

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Banyak hal menarik yang akan kita temukan dari seorang tokoh yang mampu menginspirasi banyak orang. Tidak hanya seorang presiden atau pahlawan yang bisa memberikan inspirasi atau pengaruh terhadap seseorang, *public figure* pun menjadi tokoh paling dekat dengan masyarakat. Mulai dari gaya berbicara, penampilan, sampai ideologi-ideologi yang menyertai karya-karyanya. Beyonce Giselle Knowles atau yang dikenal banyak orang Beyonce Knowles adalah seorang penyanyi perempuan Amerika kulit hitam yang mampu menginspirasi banyak orang lewat lagu-lagu, khususnya perempuan.

Penyanyi yang lahir pada tanggal 4 September 1981 di Houston, Texas, Amerika Serikat ini memulai karirnya sebagai penyanyi yang tergabung dalam *group vocal* bernama *Destiny's Child* pada tahun 1990. Beyonce sudah mengembangkan bakat bermusiknya ketika dia berusia 15 tahun, dia menghabiskan waktu sekolahnya untuk bersekolah di sekolah musik di Houston, Texas. Tahun 1999 adalah puncak karir Beyonce bersama *Destiny's Child*, lewat album *The Writing's On The Wall* yang berhasil memperoleh penjualan 8 juta kopi di seluruh dunia lewat *single-single* khas yang ada di album tersebut seperti *Bills, Bills, Bills, jumpin'*

jumpin' dan *say my name* dan juga berhasil mendapat beberapa penghargaan bergengsi (Kaufman,13 Juni 2005).

Beyonce memulai debut karir bersolonya pada tahun 2003 dimana dia mengeluarkan album *Dangerously in Love* dan berhasil menduduki puncak tangga lagu billboard 200 dan menjadi album terlaris diminggu pertamanya. Beyonce terus mengembangkan karirnya sebagai salah satu penyanyi top dunia, album-album dan lagu-lagu menjadi *top chart* di hampir seluruh dunia.

Sebagai seorang penyanyi Beyonce tentu saja tidak hanya menghadirkan suara indahnyanya yang menjadi salah satu daya tariknya. Lagu-lagu yang dia nyanyikan tentu memiliki makna dan pesan yang ingin dia sampaikan kepada seluruh pendengar dan khususnya penggemarnya di seluruh dunia, Beyonce tidak hanya pandai bernyanyi dia juga bertindak sebagai penulis lagu yang selalu menyelipkan lagu yang bertemakan tentang kemandirian wanita dan mewakili para perempuan untuk bersuara di media massa lewat karya yang diciptakannya (Yulianti, 2011).

Beyonce memang dikenal sebagai salah satu penyanyi dunia yang sangat peduli terhadap kesetaraan gender, feminisme dan juga dukungan terhadap kekuatan perempuan. Hal ini ditunjukkan Beyonce lewat karya-karya yang diciptakannya, lagu-lagu miliknya tidak hanya berbicara soal kisah cinta dan kehidupan sosial namun juga tentang kesetaraan gender. Dalam wawancara nya bersama majalah *VOGUE* pada tahun 2015 yang

dikutip www.mtv.com, Beyonce menyebut dirinya merupakan sosok perempuan Amerika yang menganut *modern-day-feminist*. Beyonce percaya pada kesetaraan, dia beranggapan bahwa mengapa perempuan harus memilih untuk menjadi seperti diri perempuan yang diinginkan oleh laki-laki secara umum, dan mengapa perempuan harus melabeli diri sebagai perempuan yang sempurna untuk mendapatkan laki-laki, hal-hal tersebut seharusnya tidak perlu dilakukan oleh perempuan, karena di era saat ini, sudah sepatutnya perempuan memiliki kekuatan dan kesetaraan dengan laki-laki, tanpa harus ada tekanan dan batasan (Jocelyn, 3 April 2013).

Lewat kecintaannya terhadap dunia musik dan kepeduliannya terhadap perempuan dan kesetaraan gender yang dia tuangkan lewat lagu-lagunya, Beyonce berhasil menjadi ikon kekuatan bagi para perempuan di dunia untuk menjadi perempuan yang pemberani dan memperjuangkan kesetaraannya terhadap kaum laki-laki. Beyonce benar-benar menunjukkan eksistensinya atas hal itu, ini dibuktikan dengan Beyonce yang berhasil menjadi musisi kulit hitam dengan pendapatan tertinggi dalam sejarah, majalah *Time* tahun 2013 dan 2014 juga menobatkan dia sebagai 100 orang paling berpengaruh di dunia dan menjadi sampul majalah tersebut. Tidak sampai disitu *Forbes* memberikan julukan kepada Beyonce sebagai wanita terkuat ketujuh belas di dunia dan wanita terkuat kedua di dunia *entertainment* (Ashley, 28 Mei 2014).

Beyonce tidak hanya mampu meraih kesuksesan yang sangat besar sebagai seorang diva dunia, perannya sebagai istri dan seorang ibu juga

berhasil dia jalankan dengan baik. Meskipun memiliki kesibukan yang padat, dia tetap menjalankan kodratnya sebagai perempuan, hal seperti inilah yang ingin Beyonce sampaikan kepada seluruh perempuan di dunia. Bahwa perempuan boleh memiliki impian setinggi langit, berhak untuk menentukan apa yang akan dijalani dan mengontrol dirinya sendiri asalkan tidak melebihi sang suami. Pandangan emansipasi perempuan era modern seperti itu juga terdapat dalam penggalan lirik lagu Beyonce yang berjudul *Flawless*.

We teach girls to shrink themselves

To make themselves smaller

We say to girls

“You can have ambition but not too much

You should aim to be successfull

But not too successfull

Otherwise you will threaten the man”

Namun dibalik keunggulan tersebut pemaknaan feminis yang dipahami oleh Beyonce masih menjadi paradoks tersendiri, di mana masih banyak masyarakat yang berpersepsi bahwa gerakan feminisme yang dibawa Beyonce masih mengandung kepentingan ekonomi semata dan juga menyalahi aturan terhadap paham feminisme di masyarakat. Beyonce dianggap masih tidak sepenuhnya memperjuangkan feminisme dari makna yang sesungguhnya, memang belum ada definisi tunggal terhadap

pengertian yang sesungguhnya tetapi kecantikan, keelokan tubuh, dan kekayaan menjadi hal yang dilawan feminisme sebagai gerakan. Dan Beyonce dianggap tidak memenuhi hal-hal tersebut, dia masih menjadikan tubuhnya sebagai objek utama dalam seni pertunjukannya.

