

Kampanye Lgbt Dalam Video Klip “You Need To Calm Down” Oleh Taylor Swift (Analisis Semiotika Roland Barthes)

**Wahyu Fitri¹, Muhammad Ilsan Oktapian^{2*}, Zumiarti³, Rahmad Surya⁴,
Anggi Hadi Wijaya⁵**

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Perintis
Indonesia

^{2*34}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik, Universitas Ekasakti
Padang

⁵Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia YPTK
Padang

email: wahyu.fitri2710@gmail.com ilsan.srl12@gmail.com
theartzumi@gmail.com rahmadsurya@unespadang.ac.id
hadiwijaya.anggi@gmail.com

Abstrak

Video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu. Video klip modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Video musik Taylor Swift yang berjudul “You Need To Calm Down” memang memiliki konsep yang berbeda dibandingkan dengan video musik penyanyi-penyanyi lainnya yang bertema LGBT. Namun setelah video musik dirilis dan di upload di YouTube milik Taylor Swift menimbulkan komentar pro dan kontra. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika model Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan beberapa adegan yang memiliki tanda-tanda kampanye LGBT di dalam MV yang peneliti uraikan berdasarkan makna Denotasi, Konotasi, Mitos dan lima kode Roland Barthes. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kampanye LGBT dalam Musik Video *You Need To Calm Down* oleh Taylor Swift. Tujuan dari penelitian ini juga untuk memberikan pemahaman dan gambaran mengenai makna-makna semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini ialah banyak sekarang artis-artis atau musisi dunia mengkapanyekan LGBT dalam music video yang mereka rilis, untuk menyampaikan aspirasi para kaum LGBT agar mereka dapat diterima dalam tatanan kehidupan masyarakat dan tidak mendiskriminasi mereka.

Kata Kunci : *Musik Video, LGBT, Semiotika Roland Barthes*

Abstract

A video clip is a short film or video that accompanies music, generally a song. Modern video clips function as a marketing tool to promote a record album. Taylor Swift's music video entitled "You Need To Calm Down" does have a different concept compared to other singers' music videos with LGBT themes. However, after the music video was released and uploaded to Taylor Swift's YouTube, there were comments for and against. This research uses qualitative research methods with Roland Barthes' semiotic analysis model. The results of the research show that several scenes have signs of LGBT campaigns in the MV which the researchers describe based on the meaning of Denotation, Connotation, Myth and Roland Barthes' five codes. The aim of this research is to find out and analyze the LGBT campaign in the Music Video *You Need To Calm Down* by Taylor Swift. The aim of this research is also to provide an

understanding and description of the semiotic meanings of Roland Barthes. The results of this research are that many world artists or musicians are now campaigning for LGBT in the music videos they release, to convey the aspirations of LGBT people so that they can be accepted in society and not discriminate against them.

Keywords: *Music Video, LGBT, Roland Barthes Semiotics*

PENDAHULUAN

Dalam dunia hiburan saat ini isu mengenai kaum LGBT(Lesbian, gay, biseksual, transgender) menjadi pusat perhatian secara khusus di bidang musik. Banyak video musik yang lirik maupun videonya mengandung kode-kode ataupun pesan-pesan pro-LGBT yang dimunculkan baik secara terang-terangan maupun tergambar sekilas saja. Hal ini, merupakan *representative* dari dukungan terhadap gerakan LGBT ataupun orang-orang yang memiliki orientasi yang berbeda. *Lesbian, Gay, Biseksual* dan *Transgender* atau biasa disebut LGBT telah berkembang diseluruh dunia dan membuat kontroversi dikalangan keagamaan ataupun kelompok lainnya. Pada mulanya gerakan ini adalah dasar dari gerakan emansipasi bagi kalangan homoseksual yang menuntut pengakuan dan keadilan atas eksistensi mereka di AS pada tahun 1960an. Banyak orang yang mencoba mengganti singkatan LGBT dengan istilah umum, seperti kata “*queer*” dan “pelangi”. Banyak pula orang muda yang memahami queer sebagai istilah yang lebih politis ketimbang LGBT. Bendera pelangi yang umumnya disebut bendera Gay dan bendera LGBT adalah sebuah simbol dari Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender dan gerakan sosial LGBT. Bendera tersebut bermula di California Utara, akan tetapi saat ini digunakan di seluruh dunia. Dirancang oleh artis San Frasisco, Gilbert Baker pada 1978, rancangan tersebut mengalami beberapa revisi mula-mula menghilangkan kemudian menambahkan kembali berbagai warna lain karena ketersediaan kain. Pada tahun 2008, varian warna umum terdiri dari enam strip yang diantaranya warna: merah, jingga, kuning, hijau, biru dan violet. Bendera tersebut umumnya dikibarkan secara horizontal dengan strip merah di bagian atas seperti halnya pelangi yang terbentuk oleh alam.

LGBT telah ada di dunia seni dan industri hiburan, seperti film, pertunjukkan teater, lukisan, foto-foto, novel, musik populer, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada musik populer. Pasca kejadian pemberontakan Stonewall di mana sekumpulan pasangan gay dibekuk paksa oleh polisi di Inggris pada tahun 1969, bermunculan artis-artis musik yang mendukung kebebasan hak asasi manusia bagi kaum LGBT. Saat ini banyak video klip yang menyisipkan unsur-unsur atau bahkan makna yang tersirat melalui visual dari video sehingga hal ini dapat mempengaruhi khalayak/publik. Penelitian ini melatar belakangi semakin maraknya video- video klip yang menyematkan unsur-unsur seperti dan rasisme LGBT, baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung yang mana hal itu merupakan adegan visual yang sensitif.

