan dalam layar yang memberikan kesenangan visual terhadap penonton. Sinema menawarkan berbagai bentuk kesenangan, salah satunya *scopophilia*, yaitu kesenangan menatap. Mulvey mendefinisikan *scopophilia* yang merujuk pada pemikiran Freud, yakni menjadikan orang lain sebagai objek tatapan dan menjadikan mereka sebagai objek rangsangan seksual.

Kesenangan menatap menurut Mulvey (1989) telah terbagi menjadi kategori aktif dan pasif. Laki-laki memainkan peran aktif, sedangkan perempuan memainkan peran pasif. Tatapan laki-laki (*male gaze*) membangun fantasi terhadap sosok perempuan sesuai dengan selera masing-masing. Peran perempuan secara bersamaan menjadi objek untuk dilihat dan dipertontonkan dengan penampilan yang sedemikian rupa yang dirancang untuk memberikan pesan visual yang kuat dan erotis. Sehingga perempuan dapat dikatakan sebagai "yang dilihat" atau dalam sebuah tontonan erotis,

perempuan berperan sebagai objek seksual. Menurut Hollows (2010), Mulvey dalam esainya memberikan suatu pemahaman bagaimana citra perempuan di layar yang berperan untuk memenuhi kebutuhan laki-laki sebagai objek tatapan. Suatu pemikiran yang diterima dimungkinkan dapat mempengaruhi tercapainya suatu penerimaan diri terhadap pemahaman yang diberikan (Pratama, 2021).

Pandangan Adorno (dalam Aulia, 2013) tentang Fetisme Komoditas berawal dari Karl Marx. Pandangan Marx tentang komoditas berakar dari orientasi materialisnya yang berfokus pada aktivitas-aktivitas produktif para aktor. Budaya populer telah merubah sikap, komitmen, dan orientasi kepentingan seniman dalam mengapresiasi seni. Seperti yang sering kita saksikan, maraknya konser, pertunjukan, tontonan musik baik yang digelar secara terbuka maupun tertutup, atau tayangan di layar televisi. Penampilan para artis ini sudah dimanipulasi untuk kepentingan dan persaingan dagang, dibandingkan apresiasi terhadap seni itu sendiri. Artis sudah menjadi merek dagang dari barang dagangan yang mensponsornya, daripada penonjolan unsur estetika ataupun apresiasi terhadap seninya. Ruang apresiasi para artis sudah dibatasi oleh *image* atau propaganda pencitraan komoditas dari pihak sponsor.

Menurut Kartini & Maulana (2019), seksualitas adalah sebuah proses sosial budaya yang mengarahkan hasrat atau birahi manusia. Seksualitas dipengaruhi oleh interaksi antara faktor biologis, psikologis, sosial, ekonomi, politik, agama, dan spiritual. Seksualitas merupakan hal positif yang berhubungan dengan jati diri seseorang dan juga kejujuran seseorang terhadap dirinya.

Menurut Demartoto (2010), seksualitas menyangkut banyak aspek kehidupan dan diekspresikan dalam bentuk perilaku yang beraneka ragam. Seksualitas dipahami sebagai bagaimana seseorang mengalami, menghayati, dan mengekspresikan diri sebagai makhluk seksual melalui bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan bertindak berdasarkan posisinya sebagai makhluk seksual. Bagaimana manusia mengkomunikasikan perasaan tersebut kepada orang lain melalui tindakannya, seperti sentuhan, pelukan, ataupun perilaku yang halus, seperti isyarat, gerak tubuh, cara berpakaian, dan perbendaharaan kata. Termasuk pikiran, pengalaman, nilai, fantasi, dan emosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan gestur tubuh dan mimik wajah Hyuna, potongan adegan, dan ikon seksualitas dalam *music video* Hyuna Lip & Hip.

Menurut Ali (1982), metode deskriptif digunakan untuk memecahkan sekaligus menjawab permasalahan yang terjadi pada masa sekarang. Langkah-langkah yang dilakukan dalam metode ini adalah pengumpulan data, klasifikasi, analisis atau pengolahan data, membuat kesimpulan, dan laporan dengan tujuan untuk membuat penggambaran tentang suatu keadaan secara objektif dalam suatu deskripsi.