Dalam *interview* nya bersama majalah *ELLE* yang dikutip *Cosmopolitan* edisi bulan April yang lalu, Beyonce menyebutkan bahwa dirinya tidak suka disebut seorang feminis. Menurutnya, pria dan wanita memiliki hak yang sama dalam segala hal termasuk mengekspresikan semua perasaan yang dia rasakan dalam kata lain Beyonce lebih memperjuangkan kesetaraan gender. Gerakan feminisme di era moderen ini sudah semakin bergeser dari makna yang sesungguhnya, di mana paham akan feminisme sekarang ini lebih diartikan sebagai perjuangan terhadap kesetaraan gender semata. Para perempuan hanya mengutamakan kesetaraan keberhasilan yang sama terhadap laki-laki.

Hal ini berhubungan dengan lahirnya paradigma baru dalam gerakan feminisme, yaitu posfeminisme atau paska feminisme. Posfeminisme sendiri sudah dikenal pada sekitar tahun 1980-an dan awal 1990-an, kemunculan posfeminisme ini memiliki nilai baru dan sering dianggap bermusuhan dengan feminisme (Brooks, 2009). Di era sekarang ini pun semakin banyak orang yang berasumsi bahwa feminisme hanya mitos, hal ini juga pernah di ungkapkan oleh Beyonce saat *interview* dengan sebuah majalah beberapa waktu yang lalu. Oleh sebab itu maka perjuangan

feminisme yang terjadi di era sekarang ini hanya berkutat pada sisi kemanusiaan tanpa harus adanya sekat gender.

Selain itu posfeminisme juga dianggap sudah melahirkan ikon perempuan baru. Bukan lagi perempuan yang memperjuangkan hak-haknya sebagai makhluk sosial yang juga pantas mendapatkan perlakuan yang sama. Namun, perempuan di era posfeminisme adalah perempuan tangguh, seksi, acuh tak acuh dan tidak melihat dirinya sendiri sebagai korban.

Beberapa contoh juga sudah menunjukkan bagaimana posfeminisme menjadi *trend* di kalangan para perempuan muda, film *sex and the city* misalnya menjadi salah satu contoh bagaimana perempuan hanya mengklaim kebebasan dari seksualitas pribadi namun selanjutnya laki-laki lah yang akan membuat segala sesuatu menjadi berharga. Artinya kebebasan para perempuan di era posfeminisme adalah di mana mereka bisa mendapatkan kebebasan untuk mendapatkan akses dalam pekerjaan, sosial dan pendidikan tanpa harus memperjuangkan hak-haknya yang lain atas kaum laki-laki.

Tidak bisa dipungkiri hadirnya film *sex and the city* turut mempengaruhi paradigma posfeminisme di kalangan masyarakat khususnya generasi muda. Kehadiran film tersebut juga beriringan dengan berkembangnya budaya pop di kalangan masyarakat, budaya pop seperti yang dituliskan Indah Fajaria dalam tesis nya yang dikutip dari buku milik Michelle Stack dan Deirde M. Kelly menyebutkan .

Budaya populer (*pop culture*) merupakan arena pembentukan dan pergulatan berbagai ide dan identitas melalui beragam media dan teknologi yang berkembang. *Pop culture* juga merupakan sebuah konstruksi sosial tingkat tinggi karena begitu besar pengaruh yang diberikan atau disebarluaskan (2010).

Melalui berbagai media seperti film, majalah, televisi, bahkan musik posfeminisme begitu dengan mudah dan cepat membentuk konstruksi feminisme di masyarakat yang sesuai dengan perkembangan jaman. Media tidak begitu saja membentuk konstruksi masyarakat akan feminisme, tentu saja ada objek yang terlibat di dalamnya, dalam dunia hiburan khususnya Amerika. Beyonce bukanlah satu-satunya musisi yang mengangkat isu tentang kemandirian perempuan dalam lagu-lagu dan musik video atau aksi panggungnya, di era 1990-an ada *girls group Spice Girls* yang memiliki slogan *girl power*.

Spice Grils pada masanya juga mengusung tema kemandirian perempuan lewat lagu-lagunya dan juga aksi panggungnya. Sama dengan Beyonce, materi-materi lagu yang dibawa *Spice Girls* hanya membawakan konsep kemandirian perempuan saja. Selebihnya *Spice Girls* tetap membawa modal seksualitas dalam penampilan mereka. Selain *Spice Girls*, Madonna yang menurut Brooks merupakan salah satu representasi posfeminisme melalui lirik lagu yang tajam dan penampilan yang terbuka di atas panggung. Di sisi lain mereka menjadi pusat perhatian media, mereka diagungkan oleh media. Lihat saja bagaimana Beyonce seperti dijelaskan pada paragraf pertama, dia bahkan dinobatkan sebagai perempuan terkuat,

hampir seluruh media massa juga menyebut bahwa perempuan-perempuan seperti mereka berhasil memiliki kemampuan melalui karakter diri dalam mengontrol diri dan hidupnya sendiri.

Tentu saja hal ini yang diyakini oleh para perempuan-perempuan di dunia dengan apa yang mereka lihat dari para idola menyampaikan isu feminisme yang sebenarnya justru menyimpang dari makna yang sesungguhnya. Karena media pula lah, hal ini juga mendatangkan keuntungan dari para artis. Para penggemar tentu saja tidak hanya berburu album-album mereka, tetapi segala sesuatu yang berhubungan dengan mereka laris manis di pasaran. Mereka juga berhasil membuat paradoks baru tentang feminisme, dan membuat para generasi muda era sekarang dengan tanpa sadar sudah menjalankan gerakan posfeminisme.

