

KONSTRUKSI PENCIPTAAN FANTASI DAN WACANA PADA K-POP BLACKPINK

Construction of Fantasy Creation and Discourse on Blackpink K-Pop

Nursalam^a, Irvan Mustafa^b, Abd. Rahim^c, dan Asri Ismail^d

^{a,b}Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon

Jalan. Dr. H. Tarmizi Taher, Kota Ambon

^{c,d}Universitas Negeri Makassar

Jalan Mallengkeri Raya, Parang Tambung, Kec. Tamalate, Kota Makassar

Pos-el: nur.salam@iainambon.ac.id

Naskah Diterima Tanggal 17 Juli 2020—Direvisi Akhir Tanggal 14 Juli 2021—Disetujui Tanggal 27 Desember 2022

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penciptaan fantasi dan wacana pada K-Pop BLACKPINK. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup studi dokumentasi dan wawancara mendalam. Sumber data penelitian ini ialah teks foto BLACKPINK dan tuturan verbal. Analisis data penelitian ini mencakup proses (1) reduksi, (2) penyajian, dan (3) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi teks menunjukkan fantasi karena penampilan *fashion* dan figur kecantikan anggotanya. Fantasi ini membuktikan adanya relasi kekuasaan yang dimiliki BLACKPINK karena menimbulkan fanatisme bagi penggemarnya. Penciptaan teks dalam figur BLACKPINK sebagai bentuk perlawanan budaya terhadap hegemoni barat yang menimbulkan budaya hibrid sebagai identitas baru yang ditampilkannya. Fanatisme yang ditunjukkan penggemar membuktikan mereka sebagai *one dimensional society*. Praktik sosial yang mendorong kemunculan BLACKPINK tidak terlepas dari pengaruh budaya global dan kemampuan manajemen industri musik K-Pop Korea Selatan.

Kata-kata kunci: konstruksi, fantasi, wacana, dan K-Pop BLACKPINK

Abstract

The purpose of this study was to analyze the creation of fantasy and discourse in BLACKPINK K-Pop. This research used a qualitative research using Norman Fairclough's critical discourse analysis approach. Research data collections included documentation and in-depth interviews. The data sources of this research were photos of BLACKPINK members and verbal utterances. The data analysis of this research included the processes of (1) reduction, (2) presentation, and (3) drawing conclusions. The results showed that the dimensions of the text showed fantasy because of the fashion and beauty figures of its members. This fantasy proved the existence of power relation possessed by BLACKPINK because it can cause fanaticism for fans. The creation of texts in BLACKPINK figures, as a form of cultural resistance to western hegemony, created hybrid culture as a new identity that shown by fans. The fanaticism shown by fans proved that they were one dimensional society. Social practices that encourage the emergence of BLACKPINK were inseparable from the influence of global culture and the management capabilities of the South Korean (K-Pop) music industry.

Keywords: construction, fantasy, discourse, and K-Pop BLACKPINK

How to Cite: Nursalam, dkk. (2022). Konstruksi Penciptaan Fantasi dan Wacana Pada K-Pop Blackpink. *Aksara*. 34(2). 227—242.

PENDAHULUAN

K-Pop (Korean Pop) merupakan produk industri musik Korea Selatan yang populer saat ini. Meskipun kemunculannya sudah ada sejak 20 tahun terakhir, namun saat ini K-Pop telah menjadi fenomena global dengan menampilkan sosio-politik, budaya, teknologi, dan bertujuan menjadikan K-Pop sebagai bagian integral ekonomi Korea Selatan (Doré & Pugsley, 2019). K-Pop dapat populer di dunia meskipun tidak memiliki pengalaman budaya dan sejarah penggemar yang berbasis di Asia (Yoon, 2018). Demam K-Pop bukan hanya melanda dunia, tetapi juga di Indonesia karena memiliki kedekatan *geokultural* sebagai bangsa Asia (Eliani et al., 2018). Pecinta K-Pop di Indonesia didominasi remaja. K-Pop hadir dengan konsep *boy band* dan *girl band*. Demam K-Pop bukan hanya melanda remaja, tetapi hampir semua kalangan menyukainya. Hal ini dibuktikan melalui sikap fanatiknya menyaksikan penampilan bintang K-Pop saat melakukan pertunjukan di Indonesia. Salah satu *girl band* yang memiliki basis penggemar banyak di Indonesia adalah BLACKPINK. Hal tersebut dibuktikan melalui data yang dimuat *tribun solo.com* (2019, 24 Agustus) bahwa BLACKPINK memiliki basis penggemar terbanyak di Indonesia yang dibuktikan melalui *views YouTube* dibanding K-Pop lainnya. Bahkan, salah satu lagu mereka telah ditonton sebanyak 800 juta penonton seluruh dunia yang didominasi penggemar dari Indonesia. Selain itu, penampilannya di Indonesia selalu dipenuhi para penggemar. Hingga lagu-lagunya *booming* dinyanyikan para remaja di Indonesia.

BLACKPINK telah menampilkan budaya sekuler Korea Selatan. Hal tersebut ditonjolkan melalui *fashion* dan musik. Dalam penggunaan *fashion*, BLACKPINK berusaha menampilkan model pakaian,

aksesoris, gaya rambut, dan gaya hidup perempuan modern. Hal ini sesuai pendapat Arvidsson (2016) bahwa dalam K-Pop penampilan, dandanan, dan gaya harus ditampilkan secara cermat yang berorientasi pada keunggulan industri musik. Oleh karena itu, genre music BLACKPINK cenderung *dance*, *hip hop*, dan *rhythm and blues* (Alam & Nyarimun, 2017). BLACKPINK membuat para penggemarnya semakin fanatik, hingga muncul sejumlah komunitas remaja yang didominasi perempuan dan laki-laki. BLACKPINK telah memberikan pengaruh signifikan terhadap aspek psikologis penggemarnya. Bukan hanya aspek *fashion* yang berusaha diikuti penggemar, namun penggunaan bahasa Korea di Indonesia kian populer. Hal ini didorong oleh fanatisme penggemar hingga membuat budaya Korea Selatan menjadi budaya yang cukup populer saat ini di kalangan remaja. Bahkan, mereka menyatakan ketertarikan dengan budaya populer Korea dengan mendistribusikan produk-produk seperti stiker, catatan, dan souvenir yang merupakan bagian dari akumulasi benda-benda modal budaya populer Korea (Malik, 2019).

Pengaruh budaya yang dibawa BLACKPINK sangat signifikan bagi remaja. Pengaruh tersebut ditampilkan secara verbal dan non verbal, sehingga BLACKPINK menimbulkan fantasi bagi penggemarnya. Kemudian, segala sesuatu yang ditampilkan BLACKPINK telah menjadi fantasi bagi penggemarnya. Keinginan menirukan penampilan dan budaya yang ditampilkan BLACKPINK menjadi bagian dari fantasi tersebut. Penciptaan fantasi dari BLACKPINK seolah menunjukkan sebagai sosok perempuan modern yang layak diikuti bagi penggemarnya. Fantasi tersebut telah menjadi wacana karena K-Pop menuntut pengakuan dunia sebagai musik yang populer saat ini (Alam & Nyarimun, 2017).

Selain itu, pesan budaya yang dibawanya menjadi wacana di masyarakat. Oleh karena itu, wacana merupakan wujud dari tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu sebagai faktor utama yang ingin dicapai dalam produksi wacana tersebut (Marta, 2015).

Popularitas BLACKPINK didukung oleh penampilannya yang sangat digemari karena memiliki konsep *dance modern*. Konsep BLACKPINK mengikuti budaya global dengan mengembangkan tarian populer yang didukung teknologi dan koreografi modern (Oh, 2020). Selain itu, nama besar BLACKPINK tidak terlepas dari para anggotanya yang menjadi bintang bagi perempuan dan laki-laki saat ini. Penampilan anggotanya selalu menjadi sorotan para penggemar sehingga ingin selalu meniru penampilannya.

