

# KONSTRUKSI CITRA FEMINISME BEYONCE DALAM LIRIK LAGU *IF I WERE A BOY, RUN THE WORLD, FLAWLESS*

## Abstract

*The third wave of feminism or postfeminism comes with a new picture of the woman who had gotten out of the shackles of patriarchy. The image woman who was still attached to femininity, women are synonymous with modernity, women have the freedom to express themselves in various ways and forms, things that were presented by the fighters of feminism in this third wave. As a world star that carries the image of feminism through women themed lyrics, Beyonce comes with a picture of an independent and successful woman, but still did not leave the side of femininity as a woman. Using star studies on the research aimed at to determine the image of feminism as what you want built by towards Beyonce in her self, through analytical techniques semiotics of Roland Barthes against Beyonce's songs lyrics, so that in the end postfeminism found signs like womented to be irrational or emotional, full of freedom, glamorous in the work of Beyonce.*

*Keywords: Beyonce, Postfemenism and song lyrics of Beyonce*

## Abstrak

Feminisme gelombang ketiga atau posfeminisme hadir dengan gambaran baru sosok perempuan yang sudah berhasil keluar dari belenggu patriarki. Sosok perempuan yang masih lekat dengan femininitasnya, perempuan yang identik dengan moderenitas, perempuan yang memiliki kebebasan untuk mengekspresikan dirinya dalam beragam cara dan bentuk, hal-hal itulah yang dihadirkan oleh para pejuang feminisme pada gelombang ketiga ini. Sebagai bintang dunia yang mengusung citra feminisme melalui lirik lagu bertemakan perempuan, Beyonce hadir dengan gambaran perempuan yang mandiri dan sukses namun tetap tidak meninggalkan sisi femininitasnya sebagai seorang perempuan. Dengan menggunakan star studies pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra feminisme seperti apa yang ingin dibangun oleh Beyonce dalam dirinya, melalui teknik analisis semiotika dari Roland Barthes terhadap lirik-lirik lagu Beyonce, sehingga pada akhirnya ditemukan tanda-tanda posfeminisme seperti perempuan yang irasional, penuh kebebasan, glamour dalam karya Beyonce.

Kata kunci: Beyonce, Posfemenisme dan lirik lagu Beyonce

## PENDAHULUAN

Banyak hal menarik yang akan kita temukan dari seorang tokoh yang mampu menginspirasi banyak orang. *Public figure* merupakan salah satu tokoh yang paling dekat dengan masyarakat. Mulai dari gaya berbicara, penampilan, sampai ideologi-ideologi yang menyertai karya-karyanya. Beyonce Giselle Knowles atau yang dikenal banyak orang Beyonce Knowles adalah seorang penyanyi perempuan Amerika kulit hitam yang mampu menginspirasi banyak orang lewat lagu-lagunya, khususnya perempuan. Penyanyi yang lahir pada tanggal 4 September 1981 di Houston, Texas, Amerika Serikat ini memulai karirnya sebagai penyanyi yang tergabung dalam *group vocal* bernama *Destiny's Child* pada tahun 1990 dan memulai karir bersolonya tahun 2003.

Sebagai seorang penyanyi, Beyonce tentu saja tidak hanya menghadirkan suara indah

yang menjadi salah satu daya tariknya. Lagu-lagu yang dia nyanyikan tentu memiliki makna yang ingin dia sampaikan kepada seluruh pendengar dan penggemarnya di seluruh dunia. Beyonce memang dikenal sebagai salah satu penyanyi dunia yang sangat peduli terhadap kesetaraan gender, feminisme dan juga dukungan terhadap kekuatan perempuan. Hal ini ditunjukkan Beyonce lewat karya-karya yang diciptakannya, lagu-lagu miliknya tidak hanya berbicara soal kisah cinta dan kehidupan sosial namun juga tentang kesetaraan gender. Dalam wawancara nya bersama majalah *VOGUE* pada tahun 2015 yang dikutip [www.mtv.com](http://www.mtv.com), Beyonce menyebut dirinya merupakan sosok perempuan Amerika yang menganut *modern-day-feminist*. Beyonce percaya pada kesetaraan, dia beranggapan bahwa mengapa perempuan harus memilih untuk menjadi seperti diri perempuan yang diinginkan oleh laki-laki secara umum, dan mengapa perempuan harus melabeli diri sebagai perempuan yang sempurna untuk mendapatkan laki-laki, hal-hal tersebut seharusnya tidak perlu dilakukan oleh perempuan, karena di era saat ini, sudah sepatutnya perempuan memiliki kekuatan dan kesetaraan dengan laki-laki, tanpa harus ada tekanan dan batasan (Jocelyn, 3 April 2013).

Namun di balik keunggulan tersebut, konsep feminisme yang dipahami Beyonce justru menjadi paradoks. Isu feminisme yang dibawa Beyonce tak lebih adalah bagian dari kepentingannya dalam dunia industri hiburan. Alih-alih membawa semangat feminisme, Beyonce justru menjadikan tubuhnya sebagai objek utama dalam seni pertunjukannya. Performa Beyonce relevan dengan pemahaman posfeminisme atau paska feminisme. Posfeminisme sendiri sudah dikenal pada sekitar tahun 1980-an dan awal 1990-an, kemunculan posfeminisme ini memiliki nilai baru dan sering dianggap bermusuhan dengan feminisme (Brooks, 2009).

