

VIDEO MUSIK *BOYBAND* BTS SEBAGAI BENTUK PERLAWANAN TERHADAP *TOXIC MASCULINITY*

Desak Putu Yogi Antari Tirta Yasa, S.Sn., M.Sn

Institut Seni Indonesia Denpasar
antaritirta@isi-dps.ac.id

ABSTRACT

BTS stands for Bangtan Sonyeondan or Bulletproof Boy Scouts is a South Korean boyband who made their first debut under Big Hit Entertainment. BTS is present in Indonesia, one of which is through a music video. Music video is a video that is combine music with visual media. It became a debate when BTS presented new perspective for male images in their music videos, which tended to show men who seemed closer to feminine impressions. The Codes and Covention theory states that music videos can be seen as a form of resistance to something, then the BTS's music videos can be seen as a form of resistance to toxic masculinity. How BTS displays resistance to toxic masculinity through their music videos is studied using qualitative-interpretive methods. One of the forms of resistance is the element of Appearance Language. BTS consistently presents a "non-binary" identity to Appearance Language in its music videos. This is done by presenting BTS members who wear make-up, accessories and clothes that are not limited to certain gender norms. BTS doesn't hesitate to show feminine side such as dancing gracefully, showing weakness, crying scenes and even showing the closeness between members that leads to romance.

Keywords: BTS, toxic masculinity, performance language, resistance

ABSTRAK

BTS merupakan singkatan dari Bangtan Sonyeondan atau Bulletproof Boy Scouts adalah boyband asal Korea Selatan yang melakukan debut pertamanya di bawah Big Hit Entertainment. BTS hadir di Indonesia salah satunya melalui video musik. Video musik adalah sebuah video yang digunakan untuk menggabungkan musik dengan media visual. Menjadi perdebatan ketika BTS menghadirkan perspektif baru bagi image laki-laki di dalam video musiknya, dimana cenderung menampilkan laki-laki yang terkesan menjauh dari kesan maskulin bahkan tampak mendekati feminin. Jika dalam teori Codes and Covention disebutkan bahwa video musik dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap sesuatu, maka video musik yang dihadirkan oleh BTS dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap toxic masculinity. Bagaimana BTS menampilkan perlawanan terhadap toxic masculinity melalui video musiknya dikaji dengan menggunakan metode kualitatif-interpretatif. Bentuk-bentuk perlawanan ini dihadirkan salah satunya dalam unsur Bahasa Penampilan pada video musik BTS. BTS secara konsisten menghadirkan identitas non-binary pada setiap Bahasa Penampilan dalam video musiknya. Hal ini dilakukan dengan menghadirkan anggota BTS yang mengenakan tata rias, aksesoris dan busana yang tidak terbatas pada norma gender tertentu. BTS tidak ragu untuk menampilkan adegan-adegan yang menunjukkan sisi feminin seperti adegan menari dengan gemulai, menunjukkan kelemahan, adegan menangis bahkan menunjukkan kedekatan antar anggota yang mengarah pada romantisme.

Kata Kunci: BTS, toxic masculinity, bahasa penampilan, perlawanan

PENDAHULUAN

Budaya Korea Selatan yang dikenal dengan *Korean Wave* atau *Hallyu* mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2000an melalui *Korean Drama* seperti “*Full House*” dan “*Winter Sonata*”. Pada tahun 2008, muncul “*Boys Before Flowers*” yang semakin menarik perhatian masyarakat Indonesia pada *Hallyu*. Hadirnya *Korean Drama* dengan *soundtrack* yang mengiringinya membuka jalan bagi *K-pop* masuk ke Indonesia. *K-pop* atau *Korean Pop* identik dengan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. *K-Pop* bukanlah genre musik, melainkan merupakan perpaduan dari musik, video, gaya hidup, *make up*, busana, dan lainnya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa *K-Pop* identik dengan musik. Sejak tahun 2009-2010, *K-pop* menjadi populer di Indonesia berkat viralnya lagu “*Sorry Sorry*” milik *boyband Super Junior*. Hingga saat ini, banyak masyarakat Indonesia terutama anak muda yang menjadi penggemar fanatik atau yang dikenal dengan sebutan *fandom* dari artis *K-pop*. Salah satu *fandom* besar di Indonesia adalah *ARMY (Adorable Representative M.C for Youth)* yang merupakan *fandom* dari *boyband* BTS.