Konstruksi penciptaan fantasi dan wacana pada BLACKPINK dibangun melalui aspek teks dan konteks. Segala sesuatu yang bermakna pada dasarnya dapat disebut teks. Teks bukan hanya dilihat pada aspek gramatikal, tetapi dapat berupa unsur simbol atau visual, sedangkan konteks sesuatu yang memengaruhi produksi teks di luar teks itu sendiri (Rahmawati, 2016). Hal inilah yang membuat konstruksi fantasi dan wacana yang ditampilkan BLACKPINK menarik dikaji melalui perspektif teori wacana kritis Fairclough untuk mengetahui teks, *discourse practice* (produksi dan konsumsi teks), dan *sociocultural practice* (praktik sosial) terhadap BLACKPINK (Fairclough, 2010). Berdasarkan pendapat tersebut, teks dipandang sebagai lambang komunikasi yang ditandai pada wujud simbol linguistik. Namun, konstruksi teks bukan hanya ditandai pada simbol dan unsur linguistik, tetapi dapat diidentifikasi melalui gambar visual dengan ideologi di dalamnya. Dalam memahami teks, bukan hanya mengandalkan pengamatan dan interpretasi tetapi membutuhkan pengalaman empirik pembaca. Kemudian, representasi terhadap teks, harus memperhatikan antara relasi dan identitas sehingga dapat memberikan

deskripsi yang mendalam terhadap teks. *Discourse practice* (penciptaan dan konsumsi teks) merupakan alasan mendasar teks dibangun sebagai wacana dalam menyampaikan pesan komunikasi. Wacana tersebut kemudian diterima sebagai pengetahuan oleh masyarakat dengan mengikuti atau memberikan respons terhadap teks tersebut. Kemudian, *sociocultural practice* (praktik sosial) adalah dimensi eksternal yang mendukung terciptanya teks serta memberikan pengaruh terhadap wacana yang ada. Dimensi eksternal tersebut meliputi ideologi, politik, agama, dan budaya yang melatarbelakangi. Fairclough meyakini kalau dalam wacana kritis subjek tidak secara tegas mengenali apa yang mereka jalani, serta mereka tidak menyadari akibat yang mereka katakan (Ismail, 2018).

Pada dasarnya BLACKPINK dipandang sebagai teks secara visual agar dapat dikaji melalui wacana kritis. Analisis wacana kritis merupakan perspektif teori yang dapat digunakan dalam membaca teks tertulis, lisan, hingga visual secara kritis dan mendalam (Nursalam et al., 2019). Analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) juga dapat mengkaji aspek di luar teks untuk menemukan kaitan antara teks dengan dimensi sosial melalui fenomena sosial yang terjadi (Fitriana, 2019). Oleh sebab itu, analisis wacana kritis bertujuan menganalisis faktor pembentuk teks serta hubungannya dengan masalah sosial.

Penelitian K-Pop dan analisis wacana kritis hakikatnya sudah pernah dilakukan. *Pertama*, Latupeirissa & Dami (2019) tentang ideologi bahasa politik Soekarno: sarana pemertahanan, keamanan, dan perdamaian Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam ideologi pidato Soekarno mengandung ideologi persatuan dan kesatuan, ideologi revolusi merupakan bagian dari jiwa bangsa Indonesia, dan ideologi imperialisme menjadi musuh paling utama bangsa dan negara Indonesia. *Kedua*, Suciartini (2017) tentang analisis wacana kritis “semua karena Ahok” program mata

najwa Metro TV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek struktur makro dalam wacana program tersebut menjelaskan tentang kebijakan Ahok, penggusuran bantaran kali dan waduk, dan pembangunan rusunawa. Aspek superstruktur pada bagian pendahuluan dibuka dengan narasi yang menarik, pembahasan ditampilkan melalui fakta-fakta baik video, maupun wawancara kepada warga DKI Jakarta yang menilai 1,5 kepemimpinan Ahok, serta bagian penutup menampilkan kritik terhadap gaya kepemimpinan Ahok demi kemajuan DKI Jakarta yang akan datang. Selanjutnya, aspek struktur mikro mengacu pada analisis semantik tentang pertanyaan Najwa terhadap program yang telah dan akan dilakukan Ahok sebagai pemimpin DKI Jakarta. Ketiga, Alam & Nyarimun (2017) musik K-Pop sebagai alat diplomasi dalam *soft power* Korea Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik K-Pop telah menjadi alat diplomasi Korea Selatan yang memberikan keuntungan bagi negaranya sendiri. Keempat, Eliani et al., (2018) fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar musik K-Pop.

Keempat penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan tersebut didasarkan pada aspek objek, teori, dan fokus penelitian yang digunakan. Meskipun objek penelitian sebelumnya ada yang membahas tentang K-Pop, namun tidak secara spesifik. Objek penelitian yang akan dilakukan lebih spesifik terhadap *girl band* BLACKPINK. Teori analisis wacana kritis yang digunakan pun berbeda, sementara teori analisis wacana kritis yang akan digunakan penelitian adalah teori trilogi Fairclough. Alasan mendasar pemilihan objek penelitian ini karena budaya K-Pop yang ditampilkan BLACKPINK menimbulkan fantasi dan wacana bagi penggemarnya selama ini, sehingga menarik dikaji melalui teori

analisis Fairclough. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tiga fokus utama berdasarkan masalah dan teori yang ada, yakni (1) representasi teks terhadap penampilan BLACKPINK, (2) produksi dan konsumsi teks melalui penampilan BLACKPINK, dan (3) praktik sosial yang melatarbelakangi penciptaan teks. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu bahasa dan peningkatan teori analisis wacana kritis dalam ilmu linguistik.

Berdasarkan teori analisis di atas, penciptaan fantasi dan wacana pada BLACKPINK dapat dianalisis melalui teks visual dan tuturan verbal yang diperoleh melalui hasil wawancara. Teks tersebut kemudian dianalisis dan dideskripsikan berdasarkan pemahaman peneliti. Hingga, hasil deskripsi tersebut menunjukkan bagaimana relasi teks diciptakan dan diterima masyarakat serta faktor yang melatarbelakangi penciptaan teks tersebut.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Pendekatan analisis wacana kritis berfungsi merepresentasikan hubungan bahasa 'teks' dan masyarakat 'konteks' (J. Kim, 2015). Analisis wacana kritis juga tidak membatasi diri pada teks dan konteks, namun melihat dimensi lain sebagai perangkat analisis baru yang dapat dipertimbangkan (Arimi, 2008). Proses pengumpulan data penelitian ini meliputi studi dokumentasi dan wawancara mendalam. Sumber data penelitian ini ialah data visual (foto) dan tuturan verbal. Tahap analisis data yang dilakukan yakni proses (1) reduksi, (2) penyajian, dan (3) penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2014). Tahap reduksi dilakukan dengan cara (1) proses transkripsi data (2) data kemudian diidentifikasi berdasarkan tujuan penelitian, (3) pengklasifikasian sesuai tujuan penelitian yakni, merepresentasikan hubungan wacana dengan realitas sosial

melalui dimensi teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*, dan (4) melakukan pemaknaan data yang telah diklasifikasi. Kedua, tahap penyajian, yakni menyajikan data yang telah diklasifikasikan ke dalam bentuk tabel. Ketiga, tahap penarikan kesimpulan sebagai tahap akhir dengan cara melakukan proses verifikasi ulang terhadap data awal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penciptaan fantasi dan wacana dalam K-Pop BLACKPINK merupakan upaya untuk menciptakan *boom sex*. BLACKPINK menjadi representasi remaja masa kini sebagai idola perempuan dan laki-laki. Fantasi tersebut akhirnya mendorong lahirnya fanatisme. Fanatisme tidak lagi dilandasi rasionalitas nilai. Selain itu, popularitas budaya Korea juga menimbulkan wacana sehingga menimbulkan polemik dan perang wacana melalui media. Oleh karena itu, proses penciptaan fantasi dan wacana tersebut diuraikan melalui tiga hal, yakni (1) representasi teks, relasi, dan identitas, (2) produksi dan konsumsi teks, dan (3) praktik sosial yang meliputi situasional, institusional, dan sosial. Ketiga hal tersebut diuraikan berikut ini.

