

# MARJINALISASI PEREMPUAN PERTAMA MELALUI LAGU: SUATU ANALISIS WACANA KRITIS TERHADAP LAGU “JADIKAN AKU YANG KEDUA”

Endang Setiowati; Bhernadetta Pravita Wahyuningtyas

Jurusan Marketing Communication, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University  
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480

## ABSTRACT

*During 2006 until 2007 there were plenty of songs that are lyrical about adultery or polygamy, in line also with the emergence of the phenomenon of polygamy and infidelity by some famous people ranging from businessmen, preachers, politicians, to academics. One of the most popular songs is a song titled “Jadikan Aku yang Kedua”. Surprisingly, although the title shows that this song legalized polygamy, the majority of listeners who request the song to be played in radio stations are women. The research reveals about the marginalization of women that is implicitly contained in a song lyrics. The research method used is critical discourse analysis with analytical techniques using the model of Norman Fairclough. This study uses substantive theoretical framework such as hegemony, ideology, patriarchy, and feminism and the discourse analysis theory from Michael Foucault. The results showed that the Song is a discourse to marginalize women who occupy the first position, while for the second women or femme fatale, this song is empowering them. Song writer has the power to shape the ideology of consumer (listener) toward his patriarchal ideology. He wants to use his power to encourage the women to dare to become a femme fatale.*

**Keywords:** *existentialist feminism, post-feminism, marginalization, patriarchal ideology*

## ABSTRAK

*Sepanjang 2006 dan 2007, ada banyak lagi yang liriknya mengandung makna perselingkuhan atau poligami. Hal itu juga diikuti dengan fenomena poligami dan perselingkuhan yang dilakukan oleh para tokoh masyarakat terkenal dari pebisnis, politisi, sampai akademisi. Satu dari lagu terkenal itu berjudul Jadikan Aku yang Kedua. Secara mengejutkan, walaupun judul lagu tersebut menunjukkan lagunya bermakna poligami, mayoritas pendengar yang meminta lagu itu di radio adalah wanita. Penelitian ini menunjukkan tentang marginalisasi wanita yang dibicarakan dalam lirik lagu ini. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis wacana kritis dengan teknik analisis menggunakan model Norman Fairclough. Artikel ini juga menggunakan kerangka teoritis substantif, yaitu hegemoni, ideologi, dan feminisme serta teori analisis kajian dari Michael Foucault. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lagu tersebut merupakan kajian untuk memarginalkan wanita pertama, tetapi menguatkan wanita kedua. Penulis lagu memiliki kemampuan untuk merefleksikan ideologi pendengar terhadap ideologi patriarki, dan menggunakannya untuk menyemangati wanita untuk berani menjadi yang kedua.*

**Kata kunci:** *feminisme eksistensial, pascafeminisme, marginalisasi, ideologi patriarki*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Kita mengetahui bahwa sejarah media, dengan berbagai cara telah menggambarkan perempuan secara paralel dengan kaum kulit berwarna. Perempuan sering dimarginalisasi dalam semua jenis media, khususnya pada awal kemunculan media massa. Selama bertahun-tahun peran perempuan di media digambarkan hanya sebagai seorang ibu rumah tangga atau obyek seks saja. Pandangan yang bias terhadap perempuan, yaitu perempuan hanya menjadi warga negara nomor dua di dunia ini, berpangkal dari keinginan kaum lelaki menguasai dan mengontrol tubuh perempuan, terutama kapitalis seksual, atau mengharuskan perempuan bekerja di bidang domestik. Dalam konteks yang lebih luas perempuan menjadi obyek yang inferior dihadapan subyek lelaki yang superior. Hegemoninya upaya lelaki (patriarki) sehingga keyakinan gender sudah tertanam di dalam dunia perempuan.

Salah satu persoalan yang belakangan ini menjadi keprihatinan banyak kalangan adalah perlakuan tidak proporsional yang dialami kaum perempuan. Selain karena keberadaan kaum perempuan belum banyak diperhitungkan ketika kebijakan pembangunan direncanakan, juga akibat telah mengakarnya label yang memojokkan kaum perempuan. Pelabelan tersebut baik disadari ataupun tidak telah terinternalisasi ke dalam cara berpikir masyarakat, dan dimanfaatkan oleh pihak yang menduduki posisi hegemoni untuk mempertahankan kedudukan maupun struktur kehidupan sosial itu sendiri. Hal itulah yang menjadi sebab mengapa kaum perempuan begitu mudah mengalami ketidakadilan, subordinasi, marginalisasi, kekerasan, pelecehan atau perlakuan negatif lainnya.

Berbagai upaya kaum perempuan untuk mendobrak dominasi kaum lelaki terhadap kaum perempuan telah dilakukan sejak awal abad dua puluh dan berkembang dengan pesat dengan berbagai jenis tujuan dan orientasi. Upaya ini menjadi suatu gerakan feminis yang terdiri dari tiga gelombang yaitu feminisme liberal, feminisme radikal serta berbagai macam cabangnya, dan terakhir yang populer di AS sekitar tahun 1980-1990an yaitu gerakan *post-feminism*. Gerakan terakhir meskipun pernah dianggap sebagai gerakan anti feminis karena mengubah ikon perempuan baru yaitu sosok yang tangguh, seksi dan acuh tak acuh, tidak melihat dirinya sebagai korban, dan menginginkan kuasa, saat ini dianggap sebagai suatu gerakan feminisme milenium baru (Brooks, 2006). Sekalipun istilah *post-feminisme* (pascafeminisme) sudah cukup lama berkembang di Amerika Serikat, namun dalam publikasi dan wacana tentang perempuan dan feminisme di Tanah Air istilah ini masih tergolong baru dan belum banyak mendapat perhatian dari para aktivis yang mengkaji gerakan perempuan. Padahal secara kasat mata ikon perempuan baru seperti yang dikemukakan oleh gerakan ini sudah banyak dapat terlihat di seputar kita, khususnya dalam penggambaran di media massa. Bahkan beberapa media seperti majalah dan radio secara khusus membidik para perempuan baru ini. Hal ini berarti jumlah perempuan baru seperti digambarkan oleh gerakan ini memang cukup signifikan.

Era *post-feminism* ini oleh para pengarang populer digambarkan sebagai era untuk keluar dari apatisisme politik pada waktu para feminis terdahulu telah menukar cita-cita politik mereka demi mobilitas karir, dan perempuan muda secara ikhlas memburu tujuan karir dan memandang feminisme sebagai suatu anakronisme. Sementara wacana publik menyatakan secara tidak langsung bahwa karena perempuan telah mencapai kesetaraan dengan lelaki, mereka tak perlu lagi melakukan protes untuk kesetaraan. Sosok perempuan baru dari era *post-feminism* yang merupakan perempuan yang tangguh, sukses dalam karir, cantik dan menarik, dengan kata lain mereka telah memiliki-segalanya ini, menjadi acuan para perempuan muda masa kini karena dianggap sebagai sosok yang ideal. Obsesi untuk mencapai sosok ideal ini membuat para perempuan baru itu menjadi acuh tak acuh dan seolah tak membutuhkan kehadiran lelaki. Padahal secara alamiah tak ada perempuan yang tak membutuhkan lelaki dan demikian pula sebaliknya. Sehingga akan ada suatu saat di mana para perempuan baru ini merasa memiliki-segalanya itu ternyata masih menyisakan suatu kekurangan yaitu kekosongan jiwa,

kehadiran sosok lelaki. Padahal pada saat mereka telah menjadi sosok ideal ini, umumnya kaum lelaki yang berkedudukan setara dengan dirinya sudah tidak lagi sendiri.

Di lain pihak, jerat kapitalisme terhadap perempuan yang telah mendarah daging juga masih menyisakan suatu permasalahan bagi sebagian masyarakat Indonesia khususnya bagi kaum perempuan di pedesaan dan kelas menengah-bawah di perkotaan. Sosok dan peran perempuan yang ditonjolkan oleh media massa membuat khalayak menerima pesan media sebagai realitas yang benar, di mana mereka telah berhasil disosialisasi, bahkan dicuci otak oleh media yang patriarkis sehingga terbentuk suatu konstruksi sosial yang menganggap pesan media itu sebagai sesuatu yang wajar dan umum. Bahkan mereka menganggap media dapat memuaskan kebutuhan dalam hal, termasuk *emotional release*, *identification escape*, *companionship*, *information* dan *relaxation*. Media juga merupakan tempat untuk mendapatkan informasi, nasehat dan merasa media merupakan sahabatnya. Khalayak tidak sadar bahwa kesadaran yang mereka punya merupakan suatu kesadaran palsu yang dibentuk oleh media (Croteau & Hoynes, 2000).

Meski era *post-feminism* telah lama berkembang di negara asalnya Amerika Serikat, dan di tanah air media massa sudah mulai menonjolkan sosok perempuan baru era *post-feminism*, tapi para aktivis dan pengkaji feminisme di Indonesia belum banyak membahas fenomena ini. Gerakan feminisme radikal dan liberal masih banyak diupayakan khususnya untuk wilayah pedesaan dan kalangan menengah-bawah di perkotaan. Di saat para feminis berusaha meningkatkan kualitas kaumnya dalam melawan dominasi lelaki atau menentang sistem patriarkis yang masih berlaku, dan para *post-feminist* berusaha mencapai sosok ideal perempuan milenium baru, muncul sebuah lagu yang berjudul *Jadikan Aku yang Kedua*, dengan lirik bertemakan kepasrahan seorang perempuan untuk menjadi yang termarginalkan, yang sebenarnya bertolak belakang dengan upaya perlawanan terhadap dominasi lelaki.