Posfeminisme telah melahirkan ikon perempuan baru. Bukan lagi perempuan

yang memperjuangkan hak-haknya sebagai makhluk sosial yang pantas mendapatkan perlakuan sama. Perempuan era posfeminisme adalah perempuan tangguh, seksi, acuh tak acuh dan tidak melihat dirinya sendiri sebagai korban. Beberapa contoh juga sudah menunjukkan bagaimana posfeminisme menjadi tren di kalangan para perempuan muda. Film *Sex and The City* menjadi contoh bagaimana kebebasan perempuan hanya sebuah kebebasan yang semu. Perempuan yang menjadi tokoh utama dalam film tersebut menganggap kebebasan bebas untuk terbuka dalam hal seksualitas, seperti menonjolkan bagian-bagian sensual tubuhnya atau berelasi dengan laki-laki yang ia inginkan. Namun kebebasan itu hanyalah kebebasan semu karena pada akhirnya pihak laki-laki tetap menjadi sentral dalam setiap keputusan seksual yang diambil oleh perempuan. Artinya kebebasan para perempuan di era posfeminisme adalah kebebasan perempuan untuk mendapatkan akses dalam pekerjaan, sosial dan pendidikan tanpa harus memperjuangkan hak-haknya yang lain atas kaum laki-laki.

Tidak bisa dipungkiri hadirnya film *Sex and The City* turut mempengaruhi pemahaman tentang feminisme di kalangan masyarakat khususnya generasi muda. Industri media mengkonstruksi apa dan bagaimana menjadi perempuan yang berdaya di masyarakat yang sesuai dengan perkembangan jaman. Selain film *Sex and The City*, *Spice Grils* pada masanya juga mengusung tema kemandirian perempuan lewat lagu-lagunya dan juga aksi panggungnya yang dibalut oleh seksualitas. Tak hanya *Spice Girls*, Madonna yang menurut Brooks merupakan salah satu representasi posfeminisme melalui lirik lagu yang tajam dan penampilan yang terbuka di atas panggung. Di sisi lain mereka menjadi pusat perhatian media dan diumumkan oleh media.

Kesuksesan Beyonce dalam mencitrakan dirinya sebagai seorang feminis lewat lagu-lagunya berhasil membuatnya menjadi salah

satu tokoh panutan khususnya generasi muda masa kini. Gambaran bagaimana Beyonce menggambarkan feminisme juga tidak berbeda jauh dengan apa yang ditunjukkan para pendahulunya. Lewat deretan prestasi dan keberhasilannya menjadi salah satu musisi berpengaruh di dunia hiburan, Beyonce membalut citranya sebagai perempuan kuat dan tangguh lewat beragam gaya berbusana dan aksi panggung yang menonjolkan sisi seksualitasnya untuk menunjukkan betapa bebas dirinya sebagai perempuan dan sebagai tolak ukur keberhasilannya dengan beragam *brand fashion* ternama yang ia kenakan. Fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan bagi penulis, citra feminisme seperti apa yang ingin Beyonce bangun dalam dirinya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Posfeminisme

Posfeminisme merupakan gerakan yang lahir setelah gerakan feminisme gelombang kedua berakhir, posfeminisme juga dipandang sebagai gerakan yang muncul menanggapi kelemahan dan kegagalan yang dialami feminisme gelombang kedua (Brooks, 2009). Posfeminisme lahir karena adanya pemikiran feminisme dan pemikiran posmodernisme, hal ini membuat pemikiran atau pemahaman tentang posfeminisme bukan lagi tentang perjuangan kaum perempuan yang meraih persamaan keadilan dan kekuatan terhadap laki-laki, melainkan kembali mengangkat isu tentang persamaan atau kesetaraan gender. Perjuangan perempuan dalam meraih kebebasan di era posfeminisme digambarkan sebagai perempuan yang mandiri, yang mampu menentukan pilihan hidupnya tanpa dibayang-bayangi sosok laki-laki dalam pengambilan keputusan, persamaan gender yang dimaksud ini adalah adanya persamaan kesempatan antara laki-laki dan perempuan tanpa ada sekat perbedaan gender dalam hal apapun. Seperti yang dikatakan Alice (dalam Brooks, 2009) kemunculan posfeminisme juga ditandai adanya keberhasilan yang didapatkan

kaum perempuan era feminisme gelombang kedua dalam mendapatkan haknya untuk bekerja. Perempuan berhasil menempati kantor publik dan pilihan untuk menggunakan lebih banyak ruang personalnya.

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

Keberhasilan para musisi perempuan dalam menyampaikan ideologi-ideologi posfeminisme kepada perempuan di seluruh dunia tidak lepas dari peran media yang memuat keberhasilan mereka sebagai musisi perempuan tersukses, meliputi mereka saat di atas panggung maupun tidak berhasil membuat mereka begitu disegani dan diagungkan oleh masyarakat. Penggambaran perempuan seksi, energik dan mandiri yang media sampaikan kepada masyarakat lewat apa yang ditampilkan para musisi berhasil melekat sebagai gagasan atau pemikiran tentang feminisme era moderen. Faludi (dalam Brooks, 2009:4) menuangkan pendapatnya tentang peran media yang memperkenalkan posfeminisme di kalangan generasi muda. Ia menyatakan sebagai berikut:

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

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

## 2. *Celebrity Culture* dalam Industri

Layaknya tokoh yang menjadi panutan bagi para pengikutnya, selebriti memiliki kehidupan yang terus menerus di sorot media dan menjadi konsumsi serta kiblat bagi masyarakat. Berbagai citra yang sengaja mereka bangun untuk mendapat simpati masyarakat tidak lain hanya untuk menjaga

kepopolaritasan mereka di dunia hiburan, mereka yang memiliki citra sebagai selebriti yang peduli dengan isu-isu dunia dan hak asasi manusia serta mempertahankan prestasinya tentu akan mendapat tempat istimewa di mata masyarakat. Tidak hanya itu, media akan secara luas membantu menyebarkan citra selebriti sebagai pembawa pengaruh besar terhadap perubahan dunia dan membuat seorang selebriti semakin menjadi tambang emas bagi industri hiburan.