Representasi Teks, Relasi, dan Identitas

Teks menampilkan hubungan realitas sosial dan budaya yang representasinya bersifat subjektif (Siswanto & Febriana, 2018). Hal ini sejalan pendapat Norman Fairclough yang berusaha menghubungkan teks dengan konteks masyarakat yang mencakup aspek sosial dan budaya (Ismail, 2018). Untuk menjadi wacana yang baik, teks harus memperhatikan hubungan gramatikalnya (Widiatmoko, 2015). Namun, tidak selamanya teks mengandung unsur gramatikal atau linguistik. Gambar, bunyi, dan objek lainnya yang memiliki makna dapat dikatakan sebagai teks. Teks visual memiliki identitas dan ideologi sendiri dan membutuhkan pengalaman empirik dalam memahaminya. Oleh karena itu, teks visual berikut ini dapat direpresentasikan untuk

memahami fantasi dan wacana yang ditampilkan BLACKPINK.



Gambar 1.

Anggota BLACKPINK

Sumber: wowkeren.com

Representasi gambar (1) di atas menampilkan keempat anggota BLACKPINK yang bernama Jisoo, Jennie, Lisa, dan Rose. Ketiga anggotanya merupakan keturunan Korea Selatan, sedangkan Lisa sendiri berasal dari Thailand. Keempat anggota BLACKPINK memiliki bakat dan multitalenta khusus sebagai bintang K-Pop. Keempatnya selalu tampil modis sehingga menjadi role model bagi remaja. Hal ini sejalan dengan pendapat Kim (2021) bahwa bintang K-Pop menjadi idola para penggemar karena memiliki *fashion* menarik sehingga penggemar mengagumi dan berusaha meniru serta memilikinya. Selain itu, sebagai role model, penggemar cenderung mengidentifikasi diri mereka dengan idola K-pop sambil menggambarkan idola sebagai individu yang diinginkan tanpa melihat perbedaan identitas sosialnya (Yoon, 2018).

Gambar (1) juga menunjukkan bahwa anggota BLACKPINK tampil feminim. Hal tersebut dapat dilihat dari fashion yang mereka tampilkan seperti model rambut, warna kulit, bentuk wajah, dan gaya berpakaian. Model rambut keempatnya yang terurai panjang sebagai simbol keagungan dan feminisme. Kemudian, gaya rambut Lisa yang diwarnai menandakan sebagai perempuan yang modis dan modern. Penampilan BLACKPINK menjadi *power* untuk menciptakan fantasi bagi

penggemarnya. Fantasi inilah yang menimbulkan wacana. Wacana tersebut diproduksi untuk menampilkan konstruksi sosial tertentu sesuai realitas yang ada (Annas & Fitriawan, 2018). Oleh karena itu, analisis wacana kritis dapat membongkar teks dan apa yang dibalik teks melalui fenomena sosial yang ada (Latupeirissa & Dami, 2019).

BLACKPINK telah membentuk fantasi dan wacana bahwa mereka adalah perempuan yang ideal. Bagi perempuan dalam memilih fashion mereka dapat meniru BLACKPINK mulai gaya rambut dan cara berpakaian. Kemudian fantasi bagi laki-laki dalam memilih pasangan yakni perempuan seperti anggota BLACKPINK berparas cantik, kulit putih, dan energik. Hal tersebut menunjukkan bahwa teks membangun dunia sosial dan wacana beredar melalui dunia sosial yang kemudian berusaha diikuti penggemarnya (Collin, 2016). Hal inilah yang membuat Kim (2021) sampai mengatakan bahwa penampilan K-Pop merupakan bagian dari peragaan busana yang mengiringi penampilan mereka untuk membuat penonton senang hingga bertanya-tanya tentang varian gaya atau *fashion*-nya

Fantasi yang dimunculkan BLACKPINK dapat dilihat sebagai bentuk perlawanan kekuasaan atas dominasi patriarki. Industri grup musik yang selama ini didominasi kaum laki-laki di pentas dunia perlahan bergeser dengan kehadiran BLACKPINK. Oleh karena itu, Foucault menilai bahwa dalam fantasi dan wacana ada kekuasaan perlawanan diberlakukan (Tsuria, 2020).

Popularitas yang dicapai BLACKPINK merupakan bagian dari kesuksesannya sehingga memiliki penggemar di seluruh dunia. Bukan hanya itu, ada identitas dan relasi sosial yang diciptakan di masyarakat sehingga menimbulkan ideologi fanatik bagi penggemar yang disebut 'Koreaboss'. Mereka menunjukkan obsesi tinggi dan sikap eksklusif terhadap budaya pop Korea tanpa harus menjaga hubungan dengan

dunia luar dan penggemar K-Pop lainnya (Yoon, 2019).

BLACKPINK merupakan wujud kulminasi budaya Korea Selatan yang bersifat sekuler. Gaya berpakaian dan model rambut keempatnya yang ditampilkan dalam gambar (1) menegaskan kebebasan hak sebagai perempuan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kim (2021) bahwa bintang K-Pop berusaha menampilkan perubahan gaya tanpa batas dan secara terus mengubah penampilan dirinya. Apalagi salah satu dari anggota mereka berasal dari Thailand. Namun, perbedaan tersebut tidak membatasi penampilan mereka yang cenderung memiliki kesamaan seperti warna kulit, gaya rambut, tinggi badan, dan postur fisik. BLACKPINK dalam gambar (1) juga berusaha menampilkan diri sebagai perempuan yang ceria. Hal ini sesuai dengan budaya orang Korea yang selama ini dikenal ramah dalam kehidupan sosialnya. Gestur tubuh dalam gambar (1) juga menggambarkan kelembutan diri sebagai seorang perempuan. Fantasi inilah yang kemudian menjadi ideologi bagi perempuan masa kini agar tampil ceria dan memiliki sikap lemah lembut. Selain itu, pemilihan warna baju yang digunakan keempatnya melambangkan karakter mereka yang feminim. Oleh karena itu, ideologi yang diciptakan BLACKPINK merupakan elemen penting dari proses hubungan kekuasaan yang dibangun, dipertahankan, diberlakukan dan ditransformasikan kepada penggemarnya (Fairclough, 2010).

Bintang K-Pop BLACKPINK terdiri dari anggota remaja perempuan muda yang memiliki usia 23 tahun. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan rasa afinitas antara idola dan penggemar yang dianggap memiliki kesamaan jiwa dan emosi. Pengalaman generasi yang sama dari idola K-pop dan penggemarnya mungkin meningkatkan relevansi K-Pop untuk menghadapi transisi ke masa dewasa (Yoon, 2017). Keempat anggota BLACKPINK merupakan perempuan cerdas dan memiliki bakat yang besar. Bukan hanya

mengandalkan penampilan fisik, namun vokal dan *dance* menjadi kemampuan utamanya. Pada gambar (1) juga menampilkan pertarungan budaya karena salah satu anggota BLACKPINK berasal dari Thailand. Namun, perbedaan budaya yang dimilikinya tidak membatasinya sebagai bagian dari tim BLACKPINK. Bakat dan kemampuannya mampu menyaingi dominasi perempuan Korea yang ingin bergabung dalam BLACKPINK. Dinamika tersebut menjadi fantasi bahwa semua perempuan memiliki kesempatan yang sama menjadi sukses kapan dan di mana saja.