Pada tahap awal, peneliti mengumpulkan data mengenai teori *male gaze*, feminisme, seksualitas, serta mengumpulkan data lain terkait adegan-adegan dalam *music video* Hyuna Lip & Hip berupa hasil *screenshot* youtube *music video* Hyuna.

Hasil data yang telah dikumpulkan, diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu gestur tubuh dan mimik wajah *talent* yang ada di dalam *music video* Hyuna Lip & Hip, potongan adegan seksualitas dalam *music video* Hyuna Lip & Hip, dan ikon seksualitas dalam *music video* Hyuna Lip & Hip.

Ketiga kategori tersebut dianalisis sesuai dengan tampilan visual yang ditampilkan pada *music video* Lip & Hip. Dari *music video* Hyuna Lip & Hip terdapat dampak (implikasi) dari eksploitasi terhadap tubuh perempuan dan bentuk perilaku tersebut. Implikasi dan eksploitasi tubuh perempuan dibahas dari segi teknik pengambilan gambar yang hanya memfokuskan mata penonton pada salah satu bagian tubuh perempuan, gestur tubuh, mimik wajah dan salah satu pose dalam gerakan koreografi Hyuna yang diarahkan untuk menggoda para penontonnya dan dapat menimbulkan fantasi di setiap orang, khususnya laki-laki.

Hasil analisis dari data tersebut kemudian dibuat kesimpulannya dan dikaitkan dengan teori *male gaze* Laura Mulvey yang dapat menguatkan penulisan kesimpulan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gestur Tubuh dan Mimik Wajah dalam *Music Video* Lip & Hip

Dari *music video* Hyuna Lip & Hip terdapat dampak (implikasi) dari eksploitasi terhadap perempuan dan bentuk perilaku tersebut. Berikut penjelasannya:



Gambar 1. Adegan Pertama pada Menit 00:09
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqImqOVE2U>]

Gambar 1 menampilkan seorang perempuan yang sedang berjalan ke sebuah ruangan. Perempuan ini menggunakan jaket dan celana *hotpants*. Teknik pengambilan gambar *close up* yang terfokus pada pantat *talent* perempuan, yakni Hyuna pada *music video* tersebut. Pengarahan tatapan mata penonton pada pantat Hyuna merupakan salah satu bentuk eksploitasi terhadap tubuh perempuan yang menurut sebagian besar laki-laki menonjol dan menjadi salah satu bagian tubuh dari perempuan yang dapat menggoda para laki-laki.

Teknik pengambilan gambar ini dapat menggairahkan mata laki-laki yang menonton *music video* Hyuna Lip & Hip. Selain itu, Hyuna diarahkan untuk menggerakkan bagian pinggulnya saat berjalan memasuki ruangan, yang mana hal ini dapat menambahkan kesan menggoda di mata penonton laki-laki.

Menurut Foucault (dalam King, 2004), tubuh perempuan dianggap sebagai "*other*". Artinya, tubuh perempuan dinilai berbeda dengan tubuh laki-laki. Perempuan memiliki bagian-bagian tubuh tertentu yang lebih menonjol daripada laki-laki, seperti payudara, pinggul, dan pantat. Perempuan dijadikan sebagai subjek dalam *music video* ini, sedangkan laki-laki sebagai objek yang menonton. Hal ini yang membuat tubuh perempuan menjadi sasaran eksploitasi media dan menjadi *visual pleasure* untuk penonton laki-laki yang melihatnya.



Gambar 2. Adegan Kedua pada Menit 00:22
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqImqOVE2U>]

Gambar 2 menampilkan Hyuna sudah berada di dalam sebuah kamar dan duduk di depan meja rias. Hyuna diarahkan untuk menyisihkan rambut ke sisi kanan dengan memperlihatkan leher. Eksploitasi tubuh perempuan yang ditampilkan dalam adegan ini adalah mengatur dan mengarahkan perempuan sebagai objek tatapan laki-laki untuk memberikan gestur tubuh dan mimik wajah yang terkesan seksi.

Hyuna sebagai *talent* perempuan *music video* merepresentasikan standar kecantikan perempuan Asia, yaitu berambut panjang, bertubuh ideal, dan berkulit putih. Menurut Naomi Wolf (dalam Arsitowati, 2017), perempuan, baik yang tua maupun muda, sangat takut akan penuaan. Perempuan yang kurus maupun gemuk harus berjuang untuk mendapatkan bobot tubuh yang ideal, dimana banyak orang berpendapat bahwa perempuan harus memiliki tubuh yang ideal. Gambaran tubuh ideal menurut banyak orang adalah tinggi, langsing, berkulit putih, dan wajah bersih tanpa noda atau jerawat. Figur sempurna yang tidak pernah dimiliki oleh semua perempuan.