BTS merupakan singkatan dari *Bangtan Sonyeondan* atau *Bulletproof Boy Scouts*, yang kemudian juga disebut sebagai *Beyond The Scene*. BTS beranggotakan tujuh orang yakni RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-Hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) dan Jungkook (Jeon Jungkook) melakukan debut pertamanya di bawah Big Hit Entertainment. BTS hadir di Indonesia salah satunya melalui video musik. Video musik adalah sebuah video yang digunakan untuk menggabungkan musik dengan media visual. Video musik BTS menghadirkan sebuah warna baru dalam perkembangan video musik dunia. Apabila diamati lebih jauh, video musik BTS menampilkan perspektif baru bagi image laki-laki. BTS cenderung menampilkan laki-laki yang terkesan menjauh dari kesan maskulin bahkan tampak mendekati feminin. Anggota *boyband* BTS dalam video musiknya sering tampil dengan rambut warna-warni, menggunakan pakaian berwarna cerah, menggunakan tata rias wajah serta aksesoris yang identik dengan perempuan. Anggota BTS juga tampil menari dengan gerakan-gerakan yang luwes serta menunjukkan kedekatan antar anggota BTS yang menimbulkan kesan romantisme.

Video musik yang dihadirkan BTS menghadirkan sudut pandang baru mengenai maskulinitas laki-laki. Hal ini menimbulkan pergeseran nilai mengenai konsep maskulin. Dahulu maskulinitas digambarkan sebagai laki-laki berotot, kuat, keras, dan pantang menangis. Sementara dalam video musik BTS banyak ditampilkan adegan laki-laki menari dengan gemulai dengan mengenakan riasan wajah, berpakaian berwarna-wani, cat rambut berwarna, laki-laki yang mengungkapkan perasaannya bahkan menangis. Jika dalam teori *Codes and Covention* disebutkan bahwa video musik dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap sesuatu, maka video musik yang dihadirkan oleh BTS dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*.

Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini akan dikaji bagaimana video musik BTS menampilkan perlawanan terhadap *toxic masculinity*.

Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji bagaimana unsur-unsur dalam video musik BTS menyajikan bentuk-bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Luaran dari hasil penelitian ini dapat digubah dalam bentuk artikel ilmiah yang dipublikasikan dan

disajikan dalam seminar nasional. Selain itu hasil penelitian ini sangat berpotensi untuk digunakan sebagai acuan dalam memproduksi sebuah video musik yang bisa memberikan perspektif baru bagi penikmatnya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian terkait dengan video musik *boyband* BTS sebagai bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity* menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana subjek penelitian adalah video musik *boyband* BTS yang di dalamnya terdapat berbagai unsur-unsur video musik yang bisa menjadi bentuk perlawanan terhadap sesuatu. Metode kualitatif dinilai sebagai metode yang tepat karena dalam penelitian ini metode yang digunakan bersifat kontekstual dimana terdapat kesesuaian dengan nature objek-objek yang akan diteliti. Data-data diperoleh dari studi kepustakaan dan studi lapangan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah video musik *boyband* BTS. Objek dalam penelitian ini adalah unsur-unsur video musik *boyband* BTS dilihat dengan menggunakan *codes and convention*.

Metode Pengumpulan Data

Observasi

Untuk memperoleh pengalaman detail mengenai permasalahan yang sedang diteliti, teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan terhadap subjek dan objek penelitian secara langsung. Data yang diperoleh melalui hasil observasi kemudian dikumpulkan dengan teknik dokumentasi yang merupakan data faktual. Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan mencatat, merekam atau melalui foto terkait dengan subjek dan objek yang diteliti.

Studi Kepustakaan

Teknik ini berfungsi untuk memperjelas setiap teoritis ilmiah tentang studi kasus yang diambil dengan cara mencari dan mempelajari berbagai jenis referensi bacaan baik itu buku, jurnal, monografi, video musik dan sebagainya.

Wawancara

Untuk mendapatkan data secara langsung tentang permasalahan yang sedang diteliti dilakukan wawancara dengan narasumber-narasumber yang mengetahui secara pasti subjek dan objek yang sedang diteliti. Narasumber dalam penelitian ini adalah pengamat video musik dan *fandom* BTS.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data diawali dengan mentranskripsi data dan hasil wawancara, lalu menyeleksi dan mengklasifikasikan data agar bisa menjawab rumusan masalah yang

