

DARI HIP HOP KE POP: MENELISIK ESTETIKA DALAM VIDEO KLIP BANGTAN BOYS (BTS)

Oleh:

Lingga Agung¹

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom*

Morinta Rosandini²

*Program Studi Kriya dan Fesyen, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom*

Shyavira Prasetya³

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom*

linggaagung@telkomuniversity.ac.id¹; morintarrosandini@telkomuniversity.ac.id²; shyaviraprasetya@student.telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perubahan estetika dalam dua video klip Bangtan Boys (BTS), “No More Dream” (2013) dan “Permission to Dance” (2021). Perubahan estetika selalu perubahan kebudayaan, dan oleh sebab itu menarik untuk ditelisik lebih dalam. Penelitian ini mengumpulkan data-data kualitatif dari buku, jurnal, dan terutama dari dua video klip di atas. Untuk melihat perubahan estetikanya secara lebih utuh, kami menggunakan teori post-kolonial Homi K. Bhabha yang kami rasa sangat relevan. Dari penelitian yang telah dilakukan, dua video klip BTS di atas mengambil idiom-idiom estetika budaya pop Barat (Amerika Serikat). Perubahan estetika sebetulnya hanya mengikuti tren global (Amerika Serikat) saja. Kami tidak menemukan ‘visual cue’ budaya Korea Selatan yang solid dalam dua video klip di atas. Namun daripadanya ‘Korean Style’, ‘K-Pop Aesthetics’, ‘BTS looks’, dan sebagainya terlahirkan karena kedua video klip tersebut merupakan mimikri dan hibriditas yang telah berhasil menginkorporasikan dan menghegemoni idiom-idiom budaya pop Barat (Amerika Serikat) menjadi idom-idom budaya K-Pop.

Kata Kunci: *BTS, Video Klip, Estetika, K-Pop, Post Kolonial.*

ABSTRACT

This research aims to see how the aesthetic changes in the two music video of Bangtan Boys (BTS), “No More Dream” (2013) and “Permission to Dance” (2021). Aesthetic changes are always related to the cultural changes, and therefore it is interesting to investigate more deeply. This research collects qualitative data from books, journals, and especially from the two music video above. To see the aesthetic changes, we use the post-colonial theory of Homi K. Bhabha which is relevant for this research. From the research that has been done, the two BTS music video take the aesthetic idioms of Western (United States) pop culture. Changes in aesthetics actually only follow global trends (United States). We don't find a solid South Korean cultural 'visual cue' in the two music video. However, 'Korean Style', 'K-Pop Aesthetics', 'BTS looks', and so on were born because the two music video are mimicry and hybrids that have succeeded in integrating and hegemonizing Western (United States) pop culture idioms into K-Pop culture idiom.

Keywords: *BTS, music video, K-Pop, Aesthetic, Post-Colonial.*

Copyright © 2022 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: January 19th, 2022

Revised: February 23rd, 2022

Accepted: March 18th, 2022

A. PENDAHULUAN

Saat ini, Bangtan Boys (BTS) adalah *boy band* K-Pop paling fenomenal di muka bumi. Mereka banyak mengukir prestasi dan sejarah. Salah satunya menjadi *boy band* Korea Selatan (Korea Selatan) yang untuk pertama kalinya berbicara disidang umum PBB—bahkan tidak hanya sekali, 2 kali pada tahun 2018 dan 2020.

Seperti *boy band* Korea Selatan umumnya, BTS dilahirkan dari sistem pencarian bakat yang disebut ‘*Trainee System*’. Tetapi untuk urusan proses kreatif, mereka diberikan banyak keleluasaan oleh *agency*-nya. Keleluasaan inilah yang menurut Winten (2018), membuat BTS lebih peka dan banyak mengangkat isu-isu sosial budaya ketimbang persoalan percintaan kawula muda.

“*No More Dream*” adalah salah satu contohnya. Lagu yang menandai debut BTS pada tahun 2013 ini disukai dan diapresiasi oleh banyak pendengar dan kritikus musik. “*No More Dream*” dianggap berhasil mengkritik banalitas masyarakat Korea Selatan menyerukan isi hati banyak anak muda di sana.