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

Dalam industri hiburan kehadiran selebriti merupakan hal terpenting dalam proses mendatangkan keuntungan secara finansial. Para selebriti pun tidak hanya menjual bakat mereka tetapi juga menjual *image* mereka untuk mendatangkan keuntungan yang lebih banyak lagi tak terkecuali Beyonce. Peran bintang dalam industrinya tidak hanya bekerja di bidang yang mereka tekuni, mereka juga memiliki peran penting dalam proses promosi. Proses promosi adalah bagian terpenting dalam menjalankan strategi untuk pemasaran sebuah karya dan diri bintang itu sendiri, dengan hadir diberbagai acara yang diselenggarakan media seperti ajang penghargaan, *talkshow* dan sebagainya atau pun non media seperti kegiatan amal dan kegiatan sosial lainnya yang berlangsung di negara asalnya hingga luar negeri adalah cara untuk memperkenalkan karya-karya baru

yang diciptakan seorang bintang baik itu dari bidang musik maupun film.

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

Tanpa banyak disadari oleh masyarakat bahwa media sebenarnya telah memperkenalkan sosok panutan yang berhasil mencuri perhatian khalayak dengan individual palsu yang sengaja dibentuk untuk kepentingan komodifikasi. Di era sekarang ini industri hiburan adalah industri yang paling dekat dengan komodifikasi. Lihat saja bagaimana para selebriti menjadi alat komoditi untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan atau label rekaman yang mengontrak mereka dengan sedemikian rupa, mereka diatur agar menarik perhatian masyarakat. Apalagi di bidang musik, musik seringkali dijadikan eksploitasi kekuasaan kapitalisme karena musik memiliki nilai komersil. Musik juga dimanfaatkan menjadi sarana untuk mempromosikan ketenaran seseorang dan menambah kekayaan dari penjualan album atau penayangan-penayangan melalui berbagai media (Pamungkas, 2012).

### 3. *Star Studies* (Kajian Bintang)

*Star studies* atau kajian bintang merupakan kajian yang meneliti tentang bagaimana seorang bintang dalam beragam sumber, bagaimana bintang membentuk dan membangun citranya di muka publik.

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

Penelitian kali ini akan berfokus pada teks yang berupa lirik lagu yang menggambarkan bagaimana citra seorang perempuan tangguh atau pejuang feminisme di era sekarang yang lebih menjerumus ke arah posfeminisme yang ingin di tunjukkan oleh pencipta sekaligus penyanyi atau bintang itu sendiri untuk menggambarkan citra dirinya sebagai seorang feminisme pada era moderen. Untuk itu *star studies* perlu menggunakan teknis analisis data sebagai metode untuk menggali makna-makna posfeminisme yang terdapat dalam lirik lagu, teknik analisis data yang digunakan adalah semiotika model Roland Barthes. Semiotika merupakan kajian atau ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda dan bagaimana tanda tersebut bekerja, seperti hubungan tanda dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan dan segala yang berhubungan dengan tanda.

Semiotika Roland Barthes dikenal dengan sistem signifikasi dua tahap, di mana pada sistem ini menunjukkan hubungan signifikasi tahap pertaman antara penanda (*signifier*) dan

petanda (*signified*) dalam realitas eksternalnya, yang disebut denotasi. Denotasi merupakan makna sesungguhnya yang teramati dari sebuah tanda. Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan hubungan signifikasi tahap kedua. Barthes menjelaskan bahwa mitos merupakan cara kedua dalam cara kerja tanda pada signifikasi tahap kedua (Fiske, 2012). Menurut Barthes, denotasi merupakan makna yang bersifat tertutup dan menghasilkan makna yang pasti atau sesungguhnya. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan pembenaran terhadap nilai-nilai dominan yang berlaku. Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, dengan kata lain mitos juga disebut sistem pemaknaan tahap kedua. Di dalam mitos juga sebuah tanda dapat memiliki beberapa tanda (Sobur, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Kesetaraan Perempuan dalam Relasi dengan Laki-Laki

*If I Were a Boy* merupakan salah satu lagu yang menjadi andalan dalam album ketiga *I Am..... Sasha Fierce* dirilis pada tahun 2008, lagu ini diciptakan oleh Toby Gad dan BC Jean yang berhasil membuat lagu ini masuk ke jajaran lima besar tangga lagu di seluruh dunia. Lagu ini berisi tentang isi hati seorang perempuan dalam menjalin hubungan dengan seorang pria dan diperlakukan dingin oleh pasangannya, bagaimana dia membayangkan dirinya menjadi seorang pria dan memperlakukan perempuan. Dalam lagu ini pula Beyonce menyelipkan pesan-pesan kesetaraan gender dan kebebasan perempuan dalam memilih hal yang berkaitan dengan dirinya sendiri dalam beberapa bait pada lagu ini, kesetaraan gender dan kebebasan perempuan yang digambarkan Beyonce merupakan tuntutan terhadap kaum laki-laki yang memperlakukan perempuan sebagai "second gender".

Dari keseluruhan lirik lagu *If I Were a Boy*, bagian yang paling menonjolkan sisi posfeminisme terdapat pada bagian *chorus* yang merupakan klimaks serta inti dari sebuah lagu. Di bawah ini adalah penggalan lirik pada bagian *chorus*.