Ironisnya lagu ini justru menjadi salah satu lagu pemenang dalam lomba cipta lagu populer yang diselenggarakan oleh sebuah stasiun televisi secara nasional. Ketika lagu tersebut diluncurkan ke pasaran dalam bentuk album kompilasi, lagu ini bahkan dijadikan lagu unggulan oleh produser (Sony BMG), padahal lagu ini dinyanyikan oleh seorang penyanyi yang notabene tidak terkenal, sementara lagu-lagu lain dalam album kompilasi ini dinyanyikan oleh beberapa penyanyi yang sudah terkenal. Ternyata setelah peluncuran lagu tersebut ke jajaran lagu-lagu baru yang diputarkan oleh radio-radio di seluruh Indonesia, lagu ini menduduki posisi teratas dalam tangga lagu yang paling diminati oleh para pendengar di beberapa radio selama beberapa minggu di bulan Desember 2006 dan Januari 2007. Bahkan hingga kuartal pertama tahun 2007, dalam acara-acara permintaan lagu di beberapa radio, lagu ini masih banyak diminta oleh pendengar untuk diputarkan. Padahal seperti dikatakan oleh Yuddhie Buster, *Music Director* Radio Mustang 88 FM, Jakarta, biasanya satu lagu paling lama bertahan selama satu bulan di tangga lagu pilihan (*charts*) di sebuah radio (Buster, 2007)

## Identifikasi Permasalahan

Seseorang menyukai sebuah lagu dapat disebabkan oleh melodi lagu atau lirik lagunya. Orang menyukai lirik lagu karena liriknya yang indah, menyentuh hati dan pengalaman diri, serta ideologi mereka. Lirik lagu tidak serta merta terjadi dengan sendirinya, ada hal-hal yang menciptakan sebuah lirik dibuat. Bagaimana terjadinya penciptaan lirik/lagu, dan bagaimana sampai sebuah lagu dikonsumsi khalayak, merupakan sebuah proses. Penciptaan sebuah lirik lagu ada yang dibuat berdasarkan selera pasar, yaitu mengacu pada masyarakat untuk laku dijual, dan ada pula lirik yang diciptakan berdasarkan ideologi pencipta lagu tersebut.

Lagu merupakan produk interaksi antara pencipta lagu dengan ideologi yang dibawanya serta realitas yang ada. Realitas diamati oleh pencipta lagu dan diserap dalam kesadaran si pencipta lagu dan kemudian dituang ke dalam lirik lagu. Pencipta lagu akan memaknai realitas tersebut dan

menyamakan dengan ideologi yang ia miliki. Maka lagu yang kita dengar merupakan hasil dari interaksi antara ideologi si pencipta dan realitas yang ada.

Mungkinkah pandangan dan ideologi masyarakat tentang adanya orang ketiga dalam suatu hubungan cinta antara dua insan merupakan cerminan pengalaman mereka, sehingga menjadikan lagu ini menang dalam lomba cipta lagu populer di Indonesia dan juga menempati urutan atas dalam jajaran lagu yang paling diminati di beberapa stasiun radio? Apakah para perempuan baru yang telah menjadi sosok ideal dengan memiliki-segalanya itu ternyata masih menyisakan suatu kekurangan yaitu kekosongan jiwa, kehadiran sosok lelaki, sehingga tidak peduli lagi dengan norma yang ada, dan menjadi permisif dengan menjadikan mereka sebagai orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan manusia?

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas maka timbul beberapa pertanyaan penelitian yaitu: (1) ideologi apa yang dimiliki oleh pencipta lagu, apakah pencipta lagu itu membuat lagu karena selera pasar atau ingin mengomunikasikan ideologinya lewat lagu; (2) apakah lirik dalam lagu tersebut memengaruhi ideologi konsumen ataukah justru konsumen telah memiliki ideologi yang sesuai dengan lirik lagu tersebut. Mengacu pada pemaparan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membongkar ideologi pencipta dibalik lirik lagu *Jadikan Aku yang Kedua* dan untuk membongkar ideologi pendengar dan atau penggemar lagu tersebut.

## Kerangka Teori

Media massa mempunyai peran penting dalam menyosialisasikan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Salah satunya tampak pada fungsi transmisi yaitu mengirimkan warisan sosial dan edukasi pada khalayaknya. Fungsi ini mempunyai posisi yang strategis dan menunjukkan kekuatan media massa dalam memengaruhi khalayak (masyarakat). Sebab melalui fungsi transmisi, media dapat mewariskan norma, nilai tertentu dari suatu masyarakat kepada masyarakat lain. Sebagai konsekuensi dari fungsi itu, media massa mempunyai kemampuan untuk menjalankan peran ideologis dengan menampilkan nilai-nilai tertentu sehingga menjadi nilai yang dominan dan menjadi tuntunan perilaku anggota masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Lull bahwa ideologi merupakan pemikiran yang teroganisir, berupa nilai, orientasi, predisposisi (kecenderungan) yang membentuk cara pandang lewat mediasi teknologi dan komunikasi interpersonal dalam segmentasi dan *well integrated*. Ideologi ada di mana-mana, jika dalam suatu masyarakat terdapat bermacam-macam ideologi, maka akan muncul satu ideologi dominan (*domination ideology*). Ideologi hanya dapat dimengerti sebagai ideologi dominan apabila bentuk-bentuk simbolnya digunakan oleh mereka yang berkuasa untuk membuat dan mendukung dominasi hubungan yang sosial simetris. Ideologi tergantung pada materialnya atau kepentingan ekonominya, kepentingan kelompoknya yang dipelihara oleh kelompok tertentu untuk mencerminkan ideologi kelompok tersebut (Lull, 2000).

Suatu ideologi menjadi kuat karena dilegalkan, didistribusikan salah satunya lewat media massa. Ideologi diangkat dan dijelaskan oleh media massa, diberi legitimasi yang sangat baik, dan didistribusikan secara persuasif, kadang secara *glamour* kepada khalayak. Media elektronik memiliki kemampuan dalam mengundang perhatian khalayak untuk menyimak secara seksama simbol-simbol yang pasti, pribadi-pribadi, dan ide-ide secara efektif. Penyebarannya dengan *image system*, karena pesan-pesan tersebut (*messages*) ada dalam sistem dan *by design*. Media massa secara bersama-sama (*by concern*) memberikan pengulangan terus-menerus kepada masyarakat untuk menyebarkan ideologi tertentu. Lull (2008) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis *image system*, yaitu: (1) *ideational systems*, sesuatu yang nampak sebagai hiburan sebetulnya memiliki ideologi yang dominan berulang-ulang membawa misi untuk memengaruhi masyarakat/khalayak lewat media massa; dan (2) *mediation systems*: disebarkan lewat teknologi (*technology mediation*) atau melalui sosial (*social mediation*).

Melalui *ideational systems*, lirik lagu diciptakan dengan tujuan tertentu yaitu untuk melegalkan ideologi pencipta. Melalui *mediation systems* yang dijalankan oleh stasiun radio dan industri musik, lagu diperdengarkan terus menerus kepada khalayak untuk memengaruhi ideologi khalayak pendengar.

Media massa merupakan institusi dalam masyarakat yang mengarahkan terjadinya hegemoni terhadap nilai-nilai tertentu. Bahasa dalam media menurut Gramsci merupakan sarana penting untuk melayani fungsi hegemoni. Melalui bahasa orang diarahkan menilai dan memandang problematika sosial dalam kerangka yang sudah ditentukan oleh satu kelas sosial tertentu. Pendekatan kultural ini efektif karena dalam memengaruhi masyarakat bersifat persuasif. (Sunarto, 2002) Bahasa menjadi senjata terselubung yang dipergunakan oleh pihak yang lebih memiliki kekuasaan untuk menekan dan membuat diam mereka yang ter subordinasi. Dalam hubungan lelaki-perempuan, perempuan menerima secara sukarela dan menyetujui kekuasaan lelaki atasnya sebagaimana dibentuk oleh sejarah. Munculnya citra demikian dibangun dengan asumsi terdapat ketidaksejajaran dalam relasi antara lelaki dan perempuan. Salah satu pihak lebih dominan, sehingga menempatkan pihak yang lain pada posisi subordinat dan menuntutnya bersikap submisif terhadap pihak yang dominan. Ideologi gender yang bersifat patriarki itu menyebabkan munculnya ketimpangan relasi gender.

Pada media lagu, bahasa adalah lirik lagu tersebut. Melalui lirik lagu pendengar lagu akan diperdengarkan secara berulang-ulang ideologi si pencipta lagu, karena itu bahasa dan media menjadi dua kekuatan yang mengonstruksi realitas, dan realitas itu adalah realitas menurut kepentingan pusat-pusat otoritas tertentu yang kemudian terjalin dengan kepentingan keberlangsungan hidup media itu sendiri. Ini berarti media komunikasi cenderung tidak lagi menyajikan makna dan kebenaran, tetapi justru menyampaikan sebuah dunia rekaan untuk memenuhi kepentingan-kepentingan itu.