Generasi posfeminisme juga disebut sebagai generasi yang paham akan maksud dan tujuan-tujuan dari perjuangan feminisme, para perempuan sangat mengerti bagaimana menyampaikan dan memperjuangkan tujuan feminisme tetapi mereka tidak mengidentifikasi diri sebagai seorang feminis (Bolotin, New York Times tahun 1982). Hal ini sama dengan apa yang sudah dijelaskan Beyonce di atas bahwa dirinya tidak suka disebut seorang feminis. Padahal Beyonce dengan sangat jelas menyuarakan pesan-pesan yang bernada feminisme lewat lagu-lagunya.

Fenomena seperti ini menimbulkan banyak spekulasi yang berkembang di kalangan masyarakat terhadap sikap yang diambil oleh

Beyonce terhadap bagaimana dia memperjuangkan emansipasi perempuan versinya. Apakah benar-benar karena kepekaannya terhadap kaum perempuan yang memang rentan penindasan atau hanya sekedar strategi marketing yang dibangun oleh *management* Beyonce untuk membangun *image* nya sebagai perempuan kuat dan tangguh. Tidak bisa dipungkiri memang, keberhasilan Beyonce dalam membawakan lagu-lagu yang mengandung unsur feminisme berhasil membuatnya menjadi salah satu tokoh panutan khususnya generasi muda jaman sekarang dalam mengejar hak nya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini mencoba untuk meneliti Beyonce Knowles sebagai seorang bintang, terutama kepentingan Beyonce dalam membawa pesan-pesan feminisme di setiap lagunya dan *image* nya sebagai *modern day feminist*.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang di atas dapat dikemukakan pertanyaan yang menjadi rumusan masalah, yaitu :

Bagaimana Beyonce menggambarkan citra dirinya sebagai feminis lewat lagu-lagunya ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui gagasan Beyonce dalam menulis lirik lagu yang bermuatan feminisme, serta bagaimana

Beyonce menggambarkan perjuangan perempuan di era modern lewat karyanya berupa lirik lagu.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis untuk memberikan pengetahuan mengenai konsep feminisme dan posfeminisme seorang pengarang atau penulis lagu dan seorang bintang dunia yang menjadi panutan. Setiap karya yang ditulis, mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Selain itu dapat juga bermanfaat untuk menjadi referensi bagi peneliti yang lainnya.

E. KERANGKA TEORI

1. Posfeminisme

Posfeminisme merupakan gerakan yang lahir setelah gerakan feminisme gelombang kedua berakhir, posfeminisme juga dipandang sebagai gerakan yang muncul menanggapi kelemahan dan kegagalan yang dialami feminisme gelombang kedua (Brooks, 2009). Masih banyak yang memperdebatkan tentang definisi posfeminisme secara luas, dalam buku Ann Brooks yang berjudul *Posfeminisme & Cultural studies* ada beberapa pemahaman yang disampaikan oleh beberapa penulis sebagian penulis menganggap bahwa posfeminisme adalah lanjutan dari feminisme dan ada yang menganggap posfeminisme justru adalah gerakan antifeminisme (2009).

Posfeminisme lahir karena adanya pemikiran feminisme dan pemikiran posmodernisme, hal ini membuat pemikiran atau pemahaman tentang posfeminisme bukan lagi tentang perjuangan kaum perempuan yang meraih persamaan keadilan dan kekuatan terhadap laki-laki, melainkan kembali mengangkat isu tentang persamaan atau kesetaraan gender. Perjuangan perempuan dalam meraih kebebasan di era posfeminisme digambarkan sebagai perempuan yang mandiri, yang mampu menentukan pilihan hidupnya tanpa dibayang-bayangi sosok laki-laki dalam pengambilan keputusan, persamaan gender yang dimaksud ini adalah adanya persamaan kesempatan antara laki-laki dan perempuan tanpa ada sekat perbedaan gender dalam hal apapun. Seperti yang dikatakan Alice dalam buku Brooks, kemunculan posfeminisme juga ditandai adanya keberhasilan yang didapatkan kaum perempuan era feminisme gelombang kedua dalam mendapatkan haknya untuk bekerja. Perempuan berhasil menempati kantor publik dan pilihan untuk menggunakan lebih banyak ruang personalnya (2009).

Berbeda halnya dengan isu-isu yang dibawa pada wacana feminisme lebih menitikberatkan pada kehidupan perempuan dalam berjuang meraih persamaan keadilan dan kekuatan terhadap kaum laki-laki untuk melawan patriarki dan penindasan yang diterima oleh kaum perempuan yang menganggap bahwa perempuan tidak lebih dari seorang “budak” yang hanya bertugas melayani dan mengurus segala kebutuhan laki-laki,

sedangkan laki-laki adalah makhluk yang memiliki kekuatan lebih untuk bekerja dan bergaul dengan dunia luar.

Posfeminisme tidak hanya berkuat tentang isu persamaan gender saja, namun juga berkuat pada ranah seksualitas dan femininitas dalam mengekspresikan dirinya sendiri (Fajaria, 2010). Isu seksualitas tubuh yang mengiringi posfeminisme turut hadir dalam media berupa majalah, *billboard* hingga tayangan televisi di mana media memperkenalkan sosok perempuan moderen yang mandiri lengkap dengan *make up* tebal dan tidak ketinggalan baju-baju yang terbuka menempel di badannya. Tampilan feminisme yang digambarkan media seperti itulah yang berhasil membentuk pemikiran baru di kalangan masyarakat khususnya para perempuan muda tentang gambaran feminisme jaman sekarang. Tidak hanya memajang model perempuan cantik nan seksi sebagai gambaran posfeminisme, hadirnya para musisi perempuan yang membawakan isu feminisme lewat lagu-lagu semakin membuat mudah nya posfeminisme begitu melekat bagi perempuan di dunia.