*If I were a boy, I think I could understand*

*How it feels to love a girl, I swear I'd be a better man*

*I'd listen to her, cause I know how it hurts*

*When you lose the one you wanted, accuse he's taken you for granted*

*And everything you had got destroyed*

Pada frase tersebut terjadi dua interaksi yang terjadi antara Beyonce dengan laki-laki dan Beyonce dengan sesama perempuan. Pada frase *If I were boy* hingga frase *When you lose the one you wanted* Beyonce mengungkapkan bagaimana seharusnya laki-laki bisa bersikap seperti yang diharapkan perempuan, frase-frase di atas merupakan khayalan Beyonce yang pada dunia nyata hal-hal seperti itu tidak pernah dilakukan laki-laki. Penggunaan kata *would* pada frase *I swear I'd be a better man* dan *I'd listen to her* merupakan *Past Conditional Sentence* yang digunakan bila seseorang mengkhayalkan suatu kemungkinan lain dari suatu peristiwa yang pernah terjadi. *Present dan Past Conditional Sentence* dalam bahasa Inggris merupakan bentuk pengandaian kedua dan ketiga yang berkaitan dengan gagasan-gagasan yang tidak terjadi dengan sesungguhnya, hanya merupakan khayalan-khayalan yang memenuhi benak pikiran seseorang.

Pada frase *Cause I know how it hurts* dan *When you lose the one you wanted* merupakan perasaan perempuan yang memiliki sikap menanti dan menginginkan pasangannya untuk selalu berada di sisinya, frase itu menjadi tolak ukur mengapa laki-laki harus menjadi sosok yang baik, selalu mendengarkan dan mengerti perempuan karena kaum perempuan mengerti bagaimana rasanya sakit hati dan kehilangan sesuatu

yang diinginkan. Sedangkan pada realita di lagu ini laki-laki digambarkan tidak memiliki perasaan dan sikap acuh tak acuh mereka kepada perempuan sehingga mereka tidak pernah bisa merasakan apa yang dirasakan perempuan.

Frase selanjutnya yang berbunyi *cause he's taken you for granted* terjadi perubahan komunikasi yang terjadi, jika pada frase sebelumnya Beyonce mengutarakan perasaan nya kepada laki-laki. Maka pada frase ini Beyonce berbicara kepada sesama perempuan tentang apa yang dia rasakan terhadap laki-laki dan kenapa laki-laki memperlakukan perempuan seperti apa yang sudah Beyonce singgung pada frase-frase selanjutnya, hal itu tidak lain karena laki-laki yang memandang kaum perempuan sebelah mata. Selanjutnya Beyonce kembali berbicara pada laki-laki pada frase *And everything you had got destroyed* yang mengatakan bahwa apa yang laki-laki lakukan membuat mereka kehilangan semua yang dimiliki termasuk pasangannya karena sikapnya, perempuan pun akan pergi meninggalkan laki-laki karena mereka tidak pernah merasakan hal seperti itu. Penyampaian frase-frase tersebut merupakan pesan utama yang ingin Beyonce sampaikan dari keseluruhan bait pada lagu ini, seperti fungsi *chorus* pada sebuah lagu yang digunakan untuk menyampaikan benang merah dari sebuah lagu.

Dari penggalan lirik lagu *if I were a boy* memiliki makna denotasi yaitu imajinasi seorang perempuan, jika dia menjadi laki-laki dan melakukan apa yang biasa dilakukan laki-laki yang tidak bisa perempuan lakukan serta bagaimana perempuan menginginkan perilaku laki-laki yang sesuai dengan harapannya. Hal tersebut merupakan luapan emosi Beyonce yang dipandang sebelah mata dan diperlakukan acuh tak acuh.

Sedangkan makna konotasinya adalah Beyonce ingin menunjukkan bahwa di balik citranya sebagai *modern day feminist* yang kuat dan tangguh, perempuan tetap memiliki sisi

emosional yang mengedepankan perasaan sensitif dan mudah sakit hati terutama dalam hal menjalin sebuah hubungan. Hal ini ditunjukkan lewat bait yang terdapat pada bagian *chorus*, setiap frase tersebut mengindikasikan bahwa perempuan yang hidup di era moderen cenderung mengarah kepada posfeminisme. Hal tersebut terdapat pada beberapa frase yang diulang-ulang, frase tersebut menunjukkan bahwa Beyonce menekankan sisi emosional pada perempuan dan juga menunjukkan bahwa perempuan masih menjadi kaum yang lemah dan masih bergantung kepada laki-laki.

Pada era posfeminisme perempuan digambarkan sebagai perempuan yang memiliki kesadaran atas kebebasan untuk menentukan dirinya tanpa meninggalkan sisi femininitasnya. Posfeminisme juga menggambarkan bagaimana kesetaraan dalam era moderen berkolaborasi dengan sifat dasar perempuan yaitu feminin, karena feminin merupakan sifat yang dianugerahkan tuhan untuk perempuan. Hal tersebut juga yang dituangkan Sara Paretsky yang merupakan seorang penulis novel fiksi tentang detektif dari Amerika dalam cerita detektif *hard-boiled*, dalam tulisannya tersebut Sara menggambarkan sosok seorang perempuan yang mempunyai profesi lengkap, seseorang yang bisa beroperasi dengan sukses dalam lingkungan yang keras dan tidak kehilangan femininitasnya (Smith, 2000). Padahal hal ini bertentangan dengan nilai-nilai yang terdapat dalam feminisme, di mana kaum feminisme terdahulu menentang adanya pemikiran perempuan yang dianggap tidak rasional atau lebih banyak menggunakan perasaannya dalam bertindak sehingga membuat para perempuan berada dalam ranah domestik dan bergantung pada laki-laki (Megawangi dalam Meilina, 2011).

