

Memahami Shi Nyoe Shi Dae (SNSD), Penggemar dan Dimensi Progresifnya

Abdul Wazib

Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Laksda Adisucipto, Sleman, DI Yogyakarta. 55281. Indonesia

Email: wazib.abdul@yahoo.co.id

Abstrak

Budaya populer tidak hanya dapat dimaknai sebatas aparatus milik industri kapitalis yang bertujuan dalam menghasilkan konsumsi berlebih. Tetapi lebih kompleks dari itu, budaya populer juga merefleksikan suatu entitas dari masyarakat yang mengonsumsinya. Konsumsi aktif dari teks-teks populer dapat memicu produktivitas makna sosial, melahirkan progresifitas, ataupun mendorong perubahan sosial. Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana teks-teks populer dalam hal ini *Girl Grup* musik K-pop Shi Nyoe Shie Dae (SNSD) dan tanggapan serta artikulasi penggemarnya melahirkan dan memicu suatu dimensi alternatif yang progresif. Penelitian ini menggunakan analisis tekstual dan riset audiens sebagai metode. Hasil kajian ini membahas bagaimana (1) SNSD mencitrakan suatu perkembangan kompleks yang dapat direfleksikan sebagai perjuang mencari jati diri, solidaritas dan keteguhan diri. (2) Tanggapan dan artikulasi dari penggemar beragam, salah satu penggemar mengartikulasikan aksi panggung SNSD sebagai ironi-ironi sekaligus kritik terhadap gerakan perempuan yang cenderung superior dan massif diruang publik, tetapi melupakan permasalahan di akar rumput. Penggemar lainnya melalui aktifitasnya mendengarkan SNSD ia kemudian dapat membentuk gagasannya sendiri mengenai konsumsi, identitas dan kebudayaan. Tidak hanya dalam gagasan, ia pun mengakui hasil dan proses kerjanya kurang lebih dipengaruhi oleh teks-teks SNSD.

Kata Kunci: *Budaya Populer, K-Pop, Shi Nyoe Shi Dae (SNSD) Penggemar*

Understanding Shi Nyoe Shi Dae (SNSD), The Fans and The Progressive Dimension

Abstract

Popular culture can not only be interpreted merely as apparatus of capitalist industry which aims to produce excess consumption. But it more complex than that, popular culture reflects an entity from the people who consume it. Active consumption of popular texts can trigger the productivity of social meaning, increase the progressiveness, or encourage social change. This study tries to examine how popular texts in this case girl K-pop music group Shi Nyoe Shie Dae (SNSD), the fans' responses and articulations gave birth to and triggered a progressive alternative dimension. This study uses textual analysis and audience research as method. The results of this study discuss how (1) SNSD portrays a complex development that can be reflected as a struggle for self-identity, solidarity and self-determination. (2) Responses and articulations from various fans, such as one of the fans articulated SNSD's stage action as an irony as well as a critic of women's movements that tend to be superior and massive in the public sphere but forget the problems at the grassroots. Then other fans through SNSD's listening activities can form their own ideas about consumption, identity and culture. It is not only in ideas, he also acknowledged the results and the process of his work was influenced by SNSD texts.

Keyword: *Pop-Culture, K-pop, Shi Nyoe Shi Dae (SNSD), The Fans.*

Pendahuluan

Budaya populer tidak hanya dapat dimaknai sebatas aparatus milik industri kapitalis yang bertujuan dalam menghasilkan konsumsi berlebih. Tetapi lebih kompleks dari itu, budaya populer juga merefleksikan suatu entitas dari masyarakat yang mengonsumsinya. Budaya populer tidak lahir dari satu arah dan diterima dengan pasif begitu saja, ia menuntut tindakan aktif partisipatoris sehingga menghasilkan pelbagai makna berkembang, sebuah praktik produksi dan konsumsi yang kemudian terhubung ke dalam sebuah siklus/sirkuit kebudayaan.

Ataupun dalam penjelasan yang berbeda, cinta sekaligus benci adalah ekspresi yang paling tepat untuk menggambarkan bagaimana kebudayaan populer hadir di kehidupan sehari-hari. Memori-memori indah dalam hidup, impian masa kecil, imajinasi terhadap dunia sedikit banyak dipengaruhi olehnya. Akan tetapi dilain sisi kita mencemohnya karena telah menyebabkan berbagai macam "*hysteria massa*", kontrol sosial hingga konsumsi yang berlebih. John Fiske menjelaskan hal tersebut (Fiske, 2011: 25) sebagai hal yang bersifat "kontradiktif, di satu pihak produk-produk budaya tersebut merupakan manifestasi dari praktik industrialisasi yang termotivasi oleh kepentingan-kepentingan ekonominya sendiri, dipihak lain artikulasi dan signifikasi masyarakat tersebutlah yang juga kemudian mengantarkan produk-produk tersebut kedalam siklus kebudayaan

Musik Pop Korea (K-pop) yang menjadi perhatian dalam tulisan ini, tidak bisa dipungkiri mempunyai dominasi yang cukup luas dalam mengisi waktu luang kehidupan anak-anak muda dewasa ini. Fenomena musik K-pop telah menjadi fenomena global, khususnya pasar-pasar asia termasuk Indonesia. Ekspansi pasar industri

budaya korea selatan ini biasa dikenal dengan istilah *Korean wave (hallyu)*, suatu terminologi yang merujuk pada terjangan gelombang budaya yang menyebabkan wabah demam terhadap segala konotasi yang mengarah kepada kebudayaan populer Korea Selatan. Di Indonesia sendiri efek gelombang budaya Korea Selatan ini di tandai dengan maraknya konser-konser artis K-pop, menjamurnya komunitas-komunitas penggemar artis k-pop dan berbagai macam praktik kultural lainnya. Gegap gempita terhadap musik k-pop ini juga sekaligus menandakan bahwasanya k-pop tidak hanya bersifat fungsional sebagaimana musik secara normatifnya, akan tetapi lebih dari itu k-pop telah menjelma menjadi semacam "wacana semiotik" yang mampu membentuk persepsi individu terhadap dunia dan masyarakat atau bahkan mengarahkan audiens kepada suatu *ideology political standing* tertentu (Jung, 2014: 115, Heryanto, 2015: 243)

