JURNAL RISET KOMUNIKASI
Vol. 15 No. 2 Desember 2024
P-ISSN 2087-7463
E-ISSN 2686-4754
DOI : 10.31506/JRK..V15i1.29282

WACANA PEREMPUAN DALAM LIRIK LAGU DAN VIDEO KLIP AESPA *"GIRLS"*

Dzakiyyah Dzikraa Paokuma [1], Asrul Nur Iman [2]
[1]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
[2]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email: asrul.nur.iman@dsn.ubharajaya.ac.id

Kata kunci :
Wacana, Lirik Lagu, Video Klip, Feminist Stylistics, Postfeminisme

Abstrak
Lagu *"Girls"* berbicara mengenai kekuatan untuk memerangi kejahatan, menerima individualisme seseorang, serta ajakan agar para perempuan bersatu bersama-sama melalui jalan cerita berupa perlawanan Aespa kepada kejahatan *Black Mamba* di dunia *Metaverse.* Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan memahami bagaimana wacana perempuan dalam lirik lagu dan video klip *"Girls"* oleh Aespa. Penelitian ini menggunakan analisis wacana Sara Mills (*Feminist Stylistics)* dengan empat strukturnya yakni peran/karakter, fragmentasi, fokalisasi, dan skemata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan diposisikan sebagai subjek sekaligus objek media. Pada video klip dan lirik lagu "Girls" mewacanakan adanya citra perempuan pada era postfeminisme dengan menjadi subjek yang kuat, mandiri, dan berani. Namun secara fragmentasi, tubuh perempuan masih dijadikan objek komersial dan ditampilkan sedemikian rupa untuk mengonstruksi citra tubuh perempuan sempurna, sehingga dapat menjadi komoditas yang memiliki nilai jual bagi perusahaan industri media.

Keywords :
Discourse, Song Lyrics, Video Clip, Feminist Stylistics, Postfeminism

Abstract
The song "Girls" discusses the power to combat evil, embrace one's individualism, and call for women to unite together through the storyline of Aespa's resistance against the evil Black Mamba in the Metaverse world. This research aims to see and understand how the discourse of women in the song lyrics and video clip "Girls" by Aespa. This research uses Sara Mills' discourse analysis (Feminist Stylistics) with its four structures, namely role/character, fragmentation, focalization, and schemata. The results of this study show that women are positioned as both subjects and objects of the media. In the video clip and lyrics of the song "Girls", the image of women in the era of postfeminism is discouraged by being a strong, independent, and brave subject. However, in fragmentation, the female body is still used as a commercial object and displayed in such a way as to construct the image of a perfect female body, so that it can become a commodity that has a selling value for media industry companies.

PENDAHULUAN

Popularitas musik K-pop saat ini didukung dengan berkembangnya fenomena *Hallyu* atau dikenal sebagai *Korean Wave* pada pertengahan tahun 2000an yang mendapatkan banyak perhatian dari banyak negara di Asia, seperti Asia Tenggara, Asia Timur, dan lainnya (Leung, 2012). Julukan *Korean Wave* atau *Hallyu* ialah sebutan untuk suksesnya suatu fenomena kebudayaan Korea Selatan dalam memikat ketertarikan dunia (Sari & Jamaan, 2014). Ramainya penggemar musik K-pop dunia tidak terlepas dari peran aktor seperti pencipta konten-konten hiburan tersebut. Pencipta dalam ini merupakan perusahaan industri hiburan atau manajemen industri musik K-pop yang melatih, membentuk, serta mempromosikan *idol* K-pop seperti *boyband, girlband,* maupun artis *solo* (Alam & Nyarimun, 2017). Salah satu *girl group* K-pop tersebut adalah Aespa.

Aespa merupakan *girl group* bentukan perusahaan hiburan Korea Selatan yaitu *SM Entertainment* pada November tahun 2020. Nama Aespa sendiri merupakan gabungan dari *"æ"* yang merepresentasikan "*avatar experience in a new world"* (Azzahra, 2022). Hingga kini, Aespa telah merilis empat mini album dengan salah satu diantaranya yakni, album "*Girls"* yang mendapatkan rekor sebagai salah satu album *girl group* terlaris dengan lebih dari satu juta kopi penjualan pada Juli 2022 (Lisdya, 2022).

Mengutip dari Elvin (2022) , video klip Aespa "*Girls"* menceritakan tentang perlawanan Aespa kepada musuhnya yaitu *Black Mamba*. Selain menyajikan jalan cerita berupa Aespa yang melawan kejahatan *Black Mamba* di dunia *Metaverse*, lirik lagu Aespa *"Girls"* juga berbicara mengenai kekuatan untuk memerangi kejahatan, menerima individualisme seseorang, serta ajakan agar para perempuan bersatu bersama-sama. Selain itu, terdapat pernyataan bahwa mereka (Aespa) memiliki keberanian dan kemampuan untuk menghadapi rintangan bersama-sama (McMillan, 2022).