Dalam sebuah video klip musik ada suatu cerita atau pesan yang ingin disampaikan kepada para penonton dan isi atau cerita tersebut biasanya dibuat oleh ungkapan hati penulis lagu. Sehingga video musik bukan hanya sekedar cerita fiktif belaka atau video yang tidak mempunyai cerita atau pesan yang ingin disampaikan. Penulis lagu biasanya membuat video musik dan mengangkat tema dari fenomena sosial dan bentuk video musik tersebut dapat berupa dukungan atau penolakan terhadap fenomena sosial yang sedang terjadi dan yang menarik untuk dibicarakan pada saat ini yaitu LGBT. Sehingga banyak industri musik yang menggunakan tema LGBT. Video klip merupakan salah satu media massa yang cukup banyak diminati masyarakat. Video klip merupakan rangkaian potongan gambar/visual dengan atau tanpa menambahkan efek-efek tertentu yang disesuaikan dengan irama lagu yang dinyanyikan oleh sebuah band atau penyanyi.

Menurut Vernallis (2004: 3), Video musik biasanya dibuat dalam bentuk yang sangat spesifik untuk dapat menceritakan sebuah pesan kepada para penonton. Biasanya para pembuat video musik menyampaikan pesan kepada para penonton melalui suatu gerakan atau perilaku yang ditampilkan oleh pemeran di dalam video bisa juga dengan atribut-atribut yang digunakan pemeran di dalam video (Vernallis, 2013: 158). Ada beberapa penyanyi dari negara Amerika yang menggunakan tema LGBT seperti Taylor Swift, Logic dan Macklemore. Akan tetapi pada penelitian ini peneliti berfokus pada salah satu penyanyi asal Amerika Serikat yang mendukung LGBT yakni Taylor Swift. Video musik Taylor Swift yang menggunakan tema LGBT menimbulkan berbagai perdebatan di kalangan netizen. Pada 14 Juni 2019 Taylor Swift merilis single kedua yang berjudul "*You Need To Calm Down*" dan di upload di YouTube pada 17 Juni 2019 di akhir video musik tersebut sang penyanyi yaitu Taylor Swift memberi pesan agar masyarakat mendukung dia untuk menyetujui tentang undang-undang kesetaraan hal tersebut lah yang menimbulkan beberapa perdebatan netizen. Video musik Taylor Swift yang berjudul "*You Need To Calm Down*" memang memiliki konsep yang berbeda dibandingkan dengan video musik penyanyi-penyanyi lainnya yang bertema LGBT. Namun setelah video musik dirilis dan di upload di YouTube milik Taylor Swift menimbulkan komentar pro dan kontra. Di Negara Indonesia video musik ini menimbulkan perdebatan di kalangan netizen dapat dilihat dari komentar di YouTube milik Taylor Swift. Bahkan ada seorang content creator bernama Kang Ihsan yang memiliki 9,46 rb subscriber membuat content Reaction Indonesia Taylor Swift "*You Need To Calm Down*" di kolom komentar terdapat pro dan kontra dari para netizen komentarnya pun kebanyakan kontra terhadap LGBT.¹ Dalam video klip *You Need To Calm Down* yang dibawakan oleh Taylor Swift penulis menyadari bahwa video tersebut mempunyai beberapa adegan yang cukup menarik untuk diteliti. Konsep yang sangat menarik membuat video musik *You Need The Calm Down* terlihat sangat bagus dan terdapat makna dari setiap adegan yang dimunculkan. Didalam video yang berdurasi 3 menit 31 detik ini merupakan salah satu single dalam album Taylor Swift yaitu *Lover* pada tahun 2019. Video klip ini memiliki sekitar 15 scene dan kurang lebih memiliki sekitar 60 shoot. Alasan penulis ingin melakukan penelitian terhadap video klip *You Need The Calm Down* yang dibawakan oleh Taylor Swift karena saat ini marak fenomena LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender) yang banyak terjadi kontroversi. Beberapa negara juga telah memperjuangkan LGBT sebagai alasan hak asasi manusia. Karena hal itu penulis dalam melakukan hal ini, penulis lebih berfokus kepada proses penelitian daripada hasil akhir penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk memberikan pandangan serta meneliti lebih jauh mengenai makna yang terkandung di dalam video music *You Need To Calm Down* oleh Taylor Swift. Peneliti ingin dapat memperoleh gambaran detail tentang makna pada vido music *You Need To Calm Down*. tersebut dengan menggunakan analisis semiotika dari perseptif Roland Barthes. Semiotika merupakan studi tentang tanda dan makna tanda, itulah pengertian sederhana dari semiotika. Manusia dalam kehidupannya selalu dikelilingi oleh tanda-tanda. Keunikan manusia dengan makhluk lainnya adalah selain menciptakan tanda-tanda, manusia juga menginterpretasikan atau memberi makna tanda-tanda tersebut dalam sebuah disiplin ilmu tanda-tanda yang tersebar dalam bentuk yang beragam memerlukan teknik ataupun cara cara yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenonema tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam analisis semiotika Roland Barthes ini peneliti menganalisis tiga tanda yaitu visual, verbal, serta audio, yang kemudian akan dihubungkan sehingga nantinya akan didapatkan makna denotatif, konotatif dan mitos. Oleh karena itu penulis akan menganalisis deskripsi pengungkapan kampanye LGBT yang digambarkan dalam scene yang ada dalam musik video *You Need To Calm Down* ini melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Penulis melakukan analisis per scene yang menampilkan unsur-unsur kampanye LGBT dan akan menjabarkan pembahasan secara mendalam mengenai analisis semiotika kampanye LGBT dalam musik video *You Need To Calm Down* oleh Taylor Swift dengan menggunakan teori analisis Roland Barthes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Musik Video *You Need To Calm Down* Merupakan MV yang di rilis pada 14 Juni 2019, sebagai singel kedua dari album studio ketujuhnya, *Lover* oleh penyanyi internasional Taylor Swift dalam album musik nya *LOVER* pada 2019 lalu, MV telah di tonton lebih dari 328 Juta pengguna YouTube di seluruh dunia. MV ini bercerita tentang kampanye LGBT yang mana, LGBT sangat di tentang di seluruh dunia bahkan Indonesia. Swift menulis dan memproduksi lagu ini bersama Joel Little, yang juga ikut menulis dan ikut memproduksi singel sebelumnya "Me!". Lagu ini adalah lagu *synth-pop* dan *electropop*, yang menampilkan Swift berbicara kepada homofob dan para pencelanya sementara secara bersamaan menyuarakan dukungannya untuk komunitas LGBTQ+. Video lirik untuk lagu ini dirilis pada 14 Juni 2019, sedangkan video musik dirilis pada 17 Juni.