K-pop sebagaimana musik pop lainnya, dituduhkan Adorno (Horkheimer & Adorno, 2014: 209) hanya menciptakan fetisisme terhadap musik itu sendiri. Salah satu alasan yang paling kuat kenapa orang-orang mendengarkan musik pop itu sendiri dikarenakan efek-efek individual yang dihasilkannya, semisal suatu alternatif untuk melupakan realitas sosial. Musik pop menawarkan relaksasi dan eskapisme terhadap kejenuhan hidup "kerja mekanik" dengan cara tidak banyak menuntut kesulitan permaknaan terhadapnya (Strinati, 2005: 120). Musik pop membicarakan tentang rindu dan sekonyong-konyong pendengar hanyut dalam perasaan rindu. Singkatnya Kenikmatan-kenikmatan yang ditawarkan musik pop pada dasarnya hanya menimbulkan masyarakat yang hanyut dalam fantasi-fantasi kenikmatan sehingga melupakan realitas sosial yang ada.

Akan tetapi nilai alternatif yang ditawarkan K-pop tidak bisa dianggap

sebelah mata. K-pop dalam prespektif dinamika sosio-politik bisa dianggap sebagai suatu produk budaya yang berhasil meng-counter dominasi produk budaya barat. Etika konfusionis dan kebajikan asia timur yang ditawarkan merupakan suatu alternatif di dalam merenungkan kembali paham dominan liberalisme budaya barat (Ryoo, 2009:149) Suatu nilai yang begitu penting bagi Indonesia dewasa ini di mana kebebasan demokrasi cenderung salah arah dan etika paham tertentu cenderung anarkis. Atau dalam penjelasan lain, konsumsi aktif terhadap musik K-pop dapat menghasilkan suatu penciptaan kembali bagi suprastruktur masyarakat.

Oleh karena itu apa yang dibutuhkan dalam hal ini adalah suatu pembacaan alternatif terhadap budaya populer itu sendiri. Suatu pembacaan yang progresif. Mencari alternatif pemaknaan terhadap musik k-pop. Mengamati apakah teks-teks populer memiliki daya potensial sebagai sumber daya semiotik untuk mengonstruksi masyarakat kearah yang lebih baik. Menelaah apa K-pop mampu menciptakan praktik politik identitas yang dibuthkan bagi masyarakat Indonesia hari ini. Walaupun kontrol media terhadap praktik konsumsi tak terhindarkan akan tetapi momen konsumsi berada pada situasi relatif yang mana signifikasi dan artikulasinya perlu dijelaskan lebih lanjut.

Objek studi dari penulisan ini akan berfokus pada *girl grup Shi Nyoe Shi Dae* (SNSD) yang merupakan representasi kuat dari musik K-pop. Adapun penelitian ini berusaha menjawab bagaimana citra dan identitas yang dibangun *girl grup* tersebut lalu kemudian menelaah penerimaan audiens serta artikulasinya untuk kemudian mengemukakan dimensi progresif yang dihasilkannya. Metode yang digunakan dalam hal ini yaitu analisis tekstual dan riset audiens.

Kajian Pustaka

Identitas dan Dinamika Budaya dalam Masyarakat Konsumsi

Budaya populer dalam hal ini merujuk pada praktik produksi yang dihasilkan oleh industri budaya dan media. Sebelum budaya populer memainkan peranan penting dalam pembentukan identitas masyarakat, kajian-kajian sosiologis maupun antropologis telah mengenal terlebih dahulu apa yang disebut dengan budaya rakyat dan budaya kerakyatan. Budaya rakyat cenderung lahir dari bawah dan dibangun melalui nilai-nilai yang berifat tradisional. Sedangkan budaya kerakyatan lebih cenderung di indentikan dengan semangat kenasionalan yang membentuknya (Kebudayaan Indonesia). Budaya kerakyatan dalam arti ini terkait erat dengan gerakan politik, yaitu suatu gerakan kerakyatan yang ingin ditempatkan dalam sebuah wadah yang disebut *nation* (Sunardi dalam Strinati, 2005: 13). Walaupun berbeda akan tetapi dua bentuk kebudayaan sebelumnya sangat bergantung dengan pengalaman bersama secara geografis, dan identitas yang terbentuk cenderung tetap.

Selanjutnya Fiske menjelaskan (Jenkins dalam Fiske, 2014: xl) dua kebudayaan yang dijelaskan sebelumnya tidak dapat berfungsi di dalam sebuah masyarakat yang terindustrialisasi, di karenakan budaya tersebut adalah produk dari sebuah tatanan sosial yang secara komparatif stabil dan tradisional, mengedepankan berbagai nilai (bukan personifikasi konflik), berasal dari bawah ke atas, dan menikmati kestabilan dari waktu ke waktu. Menurut Fiske tidak ada dari karekteristik ini terjadi di dalam masyarakat kontemporer, di mana ekonomi media massa mendorong perubahan yang cepat dan kemudian mempercepat perbedaan generasi, ketika budaya dibuat dan disebarluaskan

melalui model produksi yang tersentralisasi, dan dimana ketidakseimbangan ekonomi menciptakan pertentangan yang konstan terkait berbagai perbedaan yang dimiliki

Dalam penjelasan yang lain, Pada lanskap dimana batas-batas teritorial tidak menjadi hambatan dan jaringan informasi tidak mengenal ruang dan waktu. Jean Baudrillard salah satu teoritikus paling provokatif dalam kajian budaya media dan teknologi informasi menggambarkan bahwasanya (Pilliang: 2003:135) masyarakat hari ini terjatuh di dalam praktik simulasi yang dilakukan industri budaya media. Melalui praktik simulasi ini objek-objek konsumsi kehilangan nilai fungsi dan nilai gunanya, objek-objek telah menjadi serangkaian permainan tanda (*free play of sign*) tanpa rujukan dan referensi maknanya. Objek-objek konsumsi hanya menawarkan kegairahan (*desire*). Kegairahan tersebut lahir dari manipulasi nilai-nilai yang dicitrakan ke dalam objek konsumsi, dan dengan formula ini masyarakat yang mengonsumsinya mulai meninggalkan realitas nyata yang dibangun oleh nilai-nilai luhur, meninggalkan budaya rakyat dan kerakyatan, dan sepenuhnya beralih ke dalam ekstasi hiperealitas yang ditawarkan industri budaya media.