Selain itu, Hyuna juga diarahkan untuk menyisihkan rambutnya secara perlahan agar dapat menciptakan kesan seksi. Menurut Piliang (dalam Ibrahim & Suranto, 1998), pemanjaan tubuh secara fragmentaris (bersifat fragmen, yaitu cerita atau petikan cerita, lakon yang dipentaskan baik di atas panggung atau di depan kelas), seperti payudara, pinggang, pinggul, kaki, perut, dan lain-lain merupakan kode-kode keseksian. Pemanjaan tubuh secara fragmentaris tersebut juga dimaknai sebagai tindakan pengobralan keaktifan seksual perempuan.



Gambar 3. Adegan Ketiga pada Menit 00:33
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqImqOVE2U>]

Gambar 3 menampilkan bagian belahan dada Hyuna yang secara diperlihatkan dengan cara menurunkan bagian depan baju yang dikenakan. Cara ini memaksa fokus penonton untuk menjadikan Hyuna sebagai objek fetish, objek peneguhan pola kerja patriarkhi, objek seksis, dan objek pelecehan, yang mana hal-hal tersebut

merupakan salah satu cara untuk mengeksploitasi bagian tubuh perempuan.

Fetisime semacam ini mengandung unsur kekerasan simbolik yang disebabkan oleh adanya pemaksaan tak kasat mata dengan memposisikan bagian tubuh perempuan, yakni belahan dada Hyuna yang dengan sengaja ditampilkan sebagai objek kepuasan mata laki-laki sebagai penonton.



Gambar 4. Adegan Keempat pada Menit 01:55
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqlmqOVE2U>]

Gambar 4 menampilkan Hyuna sedang melakukan gerakan koreografi bersama dengan salah satu *dancer* laki-laki. Gestur dan pose Hyuna diarahkan untuk mencondongkan bagian dada ke depan, menekuk bagian punggungnya agar pantatnya terlihat menonjol dan menampilkan mimik wajah menggoda yang sengaja tertutupi oleh rambut. Gestur dan pose ini dapat memberikan kesan menggoda dan seksi di mata penonton.

Selain itu, penempatan posisi laki-laki yang lebih rendah daripada perempuan (berada dibawah) memberikan makna kekuasaan tubuh laki-laki pada perempuan. Dalam *feminisme*, perempuan menguasai hasrat laki-laki dengan menjadikan laki-laki sebagai subjek yang menonton perempuan dan perempuan sebagai objek tatapan dengan bebas mengarahkan hasrat laki-laki dengan memanfaatkan tubuhnya. Perempuan memiliki bagian-bagian tubuh tertentu yang lebih menonjol, seperti payudara, pinggul, dan pantat mampu membangunkan hasrat laki-laki untuk memiliki fantasinya masing-masing yang mengarah kepada seksual saat menonton *music video* tersebut.

2. Adegan Seksual dalam *Music Video* Lip & Hip



Gambar 5. Adegan Kelima pada Menit 02:28
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqlmqOVE2U>]



Gambar 6. Adegan Keenam pada Menit 02:30
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqlmqOVE2U>]



Gambar 7. Adegan Ketujuh pada Menit 02:33
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqlmqOVE2U>]

Gambar 5 menampilkan Hyuna sedang melepas celana dalam berwarna putih, kemudian pada **Gambar 6** Hyuna sedang menggunakan celana dalam berwarna merah sebagai pengganti celana dalam sebelumnya yang sudah dilepas, dan **Gambar 7** menampilkan celana dalam berwarna merah yang dikenakan oleh Hyuna yang bertuliskan *sweet dream*.

Ketiga gambar tersebut secara tidak langsung mencoba mengarahkan fantasi laki-laki pada gestur Hyuna yang sedang mengganti celana dalam dan memanjakan mata laki-laki saat mengekspos pantat Hyuna dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *close up* pada bagian pantat Hyuna. Sedangkan tulisan *sweet dream* yang artinya semoga mimpi indah, juga dapat membangun imajinasi laki-laki kepada hal yang mengarah pada unsur seksual melalui tulisan tersebut pada celana dalam merah yang dikenakan Hyuna.