Perempuan Korea secara umum memiliki prinsip bahwa kecantikan merupakan hal utama dalam hidup. Kecantikan tersebut dapat dilihat dari tubuh yang langsing, kulit putih, rambut panjang, dan wajah yang tirus. Kecantikan tersebut telah direpresentasikan BLACKPINK. Hal inilah yang membuat perempuan Korea Selatan menempati peringkat pertama negara di dunia yang paling sering melakukan operasi plastik. Perubahan globalisasi telah membuka ideologi perempuan Korea menjadi perempuan modern. BLACKPINK merupakan wujud praktik perempuan yang telah berhasil keluar dari dominasi patriarki. Apalagi di Korea Selatan saat ini banyak *boyband* K-Pop terkenal lainnya seperti, Super Junior dan BTS. Namun, penampilan BLACKPINK mampu menunjukkan kesetaraan mereka dengan bintang K-Pop lainnya. Hal ini dapat dilihat dari data yang dimuat dalam Kompas TV BLACKPINK dinobatkan sebagai *girl band* terbaik di dunia versi Bloomberg (Septina, 2020). Popularitas BLACKPINK tersebut dapat dilihat dari interaksi *Instagram*, jumlah *viewers YouTube*, dan *streaming Instagram*. Hingga akhirnya Bloomberg menyatakan penjualan album BLACKPINK mencapai 192 juta. Oleh karena itu, fenomena BLACKPINK sejalan dengan optimisme Luce Irigaray dalam teori feminisnya bahwa BLACKPINK telah menampilkan sosok perempuan ideal yang

ramah dengan segala eksistensinya sehingga menciptakan fantasi khusus sekaligus sebagai *power* dan kekuasaannya melawan budaya patriarki.

Penciptaan fantasi dalam BLACKPINK menunjukkan adanya relasi kekuasaan. Fantasi inilah yang membentuk ideologi. Ideologi dan kekuasaan merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Ideologi tersebut diproduksi untuk melegitimasi komunitas tertentu yakni penggemar BLACKPINK (Suciartini, 2017). BLACKPINK mampu memengaruhi sistem sosial masyarakat dunia. Eksistensi BLACKPINK tidak terlepas dari peran media, sehingga penggemar BLACKPINK bukan hanya di kalangan remaja perempuan, tetapi banyak remaja laki-laki. Hal ini tidak terlepas dari fantasi yang dimunculkan BLACKPINK sebagai *girl band* yang menampilkan aksi dan fashion menarik. Ditambah kecantikan para anggotanya menjadi *power* utama yang menarik fantasi penggemarnya. Relasi yang selama ini diciptakan BLACKPINK bagi penggemarnya adalah lahirnya komunitas pecinta BLACKPINK di seluruh dunia, sehingga subordinasi perempuan menjadi dominan di kalangan para penggemarnya.

Wujud identitas dalam BLACKPINK dideskripsikan melalui debut penampilannya yang dimulai sejak 8 Agustus 2016. Debut perdananya menampilkan *single square one* dan *square two*. Keempat anggota BLACKPINK melalui proses panjang bertahun-tahun untuk tampil dalam grup tersebut. Seleksi ketat yang dilakukan tim manajemen membuat keempat anggotanya pun memiliki bakat vokal dan *dance* yang sangat baik. Setiap *single* yang dinyanyikan BLACKPINK menjadi populer di kalangan pecinta musik K-Pop sehingga mereka mampu menghafalkan lagu-lagu tersebut. Aliran musik hip pop dengan penampilan *dance* membuat *girl band* ini semakin terkenal di seluruh dunia.

Produksi Teks dan Konsumsi Teks (*discourse practice*)

BLACKPINK sebagai komoditas musik mampu memenuhi keinginan para pecinta musik di Korea. Industri musik Korea bukan hanya populer di Korea saja, tetapi mampu populer di seluruh dunia. Choi dan Maliangkay bahkan mengatakan popularitas Korea mendadak menjadi gelombang anomali dalam sejarah budaya populer (Howard, 2015). Bahkan, penggemar K-Pop di barat menggambarkan minat dan antusiasme mereka terhadap K-Pop sebagai pilihan budaya (Yoon, 2018). Adanya globalisasi telah membangkitkan K-Pop dan menimbulkan imajinasi global sehingga menunjukkan musik Korea telah mengejar ketertinggalannya dengan Barat (Yoon, 2017). Konsep musik modern yang ditampilkan BLACKPINK mampu memenuhi pecinta musik Korea saat ini. Musik K-Pop BLACKPINK memiliki identitas khusus yang dinilai sebagai generasi baru musik pop Asia yang sudah melampaui musik barat meskipun telah dipengaruhi musik barat seperti pop Amerika (Yoon, 2017). Apalagi figur anggota BLACKPINK dengan kecantikan dan bakat *dance* yang dimilikinya membuat industri musik Korea semakin dikenal. Oleh karena itu, wacana penciptaan BLACKPINK tidak dapat dipandang alamiah, wajar, dan netral tetapi ada konstruksi kekuasaan yang ditampilkan melalui citra dan identitas figur BLACKPINK (Latupeirissa & Dami, 2019).

Logika penciptaan BLACKPINK sebagai figur seks bukan hanya ditujukan kepada perempuan, namun juga kepada laki-laki. Logika tersebut sejalan dengan pendapat Jacques Lacan tentang objek hasrat dan objek penyebab hasrat. Kehadiran BLACKPINK dengan kecantikannya menjadi objek hasrat, sedangkan objek penyebab hasrat bersifat simbolis yakni ditandai melalui penampilan *fashion* sehingga muncul fantasi untuk mau menonton. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan penggemar BLACKPINK berikut ini.

Data DP-01

BLACKPINK memiliki bakat, cantik, *body goals* dan konsep kuat dan menonjol dibandingkan *girlband* lain dengan genre yang jarang ditampilkan *girlband* lain sebelumnya serta lagu-lagu dari *blackpink* yang *easy going* atau mudah terngiang-ngiang yang dipadukan dengan *dance* yang sesuai

Pernyataan data (1) di atas menjelaskan bahwa fantasi BLACKPINK dibuktikan melalui penampilan (*fashion*). Konsep yang ditampilkan pun menjadi identitas yang mampu menarik minat penggemarnya. Senada dengan Kim et al., (2010) bahwa gelombang budaya pop Korea itu memengaruhi berbagai entitas termasuk musik, film, makanan, *fashion*, dan lainnya.

Fenomena demam BLACKPINK dapat disebut sebagai glokalisasi. Glokalisasi merupakan bentuk konstruksi budaya sendiri yang berusaha dibangun oleh masyarakat timur Korea dalam melawan hegemoni budaya barat. Industri musik Korea berusaha membangun hegemoninya dengan kekuatan sosialnya saat ini melalui popularitas BLACKPINK demi kemajuan ekonomi masyarakatnya secara fundamental (Fairclough, 2010). Meskipun, konsepnya sama dengan *girl band* dari barat, namun balutan budaya Korea mampu menciptakan budaya hibrid sebagai identitas baru dalam musik pop. Budaya inilah yang menimbulkan fantasi, sehingga mampu memengaruhi kehidupan sosial penggemarnya. Hal ini sejalan pendapat Alam & Nyarimun (2017) negara yang mengesankan negara lain melalui warisan budayanya akan meningkatkan kekuatan sosialnya secara global. Dinamika inilah yang membuat BLACKPINK semakin populer hingga ke seluruh dunia termasuk Indonesia.