Selama rentang waktu perilisan lagu tersebut, di Korea Selatan isu gerakan feminisme dan anti-feminis masih tetap ramai diperbincangkan. Sejak dahulu, Korea lekat dengan tradisi ajaran Konfusianisme. Ajaran Konfusianisme menekankan pada pelajaran diri, hubungan antar manusia, dan sebagainya. Selain itu, Konfusianisme merupakan ajaran yang terdiri atas gabungan keyakinan dan norma terkait pada keluarga, etika sosial,

moral, dan adat. Pada ajaran Konfusianisme hubungan antar individu seperti relasi antara perempuan dan laki-laki menjadi hal yang penting, dalam ajaran Konfusianisme, laki-laki diposisikan lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Laki-laki dan perempuan memiliki peran fungsi yang berbeda, sehingga perempuan menjadi inferior yang harus patuh kepada laki-laki. Seiring berjalannya waktu, norma dan nilai Konfusianisme inilah yang dibawa masyarakat Korea terkhusus untuk mengatur hubungan dalam keluarga (Buswel, 2007). Menurut Louie dalam Rasaski & Dewi (2023), dalam hierarki Konfusianisme dipercaya bahwasannya posisi perempuan berada di bawah akibatnya perempuan melakukan perjuangan untuk menuntut hak-hak dasar yang sudah seharusnya didapatkan.

Fenomena gerakan feminisme saat ini dijelaskan sebagai upaya untuk mengusahakan kesetaraan antara posisi laki-laki dan perempuan dalam masyarakat (Suwastini, 2013). Hadirnya gerakan postfeminisme disebut menjadi reaksi kepada gerakan feminisme gelombang kedua yang belum juga memperoleh tujuannya. Hadirnya postfeminisme beralasan bahwa feminisme gelombang kedua dilihat telah jauh dari kesetaraan yang menjadi tujuan utama gerakan feminisme. Postfeminisme berupaya membebaskan perempuan dari keterkaitan hubungan sosial antara laki-laki dan perempuan yang bersifat hierarkis. Tujuan postfeminisme berbeda dengan tujuan gerakan feminisme yang sebelumnya yaitu kesetaraan, melainkan memberikan makna pada perempuan karena mereka harus mempunyai makna. Postfeminisme beranggapan bahwa perempuan dapat bermakna bagi dirinya sendiri, bukan karena laki-laki yang memaknainya (Herlina, Nensilianti, & Saguni, 2022). Gerakan perjuangan perempuan tidak hanya berhenti sampai disitu, perjuangan perempuan dalam menyampaikan kebebasan juga terjadi melalui musik, banyak penyanyi yang ikut mewakili suara perempuan melalui lirik lagunya (Rini & Fauziah, 2019). Lebih lanjut, para musisi perempuan sering kali menyajikan isu feminisme melalui lagu yang kian menggambarkan betapa lekatnya postfeminisme bagi perempuan.

Seperti yang telah diuraikan, bahwasannya musik melalui alunan dan lirik lagu merupakan salah satu dari bentuk media komunikasi untuk menyampaikan pesan. Selain itu, media pendukung seperti video klip turut pula

diperlukan sebagai visualisasi suatu lagu hingga akhirnya pesan dapat disampaikan dengan baik. Oleh sebab itu, penelitian ini tertarik untuk meneliti bagaimana wacana perempuan dalam lirik lagu dan video klip Aespa *"Girls"* menggunakan analisis wacana model Sara Mills dengan empat struktur yaitu peran atau karakter, fragmentasi, fokalisasi, dan skemata yang berfokus pada feminisme terkhusus bagaimana perempuan ditampilkan dalam gambar maupun teks.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Wacana Model Sara Mills

Analisis wacana model Sara Mills menekankan fokus pada gender, feminisme, serta bagaimana pembaca ditempatkan (Badara, 2014). Sara Mills melihat bagaimana perempuan selalu dimarjinalkan, selalu ditempatkan dalam posisi yang salah pada sebuah teks, dan tidak diberikan kesempatan untuk membela dirinya dalam sebuah teks. Model ini disebut sebagai pendekatan analisis wacana sudut pandang feminis atau *feminist stylistics* (Fauzan, 2014).

