

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya merupakan suatu hal yang melingkupi aktivitas dan tingkah laku manusia. Menurut Mulyana & Rakhmat (2006) budaya adalah cara berpakaian masyarakat setempat, kepercayaan-kepercayaan yang dimiliki, dan kebiasaan yang dipraktikkan masyarakat tersebut. Tiap-tiap negara di seluruh dunia memiliki ciri khas budayanya masing-masing. Suatu budaya juga tidak terlepas dari penyebaran budaya, penyebaran budaya ini dapat dilakukan melalui media massa. Hadirnya teknologi yang semakin pesat membuat masyarakat dapat mengetahui suatu budaya negara lain melalui media massa.

Setelah usai Perang Dunia II dan berakhirnya fase Perang Dingin antara Blok Barat dengan Blok Timur dengan runtuhnya Uni Soviet, kita mengenal istilah imperialisme budaya sebagai bentuk baru penguasaan bangsa-bangsa oleh kekuatan besar yang bertujuan menguasai tidak hanya kekayaan fisik, tetapi mental dan budaya bangsa lain yang menjadi "jajahan"nya. Imperialisme budaya dapat diartikan sebagai sebuah pandangan mengenai adanya kebudayaan asing yang lebih kuat serta mendominasi suatu golongan masyarakat, sehingga warganya kehilangan kepribadian dan identitasnya. Sebenarnya Imperialisme Budaya sudah berlangsung sejak lama, seiring dengan gerakan ekspansi bangsa-bangsa Eropa dan mengiringi zaman kolonialisasi.

Imprealisme budaya sendiri merupakan [hegemoni](#) ekonomi, teknologi dan budaya dari negara-negara industri maju yang akhirnya menentukan arah kemajuan ekonomi dan sosial serta mendefinisikan nilai-nilai budaya di dunia. Dunia menjadi pasar budaya dimana terdapat kesamaan pengetahuan, mode dan musik yang diproduksi, dibeli dan dijual. Selain itu, terdapat kesamaan [ideologi](#), keyakinan politik, pandangan mengenai kecantikan dan makanan di dunia (MattiSarmela: wikipedia, 2014).

Imperialisme budaya merupakan suatu fenomena global yang dapat kita rasakan saat ini. Seperti halnya cara pandang politik, cara berpakaian, pemilihan musik, literatur, dan sebagainya menjadi sama antara individu satu dengan individu yang lainnya. Imperialisme budaya merupakan suatu hegemoni dari segi ekonomi, teknologi, ataupun budaya yang bertujuan untuk memberikan suatu arahan secara ekonomi, sosial, dan nilai-nilai budaya dimana nantinya akan menjadi sebuah standarisasi peradaban yang ada di dunia.

Munculnya globalisasi menyebabkan budaya dan nilai-nilai dari suatu Negara dapat tersebar secara mudah ke seluruh dunia dan menimbulkan adanya cultural flows atau aliran budaya. Srivastava (2008:4) cultural flows merujuk pada objek, kemampuan, kepercayaan, dan praktek yang dipindahkan melalui media dan teknologi komunikasi. Cultural flows yang merupakan bagian dari globalisasi ini sebenarnya tidak lepas dari bentuk pemerataan budaya dan format media yang ada di dunia. Pemerataan format media timbul dari adopsi dan imitasi dari program televisi Amerika yang dilakukan negara lain.

Imperialisme budaya merupakan produk dari adanya globalisasi. Semakin mudahnya individu berinteraksi antar daerah atau benua membuat dunia ini layaknya tanpa ada suatu batasan. Dengan kata lain perpindahan budaya juga akan semakin mudah dan dapat mempengaruhi selera banyaknya orang. Globalisasi membuat perbedaan yang ada antarnegara dalam dimensi ruang, waktu dan kebudayaan semakin berkurang. Dengan adanya globalisasi dewasa ini mempermudah untuk menyebarkan suatu pesan secara global. Dengan adanya teknologi, media massa dapat menyebarkan pesannya keseluruh dunia secara global dalam waktu yang singkat.