Popularitas BLACKPINK bukan hanya digunakan dalam penciptaan fantasi industri musik. Namun, BLACKPINK telah menjadi *brand ambassador* produk ternama di dunia. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar berikut ini.



Gambar 2.
BLACKPINK *brand ambassador shopee*
Sumber: Music Press Asia Staff

Gambar 2 diatas menunjukkan penampilan BLACKPINK sebagai *brand ambassador Shopee*. *Shopee* merupakan *mobile-platform* ternama sebagai sarana transaksi jual-beli secara daring yang dimiliki perusahaan asal Singapura. Namun, *Shopee* telah digunakan di Indonesia dan menjadikan BLACKPINK sebagai bintang *brand ambassador*. Popularitas BLACKPINK dianggap dapat meningkatkan penggunaan produk tersebut. Sasaran utama menggunakan BLACKPINK sebagai *brand ambassador* para remaja penggemarnya. Penggemarnya dinilai akan berusaha mengikuti dan memiliki produk yang ditampilkan BLACKPINK. Apalagi, BLACKPINK memiliki basis fandom (komunitas) yang banyak dan didukung akses media sosial yang tidak terbatas (Yoon, 2018). Apalagi, pengguna media dan *platform online* selama ini didominasi oleh kalangan remaja. Hal inilah yang dinilai sebagai alasan *Shopee* menjadikan BLACKPINK sebagai *brand ambassador*.

Selain itu, konsep *fashion* yang digunakan selama ini dalam penampilannya merupakan bagian dari proses citra pengenalan produk khusus, seperti model pakaian, aksesoris, hingga warna rambut. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 3.
BLACKPINK *brand ambassador fashion*
Sumber: kumparanwoman

Gambar 3 di atas menunjukkan Rose BLACKPINK menjadi *brand ambassador fashion* Saint Laurent rumah mode terkemuka di dunia. Menjadikan anggota BLACKPINK sebagai *brand ambassador* dianggap pilihan tepat. Penampilan anggota BLACKPINK yang modis sangat sesuai dengan produk busana atau fashion yang dipromosikannya. Hal inilah yang menimbulkan kesan trendi sehingga sangat disukai para penggemar dan pencinta mode. Selain itu, anggota BLACKPINK memiliki pengikut yang banyak di semua *channel* media sosialnya sehingga dia dapat mengenalkannya dengan cepat dan secara luas. Hal inilah yang membuat BLACKPINK menjadi *brand ambassador* ternama karena dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi produk tersebut.

Konsumsi Teks

Konsumsi teks direpresentasikan melalui respons penggemar BLACKPINK sebagai *girl band* terbaik di dunia. Hal tersebut dapat dilihat dari basis penggemarnya yang dapat menerima musik K-Pop BLACKPINK meskipun memiliki perbedaan bahasa, geografis, dan budaya dengan budaya penggemar di luar Korea (Yoon, 2018). Hal tersebut dibuktikan melalui data jumlah penggemar K-Pop di Asia khususnya sudah mencapai 2,31 juta yang tersebar ke dalam 84 komunitas penggemar. Kemudian di Amerika ada 500.000 penggemar dari 25 komunitas dan di Eropa ada sekitar 460.000 penggemar dari 7 wilayah (Eliani et al., 2018). Data tersebut

didukung hasil penelitian Yoon (2018) bahwa sebagian pemuda Kanada menganggap K-Pop sebagai budaya pop yang keren dan baru yang dapat dinikmati bagi pemuda global tanpa memandang etnis atau latar belakang mereka. Hal inilah yang membuat relasi sosial fandom BLACKPINK dapat terjalin cepat melalui media sosial demi menunjukkan legalitas dukungan mereka. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil wawancara berikut ini.

Data DP-02

Dengan menjadi penggemar BLACKPINK saya memiliki banyak teman di berbagai kota maupun dunia yang tergabung dalam sebutan Blink (Nama fans Blackpink). Kami biasa bertukar cerita, saling support satu sama lain melalui jejaring sosial seperti di WhatsApp, IG, Twitter.

Data 2 di atas menjelaskan bahwa komunitas BLACKPINK dibangun melalui media sosial. Relasi sosial yang terbentuk membuat komunitas tersebut sangat aktif di media sosial. Tujuan mereka membentuk fandom yakni berbagi informasi terkini terkait perkembangan bintang idola mereka. Hal inilah yang membuat komunitas tersebut memiliki anggota yang banyak dan fanatik. Fanatisme penggemar didominasi remaja SMA dan mahasiswa. Malik (2019) mengatakan fanatisme muncul karena penggemar berusaha mengekspresikan kedekatan budayanya dengan K-Pop melalui penggunaan nilai-nilai budaya dan hubungan gender. Budaya Korea yang penuh keramahan sama dengan budaya Indonesia yang juga dikenal ramah oleh negara lain. Fanatisme tersebut membuktikan mereka sebagai kelompok *one dimensional society*. Hal ini telah dijelaskan oleh Herbert Marcuse sebagai pemikir mazhab Frankfurt bahwa *one dimensional society* merupakan sebuah kelompok masyarakat yang memiliki fantasi berlebihan sehingga mereka berusaha mengikuti segala aktivitas dan menirukan penampilannya. Selain itu, mereka memiliki rasa kepemilikan yang sangat tinggi sehingga

membentuk kelompok sosial tersendiri. Padahal, autentifikasi fenomena fanatisme tersebut bersifat semu. Hal ini sejalan pendapat Collin (2016) bahwa teks hanya dapat menawarkan imajiner dan teks penuh dengan kesalahan, kelalaian, dan paradoks. Hal inilah yang membuat fanatisme dapat membahayakan kelangsungan budaya Indonesia. Oleh karena itu, fanatisme ketika dilihat dari rasionalisme Max Weber sebagai aksi sosial yang tidak lagi berorientasi pada makna, nilai, dan kepercayaan (van Leeuwen, 2018).

Perilaku fanatisme penggemar BLACKPINK ditunjukkan dengan mengikuti perilaku sosialnya, seperti penggunaan bahasa. Ketertarikan penggemar terhadap bahasa Korea adalah aspek integral untuk menunjukkan posisi subjektif dari identitas budaya penggemar dan kompleksitas ekspresi identitas mereka (Malik, 2019). Hal inilah yang membuat perkembangan minat bahasa Korea semakin meningkat di Indonesia. Selain itu, para penggemar menilai diri mereka sebagai penggemar sejati ketika mampu menirukan *fashion* atau penampilannya. Dinamika ini sesuai dengan pernyataan penggemar BLACKPINK yang memiliki fantasi berikut ini.

Data DP-03

Saya memiliki fantasi menjadi atau kembaran saudara BLACKPINK karena fashionable dan proporsi badan idealnya penampilan idealnya

Pernyataan data (3) di atas membuktikan fanatisme pada penggemar BLACKPINK memiliki keinginan kuat mengikuti penampilannya. Pernyataan tersebut senada dengan Jansen bahwa dalam ekonomi simbolik subkultural para penggemar K-Pop menganggap diri mereka sendiri sebagai pencinta yang 'keren' yang berbeda dengan penggemar lainnya (Yoon, 2018). BLACKPINK telah menciptakan rasa, cinta dan keterikatan emosi yang berlebihan sehingga mereka akan membela dan mempertahankan fantasinya dengan berusaha mengikuti segala penampilan dan perilakunya (Eliani et al., 2018). Fanatisme

terhadap BLACKPINK jelas memiliki dampak sosial dan budaya kepada generasi muda Indonesia. Fanatisme tersebut dapat menimbulkan kegelisahan karena sikap sosialnya berusaha menirukan orang Korea seperti cara berbicara. Selain itu, remaja yang memiliki fanatik terhadap BLACKPINK perlahan akan melupakan identitas budaya lokal Indonesia. Mereka cenderung lebih suka menampilkan budaya Korea seperti cara berpakaian yang cenderung liberal.

