

BAB III

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dimulai dengan inisiatif pemerintah untuk mengembangkan promosi produk budayanya dan kemunculan teknologi baru berupa internet di masyarakat membuka jalan baru bagi Korea Selatan untuk mempromosikan produk kebudayaan mereka dan turut serta meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke negara mereka. Melalui internet, pemerintah Korea Selatan secara aktif menyebarkan dan mempromosikan produk budaya mereka, salah satunya adalah musik *K-pop*.

K-pop atau *Korean Pop* merupakan produk industri musik Korea Selatan yang saat ini tengah menjadi pusat perhatian utama masyarakat atau penggemarnya (Shim & Kwang, 2012). *K-pop* memiliki begitu banyak penggemar, khususnya dari kalangan remaja dan dewasa kelas menengah (Heryanto, 2015:245). Musik *K-pop* yang sebagian besar mengadaptasi genre musik dari Barat seperti Amerika ini memiliki sifat yang khas dan unik, salah satunya adalah penambahan unsur *performance* atau tarian yang sesuai dengan tema lagu di setiap penampilan musiknya. *Girl band* dan *boy band* merupakan istilah yang biasa digunakan oleh penggemar musik ini untuk mendeskripsikan sebuah kelompok musik dari Korea Selatan . *GIRLS GENERATION* adalah

salah satu dari sekian banyak *girl band* yang memperoleh popularitas besar di pasar nasional dan internasional (Septyandini, 2011:11).

Kesuksesan *girl group* ini secara internasional tidak lepas dari peran serta produsen dan konsumen yang memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menyebarkan, membagikan, menukarkan, dan menerbitkan informasi mengenai *GIRLS GENERATION* di sosial media, dan utamanya diunggah ke situs *Youtube*. Musik video merupakan alat promosi yang sampai saat ini masih memiliki peran besar untuk menyukseskan karier dari *idol group K-pop*. Musik video sebagian besar berisikan tema-tema tertentu yang disesuaikan dengan konsep lagu. Tampilan visual yang menarik dan dicampur dengan tarian menjadikan musik video *K-pop* memiliki keunggulan yang menjadikan mereka yang menontonnya terbawa dengan suasana yang diciptakan oleh tampilan visual yang diiringi dengan lagu.

Tidak sedikit dari tampilan visual tersebut kemudian membentuk dan memunculkan *trend* di kalangan masyarakat, seperti contohnya adanya peniruan oleh masyarakat untuk membentuk tubuh yang sesuai dengan standar kecantikan masyarakat di Korea Selatan . *PPC Injection*, sebuah program dari operasi plastik menjadi begitu populer dikalangan masyarakat khususnya anak muda. Istilah tersebut seringkali disebut sebagai *GIRLS GENERATION Injection (sonyeosidaejusa)* mengingat operasi ini memiliki tujuan yang tidak lain adalah untuk membuang lemak pada kaki dan menjadikan kaki tersebut ramping seperti milik *GIRLS GENERATION* (OH dalam Kuwahara, 2014:60).

Lalu bagaimana bentuk tubuh ideal yang ditampilkan oleh *K-pop* dalam menarik perhatian masyarakat? Melalui penelitian ini, peneliti mengkaji konten yang ada pada musik video *GIRLS GENERATION* menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes, yang mengembangkan dua tingkatan pertandaan (*staggered system*), yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu tingkat denotasi (*denotation*) dan tingkat konotasi (*connotation*). Berikut urutan tahap yang akan dilakukan peneliti:

a. Tahap pertama menjelaskan ‘tanda’ sebagai kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari dua bidang, yaitu adanya proses hubungan antara penanda (*signifier*) untuk menjelaskan ‘bentuk’ dan ‘ekspresi’, dan petanda (*signified*) untuk menjelaskan ‘konsep’ dan ‘makna’. Barthes menyebutnya dengan istilah dengan denotasi.

b. Tahap kedua yang berhubungan dengan isi. Tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Tahap ini menjelaskan tentang adanya interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan aspek perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai kebudayaan mereka. Barthes menyebutnya dengan istilah konotasi. Mitos dalam hal ini sama halnya sebagai ideologi dalam penelitian semiotik. Mitos berfungsi mengabsahkan relasi-relasi kekuasaan yang ada dengan membuatnya tampak seperti alamiah, lebih jauh dari sejarah dan kebergantungan tindakan manusia.

A. Performativitas Tubuh Ideal Korea Selatan: Pengaruh Konfusian Tradisional pada Tubuh Perempuan Korea Selatan

Patriarki secara universal atau umum menekankan bahwa laki-laki merupakan subyek yang bertugas untuk mengawasi, melindungi, dan memberikan perhatiannya kepada perempuan. Sementara perempuan, dalam hirarki patriarki adalah mereka yang bertugas untuk menerima segala perhatian dan aturan serta bersedia untuk diawasi oleh laki-laki (Wolf, 2002:20). Pemahaman mengenai perempuan menurut ideologi patriarki berkembang di dalam masyarakat patriakal dan menghasilkan kesepakatan bahwa cantik adalah satuan nilai yang menentukan standar idealitas bagi perempuan. Standar nilai ini bekerja layaknya emas dalam lingkungan perdagangan, laki-laki menggunakan kecantikan yang dimiliki perempuan sebagai standar penentu kelas sosial mereka dimasyarakat.

Ide akan kecantikan sebagai standarisasi ideal bagi perempuan dan standarisasi kelas sosial dalam masyarakat dikembangkan dan dipergunakan oleh laki-laki dalam lingkungan mereka telah berkembang bersamaan dengan kemunculan mata uang selama Revolusi Industri di Barat (Wolf, 2002:20). Laki-laki menggunakan kecantikan yang dimiliki perempuan sebagai standar nilai layaknya mata uang dan emas. Tampilan fisik perempuan yang mampu mewujudkan standar kecantikan tertinggi adalah sebuah bukti bagi laki-laki

mereka telah mencapai kesuksesan dalam perekonomian(Wolf, 2002:13). Hal ini kemudian dapat disimpulkan bahwa semakin kaya seseorang, semakin cantik perempuan yang dimilikinya. Melihat bagaimana standar kecantikan dikalangan perempuan bekerja dan mempengaruhi kelas sosial serta citra laki-laki mereka, maka dapat diketahui bahwa standar kecantikan dikalangan perempuan bukanlah sesuatu yang murni dibentuk oleh perempuan itu sendiri melainkan sebuah bentuk standar yang ditentukan oleh laki-laki dalam politik mereka(Wolf, 2002:12).. Standar kecantikan yang diwujudkan oleh perempuan juga merupakan bentuk keberhasilan akan dominasi laki-laki terhadap perempuan (Wolf, 2002:12).

Adanya aturan yang secara sadar disepakati dan dibentuk oleh laki-laki yang sifatnya seolah-olah mengikat untuk perempuan, menjadikan perempuan tidak memiliki hak untuk tampil berbeda sebagai seorang individu. Ruang gerak perempuan untuk mengeksplor tubuh dan kecantikan mereka terbatas mengingat idealitas mereka diatur oleh nilai-nilai yang dibentuk dalam ruang kuasa laki-laki. Tubuh mereka dibentuk tidak untuk menampilkan identitas sebagai individu tetapi sebagai sebuah kesatuan.