Dalam model konsumsi seperti ini, konsumsi yang dilatar belakangi oleh permainan tanda secara bebas pada dasarnya menghasilkan pembentukan identitas yang terus mencair, akan tetapi bentuknya tetap berkuat pada dua ciri sosiologis yaitu; identitas alternatif ataupun diferensiasi identitas.

Diferensiasi Identitas

Diferensiasi adalah imbas dari pola konsumsi yang lebih mengutamakan keinginan (*desire*) ketimbang kebutuhan (*need*). Dalam kapitalisme mutakhir objek-objek konsumsi dibangun melalui proses simulasi, di mana objek-

objek sepenuhnya terpenuhi atas citra-citraan atau imaji yang sama sekali tak merefrensikan sifat primordial dari objek tersebut. Baudrillard dalam *The System of Object* menjelaskan untuk menjadi objek konsumsi terlebih dulu objek harus menjadi (dilihat) sebagai tanda (*sign*). Di dalam distribusinya, tanda-tanda digunakan secara aktif dan dinamis dalam rangka mengkonstruksi citra di dalam komoditinya. Sehingga individu dalam hal ini tidak lagi membeli produk untuk pemenuhan kebutuhan, melainkan membeli makna-makna. Di dalam pola konsumsi yang seperti ini objek-objek konsumsi tidak lagi bersifat fungsional, objek-objek dilihat sebagai sebuah sistem komunikasi atau alat legitimasi sosial.

Karena konsumsi tidak lagi menyangkut persoalan pemenuhan biologis semata melainkan menyangkut lapangan sosial beserta dengan pengakuannya. Praktik diferensiasi merupakan langkah strategis yang dilakukan individu untuk diakui secara sosial. Berusaha membedakan diri dengan kelompok tertentu dengan mengonsumsi komoditi tertentu. Melalui perbedaan inilah individu mendapat pengakuan secara sosial. Akan tetapi diferensiasi dalam hal ini tidak diiringi dengan semangat heterogenitas. Keinginan untuk berbeda sama sekali tidak berantitesa dengan praktik pengontrolan dan homogenitas yang dilakukan oleh industri kapitalisme. Mengutip Yasraf (Pilliang dan Audifax, 2017:67) bahwasanya pada praktik diferensiasi ada skema yang makin membuat individu masuk lebih dalam ke dalam relasi tuan dan budak (materialisme Marx). "Jangan tiru aku" dan disaat yang sama "tirulah aku". Dalam dialektika Hegelian, individu di satu waktu berada dalam pikirannya sekaligus di luar dari pikirannya. Hal ini dikarenakan objek-objek konsumsi dipandang sebagai ekspresi diri atau cara bagaimana individu mengekspresikan dirinya, sehingga dengan

pola konsumsi seperti ini objek secara tidak langsung menguasai individu. Tidak berhenti sampai disitu, di karenakan praktik konsumsi tersebut di landasi logika keinginan (*desire*) ketimbang kebutuhan (*need*) hal ini malah membuat individu makin terperangkap kedalam lingkaran konsumsi, di karenakan tidak ada satupun objek yang mampu memenuhi logika keinginannya (*desire*).

Identitas Alternatif

Jika praktik diferensiasi identitas lahir dari kuasa objek terhadap subyek. Identitas alternatif sebaliknya. Walaupun keduanya tercipta dari konsumsi objek yang sama yaitu produk industri kapitalis akan tetapi identitas alternatif di latar belakang motivasi yang berbeda.

Konsumsi yang membentuk identitas alternatif menghasilkan pembuatan makna. Sebuah makna baru yang tercipta dari partisipasi aktif konsumen terhadap objek konsumsinya. Partisipasi aktif tercipta dari, mengutip fiske (Fiske, 2010: 230) "permainan" dan "kesenangan", permainan merujuk pada bagaimana konsumen membuka diri terhadap aturan-aturan yang berlaku dalam tatanan teks (objek konsumsi) akan tetapi terus mengeksplorasi aturan-aturan dari permainan tersebut. Kesenangan hadir ketika dalam usaha eksplorasi konsumen menemukan makna-makna berarti baginya. Makna-makna tersebut tidak hadir sepenuhnya dari objek konsumsi melainkan tercipta pada moment produksi dan sirkulasi, dialektika antara objek dan subyek. Dalam hal ini konsumen menggunakan sumber daya dari objek konsumsi untuk kemudian mengartikulasikannya sesuai dengan pengalaman hidup.

Dalam penjelasan yang berbeda, pengalaman hidup ini juga bisa di artikan sebagai *habitus* merujuk pada sistem perangkat

yang di perkasai oleh Pierre Bourdieu (Takwin dalam Aldilin, 2006: 35). *Habitus* adalah struktur kognitif yang dimiliki individu, yang dalam hal ini dapat bekerja sebagai kerangka persepsi untuk melakukan penilaian terhadap objek konsumsi sekaligus menciptakan makna-makna baru terhadapnya. Akan tetapi *habitus* tidak dapat bekerja sendiri setidaknya diperlukan sebuah "modal" yang terpenuhi agar individu mampu melampaui kemapanan makna yang di hadapinya. Dengan "habitus" dan "modal" tertentu inilah kemudian individu dapat memposisikan kemana arah dari praktik konsumsinya.

Identitas alternatif juga bisa dimaknai sebagai sebuah usaha resistensi. Dengan berhasil melakukan pemaknaan yang berbeda, pemaknaan tersebut kemudian menguap menjadi hegemoni tanding atas makna sebelumnya. Dalam hal ini juga Fiske menekankan (Fiske, 2010:186) identitas alternatif bisa juga lahir dari kekuatan-kekuatan reaksioner yang muncul dari polarisasi wacana yang di mainkan oleh populisme sayap kanan, sehingga tidak bisa dikatakan progresif. Selanjutnya fiske menjelaskan hal ini bisa bersifat progresif di mana teks-teks (objek konsumsi) tersebut mampu mendorong produksi makna yang bekerja untuk mengubah atau membuat tidak stabil tatanan sosial, namun teks-teks tersebut tidak akan pernah melawan secara langsung atau berupaya mengganti tatanan yang ada, teks-teks radikal atau *avant grade* tidak pernah lahir dari produksi industri kapitalis namun fantasi-fantasi populer bisa saja meniru alternatif-alternatif utopis dan hal tersebut dapat menginspirasi jenis aksi politik yang lebih terbuka.