Tidak hanya memanfaatkan musik sebagai media untuk menyebarkan isu posfeminisme yang terdapat dalam lagu ini, penggunaan bintang sebagai media promosi lainnya

juga merupakan hal yang paling utama untuk menyebarkan pesan tersebut agar bisa lebih mudah di terima khalayak. Citra yang sudah dibangun Beyonce sejak awal kemunculannya di industri hiburan sebagai perempuan kuat dan tangguh membuat lagu ini sangat populer dan memiliki pengaruh besar dikalangan masyarakat. Pembentukan karakter yang menjadi ciri khas dalam diri seorang bintang merupakan pernak-pernik yang wajib bagi industri hiburan, pemanfaatan tema perempuan dalam perjalanan karir Beyonce menjadi salah satu pernak-pernik bagi statusnya sebagai bintang dunia. Strinati (2003) mengatakan bahwa industri budaya dapat membentuk selera dan kecenderungan selera massa sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu, produk-produk dari industri budaya berupa film, musik bahkan selebriti mengangkat isu budaya dalam karyanya merupakan bentuk komoditi untuk menghasilkan nilai jual di pasaran. Beyonce merupakan keberhasilan produk yang dibentuk dari industri hiburan, pemanfaatan isu feminisme untuk melabeli dirinya sebagai seorang bintang hanya merupakan bentuk kreativisan orang-orang dibalik keberhasilan Beyonce yang masih didominasi oleh laki-laki.

## 2. *Girl Power* dalam Balutan Kemandirian Perempuan

Lewat lagu lainnya Beyonce kembali mengusung tema perempuan, berbeda dengan lagu sebelumnya yang mengangkat sisi emosional seorang perempuan. Dalam lagu ini Beyonce justru memberi gambaran perempuan dengan semangat tinggi, mandiri dan mengajak perempuan untuk berdiri dengan kakinya sendiri tanpa bergantung dengan kaum laki-laki. Lagu yang berjudul *Run The World* merupakan salah satu single andalan dalam album keempat Beyonce yang bertajuk 4 pada tahun 2011, lagu ini diciptakan oleh beberapa orang dan

melibatkan Beyonce dalam penulisan lirik serta pembuatan musiknya, Beyonce juga berperan secara langsung sebagai produser dalam lagu ini. Selain liriknya yang mengandung makna kekuatan perempuan dalam berbagai hal, semangat lagu ini juga terdapat dalam irama musiknya yang menghentak dan keras.

Semangat *Girl Power* pada lagu ini terdapat pada bagian *chorus*, Beyonce berulang-ulang menegaskan bahwa kaum perempuanlah yang menjalankan dunia, penekanan ini tidak hanya ditunjukkan dari pengulangan pada satu frase melainkan juga pada pengulangan pada *chorus* sebanyak empat kali.

*Girls, we run this motha (yeah!) GIRLS ! 4x*

*Who run the world ? Girls ! 4x*

*We run this motha ? Girls ! 4x*

*Who run the world ? Girls ! 4x*

Pada *chorus* tersebut Beyonce memberikan kata-kata yang menggugah semangat pada diri perempuan dengan kalimat yang mengandung makna bahwa kaum perempuanlah yang menjalankan dan menguasai dunia. Hal ini ditunjukkan lewat pengucapan pada frase *who run the world ? Girls !* yang diulang-ulang lebih dari 10 kali, selain itu penggunaan kalimat dengan tanda tanya yang kemudian dijawab dengan tanda seru pada akhir kalimat seolah menegaskan bahwa kaum perempuan kini sudah menjadi bagian dari kemajuan dunia dan ikut berperan pada ranah publik yang sebelumnya didominasi oleh kaum laki-laki. Bukan tanpa sebab, Beyonce ingin membuktikan hal tersebut kepada kaum perempuan di dunia, berkembangnya kemajuan jaman membuat gerakan emansipasi perempuan semakin menemukan titik terang, tuntutan kaum perempuan terutama yang tinggal di daerah perkotaan, khususnya Amerika untuk mendapatkan hak kebebasan serta kesetaraan gender membuat kaum perempuan berhasil keluar dari stereotip masyarakat tentang peran perempuan

dalam ranah domestik dengan banyaknya kaum perempuan yang memutuskan untuk bekerja di ranah publik. Pengaruh gerakan emansipasi wanita ini membuat perempuan bisa sejajar dengan kaum laki-laki, banyaknya perempuan yang sudah mulai mendapat pengakuan untuk bekerja di sektor publik seperti akuntan, insinyur, agen *real estate*, agen asuransi serta banyaknya perempuan-perempuan yang menduduki jabatan penting dalam sebuah perusahaan maupun lembaga pemerintahan mengalami peningkatan setiap tahunnya (Aruan, 2011) membuktikan bahwa perempuan kini sudah mempunyai *power* untuk bisa berdiri sendiri tanpa bergantung pada laki-laki.

Makna denotasi yang terdapat pada lirik lagu *Run The World* ini adalah gambaran bagaimana perempuan yang mandiri dan mampu melakukan hal-hal yang sebelumnya dianggap tabu. Menunjukkan bagaimana kaum perempuan, sekarang ini sudah mendapat kebebasan untuk menentukan pilihan hidupnya. Melalui semangat *Girl Power*, Beyonce ingin menyampaikan kepada kaum perempuan di seluruh dunia untuk membuktikan bahwa mereka tidak lagi kaum yang lemah dan terbelakang melainkan kaum yang bisa sejajar dengan laki-laki dan bisa membawa pengaruh bagi kemajuan dunia.

Sedangkan makna konotasi yang terdapat dalam lagu ini adalah semangat *girl power* yang Beyonce tuangkan dalam lagu ini sangat terlihat jelas pada bagian *chorus* yang diulang sebanyak empat kali dalam satu putaran lagu. *Girl power* tersebut mengajak dengan semangat kaum perempuan untuk mau berjuang terhadap dirinya sendiri dan menjadi perempuan yang kuat. Namun sebenarnya *girl power* yang Beyonce usung dalam lagu ini tidak benar-benar menunjukkan sosok perempuan yang digambarkan pada feminisme gelombang pertama dan kedua. Melainkan sosok perempuan era posfeminisme, di mana Beyonce menggambarkan pada frase terakhir yang terdapat pada bait kedua dan kelima

bahwa perempuan dengan keberhasilan yang diraihinya tetap membutuhkan sosok laki-laki dalam hidupnya, pengulangan frase tersebut juga memberi makna adanya kekhawatiran dari Beyonce jika perempuan dijauhi oleh laki-laki karena kemampuannya.

