

KONSTRUKSI IMAGE PSY: ARTIS GANGNAM STYLE

Rany Rosaria Iriany, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

ranirosaria@hotmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui citra diri Psy setelah secara internasional terkenal dengan lagu *Gangnam Style*, yang dikonstruksi dan ditampilkan melalui berbagai teks media. Peneliti menggunakan metode *star studies* terhadap citra Psy melalui video musik, wawancara dan penampilan di televisi, iklan, berita dalam media cetak dan online, serta pendapat penggemarnya. Psy sebagai seorang penyanyi solo K-Pop, memiliki standarisasi dari segi visual, verbal, dan nonverbal yang berbeda dengan artis K-Pop lain, tetapi mampu masuk ke dalam industri musik Amerika, yang diidam-idamkan oleh artis K-Pop lain. Dengan lagu *Gangnam Style*, Psy mengonstruksikan *image* sebagai orang Korea yang mematahkan *stereotype* seorang artis K-Pop yang perlu tampil menarik dari segi visual seperti *fashion* dan penampilan fisik, verbal, dan nonverbal, yang sangat terpengaruh budaya pop Barat.

Kata Kunci: Konstruksi Image, Star Studies, Psy, Gangnam Style

Pendahuluan

Gangnam Style, sebuah lagu dari Korea yang pada tahun 2012 menjadi terkenal secara internasional sejak pertengahan tahun 2012, yaitu pada tanggal 15 Juli 2012 saat video musiknya pertama kali diliris di *YouTube*. Dengan lagu ini, Park Jae-Sang atau yang lebih dikenal dengan nama panggungnya Psy, penyanyi dari lagu *Gangnam Style* ini mencapai ketenarannya yang meluas hingga ke industri musik di Barat. Contohnya, *Guinness World Record* menobatkan *Gangnam Style* menjadi video paling banyak disukai sepanjang sejarah *YouTube* pada 20 September 2012 ('*Gangnam Style*' Masuk Buku Rekor Dunia, 2012, para.2).

Lagu *Gangnam Style* ini membawa Psy diundang ke berbagai acara bergengsi seperti *The Ellen Show*, menjadi bintang tamu di konser Madonna, dan masih banyak lagi. Lagu dengan tarian khas kuda itu juga banyak ditarikan oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dari banyaknya "flash mob" atau tarian bersama *Gangnam Style* di beberapa negara, serta juga diparodikan oleh mulai dari balita, masyarakat sipil, tahanan di Filipina, peserta kontes kecantikan Korea Selatan (*Kerasukan Gangnam Style*, 2012, para.10).

Dalam industri musik Korea atau K-Pop, lebih banyak dihiasi oleh *boyband* dan *girlband*, serta penyanyi solo dan duet dengan penampilan yang "good-looking",

dance yang kompak, dan musik yang mudah diingat (*Korea Tourism Organization*, n.d., para.1). Seperti yang bisa dilihat bahwa penampilan Psy adalah seniman yang tidak dalam kategori usia remaja seperti umumnya penyanyi K-Pop lainnya, visual yang *fresh* (tampan dalam kategori K-Pop), tubuh yang tidak ideal, gaya tarian yang lucu dan tidak memiliki tingkat kesulitan tinggi (banyak *dance move*-nya) melainkan yang mudah diingat dan dikuti oleh semua orang (*Psy: One-hit wonder or K-pop breakthrough?*, 2012, para.10). Tetapi dengan lagu serta tarian kudanya tersebut, ia bisa disukai dan diikuti oleh banyak masyarakat dan mampu bersaing dalam industri musik di Korea.

Hartley (2002) menuliskan, bintang adalah produk media yang menunjukkan hubungan antara produksi dan konsumsi, dan antara produsen dan konsumen, serta merupakan hasil dari rancangan media agar dapat menarik perhatian dan sukses dalam industrinya tersebut. Selain itu, McDonald juga menuliskan bahwa para bintang tampil dalam film dan berbagai macam media secara kumulatif untuk membentuk *image* mereka (2000, p.5). Hal ini berlaku pula pada Psy, di mana ia dirancang cara bergayanya agar berbeda dan disukai oleh publik. Kemudian untuk tetap mempertahankan kehadirannya dalam industri musik, Psy menghadiri banyak acara bergengsi dari Korea hingga ke acara di negara Barat untuk membentuk *image*-nya tersebut. Fenomena ini dapat dijawab dengan metode *star studies*. *Star studies* merupakan bentuk analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam beragam sumber (Stokes, 2003, p.93).

Dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan mengenai K-Pop *stars*, mayoritas fokus pada perkembangan K-Pop, serta terhadap penampilan *girl groups* dan *boy groups* K-Pop. Contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Thao Emilie DO tahun 2012 mengenai “*Emergence Of The Korean Popular Culture In The World*”, yang lebih membahas munculnya budaya pop Korea yang berkembang, serta dampak yang ditimbulkan dari budaya pop ini (Do, 2012, p.2). Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti, lebih fokus pada *image* yang ditunjukkan oleh penyanyi solo K-Pop yang juga tidak masuk pada kategori penyanyi anak muda atau remaja seperti artis K-Pop lainnya, serta membawa suatu nilai tertentu yang mewakili kelompok masyarakat tertentu.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana *image* yang ditampilkan oleh Psy dengan menggunakan metode *star studies*?

Tinjauan Pustaka

Popular Culture dan Bintang (Stars)

Williams (dalam Storey, 2009, p.5) menjelaskan bahwa popular memiliki empat arti, yaitu hal yang disukai dengan baik oleh masyarakat, pekerjaan yang mutunya rendah, pekerjaan yang sengaja dilakukan untuk mendapatkan hati masyarakat, dan sebuah budaya yang dibuat oleh orang-orang untuk kepentingan mereka sendiri. Begitu pula dengan Storey yang menuliskan bahwa budaya populer dapat didefinisikan dengan berbagai cara, yang pada intinya merupakan budaya yang

hanya muncul mengikuti industrialisasi dan urbanisasi (2009, p.5-12). Strinati (2003, p.2) juga menuliskan bahwa budaya populer adalah komoditas yang diproduksi secara massal dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Komoditas yang dihasilkan oleh industri budaya diatur oleh kebutuhan untuk mewujudkan nilai mereka di pasar (Strinati, 2004, p.57).

Produksi budaya sendiri adalah proses standarisasi di mana produk mendapat bentuk umum untuk semua komoditas. Tetapi, di dalamnya, terdapat individualisasi palsu dalam tiap produk tersebut. Di mana, dengan adanya individualitas tersebut, standarisasi seakan tertutupi atau tidak terlihat oleh konsumen. Hal ini adalah hasil dari industri budaya dalam menghasilkan budaya populer (Strinati, 2004, p.57). Individualisasi palsu sendiri merupakan gagasan terhadap proses untuk menutupi atau menyembunyikan proses standarisasi. Gagasan ini merupakan gagasan yang merusak dan manipulatif yang mendominasi permintaan pasar (Strinati, 2004, p.58).

Budaya populer sendiri dipandang sebagai sekumpulan genre, teks, citraan, dan representasi yang bermacam-macam dan bervariasi, dan dapat dijumpai dalam berbagai media (Strinati, 2003, p.44). Strinati menambahkan, ideologi budaya populer juga sangat mempengaruhi penilaian yang dibuat oleh pengikutnya, sehingga mereka mendapatkan kesenangan yang nyata, dan dapat membentuk cara berpikir dan berpenampilan pengikutnya (2003, p.47). Hal ini juga didukung oleh pernyataan Burton (2008, p.124-125) bahwa media mengandalkan bintang sebagai sarana kontak dengan audiens dari produknya. Bintang juga menghasilkan ikatan yang sangat penting antara media dan audiens (Burton, 2008, p.129).