Hasil dan Pembahasan

Cultural Technology dan Hibriditas K-pop

Idol adalah istilah yang disematkan kepada anggota *girl/boy* grup dari musik K-pop. Sebelum melakukan debut atau diturunkan ke pasar, *idol* terlebih dahulu dipersiapkan secara matang. Industri media biasanya menggunakan istilah *trainee* untuk merujuk masa persiapan *idol* sebelum melakukan debut. Biasanya masa persiapan *idol* memakan waktu 4-10 tahun. Sehingga agensi-agensinya dari industri label merekrut anak-anak berusia kisaran 12 sampai 19 belas tahun untuk ditawarkan kontrak jangka panjang pra-debut. Dalam masa *trainee* semua hal yang menyangkut karir *idol* mereka kedepan dipersiapkan, mulai dari konsep, tarian, vokal, hingga sikap santun dankeanggunan. Semua hal yang bisa disaksikan langsung dalam video musik mereka atau penampilan mereka di layar kaca dan di atas panggung.

Dalam beberapa musik video semisal "Not Today (2016)" dari "Bangtan Boys (BTS)" bisa dilihat sekitar 7 anggota pria dapat melakukan tarian yang begitu rumit sekaligus sinkronik. Visualisasinya begitu tertata rapi, mulai dari sinematografi yang baik hingga cara mereka berpakaian dan pilihan warna rambut. Ketujuh pria tersebut sulit untuk dibedakan satu sama lain, bukan karena mereka semua terlihat sama akan tetapi lebih kepada kesatuan kohesif yang mereka bentuk. Persoalan lirik, perpaduan antara pengucapan bahasa Korea dan kosa kata populer dalam bahasa Inggris tidak membuat lubang yang menganga dan menjadi bunyi yang aneh untuk didengar. Perpaduan bahasa tersebut malah terdengar lebih familiar terlepas dari ketidaktahuan terjemahan ataupun makna literal yang berusaha disampaikan. Melalui nilai produksi yang tinggi, detail dan konseptual yang matang hal ini membuat

atau lebih tepatnya meningkatkan kekuatan polisemi makna di dalam produksi musik video tersebut.

Dalam kasus lain, yaitu bagaimana K-pop membuat 9 orang gadis muda dalam penampilan panggung mereka (Mr. Taxi (2011) oleh So Nyeo Shi Dae "SNSD") mengenakan hot-pants berwarna mencolok dengan rambut terurai dan pusar yang terumbar, layaknya pemandu sorak. Apa yang berbeda dalam hal ini yaitu; apa yang berusaha ditampilkan jauh dari konotasi dan referensi seksual. Walaupun sekilas apa yang ditawarkan dalam penampilan panggung tersebut hanya kesenangan audio-visual belaka dengan pengucapan lirik yang diulang-ulang, irama yang terdengar riang dan koreografi yang skematis, akan tetapi menontonya menjadikan suatu pengalaman yang berbeda. Mungkin rahasia dari penjudkir balikan makna tersebut terdapat pada bagaimana mereka berinteraksi dengan audiens. Bagaimana mereka menatap secara personal kepada kamera dan penonton, senyum yang ramah, tatapan yang dalam hingga sesekali kedipan mata yang berarti, hal inilah yang seolah-olah memunculkan pengalaman yang berbeda, membangkitkan hasrat "kecintaan" alih-alih hasrat seksual.

Identitas K-Pop yang bersifat *hybrid* (Shin, 2009:513, Seabrook: 2012) mungkin merupakan alasan utama penerimaan dari produk tersebut secara luas. Mengambil beberapa genre populer musik Amerika -semisal *Rnb*, *hip-hip* atau *pop-swing*-mengesinkronisasikannya dengan lirik *hangul* dan sesekali dalam kosa-kata populer bahasa Inggris, dengan pengucapan bunyi yang khas membuat musiknya terdengar akrab. Dalam visualisasi -gaya, video musik dan gestur- nuansa hibriditas ini terasa lebih mencolok. Seperti dangdut yang syarat akan peledakan nuansa sentimental dan perayaan, terkecuali dengan koreografi yang skematik

dan interaksi telegraf yang kompleks antara tatapan ramah dan kedipan menggoda, K-pop merupakan produk budaya yang kompleks, antara nilai-nilai konfusianis Asia Timur dan sensualitas industri hiburan Barat.

Memahami Shi Nyo Shi Dae (SNSD)

Shi Nyo Shi Dae (selanjutnya akan disingkat SNSD) adalah *girl grup* musik dengan 9 member wanita. Pada awal kemunculannya di tahun 2007 grup musik tersebut berhasil memukau industri musik Korea Selatan dengan hitnya “*Into the New World*” (ITNW). ITNW adalah salah satu tembang dari album pertama mereka yang diberi judul “*Girl Generation*”. Selanjutnya SNSD juga biasa dikenal dengan nama *Girl Generation*.

Kemunculan SNSD dalam industri musik K-pop dicitrakan sebagai representasi generasi baru kaum wanita. Dalam skala global seketika SNSD pun menjelma menjadi alat koreanisasi baru, media lokal menyebut mereka sebagai *The Nation Girls Grup* dan *The Nation Singer*. Ikon pop penting yang tidak hanya merepresentasikan industri musik k-pop melainkan juga mewakili Korea Selatan sebagai sebuah *nation*. Korea Selatan tidak lagi dipresentasikan sebagai negara bekas kolonial dengan luka dan sisa-sisa perang saudaramelainkan hadir dalam citra baru bersama 9 wanita muda.