Beyonce Knowles salah satu musisi yang selalu menyelipkan isu-isu feminisme dan kemandirian perempuan dalam lirik lagu dan aksi panggungnya sejak saat masih bergabung bersama *Destiny's Child* hingga sekarang bersolo karir dan mengukuhkan namanya sebagai salah satu musisi perempuan terkuat di dunia. Hampir sebagian besar lagu-lagu yang berada dalam album-album Beyonce mengangkat isu kemandirian perempuan, salah satu nya adalah lagu berjudul *Run The World* yang dia dedikasikan

untuk seorang astronot perempuan dari Amerika. Lagu ini mengajak untuk para perempuan agar mampu mengali kemampuan dirinya dan tidak takut untuk meraih apa yang diimpikan.

Beyonce bukan satu-satunya musisi dunia yang membawakan isu feminisme pada setiap karya-karyanya, Madonna dan *Spice Girls* juga berhasil mengukuhkan namanya sebagai musisi yang peduli dengan kemandirian perempuan pada era 1980-an dan 1990-an. Tentu saja bukan isu feminisme yang sesungguhnya yang mereka bawa dalam lagu dan aksi panggungnya, melainkan gaya posfeminisme yang hanya mengajak perempuan untuk mandiri dan mampu mengekspresikan dirinya lewat semangat lirik lagu dan aksi panggungnya lengkap dengan gaya busana seksi dan terbuka, dengan kata lain para musisi dunia yang berhasil membawakan semangat perubahan atau perjuangan feminisme lewat lagu-lagunya hanya sebatas membawa semangatnya saja tanpa aksi yang nyata. Gaya berpakaian terbuka atau memamerkan lekuk tubuh bukan halangan untuk menjadi perempuan yang bisa meraih mimpi dan mengontrol hidupnya sendiri.

Keberhasilan para musisi ini dalam menyampaikan ideologi-ideologi posfeminisme kepada perempuan di seluruh dunia tidak lepas dari peran media yang memuat keberhasilan mereka sebagai musisi perempuan tersukses, meliputi mereka saat di atas panggung maupun tidak berhasil membuat mereka begitu disegani dan diagung-agungkan oleh masyarakat. Penggambaran perempuan seksi, energik dan mandiri yang media

sampaikan kepada masyarakat lewat apa yang ditampilkan para musisi berhasil melekat sebagai gagasan atau pemikiran tentang feminisme era moderen. Faludi menuangkan pendapatnya tentang peran media yang memperkenalkan posfeminisme di kalangan generasi muda pada buku Ann Brooks, yang mengatakan.

Agenda gerakan kaum feminisme jelaslah *disetting* oleh media dan dirancang untuk meruntuhkan tujuan dan pencapaian kaum feminis. Media mendeklarasikan bahwa feminisme adalah cita rasa tahun 70-an dan posfeminisme adalah cerita baru lengkap dengan generasi yang lebih muda yang diduga turut mencerca gerakan perempuan. Peran media jelaslah sangat berpengaruh dalam membingkai pemahaman umum yang negatif dan populer mengenai posfeminisme, pandangan ini juga dianut oleh beberapa feminis yang menghilangkan potensi evaluasi kritis dari posfeminisme dengan model reaksi buruk yang populer (Brooks, 2009).

Media begitu dengan mudah memberikan informasi dan wawasan kepada khalayak ramai mengenai tentang apa feminisme era modern melalui apa yang disampaikan dan digambarkan media dengan menggunakan ikon selebriti. Beyonce bisa dikatakan merupakan ikon posfeminisme era sekarang setelah Madonna dan *Spice Girls*. Dia berhasil membuktikan kepada para penggemar bahwa selain berhasil menjadi bintang pop dunia dengan penghasilan fantastis, Beyonce juga berhasil menjadi ibu rumah tangga yang mengurus anak dan suami serta mampu mengontrol hidup dan menentukan apa yang dia pilih, hal ini juga terdapat dalam beberapa lirik lagu yang ditulis Beyonce. Konsep perempuan seperti itulah yang dibangun posfeminisme yang lebih khusus mengangkat tentang kesetaraan gender dan

persamaan kesempatan. Melalui beragam media informasi seperti elektronik dan cetak lah yang telah banyak mempengaruhi perkembangan budaya masyarakat setelah menyaksikan apa yang ditampilkan Beyonce.

Dari semua daftar prestasi dan keberhasilan Beyonce sebagai musisi perempuan terkuat dunia dan musisi kulit hitam dengan pendapatan tertinggi sepanjang sejarah, Beyonce berhasil mencatatkan namanya sebagai musisi sekaligus “pahlawan” bagi kaum perempuan karena telah menyebarkan dan menyadarkan arti kemandirian perempuan bagi perempuan di dunia. Dengan keberhasilan yang diraih Beyonce, tidak salah jika muncul pendapat bahwa apa yang Beyonce suguhkan di atas panggung dan isu feminisme sebagai materi lagunya hanya lah sebatas komodifikasi dari industri musik yang hanya menjual sensualitas perempuan yang penuh pesona dan lagu yang hanya sekedar mengajak perempuan untuk mandiri.

2. *Celebrity Culture* Dalam Industri

Bintang atau selebriti adalah sosok yang memiliki pengaruh besar dalam dunia hiburan. Bukan hanya sosoknya yang mudah dikenal oleh masyarakat dibandingkan tokoh yang lain, namun kehadiran selebriti juga mampu memberikan dampak bagi masyarakat terutama dalam gaya hidup dan cara pandang. Hampir semua yang disuguhkan para selebriti melalui media menjadi hal yang umum untuk dikonsumsi oleh masyarakat, dari mulai cara berpakaian, gaya rambut, perilaku, barang-barang apa yang

dikenakan sampai kehidupan pribadi sang artis pun seperti menjadi kebutuhan umum bagi masyarakat.

Layaknya tokoh yang menjadi panutan bagi para pengikutnya, selebriti memiliki kehidupan yang terus menerus di sorot media dan menjadi konsumsi serta kiblat bagi masyarakat. Berbagai citra yang sengaja mereka bangun untuk mendapat simpati masyarakat tidak lain hanya untuk menjaga kepopularitasan mereka di dunia hiburan, mereka yang berhasil menjaga citra sebagai selebriti yang peduli dengan isu-isu dunia dan hak asasi manusia serta mempertahankan prestasinya tentu akan mendapat tempat istimewa di mata masyarakat. Tidak hanya itu, media akan secara luas membantu menyebarkan citra selebriti sebagai pembawa pengaruh besar terhadap perubahan dunia dan membuat seorang selebriti semakin menjadi tambang emas bagi industri hiburan.