## Konstruksi Sosial Atas Realita

Teori ini memiliki ide-ide bahwa realita bukanlah seperangkat tatanan obyektif yang berada di luar diri kita, tetapi dikonstruksi melalui sebuah proses interaksi dalam kelompok-kelompok, komunitas, dan budaya. Adapun ide dasar dari teori konstruksi sosial ini adalah bahasa memberikan label yang kita gunakan untuk membedakan benda-benda yang ada di dunia ini. Bagaimana kita memahami obyek dan berperilaku ke depan tergantung pada besarnya kekuatan konstruksi sosial, dan tatanan dalam sebuah interaksi (Littlejohn, 2002).

Menurut Berger & Luckmann (1991), realitas sosial ada dalam kehidupan sehari-hari sehingga mempunyai esensi subyektif dan obyektif. Dalam realitas subyektif, realitas tersebut menyangkut makna, interpretasi, dan hasil relasi antar individu dengan obyek. Setiap individu mempunyai latar belakang sejarah, pengetahuan, dan lingkungan yang berbeda-beda, yang bisa jadi menghasilkan penafsiran yang berbeda-beda pula ketika melihat dan berhadapan dengan objek. Sebaliknya realitas juga mempunyai dimensi obyektif, di mana sesuatu yang dialami bersifat eksternal, berada di luar, tidak dapat kita tiadakan dengan angan-angan. Hal itu dapat dilihat dari rumusan, institusi, aturan-aturan yang ada, dan sebagainya. Dalam perspektif konstruksi sosial, kedua realitas tersebut saling berdialektika. Proses terbentuknya realitas sosial merupakan proses dialektika manusia sebagai produk masyarakat dan masyarakat sebagai produk manusia. Proses dialektika itu sendiri tercipta dari tiga unsur yaitu: (1) eksternalisasi, merupakan keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia. Keberadaan manusia itu tak mungkin langsung dalam suatu lingkungan inferioritas yang tertutup dan tanpa gerak; (2) obyektifikasi, pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, bagi orang lain sebagai unsur bagi dunia bersama; dan (3) internalisasi, pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subyektif yang lain. Dengan demikian menjadi bermakna subyektif bagi individu itu sendiri.

Setiap individu bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Individu yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Komunikasi adalah suatu perspektif karena merupakan proses untuk melihat bagaimana semua realitas dikonstruksi melalui interaksi antara individu. Terdapat dua elemen dalam realitas konstruksi sosial, yaitu: (1) *resources* (sumberdaya): yang meliputi gagasan, nilai, kisah, simbol, makna, institusi, yang digunakan membangun realitas, dihayati dan diciptakan bersama melalui interaksi dalam masyarakat; dan (2) *practices* (praktek-praktek): berupa perilaku, tindakan, dan bentuk-bentuk ekspresi. Dua elemen tersebut saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan, karena *resources* dikonstruksi dalam *practises*, sedangkan *practises* dibentuk melalui *resources* sehingga menghasilkan *recursive loop* (pengulangan yang terus menerus) antara *resources* dengan *practises* (Littlejohn, 2002).

Pandangan Berger & Luckmann (1991) mengenai kontruksi realitas jika diterapkan dalam media lagu adalah bahwa lagu merupakan produk interaksi antara pencipta lagu dengan ideologi yang dibawanya serta realitas yang ada. Realitas diamati oleh pencipta lagu dan diserap dalam kesadaran si pencipta lagu. Dalam proses eksternalisasi, si pencipta lagu akan memaknai realitas tersebut dan menyamakan dengan ideologi yang ia miliki. Maka lagu yang kita dengar merupakan hasil dari interaksi antara ideologi si pencipta dan realitas yang ada.

## **Feminisme**

Bahasan ini menjadi penting dikarenakan implikasi ideologis terhadap relasi sosial yang terjadi antara kaum perempuan dan lelaki di masyarakat. Secara formal, feminisme sebagai sebuah ideologi muncul di Barat (Eropa dan Amerika Serikat) pada abad ke 18. Dari banyaknya aliran feminisme yang ada, maka berdasarkan obyek penelitian ini, penulis membahas dua aliran feminisme yaitu feminis eksstensialis dan feminis pasca modernis atau *post-feminism* yang dianggap dekat untuk mengaji ideologi dan realitas sosial dalam media lagu *Jadikan Aku yang Kedua*.

### **Feminisme Eksistensialis**

Kaum feminis eksistensialis dengan tokohnya yaitu Simone de Beauvoir berargumen bahwa perempuan diopresi melalui keLiyanannya (*Otherness*). Perempuan adalah Liyan (*Otherness*) karena perempuan bukan lelaki. Lelaki adalah Diri (*Self*) bebas, makhluk yang menentukan dirinya sendiri yang mendefinisi makna eksistensinya. Sementara perempuan adalah Liyan (*otherness*), obyek yang tidak menentukan makna eksistensinya sendiri. Maka jika perempuan ingin menjadi Diri, merupakan suatu subyek, perempuan, seperti juga lelaki harus mentransendensi definisi, label, dan esensi yang membatasi eksistensinya. Perempuan harus menjadikan dirinya sebagaimana yang diinginkannya (Tong, 2006). Hal itu menunjukkan bahwa proses penentuan diri merupakan sebuah pencarian kekuasaan terhadap keberadaan yang lain. Sementara seseorang mencoba membebaskan dirinya dari orang lain, orang lain itu juga sedang berusaha membebaskan dirinya dari seseorang itu. Dengan kata lain, sementara seseorang mencoba untuk memperbudak orang lain, orang lain itu juga sedang berusaha untuk memperbudak seseorang itu.

Ada tiga perspektif yang digunakan oleh Beauvoir untuk mengategorikan perempuan sebagai *Other*, yaitu dari perspektif biologis, psikoanalisis, dan materialisme sejarah. Relasi antara kaum lelaki dan perempuan itu tidak akan secara otomatis berubah, bahkan walau sudah terjadi perubahan sistem dalam masyarakat dari kapitalis ke sosialis. Kaum perempuan akan tetap menjadi *Other*, baik dalam masyarakat kapitalis maupun sosialis.

### **Feminisme Pasca Modernis (Post-Feminism)**

Kaum feminis pasca modernis mempertanyakan mengapa perempuan menjadi *The Other*, mengapa perempuan tetap terikat di bumi dalam imanensi dan determinisme, sedangkan lelaki

melayang ke dalam realisme yang transenden, suatu wilayah kebebasan. Kaum feminis pascamodernis (*post-feminism*) menyerap pemahaman Beauvoir tentang keLiyanan (*Otherness*) dan kemudian membalikkannya. Perempuan masih merupakan Liyan, tetapi bukannya menafsirkan kondisi ini sebagai sesuatu yang harus ditolak, mereka justru merangkulnya. Mereka berargumen bahwa keLiyanan perempuan memungkinkan individu perempuan untuk mundur dan kemudian melakukan kritik terhadap norma, nilai, dan praktik-praktik yang dipaksakan oleh kebudayaan lelaki yang dominan (patriarki) terhadap semua orang terutama mereka yang berada dipinggiran. Oleh sebab itu keLiyanan, meski dihubungkan dengan segala sesuatu yang dipinggirkan, dihindari, ditolak, tidak diinginkan, ditinggalkan, dan dimarginalkan, sebenarnya memberikan keuntungan tersendiri. Menjadi Liyan merupakan cara untuk bereksistensi yang memungkinkan perubahan dan perbedaan. Perempuan bukan Diri yang satu, esensi yang harus didefinisi dan ditentukan dengan cara tertentu. Sebaliknya perempuan adalah jiwa yang bebas (Tong, 2006). Dengan keLiyanan itu juga yang berkaitan dengan penindasan dan inferioritas, kaum perempuan sebenarnya justru lebih banyak mengalami kondisi inferior dibandingkan dengan penindasan. Pemikiran itu merupakan suatu cara yang memungkinkan munculnya keterbukaan, pluralitas, keberagaman, dan perbedaan.

### **Teori Wacana Michel Foucault**

Michel Foucault merupakan orang yang memperkenalkan wacana mutakhir. Menurut Foucault, wacana adalah sesuatu yang memproduksi yang lain (sebuah gagasan, konsep atau efek). Wacana dapat dideteksi karena secara sistematis suatu ide, opini, konsep, dan pandangan hidup dibentuk dalam suatu konteks tertentu sehingga memengaruhi cara berpikir dan bertindak tertentu (Eriyanto, 2005).

Salah satu tesisnya yang menarik adalah hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan. Kuasa, menurut Foucault tidak dimiliki tetapi dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup di mana ada banyak posisi yang secara strategis berkaitan satu sama lain. Foucault meneliti kekuasaan lebih pada individu dibandingkan pada negara. Menurut Foucault strategi kuasa berlangsung di mana-mana. Dimana terdapat hubungan antar manusia. Di situ ada kuasa. Kuasa tidak datang dari luar tetapi menentukan susunan, aturan-aturan, dan hubungan-hubungan itu dari dalam.

Ada dua pendekatan menurut Foucault, yaitu pendekatan arkeologis yang menitikberatkan pada dimensi material sejarah untuk menunjukkan bahwa subyek bukanlah entitas abstrak melainkan makhluk yang mewujudkan (*embodied being*). Pendekatan kedua disebut genealogi pengetahuan/kuasa, untuk menunjukkan bahwa pengetahuan dan kekuasaan merupakan bentuk-bentuk kontrol dan cara-cara mengorganisir subyektifitas yang saling tergantung dan saling menopang (Cavallaro, 2004).