ITNW adalah sebuah lagu yang menceritakan tentang usainya pengalaman lama yang sulit dan sedih, dan sekarang adalah masa yang baru untuk menuju dunia baru, *Jeonhaejugoshipeo seulpeun shigani* “ingin kuberitahu padamu saat-saat sedih telah berlalu, dan pada refrain;

*Saranghae neol ineukkim idaero geuryuwatdun
hemaimehkkeu, Isesangsogeshbanbokdweneun
seulpeum ijen annyong, Soomanneun alsoo
umneun gilsogeh heemihan bicheul nan jjojaga,
Unjekkajina nuh hamkkehaneungeoya dashi
mannan oorieh.*

Aku mencitaimu seperti ini, akhir dari pencarian panjang, kutinggalkan kesedihan tak berakhir dunia ini, menapaki jalan yang tak banyak diketahui, ku ikuti cahaya yang redup, itu yang kita lakukan bersama sampai akhir, menuju dunia baru.

Lirik lagu tersebut merupakan penggambaran tentang sebuah usaha bersama dalam meninggalkan kekelaman di masa lalu dan bergegas menapaki masa baru. Dalam music video ITNW memiliki nuansa yang heroik, dengan suara gitar yang berat sebagai penjaga keseimbangan lagu, koreografi yang intens yang memeriahkan lagu serta “gerakan menendang” yang ikonik. Gerakan menendang ini begitu ikonik karena mengarah langsung pada kamera dan berada pada penghujung refrain serta diiringi oleh latar megah dengan lampu sorot yang saling silang. Makna dari gerakan tersebut merupakan pupuk tinggi dari sebuah semangat.

Dalam ITNW musik video yang menceritakan pengalaman kesembilan wanita muda dengan kegiatannya masing-masing, menerbangkan pesawat, merancang pakaian, membuat grafiti, berlatih *break dance* memperbaiki skutter, membuat *latte* dan berlatih ballet lalu seketika berkumpul melaukan adegan tari. Saat melakukan tarian secara bersama mereka menggunakan pakaian olahraga dan rok pendek dengan dominan warna putih. Video musik diawali dengan pendaratan pesawat secara dramatik dengan menampilkan kalimat *Into to The New World or not...it's up to your choice*, lalu beralih menampilkan siluet sembilan wanita yang sedang membuka koreografi.

Di dalam seperangkat inilah ITNW berusaha membangun identitas SNSD sebagai perempuan-perempuan muda yang siap menghadapi hari esok. Yang mencolok lain dari lima menit video musik tersebut yaitu bagaimana simbolisasi gerakan Rastafari di hadirkan, daun ganja berbentuk mata

kalung yang dipakai *lead vocal* mereka Jessica. Rastafari merupakan gerakan perlawanan kebudayaan dari masyarakat kelas bawah Afrika, gerakan ini menentang penghirarkian yang mensubordinatkan mereka, dan berusaha merebut kembali kebudayaan mereka yang telah direbut, secara soliter yang mana beranggapan masyarakat kebanyakan tidak akan menolong mereka. Cita-cita tersebut harus diraih oleh tangan mereka sendiri. Penanda dalam ITNW tersebut menjelaskan lebih lanjut tentang bagaimana wujud dunia yang sering meremehkan wanita muda. Membangun citra bahwasanya SNSD tak hanya siap menghadapi hari esok, mereka juga akan merebutnya. *“Teukbyulhan gijugeul gidarijiman” noonapeh sun oorieh guchingileun, “jangan menunggu kejaiban datang, ada jalan sulit di depan kita”*, sebagaimana yang dilantunkan oleh perempuan muda berkalung daun ganja. Hal ini merupakan perluasan wacana terhadap perempuan muda yang terlebih dahulu di indentikan seperti Cinderella, perempuan muda yang menunggu pangeran dan undangan istana. ITNW merupakan tindakan protes terhadap dunia sosial yang sering meremehkan wanita, khususnya wanita muda dan beranggapan seolah-olah mereka lahir tanpa kemampuan untuk menentukan nasibnya sendiri.

Dalam lagu-lagu mereka selanjutnya (*Kissing You* (2007), *Baby-baby* (2008), dan *Oh!* (2010) masih di awal-awal kemunculan mereka, kebanyakan menceritakan tentang citra perempuan yang polos, imut dan sekaligus lemah, yang melantunkan lagu cinta sekaligus penerimaannya yang pasif. Nuansa video musik tersebut terasa seperti musik remaja di awal pubertas dengan irama *teenpop* yang begitu kental. Liriknyanya kebanyakan menggambarkan tentang bagaimana wanita muda berada pada lingkaran objektifikasi. *“Oh Oh Oh ppareul saranghae ah ah ah ah manhi*

manhiha, Sujubeuni jebal utji mayo (Oh!), Oh Oh Oh Oppa aku mencintaimu, ah ah ah sungguh mencintaimu, ini membuatku malu jadi jangan menertawaku. Pada periode ini seakan-akan menjadi ironi, bahwasanya mereka tidak akan seketika menuju dunia baru. Ada peninggalan struktur lama serta warisan mental patriarki, dan SNSD bukan hanya menerangkan hal tersebut akan tetapi juga berada di dalamnya

Pada periode yang mulai menandakan kemapanan visi dan identitas. SNSD tampil dengan lagu mereka *The Boys* (2011) dan *Catch Me if U Can*. Dalam *The Boys* kesembilan wanita tampil glamor dan anggun dengan gaun dan sepatu hak tinggi. Pada setiap *close up* mimik para anggota menampilkan sorot mata yang tajam sekaligus menantang, ditambah *eyeliner* yang tebal sekaligus tegas. Merpati dan mawar yang berjatuhan menjadi fragmen-fragmen yang dominan sekaligus menegaskan elemen politis dari musik video tersebut. *“We brings the boys out”* adalah koor utama dari lirik lagu tersebut. *“I know life is mystery, I am gonna make a history, I am taking it from star”* menandakan bagaimana mereka berusaha kembali pada trajektori utama di awal-awal kemunculannya sebagaimana yang tersurat di dalam ITNW.