Agresivitas para penggemar BLACKPINK selama ini tidak terlepas dari citra media yang berusaha menampilkan nilai-nilai modernitas. Borelli menyebut bahwa era media sosial membuat penggemar bergantung pada budaya populer yang diedarkan melalui internet untuk berinteraksi sehari-hari, sehingga citra budaya lokal terabaikan (Oh, 2020). Fenomena inilah yang disebut oleh Jean Baudrillard sebagai simulacra. Simulacra segala fenomena abstrak dapat menjadi konkret karena pengaruh media. Media saat ini selalu menampilkan citra lebih yang menonjol pada figur-figur seks sehingga dapat diterima oleh konsumen yakni komunitas penggemar BLACKPINK. Hal inilah yang menimbulkan distingsi sosial dengan masyarakat umum lainnya. Munculnya stigma dan stereotip rasial terhadap K-Pop BLACKPINK dinilai penggemar dipengaruhi oleh posisi subjek mereka sendiri dalam hal ras dan etnis (Yoon, 2018). Dinamika tersebut dibuktikan melalui pernyataan hasil wawancara berikut ini.

Data DP-04

BLACKPINK tidak memberikan pengaruh negatif menurut saya, selama masih batas wajar hanya mengidolakan dengan mendukung karya mereka sebagai bentuk terima kasih fans atas kerja keras Member's. Tetapi sebagian Non Kpopers yang biasanya saya temui terang-terangan mengecam Kpopers dengan alasan, Kpopers mengidolakan plastik, tidak suka dengan produk Indonesia, sibuk dengan dunianya sendiri, selalu halu dan masih banyak lagi yang menurut saya biasanya pernyataan-

pernyataan seperti ini bisa menimbulkan *War* (perang) saling lempar sindiran sehingga merugikan budaya Indonesia yang terkenal dengan kerukunannya

Pernyataan data 4 di atas telah membuktikan adanya distingsi sosial (jarak sosial). Perang wacana yang terjadi melalui media sosial menimbulkan polemik pro dan kontra. Bahkan ada yang menilai selera penggemar musik K-Pop BLACKPINK sangat rendah dengan musik yang asing dan tidak dapat dipahami bahasanya (Yoon, 2018). Kelompok masyarakat terbagi menjadi dua karena memiliki keinginan sosial yang berbeda. Meskipun resistensi terhadap penggemar *BLACKPINK* hanya berlangsung melalui media sosial, namun agresivitas tersebut dapat mengancam kerukunan berbudaya dan memiliki pengaruh psikologis (Eliani et al., 2018).

Praktik Sosiokultural (*sociocultural practice*)

Praktik sosiokultural merupakan praktik sosial penciptaan teks. Praktik sosial dapat dilihat dari konteks budaya, politik, dan sejarahnya yang meliputi aspek situasional, institusional, dan sosial (Saraswati & Sartini, 2017). Aspek situasional menunjukkan konteks peristiwa yang dipengaruhi oleh waktu dan suasana. Aspek institusional dipengaruhi oleh industri musik korea serta kekuatan-kekuatan eksternal, dan aspek sosial menunjukkan perubahan sosial masyarakat memengaruhi wacana yang ada. Hal tersebut diuraikan berikut ini.

Situasional

Teks harus dipahami secara inklusif dalam wacana untuk mendapatkan pemahaman kompleks terkait dinamika sosial di masyarakat (Fairclough, 2013). Teks apa pun harus dipahami sebagai tindakan sosial serta sebagai produk dari konteks sosial-politik yang memiliki historis (Johnson, 2011). Sama halnya dalam memberikan representasi situasional harus melihat aspek historisnya. Industri musik

Korea telah muncul sejak tahun 1960-an, namun menjadi populer sejak tahun 2000-an. Demam K-Pop yang melanda dunia saat ini dimanfaatkan oleh industri musik Korea untuk menciptakan BLACKPINK yang mampu menyita banyak penggemar di seluruh dunia. Kehadiran BLACKPINK sebagai wujud nyata kebebasan ideologi perempuan Korea yang mampu melepaskan diri dari pengaruh patriarki. Hal ini sejalan dengan pendapat Lee (2008) bahwa tren modernitas yang ditunjukkan perempuan Korea adalah cara mengatasi kekuasaan patriarki. Oleh karena itu, popularitas dan eksistensi BLACKPINK bertujuan menggeser dominasi *boy band* Korea lainnya yang selama ini lebih awal populer.

Popularitas BLACKPINK tidak terlepas dari pengaruh budaya global. Korea Selatan sebagai negara asal BLACKPINK merupakan negara yang menganut paham sekuler, sehingga tidak membatasi inovasi perkembangan genre dan konsep industri musiknya. Konsep musik BLACKPINK yang modern dan penampilan *fashion*-nya mampu menjawab kebutuhan para remaja saat ini yang bersifat hedonis. Hal inilah yang membuat BLACKPINK dapat diterima penggemarnya dari semua kalangan. Dinamika ini sesuai dengan pernyataan hasil wawancara berikut ini.

Data SP-05

BLACKPINK memiliki suara yang cukup unik dan lagu-lagu yang mereka rilis juga cukup berbeda dengan konsep atau gaya yang cenderung hip-hop tapi terkesan berkelas dan nyaman untuk dipandang. Selain itu tarian mereka cukup unik dan menarik perhatian.

Pernyataan data (5) di atas menegaskan bahwa BLACKPINK memiliki identitas tersendiri yang mampu menarik penggemarnya. Penataan konsep tarian yang disertai latar visual menarik membuat penampilannya semakin mengesankan. Hal inilah yang membuat BLACKPINK berbeda dengan penampilannya *boyband* dan *girlband* lainnya. Unsur lain yang membuat

BLACKPINK sangat menarik karena penampilannya disertai koreografi menarik. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar berikut ini.



Gambar 4.

Konsep koreografi BLACKPINK
Sumber: Kumparan

Gambar 4 sebelumnya menunjukkan penampilan koreografi BLACKPINK video klip lagunya yang berjudul *ddudu-ddu-du*. Penampilan mereka dinilai melebihi *mode gaya girl band* dari barat. Para anggota bukan hanya dapat menyanyi, namun kemampuan *dance* yang dimilikinya membuat lagu tersebut semakin menarik. Hal tersebut tidak terlepas dari pelatihan atau training panjang bagi anggotanya. Hal ini dilakukan demi membentuk identitas dan konsep musik yang ditampilkan. Oleh karena itu, BLACKPINK baru terbentuk pada tahun 2016 setelah melakukan training kepada keempat anggotanya selama bertahun-tahun.