Dalam menganalisis masalah feminisme, peneliti mengambil pendekatan genealogis dengan kategorisasi perempuan dan gender, sebagaimana halnya patriarki dan penindasan. Dalam merealisasikan tujuan masih terdapat pemisahan gender yang kuat terutama dalam pengambilan keputusan. Misalnya lelaki masih diposisikan sebagai pengambil keputusan yang penting.

### **Asumsi Teoritis**

Pencipta lagu mempunyai kekuasaan untuk membentuk ideologi konsumen (pendengar) lagu tersebut ke arah yang diinginkan. Jika pencipta lagu mempunyai pengalaman yang sama sebagai orang yang termarginalkan, sangat mencintai seorang lelaki sehingga bersedia tetap mencintai lelaki itu meski harus menjadi yang kedua. Atau paling tidak latar belakang keluarganya adalah keluarga yang merupakan orang kedua maka pencipta lagu mempunyai ideologi *post-feminism*, karena ia ingin menggunakan kuasanya untuk menganjurkan para perempuan agar tidak gusar untuk menjadi *yang kedua*, asalkan tetap berbahagia. Oleh sebab itu melodi lagu inipun bernada riang dan bukannya sedih atau melankolis. Sebaliknya pencipta lagu merupakan orang yang mempunyai ideologi feminisme

eksistensialis jika alasannya menulis lirik lagu itu hanya untuk menyindir para perempuan yang bersedia menjadi *yang kedua*, apakah ia mempunyai latar belakang keluarga sebagai *yang kedua* atau tidak, sebab meski liriknya seolah seperti pasrah akan marjinalisasi terhadap dirinya, namun melodi lagu itu bernada riang dan bukannya sedih atau melankolis.

Orang yang menyukai lagu tersebut adalah seorang *post-feminism* jika ia mempunyai pengalaman yang sama atau paling tidak latar belakang keluarganya merupakan *yang kedua*, sehingga ia tidak gusar untuk tetap menjadi *yang kedua*, asalkan tetap berbahagia. Ia tak mempermasalahkan apakah hal itu melanggar norma atau tidak. Sebaliknya seseorang merupakan orang yang mempunyai ideologi feminisme eksistensialis jika baik ia mempunyai pengalaman/latar belakang keluarga sebagai *yang kedua* atau tidak, tetapi menganggap lirik lagu itu aneh, lucu, atau unik, sebab kemungkinan ia menyukai lagu itu karena senang memperolok keadaan perempuan seperti itu. Khusus bagi yang mempunyai pengalaman, ia kini tidak lagi mau menjadi *yang kedua*.

## METODE

Penelitian ini menggunakan perspektif kualitatif dengan paradigma kritis, dimana salah satu tujuan penting dari penelitian kualitatif adalah diperolehnya pemahaman menyeluruh dan utuh tentang fenomena yang diteliti. Perspektif Kualitatif ini juga melihat gejala sosial sebagai sesuatu yang dinamis dan berkembang bukan sebagai sesuatu yang tidak berubah dalam perkembangan waktu kondisi dan waktu. Penelitian kualitatif dengan metode yang manapun, sedikitnya ada 8 metode (Denzin & Lincoln, 1994 dan 2000 beserta perbedaannya untuk kedua edisi tersebut) umumnya memiliki pola pikir *grounded-inductive*, yaitu usaha memahami sebuah gejala dari perspektif teori/konsep tertentu. Menurut Hamad, (Januari-April 2005), konsep-konsep tidak hendak diuji/diukur dalam sebuah sampel; melainkan dipakai untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Peneliti dengan demikian sebelumnya tidak memiliki anggapan (aposteriori); bahkan ia berusaha menemukan teori dari gejala yang ditelitinya. Kosakata yang banyak digunakan antara lain keterkaitan antargejala, makna sebuah gejala, dan pola yang ditemukan (Poerwandari, 2001).

Paradigma kritikal dapat dikatakan secara ringkas mempunyai tujuan penelitian untuk membuka, memindahkan dan/atau membuang keyakinan-keyakinan dan ide-ide keliru tentang masyarakat dan realitas sosial. Ide-ide keliru itu antara lain keyakinan akan adanya dunia yang objektif, kebenaran umum, segala sesuatu yang dapat diukur dan juga anggapan bahwa semua makhluk hidup termasuk manusia memiliki kedudukan sama dalam dunia, mendapat pengaruh yang sama, dan dapat dicari keseragamannya (Poerwandari, 2001). Paradigma kritikal juga justru mengatakan bahwa dunia merupakan hal kompleks, realitas sosial berada dalam ketegangan dan kontradiksi, posisi atau kelompok dengan kelompok lain berbeda-beda, dan ada pihak-pihak yang mengalami eksploitasi, sementara pihak lain memanfaatkan, menekan, mengeksploitasi. Dengan keyakinan itu, pendekatan kritikal berkembang dan banyak digunakan dalam kajian-kajian yang mempelajari distribusi kekuatan yang tidak seimbang, yang menguntungkan sebagian pihak dan sangat merugikan pihak lain. Termasuk di dalamnya penelitian mengenai kelompok miskin dan marjinal, dan penelitian tentang perempuan (Poerwandari, 2001).

Dalam teknik pengumpulan data, paradigma kritikal memakai sejumlah teknik pengamatan terlibat, wawancara mendalam, analisis teks, data sekunder, bahkan wawancara berstruktur sekaligus. Dalam paradigma kritikal, yang disebut data adalah realitas yang ada di balik kenyataan yang tampak. Paradigma ini berbicara sesuatu di balik tabir terutama menyangkut masalah-masalah ideologi, kekuasaan (*power*) dan kepentingan ekonomi-politik dari sebuah masalah yang diteliti. Paradigma kritikal memakai bahasa informal dan advokatif. Dalam melaporkan hasil penelitiannya, si peneliti berusaha menunjukkan kenyataan yang diperkirakan mampu menggugah kesadaran pembaca tentang suatu hal yang sedang dibahas.



## Analisis Wacana Kritis

Dalam analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*), wacana disini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Bahasa dianalisis bukan dengan menggambarkan dari aspek kebahasaan semata, tetapi juga menghubungkan konteks, yang berarti bahwa bahasa itu dianggap digunakan untuk tujuan atau praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktek kekuasaan (Eriyanto, 2005). Analisis wacana kritis melihat wacana sebagai pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan, sebagai praktik sosial yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi dan struktur sosial yang membentuknya. Analisis wacana kritis melihat bahasa sebagai faktor penting, yaitu bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat. Analisis Wacana Kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing (Eriyanto, 2005).

Ideologi juga konsep sentral dalam analisis wacana kritis, sebab teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Ideologi itu dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Ideologi membuat anggota dari suatu kelompok akan bertindak dalam situasi yang sama, dapat menghubungkan masalah mereka, dan memberikan kontribusi dalam membentuk solidaritas dan kohesi dalam kelompok. Ideologi secara inheren bersifat sosial, bukan individual atau personal. Ideologi membutuhkan *share* di antara anggota kelompok, organisasi atau kolektivitas dengan orang lain. Namun meski bersifat sosial, ideologi digunakan secara internal di antara anggota kelompok atau komunitas. Oleh karena itu ideologi tidak hanya menyediakan fungsi koordinatif dan kohesif tapi juga membentuk identitas diri kelompok yang membedakan dengan kelompok lain. Jadi wacana bukanlah sesuatu yang bersifat netral dan alamiah, karena dalam setiap wacana terkandung ideologi untuk mendominasi dan berebut pengaruh. Dalam hal menganalisis lagu *Jadikan Aku yang Kedua* akan dianalisis apakah lirik lagu ini merupakan pencerminan dari ideologi sang pencipta, dan juga ideologi apakah yang dianut produser musik dalam menjadikan lagu ini sebagai lagu unggulan dari album kompilasi yang mereka munculkan (Eriyanto, 2005).

Terdapat beberapa prinsip yang dipentingkan dalam analisis wacana kritis dalam menganalisis suatu wacana yaitu *tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi*. Di dalam menganalisis *tindakan* dalam suatu wacana, wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan dan diekspresikan secara sadar dan terkontrol. Seseorang yang berbicara dan menulis dipandang mempunyai suatu tujuan tertentu, apakah untuk memengaruhi, mendebat, membujuk, menyangga, bereaksi dan sebagainya (Eriyanto, 2005). Pencipta lagu *Jadikan Aku yang Kedua* dianggap mempunyai maksud tertentu saat ia menciptakan lirik lagu tersebut, sementara produser album musik di mana lagu ini dijadikan lagu unggulan dianggap mempunyai maksud tertentu pula.

Di dalam konteks, wacana dipandang sebagai sesuatu yang diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Wacana dimaknai sebagai teks dan konteks secara bersama. Titik perhatian dari analisis wacana ini adalah menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam proses komunikasi. Ada dua konteks yang memengaruhi produksi wacana yaitu partisipan wacana, dan setting sosial. Wacana harus dipahami dan ditafsirkan dari kondisi dan lingkungan sosial yang mendasarinya. Pada saat lagu *Jadikan Aku yang Kedua* kemungkinan si pencipta lagu sedang mengalami suatu situasi sosial di mana ia memilih untuk menjadi orang ketiga dalam suatu hubungan cinta dua insan manusia, yang akhirnya melahirkan lirik lagu tersebut. Apalagi saat lagu ini menang dalam ajang lomba cipta lagu, isu sosial tentang poligami sedang berkembang (Eriyanto, 2005).