Sara Mills membagi struktur analisis ke dalam tiga tingkatan yaitu. a) tingkatan kata meliputi seksisme bahasa maupun makna. b) tingkatan kalimat atau frasa meliputi penamaan, pelecehan pada wanita, dan lainnya. c) tingkatan wacana yang meliputi karakter, fragmentasi, fokalisasi, dan skemata (Masitoh, 2020). Terdapat empat struktur dalam level wacana yaitu, karakter atau peran, fragmentasi, fokalisasi, dan skemata. Dalam struktur karakter atau peran serta fragmentasi, yang akan diteliti ialah bagaimana karakter dikonstruksi dalam teks, termasuk pengarakteran secara naratif maupun visual. Pada struktur fokalisasi, yang akan diteliti ialah sudut pandang penceritaan melalui dialog maupun monolog. Kemudian, pada struktur skemata, yang akan diteliti ialah pola naratif pada sebuah teks (Fauzan, 2014).

Postfeminisme

Postfeminisme diperkirakan lahir sekitar akhir tahun 1980-an dan awal tahun 1990-an yang mana ketika perkembangan feminisme gelombang ketiga sedang berlangsung. Hadirnya postfeminisme atau feminisme gelombang ketiga merupakan gambaran baru sosok perempuan yang telah berhasil lepas dari kungkungan patriarki (Akmala, 2017). Kata pos atau *post* dalam postfeminisme diartikan sebagai proses perubahan yang sedang berlangsung (Brooks, 2007). Kata *post* dalam ini merupakan ciri utama dalam

postfeminisme yang menekankan pada individualisme, pilihan, dan perlawanan pada ketidaksetaraan gender yang sifatnya struktural. Tujuan postfeminisme berbeda dengan tujuan gerakan feminisme yang sebelumnya ada yaitu kesetaraan, melainkan memberikan makna pada perempuan karena mereka harus mempunyai makna. Postfeminisme beranggapan bahwa perempuan dapat bermakna bagi dirinya sendiri, bukan karena laki-laki yang memaknainya (Herlina dkk., 2022).

Berbicara mengenai postfeminisme, maka diperlukan elemen-elemen sensibilitas postfeminisme, Gill (2007) merumuskan sensibilitas postfeminisme untuk menggambarkan bagaimana media populer melihat perempuan. Sensibilitas posfteminisme tersebut yaitu tubuh seperti properti feminitas (*femininity as a bodily property),* seksualisasi budaya (*the sexualisation of culture),* peralihan dari objek menjadi subjek seksual yang diinginkan (*from sex object to desiring sexual subject),* individualisme, pilihan, dan pemberdayaan *(individualism, choice, and empowerment),* pengawasan serta disiplin *(self surveillance and discipline),* paradigma perubahan *(the makeover paradigm),* penekanan kembali perbedaan seksual *(the reassertion of sexual difference)*, ironi dan pengetahuan *(irony and knowingness)*.

Tubuh perempuan ditampilkan sedemikian rupa guna mengontruksi citra tubuh yang sempurna di masyarakat sehingga menjadi sebuah "komoditas" yang memiliki nilai pasar. Hingga kini, masih terjadi komodifikasi dan objektifikasi tubuh perempuan pada media (Shofiyya & Rusadi, 2018). Keikutsertaan media ini yang memungkinkan terjadinya komodifikasi atas tubuh perempuan demi kepentingan suatu industri. Industri biasanya memanfaatkan yang bukan barang dagang atau komoditas menjadi suatu "barang" yang dapat ditukarkan atau dalam ini terjadi pertukaran pesan, paham, dan informasi terkait penggambaran tubuh perempuan yang dikonstruksikan.

Lirik Lagu

Lirik atau teks lagu menurut Sylado dalam Patria, dkk (2013) merupakan bentuk lain untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran para penciptanya dengan cara tertentu. Melalui bahasa, lirik lagu diciptakan penyanyi untuk mengungkapkan tujuannya kepada pendengar. Lirik atau bahasa lagu biasanya diciptakan secara sederhana supaya dapat dengan mudah dipahami

pendengar. Lirik lagu pada dasarnya merupakan bahasa yang disusun sesuai dengan kaidah musik seperti melodi, harmoni, dan irama lagu. Lirik lagu disebut juga sebagai susunan kata yang diciptakan dengan maksud dan tujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau makna, dalam konteks komunikasi pembuat lagu atau penyanyi dapat disebut sebagai aktor dan lagu merupakan media untuk menyampaikan sebuah pesan (Erlangga dkk, 2021).

Berdasarkan definisi di atas lirik merupakan media untuk menyampaikan pesan atau makna dari sebuah lagu. Lirik dalam lagu dapat memuat banyak hal, tidak hanya perihal cinta, namun dapat pula menjadi media untuk menyampaikan pesan maupun kritik serta membicarakan permasalahan sosial, lingkungan, dan lain sebagainya (Patria dkk, 2013).