Popularitas yang dicapai BLACKPINK saat ini tidak terlepas dari bakat dan kemampuan para anggotanya. Hal inilah yang membedakan dengan penyanyi yang ada di negara lain. Orang Korea memiliki budaya dan semangat kerja tinggi yang didukung kemampuan inovasi. Mentalitas inilah yang tidak dimiliki oleh penyanyi di negara asia. BLACKPINK tidak membutuhkan waktu lama untuk populer karena setiap single lagunya cepat dikenal. Bahkan, BLACKPINK telah membawa perubahan sosial bagi penggemar. Perubahan itu meliputi cara berpakaian dan penggunaan bahasa. Kehadiran

BLACKPINK merupakan salah satu upaya mengenalkan budaya Korea Selatan kepada masyarakat dunia. Hal ini memberikan keuntungan secara ekonomi dalam sektor pariwisata dan peningkatan citra budaya nasional Korea (Pratamasari, 2017). Kiblat industri musik pop saat ini yang didominasi oleh barat perlahan digeser oleh industri musik korea. Demam K-Pop telah melanda dunia, sehingga BLACKPINK memiliki basis penggemar di seluruh dunia. Keuntungan ekonomi yang dapat diperoleh melalui popularitas BLACKPINK yakni meningkatkan produk penjualan barang dan produksi asal Korea karena adanya koreanisasi terhadap penggemar. Hal inilah yang membuat Siriyuvasak & Hyunjoon (2007) sempat mengatakan bahwa Korea memiliki kebijakan ekonomi agresif dalam berbagai aktivitas bilateral (dan beberapa multilateral) dengan menjalin hubungan yang bersifat internasional (hubungan diplomatik) dalam kawasan Timur dan Asia Tenggara. Fanatisme penggemar membuat mereka berusaha memiliki barang-barang yang digunakan oleh BLACKPINK sebagai hal utama yang harus dimiliki. Secara budaya, Korea akan menjadi kiblat mode dan *fashion* sehingga budaya mereka akan menjadi populer yang berusaha dipelajari oleh masyarakat dunia.

Institusional

Popularitas BLACKPINK tidak terlepas dari inovasi dan dukungan pemerintah dalam mengelola K-Pop seperti BLACKPINK. Para pelatih harus melakukan training bertahun-tahun kepada para calon anggota dengan aturan serta seleksi yang ketat. Mereka baru dapat melakukan perekaman dan melakukan *show* ketika melalui proses panjang bertahun-tahun. Hal ini dilakukan agar BLACKPINK mampu menjadi bintang K-Pop penuh talenta. Dukungan pemerintah Korea dibuktikan dengan mendirikan KOCCA (Badan Konten Kreatif Korea) dengan tujuan untuk mendukung dan mengeksplor industri konten dan budaya (Pratamasari,

2017). Salah satu inovasi dari manajemen BLACKPINK karena memadukan unsur budaya lain dengan memilih satu anggota dari Thailand yakni Lisa. Proses tersebut dapat dilihat sebagai upaya diplomasi budaya modern demi mendorong peningkatan citra dan kemajuan industri ekonomi Korea (Alam & Nyarimun, 2017). Konsep ini dinilai berhasil karena Lisa mampu tampil dengan membawa budayanya sendiri. Lisa akhirnya berhasil menarik perhatian penggemarnya dari Asia Tenggara khususnya Indonesia. Hal inilah yang membuat demam K-Pop terhadap BLACKPINK sangat tinggi di Indonesia yang didominasi remaja perempuan hingga laki-laki.

Industri K-Pop saat ini sangat populer karena membawa konsep musik yang sesuai dengan target pasar. Genre musik yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan anak muda yang senang musik *ngebeat* yang disertai *dance*. Lagu-lagu yang ditampilkan pun menjadi hits sehingga gampang dihafalkan para penggemarnya. Demam K-Pop juga banyak dipengaruhi oleh sinetron drama korea yang memiliki kisah romantis. Hal inilah yang mendorong minat rasa ingin tahu penggemar tentang sinetron drama Korea dan musik K-pop melalui refleksi diri menggunakan agensi, pengalaman pribadi, dan modal budaya populer mereka (Malik, 2019).

Sosial

Kemajuan industri musik K-Pop Korea tidak terlepas dari kesuksesan bintang K-Pop BLACKPINK. Bintang K-pop merupakan alat diplomasi modern yang dapat meningkatkan citra dan industri musik Korea (Alam & Nyarimun, 2017). Peningkatan ini jelas memberikan dampak ekonomi terhadap pendapatan domestiknya yang saat ini berada di peringkat 15 di dunia. Oh and Park mengatakan perusahaan yang menaungi K-Pop dapat meraup milyaran keuntungan dengan menjual album fisik, lagu digital, dan *merchandise* mereka. Mereka juga membuat beberapa juta dolar

kontrak dengan MNEs seperti *Google* dan *YouTube* untuk memasarkan produk mereka. Pendapatan pop Korea telah menjadi aset strategis dan telah mencatat 5 triliun. Penghasilan total yang diperoleh dari Gelombang K-Pop diperkirakan lebih dari 50 miliar dolar pada tahun 2020 (Pratamasari, 2017).

Saat ini Korea telah berubah menjadi pusat mode karena popularitas BLACKPINK dan *girl band* lainnya sudah mendunia. Masyarakat dunia khususnya penggemar berusaha mengenal lebih mendalam idolanya tersebut hingga aspek budayanya. Hal ini sejalan pendapat Yoon (2017) bahwa K-Pop telah menciptakan imajinasi global melalui budaya yang direpresentasikan dari negara nonbarat. Masyarakat Korea sangat terbuka dengan perkembangan dunia global sehingga mengetahui apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dunia saat ini khususnya remaja. Hingga demam K-Pop semakin tidak terbendung seperti di Indonesia. Oleh karena itu, fantasi dalam BLACKPINK memiliki makna ideologi yang bertujuan untuk menunjukkan adanya hegemoni dan dominasi sebagai alat kontrol sosial (Susanto & Wati, 2019).

Fanatisme remaja Indonesia dalam memberikan dukungan terhadap BLACKPINK sangatlah tinggi. Fanatisme tersebut telah memengaruhi cara pandang mereka terhadap budaya Indonesia sendiri. Max Weber menyebut bahwa fanatisme tersebut didasari rasionalitas afeksi yang mengandalkan perasaan dan emosi. Mereka cenderung menganggap hal yang abstrak menjadi konkret sehingga memiliki daya imajinasi tinggi. Budaya lokal dinilai sebagai budaya konservatif sehingga seolah terabaikan. Dinamika ini menandakan rendahnya semangat primordialisme sebagai upaya mempertahankan budaya sendiri (Kusno, 2017). Mereka lebih suka budaya populer yang bebas nilai. Penggemar yang dominan remaja berusaha mempertahankan keintiman interpersonal dengan idola melalui integrasi konstan ke media sosial

dan menganggap konsumsi K-Pop sebagai proses yang terbuka dan egaliter. Apalagi K-Pop disajikan kepada penggemar sebagai satu set komoditas yang intim dan menyenangkan yang dapat dinikmati dengan aman dan nyaman (Yoon, 2017). Oleh karena itu, budaya inilah yang dinilai dapat menggeser budaya lokal Indonesia.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan tiga hal, yakni dimensi teks, produksi dan konsumsi teks, dan praktik sosiokultural. Pada dimensi teks BLACKPINK telah membentuk fantasi wacana sebagai perempuan yang ideal dalam penampilan fashion seperti gaya rambut dan cara berpakaian. Dimensi penciptaan BLACKPINK telah meningkatkan industri musik Korea. Selain itu, BLACKPINK menjadi *brand ambassador* ternama yang meningkatkan penggunaan produk bagi penggemarnya yang fanatik. Kemudian dimensi praktik sosiokultural merupakan wujud nyata kebebasan ideologi perempuan Korea yang mampu melepaskan diri dari pengaruh patriarki. Kesuksesan BLACKPINK tidak terlepas dari inovasi dan manajemen yang baik dalam memajukan industri musik Korea. Penelitian ini diharapkan sebagai bentuk pengembangan ilmu analisis wacana kritis. Keterbatasan penelitian ini hanya mencakup wilayah tekstual saja, sehingga belum mampu mengungkap secara mendalam tentang budaya K-Pop yang dibawa BLACKPINK. Oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teori dan konteks metodologi berbeda untuk mengungkap aspek lain dari fenomena K-Pop di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S., & Nyarimun, A. J. (2017). *Musik K-Pop sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan*. 3(1), 26.
- Annas, A., & Fitriawan, R. A. (2018). Media dan Kekerasan: Analisis Norman Fairclough