Tatapan penonton laki-laki untuk menjadikan Hyuna sebagai objek fetish, objek peneguhan pola kerja patriarki, obyek seksis, dan obyek pelecehan merupakan bentuk dari fetisisme. Fetisisme semacam ini mengandung unsur kekerasan simbolik yang disebabkan oleh adanya pemaksaan tak kasat mata dengan memposisikan bagian tubuh perempuan, yaitu pantat Hyuna sebagai objek kepuasan mata laki-laki.

Warna celana dalam Hyuna juga dapat menafsirkan makna tersendiri. Merah adalah warna yang seksi dan berani. Warna ini seringkali dipilih seseorang yang percaya diri dan tidak ragu untuk menarik perhatian orang lain dan juga dapat menampilkan kesan 'menggoda'. Seperti yang sering terjadi pada penggunaan *lipstick* berwarna merah. Menurut Elliot & Niesta (2008), warna merah memiliki dampak yang signifikan terhadap peringkat daya tarik lawan jenis. Seorang wanita yang mengenakan kemeja berwarna merah menerima peringkat yang lebih tinggi pada daya tarik yang dirasakan, hasrat seksual, perilaku seksual yang diinginkan, dan kesediaan untuk berkencan dan menghabiskan uang dengan wanita tersebut, dibandingkan dengan wanita yang sama saat mengenakan kemeja berwarna biru.

3. Ikon Seksualitas dalam *Music Video Lip & Hip*

Selain gestur tubuh dan mimik wajah, tampilan ikon bibir, lidah, dan permainan gerakan tangan dapat mengecoh mata penonton dalam mengartikan ikon-ikon tersebut ke dalam bentuk lain.



Gambar 8. Ikon Bibir Merah dalam Music Video di Menit 00:49
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqImqOVE2U>]

Pada **Gambar 8**, ikon bibir merah terbuka yang dimunculkan di menit ke 00:49 sebagai fragmen tubuh yang seksualitasnya diarahkan untuk menjadi objek tatapan laki-laki. Pengambilan gambar secara *close up* yang terfokus pada bibir merah Hyuna seolah mengajak mata penonton, khususnya laki-laki untuk seolah-olah ingin meraih bibir Hyuna. Dalam dunia periklanan, Mills (1998) mengatakan bahwa warna merah sering menimbulkan kesan erotis (bibir merah, kuku berwarna merah, dll). Hal ini merupakan pola fragmentasi yang mengacu pada proses karakter-karakter yang ada pada teks lebih cenderung digambarkan dalam konteks bagian tubuh tertentu, dibandingkan menampilkan tubuh secara utuh.



Gambar 9. Ikon Lidah Menjulur pada Menit 01:35
[Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqImqOVE2U>]

Gambar 9 menampilkan Hyuna sedang memakan permen sambil menjulurkan lidahnya untuk memperlihatkan permen biru berbentuk hati yang ada di dalam mulutnya. Lidah sebagai organ atau bagian tubuh perempuan dijadikan sebagai objek tatapan mata laki-laki. Bibir merah dan lidah perempuan diimplikasikan sebagai alat yang dapat memuaskan nafsu laki-laki layaknya *oral sex*. Permen berbentuk *love* mengindikasikan bahwa melalui lidah Hyuna akan memberikan cinta dan kenikmatan bagi laki-laki yang konotasinya menuju ke *oral sex*.

KESIMPULAN

Representasi seksualitas Hyuna direduksi hanya sebagai objek tontonan untuk menyenangkan hasrat seksual laki-laki. Mulvey (dalam Widyatama, 2006) menyatakan bahwa segala bentuk yang ditampilkan dalam media sebagai objek tontonan untuk menyenangkan hasrat seksual laki-laki merupakan *sexual pleasure* laki-laki dan simbol eksploitasi seksual.

Simbol eksploitasi seksual dapat dilihat dari dominasi adegan pada *music video* Hyuna Lip & Hip yang seringkali mengekspos bagian tubuh perempuan, baik dalam arahan gerakan koreografi,

gestur tubuh, mimik wajah, serta pakaian terbuka yang dikenakan Hyuna dapat mengundang hasrat laki-laki untuk menonton *music video* tersebut. Namun di sisi lain, eksploitasi media atas tubuh perempuan memang dianggap mampu untuk membentuk *economic capital*.