You Need to Calm Down memecah belah para kritikus musik; beberapa memuji lagu itu karena *catchiness* dan pesan pro-LGBT-nya, sementara yang lain mengkritik pesannya sebagai membingungkan dan sinis. Lagu ini memulai debutnya di nomor satu di Skotlandia, serta mencapai lima besar di Australia, Kanada, Irlandia, Malaysia, Selandia Baru dan Inggris. Lagu ini memulai debutnya di posisi kedua di *Billboard* Hot 100, menjadi singel kedua berturut-turut yang mencapai nomor dua dari *Lover*, sehingga menjadikan Swift seri dengan Madonna untuk hit nomor dua terbanyak dalam sejarah tangga lagu tersebut; lagu ini juga merupakan debut keenam belas Swift dalam 10 besar di tangga lagu tersebut.

Gambar 4.1 Poster Video Klip *You Need To Calm Down*



Sumber : id.wikipedia.org/wiki/You_Need_to_Calm_Down

Pada MTV Video Music Awards 2019, video musik *You Need to Calm Down* dinominasikan untuk sembilan VMA, memenangkan dua, termasuk *Video of the Year*, yang merupakan kemenangan kedua Swift dalam kategori tersebut, setelah "*Bad Blood*" (2015), dan *Video for Good*. Lagu ini juga menerima nominasi di Penghargaan Grammy ke-62 untuk *Best Pop Solo Performance*. Di awal pembukaan MV memperlihatkan Taylor Swift yang baru terbangun dari tidurnya dan bermain Handphone nya melihat banyak sekali ujaran kebencian tentang teman temanya yang LGBT dan Taylor Swift mengatakan *Your Are Somebody That We Don't Know But You'r Coming At My friends like a missile, Why You Mad? When You could be GLAAD?*. Yang bermaksud kami tidak kenal dengan anda tetapi anda menyerang teman temanku seperti misil, kenapa kamu marah? apa salah mereka? Di sana sudah menggambarkan betapa pedulinya seorang Taylor terhadap kaum tersebut.

Adegan selanjutnya menampilkan berbagai bahagian kehidupan kaum LGBT mulai dari laki laki begaya perempuan, perempuan bergaya laki laki, laki laki berciuman dan lainnya. LGBT sangat menjadi masalah sosial di berbagai dunia termasuk Indonesia, ini dikarenakan orientasi seksual seperti itu tidak bias di terima dengan mudah oleh orang-orang, mereka ber anggapan perilaku mereka sudah menghina Tuhan yang mana ia telah menciptakan manusia bersepasang yaitu laki-laki dan perempuan.

Taylor berpesan, melalui MV ini agar bisa mengubah pandangan masyarakat terkait LGBT, kita tidak bisa menyerang mereka seandainya saja mereka berhak mendapatkan kehidupan yang setara walaupun berbeda pada orientasi seksualnya. Akan tetapi usaha Taylor tersebut belum bisa mengubah nya 100% karena masih bertentangan dengan berbagai penolakan di seluruh dunia. Bahkan di Amerika, Taiwan, bahkan Thailand sendiri isu ini masih menjadi kontroversi, dikarenakan mereka belum siap menerima kenyataan tersebut.

Temuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam metode semiotika ini, Roland Barthes mengartikan makna sebagai proses tindakan yang mengikat penanda dan petanda, yang kemudian menghasilkan sebuah tanda. Singkatnya teori Barthes ini berisi tentang dua tatanan penandaan (*order of signification*) yaitu: Denotasi dan Konotasi. Denotasi, tatanan ini menggambarkan sebuah relasi antara penanda dan petanda didalam tanda. Serta antara tanda dan referennya (pemikiran) dalam realitas eksternal. Ini merupakan landasan kerja Saussure yang menurut Barthes sebagai denotasi. Hal ini mengacu pada anggapan umum, makna jelas tentang tanda. Barthes mendefinisikan sebuah

tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari sebuah ekspresi (E) atau *signifier* dalam hubungannya atau *relations* (R) dengan konten (C) atau *signified*, juga disebut dengan ERC.

Berikutnya, dalam proses penelitian, peneliti melakukan teknik analisis data dengan cara reduksi data yang dilakukan untuk mencari pusat perhatian terhadap apa yang sedang diteliti yang mana peneliti memusatkan perhatian pada scanescane yang menampilkan adegan LGBT yang di tampilkan Taylor di dalam MV nya, Kemudian data disajikan setelah oenemuan reduksi data secara detail untuk disajikan secara teks naratif. Peneliti akan membagi penelitian menjadi analisis secara denotatif, konotatif, mitos dan lima kode Roland Barthes. Berdasarkan kajian pembahasan sebelumnya tentang LGBT, peneliti mengambil beberapa bagian scane yang menampilkan adegan-adegan tersebut. Analisis Denotasi

Dalam analisis denotatif ini, penulis akan menganalisa tanda denotatif dalam Scane-scane yang mempresentasikan adanya kampanye LGBT.