- Terhadap Pemberitaan Tarung Gladiator. *Jurnal Sosial Politik*, 4(1). <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i1.5224>
- Arimi, S. (2008). Pergeseran Kekuasaan Bangsawan Jawa Indonesia: Sebuah Analisis Wacana Kritis. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 10(2), 1-22.
- Arvidsson, A. (2016). K-pop: Popular music, cultural amnesia, and economic innovation in South Korea. *Consumption Markets & Culture*, 19(5), 500-502. <https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1049889>
- Collin, R. (2016). Introducing Jameson to critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 13(2), 158-173. <https://doi.org/10.1080/17405904.2015.1042393>
- Doré, P., & Pugsley, P. C. (2019). Genre conventions in K-pop: BTS's 'Dope' music video. *Continuum*, 33(5), 580-589. <https://doi.org/10.1080/10304312.2019.1644293>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis The Critical Study of Language*. Routledge. <https://doi.org/10.4135/9781446289068.n17>
- Fairclough, N. (2013). Critical discourse analysis and critical policy studies. *Critical Policy Studies*. Routledge, 7(2), 177-197. <https://doi.org/10.1080/19460171.2013.798239>
- Fitriana, R. A. (2019). Analisis Wacana Kritis Berita Online Kasus Penipuan Travel Umrah (Model Teun A. Van Dijk). *Basindo : jurnal kajian bahasa, sastra Indonesia, dan pembelajarannya*, 3(1), 44-54. <https://doi.org/10.17977/um007v3i12019p044>
- Howard, K. (2015). K-pop—The International Rise of the Korean Music Industry. *Ethnomusicology Forum*, 24(2), 286-288. <https://doi.org/10.1080/17411912.2015.1050432>
- Ismail, A. (2018). *Praktik Kekuasaan Bahasa Perempuan Bugis Guru Bahasa Indonesia dalam Wacana Kelas* [Tesis]. Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Johnson, D. C. (2011). Critical discourse analysis and the ethnography of language policy. *Critical Discourse Studies*, 8(4), 267-279. <https://doi.org/10.1080/17405904.2011.601636>
- Kim, J. (2015). The Politics of Inclusion/Exclusion: Critical Discourse Analysis on Multicultural Education Policy Documents in South Korea. *Multicultural Education Review*. Routledge, 6(2), 1-24. <https://doi.org/10.1080/2005615X.2014.11102910>
- Kim, S. S., Agrusa, J., Chon, K., & Cho, Y. (2010). The Effects of Korean Pop Culture on Hong Kong Residents' Perceptions of Korea as a Potential Tourist Destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2-3), 163-183. <https://doi.org/10.1080/10548400802092684>
- Kim, S.-Y. (2021). Beauty and the Waste: Fashioning Idols and the Ethics of Recycling in Korean Pop Music Videos. *Fashion Theory*, 25(1), 53-73. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2019.1581001>
- Kusno, A. (2017). *Analisis Wacana Percakapan Warga Dalam Grup Facebook Bubuhan Samarinda: Identifikasi Potensi Konflik Sosial Discourse Analysis Of Citizens Conversation In Facebook Group Called 'Bubuhan Samarinda': Identification Of Potential Social Conflict*. 19(1), 16. <https://doi.org/10.14203/jmb.v19i1.391>
- Latupeirissa, D. S., & Dami, Z. A. (2019). Ideologi Bahasa Politik Soekarno: Sarana Ketahanan, Keamanan, dan Perdamaian Indonesia. *Aksara*, 31 (2), <https://doi.org/10.29255/aksara.v31i2.364.251-268>
- Lee, J. (2008). Do You Feel Free Now? Korean Women in an Online Adult Community. *Asian Journal of Women's Studies*, 14(2), 80-108. <https://doi.org/10.1080/12259276.2008.11666046>
- Malik, S. I. (2019). The Korean wave (hallyu) and its cultural translation by fans in Qatar. *International Journal of Communication*, 13, 18.
- Marta, R. F. (2015). Analisis Wacana Kritis Film *ĀĒ* (Ēputeri GiokāĒ: Cermin Asimilasi Paksa Era Orde Baru. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 331-346.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Universitas Indonesia (UI-Press).
- Mustafa, I. (2019). Wacana Politik Spanduk Milenial Road Safety Festival: Analisis Wacana Kritis Nourman Fairlough [Political Discourse of Milenial Road Safety Festival: Nourman Fairlough's Critical Discourse Analysis]. *TOTOBUANG*, 7(2).
- Oh, C. (2020). From Seoul to Copenhagen: Migrating K-Pop Cover Dance and Performing Diasporic Youth in Social Media. *Dance Research Journal*, 52(1), 20-32. <https://doi.org/10.1017/S0149767720000030>

- Pratamasari, A. (2017). International Business Strategy in Selling Korean Pop Music: A Case Study of SM Entertainment. *Jurnal Global & Strategis*, 10(2), 221. <https://doi.org/10.20473/jgs.10.2.2016.221-234>
- Rahmawati, I. Y. (2016). Analisis Teks Dan Konteks Pada Kolom Opini "Latihan Bersama Al Komodo 2014" Kompas. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1), 49–57. <https://doi.org/10.24269/dpp.v4i1.53>
- Saraswati, A. (2017). Wacana Perlawanan Persebaya 1927 terhadap PSSI: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Mozaik Humaniora*, 17(2), 181-191.
- Septina, D. (2020, November 13). BLACKPINK Didaulat Jadi Grup Pop Terbesar di Dunia Saat Ini Oleh Bloomberg. *Kompas TV*. <https://www.kompas.tv/article/123303/blackpink-didaulat-jadi-grup-pop-terbesar-di-dunia-saat-ini-oleh-bloomberg>
- Siriyuvasak, U., & Hyunjoon, S. (2007). Asianizing K-pop: Production, consumption and identification patterns among Thai youth. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(1), 109–136. <https://doi.org/10.1080/14649370601119113>
- Siswanto, A., & Febriana, P. (2018). Representasi Indonesia dalam Stand Up Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono “Mesakke Bangsaku”). *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 121. <https://doi.org/10.21070/kanal.v5i2.1508>
- Suciantini, N. N. A. (2017). Analisis Wacana Kritis “Semua Karena Ahok” Program Mata Najwa Metro TV. *Aksara*. 29 (2):267-282., 29(2), 267–282. <https://doi.org/10.29255/-aksara.v29i2.54.267-282>
- Susanto, D., & Wati, R. (2019). Wacana Romantisme dalam Sejarah Sastra Indonesia Periode Kolonial Belanda (1900-1942). *KEMBARA Journal of Scientific Language Literature and Teaching*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.22219/kembara.v5i1.6376>
- Tsuria, R. (2020). Discourse of Practice: The Negotiation of Sexual Norms Via Online Religious Discourse. *International Journal of Communication*, 14.
- van Leeuwen, T. (2018). Moral evaluation in critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 15(2), 140–153. <https://doi.org/10.1080/17405904.2018.1427120>
- Yoon, K. (2017). Cultural Translation of K-Pop Among Asian Canadian Fans. *International Journal of Communication*. 2350-2366.
- Yoon, K. (2018). Global Imagination of K-Pop: Pop Music Fans’ Lived Experiences of Cultural Hybridity. *Popular Music and Society*, 41(4), 373–389. <https://doi.org/10.1080/03007766.2017.1292819>
- Yoon, K. (2019). Diasporic youth culture of K-pop. *Journal of Youth Studies*, 22(1), 138–152. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.149640>