Tampilan tubuh ideal perempuan Korea Selatan yang disesuaikan dengan fantasi patriarki dan konfusian juga ada pada musik video girlgroup *GIRLS GENERATION*. Sebagai girlgroup yang dinobatkan sebagai The Queen of Korean Girlgroup, *GIRLS GENERATION* telah banyak memberikan

inspirasi kepada perempuan Korea Selatan tentang apa yang dimaksud dengan tubuh ideal salah satunya melalui musik video mereka. Dimana pada musik video tersebut, konsep tubuh ideal yang juga mencakup konstruksi feminim perempuan Korea Selatan dipellihatkan melalui gesture, pakaian, lirik dan sebagainya.

1. Potongan Adegan dan Analisis Musik Video *Gee*

a. Adegan Manekin Perempuan pada Toko Pakaian



Gambar 3.1 Member *Girls Generation* berpose layaknya manekin



Shot 1

Shot 2

Shot 3

Gambar 3.2 Salah satu member *Girls Generation* Yoona terdiam layaknya manekin ketika seorang laki-laki mengangkat tubuhnya menuju etalase toko



Shot 1

Shot 2

Gambar 3.3 Member *Girls Generation* berpose layaknya manekin didalam etalase toko dan seroang laki-laki merapikan aksesoris yang dikenakan member *GIRLS GENERATION*

Gambar	Visualisasi	Type of Shot	Dialog / Lirik
Gambar 3.1	Member <i>Girls Generation</i> berpose layaknya patung manekin. Terdiam didalam pose yang sama.	Medium Close Up	
Gambar 3.2	Salah satu member <i>Girls Generation</i> dengan celana jeans berwarna merah dengan pakaian lengan terbuka tampak berdiri terdiam layaknya patung manekin ketika seseorang	Medium Close Up	

	merapikan pakaiannya. Ia tetap terdiam dan membiarkan seorang laki-laki mengangkat tubuhnya.		
Gambar 3.3	Member <i>Girls Generation</i> menggunakan celana jeans beraneka warna, berpose layaknya manekin didalam etalase toko pakaian yang sepi. Member <i>Girls Generation</i> membiarkan seorang laki-laki merapikan aksesoris yang mereka kenakan.	Long Shot Medium Shot	

Tabel 3.1 Analisis 1

Signifier	Signified
<i>Girls Generation</i> merupakan manekin perempuan yang dipajang	Perempuan adalah sosok yang diatur oleh laki-laki. Perempuan memberikan izin kepada laki-

pada etalase toko pakaian milik seorang laki-laki.	laki untuk memiliki ketertarikan dengan dunia fashion perempuan.
--	--

Dalam potongan adegan pembuka di musik video *Gee* (Gambar 3.1, Gambar 3.2, dan Gambar 3.3), seorang laki-laki penjaga toko yang diperankan oleh Minho Shinee tampak sibuk memakaikan pakaian untuk manekin perempuan yang diperankan oleh anggota *GIRLS GENERATION*. Setelah selesai memakaikan pakaian tersebut, adegan berlanjut dengan Minho mengangkat manekin tersebut ke etalase toko dan merapikan beberapa aksesoris yang dikenakan oleh manekin-manekin dalam etalase toko.

Pada segi **denotasi** cuplikan adegan musik video *Gee* diatas dan melalui deskripsi detail adegan tersebut digambarkan seorang laki-laki yang diperankan oleh anggota boygroup Minho merupakan penjaga toko pakaian untuk perempuan. *Girls Generation* yang merupakan pemeran utama didalam musik video tersebut adalah manekin perempuan yang tampil dalam etalase toko pakaian milik Minho. Sikap *Girls Generation* dalam opening musik video tersebut diperlihatkan begitu pasif dan penurut dihadapan laki-laki. Hal tersebut dipertegas dengan sikap pasif yang ditunjukkan oleh *Girls Generation* ketika Minho

merapikan aksesoris dan pakaian yang dikenakan oleh manekin. Sikap pasif yang ditunjukkan oleh *Girls Generation* dalam opening musik video tersebut memperkuat posisi mereka sebagai seorang manekin atau benda mati. Melihat bagaimana *GIRLS GENERATION* berperan sebagai manekin perempuan yang begitu pasif didepan Minho dapat ditarik makna bahwa perempuan adalah mereka yang menyerupai manekin, yaitu sosok yang bertugas untuk menerima segala aturan yang diberikan oleh laki-laki atas tubuhnya secara pasif atau tanpa perlawanan. Dengan menjadi manekin yang pasif dan diatur oleh laki-laki, adegan tersebut juga dapat dimaknai sebagai *Girls Generation* memberikan kesempatan kepada laki-laki mereka untuk tertarik pada dunia fashion yang terkesan feminim.

Minho sendiri yang merupakan satu-satunya toko laki-laki dalam musik video tersebut membawa pemaknaan tersendiri melalui tampilannya. Fisiknya yang terlihat kurus dengan otot lengan yang tidak menonjol, tampilan wajah yang memiliki ekspresi ramah, dan ketertarikannya terhadap aksesoris perempuan menjadikan Minho terlihat berbeda dari tampilan laki-laki ideal pada umumnya yang *macho* dan dengan otot yang menonjol. Minho melalui tampilan fisik dan sikapnya dapat dimaknai sebagai gambaran laki-laki dengan karakter maskulin-soft ala Korea Selatan. Maskulin *pretty boy* atau *soft*

masculine seperti yang dijelaskan oleh Sun Jung dalam bukunya *Korean masculinities and trans cultural consumption*, merupakan jenis maskulin alternatif yang diadopsi dari maskulin *bishonen* Jepang. Jenis maskulin *pretty boy* ini menggabungkan dua sifat yaitu maskulin dan feminim (Sun Jung, 2011:58).

Pada level **konotasi**, potongan adegan diatas ingin menggambarkan bahwa ada penanaman pemikiran atau pemahaman tentang perempuan yang dimana perempuan dituntut untuk selalu tampil lebih lemah dibandingkan laki-laki dan lebih feminim dari laki-lakinya. Adanya tampilan sifat pasif dengan tampilan karakter fisik atau bentuk tubuh yang lebih kurus menyerupai manekin pada *Girls Generation* ketika dihadapkan dengan laki-laki yang terlihat feminim dalam diri laki-laki tersebut, memberikan penjelasan adanya sebuah aksi atau tindakan oleh perempuan untuk mendorong munculnya gambaran maskulinitas pada laki-laki tersebut.

Adanya usaha oleh perempuan untuk membantu pemunculan citra maskulin pada laki-laki mereka menandakan bahwa perempuan patuh dan sepakat dengan aturan patriarki Korea Selatan yang mengatur dan menempatkan perempuan sebagai obyek yang bekerja pada lingkungan *domestic*. Tampilan perempuan yang dibentuk atas rasa patuh untuk memenuhi wacana maskulin pada laki-laki mereka

dimaknai sebagai feminim *hyper-girlish* (Oh dalam Kuwahara,2014:56). Adanya wacana feminim *hyper-girlish* pada perempuan yang ditujukan dengan sikap kepatuhan perempuan pada potongan adegan tersebut tidak lepas dari aturan atas kepercayaan konfusian yang tertanam didalam masyarakat Korea Selatan.