Video Klip

Video klip atau disebut pula *music video* dapat menjadi perantara bagi para musisi dan manajemen musik dalam menyampaikan pesan melalui *audio visual* video (Rahardjo dkk, 2019). Menurut Effendy dalam Astuti & Dewi (2019), pada sebuah video musik atau video klip bukan hanya terdapat komunikasi verbal namun juga komunikasi nonverbal yang disalurkan melalui bahasa gambar yakni gerak tubuh, sikap, serta ekspresi wajah.

Moller (2011) menjelaskan video klip yang dibuat untuk menghubungkan alunan lagu, foto, ataupun video untuk mengenalkan sebuah lagu. Video klip adalah salah satu bentuk komunikasi *audio visual* berisikan makna yang dibawa melalui musik, lirik, dan juga gambar bergerak (Carlsson, 1999). Video klip turut pula digunakan pada industri musik K-pop, dalam ini biasa dikenal dengan MV atau video klip. Melalui video klip, penyampaian pesan yang dilakukan para penyanyi K-pop kepada publik lewat musik dan visual. Dalam mengekspresikan sebuah makna lagu, artis K-pop serta manajemen musik menjadikan video klip sebagai media penyampaian melalui visual gambar dengan sisipan teori, yang dapat ditebak oleh para penggemar. Selain itu video klip juga dinilai mampu menjadi media yang ampuh untuk menyampaikan penggambaran keadaan realitas sosial melalui gambaran dan musik serta lirik lagu (Rini & Fauziah, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam studi ini adalah kualitatif dengan menggunakan analisis wacama model Sara Mills. Fokus

pada analisis wacana Sara Mills ialah pada bagaimana perempuan ditampilkan dalam teks yang dianalisis menggunakan empat struktur yaitu karakter atau peran, fragmentasi, fokalisasi, dan skemata.

Dalam struktur karakter atau peran serta fragmentasi, yang akan diteliti ialah bagaimana karakter dikonstruksi dalam teks, termasuk pengarakteran secara naratif maupun visual. Pada struktur fokalisasi, yang akan diteliti ialah sudut pandang penceritaan melalui dialog maupun monolog. Kemudian, pada struktur skemata, yang akan diteliti ialah pola naratif pada sebuah teks (Fauzan, 2014). Analisis wacana Sara Mills juga membantu menguraikan siapa subjek dan objek dalam sebuah teks, posisi penonton atau pembaca.

PEMBAHASAN

Analisis Peran/Karakter

Karakter terbentuk dari bagaimana aktor digambarkan serta diposisikan. Deskripsi penampilan melalui pakaian dan karakteristik wajah digunakan untuk mewakili bagaimana penonton mengharapkan karakter ditampilkan. Para anggota Aespa dikonstruksi melalui setiap peran serta adegan yang terdapat pada video klip. Adanya karakter perempuan berani yang memiliki kekuatan perempuan atau *girl power* ditampilkan melalui peran masing-masing anggota seperti adegan Winter berada di lift dengan tangannya yang memegang senjata berupa pedang bermata satu, Karina yang duduk santai di atas sebuah motor setelah melayangkan aksi pukulan, Giselle yang berdiri di depan lift setelah melakukan beberapa perlawanan, serta Ningning yang memegang tablet dan melakukan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan pemrograman yang menjelaskan bahwa perempuan memiliki kebebasan untuk mengikuti keinginan pribadi dari apa yang dirasa lebih baik untuk hidupnya sendiri seperti yang terkandung dalam elemen *individualism, choice,* dan *empowerment.*

Perempuan pada video klip "*Girls*" cenderung ditampilkan dengan dua karakter yaitu feminin dan maskulin. Melalui gambaran fisik, keempat anggota Aespa membawa sisi feminin dengan tampilan wajah ideal sesuai dengan deskripsi kecantikan perempuan Korea, mengenakan *make up* dan pakaian modis, serta bentuk badan idaman para laki-laki. Maskulinitas pada wanita dilihat dari penampilan dan perilaku maskulin yang ada pada tubuh perempuan dengan karakteristik yang

dianggap maskulin seperti kekuatan, keberanian, ketegasan, dominasi, dan kepemimpinan. Para anggota Aespa tampil maskulin dengan warna-warna gelap dan juga sepatu *boots* hitam yang identik dengan citra maskulin, kekuatan, dan keberanian. Peneliti menemukan adanya usaha untuk mengubah paradigma melalui kebebasan berpakaian tanpa memandang gender tertentu, hal ini termasuk ke dalam elemen *the makeover paradigm.*

Analisis Fragmentasi

Perwujudan karakter perempuan dilihat melalui fragmentasi tubuh. Penggambaran perempuan melalui tubuh memiliki efek yaitu, tubuh perempuan dapat terfragmentasi, serta anggapan bahwa tubuh perempuan merupakan unsur alami, pasif, dan dapat dikonsumsi (Mills, 2005).