telah dirancang. Analisis dituangkan dalam bentuk penjelasan yang mendeskripsikan bagaimana video musik *boyband K-Pop* BTS sebagai bentuk perlawanan terhadap konsep *toxic masculinity*. Teknik analisis yang digunakan bersifat kualitatif-interpretatif, yaitu metode yang fokus pada tanda dan teks sebagai objek kajian, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Video musik adalah sebuah upaya menginterpretasikan sebuah karya seni musik ke dalam bentuk media visual sebagai media untuk mempromosikan grup musik yang akan digunakan pula sebagai selingan hiburan dan bisa dijadikan sebagai alat perlawanan pada suatu hal (Goodwin, 1993). Menurut sejarahnya, video musik mulai berkembang dan populer pada era 1980 sebagai alat promosi sebuah lagu maupun musisi melalui saluran televisi bernama *Music Television* (MTV). Di beberapa negara seperti Jepang, video musik masih dikenal dengan nama *promotional video* yang merujuk pada fungsi video sebagai alat promosi. Di Indonesia video musik sering disebut sebagai *video clip*. *Video clip* bermakna kumpulan potongan gambar individual yang dirangkai dengan atau tanpa efek tertentu dan disesuaikan dengan ketukan irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan pemain musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk yaitu lagu agar dapat dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan pemaknaan yang sama, dapat disimpulkan bahwa video musik dan video clip adalah dua hal yang sama. Penggunaan istilah video clip sering digunakan oleh masyarakat umum, sementara istilah video musik sering digunakan pada acara apresiasi karya video musik seperti “MTV Video Music Award”, “Anugerah Musik Bali” dan “Billboard Indonesia Music Awards”.

BTS (*Hangul*: 방탄소년단; *RR*: *Bangtan Sonyeondan*) dikenal juga sebagai *Bangtan Boys* atau *Bulletproof Boy Scouts*, yang belakangan juga disebut sebagai *Beyond The Scene* adalah *boyband* asal Korea Selatan. BTS beranggotakan tujuh orang yakni RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-Hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) dan Jungkook (Jeon Jungkook) melakukan debut pertamanya di bawah Big Hit Entertainment. Ketenaran BTS dimulai pada tahun 2013 sejak keberhasilan di album pertamanya. Saat itu BTS di bawah Big Hit Entertainment dipandang sebagai “underdog” karena berada di bawah bayang-bayang tiga manajemen artis besar di Korea Selatan.

BTS melakukan strategi promosi yang berbeda yakni dengan membangun kedekatan dengan fans melalui media sosial. Keputusan CEO Big Hit Entertainment yang membiarkan anggota BTS mengelola sendiri akun media sosialnya merupakan pilihan tidak biasa di kalangan industri hiburan Korea Selatan saat itu. Namun, berkat adanya kedekatan yang terjalin antara BTS dan penggemarnya, fandom BTS bertambah besar membawa pengaruh besar pada kesuksesan BTS. BTS dinobatkan oleh Forbes sebagai artis yang paling banyak di-“retweet” di twitter pada Maret 2016. Tidak berhenti di sana, prestasi BTS kemudian meluas ke ranah internasional lainnya. Pada bulan Oktober 2016 Billboard menempatkan BTS di posisi satu tangga lagu Social 50, membuat BTS menjadi grup Korea Selatan pertama yang memucaki daftar tersebut. Pada tahun 2016 BTS berada dalam YouTube’s Music Global Top 100, urutan 17 di posisi video, urutan 6 di posisi artis, dan 14 di posisi lagu. Pada bulan Juni 2017, majalah Time menjadikan BTS sebagai salah satu dari 25 tokoh paling berpengaruh di internet. Tahun 2018 BTS kembali menuai prestasi dengan menjadi urutan pertama daftar Forbes Korea Power Celebrity yang menjadikannya selebritas paling kuat dan berpengaruh di Korea Selatan dan artis termuda yang dianugerahi Order of Cultural

Merit dari pemerintah Korea Selatan. Pada bulan September di tahun yang sama, BTS memberi pidato di United Nations sebagai duta UNICEF dan di bulan Oktober BTS menjadi fitur sampul majalah Time dan disebut sebagai “Pemimpin Generasi Berikutnya”. Kepopuleran BTS tentunya membawa banyak pengaruh di kalangan penggemarnya. Tidak hanya musik, BTS dikenal sering menyampaikan ideologi-ideologi dan pesan-pesan kemanusiaan. Salah satu yang sering dibahas adalah bagaimana BTS mendobrak stereotip maskulin dalam setiap penampilannya.