Korea Selatan selama sebelum memasuki era penjajahan jepang telah mengadopsi ideologi konfusian selama kurang lebih lima ratus tahun. Dalam konfusian tradisional Korea Selatan, perempuan tidak hanya sebagai obyek yang diatur oleh laki-laki, tetapi juga menjadikan mereka sebagai kaum pendukung laki-laki yang peran utamanya adalah untuk membantu laki-laki mencapai kehidupan sebagai *Sage* (Lee dalam Ko, 2003:78). Beberapa hal yang dilakukan oleh perempuan menurut aturan konfusian tradisional Korea Selatan sebagai bentuk dukungan mereka terhadap pembawa *Ki* atau laki-laki adalah dengan melakukan pekerjaan domestik (memasak, mencuci, dan lain-lain) dan menghasilkan keturunan laki-laki. Membentuk karakter diri sebagai sosok yang suci dengan menjaga tutur kata dan bersikap pasif juga merupakan bagian dari aturan yang harus dipatuhi oleh perempuan dalam kepercayaan konfusian tradisional (Kim,2003).

Meskipun konfusian tidak lagi menjadi ideologi bagi Korea Selatan setelah penjajahan Jepang, namun nilai-nilainya masih

tertanam sebagai budaya yang mengakar di masyarakat Korea Selatan . Konfusian beradaptasi dengan baik dalam masyarakat Korea Selatan yang modern dan membaaur dengan perubahan yang ada. Konsep konfusian yang beradaptasi dalam dunia modern Korea Selatan dapat terlihat dengan jelas utamanya pada tubuh dan karakter perempuan mereka. Tubuh perempuan menjadi medium yang paling jelas menampilkan konsep konfusian. Hal ini dikarenakan tubuh perempuan merupakan medium atas aturan sosial dan budaya yang diikutinya (Bordo dalam Songsamphan, 2017). Jika perempuan Barat khususnya Amerika membangun citra feminim pada diri masing-masing individu sebagai salah satu cara individu untuk membentuk dan membedakan dirinya dengan individu lainnya. Di Korea Selatan, tubuh ideal dibentuk atas dasar untuk mendukung konsep maskulinitas pada laki-laki mereka (Kim,2003).

Seperti yang telah banyak dijelaskan oleh peneliti kebudayaan Korea Selatan, Korea Selatan menawarkan maskulinitas alternatif yang berbeda dengan gambaran maskulinitas pada umumnya yang lebih banyak dicontoh dari Barat. Korea Selatan mempercayai bahwa maskulinitas didalam diri laki-laki tidak tidak lagi harus ditunjukkan dengan memiliki otot tubuh yang monjol, namun justru seseorang laki-laki bisa tetap memperoleh predikat maskulin meskipun karakter

mereka lebih terkesan feminim dengan tampilan fisik dan wajah yang cantik. *Flower Boy* merupakan istilah atas maskulin alternatif Korea Selatan yang menyajikan gambaran laki-laki maskulin dengan wajah yang “cantik” dan feminim dengan karakter lemah lembut (Jung,2011:58).

Dengan adanya konsep maskulin alternatif pada laki-laki Korea Selatan, perempuan Korea Selatan dituntut untuk tampil lebih feminim dari laki-laki mereka. Tawaran untuk tampil lebih feminim dari laki-laki mereka terwujud dengan begitu mudah seiring dengan terbentuknya konsep “ideal” yang khusus dibentuk dan diberikan kepada perempuan. Ideal menjadi hal yang ditawarkan oleh Korea Selatan kepada perempuan mereka sebagai sebuah nilai atau status yang hanya dapat diraih apabila seorang perempuan mematuhi aturan dan membantu dalam mewujudkan konsep maskulin alternatif pada laki-laki mereka (Oh dalam Kuwahara, 2014:56).

Media sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat, dengan keras mendukung konsep tersebut. Media dalam kerjanya untuk mendukung konsep tersebut mengirimkan kode-kode melalui tayangan berisi pesan yang mengisyaratkan tentang aturan atas tubuh perempuan yang diadopsi dari pemikiran patriarki yang diikuti dengan nilai-nilai konfusian (Kim,2003). Adapun pesan atau kode yang ditampilkan oleh

media yang berisi aturan tentang tubuh perempuan pada umumnya berupa tampilan perempuan yang pasif, innocent, dan

Mitos : Sebuah hal yang lumrah bagi laki-laki Korea Selatan untuk menggunakan make up dan tampil terlihat feminim. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Korea Selatan mempercayai bahwa penampilan adalah yang menentukan nasib dan pekerjaan serta status. Begitu juga dengan perempuan, wajah yang tirus dengan make up merupakan hal yang dianggap sebagai kepatuhan. Tampilan tomboy atau menyerupai laki-laki pada perempuan dianggap tidak sesuai atau melanggar norma dimasyarakat karena dianggap sebagai perlawanan atas jenis kelamin yang dimilikinya.

b. Adegan Jatuh Cinta dan Aegyo



Scene 1

Scene 2

Scene 3

Gambar 3.4 *Girls Generation* secara bergantian berpose didepan foto Laki-laki penjaga toko



Gambar 3.5 Sooyoung menarikan lagu *Gee* dalam ruangan berwarna putih



Gambar 3.6 Jessica berakting sedih didepan kamera dengan setting latar toko pakaian sembari dikelilingi oleh member *Girls Generation* dan Jessica dalam ruangan berwarna putih

Gambar	Visualisasi	Type of Shot	Dialog / Lirik
Gambar 3.4	<i>Girls Generation</i> berkumpul didepan foto laki-laki penjaga toko dan secara bergantian	Medium Close Up	<i>너무너무 멋져 눈이 눈이 부서 숨을 못 쉬겠어 떨리는걸 It's too</i>

	<p>melakukan pose menggemaskan didepan kamera yang merupakan perwakilan foto laki-laki pemilik toko.</p> <p>Setiap member yang tampil didepan kamera menggunakan make up yang terlihat natural.</p>		<p><i>charming, my eyes are blinded I can't stop to breathe, I'm a girl falling in love</i></p>
Gambar 3.5	<p>Seorang perempuan menari didalam ruangan berwarna putih sembari merapatkan kedua tangannya dengan telapak tangan yang mengepal dan menutupi bagian mulut perempuan tersebut.</p>	<p>Medium Close Up</p>	<p><i>Oh 너무 부끄러워 쳐다볼 수 없어 사랑에 빠져서 수줍은걸 Oh I'm too shy, I can't even glance at you I've fallen in love, I'm a shy girl</i></p>
Gambar 3.6	<p>Jessica menyanyi dihadapan foto laki-laki penjaga toko sembari dikelilingi oleh member <i>Girls Generation</i></p>	<p>Medium Close Up</p>	<p><i>나는 나는 바본가 봐요 그대 그대밖에 모르는 바보</i></p>

	<p>yang lainnya. Seluruh member menunjuk ke arahnya dengan ekspresi kesal.</p> <p>Latar berganti kedalam ruangan berwarna putih yang dimana Jessica menyanyi sembari tersenyum penuh ceria.</p>	<p>그래요 그댈 보는 난</p> <p><i>I, I must look like a fool I don't want anyone but him, Yeah, I'm a fool looking right at him</i></p>
--	---	--