Pada penelitian ini, kamera masih membentuk tubuh perempuan sebagai sesuatu yang terfragmentasi. Dominasi perempuan, difragmentasi melalui anggota tubuh perempuan seperti wajah, tangan, kaki, pinggang, rambut, dan punggung. Sudut pengambilan gambar digunakan untuk menyoroti kemampuan para anggota Aespa sebagai perempuan berani dan berkekuatan super.

Pada beberapa adegan, Aespa kerap dibingkai dalam *low angle* untuk menggambarkan kemampuan yang dimiliki para anggota, efek *low angle* digunakan untuk membuat objek tampak lebih besar, kuat, dan sebagai bentuk penggambaran kemampuan yang dimiliki para anggota. Kemudian efek *straight angle* digunakan untuk membuat tubuh perempuan seolah sejajar, yaitu tampak kuat dan berani seperti laki-laki. Selain itu, terdapat beberapa adegan yang kerap dibingkai dengan teknik *close up* pada fragmentasi tubuh anggota Aespa digunakan untuk menggambarkan karakteristik sifat maskulin yang menandai kekuatan mereka.

Secara keseluruhan gestur dan ekspresi tubuh digambarkan melalui *medium shot.* Kemudian, teknik pengambilan gambar *long shot* digunakan untuk melihat di mana mereka berada dan siapa saja yang terlibat dalam adegan tersebut, seperti adegan ketika para anggota ingin melakukan perlawanan. *High angle* juga digunakan sebagai teknik pengambilan gambar untuk melihat ekspresi subjek melalui sudut yang lebih tinggi, seperti ketika keempat anggota berada di dalam ruangan seperti lift dengan tatapan yang memancarkan keberanian. Melalui

beberapa teknik pengambilan gambar ini, peneliti menemukan adanya pandangan *femininity as bodily property* (tubuh sebagai properti femininitas) yang melanggengkan pandangan postfeminisme serta menjadi dorongan bagi perempuan untuk terobsesi pada tubuhnya, selanjutnya tubuh seksi perempuan akan disiarkan sebagai bentuk identitas perempuan

Fragmentasi karakter perempuan tangguh dan berani digambarkan melalui anggota tubuh seperti wajah, punggung, kaki, rambut, dan tangan yang dibingkai dengan beberapa sudut pengambilan gambar. Umumnya, sensualitas perempuan pada media berkaitan dengan objektifitas perempuan, namun peneliti menemukan bahwa dalam video klip Aespa "*Girls"* rangkaian adegan dan gerakan tubuh sensual merupakan bentuk dari kepercayaan diri, kebebasan, dan kemandirian atas tubuh dan diri mereka sendiri. Fenomena ini termasuk ke dalam elemen *from sex object to desiring sexual subject* (dari objek seks menjadi subjek seks yang diinginkan).

Analisis Fokalisasi

Mills berpendapat bahwa fokalisasi adalah cara untuk mengetahui posisi perempuan. Fokalisasi memiliki tujuan untuk memberikan sebuah arti dari identifikasi kesadaran yang dihadirkan dalam sebuah teks, dialog, ataupun narator eksternal.

Pada beberapa bait lirik lagu, keempat anggota Aespa menyanyikan lirik tersebut secara bersama-sama. Aespa seolah berbicara kepada pendengar bahwa mereka adalah gadis tangguh yang penuh dengan kekuatan. Selain itu, terdapat kepercayaan diri serta semangat *girl power* melalui lirik yang menantang tanpa rasa takut untuk mengekspresikan diri mereka seperti pada bagian *"We coming"*, seakan ingin membuktikan bahwa mereka (perempuan) bukanlah kaum yang lemah dan penakut melainkan kaum yang memiliki keberanian. Penggunaan kata *"We"* (kami) merujuk kepada para perempuan yakni para anggota Aespa. Lirik lagu yang berulang ini bermasud agar pendengar mengingat bahwa lagu ini merupakan penggambaran dari eksistensi Aespa sebagai *girl group* yang pemberani, memiliki kekuatan, serta tidak memiliki rasa takut.

Analisis Skemata

Skemata adalah gambaran yang berhubungan dengan kultur, ideologi, dan kepercayaan bagaimana perempuan dan laki-laki diposisikan di masyarakat.

Melalui level skemata, Mills meneliti bagaimana pola naratif tertentu yang memiliki keterkaitan dengan wacana seksualitas atau penggambaran khusus perempuan dalam konteks sosial, dengan mengamati keseluruhan alur cerita dan menambahkan bagian analisis karakter, fragmentasi, dan fokalisasi untuk kemudian ditemukan ideologi yang ada pada sebuah teks (Mills, 2005).