Di dalam analisis *historis*, wacana ditempatkan dalam konteks sosial tertentu. Pemahaman tentang wacana hanya dapat diperoleh jika kita bisa memberikan konteks historis di mana wacana diciptakan. Perlu melakukan peninjauan situasi sosial yang ada untuk mengerti mengapa wacana itu berkembang atau dikembangkan. Pada saat lagu *Jadikan Aku yang Kedua* diunggulkan dalam album kompilasi dan kemudian menjadi populer, isu sosial yang sedang marak saat itu adalah tentang

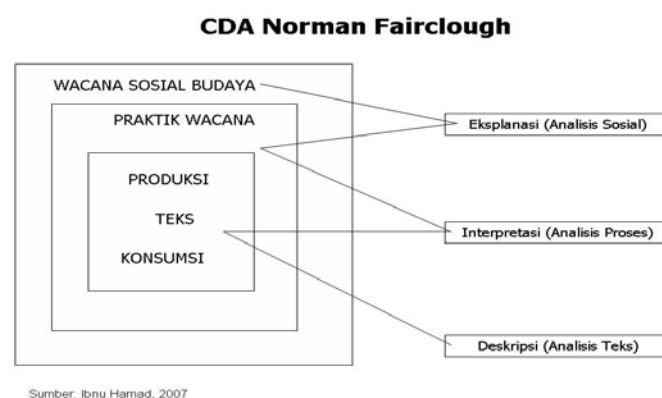
poligami yang dilakukan oleh tokoh agama ternama dan skandal perselingkuhan yang dilakukan seorang politisi ternama (Eriyanto, 2005).

Dalam menganalisis *kekuasaan*, wacana dianggap tercipta melalui suatu bentuk pertarungan kekuasaan. Kekuasaan itu penting dianalisis dalam hubungannya dengan wacana untuk melihat apa yang disebut sebagai kontrol. Apakah wacana ini muncul karena suatu kontrol kekuasaan. Kontrol tidak selalu dalam bentuk fisik dan langsung tetapi juga kontrol secara mental atau psikis. Apakah terciptanya lagu ini merupakan suatu bentuk kekuasaan untuk melakukan kesetaraan perempuan atau karena ketidak berdayaan perempuan terhadap lelaki. Analisis juga dapat melihat apakah keputusan produser untuk menjadikan lagu ini sebagai lagu unggulan album kompilasi musik adalah merupakan bentuk kekuasaan untuk membentuk selera pasar (Eriyanto, 2005).

Ada beberapa pendekatan utama dalam analisis wacana kritis, namun dalam menganalisis lagu *Jadikan Aku yang Kedua* akan digunakan pendekatan Perubahan Sosial (*sociolcultural change approach*). Analisis dengan pendekatan ini memusatkan perhatian pada bagaimana wacana dan perubahan sosial. Wacana di sini dipandang sebagai praktik sosial, dengan demikian ada hubungan dialektis antara praktik diskursif tersebut dengan identitas dan relasi sosial. Wacana dianggap melekat dalam situasi, institusi, dan kelas sosial tertentu. Memaknai wacana demikian, dapat membantu menjelaskan bagaimana wacana dapat memproduksi dan mereproduksi *status quo* dan mentransformasikannya (Eriyanto, 2005). Lagu *Jadikan Aku yang Kedua* tercipta dan populer ketika masyarakat tampaknya sudah mulai permisif dengan fenomena orang ketiga dalam hubungan suatu pasangan suami istri atau kekasih. Banyak orang-orang terkemuka yang tidak segan memberitahu bahwa mereka mempunyai *yang kedua*.

## Model Analisis Wacana Norman Fairclough

Model analisis yang akan digunakan adalah model analisis dari Norman Fairclough. Fairclough banyak dipengaruhi oleh Michael Foucault dan pemikiran intertekstualitas Julia Kristeva dan Bakhtin. Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi yaitu dimensi *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Ketiga dimensi ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Model analisis wacana Norman Fairclough  
Sumber: Eriyanto (2005)

Dalam model Fairclough ini teks dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik, dan tata kalimat. Fairclough juga memasukkan koherensi kohesivitas, bagaimana antar kata atau kalimat atau bait sebuah lagu atau puisi digabung sehingga membentuk pengertian (Eriyanto, 2005). Untuk menganalisis lirik lagu *Jadikan Aku yang Kedua* akan digunakan metode analisis sintagmatik dengan dimensi teoritis *functional pragmatic*, yang membahas bentuk percakapan (*speech*

*action*) dan perilaku percakapan (*speech act*) untuk menemukan tujuan (*purpose*) dari partisipan sebuah percakapan.

Di dalam dimensi *discourse practice*, teks akan dianalisis dari sisi produksi di mana pencipta lagu *Jadikan Aku yang Kedua* akan diwawancara untuk mengetahui latar belakang penciptaan lagu ini dengan harapan peneliti dapat membongkar ideologi sang pencipta. Sementara dari sisi konsumsi, peneliti akan mewawancarai pendengar radio yang memilih lagu ini sebagai lagu pilihan dalam acara pemutaran lagu pilihan pendengar (*song request*). Dalam hal ini peneliti akan mengambil sepuluh orang responden secara *purposive* berdasarkan kata-kata sms *song request* yang dikirimkan ke Radio Mustang FM 88 MHz selama bulan Desember 2006, saat lagu ini mulai dirilis dan kemudian menduduki puncak tangga lagu beberapa stasiun radio. Wawancara dari sisi konsumsi ini dimaksudkan untuk membongkar ideologi penggemar lagu ini. Pada dimensi *sociocultural practice* dianalisa fenomena-fenomena sosial apa yang muncul bersamaan dengan munculnya lagu *Jadikan Aku yang Kedua* ini. Selain itu juga dianalisa lagu-lagu apa yang sedang populer pada waktu yang bersamaan dengan munculnya lagu ini. Sebab munculnya sebuah lagu merupakan konstruksi atas realita sosial yang sedang berlangsung.

## Unit Analisa

Pada level teks Wacana peneliti menganalisis lirik lagu *Jadikan Aku yang Kedua*. Adapun lirik lagu tersebut adalah sebagai berikut:

Jika dia cintaimu  
Melebihi cintaku padamu  
Aku pasti rela untuk melepasmu  
Walau kutahu ku kan terluka

Jikalau semua berbeda  
Kau bukanlah orang yang kupuja  
Tetapi hatiku telah memilihmu  
Walau kau tak mungkin tinggalkannya

Jadikan aku yang kedua  
Buatlah diriku bahagia  
Walaupun kau tak kan pernah  
Kumiliki selamanya.

Pada level konsumsi wacana, peneliti mewawancarai pendengar radio yang memilih lagu *Jadikan Aku yang Kedua*, dalam acara permintaan putar lagu (*request*) di stasiun radio. Wawancara dilakukan dengan wawancara mendalam. Hal ini untuk mendapatkan motivasi apa yang membuat mereka menyukai lagu tersebut serta pendapat-pendapat mereka tentang fenomena orang ketiga dalam suatu hubungan cinta dua insan, sehingga dapat diketahui ideologi apa yang mereka miliki.

Pada level produksi wacana, peneliti akan mewawancarai Novi, pencipta lagu *Jadikan Aku yang Kedua*. Wawancara dilakukan dengan wawancara mendalam. Hal ini untuk mendapatkan motivasi apa yang melatarbelakangi penciptaan lagu tersebut, serta pendapat pencipta lagu tentang fenomena orang ketiga dalam suatu hubungan cinta dua insan, sehingga dapat diketahui ideologi apa yang mereka miliki.

Pada level wacana sosio kultural peneliti menganalisis fenomena-fenomena sosial apa yang muncul bersamaan dengan munculnya lagu *Jadikan Aku yang Kedua* ini. Selain itu juga dianalisa lagu-lagu apa yang sedang populer pada waktu yang bersamaan dengan munculnya lagu ini. Sebab munculnya sebuah lagu merupakan konstruksi atas realita sosial yang sedang berlangsung. Analisis

dilakukan dengan data sekunder berupa pemberitaan media massa dan daftar putar lagu beberapa radio.

Di dalam sebuah industri lagu, menentukan satu atau dua lagu menjadi lagu unggulan dalam sebuah album baru yang akan diluncurkan menjadi satu strategi untuk meraih pasar. Dengan menjadikan lagu *Jadikan Aku yang Kedua* menjadi lagu unggulan dalam album kompilasi lagu pemenang Lomba Cipta Lagu Populer berarti produser menganggap lagu tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan lagu-lagu lain. Apakah industri lagu cenderung berorientasi pasar dengan memanfaatkan fenomena orang ketiga yang sedang marak atau apakah industri lagu justru bermaksud memberikan pendidikan kesetaraan perempuan, sehingga merekayasa selera pasar melalui penciptaan dan pemopuleran sebuah lagu dengan lirik yang bias dengan norma yang ada.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Seperti telah dikemukakan di atas data terdiri dari tiga level yaitu pada teks media, pada *discourse practice*, serta wacana sosiokultural. Ditingkat teks media, dalam hal ini adalah lirik lagu *Jadikan Aku yang Kedua*, peneliti menganalisis teks wacana secara sintagmatik dengan *Functional Pragmatic*. *Functional Pragmatic* (FP) membahas bentuk percakapan (*speech action*) dan perilaku percakapan (*speech act*) untuk menemukan tujuan (*purpose*) dari partisipan sebuah percakapan. Metode ini memperhatikan prosedur dan pola (*pattern*) percakapan. Prosedur adalah unit terkecil dari tindakan percakapan seperti saya, di sini, sekarang; Pola adalah potensi yang mendukung pada tindakan percakapan, seperti setting tugas, pemenuhan tugas, penalaran yang efektif.