Hartley dalam jurnal yang berjudul *Konstruksi Image Psy* mengatakan bahwa bintang merupakan sebuah produk yang diciptakan oleh media yang menghubungkan antara produksi dan konsumsi serta produsen dan konsumen (Iriany, 2014). Media membentuk bagaimana citra seorang bintang yang mampu menarik perhatian konsumen, sehingga membuat bintang tersebut memiliki daya tarik dan nilai jual yang digemari oleh masyarakat yang bertindak sebagai penikmat atau konsumen dunia hiburan. Salah satu contoh keberhasilan media dalam membentuk *image* selebriti adalah Beyonce Knowles sebagai selebriti yang menyandang gelar *public figure* dalam bidang musik terkuat di dunia.

Dunia hiburan memang menjadi salah satu industri yang menjanjikan, tak heran jika banyak orang yang memimpikan menjadi seorang selebriti. Kehidupan seorang selebriti yang diperlihatkan media memang mampu membuat semua orang iri, hidup dengan berlimpah harta dan gaya hidup *glamour* yang diperlihatkan melalui berbagai macam barang-barang bermerek yang dikenakan serta penggambaran citra selebriti yang sempurna mampu membuat mereka diagung-agungkan khalayak.

Strinati (dalam Iriany, 2014) lahirnya budaya populer turut mempengaruhi industri hiburan yang mulai mengikuti arus industrialisasi dan urbanisasi, budaya populer juga menghasilkan sebuah komodifikasi dari sebuah produk yang diproduksi secara massal dan bertujuan untuk mendapat keuntungan. Selebriti atau bintang merupakan salah satu bentuk komoditas dari budaya populer dan media, mereka akan dibentuk citranya sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan pasar sebelum menjadi terkenal. Disaat seorang bintang berhasil meraih kepopularitasannya, maka citra yang sudah dibentuk harus dijaga dan dilindungi dengan berbagai cara supaya para bintang tetap bisa meraih simpati dari khalayak.

Dalam industri hiburan kehadiran selebriti merupakan hal terpenting dalam proses mendatangkan keuntungan secara finansial. Para selebriti pun tidak hanya menjual bakat mereka tetapi juga menjual *image* mereka untuk mendatangkan keuntungan yang lebih banyak lagi tak terkecuali Beyonce. Peran bintang dalam industrinya tidak hanya bekerja di bidang yang mereka tekuni, mereka juga memiliki peran penting dalam proses promosi. Proses

promosi adalah bagian terpenting dalam menjalankan strategi untuk pemasaran sebuah karya dan diri bintang itu sendiri, dengan hadir diberbagai acara yang diselenggarakan media seperti ajang penghargaan, *talkshow* dan sebagainya atau pun non media seperti kegiatan amal dan kegiatan sosial lainnya yang berlangsung di negara asalnya hingga luar negeri adalah cara untuk memperkenalkan karya-karya baru yang diciptakan seorang bintang baik itu dari bidang musik maupun film.

Para bintang tentu saja tidak hanya membawa hasil karya mereka tetapi juga membawa citra yang sudah dibentuk dan melekat pada dirinya, menggambarkan citra tersebut bisa dilihat dari mulai gaya bicarannya, apa yang dibicarakan serta penampilan yang sudah dirancang sebelum disuguhkan di hadapan media. Kehadiran bintang dalam suatu acara pasti akan mendapat sorotan dari berbagai kalangan, apalagi dengan hadirnya internet membuat lebih mudah namanya mereka menjadi *viral* di berbagai jenis media sosial dari mulai gaya berpakaian dan perilakunya saat wawancara di depan kamera. Hal ini dengan cepat mempengaruhi kepopuleran sang bintang dan tentu saja sang bintang menjadi panutan bagi pengikutnya untuk berubah menjadi seorang perempuan seperti sang idola.

Tanpa banyak disadari oleh masyarakat bahwa media sebenarnya telah memperkenalkan sosok panutan yang berhasil mencuri perhatian khalayak dengan individual palsu yang sengaja dibentuk untuk kepentingan komodifikasi. Di era sekarang ini industri hiburan adalah industri yang paling dekat dengan komodifikasi. Lihat saja bagaimana para selebriti

menjadi alat komoditi untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan atau label rekaman yang mengontrak mereka dengan sedemikian rupa, mereka diatur sedemikian rupa agar menarik perhatian masyarakat. Apalagi di bidang musik, musik seringkali dijadikan eksploitasi kekuasaan kapitalisme karena musik memiliki nilai komersil. Musik juga dimanfaatkan menjadi sarana untuk mempromosikan ketenaran seseorang dan menambah kekayaan dari penjualan album atau penayangan-penayangan melalui berbagai media (Pamungkas, 2012).

F. TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah posfeminisme dalam industri hiburan yang menampilkan citra feminisme era moderen dalam karya yang diciptakan oleh para selebriti serta bagaimana *star studies* digunakan untuk meneliti tentang konstruksi citra yang dibangun para selebriti di depan publik.