“Catch Me if U Can (2015)“ lebih menampilkan citra wanita yang kuat dan seksi. Video musik dimulai dengan menayangkan suasana malam kota yang sibuk, dengan gambar pamlet yang bertebaran bertuliskan *catch if u can* dan jugabeserta gambar para member. Hal tersebut menandakan kepopuleran serta kematangan *girl grup* tersebut. Selanjutnya video hanya menampilkan seluruh anggota yang terus menari tanpa potongan adegan individual. Tarian bersama yang cukup intens ditambah dengan latar situs konstruksi, bulldozer dan *crane* memberikan kesan bahwasanya citra wanita yang kuat dan seksi tersebut tidak

lahir dari sisi individual melainkan hadir karena kebersamaan mereka. Walaupun sesekali kamera mengambil gambar *closeup* hal itu bukan karena ingin mempersonifikasi salah satu member, melainkan hanya untuk menginformasikan detil dari koreografi tersebut.

Beberapa sarjana telah secara khusus mengkaji hubungan yang kompleks antara apa yang dicitrakan SNSD dan bagaimana ideologi gender yang terbangun. Semisal Chuyun Oh (Chuyun Oh, 2014:68) yang mengkaji bagaimana politik tari SNSD memperkuat ideologi feminitas tradisional, memperkuat fantasi patriarki dan syarat akan wacana poskolonial. Dalam pembahasan lain Unger (A. Unger, 2014: 42) menjelaskan bahwasanya SNSD membuka kemungkinan tentang *female agency*, walaupun apa yang di citrakan bersifat paradox dan ambivilen. Dalam hal ini peneliti berpendapat kajian terhadap teks tidak cukup untuk memahami persoalan ini. Diperlukan pembahasan yang lebih lanjut tentang bagaimana para penggemar mencoba mengartikulasikan teks-teks populer tersebut berdasarkan konteks, modal sosial ataupun perangkat analitik yang mereka miliki.

Pada pembahasan ini peneliti berpendapat ITNW merupakan penanda penting untuk memahami SNSD. ITNW merupakan penanda awal untuk membaca teks-teks kontradiktif di sepanjang karir mereka. SNSD merupakan produk dari industri budaya di mana tujuan utamanua murni bersifat ekonomis. Akan tetapi citra dan identitas yang kompleks, diawali dengan cita-cita dan asa wanita remaja, ironi-ironi wanita muda dengan pengalaman cinta, hingga pada kemapanan identitas dengan menghadirkan citra wanita kuat dan mandiri. Hal ini mengingatkan tentang kompleksitas perkembangan seorang individu dari wanita

remaja yang penuh asa hingga mealnkolia wanita dewasa. Fase-fase yang berkembang inilah yang merefleksikan bahwasanya memahami SNSD seperti melihat kedalam diri kita sendiri. Mereka seperti penanda yang terus terbuka, memungkinkan pendefinisian-pendefinisian identitas yang tak pernah usai dan terus berlanjut.

Sebagai bintang pop dengan wilayah pasar yang sangat luas hal tersebut tidak menjadikan mereka sebagai bingkai pusat dan objek dominan serta terlihat seperti "Nyonya Majikan". Mereka merefleksikan keteguhan diri dan solidaritas, sebagaimana solidaritas yang dipancarkan ITNW untuk para demonstran dan penuntut perubahan. Alih-alih terlihat sebagai "Nyonya Majikan" mereka lebih mencerminkan "Suadara Sejiwa".

Penanda dan pendefinisian SNSD yang terus terbuka inilah yang menjadi pemicu lahirnya nilai-nilai progresif dari teks tersebut. Merujuk pada Barthes (Fiske: 2011:117), teks-teks tidak boleh beorientasi terhadap konsumen karena hanya akan menyebabkan pembacaan yang pasif, repetitif dan sebuah usaha pendisiplinan. Teks harus berorientasi terhadap dirinya sendiri sehingga hal tersebut akan memicu pembacaan makna yang lebih lanjut. Dalam hal ini SNSD merupakan alegori cerdas tentang hal tersebut.

Penggemar dan Dimensi Progresifnya

Sone(di baca *sowon*) adalah istilah yang disematkan untuk mereka yang menggemari SNSD. *Sone* secara etimologi merujuk pada bahasa Korea yang berarti harapan atau keinginan (*wish*). Pemilihan nama *sone* berasal dari SNSD dan manajemenya sendiri. *Sone* secara harfiah sering kali juga merujuk pada salah satu hit lagu mereka "Tell Me Your Wish (Genie)" dalam penggalan lirik "(*sowon*)el mal hye bwa, katakanlah keinginanmu" yang berarti

SNSD bersedia mengabdikan keinginan dan harapan para penggemarnya. Sebagaimana partai politik ataupun klub sepak bola, sone juga memiliki warna resmi sebagai penanda identitas mereka yaitu *pastel rose pink*.

Sone merupakan alegori tentang kesenangan dalam konsumsi yang sadar. Hal ini dikarenakan menjadi penggemar membutuhkan pembacaan yang aktif, dinamis dan tentu berpartisipasi dengan teks. Para penggemar ini bersifat produktif. Hal tersebut dikarenakan keadaan mereka menjadi penggemar mendorong mereka untuk menghasilkan teks-teks mereka sendiri. Semisal *wallpaper* di layar laptop, gaya berbusana, model rambut hingga pada gaya hidup tertentu. Fiske (Fiske, 2011: 147) menerangkan keadaan penggemar dicirikan oleh dua aktivitas utama yaitu diskriminasi dan produktivitas. Diskriminasi dikarenakan para penggemar menarik batas yang tegas antara apa atau siapa yang mereka gemari sekaligus apa dan siapa yang mereka tidak mereka gemari. Diskriminasi ini mempunyai relevansi langsung dengan dunia sosial. Hal tersebut dikarenakan diskriminasi yang digunakan mengikuti kriteria sosial bukan kriteria kualitas estetis. Atau dalam penjelasan lain, menjadi *sone* bukanlah dikarenakan kualitas serta pencapaian seni yang dihasilkan SNSD, melainkan lebih kepada pengalaman sosial dan cita rasa budaya tertentu yang diwakilkannya. Oleh karena itu menjadi penggemar merupakan pilihan untuk menjadi loyalitas-loyalitas sosial. Dalam situasi yang sama juga, kemudian penggemar terdorong untuk menciptakan teksnya sendiri, ciri produktivitas dari penggemar. Hal ini dikarenakan teks miliknya sendiri berfungsi sebagai petanda/penunjuk terhadap loyalitas-loyalitas sosial dan cita rasa budayanya. Melalui ciri inilah kemudian penggemar mempunyai peran secara aktif dan produktif

dalam menciptakan sirkulasi makna.