Masculinity atau maskulinitas merupakan kategori identitas yang merujuk pada sejumlah ciri khas budaya yang diasosiasikan dengan menjadi seorang laki-laki. Maskulinitas adalah suatu konstruksi diskursif dan performatif yang mendeskripsikan sekaligus membatasi makna kultural menjadi seorang laki-laki (Barker, 2014:163). Konstruksi peran gender yang kaku seperti pada budaya patriarki melanggengkan polarisasi maskulinitas. Seiring dengan berjalannya waktu, *toxic masculinity* berkembang menjadi “norma sosial tentang bagaimana laki-laki seharusnya berperilaku”. Norma sosial adalah sebuah standar sosial atau ekspektasi tidak terlihat yang diikuti agar seseorang dapat merasa diterima dalam situasi yang diberikan dan membuat seseorang merasa tidak nyaman ketika norma tersebut dilanggar. Norma yang kaku salah satunya dapat menimbulkan adanya masculine power yang merupakan hasil dari norma gender tradisional yang memaksa laki-laki untuk menjadi dominan. Bentuknya seperti mempermalukan laki-laki yang berperilaku yang dianggap tidak maskulin. Contoh perilaku yang dianggap tidak maskulin diantaranya perilaku lemah terhadap perasaan dan menunjukkan kelemahannya, memakai aksesoris dan busana yang dianggap feminin, atau perilaku lain yang dapat mempertanyakan status seseorang sebagai laki-laki.

Dalam video musiknya, anggota BTS seringkali tampil dengan menggunakan make up dan cat rambut, memakai pakaian dan aksesoris perempuan. Anggota BTS tampil menari dengan gemulai, menampilkan adegan kedekatan antar anggota hingga menimbulkan kesan romantisme dan bahkan menampilkan adegan menangis. Penampilan BTS yang mendobrak standar maskulinitas tradisional menimbulkan banyak perdebatan. Kata-kata “BTS banci” “BTS homo” dan bentuk-bentuk penghinaan lainnya banyak ditujukan pada anggota BTS dan penghinaan ini banyak datang dari laki-laki. Di Indonesia, bentuk-bentuk penghinaan yang sama juga banyak dilontarkan pada BTS di sosial media. Hal ini terjadi karena budaya patriarki masih sangat mengakar di Indonesia sehingga masyarakat menjadi kaku terhadap norma gender.

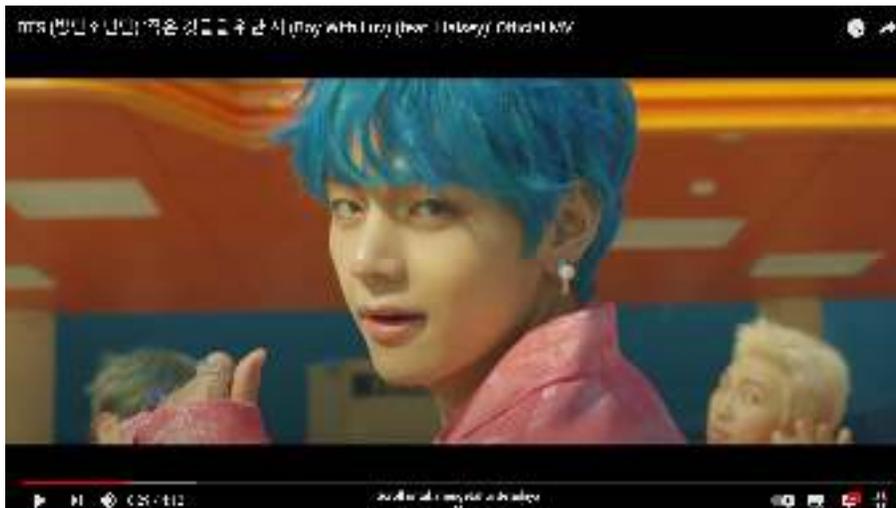
Penampilan BTS yang tidak mengenal batasan gender menimbulkan berbagai perspektif. Muncul pernyataan bahwa penampilan BTS yang terkesan *non-binary* justru merupakan ciri khas dari *boyband* ini. Dukungan kepada BTS untuk tetap berpenampilan seperti itu datang dari banyak pihak terutama *fandom*. Anggota BTS menjawab polemik ini dengan mengkampanyekan secara terang-terangan mengenai kebebasan berekspresi dan mencintai diri sendiri apa adanya. Dalam video musiknya, BTS juga membawa pesan-pesan serupa dengan tetap berpenampilan *non binary*.