Perempuan berani dan mandiri ditampilkan pada peran keempat anggota Aespa. Selain itu, karakter maskulin dan feminin turut pula dihadirkan melalui gambaran fisik seperti sisi feminin yang ditunjukkan dengan tampilan wajah ideal sesuai standar kecantikan perempuan Korea. Sedangkan, maskulinitas pada perempuan diperlihatkan dari penampilan dan perilaku yang ada pada tubuh wanita dengan karakteristik yang dianggap maskulin seperti keberanian, kekuatan, ketegasan, dominasi, dan kepemimpinan.

Dominasi perempuan difragmentasi melaui anggota tubuh seperti wajah, rambut, punggung, kaki, dan tangan yang dibingkai dengan sudut pengambilan gambar. Pada rangkaian adegan dan gerakan tubuh sensual ditemukan bahwasannya itu merupakan bentuk kepercayaan diri, kebebasan, dan kemandirian atas tubuh dan diri mereka sendiri. Subjektifitas perempuan dihadirkan tanpa paksaan pada diri perempuan sendiri, artinya perempuan berupaya menampilkan tubuhnya sebagai subjek dan bukan objek. Meskipun begitu, mempertontonkan seksualitas kerap menjadi objek komersial produk postfeminisme sehingga sensualitas menjadi hal yang dinormalisasi.

Wacana dominasi perempuan dikonstruksi melalui penggambaran perempuan tangguh, mandiri, dan berani dalam peran dan fokalisasinya, sedangkan subjektifitas tubuh perempuan difragmentasi untuk menjadi objek komersial produk postfeminisme. Hal tersebut seolah membuktikan bahwa masih ada campur tangan industri hiburan melalui konsep, peran dan karakter, sudut pengambilan gambar, serta lirik lagu yang dijadikan komoditas atau keuntungan sepihak industri atau perusahaan media Korea Selatan.

Posisi Subjek-Objek

Pada lagu *"Girls"* perempuan diposisikan sebagai subjek sekaligus objek pada media. Perempuan sebagai subjek dalam lirik lagu mendefinisikan kemandirian, keberanian, dan memiliki

kepercayaan diri untuk menampilkan dirinya sendiri. Lirik lagu yang menunjukkan perempuan sebagai subjek dari wacana adalah pada bait pertama dengan lirik berupa *"Duryeopji anha nega"* (aku tidak takut padamu), *"Busyeojulge"* (aku akan hancurkan), dari bait pertama perempuan dilihat sebagai aktor dalam teks yang memiliki sikap mandiri dan berani. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatonah & Handayani (2024) yang berjudul "*Representasi Girl Power Pada Lagu "Tally" Oleh Blackpink"* dijelaskan bahwa perempuan dapat dengan bebas menjadi subjek maupun objek dalam hidupnya sendiri, sebagaimana postfeminisme menghadirkan perempuan super yang memenuhi citra sukses feminin melalui perempuan mandiri.

Kemandirian dan kepercayaan diri perempuan ditemukan melalui lirik sebagai bentuk ekspresi diri seperti pada bait kelima yakni *"We coming"*, seakan ingin membuktikan bahwa mereka (perempuan) bukanlah kaum yang lemah dan penakut melainkan kaum yang memiliki keberanian. Penggunaan kata *"We"* (kami) kepada para perempuan yakni para anggota Aespa sebagai subjek dalam teks. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Artanti dkk., (2023) yang berjudul "*Women Empowerment in Little Mix's "Salute": Feminist Stylistic Analysis"* disebutkan bahwa penggunaan kata "*We"* atau dalam ini sebagai kata ganti pada lagu berkaitan dengan sifat inkulsif atau melibatkan seluruh anggota dan memberdayakan.

Aespa seakan memperjelas posisi mereka sebagai subjek melalui peran yang ditampilkan dalam video klip, peran para anggota digambarkan dari beberapa aksi perlawanan yang dilakukan. Dikutip dari Bowenbank (2022), Winter Aespa dalam salah satu wawancara menyebutkan bahwa mini album *"Girls"* merupakan rilisan yang kuat di antara lagu-lagu yang mereka rilis sebelumnya. Selain itu, perempuan sebagai subjek turut dihadirkan pada bait keenam melalui repetisi lirik lagu yang sama sebanyak tiga kali yaitu *"We them girls, we them girls, we them girls"* (kami adalah gadis itu), dengan kata ganti "kami" yang mengarah kepada perempuan itu sendiri, Aespa seolah menekankan dengan percaya diri bahwasannya perempuan adalah subjek yang mandiri dan berani. Hal ini sependapat dengan penelitian yang berjudul *"Girl Crush dalam Budaya Pop Korea (Analisis Semiotika MV Dalla Dalla dan Wannabe dari Itzy)"* oleh Fitri &

Kusuma (2021) bahwasannya perempuan dalam wacana postfeminisme adalah agen sosial yang bebas dan tidak dibatasi dengan ketidaksetaraan dalam aspek apapun.