Pada tahun yang sama, video klip “*No More Dream*” dirilis di YouTube. BTS memvisualisasikan kritikan terhadap banalitas masyarakat Korea Selatan melalui video klip bergaya hip hop. Konsep video klip BTS dengan gaya tersebut bertahan hingga tahun 2017-an.

Di tahun-tahun berikutnya video klip BTS bergaya lebih pop, walaupun gaya hip hopnya masih tetap terlihat. Hanya tidak terlalu signifikan. Gaya hip hop tersebut akhirnya lenyap dalam video klip terbaru mereka, “*Permission to Dance*” (2021). Dalam video klip ini, BTS tampil sangat *ngepop* sekali, jauh berbeda dengan video klip “*No More Dream*”.

Perubahan gaya dari video klip BTS inilah yang menarik perhatian kami. Karena, perubahan gaya tersebut menandakan perubahan estetikanya, perubahan estetika selalu menandakan perubahan budaya di selingkungnya. Karena Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bourdieu (1994), bahwa estetika adalah mekanisme reproduksi sosial tempat pengetahuan dan cita rasa terdistribusikan.

Penelitian terhadap perubahan gaya estetika video klip BTS di atas ini menjadi cukup signifikan. Karena sebagai produk budaya pop, video klip BTS seringkali dipandang sebelah mata yang dianggap tidak menawarkan apa-apa selain hiburan saja.

Anggapan tersebut tentu keliru karena daripadanya kita dapat melihat dan memahami bagaimana perubahan kebudayaan terjadi dalam mekanisme yang kompleks yang akan ditelisik dalam penelitian ini.

Selain itu penelitian ini berusaha untuk memperlihatkan bahwa K-Pop dalam hal ini

video klip BTS adalah wajah budaya Korea Selatan yang tidak pernah bebas dari berbagai macam pengaruh terutama karena Korea Selatan pernah berada dalam masa-masa penjajahan. Hal ini menjadi cukup penting karena K-Pop telah menjadi semacam patron estetika yang banyak ditiru. Peniruan ini lazim akan tetapi akan sangat bermasalah bahkan menjadi ancaman terhadap identitas sebuah bangsa manakala ditiru tanpa memperhatikan bagaimana mekanismenya bekerja.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Estetika dalam Video Klip K-Pop

Menurut Dodig (2014), video klip terbentuk dari seni dan *advertising* dan oleh karenanya video klip dapat dilihat sebagai sesuatu yang *avant-grade* sekaligus *kitch*. Dari pernyataan Dodig ini, video klip tidak hanya menjadi sesuatu yang menghibur melainkan dapat memberikan semacam pencerahan seperti seni pada umumnya dan dapat pula digunakan sebagai wahana untuk merepresentasikan sesuatu.

Video klip adalah wajah K-Pop itu sendiri. Wajah yang selalu ditampilkan nyaris tanpa cela, elok tiada terkira. Disinilah estetika memainkan peran penting untuk mewujudkannya. Estetika didalamnya kemudian merepresentasikan kebudayaan Korea Selatan secara subtil.

Video klip umumnya memiliki dua unsur pembentuk: naratif dan sinematik. Didalam unsur sinematik struktur dasar atau

element-element visual yang membentuk estetikanya di dapat dilihat.

Menurut Valdellós (2016), video klip memiliki 3 gaya, Deskriptif (Performatif dan Konseptual), Naratif, dan Mix. Video klip K-Pop, umumnya bergaya Deskriptif karena banyak memadukan *dance performance* dengan *setting properties* yang berkonsep.

Berdasarkan penelaahan yang telah kami lakukan terhadap beberapa video klip K-Pop, ada 8 elemen visual yang membentuk estetika di dalamnya, yakni: (1) *Persona Idols*, (2) *Fashion Style* (3) *Synchronize Group/Solo Dance Choreography*, (4) *Setting Property* dibuat khusus; biasanya ada '*mise en abyme*'; visualisasi seni Barat Klasik, (5) *Camera Movement* yang dinamis, (6) *Lightning* dengan tingkat kecerahan yang intens, (7) Warna-warna yang solid dan pastel, dan (8) *Editing* dengan *pace* yang cepat.

C. METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, segala sesuatu yang dapat dibaca disebut sebagai teks. Teks merupakan representasi dari berbagai fenomena yang kemudian menjadi wacana setelah 'dibakukan' bahasa. Wacana sendiri adalah pengetahuan.

Video klip BTS, "*No More Dream*" dan "*Permission to Dance*" merupakan wacana karena terbentuk dari teks-teks diatas yang dibakukan melalui bahasa (visual). Salah satu wacana yang ada di dalam dua video klip BTS adalah estetika.

Untuk menelisik wacana estetika dalam dua video klip BTS, terlebih dahulu kami mengumpulkan dan membedah beberapa video klip *boy band* dan *girl band* K-Pop yang populer dalam satu dekade terakhir seperti Super Junior, EXO, Bigbang, Black Pink, 2NE1, Twice, Winner, Mamamoo, NCT, dan GOT7. Hasilnya, kami menemukan adanya 8 elemen visual yang membentuk estetika di dalam video klip *boy band* dan *girl band* di atas.

Kedelapan elemen visual ini kami temukan pula di dalam dua video klip BTS yang kemudian kami deskripsikan lalu kami interpretasikan. Hasil dari interpretasi itu kami bandingkan dengan menggunakan teori Pasca kolonial Homi K. Bhabha. Perbandingan ini menjadi dasar bagi kami untuk menelisik estetika di dalam dua video klip BTS.

Kami menggunakan teori pasca kolonial Homi K. Bhabha karena teori ini menyoroti soal “ruang ketiga” yang terbentuk sebagai hasil negosiasi antara budaya ‘penjajah’ dengan budaya ‘yang terjajah’. Teori ini digunakan karena kami melihat dua video klip BTS sebagai “ruang ketiga”.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Video klip “*No More Dream*” yang disutradari oleh Rumah Produksi Zanybros ini dirilis pada tanggal 12 Juni 2013 di YouTube Hybe Labels. Per 26 Agustus 2021 telah ditonton oleh 217,219,397 juta orang dengan 6.3 juta

likes.

Video klip ini dibuka dengan *scene* yang memperlihatkan *member* BTS duduk di dalam bus sekolah khas Amerika Serikat (USA) berwarna kuning. Satu persatu mereka keluar dari bus. Dari *scene* ini dan *scene-scene* selanjutnya kami menemukan:

(1) BTS dengan *bad boy persona*, (2) Fesyen serba hitam bergaya hip hop; jersey basket; *street wear*; kaluang emas; *printed scarves*; dan *high-top sneaker*, (3) *Synchronize B-Boy Choreography*, (4) Berlatar *suburb* USA; tembok bergrafiti; anak-anak skater dan BMX yang bermain, (5) Pergerakan kamera yang dinamis, (6) *Lighting* dengan *vibes* gelap (7) Warna-warna gelap, dan (8) *Editing* dengan *pace* yang cepat.



Gambar 1: BTS – No More Dream (2013)

Sumber:

<https://www.youtube.com/watch?v=rBG5L7UsUx>, 2021



Gambar 2: BTS – Permission to Dance (2021)

Sumber:

<https://www.youtube.com/watch?v=CukIb9d3fl>, 2021

Video klip selanjutnya, “*Permission to*

Dance”, berdurasi 4:59 menit. Disutradarai oleh Yong-seok Choi dan Woogie Kim. Dirilis di YouTube Hybe Labels pada 9 Juli 2021. Per 26 Agustus 2021 telah ditonton oleh 276,722,150 juta 13 juta likes.

Video Klip dibuka dengan *scene* di dalam restoran, seorang pramusaji berjalan melihat keluar jendela; ia melihat Jungkook duduk di atas truk *container* berwarna putih; melepas balon ungu; dan mulai bernyayi.