Tabel 4.1 Analisis Denotasi

No	Scane Pertama	Penanda	Petanda	Mitos
1.	 01:10 / 03:30 Rangkuman Scane Pertama : warna-warni yang di tampilkan pada scane di artikan sebagai lambang dari komunitas LGBT untuk menggambarkan keberagaman mereka dalam masyarakat.	Laki-laki dan perempuan tengah berada di halaman rumahnya dan tampak cat pada pagar dan rumah kemudian pakaian yang digunakan berwarna warni.	Warna warni pada scane tersebut di simpulkan lambang dari komunitas LGBT, dan mencerminka keragaman dari komunitas tersbut serta spectrum orientasi seks dan identitas gender manusia.	Warna pelangi yang menjadi simbol komunitas LGBT di beberapa Negara seperti amerika serikat, inggris dan kanada legal untuk di tampilkan, dikarenakan pemerintah nya memberikan kelongaran bagi komunitas tersebut untuk bereksprei terhadap orientasi seksualnya
No	Scane Pertama	Penanda	Petanda	Mitos
2	 01:29 / 03:30 Rangkuman Scane kedua : Adegan ini menunjukan bahwasanya mereka adalah homosexual/ Gay yaitu ketertarikan sesama jenis antara sesama lelaki.	Di sebuah acara tampak sepasang lakilaki tengah berciuman di atas altar setelah melaksanakan ucapan janji pernikahan dan di hadir beberapa orang.	Adegan dimana sepasang lelaki barusaja melaksanakan pernikahan dan setelahnya mereka berdua berciuman dan di saksikan beberapa orang yang hadir di acara tersebut.	Berbagai bentuk propaganda LGBT sangat di tentang di beberapa Negara termasuk Indonesia. Gay/Homosexual adalah salah satu bentuk nya yang sangat di haramkan hal ini sangat bertentangan dengan ajaran agama islam dan hukum yang beraku di Negara Indonesia.
No	Scane Ketiga	Penanda	Petanda	Mitos

3.	 01:17 / 03:30 Rangkuman Scane Ketiga : biasanya pink identik dengan warna perempuan/wanita. Ia seolah menunjukan jati dirinya cenderung kepada perempuan dan bisa di bilang ia adalah <i>Nonbinner</i>	Seorang lelaki tengah berdiri di belakang rumahnya. tampak ia menggunakan pakaian berwarna pink serta cat pada rambutnya juga berwarna pink.	Pada dasarnya warna pink identik dengan wanita. Pada scene ini lelaki tersebut tampak penuh dengan ornamen berwarna pink, yang mana ia seperti mengungkapkan jati dirinya lebih condong kepada perempuan.	Pada umumnya warna pink adalah warna perempuan, dan apabila laki-laki yang menggunakan nya akan mendapatkan stigma bahwasanya ia memiliki sifat kewanitaan atau pun sering disebut juga <i>Nonbinner</i> yakni gender yang ia miliki bisa melampaui gender aslinya.
----	--	--	---	---

4.3.2 Analisis Konotasi

Dalam analisis Konotatif ini, penulis akan menganalisa tanda Konotatif dalam Scane-scane yang mempresentasikan adanya kampanye LGBT.

Tabel 4.2 Analisis Konotasi

No	Scane Keempat	Penanda	Petanda	Mitos
1.	 01:48 / 03:30 Rangkuman Scane Keempat : memperlihatkan seorang lelaki yang tengah berjualan ice cream dan ia menggunakan pakaian <i>Crop Top</i>. Yang mana pada umumnya pakaian itu biasa di pakai oleh perempuan namun dalam scane ini lelaki lah yang menggunakan nya.	Seorang lelaki tampak menggunakan pakaian <i>Crop Top</i> .	Seorang lelaki sedang berjualan ice cream dan tampak ia menggunakan pakaian <i>Crop Top</i> , yang mana pakaian tersebut identik dengan perempuan.	Pada umumnya lelaki tidak diperkenankan menggunakan pakaian perempuan karena akan di anggap seperti bencong/banci, namun di beberapa Negara hal tersebut di anggap hal yang biasa saja karena ini adalah bagian dari kita untuk mengekspresikan diri dalam komunitas LGBT.
No	Scane Kelima	Penanda	Petanda	Mitos
2	 01:03 / 03:30 Rangkuman Scane Kelima : memperlihatkan seorang perempuan memiliki gaya seperti laki-laki, hal ini juga bisa disebut sebagai <i>nonbinner</i>. Yang mana gender nya tidak hanya sebatas laki-laki saja ataupun sebaliknya.	Seorang perempuan tampak menyerupai lelaki, dan juga sekelilingnya cat rumah dan pagar berwarna warni.	Seorang perempuan tengah berdiri di halaman rumahnya dan tampak gaya dari perempuan tersebut seperti laki-laki atau sering disebut dengan tomboi.	Di beberapa Negara perempuan yang berperenampilan tomboi di anggap biasa saja namun jika di Indonesia hal tersebut di anggap tabu karena mereka yang berperenampilan seperti itu di anggap sebagai lesbian atau penyuka sesama perempuan.
No	Scane Keenam	Penanda	Petanda	Mitos