Pada wacana tersebut perempuan turut pula diposisikan sebagai objek. Tubuh perempuan sebagai subjek difragmentasi untuk menjadi objek komersial produk postfeminisme. Hal tersebut seolah membuktikan bahwa masih ada campur tangan industri hiburan melalui konsep, peran dan karakter, sudut pengambilan gambar, serta lirik lagu yang dijadikan komoditas atau keuntungan sepihak industri atau perusahaan media Korea Selatan. Prabasmoro dalam Viqri (2023) menjelaskan bahwasannya media kerap menyiarkan perempuan dengan mengutip nilai seksual dan fisik, kecantikan, serta daya pikat seksual. oleh sebab itu, perempuan sering dijadikan objek yang dipertontonkan oleh khalayak banyak. Pandangan bahwa perempuan dapat dimiliki, dijual, hingga dibeli layaknya barang juga menjadikan perempuan untuk keuntungan ekonomi atau komersial.

Posisi Penulis-Pembaca

Pada wacana tersebut penulis dan pembaca diposisikan sebagai pihak perempuan. Pembaca seolah diajak bersama-sama untuk menampilkan kepercayaan dirinya dengan berani dan mandiri, lagu *"Girls"* memperlihatkan adanya ajakan agar perempuan selalu bersama Hal ini mendeskripsikan pemberdayaan perempuan sebagai kaum yang bersatu dan kuat jika bersama-sama. Kemudian melalui lirik lagu, pembaca seakan diperlihatkan bahwa perempuan bukanlah makhluk yang lemah dan penakut melainkan kaum yang memiliki keberanian. Seakan menepis konstruksi masyarakat mengenai stereotip perempuan inferior yang identik dengan sifat feminin seperti lemah, mudah menangis, dan sebagainya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan tradisi kepercayaan yang dipengang oleh masyarakat Korea yakni Konfusianisme atau ajaran yang menekankan pada hubungan antar manusia, pelajaran hidup, dan lainnya. Dalam ajaran Konfusianisme, laki-laki diposisikan lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Hierarki dalam Konfusianisme menjadikan perempuan manusia yang inferior (Rasaski & Dewi, 2023).

Hadirnya feminisme dalam masyarakat Korea Selatan memberikan harapan bagi perempuan Korea untuk memperjuangkan hak-hak mereka

sebagai perempuan serta untuk membebaskan perempuan dari kungkungan patriarki yang mengopresi perempuan. Tidak hanya sampai di situ, gerakan perjuangan perempuan dalam menyerukan kebebasan turut pula terjadi melalui musik, salah satunya melalui penyanyi yang mewakili perempuan melalui lagunya. Hingga kini, melalui media massa terdapat banyak lagu maupun video klip lagu yang ikut menyampaikan kebebasan untuk perempuan. Berdasarkan hal tersebut, pencipta dan pembawa lagu dilihat mencoba untuk membentuk adanya citra perempuan dominan melalui penggambaran perempuan tangguh, mandiri, dan berani yang sejalan dengan sosok perempuan di era postfeminisme.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa wacana perempuan dalam lirik lagu dan video klip *"Girls"* oleh Aespa diposisikan sebagai subjek sekaligus objek. Perempuan sebagai subjek diperlihatkan melalui karakter atau peran perempuan kuat, berani, dan mandiri dalam konteks postfeminisme. Lebih lanjut, peran atau karakter setiap anggota memperlihatkan adanya keselarasan antara karakter feminin dan maskulin sebagaimana yang tercermin dalam citra perempuan di era postfeminisme yang mandiri. Wacana perempuan kuat didukung pula dengan lirik lagu yang menunjukkan adanya *girl power* atau kekuatan perempuan. Kemudian, penggambaran tubuh perempuan kerap menyoroti bagian tubuh tertentu untuk menunjukkan kemampuan dan keberanian para anggota melalui beberapa teknik pengambilan sebagai bentuk penegasan kepada kekuatan dan kepercayaan diri mereka. Adegan-adegan tersebut dimaknai sebagai bentuk kepercayaan diri dan kemandirian perempuan yang mengubah paradigma dari objek menjadi subjek seksual. Selain itu, adanya pengulangan dan penekanan dalam beberapa bait lirik dimaksudkan agar pendengar mengingat bahwa lagu ini merupakan perwujudan dari eksistensi Aespa sebagai *girl group* yang berani, memiliki kekuatan, dan tidak memiliki rasa takut.