Penelitian oleh Indah Fajaria (2010) yang berjudul “*Posfeminisme Era Spice Girls : Analisis Atas Sepuluh Lirik Lagu dan Penampilan Panggung Spice Girls*”. Menganalisis bagaimana selebriti yang diwakili oleh *Spice Girls* membawa ideologi feminisme era moderen yang mengarah ke posfeminisme lewat lirik–lirik lagu yang mengandung isu-isu feminisme dan aksi panggung yang mereka tampilkan dengan mengeksplorasi seksualitas tubuh mereka di atas panggung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan feminisme. Penelitian ini menggunakan sepuluh lirik lagu *Spice*

Girls pada era 1990-an dan penampilan panggung (gaya, koreografi dan busana khas setiap anggota) sebagai objek utama yang kemudian dikaitkan dengan teori posfeminisme. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan bagian-bagian lirik lagu dan penampilan *Spice Girls* yang menunjukkan dan menjelaskan bagaimana bentuk posfeminisme pada era 1990-an. *Spice Girls* mengajak seluruh perempuan di dunia untuk menjadi diri sendiri dan bebas berekspresi lewat slogan *Girl Power* nya, selain itu *Spice Girls* juga menunjukkan seksualitas tubuhnya dalam aksi panggung maupun di depan kamera. Hal ini menunjukkan bagaimana konsep posfeminisme yang di bawa oleh para selebriti perempuan dunia adalah posfeminisme yang dipengaruhi oleh komodifikasi industri serta gaya penampilan yang masih mengikuti selera pasar dan sudut pandang kaum laki-laki.

Selain itu juga ada penelitian oleh Giri Pamungkas (2012) yang berjudul “*Ekspresi Kebebasan Sebagai Bentuk Emansipasi Wanita dalam Video Klip Musik Lady Gaga : Telephone, Bad Romance, dan Alejandro*”. Penelitian ini memfokuskan pada apa yang ingin Lady Gaga sampaikan tentang emansipasi dan kebebasan perempuan di era moderen dalam tiga musik video yang menjadi objek penelitian, penelitian ini juga menunjukkan bagaimana perempuan memandang kebebasan berekspresi sebagai bentuk emansipasi dalam budaya populer berdasarkan perspektif feminisme gelombang ketiga.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif interpretasi terhadap *plot*, adegan-adegan berupa *caption*, dan kostum yang dikenakan

Lady Gaga dalam tiga musik video tersebut. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa motif kebebasan perempuan yang dibawa oleh Lady Gaga melalui tarian, koreografi dan kostumnya menunjukkan sensualitas, seksualitas dan erotisme yang menggambarkan bahwa perempuan bebas untuk menentukan seperti apa yang mereka ingin tampilkan pada semua orang.

Penelitian lainnya berjudul "*Agnes Mo : Antara Girl Power dengan Imperialisme Budaya (Analisis Semiotika Pada Video Musik "Godai Aku Lagi")*" oleh Farida M. Arif (2015). Penelitian ini membahas tentang bagaimana Agnes Mo sebagai penyanyi membawa dan memperlihatkan *Girl Power* sebagai ideologi untuk memperlihatkan sosok perempuan yang memperjuangkan negosiasi diri dengan memanfaatkan apapun yang dianggap bisa menantang patriarki yang selama ini mendominasi dan dikaitkan dengan isu kapitalisme industri serta imperialisme budaya barat. *Girl power* merupakan slogan yang diperkenalkan oleh *Spice Girl* di era 1990-an, *Girl Power* juga dianggap merupakan budaya yang lahir dari berkembangnya feminisme gelombang ketiga atau posfeminisme.

Penelitian ini menggunakan teknis analisis semiotika Carol Vernalis yang membedah musik video dalam tiga tahapan analisis, dan melakukan pembacaan secara keseluruhan unsur-unsur dalam musik video tersebut. Di mana pembacaan musik video secara utuh akan memungkinkan untuk melihat dimensi-dimensi lain yang dihadirkan oleh unsur-unsur pembentuk musik video tersebut. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *Girl Power* yang ditampilkan oleh Agnes Mo merupakan sebuah kesadaran palsu yang mana

tampilan tersebut bersinanggungan dengan imperialisme yang pada akhirnya berujung pada kepentingan industri kapitalis. *Girl power* yang ditunjukkan Agnes Mo melalui *gesture* (sensualitas tubuh) yang bermuara pada komodifikasi tubuh, lirik dan kostum yang juga berujung pada bentuk kepatuhannya pada budaya barat.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa kesimpulan yaitu para selebriti perempuan menggunakan isu-isu feminisme dalam karya mereka hanyalah sebatas komodifikasi industri atau dengan kata lain hanya untuk jualan semata, isu yang mereka bawa dalam karyanya justru tidak sejalan dengan visual yang mereka tunjukkan di depan publik. Hal tersebut juga berkaitan dengan citra yang mereka bawa dan dibentuk pada hadapan publik.

Pada ketiga penelitian yang membahas tentang posfeminisme dibalik karya-karya yang diciptakan para selebriti masih berfokus kepada satu objek saja, dengan kata lain para peneliti masih berfokus kepada produk berupa karya musik video maupun lirik lagunya yang dihasilkan oleh para selebriti. Sehingga pembahasan yang dihasilkan pun hanya berkutat tentang satu karya itu saja tanpa dikaitkan dengan informasi yang lain tentang sang bintang apakah karya tersebut memang mencerminkan citra yang selama ini dibangun atau justru karya tersebut hanyalah produk musiman. Oleh karena itu pada penelitian ini posfeminisme yang dibahas tidak berhenti pada makna yang terkandung dalam sebuah karya melainkan menganalisis makna posfeminisme yang terdapat dalam karya dan dikaitkan dengan citra yang

ingin dibangun oleh seorang selebriti tentang dirinya sebagai seorang feminisme era moderen, dengan menggunakan *star studies* dan teknik analisis semiotika Roland Barthes untuk mengupas citra pada bintang yang terdapat dalam lirik lagu guna menggali makna posfeminisme.

Selain menggunakan tiga penelitian di atas yang membahas tentang posfeminisme, penelitian yang membahas tentang citra seorang selebriti juga menjadi tinjauan pustaka untuk penelitian ini. Penelitian yang menggunakan kajian bintang atau *star studies* bisa dikatakan masih baru dan masih jarang penelitian yang menggunakan metode ini, seperti jurnal yang ditulis oleh Rany Rosaria Iriany (2014) dengan judul “*Konstruksi Image PSY : Artis Gangnam Style*” penelitian ini menggunakan *star studies* untuk menganalisis bagaimana seorang PSY yang dikenal sebagai bintang dari Korea Selatan mengkonstruksikan citra berbeda dari bintang Korea lainnya yang dikenal memiliki wajah tampan, postur tinggi, badan langsing, dan kekar. Dalam penelitian ini konstruksi citra yang ingin ditampilkan PSY dilihat dari bagaimana dia menunjukkan visualnya (pakaian, gaya rambut, bentuk tubuh dan *gestur*) di hadapan media serta melalui verbal dan non verbal.