Tabel 3.2 Analisis 2

Signifier	Signified
<p>Perempuan yang jatuh cinta dengan laki-laki akan melakukan segala cara untuk laki-laki mereka meskipun hal tersebut menjadikan mereka terlihat seperti orang yang bodoh.</p>	<p>Pengorbanan perempuan untuk memperoleh perhatian dan cinta laki-laki. Pengorbanan tersebut ditujukan untuk memperoleh kebahagiaan tersendiri bagi perempuan.</p>

Pada potongan adegan musik video *Gee* tersebut menggambarkan *Girls Generation* sebagai manekin memperoleh

keajaiban untuk hidup dan jatuh cinta dengan laki-laki penjaga toko. Meskipun mereka baru pertama kali bertemu sang penjaga toko melalui foto dan masih merasa malu-malu didepan foto laki-laki tersebut, namun perasaan cinta mereka tersebut begitu besar dan bahkan berhasil membuat mereka merasa bodoh. Gambaran cerita *Girls Generation* yang jatuh cinta tersebut diperkuat melalui lirik yang mereka nyanyikan sebagai berikut:

*It's way too charming, my eyes are blinded
I can't stop to breathe, I'm a girl falling in love
Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
Oh I'm too shy, I can't even glance at you
I've fallen in love, I'm a shy girl*

*Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
Gee Gee Gee Gee Bab Bab Bab Bab Bab Bab*

*How did this happen? (How did it happen?)
My beating heart (My beating heart)
(Thump, thump thump) It just thuds and thuds, I can't even sleep
I, I must look like a fool
I don't want anyone but him, Yeah, I'm a fool looking right at him*

*It's so bright, my eyes are blinded No No No No No
I'm so surprised Oh Oh Oh Oh Oh
I'm shocked, my body's trembling Gee Gee Gee Gee Gee
Sparkling eyes Oh Yeah
Sweet scent Oh Yeah Yeah Yeah*

*Oh, It's too pretty, your soul's too pretty
It's love at first sight, I'm a girl that knows what I feel
Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
It's too warm, I can't touch it
This love is heated, I'm a girl that can feel the heat
Gee Gee Gee Gee Baby Baby Baby
Gee Gee Gee Gee Bab Bab Bab Bab Bab Bab*

*I like it however it is (However it is)
I'm so shy (Shy me)
(I dunno, dunno, dunno)
I don't know and I everyday I just want to see you,

Of course my close friends tease,
You really, You really can't stop
I'm a fool but I still look at you,

The things I can't say, I'm too shy,
I don't have the courage, How could this be good?
My beating heart, I'm anxious as I look at you,*

Melalui visualisasi dan lirik yang diperlihatkan oleh *Girls Generation* pada musik video *Gee*, pada level **denotasinya** diperoleh makna bahwa perempuan yang jatuh cinta akan rela berkorban demi memperoleh laki-laki yang disukainya. Beberapa caranya adalah dengan memperlihatkan karakter yang menggemaskan, malu-malu, dan bahkan bersikap bodoh. Adapun sikap bodoh dan aksi menggemaskan yang mereka tampilkan tersebut selain untuk memperoleh perhatian laki-laki mereka, hal tersebut juga ditujukan untuk kebahagiaan perempuan sendiri.

Pada level **konotasi**, potongan adegan tersebut dapat dimaknai sebagai usaha atau tindakan perempuan untuk mencapai predikat ideal yang ditunjukkan dengan sikap dan tampilan fisik mereka. Kebudayaan populer Korea Selatan meyakini bahwa perempuan yang ideal adalah yang mampu untuk menampilkan sisi *girly*, *cute*, dan *innocent* pada dirinya (Oh dalam Kuwahara, 2014:61). Di Korea Selatan, *Aegyo*

merupakan sebuah tindakan yang selalu dikaitkan dengan kesan feminim ideal (feminim *hyper-girlish*) (Puzar dan Hong, 2018). *Aegyo* juga selalu menjadi elemen yang memperkuat seorang perempuan untuk memperoleh predikat “ideal” pada diri mereka. *Aegyo* sendiri dipraktikkan dengan berbagai gaya dan versi. Pada musik video *Gee*, *aegyo* ditunjukkan dengan cara merapatkan kedua tangan dan mengepalkannya dibawah dagu atau sampai menutupi bibir. Praktik *Aegyo* dalam musik video *Gee* juga ditunjukkan ketika salah satu member *Girls Generation* mengatai dirinya sendiri sebagai sosok yang bodoh.

Hal yang memperkuat *aegyo* sebagai salah satu dasar elemen yang membentuk predikat feminim ideal pada perempuan Korea Selatan adalah karena *aegyo* memiliki hubungan yang kuat dengan sikap sopan santun dan kepatuhan (Puzar dan Hong,2018). Dalam praktiknya, *aegyo* sering digunakan untuk menyatakan penolakan dan permintaan secara halus. Hal ini kemudian menjadikan *aegyo* jarang dikaitkan dengan laki-laki Korea Selatan karena sifatnya yang dinilai terlalu feminim (Puzar dan Hong,2018).

Keberadaan *Aegyo* pada perempuan juga menandakan adanya kepatuhan atas aturan patriarki yang menginginkan perempuan untuk membentuk tubuh dan sikap mereka sesuai dengan standar yang berlaku.

Pada akhirnya, *aegyo* yang merupakan elemen dasar dalam feminim ideal untuk perempuan hanyalah sebuah tindakan yang tidak lain untuk menutupi sisi feminim dari laki-laki mereka dan memperkuat citra maskulin pada laki-laki. Adapun istilah *Beagel Girl* diberikan untuk perempuan yang mampu mewujudkan tampilan *aegyo* dengan tambahan ciri fisik wajah *baby-face* (mata bulat besar, kelopak mata ganda, dan *make up* natural) (Oh dalam Kuwahara,2014:62). Bagi K-pop girl group, perintah dan aturan untuk membentuk tubuh sesuai dengan standar ideal tersebut merupakan sebuah kepatuhan. Apabila mereka tidak mematuhi, maka mereka akan tertinggal atau dilupakan didalam persaingan budaya populer tersebut (Puzar dalam Oh, 2014:63).

Mitos : Masyarakat Korea Selatan menganggap *aegyo* sebagai bentuk kesopanan. Perempuan muda yang mampu melakukan *aegyo* dengan baik akan disukai oleh banyak laki-laki. Hal ini juga berlaku pada anggota *Girl Group* ketika tampil di media. Meskipun konsep atau penampilan mereka terlihat berani dan sexy, mereka tetap dituntut untuk menampilkan sisi *aegyo* ketika berada di *reality show* maupun pada *interview*.

c. Manekin Perempuan yang Menari



Scene 1

Scene 2

Gambar 3.7 *Girls Generation* dalam ruangan berlatar putih menarikan lagu *Gee*



Scene 1

Scene 2

Gambar 3.8 *Girls Generation* menarikan lagu *Gee* dalam setting toko pakaian

Gambar	Visualisasi	Type of Shot	Dialog / Lirik
Gambar 3.7	Seluruh member <i>Girls Generation</i> menari dalam ruangan berwarna putih sembari	Long Shot	<p>너무 반짝반짝 눈이 부서 No no no no no 너무 깜짝깜짝 놀란 나는 Oh oh oh oh oh</p>

	menggunakan celana hotpants dengan warna berbeda dan pakaian lengan panjang berwarna abu-abu dan putih.		<i>It's so bright, my eyes are blinded No No No No I'm so surprised Oh Oh Oh Oh</i>
Gambar 3.8	<i>Girls Generation</i> melakukan tarian lagu <i>Gee</i> dengan high heels dan celana jeans didalam toko pakaian.	Long Shot	너무나 뜨거워 만질 수가 없어 사랑에 타 버려 후끈한걸 <i>It's too warm, I can't touch it This love is heated, I'm a girl that can feel the heat</i>