Dari *scene* pembuka di atas dan seterusnya kami menemukan, (1) *Persona cute boys*, (2) Fesyen cowboy yang necis, (3) Koreografi yang mudah diikuti, (4) Berlatar di gurun dengan setting *parking lot*, binatu, lorong sekolah, restoran, teras, taman belakang, ruang kantor, dan mural bertuliskan “*The Wait Is Over*”, (5) Pergerakan kamera yang lebih lambat, (6) *Lighting* natural, (7) Warna-warna pastel yang *soft, warm*, dan ‘*earthy*’, (8) Editing dengan *pace* yang lambat.

Dari analisis di atas, kami menemukan bahwa video klip “*No More Dream*” dan “*Permission to Dance*” seperti umumnya video klip K-Pop memiliki 8 elemen visual yang membentuk estetikanya. Sedangkan untuk gaya video klip, keduanya sama-sama bergaya deskriptif performatif dan konseptual. Karena didominasi oleh *dance performance* dan konseptual *setting properties* yang sesuai dengan tema lagunya. Elemen-elemen visual “*No More Dream*”, berusaha untuk memvisualisasikan pemberontakan yang diejawantahkan melalui idiom-idiom hip hop.

Visualisasi ‘pemberontakan’ ini kami lihat sebagai bentuk *self-encouragement* bagi fansnya/anak-anak muda khususnya di Korea Selatan untuk berani ‘memberontak’ terhadap tatanan sosial yang terkenal banal—berani bermimpi, meraih, dan membuat mimpinya menjadi nyata.

Sedangkan “*Permission to Dance*” mengajak fansnya menjadi dirinya sendiri tanpa harus menghiraukan apa kata orang. Lagu ini sama seperti “*No More Dream*” menjadi semacam *self-encouragement* dan *self-acceptance* yang dirayakan melalui tarian dengan penuh suka cita.

Dari dua video klip yang telah kami analisis diatas, kami tidak melihat representasi budaya Korea Selatan dalam konteks tradisinya. Malah keduanya didominasi oleh idiom-idiom musik dan budaya, khususnya budaya pop populer USA.

Temuan ini menjadi sangat menarik karena jika K-Pop dianggap sebagai representasi budaya Korea Selatan dimana letaknya? Inilah yang menjadi dasar bagi kami untuk melihat kedua video klip di atas sebagai bentuk hibriditas antara budaya Barat dan Korea Selatan.

Artinya, budaya Korea Selatan dalam konteks tradisinya sendiri berada di luar video klipnya. Contohnya, ketika BTS tampil dihadapan publik, mereka akan bersikap dan berucap sesuai dengan etika dan norma budaya Korea Selatan. Selain itu, sejak tahun 2015, BTS mempunyai serial *web variety* RUN

BTS! yang ditayangkan sejak tahun 2015.

Serial *web variety* ini memperlihatkan member BTS melakukan aktivitas keseharian. Dalam keseharian inilah anasir budaya Korea Selatan secara subtil diperlihatkan sekaligus tersebarluaskan. Puncaknya adalah ketika BTS menjadi pembicara di PBB. Dalam budaya Korea Selatan, menjadi suri teladan adalah salah satu pencapaian terbesar dan terpenting bagi seseorang dan BTS telah purna dalam hal tersebut.

Oleh sebab itu pula, kedua video klip BTS di atas merupakan sebuah mimikri terhadap musik dan budaya pop Amerika Serikat. Sehingga kedua video klip BTS diatas dapat dikatakan sebagai visualitas yang mengartikulasikan dua hal yang berbeda yang bertujuan untuk apa yang Bhabha (1994) sebut sebagai “*appropriates the other as it visualizes power*”.

Mimikri tersebut diatas kemudian dapat dipahami sebagai semacam strategi untuk melawan dominasi ‘penjajah’. Bhabha menyebutnya sebagai hibriditas. Hibriditas ini sesuai dengan imperium transmedia budaya pop Korea Selatan yang tidak hanya mengarahkan perhatian pada produk-produk perpaduan budaya itu sendiri, tetapi lebih kepada cara bagaimana produk-produk budaya ini ditempatkan dalam ruang sosial dan historis dibawah kolonialisme menjadi bagian dari pemaksaan penolakan hubungan kekuasaan kolonial (Young, 1995).