Jurnal lainnya yang juga menggunakan *star studies* berjudul “*Star Studies Terhadap Image Syahrini*” tahun 2014 karya Debby Natalia Carolina. Tidak berbeda jauh dengan jurnal penelitian *star studies* diatas, penelitian ini juga menggunakan *star studies* yang digabungkan dengan beberapa teori seperti *star*, *star image*, *pop culture*, *trendsetter*, *life style*,

consumerism dan paradigma konstruksivisme untuk mendeskripsikan citra Syahrini yang dikenal sebagai bintang penampilan *glamour* dan gaya hidup mewah yang dia tampilkan di media maupun sosial media. Dari penelitian ini ditemukan bahwa apa yang ditampilkan Syahrini melalui media merupakan unsur kesengajaan untuk mempertahankan eksistensinya di dunia hiburan sebagai *public figure* dan *trendsetter*.

Sama halnya dengan penelitian yang menggunakan *star studies* yang hanya mengkaji bagaimana seorang bintang mengkonstruksikan citranya di media tetapi tidak membahas ideologi apa yang ingin mereka sampaikan. Jika kedua penelitian diatas menggunakan *star studies* untuk mengetahui citra apa yang ingin ditunjukkan oleh sang bintang melalui beragam penampilannya di media maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang ada sebelumnya adalah penelitian ini menganalisis bagaimana seorang bintang membentuk citranya sebagai seorang yang peduli dan aktif terhadap isu-isu perempuan lewat lirik-lirik lagu dan data pendukung seperti hasil wawancara, photo dan gaya busana dengan menggunakan *star studies* dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes yang belum pernah ada pada penelitian sebelumnya untuk mengetahui citra feminisme apa yang ingin ditunjukkan oleh seorang Beyonce. Dalam penelitian ini juga citra seorang bintang akan dianalisis lewat lirik-lirik lagunya, serta bagaimana isu posfeminisme dibawakan oleh selebriti pada era sekarang.

G. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan kajian *star studies* yang menggunakan metode analisis semiotika untuk mengetahui ide-ide dan gagasan dibalik citra feminisme seorang Beyonce lewat karya-karyanya yang berupa lirik lagu.

1. Kajian Bintang (*Star Studies*)

Star studies atau kajian bintang merupakan kajian yang meneliti dan membahas tentang bagaimana seorang bintang dalam beragam sumber, bagaimana seorang bintang membentuk dan membangun citranya di muka publik. *Star Studies* juga digunakan untuk mengetahui tujuan apa yang dibangun dari sebuah citra seorang bintang yang di dalamnya terdapat pernak-pernik literatur dan publikasi melalui media (Stokes, 2003).

Star Studies merujuk kepada penggunaan “bintang” sebagai pemain yang ditampilkan dalam sebuah film, televisi dan musik (industri hiburan) serta digunakan untuk memproduksi, mempromosikan dan memasarkan karya yang mereka keluarkan baik itu film, album dan bahkan diri mereka sendiri (Stokes, 2003). Bentuk promosi yang dilakukan para bintang ini dengan cara menghadiri beragam kegiatan yang diselenggarakan oleh media dan tampil dalam sebuah film serta membuat album untuk membangun konstruksi citra mereka di muka publik hal ini berhubungan dengan citra seorang bintang yang dijadikan komoditas yang dapat dijual.

Lebih singkatnya mengenai penjelasan diatas *Star Studies* lebih berfokus pada apa yang mereka (bintang) katakan mengenai diri mereka dan citra yang ingin mereka tunjukkan di depan publik lewat sebuah karya dan kemunculan mereka di berbagai media (Stokes, 2003).

Penelitian kali ini akan berfokus pada teks yang berupa lirik lagu yang menggambarkan bagaimana citra seorang perempuan tangguh atau pejuang feminisme di era sekarang yang lebih menjerumus ke arah posfeminisme yang ingin di tunjukkan oleh pencipta sekaligus penyanyi atau bintang itu sendiri untuk menggambarkan citra dirinya sebagai seorang feminisme pada era moderen. Penelitian ini juga melibatkan bagaimana bintang tersebut tampil di media dan hasil wawancara tentang feminisme dalam beberapa majalah.

Sebagai cara untuk menganalisis citra seorang Beyonce Knowles dibalik karya-karyanya, *star studies* perlu adanya suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui ide-ide dan pemikirannya lewat lirik lagu yang dia tulis dan bawakan. Oleh karena itu, teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika.

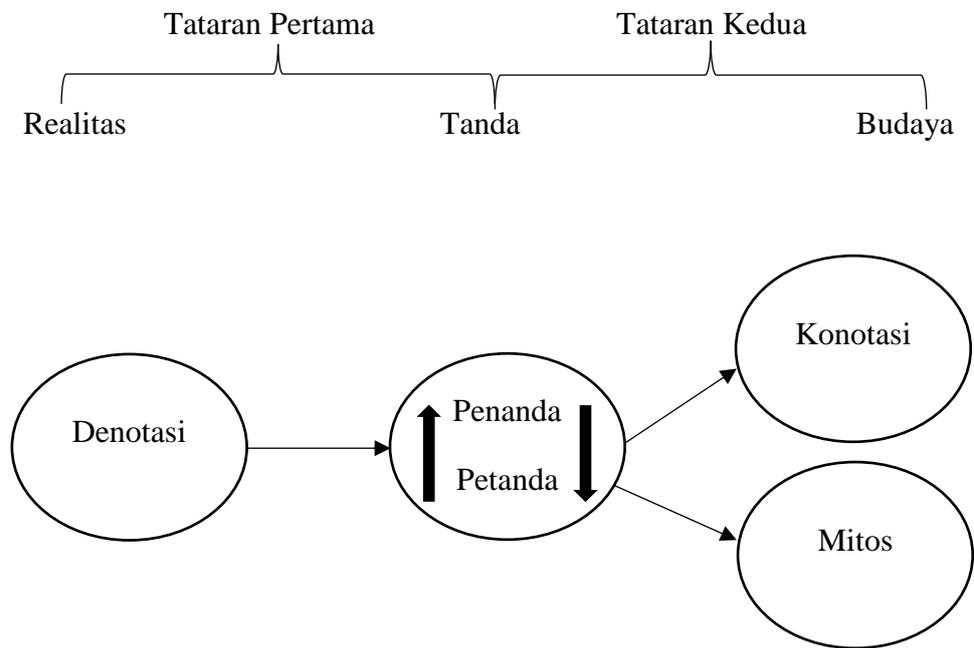
Semiotika merupan kajian atau ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda dan bagaimana tanda tersebut bekerja, seperti hubungan tanda dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan dan segala yang berhubungan dengan tanda. Dari tanda dan cara kerja tanda tersebut bekerja maka akan ditemukan informasi dan arti di balik tanda tersebut. Artinya semiotika adalah kajian