Selain itu Beyonce dalam lagu ini menggambarkan bentuk perlawanan perempuan dalam melawan penindasan dan diskriminasi masih cenderung ke arah posfeminisme, di mana perempuan mandiri yang digambarkan adalah perempuan yang masih mengikuti perkembangan budaya populer untuk menandai identitas mereka sebagai perempuan yang sukses. Identitas tersebut juga menjadi tolak ukur yang membuktikan bahwa perempuan telah bangkit dan melawan diskriminasi. Identitas tersebut ditandai dengan adanya penyebutan nama salah satu *brand* ternama pada bait keempat yang selama ini menjadi ciri khas *image* laki-laki untuk menunjukkan sisi modernitasnya, pada bait tersebut Beyonce memberikan gambaran bahwa sosok perempuan yang mandiri adalah perempuan yang mampu membeli sebuah barang dengan harga mahal untuk menunjukkan identitasnya sebagai perempuan yang mampu keluar dari diskriminasi.

Hal tersebut juga menunjukkan bagaimana perempuan yang hidup di era moderen menggambarkan identitas kemandiriannya masih dalam gambaran laki-laki. Di mana perempuan yang menganggap betapa pentingnya status sosial untuk menunjukkan identitas dirinya semata-mata juga bertujuan untuk menarik perhatian laki-laki, dengan kata lain perempuan benar-benar tidak bisa melepaskan diri dari diskriminasi laki-laki, terutama diskriminasi terhadap kontrol seksualitas pada tubuh perempuan. Gladen menyebutkan bahwa perempuan era posfeminisme dapat memilih untuk menjadi perempuan yang mendukung anaknya dalam olahraga (*soccer mom*), wanita karir, aktivis, perempuan yang *girly*, perempuan yang *tomboy*,

bahkan menjadi simbol *sex*, yang terpenting femininitas menjadi bagian terpenting dalam posfeminisme (Gladden dalam Pamungkas, 2012).

Sama seperti Beyonce, *Spice Girls* di era 1990an juga mengangkat tema kemandirian perempuan lewat slogan *girl power* dalam balutan posfeminisme yang melekat pada cirikhas masing-masing personil. *Spice Girls* berhasil menginspirasi perempuan untuk menjadi diri sendiri dan menunjukkan kekhasan dalam diri perempuan itu sendiri. Cirikhas tersebut digambarkan masing-masing personil yang mewakili ciri perempuan pada era posfeminisme, dengan menunjukkan tampilan perempuan yang energik, seksi dan perempuan yang menjadi simbol modernitas lewat merek pakaian dan pernak-pernik yang melekat pada diri mereka. Femininitas yang ditampilkan *Spice Girls* digunakan sebagai alat yang provokatif agar perempuan mampu menjadikannya subjek bukan lagi objek laki-laki. Lewat keberhasilan *Spice Girls* dalam membawa perubahan dan pengaruh terhadap perempuan di dunia berkat semangat *girl power*nya, *Spice Girls* berhasil menjadi ikon budaya populer yang mempengaruhi perempuan untuk meniru apa yang mereka tunjukkan di atas panggung maupun di depan kamera. Hasilnya *girl power* yang *Spice Girls* tampilkan mendatangkan keuntungan bagi mereka, karena banyak *brand-brand* yang memasang mereka sebagai bintang iklan dan apapun yang berhubungan dengan mereka menjadi laris manis dipasarkan, membuat kaum perempuan memiliki gambaran baru terhadap citra perempuan mandiri (Fajaria, 2010).

Semangat *girl power* yang diusung *Spice Girls* dan Beyonce dalam lagu-lagunya ini, sebenarnya ingin mengajak kaum perempuan untuk bangkit dan keluar dari belenggu penindasan serta stigma terhadap perempuan perihal ruang gerak mereka yang dibatasi. Aristoteles (dalam Fajaria, 2010) menyebutkan bahwa kehidupan perempuan

bersifat fungsional, perempuan dia adalah istri dari laki-laki yang hanya digunakan untuk mempunyai anak dan mengurus kebutuhan hidup keluarga. Hal tersebutlah yang ingin dilawan melalui semangat *girl power* ini agar kaum perempuan tidak lagi menjadi “budak” rumah tangga dan bisa memperjuangkan hak-hak perempuan serta kesetaraan yang selama ini diperjuangkan oleh kaum feminis.

### 3. *Glamour Working Girl* dalam Emansipasi Perempuan

*Flawless* merupakan salah satu *single* yang berada pada album kelima yang bertajuk *self-titled* (Beyonce) dan dirilis pada tahun 2013. Lagu *Flawless* ini berkolaborasi dengan Chimamanda Ngozi Adichie dan terbagi menjadi dua *part*. Pada *part* pertama Beyonce berisi lirik yang dia tulis sendiri, sedangkan *part* kedua lagu ini berisi petikan pidato dari Chimamanda yang berjudul “*We Should All Be Feminist*” yang dia sampaikan pada acara *TEDxEuston* di London, Inggris pada awal tahun 2013 (Kellog, 13 Desember 2013). Chimamanda merupakan penulis novel berdarah Nigeria yang sudah menerbitkan lima buku, salah satunya adalah “*Americanah*” (2013). Semua buku yang dia tulis bertemakan tentang perempuan dan bagaimana pandangannya melihat feminisme.