Sehingga dapat dikatakan bahwa eksploitasi tubuh Hyuna dalam *music video* Lip & Hip merupakan bentuk representasi seksualitas yang dijual oleh media untuk kepetingan kapitalisme dan sekaligus objek seksualitas pria (*male gaze*). Sejalan dengan pendapat Mulvey yang menyatakan bahwa 'perempuan' sebagai 'tanda kosong' yang hanya menandai keberadaannya dengan norma laki-laki. Dalam *music video* Hyuna Lip & Hip bertindak sebagai penanda untuk penonton laki-laki, diikat oleh urutan simbolik yang dapat menjadi tempat laki-laki untuk melepaskan fantasi dan obsesinya melalui perintah linguistik berupa arahan sutradara kepada Hyuna sebagai talent perempuan pada *music video* tersebut dengan menekankan pada citra Hyuna sebagai pembawa makna (wayang), bukan pembuat makna (dalang).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Priyatna. Putih, Femininitas dan Seksualitas Perempuan dalam Iklan Kita Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop. Bandung: Jalasutra, 2006.
- [2] Tim Wow Keren. Seksinya HyunA Perdana Bawakan Lagu Baru 'Lip & Hip' Yang Bahkan Belum Dirilis Resmi Di MMA 2017. Internet: <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00186713.html>, 4 Mei 2018 [December 2, 2017].
- [3] Herman, Tamara. HyunA Captivates in 'Lip & Hip' Music Video: Watch. Internet: <https://www.billboard.com/music/music-news/hyuna-lip-hip-music-video-watch-8054033/>, 20 November 2019 [April 12, 2017].
- [4] R. Putnam Tong. Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif kepada Aliran Utama Pemikiran Feminis. Bandung: Jalasutra, 2004.
- [5] C. Brunsdon. "Pedagogies of The Feminine: Feminist Teaching and Women's Genres". Screen, Vol.32, pp.364–381, 1 December. 1991.
- [6] L. Mulvey. "Visual Pleasure and Narrative Cinema". Springer, pp.14-26, 1989.
- [7] J. Hollows, S. Jamilah, & B. A. Ismayasari. Feminisme, Femininitas, dan Budaya Populer. Yogyakarta: Jalasutra, 2000.
- [8] Y. A. Aulia. "Fetisisme para Virginitas". Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa, Vol.1, pp.5, 2013.
- [9] A. Kartini & A. Maulana. "Redefinisi Gender dan Seks". An-Nisa: Jurnal Kajian Perempuan & Keislaman, Vol.12, pp.217-239, 2019.
- [10] A. Demartoto. "Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media". Jurnal Jurusan Sosiologi, Vol.3, pp. 119–122, 2010.
- [11] S. Margareta. "Hubungan Pelaksanaan Sistem Kearsipan dengan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pimpinan Universitas Pendidikan Indonesia". Jurnal UPI, 2013.
- [12] A. King. "The Prisoner of Gender: Foucault and the Disciplining of the Female Body". Journal of International Women's Studies, Vol.5, pp.3, 2004.
- [13] W.H. Arsitowati. "Kecantikan Wanita Korea sebagai Konsep Kecantikan Ideal dalam Iklan New Pond's White Beauty: What Our Brand Ambassadors are Saying". HUMANIKA, Vol.24, pp.85, 2017.
- [14] I. Subandy Ibrahim & H. Suranto. "Wanita, Media, Mitos, dan Kekuasaan: Mosaik Emansipasi dalam Ruang Publik yang Robek" dalam Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.
- [15] A. J. Elliot & D. Niesta. "Romantic red: Red enhances Men's attraction to Women". Journal of Personality and Social Psychology, Vol.95, pp.1150–1164, 2008.
- [16] Pratama, I. Gede Yudha. "VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KAUM DIFABEL." Jurnal Nawala Visual 3.1 (2021): 17-22.
- [17] S. Mills. Feminist Stylistics. New York: Routledge, 1995.
- [18] R. Widyatama. Bias Gender dalam Iklan televisi. Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- [19] 1theK (원더케이). [MV] HyunA(현아) _ Lip & Hip. Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=vcqlmqOVE2U>, 20 November 2019 [December 4, 2017].