Jika dilihat dengan *Codes and convention*, video musik adalah sebuah upaya menginterpretasikan sebuah karya seni ke musik dalam bentuk media visual sebagai media untuk mempromosikan grup musik yang akan digunakan sebagai selingan hiburan dan bisa dijadikan sebagai alat perlawanan pada suatu hal (Goodwin, 1993), dalam hal ini, video musik BTS bisa dipandang sebagai alat perlawanan terhadap *toxic masculinity*.

Video musik terdiri dari beberapa unsur, diantaranya :

1. Bahasa Ritme (irama) merupakan ketukan pada lagu yang digunakan dalam video musik yang ditandai dengan pukulan drum atau alat musik pukul lainnya. Ketukan dihitung dengan skala beats per minute / BPM.
2. Bahasa musikalisasi (instrumen musik) adalah jenis musik, alat musik dan musisi yang membawakan lagu di dalam video musik.
3. Bahasa Nada adalah notasi pada lagu yang digunakan dalam video musik.
4. Bahasa Lirik adalah visual yang berhubungan dengan lirik lagu. Apabila pada lirik ada kata yang mengungkapkan kesedihan maka dapat ditampilkan dengan simbol (*code*) ekspresi tokoh yang menangis dalam video musik.
5. Bahasa Penampilan merupakan visual yang berhubungan dengan karakter pemusik dan tokoh dalam video musik baik dari latar belakang musiknya hingga profil fisik pemusik.

Pembahasan mengenai video musik BTS sebagai media perlawanan terhadap *toxic masculinity* akan difokuskan pada unsur Bahasa Penampilan dan digambarkan pada tangkapan layar dari beberapa video musik BTS sebagai berikut :



Gambar 1. Adegan dalam video musik BTS *Boy With Luv*

Sumber : www.youtube.com Big Hit Labels

Gambar di atas merupakan salah satu adegan dalam musik video *Boy With Luv* yang dirilis pada 12 April 2019 dan menjadi lagu dengan jumlah penonton terbanyak di YouTube dengan mencapai lebih dari 74 juta penonton di hari pertama rilis. Sutradara dari video musik ini ada Yong-Seok Choi dari Lumpens. Gambar tersebut merupakan adegan pembuka video musik dimana salah satu anggota BTS yaitu V, yang menjadi fokus utama dengan rambut berwarna biru, baju berwarna merah muda, mengenakan anting-anting dan cincin, serta penggunaan riasan wajah yang terlihat jelas di bagian bibir.

Dilihat dari Bahasa Penampilan, visualisasi tokoh dan karakter V dalam video musik ini identik dengan identitas *non binary* yang diusung BTS. Hal terlihat jelas dengan adanya bias antara maskulinitas dan femininitas yang ditampilkan lewat penggunaan make up dan kostum dari V. Dalam *toxic masculinity*, laki-laki tidak hanya menginginkan dirinya terlepas dari nilai feminin, tetapi penting untuk dapat lepas secara emosional dari nilai feminin yang ada sehingga dirinya dapat diakui dan dinilai keberadaannya. Hal ini ditentang secara gamblang lewat bahasa visual yang ditampilkan melalui karakter V dalam video musik *Boy With Luv*. Di sisi lain, penggambaran karakter V dan juga anggota BTS lain dalam video musik ini sejalan dengan jenis musik dan pesan yang ingin disampaikan lewat lagu. *Boy With Luv* bercerita tentang pemuda yang sedang jatuh cinta dan menyatakan perasaan pada orang yang dicintainya. Dalam bahasa visual musik video *Boy With Luv* dikemas dengan penuh warna dan didominasi oleh warna-warna cerah terutama warna merah muda, berpadu dengan gerakan anggota BTS yang menari dengan ceria dan luwes yang sangat bertentangan dengan *toxic masculinity*.



Gambar 2. Adegan dalam Video Musik BTS *Fake Love*

Sumber : www.youtube.com Big Hit Labels

Video musik *Fake Love* yang juga disutradarai oleh Yeong-Sok Choi bercerita tentang seseorang yang sangat mencintai pasangannya sampai-sampai membuat kebohongan dengan selalu menampilkan dirinya yang sempurna meskipun kenyataannya dia sedang menderita. Gambar di atas merupakan salah satu adegan dari video musik *Fake Love* yang dirilis pada 18 Mei 2018. Pada adegan tersebut salah satu anggota BTS yakni Jin, tampil dengan ekspresi menderita dengan mata yang berkaca-kaca. *Fake Love* disebut sebagai salah satu lagu BTS yang dengan berani menunjukkan sisi lemah laki-laki dimana terdapat tokoh yang mengungkapkan kelemahan perasaan laki-laki serta pengakuan emosional atas kelemahan tersebut secara terang-terangan.