Korea Selatan berulang kali dijajah oleh China, Jepang, dan USA. ‘Penjajahan’ ini memiliki dampak jangka panjang terhadap mentalitas dan kebudayaan orang Korea Selatan. Mereka bangkit dan mengambil banyak hal dari para penjajahnya. K-Pop dapat dilihat sebagai salah satu hasilnya. Dan kedua video klip BTS di atas adalah contohnya.

Keduanya sama-sama mengambil banyak sekali idiom budaya pop Amerika Serikat. Sehingga, kita tidak akan menemukan ‘*visual cue*’ budaya Korea Selatan dalam konteks tradisinya di dalam dua video klip di atas.

Namun mekanisme yang kompleks di ataslah lahir ‘*Korean Style*’, ‘*K-Pop Aesthetics*’, dan ‘*BTS looks*’ dan sebagainya yang menandakan bahwa mimikri dan hibriditas yang dilakukan oleh K-Pop (dalam hal ini dua video klip BTS) telah berhasil menghegemoni idiom-idiom budaya pop secara global menjadi ‘milik’ mereka.

E. KESIMPULAN

K-Pop adalah hibriditas karena banyak memadupadankan idiom musik dan budaya Barat, khususnya budaya pop Amerika Serikat. Hibriditas ini menjadi salah satu daya tarik K-Pop. Dua video klip BTS adalah contohnya.

Secara estetik, kedua video klip di atas sama-sama dibentuk oleh kedelapan elemen visual yang umumnya ada di dalam video klip K-Pop. Kedelapan elemen visual ini banyak

sekali mengambil idiom musik dan budaya Pop Barat (Amerika Serikat). Sehingga di dalam keduanya, kita tidak akan menemukan adanya representasi budaya Korea Selatan dalam konteks tradisinya.

Perubahan estetika dari video klip “*No More Dream*” ke “*Permission to Dance*” sebetulnya hanya mengikuti tren di Amerika Serikat saja namun direncanakan dengan cukup baik. Keduanya, dengan demikian merupakan bentuk mimikri dan hibriditas terhadap budaya pop Amerika Serikat itu sendiri.

Oleh karenanya estetika di dalam dua video klip BTS di atas dapat dilihat sebagai ‘Ruang Ketiga’ yang memadupadankan idiom musik dan budaya pop Barat dengan budaya Korea Selatan. Artinya, dua video klip BTS di atas merupakan bentuk wacana yang berusaha untuk, menandingi, bahkan mengambil alih hegemoni Barat (Amerika Serikat) dalam kontesasi budaya pop global dan mereka sejauh ini telah berhasil melakukannya.

K-Pop dapat dilihat sebagai wacana tandingan terhadap cara pandang Barat yang terkesan menyepelkan orang-orang Asia khususnya Asia Selatan. Kedua video klip BTS yang kami teliti di atas sebetulnya lebih dari sekedar wacana, kedua dapat dilihat sebagai sebuah upaya yang riil untuk mengambil alih *status quo* Barat (baca: Amerika Serikat) sebagai yang paling kuat dalam menghegemonisasi budaya pop secara global.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Bhabha, K. H. (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1979). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Cambridge University Press
- Ruzica, D. (2014). “*Video Music In Education And Promotion*”. [Master’s Thesis]. Italy: Accademia di Belle Arti di Brescia Santa Giulia, Lombardy, Italy. Diambil dari: <http://sm-provincijalat.hr/wp-content/uploads/2015/01/Music-Video.pdf>
- Valdellós, A. S., López, J. R., & Acuña, S. R. (2016). The post-television music video. A methodological proposal and aesthetic analysis. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 332–348.
DOI: [10.4185/RLCS-2016-1098en](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1098en)
- Winten, M. (2018). *What is the music of K-pop group BTS actually about?*. Diambil dari: <https://www.nolala.com/en/artist-in-spotlight/what-is-the-meaning-of-the-songs-of-the-south-korean-k-pop-group-actually-about/>
- Young, R. J. C. (1995). *Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race*. London: Routledge.