Tabel 3.3 Analisis 3

Signifier	Signified
<i>Girls Generation</i> menarikan lagu <i>Gee</i> dengan ceria pada dua latar setting yang berbeda. Pada latar putih, <i>Girls Generation</i>	<i>Girls Generation</i> merupakan gambaran perwakilan perempuan muda yang modern. <i>Girls Generation</i> juga merupakan

<p>menggunakan pakaian sederhana dengan hotpants. Pada latar toko pakaian, <i>Girls Generation</i> menggunakan celana jeans ketat.</p>	<p>perwakilan gambaran perempuan yang bahagia dan bebas.</p>
--	--

Pada potongan adegan tersebut (gambar 3.7 dan gambar 3.8), diperlihatkan *Girls Generation* menari dalam dua latar setting yang berbeda. Pada latar setting yang berwarna putih dengan ornament yang terkesan futuristik, *Girls Generation* menari dengan menggunakan heels dan pakaian berwarna abu abu yang dipadu dengan hotpants berwarna warni. Pada latar setting toko pakaian, *Girls Generation* masih menggunakan pakaian dan sepatu yang sama ketika ber-acting sebagai manekin etalase toko tersebut.

Melalui deskripsi adegan tersebut, diperoleh pemaknaan level **denotasi** yang berupa *Girls Generation* merupakan perwakilan dari perempuan muda yang bebas dan modern. Penggambaran modern terlihat dari penggunaan pakaian, latar tempat, dan tarian yang terkesan ceria. Pemaknaan bebas sendiri diperoleh dari adegan manekin yang hidup dan jatuh cinta. Adegan tersebut seolah menandakan *Girls Generation* bebas dari pengekangan dan dipersilahkan untuk memulai jatuh cinta. Ekspresi kebahagiaan sendiri diperoleh dari gambaran tarian

yang diperlihatkan oleh *Girls Generation* dalam lagu *Gee*. Tarian tersebut memperlihatkan keceriaan, terlihat dari ekspresi wajah mereka yang penuh senyum.

Pada level **konotasi**, pemaknaan jauh lebih mendalam dan justru bertentangan dengan tampilan visual yang diperlihatkan oleh *Girls Generation* dalam musik video *Gee*. Meskipun dalam potongan adegan tersebut (gambar 3.7 dan Gambar 3.8) tarian yang ditampilkan oleh *Girls Generation* terkesan ceria. Gerakan dan langkah mereka yang terbatas dan berulang-ulang justru memberikan pemaknaan pasif pada penampilan mereka. Gerakan yang terlihat pasif tersebut dapat dimaknai sebagai bentuk kepatuhan mereka dalam patriarki untuk membentuk diri sebagai obyek yang pasif, lemah, dan menginginkan perlindungan dari laki-laki (Young dalam Kuwahara, 2014:57).

Pada tampilan visual yang diperlihatkan oleh *Girls Generation* melalui musik video *Gee*, diperlihatkan adanya standar yang seolah mengatur tubuh dan pakaian yang dikenakan oleh *Girls Generation*. Adanya sebuah standar yang bekerja pada penampilan mereka tersebut tidak terlepas dari peran *Girls Generation* sebagai produk budaya dan media. Meskipun barat menguasai media Korea Selatan selama transisi kekosongan budaya setelah perang dunia kedua, media Korea Selatan tidak menjual trend yang diadopsi dari Barat sebagai hal yang ditujukan

untuk menampilkan seorang individu sebagai makhluk yang berbeda (Kim, 2003). Media Korea Selatan sebagai sumber informasi justru menjual sebuah aturan yang mengikat untuk seluruh perempuan mematuhi. Dennis Hart dalam penelitiannya pada perempuan dan media promosi menjelaskan bahwa media Korea Selatan memegang predikat sebagai pemberi sumber informasi utama bagi perempuan Korea Selatan untuk membentuk identitas mereka (Kim, 2003). Media Korea Selatan mengirimkan kode-kode kepada masyarakat berupa aturan dan tampilan tubuh ideal perempuan yang didalamnya disertakan nilai-nilai konfusian. Hasilnya, perempuan Korea Selatan memiliki bentuk tubuh yang sama antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan mereka mengikuti satu aturan dan nilai-nilai yang sama.

Tidak jauh berbeda dengan konsumennya, *GIRLS GENERATION* sebagai bagian dari obyek produksi pesan juga menerapkan nilai-nilai dan aturan yang sama pada tubuh setiap memernya. Hal tersebut berpengaruh pada tampilan visual atau tubuh mereka dalam musik video akan terlihat *identical* atau mirip satu dengan yang lainnya. Melalui gambar tersebut, dapat dilihat adanya usaha bagi mereka untuk berusaha menampilkan gaya yang identik satu dengan yang lainnya melalui koreografi mereka. Penggunaan hotpants dan pengambilan kamera yang cenderung lebih rendah juga membantu

dalam memberikan ilusi untuk menampilkan bentuk kaki yang identik antara member yang satu dengan yang lainnya.

Bentuk kaki yang ramping dan identik antara member yang satu dengan yang lainnya menjadikan *GIRLS GENERATION* memperoleh gelar *interminable legs*. Tampilan fisik ini juga begitu populer dikalangan perempuan dan menjadi trend dengan munculnya *PPC injection*, sebuah operasi plastik yang secara khusus membantu untuk menyingkirkan lemak pada kaki dan membuatnya tampak ramping atau kurus seperti *GIRLS GENERATION* (Oh dalam Kuwahara,2014:62). Operasi penghilangan lemak pada kaki yang menjadi trend dikalangan perempuan tersebut bahkan secara khusus diberi nama *GIRLS GENERATION Injection*.

Adanya wacana tubuh ideal perempuan Korea Selatan dan bagaimana mereka melampaui predikat feminim yang dimiliki laki-laki, perempuan Korea Selatan sering kali menampilkan sisi feminim berlebihan yang disebut dengan feminim hypergirlish. Feminim Hypergirlish bukanlah hal yang baru bagi masyarakat Korea Selatan mengingat konsep tentang aturan tubuh dan tampilan sifat pada perempuan ini sudah tertanam lama dalam model konfusian tradisional dan berkembang menjadi sebuah kebudayaan yang tertanam dan dipercayai oleh masing-masing individu sebagai bagian dari budaya

mereka. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Moon Seung Sook dalam tulisannya yang berjudul *Begetting the nation: The androcentric discourse of national history and tradition in South Korea*, ia mengatakan bahwa dalam proses modernisasi, Konfusian secara bersamaan melakukan pembaharuan dan penghilangan nilai-nilai yang dianggap tidak mampu berkembang bersamaan dengan konsep modern (Moon dalam Kim dan Choi, 2012:35).