Seperti halnya teknologi saat ini yang sedang dikembangkan oleh Eropa dan Amerika Utara yaitu negara yang mengklaim sebagai Negara dunia pertama dan kedua. Mereka berusaha memaksakan pengaruhnya agar negara-negara berkembang yaitu negara yang dianggap sebagai Negara dunia ketiga agar ikut menjadi Negara maju seperti mereka. Negara Barat yang telah maju dalam segi ekonomi dan politik ingin kembali memberikan pengaruh atau imperialisasi ke Negara dunia ketiga. Teori imperialisme budaya yang dikemukakan oleh [Herb Schiller](#) menyatakan bahwa negara-negara Barat mendominasi media di dunia yang kembali memiliki efek *powerfull* pada budaya di Negara berkembang dengan cara memasukkan ide-ide bahkan memaksa dengan pandangan-pandangan Negara Barat yang dianggap mereka modern dan maju, hingga pada akhirnya menghancurkan [budaya](#) asli mereka.

Penyebaran budaya melalui media massa ini pada mulanya dilakukan oleh Amerika. Sebagai negara dengan industri televisi pertama, banyak program

televisi Amerika yang diekspor ke negara lain (Hesmondhalgh, 2007). Ekspor produk budaya dari Amerika menimbulkan suatu ketidakseimbangan yakni banyak produk budaya Amerika yang diekspor secara massif dan negara-negara lain hanya menjadi penerima produk (Moran, 1998:170). Ekspor yang terus dilakukan menjadikan Amerika sebagai rujukan utama bagi negara-negara lain. Tidak hanya negara miskin atau berkembang yang mengadopsi program Amerika, bahkan beberapa negara industri di Eropa juga didominasi oleh impor media Amerika (Morley, 2006:33). Oleh karena itu, Amerika menjadi sistem atau pola yang utama dan istilah *western* identik serta merujuk pada Amerika. Bentuk dominasi media dari Amerika disebut dengan istilah imperialisme budaya. Imperialisme budaya menurut Barker (2006) ialah perputaran dominasi dari satu budaya ke budaya lainnya hingga menyebabkan hilangnya keragaman budaya di dunia. Imperialisme budaya tidak serta-merta menghapus budaya asli, tetapi memiliki efek yang beragam terhadap budaya lokal. Seperti yang diungkapkan oleh (Morley, 2006:34) imperialisme budaya lahir dari teori jarum hipodermik, bahwa media memiliki efek kepada audiensnya.

Negara Amerika, yang mana budayanya sudah menjadi budaya global, menyebar keseluruh dunia seiring cepatnya teknologi, pesat pula penyebaran pesan-pesan yang disampaikan secara global. Budaya Amerika secara umum tidak hanya disebarkan melalui media massa mainstream maupun new media atau internet, namun juga dalam film–film yang mereka produksi. Imperialisme budaya Amerika Serikat dalam menjalankan agendanya sebagai budaya yang “superior” terus melakukan upayanya agar nilai–nilai dan budaya yang mereka ciptakan

dapat diterima dan diikuti oleh masyarakat di seluruh dunia. Dengan menggunakan kecanggihan teknologi dan market mereka yang sangat luas, akan sangat mudah bagi Amerika Serikat dalam menyalurkan nilai-nilai tanpa jalan kekerasan.

Popularitas budaya Amerika Serikat dalam film, buku, musik, maupun video game memiliki agenda tersendiri dalam menanamkan nilai-nilai budaya Amerika Serikat kepada masyarakat luas. Tanpa kita sadari, film-film yang kita tonton di televisi maupun bioskop, kebanyakan didominasi oleh *Hollywood*, atau *Disneyland*. Produk-produk makanan, fashion, cara berbahasa, hampir keseluruhan secara umum ialah budaya-budaya yang ditanamkan oleh Negara Amerika, demi kepentingan ekonomi mereka dan membuat Negara-negara lain ketergantungan akan produk-produk yang mereka sudah jadikan budaya secara global. Contoh lain adalah menjamurnya fenomena *McDonaldlization* dimana setiap negara di dunia ini sebagian besar telah memiliki restoran siap saji ini.

Imperialisme budaya oleh Negara Amerika yang membuat budayanya menjadi global ini direpresentasikan pada sebuah video klip dari grup band *Rammstein* yang berjudul *Amerika*. Band *Rammstein* ini sendiri merupakan sebuah band beraliran metal asal Jerman yang terbentuk pada tahun 1994. Band ini sangat dikenal dengan aksi panggungnya yang fenomenal dan menggunakan banyak api. Personilnya yaitu Till Lindemann di bagian *vocal*, Richard ZvenKruspe di *Lead Guitar*, Paul Landers *Guitar*, Oliver Riedel atau yang biasa dipanggil Ollie sebagai *bassist*, Christoph Schneider atau yang biasa dipanggil

"Doom" sebagai *drummer*, dan yang terakhir Christian Lorenz atau yang dikenal sebagai "Flake" sebagai *Keyboardist*.