Melalui posisi subjek-objek serta posisi penulis-pembaca, lagu *"Girls"* oleh Aespa menunjukkan adanya pesan mengenai pemberdayaan perempuan dalam teks. Hal ini diikuti dengan adanya penentangan stereotip tradisional yang telah ada di Korea Selatan, serta memberikan penggambaran yang kuat kepada perempuan sebagai subjek yang mandiri dan berani. Perempuan sebagai

objek melalui gerakan tubuh yang difragmentasi untuk menjadi subjek komersial produk postfeminisme, sebab tubuh perempuan masih ditampilkan sedemikian rupa untuk mengonstruksi citra tubuh sempurna sehingga dapat menjadi komoditas atau barang yang memiliki nilai jual bagi perusahaan industri atau media.

DAFTAR PUSTAKA

Akmala, N. (2017). Konstruksi Citra Feminisme Beyonce Dalam Lirik Lagu If I Were A Boy, Run The World, Flawless. *Jurnal Komunikator* , *9*(2).

Alam, S., & Nyarimun, A. J. (2017). Musik Kpop Sebagai Alat Diplomasi Dalam Soft Power Korea Selatan. *International & Diplimacy*, *3*(1), 75–99.

Artanti, C., Zulaika. Adristi Yajna, & Rangkuti Rahmadsyah. (2023). Women Empowerment in Little Mix's "Salute": Feminist Stylistic Analysis. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, *7*(2), 384–400. https://doi.org/https://doi.org/10.22437/titian.v7i2.29556

Astuti, I. M., & Dewi, P. A. R. (2019). Sensualitas Tubuh Perempuan Dalam Video Musik Korean Girl Group. *The Commercium*, *2*(1).

Azzahra, R. I. (2022, Oktober 3). aespa, Grup Musik Naungan SM Entertainment Populerkan Konsep Futuristik di Dunia K-POP!

Badara, A. (2014). *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media* (Pertama). Jakarta: Kencana.

Bowenbank, S. (2022). Aespa's Second Mini Album 'Girls' Has Arrived: Stream It Now.

Brooks, A. (2007). *Posfeminisme & Cultural Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (Indonesia). Yogyakarta: Jalasutra.

Buswel, R. E. (2007). *Religions of Korea in Practice*. Princeton University Press.

Carlsson, S. E. (1999). *Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images?: Perspective on Music Video Analysis*.

Elvin, F. (2022). 5 Hal Menarik dari Comeback AESPA dengan Single 'Girls.'

Lisdya, S. (2022). "Girls" aespa Jadi Album Girlband K-pop Terlaris Sepanjang Masa.

Masitoh. (2020). Pendekatan Dalam Analisis Wacana Kritis. *Edukasi Lingua Sastra*, *18*(1), 66–76. https://doi.org/https://doi.org/10.47637/elsa.v18i1.221

McMillan, J. (2022). The Meaning Behind The Song: Girls by aespa (에스파).

Mills, S. (2005). *Feminist Stylistics*. New York: Routledge.

Moller, D. (2011). *Redefining Music Video*.

Patria, R., Abdurahman, A., & Nasution, B. (2013). Interpretasi Makna Lirik Lagu-Lagu Grup Musik Erk Dalam Album Erk. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, *1*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.24036/814810

Rahardjo, L. A., Yoanita, D., & Wahjudianata, M. (2019). Representasi Posfeminisme dalam Video Musik "Ddu-Du Ddu-Du" milik Blackpink. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Suarabaya*, *7*(2). https://doi.org/https://doi.org//dx.doi.org/10.10358/jk.v5i2.669

Rasaski, K. C., & Dewi, S. (2023). Kritik Epistemologi Feminis: Upaya De-Westernisasi Ilmu Pengetahuan dalam Perkembangan Konsep Feminisme di Korea Selatan. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(3), 1923–1935. https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1430

Rini, K. P., & Fauziah, N. (2019). Feminisme Dalam Video Klip Blackpink: Analisis Semiotika John Fiske Dalam Video Klip Blackpink DDU-DU DDU-DU. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, *5*(2), 317–328. https://doi.org/://dx.doi.org/10.10358/jk.v5i2.669.g636

Sari, I. C., & Jamaan, A. (2014). Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, *1*(1).

Shofiyya, R. H., & Rusadi, U. (2018). Negosiasi Identitas Perempuan Muslim Dalam Ideologi Agnostisisme Di Majalah-Web Feminis : Analisis Feminist Stylistics Artikel Di Majalah-Web Magdalene.co. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *7*(1). https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9704

Suwastini, N. K. A. (2013). Perkembangan Feminisme Barat Dari Abad Kedelapan Belas Hingga Postfeminisme: Sebuah Tinjauan Teoritis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora |*, *2*(1), 2303–2898. https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v2i1.1408

Viqri, M. (2023). Representasi Objektifikasi Tubuh Perempuan Dalam Video Klip (Analisis

Semiotika John Fiske Pada Video Klip (G)I-Dle - Nxde, Stellar – Marionette Dan Aoa – Miniskirt. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* , *10*(8), 3958–3967. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i8.2023.3958-3967