Pencarian identitas atau jati diri suatu bangsa menjadi sesuatu yang penting untuk Korea dimasa setelah penjajahan untuk rekonstruksi identitas nasional. Konfusian datang memberikan inti sebuah identitas murni “Korea” itu sendiri dan dengan cepat dikaitkan sebagai budaya asli Korea. Begitu kuatnya ikatan antara konfusian sebagai budaya asli Korea menyebabkan siapapun yang berusaha untuk melawannya akan memperoleh cap sebagai usaha perlawanan atas integrasi nasional (Moon dalam Kim, 2003)

Meskipun model dan tujuan dari feminim model baru yang hadir dalam masyarakat Korea Selatan ini tidak lagi sebatas tentang perempuan sebagai obyek untuk menghasilkan keturunan. Jenis feminim ideal yang berkembang secara lokal di Korea Selatan dengan jelas menekankan aspek utama dalam konfusian yaitu, perempuan adalah bagian dari keluarga dan merupakan kewajiban perempuan untuk

mendukung laki-laki dalam proses mereka memperoleh kesempurnaan pada jiwa dan raga. Dengan memperoleh kesempurnaan dalam jiwa dan raga, laki-laki yang membawa *Ki* dalam keluarga memperoleh kesempatan untuk memperoleh kesempurnaan hidup sebagai seorang *Sage* .

Mitos : Korea Selatan memercayai bahwa perempuan adalah obyek yang diatur oleh standar. Dengan perempuan melanggar standar yang berlaku, maka ia akan dianggap kurang memiliki jiwa nasionalisme. Adanya standar ini juga sering kali menjadikan perempuan mengalami kesulitan mengingat untuk memenuhi standar tersebut, seseorang membutuhkan banyak biaya termasuk untuk menjalani operasi plastik. Di Korea Selatan, operasi plastik merupakan hadiah yang umum untuk anak SMA di Korea Selatan setelah sukses menjalani ujian masuk universitas.

B. Tubuh Ideal Ala Barat : Imperialisme Amerika pada Tubuh Perempuan Korea Selatan

Korea memiliki sejarah yang panjang dengan Amerika dan secara khusus menunjuk Amerika sebagai bangsa penjajah kebudayaan yang memberikan pengaruh paling besar utamanya dalam trend musik dan fashion (Jhee,2008) . Tuduhan atas Amerika sebagai penjajah budaya di Korea Selatan didukung dengan bukti yang salah satunya adalah perubahan trend fashion yang

digunakan oleh perempuan di Korea Selatan pada tahun 1920-an. Pakaian tradisional tersingkir dan dikalahkan oleh pakaian-pakaian yang digunakan oleh artis Hollywood (Molen dalam Kuwahara,2014:154). Rokok dan Jeans menjadi simbol atas gaya hidup ala Amerika (Molen dalam Kuwahara, 2014:154).

Amerika juga memegang kendali atas konsumsi produk kebudayaan di masyarakat Korea Selatan . Salah satunya adalah pada tahun 1920-an yang dimana pemerintah Amerika menekan Korea Selatan untuk memberikan akses kepada perusahaan film Hollywood untuk membuka cabang perusahaan di Korea Selatan dan membebaskan perusahaan tersebut dari segala larangan dan sensor. Akibat dengan bebasnya Amerika menyebarkan nilai-nilai budaya mereka di Korea Selatan melalui media, Amerika telah membangun sebuah pondasi dan standar yang nantinya dapat diikuti atau ditiru oleh Korea Selatan . Keinginan Korea Selatan untuk berada dalam kesuksesan ekonomi berdasarkan standar kapitalis, memberikan jalan kepada Korea Selatan untuk mengadopsi nilai-nilai Barat sebagai standar baru yang memberikan mereka ruang di pasar Global.

Amerika seolah menjadi kiblat kesuksesan utama bagi Korea Selatan . Hal ini tidak lain dikarenakan Amerika selalu memegang kuasa atas isi dari media Korea Selatan secara satu arah untuk waktu yang lama. Meskipun Amerika banyak melakukan penjajahan budaya terhadap Korea Selatan , hal tersebut tidak serta merta menjadikan Korea Selatan kehilangan atas jati diri

dan nilai-nilai budaya yang telah melekat pada kebiasaan dimasyarakatnya. Konfusian yang telah berkembang lebih dari 500 tahun sebelum masuknya perang dunia kedua, tidak serta merta tersisihkan oleh nilai-nilai Barat. Kedua nilai-nilai tersebut justru berbaur dan membentuk sebuah formasi yang mampu menguntungkan Korea Selatan baik di pasar lokal maupun global.

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan contoh dari proses mimikri nilai-nilai budaya barat yang kemudian bercampur dengan nilai-nilai lokal. Korean Wave dalam levelnya menurut teori hibriditas budaya Bhabha telah sampai dimana sebuah subyek yang terjajah membangun sebuah persamaan berdasarkan standar nilai-nilai budaya penjajah dan perlawanan dengan mempertahankan perbedaan melalui pemertahanan nilai-nilai atau unsur budaya tradisional mereka (Bhabha,1994:86) . Hal ini menjadikan bangsa yang terjajah tidak berarti harus memiliki persamaan sikap dan nilai dari penjajah yang Homi K. Bhabha sebut sebagai *colonial mimicry- almost the same but not quite*.

Adanya hibriditas dalam Korean wave menjadikan produk-produk dari kebudayaan ini lebih mudah untuk masuk kedalam pasar global khususnya Amerika karena produk dari kebudayaan ini menanamkan nilai-nilai budaya populer Barat didalam mereka. Unsur Barat didalam Korean Wave merupakan batu loncatan yang membantu Korean Wave untuk dapat diterima dan membaskan diri dari stereotype Barat atas orang Asia. Adanya unsur budaya

Barat (Amerika) dalam produk budaya Korean Wave juga memberikan dampak kepada proses penafsiran produk budaya tersebut oleh masyarakat Barat.

K-pop sebagai salah satu produk dari Korean Wave memiliki banyak catatan kesuksesan dalam usahanya untuk menguasai pasar music Barat. Melalui gilgroup dan boygroupnya, K-pop menguasai chart musik Billboard dan menciptakan fenomena baru dimana masyarakat Barat dengan antusias pergi untuk menonton konser idola yang berasal dari Asia. *GIRLS GENERATION* merupakan satu dari produk K-pop yang berhasil sukses didalam pasar music Amerika. Dengan mengembangkan konsep hibriditas pada *GIRLS GENERATION*, girlgroup ini berhasil menyingkirkan stereotype Barat atas perempuan Asia dan membuka pasar baru untuk K-pop melalui tampilannya.

Beberapa unsur barat yang terdapat didalam *GIRLS GENERATION* sebagai pintu masuk untuk membantu masyarakat dalam memaknai music mereka terdapat pada lirik, tampilan fisik *GIRLS GENERATION*, dan tema musik video mereka.