Toxic masculinity yang dimulai dari konstruksi sosial masyarakat patriarki mengacu pada perilaku sikap dominan dan agresif yang diidentikkan pada laki-laki. Anggapan bahwa laki-laki harus kuat, dominan dan tidak boleh lemah atau menangis adalah

bentuk *toxic masculinity* yang paling sering terjadi di masyarakat. Dalam bahasa penampilan video musik *Fake Love*, bentuk *toxic masculinity* yang melarang laki-laki menangis serta menunjukkan kelemahannya ditentang dengan menampilkan adegan Jin menangis. Adegan ini ditampilkan dengan kostum berwarna hitam yang memberikan kesan kesedihan, penderitaan dan kematian. Apabila diperhatikan, pada telinga kanannya Jin tampak mengenakan anting yang cukup panjang. Bentuk anting seperti ini lebih lazim digunakan oleh wanita dibandingkan laki-laki. Penggunaan anting ini bisa dilihat sebagai penggambaran perasaan lemah dan menangis yang lebih identik pada sifat feminin ketimbang maskulin. Hal ini sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan pada lagu.

SIMPULAN

Video musik adalah sebuah upaya menginterpretasikan sebuah karya seni musik ke dalam bentuk media visual sebagai media untuk mempromosikan grup musik yang akan digunakan pula sebagai selingan hiburan dan bisa dijadikan sebagai alat perlawanan pada suatu hal. BTS (Hangu: 방탄소년단; RR: *Bangtan Sonyeondan*) dikenal juga sebagai Bangtan Boys atau Bulletproof Boy Scouts, yang belakangan juga disebut sebagai Beyond The Scene adalah *boyband* asal Korea Selatan. Tidak hanya musik, BTS dikenal sering menyampaikan ideologi-ideologi dan pesan-pesan kemanusiaan. Salah satu yang sering dibahas adalah bagaimana BTS mendobrak stereotip maskulin dalam setiap penampilannya, termasuk dalam video musik yang dihasilkannya. Jika video musik dapat dipandang sebagai alat perlawanan, maka video musik BTS merupakan bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Perlawanan terhadap bentuk-bentuk *toxic masculinity* dilakukan BTS dalam video musiknya salah satunya lewat unsur Bahasa Penampilan. Dalam Bahasa penampilannya, visualisasi tokoh dan karakter yang ditampilkan oleh anggota BTS dalam video musiknya identik dengan identitas “non binary” yang terlihat jelas dengan adanya bias antara maskulinitas dan femininitas yang ditampilkan lewat penggunaan make up dan kostum yang dikenakan dan adegan-adegan visual dalam video musiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, Hatib., 2007, ‘Tangan Kuasa dalam Kelamin : Telaah Homoseks, Pekerja Seks dan Seks Bebas di Indonesia’, Yogyakarta : INSISTPress. [Jenis ref : Buku]
- Barker, Chris., 2014, ‘Kamus Kajian Budaya’, Yogyakarta : Penerbit PT Kanisius. [Jenis ref : Buku]
- Fiske, John., 2011, ‘Memahami Budaya Populer’, Yogyakarta : Jalasutra. [Jenis ref : Buku]
- Frith, Simon., Goodwin, Andrew., & Grossberg, Lawrence., 1993, ‘*Sound and Vision : the music video reader*’, New York : Routledge Inc. [Jenis ref : Buku]
- Fromm, Erich., 2011, ‘Cinta, Seksualitas, dan Matriarki : Kajian Komprehensif tentang Gender’, Yogyakarta : Jalasutra. [Jenis ref : Buku]
- Goodwin, Andrew., 1956, ‘*Dancing in the distraction factory : music television and popular culture*’, United States of America : University of Minnesota Press [Jenis ref : Buku]
- Ida, Rachmah., 2016, ‘*Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*’, Jakarta : Prenada Media Group

Lubis, Akhyar Yusuf., 2014, 'Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial-Budaya Kontemporer', Depok : PT Rajagrafindo Persada. [Jenis ref : Buku]

Putri, Nadya., 2012, '*Efektivitas Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pengenalan Alat Musik*', Padang : Judekhu. [Jenis ref : Buku]

Storey, John., 2006, 'Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop', Yogyakarta : Jalasutra. [Jenis ref : Buku]