Di tingkat *discourse practice* akan ada dua jenis data yang akan dikumpulkan yaitu: (1) data dari level produksi diambil dengan melakukan wawancara mendalam pada pencipta lagu, seorang lelaki yang tinggal di Samarinda, Kalimantan Timur; (2) data dari level konsumsi diambil dari pendengar radio Mustang yang meminta pemutaran lagu (*song request*) pada bulan Desember 2006, di saat lagu tersebut menduduki tangga lagu teratas di Radio Mustang dan beberapa radio lain selama empat minggu berturut-turut. Pemilihan informan diambil secara *purposive* dari sekitar 500 sms yang meminta lagu tersebut. Jumlah informan adalah 3 (tiga) orang. Kriteria pemilihan informan adalah pendengar Mustang yang meminta putar lagu *Jadikan Aku yang Kedua* selama bulan Desember 2006, usia 18-25 tahun. Menurut Sarwono (1991), remaja usia 18-25 tahun adalah remaja tingkat akhir yang mana cara berpikir mereka sudah lebih dewasa dan matang. Namun masa ini merupakan masa topan badai (*strum und drang*) yang penuh gejolak karena pertentangan pada norma dan nilai. Jenis kelamin perempuan, dan/atau menuliskan kata-kata khas dalam sms ke radio Mustang yang menjurus ke arah pembenaran untuk menjadi *yang kedua*. Asumsi peneliti adalah responden mempunyai suatu pandangan dan pengalaman tertentu sehingga menyukai lagu tersebut, dan bukan hanya ikut-ikutan semata. (3) Data pada level wacana sosio kultural menggunakan data sekunder berupa pemberitaan media massa akan fenomena sosial yang sedang berlangsung dan daftar putar lagu di beberapa radio untuk melihat lagu-lagu Indonesia yang sedang populer dalam waktu yang bersamaan dengan masa kepopuleran lagu *Jadikan Aku yang Kedua* ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Level Teks Wacana**

Menurut *functional pragmatics* sebuah teks dibuat berdasarkan prosedur dan pola. Teks Lagu ini dibuat berdasarkan prosedur penulisan tiap dua bait merupakan rangkaian sebuah kalimat. Prosedur penulisan sajaknya bebas. Pola yang ada dalam teks lagu ini terdiri dari 8 pola.

### ***Jika dia cintaimu, melebihi cintaku padamu***

Tokoh *aku* merupakan seorang perempuan yang sudah menjalin cinta dengan seorang lelaki tetapi kemudian baru tahu kalau si lelaki itu sudah mempunyai kekasih yang lain. "aku" bisa merupakan kekasih pertama lelaki itu yang baru mengetahui bahwa sang kekasih mempunyai perempuan lain, tapi bisa juga justru kekasih yang kedua yang sudah tahu bahwa lelaki yang dicintainya itu sudah terikat dengan perempuan lain. Si *aku* beranggapan jika si perempuan lain itu lebih besar cintanya kepada lelaki dibanding dirinya. Bisa jadi si *aku* sudah merasakan bahwa dirinya merupakan subordinat dari perempuan lain itu. Jika *aku* adalah yang pertama, maka *aku* sadar bahwa perempuan lain itu lebih berhak darinya untuk memiliki lelaki itu. Mungkin saja *aku* adalah istri karena pernikahan atas dasar perjodohan. Tapi bisa juga *aku* memang adalah perempuan lain yang terjatuh dengan cinta lelaki yang telah beristri atau mempunyai pasangan.

### ***Aku pasti rela untuk melepasmu, walau kutahu ku kan terluka***

Karena perasaan subordinatnya, *aku* rela untuk melepaskan sang lelaki untuk perempuan lain itu, meski ia sadar bahwa dirinya akan terluka. Namun, jika kita mengamati tokoh "aku" dalam keempat bait pertama dari lagu ini, *aku* mengandaikan jika kekasih yang lain itu memang mencintai sang pujaan hati *lebih besar* dari cinta si *aku* pada sang lelaki, maka si *aku* akan rela untuk melepaskan sang pujaan hati kepada orang lain tersebut. Tetapi tentu saja jika kenyataannya kebalikan, si *aku* tentu akan tetap mempertahankan sang pujaan hati. Kemungkinan peran sebagai orang yang tersubordinasi itu justru dijadikan alat oleh *aku* untuk memenangkan pertandingan yaitu tetap mempertahankan cinta sang lelaki.

### ***Jikalau semua berbeda, kau bukanlah orang yang kupuja***

Pada bait ke lima dan ke enam, tokoh *aku* mengandaikan jika saja lelaki itu tidak dicintainya. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya ia juga menyesalkan mengapa cintanya pada sang lelaki harus terbagi dengan perempuan lain. Atau juga merupakan penyesalan kenapa ia mencintai lelaki yang sudah terikat dengan orang lain.

### ***Tetapi hatiku telah memilihmu, walau kau tak mungkin tinggalkannya***

Tetapi *aku* dalam bait ketujuh menunjukan bahwa *aku* telah terlanjur memilih lelaki ini sebagai tambahan hatinya. Kata 'memilih' menunjukan suatu kuasa untuk menentukan. Artinya sebenarnya *aku* bisa saja tidak memilih lelaki itu karena berbagai alasan. Namun pada bait kedelapan, *aku* memilih untuk tetap terikat dan mengikat sang lelaki, meski jelas *aku* telah tahu bahwa ada perempuan lain dihati lelaki ini. Dari kedelapan bait lagu ini, menunjukan bahwa *aku* dalam lagu ini merupakan seorang dengan ideologi *post-feminism*, karena *aku* mempunyai kuasa untuk menjadi Diri yang bebas tanpa mepedulikan norma yang ada. Sebagai orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan, *aku* adalah perempuan kedua, perempuan yang mencintai lelaki yang sudah terikat dengan perempuan lain. Meskipun demikian *aku* tak peduli dengan kondisi tersebut dan tetap mempertahankan hubungan itu, meskipun *aku* pasti sadar keputusannya itu melanggar norma dan nilai yang ada, sebab *aku* adalah Diri yang bebas.

### ***Jadikan aku yang kedua; Buatlah diriku bahagia; Walaupun kau tak akan pernah; Kumiliki Selamanya***

Refrain sebuah lagu merupakan inti dari lagu tersebut, karena refrain adalah bait-bait yang selalu diulang dalam sebuah lagu. Melalui refrain, pencipta lagu berupaya untuk mentransfer ideologinya dan menularkannya pada konsumen lagu tersebut. Ideologi pencipta yang cenderung mendukung ideologi *post-feminism*, yang mungkin saja merupakan manifestasi dari ideologi patriarki

yang dia miliki. Dalam refrain lagu ini yang terdiri dari empat bait, dan empat pola. Jelas terlihat ideologi *post-feminism* melalui tokoh *aku*, yaitu meskipun norma yang berlaku menolak kehadiran orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan, namun *aku* tetap saja memutuskan untuk tetap menjalin hubungan meski harus menjadi yang kedua asalkan sang lelaki tetap menjadikan diri *aku* bahagia. Bahagia di sini bisa dari berbagai aspek seperti materi atau seks.

## Analisis Level Konsumsi Wacana

### Informan 1: Mahasiswi, 20 tahun, Jakarta

Informan 1 menyukai lagu *Jadikan aku yang Kedua* karena merasa liriknya sangat cocok dengan pengalamannya yaitu mencintai seorang lelaki yang sudah mempunyai kekasih. Informan tak memperdulikan lagi apakah dia akan dijadikan yang kedua, jika lelaki itu mau menerima cintanya sambil masih menjalin hubungan dengan kekasihnya. Sikap informan yang permisif terhadap perselingkuhan dan bahkan mau melakukan perselingkuhan itu memang sudah menjadi ideologi informan. Sebab informan pernah mempunyai pengalaman dengan diselingkuhi oleh kekasihnya. Tetapi begitu ia mengetahui, ia tidak langsung marah melainkan dengan mudahnya memberi pilihan pada kekasihnya apakah akan tetap memilih dirinya atau berpindah dengan perempuan lain, dan bukannya berusaha mempertahankan. Di sini terlihat bagaimana informan adalah orang yang tidak mau menjadi obyek dari lelaki. Ia memilih menjadi subyek yang menentukan dengan melepaskan kekasihnya itu.

Informan adalah seorang yang menggunakan cara-cara di luar kelaziman untuk menarik perhatian lelaki. Jika gadis lain akan memperlihatkan citra yang anggun, lembut, penuh perhatian, informan justru memperlihatkan citra bahwa ia adalah perempuan yang santai, acuh tak acuh, mandiri, dan tegas. Hal ini sudah mulai menunjukkan bahwa informan adalah seorang dengan ideologi *post-feminism*, untuk menjadi subjek ia dengan mudah melepas seorang lelaki yang dianggap berkhianat, tetapi untuk mendapatkan cinta seorang lelaki ia menggunakan cara-cara di luar kelaziman atau norma-norma yang ada.