Masih mengusung tema tentang perempuan pada lagu ini, *Flawless* berisi tentang pembuktian yang ingin Beyonce tunjukkan bahwa segala sesuatu yang dia punya, dan kesuksesan yang dia raih merupakan kerja kerasnya sendiri bukan karena sosok Jay-Z semata sebagai suaminya. Selain itu Beyonce juga ingin menunjukkan bahwa perempuan terlalu “sempurna” jika hanya memiliki cita-cita untuk menikah dan mengabdikan pada laki-laki, hal ini didukung dengan adanya potongan pidato dari Chimamanda Ngozi Adichie yang berjudul “*We Should All Be Feminist*”, pidato tersebut berisi bahwa kehidupan perempuan tidak hanya seputar menikah dan ajakan kepada kaum perempuan untuk melihat hal lain yang

bisa dilakukan perempuan.

Memasuki *bridge* pada *part 1* di lagu ini terdapat berisi tentang kekesalan yang di rasakan Beyonce kepada orang-orang yang sudah memberikan penilaian buruk kepadanya, namun di sisi lain Beyonce pada penggalan lirik di bawah ini justru menggambarkan perempuan yang penuh kebebasan dan sombong.

*Bow down bitches, bow – bow down bitches (crown)*

*Bow down bitches, bow – bow down bitches (crown)*

*H-Town vicious, H, H-Town visious*

*I'm so crown, crown, bow down bitches*

Pada *bridge* tersebut, Beyonce mengutarakan kekesalannya kepada orang-orang yang sudah memberikan penilaian kepadanya, penggunaan kata *bow down* dan *bitches* pada *bridge* ini menunjukkan bahwa Beyonce benar-benar menunjukkan kekesalannya kepada orang-orang tersebut dan menyuruh mereka untuk membungkuk sebagai tanda penghormatan kepadanya. Kata *bitches* juga menandai kekesalannya, namun penggunaan kata tersebut justru menunjukkan Beyonce sebagai perempuan yang liar dan keras. Selanjutnya terdapat kata *crown* yang memiliki arti mahkota, mahkota identik sebagai lambang yang sering digunakan raja maupun ratu untuk melambangkan sebuah kekuasaan, penggunaan kata tersebut untuk menunjukkan identitas Beyonce dalam ranah dunia hiburan yang dijuluki “Queen B”. Hal tersebut menandakan pada frase terakhir Beyonce menyebut dirinya sebagai ratu di dunia hiburan dan itu membuat orang-orang harus menghormatinya akan hal itu.

Sedangkan pada *hook* di *part 2* lagu ini Beyonce menunjukkan kesempurnaan seorang perempuan yang ditunjukkan dengan nilai konsumerisme sebagai tanda bahwa perempuan bisa terlihat sempurna dengan apa yang mereka punya.

*You wake up, flawless. Post up, flawless*

*Ridin' round in it, flawless. Flossin on that, flawless*

*This diamond, flawless. My diamond, flawless*

*This rock, flawless. My rock, flawless*

*I woke up like this, I woke up like this*

*We flawless, ladies tell em*

*I woke up like this, I woke up like this*

*We flawless, ladies tell em*

*Say I, look so good tonight. God damn, God damn*

*Say I, look so good tonight. God damn, God damn*

Pada *hook* di atas nilai-nilai konsumerisme yang menjadi simbol “kesempurnaan” seorang perempuan dinilai dari barang-barang yang mereka punya dan sosok perempuan perempuan layaknya Beyonce.

Dari keseluruhan lirik lagu *flawless* ini terdapat makna denotasi yang menunjukkan Beyonce sebagai perempuan yang sudah menikah namun tetap bisa menjalankan pilihan hidupnya sebagai wanita karir. Hal ini juga sebagai bukti atas apa yang dituduhkan sebagian orang kepadanya. Beyonce membuktikan meskipun dirinya sudah menikah namun dia bukanlah seorang perempuan yang hanya bisa menikmati jerih payah suaminya, dirinya tetap memiliki kebebasan untuk menjalankan pilihan hidupnya sebagai wanita karir dan bahkan bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya yang memiliki harga mahal. Selain itu Beyonce juga menunjukkan pernikahannya bisa berjalan bahagia dengan pilihannya sebagai seorang istri dan perempuan berkarir.

Sedangkan makna konotasi yang terdapat dalam lagu ini menunjukkan sisi perempuan yang congkak atau sombong atas keberhasilan yang dia raih. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kata *bow down* dan *bitches* yang diulang-ulang pada lagu ini, *bow down* menunjukkan sosok Beyonce yang merasa paling hebat

dan menyuruh semua orang untuk tunduk kepadanya karena statusnya sebagai *Queen of Pop* dengan julukan *Queen B*, sedangkan kata *bitches* mengindikasikan sosok perempuan yang bebas dalam pergaulan karena pada era moderen seseorang berkata kotor adalah hal yang sudah biasa. Selain itu pada lagu ini juga mengindikasikan sosok perempuan yang dekat dengan ciri khas posfeminisme dimana penggambaran perempuan mandiri diukur dari berlian, mobil mewah dan juga penampilan yang menunjang kesempurnaan bagi identitas seorang perempuan itu sendiri.