3.	 01:20 / 03:30 Rangkuman Scane Keenam : menampilkan gaya seorang lelaki yang bersama taylor, ia tampak menyerupai perempuan, hal ini juga bisa di sebut sebagai <i>nonbiner</i>, yaitu kondisi dimana ia dapat mengidentifikasi dirinya sebagai lelaki ataupun perempuan secara bersamaan.	<i>Scane</i> menampilkan taylor dan temanya tengah berjalan di sekitar perumahan.	Tampak teman yang bersama taylor adalah lelaki, namun dia berpenampilan seperti perempuan. Dapat dilihat dari riasan pada wajah, kemudian dari pakian yang dikenakannya.	Lelaki apa bila dia menggunakan riasan perempuan ia akan di cap sebagai bencong/banci ini dakernakan lelaki dilarang keras menggunakan hal tersebut terutama di Indonesia.
----	---	--	---	---

4.3.3 Analisis Mitos

Pada bagian analisis mitos ini, penulis menganalisis Scane-scane yang memiliki mitos dalam kaitannya terhadap adanya kampanye LGBT

Tabel 4.3 Analisis Mitos

No	Scane Ketujuh	Ciri mitos	Mitos
1.	 	Deformasi <i>Intensional</i>	Di dalam sacne tampak sepasang lelaki yang baru saja menikah dengan dihadiri beberapa tamu yang hadir, dan di luar acara tersebut tampak juga sekelompok orang yang tengah berdemo dengan membawa sepanduk bertuliskan <i>Adam + Eve Not Adam + Stave</i>. Yang menandakan mereka menolak pernikahan sesama jenis, yang mana hal tersebut juga illegal dilakukan di berbagai Negara termasuk Indonesia, karena LGBT di anggap perusak moral dan budaya dalam tatanan kehidupan masyarakat.

E. Lima Kode Roland Barthes (The Five Codes Roland Barthes)

Penulis mengelompokkan beberapa adegan kedalam lima kategori kode yang diungkapkan oleh Roland Barthes (*The Five Codes of Roland Barthes*). Penulis menemukan dua dari lima kode yang diungkapkan oleh Barthes dalam MV *You Need To Calm Down*, kode tersebut adalah kode hermeneutik, dan kode simbolik.

1. Kode Hermeneutik.

Kode hermeneutik adalah kode yang dimunculkan untuk menimbulkan pertanyaan bagi penonton atau pembaca. Kode ini juga bisa disebut dengan kode teka-teki. Kode hermeneutik akan memunculkan pertanyaan dibenak penonton dan pembaca, untuk kemudian mendapatkan kebenaran seiring berjalannya MV.

Tabel 4.4 Kode Hermeneutik

Scane	Rangkuman adegan
 01:10 / 03:30	Adegan yang menampilkan kode hermeneutic, adalah adegan dimana scane menampilkan warna dinding dan pagar sebuah rumah yang berwarna warni, dan ternyata warna warni sendiri tersebut diartikan sebagai lambang komunitas LGBT, sebagai bentuk keragaman orientasi sexual mereka dalam masyarakat.

2. Kode Simbolik

Kode simbolik merupakan “pengelompokan” atau konfigurasi yang gampang dikenal karena kemunculannya yang berulang-ulang secara teratur melalui berbagai cara dan sarana tekstual. Kode ini dapat berupa serangkaian kata antitesis seperti hidup dan mati, di luar dan di dalam, panas dan dingin, dan sebagainya. Kode ini memberikan dasar dari suatu struktur simbolik.

Tabel 4.5 Kode simbolik

Scane	Rangkuman adegan
 01:10 / 03:30 & 01:03 / 03:30	Kode simbolik yang muncul di MV <i>you need to calm down</i> ialah penggunaan warna warni di beberapa tempat seperti pelangi. Pelangi sendiri melambangkan komunitas LGBT untuk merepresentasikan komunitas tersbut serta spectrum orientasi seks dan identitas gender manusia. Mendandakan mereka memiliki keberagaman yang banyak.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes karena teorinya lebih kritis daripada teori semiotika lainnya. Roland Barthes lahir didalam sebuah keluarga Protestan sederhana pada tahun 1915 di Cherbourg dan dibesarkan di Bayonne, kota kecil dekat pantai Atlantik di sebelah barat daaya Prancis. Ia merupakan anak seorang pelaut namun di usia 1 tahun sudah menjadi yatim. Sepeninggal ayahnya, ia kemudian diasuh oleh ibu kakek dan neneknya. Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang kerap mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Secara harfiah, teori semiotika Barthes diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Ia juga merupakan seorang intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama. Di dalam bukunya yang berjudul *Writing Degree Zero* (1953) dan *Critical Essays* (1964) Ia memberikan pandangan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu

Menurut Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (Humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi terstruktur dari tanda. Barthes, dengan demikian melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi tak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain diluar bahasa. Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai sebuah signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial, apa pun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri

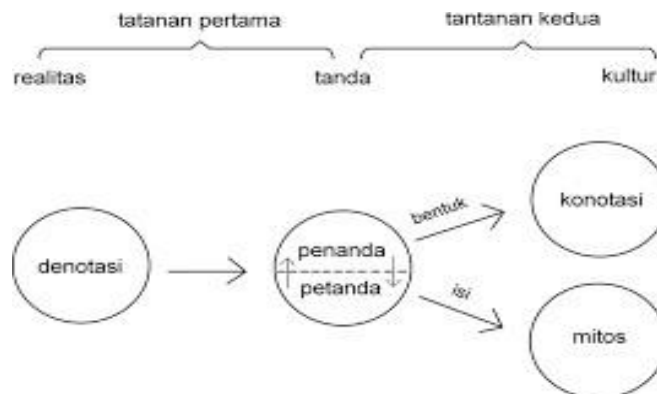
Bertolak dari prinsip-prinsip Saussure, Barthes menggunakan konsep sintagmatik dan paradigmatis untuk menjelaskan gejala budaya, seperti sistem busana, menu makan, arsitektur, lukisan, film, iklan, dan karya sastra. Ia memandang semua itu sebagai suatu bahasa yang memiliki sistem relasi dan oposisi. Berbagai kreasi Barthes yang merupakan warisannya untuk dunia intelektual adalah konsep konotasi yang merupakan kunci semiotic dalam menganalisis budaya, konsep mitos yang merupakan hasil penerapan konotasi dalam berbagai bidang dalam kehidupan sehari-hari.