atau ilmu yang bertujuan untuk menemukan sebuah makna tersembunyi yang terdapat dalam sebuah tanda (Kriyantono, 2006).

Model semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah model semiotika Roland Barthes, dalam bukunya yang berjudul *S/Z* Barthes mengatakan bahwa ideologi adalah bagian dari kebudayaan sehingga kebudayaan mewujudkan ideologi melalui berbagai kode yang masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting seperti tokoh, latar, sudut pandang dan lain-lain (Christomy dan Suwono, 2004).

Semiotika Roland Barthes adalah penyempurnaan dari teori semiotika Ferdinand De Saussure yang berhenti pada signifikasi dalam tahap denotasi dengan menambahkan tahap ke dua yaitu konotasi. Denotasi merupakan makna sebenarnya yang terkandung dalam suatu tanda, sedangkan konotasi merupakan makna yang memiliki banyak variasi. Dalam signifikasi tahap ke dua, untuk membuat makna konotasi berfungsi peran pembaca adalah suatu hal yang penting (Sobur, 2013).

Analisis semiotika signifikasi dua tahap milik Barthes tidak hanya berfokus pada denotasi dan konotasi saja, selanjutnya Barthes juga membahas mengenai mitos yang merupakan bagian dari sistem signifikasi tahap kedua. seperti pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Peta Signifikasi Dua Tahap

Sumber : John Fiske, 2012

Pada gambar diatas menunjukkan hubungan signifikasi tahap pertaman antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam realitas eksternalnya, yang disebut denotasi. Denotasi merupakan makna sesungguhnya yang teramati dari sebuah tanda. Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan hubungan signifikasi tahap kedua. Barthes menjelaskan bahwa mitos merupakan cara kedua dalam cara kerja tanda pada signifikasi tahap kedua (Fiske, 2012).

Menurut Barthes, denotasi merupakan makna yang bersifat tertutup dan menghasilkan makna yang pasti atau sesungguhnya. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan pembenaran terhadap nilai – nilai

dominan yang berlaku. Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, dengan kata lain mitos juga disebut sistem pemaknaan tahap kedua. Di dalam mitos juga sebuah tanda dapat memiliki beberapa tanda (Sobur, 2013).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah lagu-lagu milik Beyonce Knowles yang berjudul “*Flawless*” , “*If I Were a Boy*” dan “*Run The World*”. Ketiga lagu tersebut adalah lagu milik Beyonce dimana dia juga terlibat sebagai penulisnya, dalam lagu-lagu tersebut terdapat makna tentang bagaimana perempuan era sekarang juga memiliki kekuatan yang sama dengan pria dalam mengejar cita-citanya, dan bagaimana perempuan moderen di gambarkan serta ajakan terhadap para perempuan di seluruh dunia untuk lebih berani mengungkapkan segala ekspresi yang ada dalam diri mereka.

Ketiga lagu tersebut juga menjadi sarana bagi Beyonce untuk menunjukkan citranya sebagai seorang *public figure* yang peduli terhadap persamaan hak dan seorang pejuang feminisme pada era moderen.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah tiga lagu milik Beyonce Knowles yang bertemakan tentang kemandirian perempuan.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal ilmiah *online* maupun cetak, literatur, buku, gambar atau photo objek yang bersangkutan dan hasil wawancara dengan berbagai jenis media massa seperti majalah maupun berita *online* serta artikel yang memuat informasi tentang objek penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kali ini menggunakan analisis *star studies* yang menggabungkan dengan analisis semiotika digunakan untuk menganalisis lirik-lirik yang ditulis dan dinyanyikan oleh Beyonce Knowles dengan tujuan mengetahui makna yang terkandung dalam lirik-lirik tersebut untuk mengetahui gagasan dari citra feminis yang dibangun Beyonce lewat karya-karyanya.

Setelah data primer dan data sekunder yang butuhkan sudah terkumpul, memasuki tahapan analisis data yang bertujuan untuk mengatur, mengelompokkan, mengkategorisasikan dan mengurutkan data yang sudah diperoleh berupa artikel, dokumen, gambar, foto dan sebagainya. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data adalah :

1. Mengamati dan memahami tiga lirik lagu Beyonce yang menjadi objek penelitian.
2. Dari setiap kata yang terdapat dalam teks lirik lagu Beyonce yang mengandung unsur citra posfeminis yang dibawahnya akan dipilih dan dianalisis.
3. Kata-kata yang telah dipilih kemudian dianalisis dengan menggunakan literatur-literatur dan dikaitkan dengan data sekunder yang sudah diperoleh yang berkaitan dengan masalah penelitian.
4. Dari kata-kata yang sudah dipilih kemudian dijelaskan makna denotasi nya. Makna denotasi merupakan makna sesungguhnya yang muncul dari suatu tanda.
5. Dari makna denotasi yang sudah diperoleh kemudian menjelaskan makna konotasi. Makna konotasi adalah makna yang memiliki banyak arti atau bervariasi.