Menurut Naomi Rokler Gladen posfeminisme memiliki karakteristik yang menggambarkan perempuan yang merayakan seksualitasnya, bebas menentukan pilihan-pilihannya, agresif, memiliki amarah dan menyalurkannya melalui budaya populer untuk menandai kebebasan yang sudah digenggam kaum perempuan paska feminisme gelombang pertama dan kedua (Gladen dalam Pamungkas, 2012). Gladen juga menyatakan bahwa posfeminisme memiliki beberapa karakteristik dalam menggambarkan perempuan, salah satunya adalah perempuan cenderung mengekspresikan kemarahan, bertindak agresif dan lebih bebas berbicara dalam mengekspresikan pendapat pribadi mereka. Posfeminisme memberikan kebebasan berperilaku bagi perempuan, hal ini membuat kaum perempuan pada era moderen mematahkan stereotip tradisional masyarakat tentang konstruksi perempuan yang bersikap lemah lembut, penurut, penyabar dsb.

Karakteristik perempuan posfeminisme yang disebutkan Gladen di atas juga merupakan dampak dari emansipasi perempuan untuk menandai kebebasan perempuan setelah mendapatkan hak untuk memilih. Kebebasan perempuan di Amerika sudah dimulai sejak tahun 1920an dengan ditandai terjadinya perubahan sosial tata krama kehidupan yang tradisional ke tata krama kehidupan sosial yang moderen. Perubahan ini dipelopori oleh putra-putri dari keluarga kaya, yang ditandai

dengan pergaulan bebas muda-mudi, pakaian perempuan yang seronok, pesta-pesta dansa, para gadis yang merokok, mabuk-mabukan dan berfoya-foya (Hargosewoyo dalam Meiliana, 2011).

Gambaran perempuan bebas bukan hanya di usung oleh Beyonce saja dalam karya-karyanya, dengan embel-embel isu feminisme untuk mendukung dan memperjuangkan kebebasan perempuan, produk-produk yang lahir dari budaya populer seperti Madonna, Rihanna dan Lady Gaga mengekspresikan sebuah kebebasan dalam balutan citra perempuan yang agresif, nakal, seksi dan penuh pernak-pernik mahal yang memperlihatkan identitas mereka sebagai perempuan mandiri. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa video klip mereka terdapat adegan-adegan yang menggambarkan kebebasan perempuan seperti seks bebas, pesta pora dan juga lirik yang menyelipkan kata umpatan sebagai tanda bahwa perempuan pada era sekarang ini bisa melakukan apa saja serta berbicara apa saja. Brooks menjelaskan bahwa Madonna merupakan salah satu contoh yang menggambarkan sebuah representasi dalam kajian budaya pop, secara keseluruhan melalui lirik lagu yang tajam dan penampilan yang sangat berani dan terbuka. Madonna menunjukkan sebuah representasi budaya posfeminisme melalui berbagai cara dalam lagu *Like A Player* (Brooks, 2009).

## SIMPULAN

Berdasarkan pada pemaparan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa Beyonce telah membangun konsep tentang feminisme lewat lagu-lagunya. *Modern Day Feminist* yang diusung oleh Beyonce adalah perempuan yang menonjolkan sisi femininitasnya untuk menunjukkan identitasnya sebagai perempuan, perempuan yang penuh kebebasan dan dekat dengan konsumerisme untuk menandai kemandiriannya. Gambaran perempuan seperti itu juga menandai bagaimana perempuan pada era posfeminisme tidak benar-benar

bisa terlepas dari bayang laki-laki, karena apa yang menjadi tolak ukur kemandirian dan keberhasilan seorang perempuan masih dilihat dari sudut pandang laki-laki. Hal tersebut tidak lain karena laki-laki merupakan simbol moderenitas yang dekat dengan komsumerisme dan kebebasan. Dengan kata lain pada era posfeminisme kemandirian dan kesuksesan perempuan merupakan tanda citra perempuan tangguh, namun disisi lain tetap mempertahankan femininitasnya. Konsep tersebut diproduksi oleh Beyonce untuk membangun citranya sebagai musisi perempuan mandiri dan bebas menentukan pilihan hidupnya. Hal tersebut relevan dengan gambaran perempuan pada era posfeminisme.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aruan, Rumiri. 2011. *Emansipasi Wanita Amerika Dari Masa ke Masa*. Jurnal Ilmu-ilmu Sejarah, Budaya dan Sosial, Vol. 2, no. 04. Universitas Riau.
- Brooks, Ann. 2009. *Posfeminisme & Cultural Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Fajaria, Indah. 2010. *Posfeminisme Era Spice Girls : Analisis Atas Sepuluh Lirik Lagu Dan Penampilan Panggung Spice Girls*. Magister Humaniora, Universitas Indonesia.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Iriany, Rany Rosaria. 2014. *Konstruksi Image PSY : Artis Gangnam Style*. Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra, Surabaya Vol 2, No. 1.
- Jocelyn, Vena. 2013. *Beyonce Feminist*. Diakses dari (<http://www.mtv.com/news/1704878/beyonce-feminist-vogue-uk/>).
- Kellog, Carolyn. 2013. *Beyonce's Song 'Flawless' Features Writer Chimamanda Ngozi Adichie*. Diakses dari (<http://articles.latimes.com/2013/dec/13/entertainment/la-et-jc-beyonce-flawless-chimamanda-ngozi-adichie-20131213>).
- Meiliana, Sylvie. 2011. *Perdebatan Mengenai Perempuan di Amerika Serikat*. Jurnal Ilmu Humaniora : 245-262. Jakarta : Universitas Nasional.
- Pamungkas, Giri. 2012. *Ekspresi Kebebasan Sebagai Bentuk Emansipasi Wanita Dalam Video Klip Musik Lady Gaga*. Ilmu Pengetahuan Budaya, Program Studi Inggris. Depok : Universitas Indonesia.
- Smith, Erin A. 2000. *Hard-Boiled : Working – Class Readers and Pulp Magazines*. The United States Of Amerika : Temple University Press.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta : Bentang.
- Strinati, Dominic. 2003. *Popular Culture : Pengantar Menuju Teori Budaya Popular*. Yogyakarta : Bentang Budaya.