Roland Barthes membagi sistem pemaknaan menjadi dua yaitu konotasi dan denotatif. Konotasi walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem tataran kedua, yang dibangun atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sastra merupakan contoh paling jelas sistem sistem pemaknaan tataran ke-dua yang dibangun diatas sistem bahasa sebagai sistem pertama. Sistem ke-dua Barthes ini disebut konotatif, yang didalam *Mythologies*-nya secara tegas dibedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan tentang bagaimana tanda bekerja. Yaitu sebagai berikut:

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)		
3. <i>Denotatif Sign</i> (Tanda Denotatif)			
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)		5. <i>Connotative Signified</i> (Penanda Konotatif)	
6. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)			

Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes
Sumber: Paul Cobley & Litzza Jansz 1999.
Introducing Semiotics. NY:Totem Books. Hlm 51

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Menurut Roland, tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Hubungan antara signifier dan signified disebut sebagai „signifikasi”.



Gambar 2. Signifikasi Dua Tahap Barthes

Berikut ini adalah pemaparan mengenai makna denotasi, makna konotasi, dan mitos :

A. Makna Denotasi

Tatanan signifikasi yang pertama adalah studi yang dilakukan oleh Saussure. Pada tahap ini Saussure menjelaskan relasi antara *signifier* (penanda) dan *signified* (pertanda) didalam tanda, dan antara objek yang diwakilinya (*its referent*) dalam realitas eksternalnya. Berdasarkan penjelasan Saussure tersebut Barthes menyebutnya sebagai denotasi. Menurut Sobur (2016) denotasi merujuk pada apa yang diyakini akal sehat/orang banyak (*common-sense*), makna yang teramat dari sebuah tanda.

B. Makna Konotasi

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, konotasi adalah bagaimana cara menggambarkan sebuah objek. Selain itu, tanda konotasi juga mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan untuk penafsiran-penafsiran baru.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai “Mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda, dan tanda. Namun, sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda.

C. Makna Mitos

Menurut Roland Barthes semiotika Barthes ini merupakan turunan dari pemahaman Saussure, bila Saussure menekankan penandaan dalam tataran denotatif, maka Barthes menyempurnakan semiologi dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif, yaitu “mitos”. Berbeda arti mitos pada umumnya, Barthes memiliki pemahamannya sendiri bahwa mitos adalah sistem komunikasi yang berisi pesan yang berfungsi memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku di masyarakat pada periode tertentu.

Mitos muncul dalam teks pada level kode. Mitos merupakan suatu pesan yang memiliki ideologi didalamnya. Sedangkan teks merupakan kumpulan tandatanda yang dikonstruksi dan diinvestasikan dengan mengacu pada konvensi yang dihubungkan dengan suatu genre dan dalam medium komunikasi khusus. Tandatanda dan kode-kode ini dipriduksi oleh, dan memproduksi, mitos-mitos kultural. Mitos-mitos ini menjalankan fungsi naturalisasi, yakni untuk membuat nilai-nilai yang bersifat historis dan kultural, sikap dan kepercayaan menjadi tampak “alamiah”, “normal”, “common

sense”, dan karenanya “benar”. Pendekatan semiologi Barthes terarah secara khusus pada apa yang disebut sebagai “mitos” ini.

Ciri-ciri mitos menurut Roland Barthes.

Deformatif. Barthes menerapkan unsur-unsur Saussure menjadi *form* (*signifier*), *concept* (*signified*). Ia menambahkan *signification* yang merupakan hasil dari hubungan kedua unsur tadi. Signification inilah yang menjadi mitos yang mendistorsi makna sehingga tidak lagi mengacu pada realita yang sebenarnya. Pada mitos, *form* dan *concept* harus dinyatakan. Mitos tidak tersembunyi, mitos berfungsi mendistorsi, bukan untuk konteks linear (pada bahasa) atau multidimensi (pada gambar). Distorsi hanya mungkin terjadi apabila makna mitos sudah terkandung di dalam form.

Intensional. Mitos merupakan salah satu jenis wacana yang dinyatakan secara intensional. Mitos berakar dari konsep historis. Pembacalah yang harus menemukan mitos tersebut.

Motivasi. Bahasa bersifat arbitrer, tetapi kearbitreran itu mempunyai batas, misalnya melalui afiksasi, terbentuklah kata-kata turunan: baca-membaca-dibacaterbaca-pembacaan. Sebaliknya, makna mitos tidak arbitrer, selalu ada motivasi dan analogi. Penafsir dapat menyeleksi motivasi dari beberapa kemungkinan motivasi bermain atas analog antara makna dan bentuk.