Meski pendapat umum menyatakan menjadi perempuan kedua merupakan marginalisasi terhadap perempuan, tapi informan tidak memperlmasalahkan hal ini bahkan menikmatinya. Dalam kaitannya dengan lagu, refrain lagu *Jadikan Aku yang Kedua* yang selalu diperdengarkan berulang-ulang justru merupakan motivator baginya untuk menjadi subjek dengan cara-cara di luar kelaziman. Informan tetap pada pendiriannya untuk mendapatkan cinta sang lelaki, meski hanya sebagai yang kedua.

### Informan 2: Mahasiswi, 18 tahun, Jakarta

Informan 2 menyukai lagu *Jadikan Aku yang Kedua* lebih karena melodi lagu tersebut yang membuatnya bersemangat, dan enak didengar. Mengenai lirik lagu tersebut, informan justru menganggap adalah hal yang aneh bahwa ada perempuan yang mau menjadi yang ke dua, karena menurut informan, lebih baik jadi yang pertama daripada menjadi yang kedua.

Informan mengandaikan jika ia menghadapi masalah di mana informan mencintai lelaki yang ternyata sudah mempunyai pasangan, maka informan memilih lebih baik mundur. Bagi informan 2, mementingkan kebahagiaan orang lain adalah suatu hal yang akan dijalankannya, ketimbang jadi orang kedua. Sebaliknya jika informan menghadapi masalah di mana pasangan informan membagi cintanya dengan perempuan lain, maka ia akan merelakan untuk melepaskan lelaki tersebut. Ini menandakan bahwa informan tidak mau menjadi objek dari lelaki tersebut, tapi informan ingin menjadi subjek, yang bisa menentukan apa yang terbaik bagi dirinya. Informan tidak mau menjadi orang ke dua, informan lebih baik mencari lelaki lain yang benar-benar mencintainya.

Informan percaya pada karma, yaitu apa yang dilakukan pada orang lain akan menimpa dirinya. Informan menganggap adalah suatu perbuatan yang jahat jika dia menduakan cinta atau dia mau menjadi perempuan kedua dari seorang lelaki. Informan lebih memilih menjadi subjek dan bukan menjadi objek dari lelaki, ia lebih memilih menjalin hubungan kekasih dengan lelaki yang bebas, artinya tidak memiliki ikatan atau relasi apapun dengan perempuan lain kecuali dirinya. Jika ia mencintai seorang lelaki yang sudah punya kekasih, ia akan berusaha untuk mendapatkan lelaki tersebut tetapi belum akan memutuskan untuk menjalin cinta sebelum lelaki tersebut memutuskan hubungan dengan kekasihnya. Tetapi putusnya hubungan lelaki itu dengan kekasihnya bukan semata karena ada diri informan.

Dari pernyataan-pernyataan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa informan adalah orang yang memiliki ideologi feminis ekstensialis. Dalam upaya menjadi subjek, sebagai Diri yang bebas, informan berupaya berperilaku sebaik-baiknya sebagai seorang perempuan, membuat citra dirinya menjadi seorang perempuan yang paling lembut, baik hati, berempati, dan tentu saja cantik, hingga ada lelaki yang ingin menjadi kekasihnya. Alasan informan menyukai lagu *Jadikan Aku yang Kedua* juga hanya pada melodinya dan bukan pada liriknya. Dengan menyukai lagu ini, informan justru malah mencemooh kebodohan perempuan yang mau hanya menjadi yang kedua. Refrain lagu ini yang selalu diperdengarkan berulang-ulang bukan menjadikannya simpati pada para perempuan kedua, tetapi justru makin menguatkan pendiriannya untuk tidak melakukan hal di luar kelaziman itu hanya untuk menjadi seorang subjek.

### **Informan 3: Mahasiswi, 19 tahun, Jakarta**

Informan 3 menyukai lagu *Jadikan Aku yang Kedua* karena pengalamannya sama dengan lirik lagu tersebut. Pada saat lagu ini diputar di stasiun-stasiun radio informan sedang jatuh cinta pada seorang lelaki yang juga memberi harapan padanya, tapi ternyata lelaki itu sudah memiliki kekasih. Informan memaknai lirik lagu itu sesuai dengan pengalamannya.

Setelah mengetahui bahwa lelaki itu sudah punya kekasih, informan pada mulanya tidak peduli karena dia yakin meski lelaki itu sudah punya kekasih, jika ia memperlihatkan sayangnya pada lelaki tersebut lebih besar dari yang pertama, pasti kelak dia juga yang akan menjadi yang pertama. Tetapi ternyata lelaki itu memang suka menebar pesona bukan hanya pada informan saja tetapi juga pada perempuan-perempuan lain. Jadi informan memutuskan untuk tidak terus menjadi perempuan kedua bukan karena ia tidak mau menjadi perempuan kedua, tetapi lebih pada sifat lelaki itu yang mata keranjang. Sebetulnya jika lelaki tersebut bukanlah lelaki yang mata keranjang, informan akan bersedia menjadi perempuan kedua. Sikap permisif terhadap perempuan kedua ini ternyata karena informan mempunyai latar belakang poligami, di mana kakeknya mempunyai tiga orang istri.

Saat informan diandaikan menjadi perempuan pertama, di mana pasangannya mempunyai perempuan lain, informan mengatakan akan melakukan apapun untuk meningkatkan rasa sayangnya pada pasangannya, dan menganggap bahwa perempuan kedua itu tidak ada apa-apanya dibanding dirinya. Tapi sekali lagi sikap permisif dengan adanya perempuan kedua dinyatakan ketika pengandaian tentang jika informan menjadi yang pertama yang memperlihatkan betapa latar belakang keluarga yang terlibat poligami akan lebih permisif terhadap poligami atau adanya orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan informan di atas, maka peneliti melihat bahwa ideologi informan adalah ideologi *post-feminism* karena meskipun informan saat ini memutuskan tidak mau menjadi perempuan kedua, hal itu bukan karena ideologinya, tetapi karena sifat lakinya yang 'mata keranjang'. Informan terlihat tidak ingin menjadi obyek dari lelaki. Ia ingin menjadi subyek dengan memutuskan hubungan mereka. Namun jika lelaki tersebut adalah lelaki yang baik, informan akan melakukan apa saja untuk mendapatkannya, meski harus menjadi yang kedua, karena informan tetap berharap kelak bisa menjadi perempuan kedua.

## Analisis Level Produksi Wacana

### Informan 4: Pencipta Lagu, Lelaki, Penyiar Radio, 26 Tahun, Samarinda

Informan memang seorang pencipta lagu dan juga pemain band. Proses penciptaan lagu *Jadikan Aku yang Kedua* juga sudah sejak tahun 2005. Jadi informan menciptakan lagu ini jauh sebelum ajang Lomba Cipta Lagu Populer yang diadakan oleh TV-7 (kini Trans 7), juga sebelum isu tentang poligami atau perselingkuhan menjadi marak dan hangat dibicarakan oleh masyarakat akibat liputan industri media. Informan menciptakan lagu ini karena pengalaman seorang temannya yang berhubungan dengan lelaki yang telah beristri dan sering mendiskusikan masalahnya dengan informan.

Dalam menciptakan lagu ini informan mengaku mempunyai tujuan untuk mengingatkan orang bahwa ada fenomena orang ketiga, para perempuan kedua, yang banyak terdapat dalam masyarakat. Dari pernyataan informan, terlihat bagaimana informan mempunyai ideologi yang cenderung mendukung ideologi *post-feminism*. Namun karena informan sebagai pencipta adalah seorang lelaki, maka ideologi yang cenderung mendukung *post-feminism* itu sebenarnya merupakan manifestasi dari ideologi patriarki yang dia miliki. Pencipta lagu justru bertujuan untuk mengingatkan orang supaya menjaga pasangannya bukannya bertujuan untuk mengingatkan orang untuk tidak menjadi orang kedua. Ia bahkan berusaha berempati dengan perempuan kedua dan bukannya pada perempuan yang pertama. Jelas terlihat ideologi patriarki informan yang muncul karena usahanya itu hanya untuk menguntungkan pihak lelaki saja, meski seolah memberdayakan para perempuan kedua.

Ideologi patriarki sang pencipta ditonjolkan agar konsumen lagu ini mengikuti ideologinya, yaitu permisif terhadap poligami, karena ideologi patriarki membesar-besarkan perbedaan biologis antara lelaki dan perempuan, dan memastikan bahwa lelaki selalu mempunyai peran yang maskulin dan dominan, sedangkan perempuan selalu mempunyai peran yang subordinat atau feminin. Ideologi ini begitu kuat, sehingga lelaki biasanya mampu mendapatkan persetujuan dari perempuan yang mereka opresi. Jadi pencipta memang setuju dengan adanya poligami. Informan membolehkan adanya orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan, dengan mencoba menjadi diri orang ketiga itu (berempati). Oleh karena itu informan menciptakan lagu dengan irama yang gembira, karena informan berusaha memberdayakan para perempuan kedua supaya tegar dan tetap bahagia.

Dengan ideologi patriarkinya pencipta lagu mendukung ideologi *post-feminism*, di mana informan berusaha memberdayakan perempuan khususnya perempuan yang berniat/sudah menjadi *yang kedua*. Tetapi di saat yang bersamaan, sebenarnya informan memarginalkan perempuan *yang pertama*. Apalagi dengan tujuan menulis lagunya yaitu untuk mengingatkan perempuan *yang pertama* untuk menjaga pasangannya baik-baik.