1. Potongan Adegan dan Analisis Musik Video *OH!*

a. Adegan *Girls Generation* sebagai Cheerleader



Gambar 3.9 *Girls Generation* dalam sebuah ruangan tampak sedang berkumpul dan melakukan kesibukan masing masing



Scene 1

Scene 2

Gambar 3.10 *Girls Generation* Seohyun dan Jessica menatap ke arah layar komputer yang menampilkan website Cheerleader GG



Scene 1

Scene 2

Gambar 3.11 *Girls Generation* dalam ruangan berloker untuk Cheerleader Football Amerika

Gambar	Visualisasi	Type of Shot	Dialog / Lirik
Gambar 3.9	Beberapa member <i>Girls Generation</i> berlarian memasuki ruangan yang pada dindingnya terdapat poster Cheerleader GG berwarna pink.	Long Shot	
Gambar 3.10	. Dua orang member dari <i>Girls Generation</i> , Seohyun (perempuan dengan rambut coklat) dan Jessica (perempuan dengan rambut pirang). Menatap ke arah layar komputer yang menampilkan halaman website bertuliskan Cheerleader GG.	Medium Close Up	

Gambar 3.11	Seluruh member <i>Girls Generation</i> berpose dan menari didalam ruangan berloker yang didominasi warna biru. Pada bagian sisi kanan ruangan tersebut terlihat tulisan sticker dinding bertuliskan American Football.	Long Shot	
----------------	--	-----------	--

Tabel 3.4 Analisis 4

Signifier	Signified
<i>Girls Generation</i> tampil dalam dua setting ruangan dengan poster cheerleader GG terpajang disalah satu setting ruangan. Pada ruangan berloker, <i>Girls Generation</i> menggunakan pakaian dengan warna senada. Salah satu member mewarnai rambutnya blonde.	<i>Girls Generation</i> merupakan perempuan muda yang merupakan anggota kelompok Cheerleader untuk Amerika.

Musik video *OH!* yang dirilis pada tahun 2010 secara resmi melalui channel youtube SM Entertainment. Pada opening atau pembukaan musik video tersebut, adegan dimulai dengan beberapa anggota *Girls Generation* berlarian masuk kedalam ruangan yang dipenuhi anggota lainnya. Beberapa diantara mereka bermain game dan dua di antara mereka melihat kearah komputer yang mencamtukan website Cheerleader GG. Seusai kedua member *Girls Generation* menatap ke arah website Cheerleader GG tersebut, setting berubah menjadi ruangan berloker biru dengan member *Girls Generation* berpose dan memulai tarian.

Pada level **denotasi**, potongan adegan tersebut dapat dimaknai sebagai *Girls Generation* merupakan bagian dari kelompok cheerleader. Dengan adanya detail tulisan American Football yang tercantum didalam ruangan berwarna biru, pemaknaan berkembang menjadi *Girls Generation* merupakan anggota cheerleader Amerika. Rambut mereka yang berwarna cerah mendukung adanya konsep Barat atau Amerika didalam ciri fisik mereka.

Melalui tampilan visual musik video *OH!* dan melalui bagaimana *GIRLS GENERATION* mengekspresikan kebahagiaan mereka sebagai bagian dari kelompok Cheerleader, pada level

konotasi dapat dimaknai disini bahwa *GIRLS GENERATION* berusaha menampilkan idealitas masyarakat Barat khususnya perempuan yang dicerminkan melalui gambaran Cheerleader. Cheerleader sendiri merupakan olahraga yang melekat dengan kelompok remaja kulit putih Amerika. Cheerleader di Amerika merupakan simbol atas figure perempuan ideal, populer, feminim (Adams dan Bettis, 2003:34).

Dengan menampilkan diri sebagai kelompok Cheerleader, *GIRLS GENERATION* tidak hanya berusaha untuk menyesuaikan diri dengan trend Amerika. *GIRLS GENERATION* melalui konsep Cheerleader tersebut berusaha menyingkirkan stereotype perempuan Asia yang dilekatkan dengan gambaran objek seksual. Tampilan mereka sebagai seorang remaja yang ceria bertolak belakang dengan fantasi masyarakat Barat tentang perempuan oriental yang dimana selalu dilekatkan dengan citra perempuan bar, sensual, dan eksotis.

Tampilan fisik *GIRLS GENERATION* khususnya pada tubuh mereka yang kurus, langsing dan muda justru merupakan bentuk penyesuaian idealitas dan standar dari hegemoni fat-free-body yang dimana bentuk hegemoni tersebut merupakan cerminan kaum kelas atas Amerika. Tubuh yang kurus tersebut juga menyingkirkan prasangka atas ras Asia yang ditemukan dalam

masyarakat Barat, seperti yang dikatakan oleh Claire Jean Kim bahwa ras Asia selalu berada diposisi yang lebih rendah dari kulit putih Barat (Oh, dalam Kuwahara 2014, 64).

Mitos : Masyarakat Korea Selatan mempercayai bahwa gambaran ideal masih dipegang oleh ras Caucasian. Hal ini didukung oleh pernyataan Rachelle M. Smith melalui pernyataannya tentang bagaimana masyarakat Asia memandang perempuan Barat khususnya yang merupakan ras *caucasian* dalam bukunya yang berjudul *The Science of Human Attractiveness*. Rachelle M. Smith menuliskan dan menekankan bahwa meskipun dalam budaya dan masyarakat Asia, perempuan dari Barat khususnya ras *Caucasian* masih menjadi tokoh ideal untuk standar kecantikan mereka (Smith,2018:143).

d. Adegan *Girls Generation* Jessica sebagai center



Gambar 3.12 *Girls Generation* Jessica memegang topi pemain American Football



Scene 1

Scene 2

Gambar 3.13 Member *Girls Generation* bernama Jessica melakukan kesalahan dalam latihan menggunakan pom-pom



Scene 1



Scene 1

Gambar 3.14 *Girls Generation* menari lagu *OH!* pada Setting outdoor lapangan untuk American Football



Gambar 3.15 *Girls Generation* berkumpul dalam ruangan berlocker dengan Jessica sebagai center dalam koreografi tarian *OH!*

Gambar	Visualisasi	Type of Shot	Dialog / Lirik
Gambar 3.12	Jessica sebagai salah satu member <i>Girls Generation</i> dengan rambut pirang tampak memegang helm pelindung dan tersenyum menatap helm pelindung tersebut.	Medium Close Up	<i>Hey 오빠 나 좀 봐 나를 좀 바라봐</i> <i>Hey, Oppa look at me. Please just look at me a little while.</i>

<p>Gambar 3.13</p>	<p>Jessica melakukan kesalahan dalam menggerakkan pom-pom dan salah satu member bernama Hyoyeon memberikan hukuman dikepalanya</p>	<p>Medium Shot</p>	<p><i>전에 알던 내가 아냐 Brand new sound 새로워진 나와 함께 One more round Dance dance dance till we run this town 오빠 오빠 I'll be I'll be down down down down</i></p> <p><i>I'm not the person you knew before, brand new sound With the new me one more round Dance dance dance till we run this town Oppa oppa, I'll be I'll be down down down down</i></p>
<p>Gambar 3.14</p>	<p>Girls Gneeration dalam setting lapangan pertandingan American Football, menarik lagu OH dengan</p>	<p>Extreme Long Shot</p>	<p><i>Oh! Oh! Oh! 오빠를 사랑해 Ah! Ah! Ah! Ah! 많이 많이 해</i></p> <p><i>Oh! oppa I love you A! (I love you) so much</i></p>

	memainkan alat cheerleader berupa pom-pom berwarna kuning.		
Gambar 3.15	Seluruh member <i>Girls Generation</i> berpose dan menari didalam ruangan berloker yang didominasi warna biru. Member bernama Jessica,	Long Shot	<i>Tell me, boy, boy Love it?</i>

Tabel 3.5 Analisis 5

Signifier	Signified
Member <i>Girls Generation</i> menari dalam dua setting yang berbeda. Pada setting lapangan American football, seluruh member <i>Girls Generation</i> menari dengan menggunakan aksesoris pom-pom yang digunakan oleh Cheerleader	Perempuan Asia merasa menjadi superior melebihi Barat. Hal ini terlihat dari sikap mereka terhadap Jessica.