Rammstein sangat dikenal dengan aksi panggungnya yang terkadang vulgar. Namun ini adalah salah satu daya tarik band ini. Mungkin biasanya band-band lain menggunakan kembang api saat aksi langsung mereka di panggung, namun *Rammstein* lebih memilih menggunakan api. Saking panasnya, tak sedikit penonton yang kepanasan dan terkadang mengalami luka bakar kecil. Sejauh ini mereka sudah beberapa kali mendapat "masalah", baik ketika *live* maupun dari video klip, dikarenakan cara mereka menyampaikan pesan secara "explicit". Lagu-lagu mereka hampir keseluruhan berbahasa Jerman, hanya ada beberapa lagu yang memakai campuran bahasa Inggris.



Gambar 1.1 Grup Band *Rammstein*

(Sumber : <http://www.returnofkings.com/wp-content/uploads/2014/07/Rammstein.jpg>)

Meskipun kebanyakan lagu-lagu mereka berbahasa Jerman, tapi grup band *Rammstein* sendiri telah dikenal dikancah industri musik Internasional, dan sudah sering melakukan tour di Amerika dan Eropa. Salah satu lagu mereka yang menggunakan campuran bahasa Inggris yaitu lagu mereka yang berjudul

“Amerika”. Isi dari lirik lagu dan video klip yang dibuat pada lagu ini, menunjukkan suatu representasi dari imperialisme budaya yang dilakukan oleh Negara Amerika, secara global, ke negara-negara di penjuru dunia.

Pada video klip yang berdurasi 4 menit 18 detik ini menggambarkan para personel band *Rammstein* yang seolah-olah astronot yang sedang berada di bulan, dan disiarkan di televisi di berbagai Negara di dunia yang mana beberapa warganya digambarkan berperilaku seperti Amerika, dengan memakan *pizza*, *burger*, dan *coke*, serta menyerukan “*we are living in America*”, sebagaimana lirik dari lagu ini.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana imperialisme budaya Amerika direpresentasikan dalam video klip grup band *Rammstein* yang berjudul “Amerika”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu “Bagaimana imperialisme budaya Amerika direpresentasikan dalam video klip grup band *Rammstein*-Amerika?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk unsur-unsur imrealisme budaya Amerika yang direpresentasikan dalam video klip grup band *Rammstein*–Amerika.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penilitan ini diharapkan mampu memberikan konsrtibusi bagi para akademisi sehingga dapat digunakan untuk studi lebih lanjut tentang studi aplikasi semiotik dalam meneliti imprerialisme budaya, dan video klip musik. Serta memperkaya kajian Cultural Studies yang berkaitan dengan imperialisme budaya dan globalisasi.

2. Manfaat Praktis

Penggemar Musik dan pemerhati budaya dapat mengetahui bagaimana sebuah imperialisme budaya Amerika direpresentasikan dalam sebuah video klip musik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar maksud dari penelitian ini dapat dimengerti oleh pembaca, maka perlu di pakai format penulisan yang membuat pembaca bisa memahami dengan mudah.

Oleh karena itu, dengan tetap mengikuti ketentuan yang berlaku umum, skripsi ini disusun ke dalam lima bab. Gambaran umum tiap babnya yaitu:

BAB I : Pendahuluan. Dalam bab ini terdiri atas 5 sub bab yaitu : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka, dalam bab ini akan menjelaskan tentang landasan teori-teori yang berhubungan dengan komunikasi, representasi, tinjauan tentang video klip musik, teks dan konteks, lirik lagu, teori semiotika, dan yang terakhir akan dibahas kerangka pikir.

BAB III : Metode Penelitian. Dalam bab ini akan dijelaskan tentang metode dalam penelitian, jenis data , teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Deskripsi Objek, Penyajian dan Pembahasan. Dalam bab pembahasan akan dijelaskan mengenai deskripsi dari objek penelitian, uraian data penelitian, analisis data penelitian, dan proses pemaknaan dari dokumentasi data.

BAB V : Penutup. Akan diuraikan hasil kesimpulan penelitian dan saran.