Konsumen perempuan dipengaruhi agar membuat mereka menjadi permisif untuk menjadi istri kedua, atau bahkan mungkin ketiga dan keempat, atau membolehkan suaminya untuk poligami. Konsumen lelaki dipengaruhi agar mereka juga jadi berminat untuk berpoligami, apalagi banyak tokoh ternama yang juga berpoligami. Sebab dengan beredarnya lagu ini, apalagi lalu menjadi populer dan sering dinyanyikan oleh banyak orang, maka masyarakat akan menjadi terbiasa dengan fenomena perempuan kedua ini dan menjadikan hal ini sesuatu yang permisif. Seperti yang dikatakan James Lull bahwa suatu ideologi menjadi kuat karena dilegalkan, didistribusikan salah satunya lewat media massa yang mendistribusikan secara persuasif, kadang secara glamour kepada khalayak. Radio sebagai media elektronik memiliki kemampuan dalam mengundang perhatian khalayak untuk menyimak secara seksama simbol-simbol yang pasti, pribadi-pribadi, dan ide-ide secara efektif, serta memberikan pengulangan terus-menerus kepada masyarakat untuk menyebarkan ideologi tertentu. Lirik lagu diciptakan memang dengan tujuan tertentu untuk melegalkan ideologi pencipta. Melalui *ideational system* yang dijalankan oleh stasiun radio dan industri musik, lagu diperdengarkan terus menerus kepada khalayak untuk memengaruhi ideologi pendengar.



## Analisis Level Wacana Sosio Kultural

Untuk menganalisis level Wacana Sosio Kultural, perlu kita menyimak kejadian-kejadian apa yang sedang berlangsung saat lagu ini diciptakan dan kemudian menjadi populer. Lagu *Jadikan Aku yang Kedua* menang dalam lomba lagu sekitar bulan Agustus 2006, namun mulai populer diputar oleh radio-radio siaran di seluruh Indonesia pada bulan Oktober 2006. Pada bulan itu masalah yang sedang marak dibicarakan orang serta diliput oleh industri media yaitu berita tentang Perselingkuhan Anggota DPR, Yahya Zaini dengan seorang perempuan penyanyi dangdut, Maria Eva. Berita lain adalah menikahnya Aa Gym untuk yang kedua kalinya dengan Rini, perempuan putri mantan Dirjen Perla Fani Habibie yang juga kerabat mantan Presiden RI, BJ Habibie.

Namun pro-kontra masalah poligami sudah mulai marak pada sekitar tahun 2003, saat pengusaha rumah makan ayam bakar Wong Solo memproklamkan kepoligamiannya, dan bahkan melalui media mempromosikan bahwa poligami itu lebih baik daripada berselingkuh atau berzinah. Poligami juga bisa menambah rezeki. Seperti dikatakan Berger bahwa pesan media itu memang dirancang untuk membentuk realitas yang diinginkan oleh pencipta/produsen pesan, juga seperti Lull mengatakan bahwa pembentukan ideologi melalui media yang dilakukan berulang-ulang melalui *image system* yang *ideational*, membuat masalah poligami atau fenomena adanya orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan menjadi semakin umum. Masyarakat menjadi permisif. Apalagi adanya tayangan-tayangan sinetron yang bukan saja membolehkan poligami tapi juga perselingkuhan.

Sejalan dengan permisifnya masalah poligami dan perselingkuhan, perkembangan penciptaan lagu dan juga industri lagu juga mulai menonjolkan masalah-masalah perselingkuhan atau adanya fenomena orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan. Mulai tahun 2003, banyak lagu-lagu yang bertemakan fenomena ini, yang kemudian dikonsumsi masyarakat dan menjadi populer. Akibatnya sikap permisif terhadap fenomena ini makin menjadi.

Lagu-lagu tersebut antara lain lagu-lagu dari penyanyi Rossa, yang menurut pengamatan peneliti telah menyanyikan tiga lagu bertemakan perselingkuhan yaitu Pudar, dirilis sekitar tahun 2004, menceritakan tentang seorang perempuan yang bosan dengan pasangannya dan berencana untuk berselingkuh dengan lelaki lain. Di akhir tahun 2006 dan awal 2007, hampir bersamaan dengan lagu *Jadikan Aku yang Kedua*, Rossa mengeluarkan satu album yang dua diantara lagu unggulannya juga tentang perselingkuhan. Salah satunya adalah lagu *Atas Nama Cinta* yang menceritakan tentang seorang perempuan yang sudah punya pasangan tetapi berangan tentang lelaki lain. Perempuan ini menyesali mengapa ia tak bisa selingkuh dengan lelaki itu padahal orang lain bisa. Wartawan mensinyalir lagu ini dinyanyikan Rossa bersamaan dengan kisah kedekatannya dengan pencipta lagu Yovie Widyanto (Zuarmitha, 2007).

Yovie Widyanto sendiri melalui group band Kahitna dan Yovie & the Nuno's beberapa kali menciptakan lagu-lagu tentang perselingkuhan. *Tentang Diriku* dan *Aku Tak Mampu Mendua* dari Kahitna menceritakan tentang seorang lelaki yang mempunyai perempuan kedua. Bersama The Nuno's dan juga Audi, Yovie merilis lagu *Tinggalkan saja Pacarmu, Janji di Atas Ingkar* dan *Pergi Cinta*.

Sejak tahun 2000-an, banyak penyanyi yang juga pernah melantunkan lagu bertemakan perselingkuhan atau kerelaan untuk berpoligami. Bahkan penyanyi legendaris almarhum Chrisye dan moralis Iwan Fals pun pernah menyanyikan lagu bertemakan perselingkuhan atau niat berselingkuh. Group Band Sheila on 7 bahkan amat terkenal dengan lagu *Sephia* seorang kekasih gelap, hingga masyarakat memberi label orang ketiga sebagai Sephia.

Lagu-lagu ini sengaja dipopulerkan dan dilempar ke pasaran oleh para produser dari industri musik. Dalam industri rekaman tidak ada rumus yang baku bahwa sebuah lagu bisa menjadi populer

atau sukses di pasaran. Dalam penentuan sebuah lagu menjadi unggulan dari sebuah album rekaman biasanya ditentukan dari apakah lagu tersebut ‘punya racun di dalamnya’ (Kiwir, 2007). Setiap lagu yang sukses biasanya mempunyai bagian lagu yang *memorable* atau mudah diingat, bagian tersebut bisa berupa notasi/melodi, tema lagu, aransemen musik, lirik, atau susunan bait-bait liriknya. Oleh karena itulah maka lagu-lagu yang bercerita tentang fenomena yang ada dalam masyarakat akan menjadi populer.

## PENUTUP

Pada dasarnya perempuan tidak ingin menjadi orang ketiga dalam hubungan cinta dua insan, tapi karena ideologinya yang merupakan cerminan sifat egonya untuk menjadikan “Diri” yang bebas, menjadi subyek dan bukannya obyek, perempuan mau melakukan apa saja asalkan bisa bahagia menurut versi masing-masing. Sementara pada dasarnya lelaki menyetujui poligami atau menganggap lazim adanya fenomena orang ketiga dalam pernikahan atau hubungan cinta dua insan. Namun jika belum dihadapkan pada fenomena ini lelaki cenderung untuk menolak. Sebaliknya jika sudah dihadapkan pada fenomena ini, lelaki cenderung menerima dan menjalaninya. Lagu Jadikan Aku yang Kedua merupakan wacana memarjinalkan perempuan yang menempati posisi sebagai perempuan yang pertama, sementara bagi perempuan kedua lagu ini justru memberdayakan perempuan. Sebab pencipta lagu mempunyai kekuasaan untuk membentuk ideologi konsumen (pendengar) lagu tersebut ke arah ideologi patriarkinya. Pencipta lagu ingin menggunakan kuasanya untuk menganjurkan para perempuan agar tidak gusar untuk menjadi “yang kedua”. Dengan menguatnya ideologi *Post-Feminism* dalam masyarakat, tentu saja ideologi patriarki juga akan semakin menguat sebab para lelaki akan semakin diuntungkan, karena mereka bisa dengan leluasa dan dilegalkan untuk memiliki perempuan lebih dari satu orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brooks, A. (2006). *Posfeminis & cultural studies: Sebuah pengantar paling komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin Books.
- Cavallaro, D. (2004). *Critical and cultural theory: Teori kritis dan teori budaya*. Yogyakarta: Niagara.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2000). *Media society: Industries, image and audience* (2nd ed.). California, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Eriyanto. (2005). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS.
- Hamad, I. (Januari-April 2005). Membumikan kriteria penelitian. *Jurnal Tesis*, 34-35.
- Irigaray, L. (2005). *Aku, kamu, kita: Belajar berbeda*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kiwir. (2007, April 15). Mencari Lagu yang Beracun. *Kompas*.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication* (7th ed.). USA: Wadsworth Thomson Learning.

- Nope, C.Y. M. (2005). *Jerat kapitalisme atas perempuan*. Yogyakarta: Resist Book.
- Poerwandari, K. (2001). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Jakarta: LPSP3 Fakultas Psikologi UI.
- Sarwono, S. W. (1991). *Psikologi remaja*. Jakarta: Rajawali.
- Sunarto. (2002). *Analisis wacana ideologi gender media anak-anak*. Jakarta: IKAPI dan Ford Foundation.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). *Methods of text and discourse analysis*. London: Sage.
- Tong, R. P. (2006). *Feminist thought: Pengantar paling komprehensif kepada arus pemikiran feminis*. Yogyakarta: Jalasutra.