Selain teori signifikansi denotasi, konotasi dan mitos, Barthes mengemukakan lima jenis kode yang lazim beroperasi dalam suatu teks yaitu:

1. Kode Hermeuneutik ialah dibawah kode hermeuneutik, orang akan mendaftar beragam istilah (*formal*) yang berupa sebuah teka-teki (*enigma*) dapat dibedakan, diduga, diformulasikan, dipertahankan, dan akhirnya disikapi. Kode ini disebut pula sebagai suara kebenaran (*the voice of truth*).
2. Kode Proairetik merupakan tindakan naratif dasar (*basic narrative action*) yang tindakan-tindakannya dapat terjadi dalam berbagai siklus yang mungkin diindikasikan. Kode ini disebut pula sebagai suara empirik
3. Kode Budaya sebagai referensi kepada sebuah ilmu atau lembaga ilmu pengetahuan. Kode ini disebut sebagai suara ilmu.
4. Kode Semik merupakan sebuah kode relasi-penghubung (*medium-relatic code*) yang merupakan konotasi dari orang, tempat, obyek yang pertandanya
5. adalah sebuah karakter (Sifat, atribut, predikat).
6. Kode Simbolik merupakan suatu yang bersifat tidak stabil dan tema ini dapat ditentukan dengan beragam bentuk sesuai dengan pendekatan sudut pandang (Perspective) pendekatan yang digunakan.

Dalam analisis data ini, peneliti menggunakan sistem signifikasi tiga tahap milik Roland Barthes yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Dalam Semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi (pemaknaan) tahap pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dan mitos yang terakhir.

Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal yang nyata.

Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal.

Musik Video Dalam Kajian Semiotika Komunikasi

Video musik (*music video*, biasa disingkat MV atau M/V) adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu. Video musik modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Istilah video musik mulai populer pada tahun 1980-an dengan adanya MTV. Sebelumnya, video musik disebut klip promosi atau film promosi. Istilah ini masih digunakan di Jepang, di mana video musik dikenal sebagai *promotional video* (PV).

Dalam pesan yang disampaikan akan dihasilkan makna yang dapat dipetik sehingga bermanfaat bagi pemirsanya. Karena secara tidak langsung setiap kegiatan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-harinya menyimpan sebuah makna.

Dalam kajian ilmu pengetahuan makna memiliki rantai tersendiri yang dilambangkan melalui tanda. Sedangkan ilmu yang mengkaji tentang tanda itu sendiri adalah semiotika.

Musik video memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya karena kekuatan dan kemampuan MV dapat menjangkau banyak segmen sosial. Sehingga ini membuat banyak penelitian yang terfokus pada dampak MV terhadap masyarakat. Yang mana musik video ini merepresentasikan sesuatu pesan yang akan disampaikan oleh seorang penyanyi kepada khalayak ramai serta dapat mempengaruhinya.

Semiotika Dalam Komunikasi

Seluruh makhluk hidup menggunakan simbol sebagai alat untuk berkomunikasi. Perbedaan antara manusia dan binatang adalah pada cara memahami simbol-simbol yang di terima. Binatang memang dapat merespon simbol yang di terimanya tetapi manusia tidak sekedar merespon melainkan juga menciptakan simbol-simbol bermakna yang di gunakan untuk berkomunikasi. Menurut Langer, makna (*meaning*) adalah hasil relasi yang rumit dari simbol, objek dan personal. *Meaning* berisi aspek-aspek logis (denotasi) dan psikologis (konotasi). Tidak jarang simbol juga memiliki makna abstrak yang menjadikan pemahaman atas simbol itu lebih variatif dan kompleks. Kata-kata oleh Langer disebut sebagai *discurvise symbolism*.

Dalam proses komunikasi manusia menyampaikan pesan menggunakan bahasa, baik verbal maupun non-verbal. Bahasa terdiri atas simbol-simbol, yang mana simbol tersebut perlu dimaknai agar terjadi komunikasi yang efektif. Manusia memiliki kemampuan dalam mengelola simbol-simbol tersebut, kemampuan ini mencakup empat kegiatan yakni, menerima, menyimpulkan, mengolah dan menyebarkan simbol-simbol. Kegiatan-kegiatan ini yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya.

Samovar dan kawan-kawan menyatakan, komunikasi non verbal memainkan peranan penting dalam kehidupan manusia, walaupun hal ini kurang disadari. Padahal, kebanyakan ahli komunikasi akan sepakat apabila dikatakan bahwa dalam interaksi pada umumnya, hanya 35% dari "*social context*" suatu pesan yang disampaikan dengan kata-kata. Maka ada yang mengatakan bahasa verbal penting tapi bahasa non verbal tidak kalah pentingnya, bahkan lebih penting dalam peristiwa komunikasi.

Untuk mempelajari bahasa verbal dan nonverbal maka dibutuhkan suatu ilmu yang mempelajari hal tersebut. Dalam kaitan ini yaitu semiologi, ilmu tentang tanda-tanda. Di sinilah pentingnya kita mempelajari semiotika, terutama semiotika komunikasi. Selain itu kaitan semiotika dengan komunikasi adalah komunikasi secara sederhana didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan, dimana pesan terdiri atas tiga elemen terstruktur, yaitu tanda dan simbol, bahasa dan wacana. Pesan dalam komunikasi yang melibatkan tanda-tanda tersebut haruslah bermakna (memiliki makna tertentu bagi pemakainya), karena tanda (maknanya) begitu penting dalam komunikasi, sebab fungsi yang utama tanda adalah alat untuk membangkitkan makna

Menurut John Fiske, pada dasarnya studi komunikasi merefleksikan dua aliran utama yaitu aliran pertama; transmisi pesan (*proses*) yang fokus pada bagaimana pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) melakukan proses *encoding* dan *decoding*, yang mana proses transmisi tersebut menggunakan *channel* (media komunikasi). Aliran ini cenderung linier dan tidak begitu mementingkan makna (subjektif). Aliran yang kedua; produksi dan pertukaran makna yang fokus utamanya adalah bagaimana pesan-pesan atau teks-teks berhubungan dengan khalayak dalam memproduksi makna, yang perhatian utamanya pada peran teks dalam konteks budaya penerimanya.