<p>pada umumnya. Sementara pada setting ruangan berloker, <i>Girls Generation</i> menari sembari berkumpul membentuk formasi mengelilingi Jessica dan setiap member menempatkan tangan mereka ditubuh Jessica.</p>	
--	--

Pada potongan adegan tersebut, Jessica sebagai salah satu member yang mewarnai rambutnya menjadi pirang seolah menjadi sorotan utama dalam beberapa adegan didalam musik video *OH!*. ia juga berkesempatan untuk menyanyikan lirik chorus sembari dikelilingi member lainnya. Dalam sebuah adegan di ruangan berloker, Jessica memperoleh spot utama dengan aktingnya yang melakukan kesalahan disaat semua member berlatih pom-pom bersamanya.

Pada **level denotasi**, potongan adegan tersebut dapat dimaknai sebagai Asia yang ingin bersikap superior melebihi Barat. Hal tersebut diperlihatkan melalui adegan dimana tidak ada satupun dari member *Girls Generation* yang melakukan kesalahan dalam menggerakkan pom-pom terkecuali Jessica. Hal ini juga selaras

dengan fenomena K-wave yang secara perlahan memasuki Amerika dengan artis-artis yang merilis album khusus untuk Amerika tidak terkecuali *Girls Generation*. Dalam masa promosi *OH!*, *Girls Generation* juga melakukan tour konser bersama jajaran artis dalam satu perusahaan yang sama di Staples Center Los Angeles Amerika pada 4 September 2010.

Pada **level konotasinya**, potongan adegan yang diperankan oleh *Girls Generation* tersebut justru merupakan pembuktian adanya kekuasaan Barat atau dalam hal ini Amerika yang membaaur dengan nilai-nilai Asia. Menciptakan ambiguitas atas ke autentik-an K-pop yang berasal dari Asia. Pada tampilan fisiknya, *Girls Generation* tidak hanya merubah warna rambut mereka menjadi lebih terang. Tetapi juga membuatnya menyerupai idealitas Barat yang didominasi oleh warna rambut Pirang. Warna rambut pirang dengan kulit yang putih cerah sendiri dalam masyarakat barat merupakan gambaran ideal kelompok kelas atas. Rambut pirang dan kulit putih *caucasian* merupakan simbol idealitas tubuh perempuan yang ada di Amerika, baik pada saat perang dunia maupun setelah perang dunia berakhir . Hal ini dipopulerkan dengan munculnya film-film *Hollywood* yang memamerkan perempuan berambut pirang seperti film milik Marilyn Monroe

dalam film *Gentlement Prefer Blondes* (1953) yang kemudian menjadi penggerak utama dalam menentukan standarisasi dunia *fashion*.

Kulit yang seterang ras Caucasian, mata bulat dengan *double eyelid*, dan warna rambut pirang yang ditunjukkan oleh *GIRLS GENERATION* dengan jelas bertetangan dengan ciri fisik Asia yang selalu dilekatkan dengan tampilan mata monolid, kulit pucat, dan rambut yang hitam. Hal ini dapat dimaknai bahwa melalui tampilan fisiknya, *GIRLS GENERATION* berusaha menciptakan idelaitas masyarakat kelas atas Amerika didalam tubuhnya dan menciptakan ruang ambigu tentang citra Asia didalam tubuh mereka. Tubuh mereka terlalu dekat dengan idelaitas masyarakat Barat, namun tidak berarti mereka merupakan bagian dari masyarakat tersebut.

Ambiguitas yang diciptakan *GIRLS GENERATION* terhadap citra diri mereka sebagai kelompok penyanyi dari Asia juga diperlihatkan melalui lirik lagu *OH!* yang dimana *Girls Generation* dengan jelas memasukan bahasa Inggris kedalamnya. Penggunaan bahasa Inggris juga terlihat pada bagian chorus lagu yang dimana Jessica ditempatkan pada bagian center dalam koreografi dikelilingi member lainnya. Adanya penggunaan bahas Inggris didalam lagu tersebut tidak mampu memungkiri bahwa

produk industri ini mencoba untuk berbaur kedalam pasar global utamanya Amerika. Hal ini dikarenakan, bahasa merupakan aspek penting dalam kultur dan sosial yang mampu membantu membangun citra seseorang dalam budaya tertentu(Oh dalam Kuwahara,2014:62). Dengan *Girls Generation* menggunakan bahasa Inggris didalam musik yang ditampilkannya, maka jelas bahwa *Girls Generation* tengah mencoba berbaur kedalam budaya masyarakat Amerika. Penggunaan bahasa Inggris juga membantu produk budaya tersebut terlihat *less-foreign* dimata masyarakat Barat (Amerika).

Dengan mewujudkan feminim hypergirlish yang secara khusus dibentuk oleh patriarki konfusian sebagai tindakan dukungan atas maskulinitas Korea Selatan dan dengan menambahkan bahasa Asing (Inggris) kedalam lirik lagu *OH!*, *GIRLS GENERATION* telah mempertegas posisinya sebagai produk hybrid yang mampu membaur sekaligus membedakan diri dalam pasar music populer Amerika. *GIRLS GENERATION* tidak menolak adanya nilai-nilai Barat didalam tubuh dan tampilan fisik mereka, namun *GIRLS GENERATION* tidak juga mewujudkan tampilan tersebut secara utuh sehingga menjadikan mereka berbeda dengan produk asli music populer Amerika.

Keberhasilan *GIRLS GENERATION* berbaur dalam pasar musik populer Amerika dengan tetap mempertahankan nilai-nilai lokal didalam konsepnya merupakan bukti kesuksesan mereka sebagai produk *hybrid* yang bergerak dalam dua pasar yang berbeda secara bersamaan. *GIRLS GENERATION* dalam tampilannya juga mengembangkan konsep glocalisasi produk budaya populer yang dimana dalam konsep ini dikembangkan dua tahapan. Pertama, *GIRLS GENERATION* melakukan adaptasi atas kultur budaya Barat dan menjadikannya sebagai alat untuk mencapai pasar global. Kedua, *GIRLS GENERATION* memilah isi dari kultur budaya lokal yang mampu berbaur dengan unsur modern atau Barat, sehingga masyarakat lokal yang menjadi konsumen utama tetap mampu menerima isi dari konten yang ditampilkan (Ju dalam Kuwahara,2014:34).

Mitos: Meskipun Barat memiliki pengaruh yang begitu besar pada industry hiburan di Korea Selatan. Tokoh atau public figure perempuan yang terlalu condong dengan konsep Barat akan lebih sulit diterima pada pasar lokal di Korea Selatan. Hal ini dikarenakan sebagian dari masyarakat Korea Selatan memiliki jiwa anti-Barat khususnya Amerika. Salah satu agensi dengan musik yang lebih banyak mengadopsi model dan trend konsep Barat seperti YG, sempat mengalami pelarangan untuk tampil pada

stasiun TV Korea Selatan akibat musik dan lirik yang dianggap tidak sesuai dengan budaya Korea Selatan. *Blackpink* merupakan sebuah pengecualian lantaran karakter mereka yang *hybrid*.