Pola dari pembacaan yang aktif sekaligus produktif inilah yang kemudian menghasilkan dimensi progresif dari suatu teks populer. Bahkan tidak menutup kemungkinan produktivitas penggemar dapat melampaui, memperluas ataupun menyaingi teks-teks asli. Atau dengan kata lain budaya populer atau teks-teks populer juga menyediakan “demokratisasi” yang terbuka, bahkan teks-teks tersebut memicu penciptaan kembali. Sebagaimana salah satu *Sone* yang merefleksikan kembali narasi dari video musik SNSD menjadi fiksi mini. Ia menerjemahkan kembali aksi panggung SNSD dalam lagu Mr. Mr. menjadi suatu aksi teatrikal politik, yang bercerita dimana para kesembilan member SNSD mempunyai wawasan yang luas dan piawai dalam orasi, hadir sebagai calon Presiden BEM. Hadir juga seseorang Mahasiswa lelaki beserta wakilnya, yang dicitrakan tak mempunyai kualifikasi untuk memenangkan pemilihan. Akan tetapi cerita tersebut di akhiri oleh kemenangan mahasiswa lelaki di karenakan kesembilan wanita terlewat percaya diri dan melupakan syarat-syarat untuk terpilih;

Namun, tak ada dari sembilan perempuan ini yang naik jadi Presiden BEM. Bukan! Bukan karena ada semacam kultur maskulinitas di Kampus Salemba ini, tapi lebih karena keteledoran para mahasiswi tadi yang membuat mereka didiskualifikasi panitia pemilu, karena tak memenuhi satu syarat wajib. Sebabnya, hanya si mahasiswa lelaki yang lolos. Syarat wajib itu: setiap calon Presiden BEM harus maju bersama seorang wakilnya. Rupanya para mahasiswi itu kelewat pongah dan independen.

Koreografi, lirik dan gestur SNSD dalam Mr. Mr. dipahami sebagai suatu sistem makna, yang kemudian diolah kembali oleh penggemar menjadi narasi dan makna yang berbeda. Teks-teks yang semula diproduksi hanya untuk memikat audiens, di artikulasikan menjadi semacam ironi-ironi

sekaligus kritik terhadap gerakan perempuan dewasa ini yang superior dan massif di ruang publik akan tetapi melupakan permasalahan di akar rumput.

Dalam kasus lain, seorang penulis besar di Indonesia yang mempunyai prestasi bertaraf internasional, sejajar dengan Orhan Pamuk ataupun Kenzaburo Oi, mengakui dalam penulisan prosanya sedikit banyak dipengaruhi oleh SNSD. Ia berpendapat “K-pop tak menawarkan musik yang baru, tapi mereka hadir dengan secercah wajah (atau rasa) Asia”. Baginya K-pop merupakan identitas yang kompleks sekaligus kontradiktif,

“musik pop korea pada dasarnya merupakan industri musik global; lagu diciptakan oleh seniman dari satu negara skandinavia, dinyanyikan penyanyi korea, dan ketika tampil dipangung koreografi dirancang oleh seniman jepang, tapi kita dengan sederhana menyebutnya “sebagai musik pop korea”.

Bahkan dia pernah berkelakar dengan membayangkan bagaimana jika “Nietzche menedengarkan SNSD”. Zarathustra mungkin tak akan pernah lahir atau bahkan terlahir lebih ampuh. Baginya identitas mengenai Korea Selatan di bangun oleh gadis-gadis cantik para member SNSD, dan melalui refleksi inilah ia berpendapat tidak ada yang salah dengan menjadi konsumen, pengikisan identitas kebudayaan milik sendiri tidak ada hubungannya dengan menjadi konsumen, karena identitas bisa muncul dari mana saja, diciptakan maupun tidak. Tapi baginya, jika kita berharap memiliki identitas budaya yang baik, yang bisa kita lakukan menjadi produktif. Bukan hal yang memalukan menjadi konsumen, yang memalukan adalah jika kita tidak memproduksi apapun. Lalu kemudian ia mengutip sastrawan angkatan-45 “Kita ahli waris kebudayaan” dan menambahkan, tapi sekali lagi, jangan lupa untuk mewariskan sesuatu juga kepada dunia.

Walaupun sang penulis mengakui ia tak layak menjadi sone, karena tak mempunyai poster dinding dan kaos bergambar para member. Akan tetapi kegiatan kepenulisannya sedikit banyak dipengaruhi oleh musik K-pop khususnya SNSD. Ia juga turut hadir dalam konser SNSD (SM Live World Tour III 2012) di Jakarta. Gagasannya mengenai konsumsi dan identitas bisa dikatakan merupakan dimensi pembacaan aktifnya ataupun ciri produktivitas penggemarnya terhadap SNSD. Tokoh-tokoh dan narasi fiktif dalam novelnya bisa saja merupakan peng-artikulasianya terhadap teks-teks SNSD.

Apa yang sebelumnya dijelaskan dapat dikatakan sebagai dimensi progresif dari suatu teks-teks populer atau dalam istilah Fiske sendiri yaitu “Politik Konsumen” (Fiske, 2010: 241). Di dalam politik konsumen inilah lahir sebuah usaha resistensi, dimana konsumen melakukan tindakan subversif ataupun penolakan (resistive) terhadap ideologi tertentu melalui jalur semiotik dan budaya. Menggunakan konsep De Certeau penggemar adalah pencuri yang melanggar batas wilayah pemilik tanah (pemilik teks) dan kemudian mencuri apa yang dia inginkan tanpa ditangkap atau tunduk kepada hukum-hukum tanah (aturan teks) (Fiske, 2011: 163).