Semiotika memiliki daya tarik tersendiri dalam sebuah penelitian karena karena semiotika memiliki jangkauan yang cukup luas, dalam wilayah kajian yang

aplikatif, dan tersebar dalam beberapa disiplin ilmu. Semiotika dapat diterapkan pada bidang arsitektur, kedokteran, sastra, seni, desain, sosiologi, antropologi, linguistik, ilmu komunikasi, psikologi dan lain-lain. Semiotika dalam kajian ilmu komunikasi juga mencakupi kajian yang luas seperti komunikasi massa, komunikasi antar budaya, komunikasi politik dan sebagainya. Dalam komunikasi massa contohnya kajian semiotika dapat diterapkan pada film, iklan, lagu, foto jurnalistik dan lain-lain, inilah yang membuat kajian semiotika menjadi sebuah ilmu yang sangat unik dan menarik.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “ Analisis Semiotika Kampanye LGBT Dalam Musik Video *You Need To Calm Down* Oleh Taylor Swift dan juga berdasarkan tujuan yang ingin peneliti temukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Pada penelitian ini, pembahasan terhadap adegan atau *scenes* pada MV *You need To calm Down*, melalui metode analisis semiotika Roland Barthes dengan proses signifikansi dua tahapnya yaitu pemaknaan denotasi, pemaknaan konotasi dan mitos. MV ini berfokus pada kampanye LGBT yang ditampilkan di beberapa scene, ada pun tujuannya ialah Taylor ingin berpesan ke pada masyarakat banyak agar kita dapat menerima perbedaan orientasi seksual tersebut di dalam tatanan kehidupan bermasyarakat. Terdapat beberapa ini yang disampaikan di dalam MV ini ialah, Taylor berpesan agar kita jangan menjudge LGBT secara berlebihan karena mereka juga ingin mendapatkan kesetaraan dalam masyarakat. Walaupun mendapatkan berbagai penolakan isu mengenai kaum LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender) ini menarik di mata dunia entertainment, secara khusus musik. Banyak bermunculanlah video musik, lagu serta lirik yang sedikit menyinggung atau bahkan terang-terangan menggunakan kode-kode LGBT dan menyampaikan pesan LGBT ini. Misal di dunia musik, artis-artis yang terkait dengan isu LGBT - Dalam artian mendukung gerakan ini atau memang memiliki orientasi seksual yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. (2003). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hal 63
- Alex, S. (2009). *Analisis teks media*. Bandung: Remaja Rosdakarya. hal 121
- Alex, S. (2009). *Analisis teks media*. Bandung: Remaja Rosdakarya. hal 128
- Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiologi*. Basabasi. hal 9-10.
- Diharjo, S. M., & Sepnafahendry, R. (2021). Analisis Wacana Kritis Film Dokumenter “Sexy Killers” Karya Sutradara Dandhy Dwi Laksono. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 269-278.
- Febriani, E., & Syas, M. (2020). *Nilai kemanusiaan dalam foto jurnalistik tentang Erupsi Gunung Agung, Bali di Kompas.com*. Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 17(1), 4
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Indonesiatara. hal 69.
- Nazir, Muhammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hal 111.
- Nugraha, F., & Hum, M (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1), 206
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosdakarya. Cetakan kedua puluh Hal 6.
- Mulyodiharjo, S. (2010). *The Power of Communication: Komunikasi, Kekuatan Dasar untuk Menjadi Spektakuler*. Bandung: PT Elex Media Komputindo.
- Mulyodiharjo, S. (2013). *The power of communication*. Elex Media Komputindo. 62
- Pratista, H. (2008). *Memahami musik video*. Homerian Pustaka. hal 6-9
- Sobur, A. (2017). *Semiotika komunikasi*. Remaja Karya. 2004 hal 69.
- Sobur, A. (2017). *Semiotika komunikasi*. Remaja Karya. Hal 63.

- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, hal 14-26.
- Dese, T. A. (2013). Representasi Pesan LGBT Dalam Video Musik Populer" Born This Way" dan" If I Had You"". *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1)
- Ediyanti, R., Mulyodiharjo, S., & Zumiarti, Z. (2021). Etnografi Komunikasi Basapa di Ulakan Tapakis Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 1(1), 38-51.
- Nurhadi, Z.F., & Kurniawan, A.W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian. *J. Komun. Has. Pemikir. dan penelit*, 3(1), 90-95.
- Nurdiansyah, C. (2018). *Analisa Semiotik Makna Motivasi Berkarya Lirik Lagu Zona Nyaman Karya Fourtwenty*. Jurnal Komunikasi, 9(2), 164.
- Mudjiono, Y. (2020). *Kajian Semiotika dalam Musik Video*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), 112.
- Roza, Novriani. 2018. Padang. *Analisis Iklan Extra Joss Versi Ceplas Ceplos*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Ekasakti. Hal 32.
- Santoso, T. A. P. (2022). *Penerimaan fans Taylor Swift mengenai LGBT di dalam video musik Taylor Swift "You Need To Calm Down"* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Surabaya Catholic University).Hal 6.
- Sumartono, S., Ferdinal, F., Takdir, M., & Weriza, J. (2023). Analisis Semiotika Lirik Lagu Tanah Pusako. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 8(2), 165171.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/LGBT>
- https://id.wikipedia.org/wiki/You_Need_to_Calm_Down