Penggemar sebagai loyalitas-loyalitas sosial adalah apa yang di identifikasikan oleh Bourdieu sebagai praktik budaya protelar. Karena hubungan antara teks dan penggemar satu sama lain terhubung secara sosial (Fiske, 2011:168). Kekuatan teks populer yang bersifat polisemik sekaligus hadir dalam wilayah-wilayah yang mudah dijangkau merupakan ranah potensial dalam usaha melakukan perubahan sosial. Akan tetapi tidak semua teks-teks populer mampu melahirkan dimensi progresivitasnya. Hal ini dikarenakan tidak semua teks-teks populer menyediakan “wacana semiotik” yang mempenghuni dan

dalam banyak kasus cenderung dangkal, dan juga tidak semua penggemar atau konsumen budaya mampu melahirkan nilai-nilai alternatif dari teks-teks populer, dikarenakan penggemar tersebut hanya ambil bagian dari suatu populisme, yang dimana konsumsinya hanya dibangun atas reaksi spontanitas ataupun diferensiasi.

Kesimpulan

Dalam analisisnya apa yang membangun citra SNSD tidak bisa dikatakan tetap. Di awal-awal kemunculannya SNSD membangun citra melalui lagu ITNW, sebagai wanita remaja dengan cita-cita dan asa yang tinggi, sekaligus suatu perluasan wacana terhadap wanita remaja, yang sering diremehkan karena ketidak mampuannya untuk menentukan nasibnya sendiri. Mereka seolah-olah menjadi simbol kelahiran baru generasi kaum wanita. Pada fase selanjutnya SNSD seolah-olah keluar dari jalur tersebut, dan identik dengan citra wanita remaja yang begitu terobsesi dengan cinta. Lalu kemudian, citra wanita remaja perlahan menghilang digantikan dengan citra perempuan yang kuat dan mandiri.

Dalam hal ini peneliti melihat bahwasanya ITNW merupakan penanda awal dalam citra yang dibangun SNSD, yang dapat dibaca sebagai pendefinisian-pendefinisian identitas yang terus berlanjut. Serangkaian hal tersebut dapat direfleksikan sebagai usaha perjuangan mencari jati diri, solidaritas dan keteguhan diri. Citra dan identitas yang terus terbukainilah menjadi dimensi progresif dari SNSD.

Dalam riset audiensnya peneliti menemukan tanggapan dan artikulasi yang beragam. Salah satu penggemar memaknai aksi panggung dari SNSD dalam Mr. Mr. sebagai suatu ironi dan kritik dari gerakan perempuan yang cenderung superior dan

massif diruang publik, akan tetapi melupakan permasalahan sebenarnya di akar rumput. Penggemar yang lain, seorang penulis, melalui kegemarannya mendengarkan musik K-pop khususnya SNSD, Ia kemudian dapat merefleksikan aktifasinya tersebut menjadi gagasan mengenai konsumsi, identitas dan kebudayaan. Kemudian ia menjelaskan bahwasanya pertentangan antara konsumsi dan identitas bukanlah masalah besar, konsumsi dapat memicu tindakan produktivitas lainnya, yang salah jika konsumsi itu bersifat pasif. Penulis juga mengakui kegiatan kepenulisannya sedikit banyak dipengaruhi oleh teks-teks SNSD.

Dalam penelitian ini kajian hanya terfokus pada teks dan riset audiens yang terbatas, yang bertujuan untuk melakukan pemaknaan alternatif terhadap budaya populer itu sendiri. Untuk memahami fenomena budaya media lebih lanjut, khususnya dalam hal musik K-pop, dibutuhkan riset-riset lapangan yang secara khusus mengkaji bagaimana kultur budaya penggemar. Peneliti menyarankan kajian yang secara khusus untuk memahami *Fandom* K-pop di Indonesia. *Fandom* K-pop di Indonesia merupakan subjek sosial yang penting untuk memahami generasi muda Indonesia yang hidup di dalam lanskap budaya populer trans-nasional.

Daftar Pustaka

- Abdurahman, Arif. (2016). Fiksi Mini dari Klip Video SNSD. By: <https://yeaharip.com/2016/02/02/fiksimini-dari-klip-video-snsd>
- Fiske, John (2011). Memahami Budaya Populer. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi (3rded). Depok: Rajawali Press.
- Fiske, John (2010). Television Culture (2nded).

- New York: Routledge.
- Heryanto, Ariel (2015). *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: KPG.
- Horkheimer, Max, dan Adorno, Theodor W (2014). *Dialektika Pencerahan: Mencari Identitas Manusia Rasional*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Jung, S. (2014). Youth, social media and transnational cultural distribution: the case of online K-pop circulation. In *Mediated Youth Cultures* (pp. 114-129). Palgrave Macmillan, London.
- Kellner, Douglas (2010). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kurniawan, Eka. (2014). *Identitas.by*: <https://ekakurniawan.com/journal/identitas-5296.php>
- Oh, C. (2014). The politics of the dancing body: Racialized and gendered femininity in Korean pop. In *The Korean Wave* (pp. 53-81). Palgrave Macmillan, New York.
- Pillang, Yasraf (2003). *Hipersemitoka: Tafsir Cultural Studeis atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pilliang, Yasraf A dan Audifax (2017). *Kecerdasan Semiotik: Melampaui Dialektika dan Fenomena*. Yogyakarta: Aurora.
- Ryoo, W. (2009). Globalization, or the logic of cultural hybridization: the case of the Korean wave. *Asian Journal of Communication*, 19(2), 137-151.
- Seabrook, John. (2012). *The Factory Girl: Cultural Technology and Making of K-Pop*. By (<https://www.newyorker.com/magazine/2012/10/08/factory-girls-2>)
- Shin, H. (2009). Have you ever seen the Rain? And who'll stop the Rain?: The globalizing project of Korean pop (K-pop). *Inter-Asia Cultural Studies*, 10(4), 507-523.
- Strinati, Dominic (2016). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi-Pustaka.
- Takwin, Bagus. (2006). *Habitus: Perlengkapan dan Panduan Gaya Hidup*. Dalam Adilin Alfathiri (ed). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas* (pp. 35-55). Yogyakarta: Jalasutra.
- Unger, M. A. (2015). The Aporia of Presentation: Deconstructing the Genre of K-pop Girl Group Music Videos in South Korea. *Journal of Popular Music Studies*, 27(1), 25-47.