Harrington dan Bielby (2001, p.272) menuliskan bahwa bintang adalah sebuah investasi berupa “materi mentah” yang diolah sebaik mungkin (*image*-nya) sebelum mereka terkenal, dan investasi tersebut harus dilindungi dengan sebaik mungkin. *Image* yang dibentuk tersebut merupakan kumpulan makna dari berbagai media di mana bintang tersebut berada, yang dapat digunakan untuk keuntungan pasar film dan pemasukan yang aman (McDonald, 2000, p.14). Seperti yang dituliskan juga oleh Paul McDonald (2000, p.5) bahwa peran seorang bintang dalam industrinya tidak hanya saat bekerja pada bidangnya, tetapi juga memiliki peranan penting dalam proses produksi, distribusi, dan promosi.

East Asian Pop Culture: Korean Wave (Hallyu)

Istilah *Korean wave* atau *hallyu* (dalam bahasa Korea) diciptakan oleh pers Cina akibat popularitas budaya pop Korea di Cina, yaitu pada akhir tahun 1990-an, lewat drama-dramanya (Chua Beng Huat dan Iwabuchi, 2008, p.15-16). Dari drama, budaya pop Korea atau *Korean wave* tersebut tersebar luas dan diterima oleh masyarakat global di Asia, Afrika, Eropa, dan Amerika (*Korea Culture and Information Service*, 2011a, p.11). Tidak hanya drama dan film, musik serta produk lainnya seperti elektronik, telepon genggam, mobil, *fashion*, kosmetik, dan makanan yang juga merupakan bagian dari *pop culture korean wave* menjadi diminati oleh masyarakat global. Juga sejak tahun 2010, *Korean wave* tersebut semakin luas lagi secara mendunia karena adanya internet (Do, 2012, p.24).

Istilah “*hal*” dalam *hallyu* memiliki arti dasar mengenai mempromosikan Korea secara global (Leung, 2011, p.19). Oleh sebab itu, Korea Selatan berjuang untuk menjadi negara maju dengan fenomena *Korean wave* tersebut. Jika pada awalnya *Korean wave* dipimpin atau didominasi oleh drama-dramanya, saat ini mulai berbalik dan lebih didominasi oleh K-Pop (Tuk, 2012, p. 22).

Bintang dalam *Korean Pop Music* (K-Pop)

Korean pop music (K-Pop) merupakan salah satu bagian penting dari budaya populer Korea (Chua Beng Huat dan Iwabuchi, 2008, p. 175), yang telah berkembang sebagai budaya populer Korea Selatan sejak tahun 1980-an melalui radio. Kemudian pada akhir tahun 1990-an, Channel V Hongkong mulai memutarkan video musik lagu-lagu K-Pop. Pada saat itu, telah lahir *Boyband* dan *Girlband* Korea seperti H.O.T dan S.E.S. Setelah itu mulai muncul bibit-bibit baru K-Pop seperti Super Junior, Girls’ Generation, dan masih banyak lagi. Dari sinilah K-Pop lahir sebagai sebuah “budaya Asia” selanjutnya, yaitu bagian dari budaya populer Korea Selatan itu sendiri (*Korea Culture and Information Service*, 2011a, p.30-31). Hal ini tidak bisa dipungkiri, terutama setelah munculnya internet, K-Pop mempromosikan musiknya dalam media sosial seperti *YouTube* dan mendapat respon baik dari publik dengan tingginya penonton video musik K-Pop.

K-Pop sendiri didefinisikan sebagai musik Korea bergenre pop yang dinyanyikan dan tampilkan oleh artis Korea. K-Pop *stars* didominasi dengan *idol groups* (*boy group* atau *girl group*) yang lebih populer dibandingkan penyanyi solo Korea, dan biasanya *idol groups* merupakan remaja berjumlah dua sampai tiga belas orang dari hasil pengamatan peneliti (Do, 2012, p.32). K-Pop juga terkenal dengan lagu yang memiliki “*repetitive chorus*” atau reff yang dinyanyikan berulang-ulang dengan tarian yang sinkron serta kompak (*Korea Culture and Information Service*, 2011a, p.7). Tidak hanya lirik dan melodi lagu yang penting untuk membuat ciri khas dalam musiknya, tetapi juga elemen visual. Penampilan (cara berpakaian, wajah, bentuk tubuh) dan kinerja sebuah *group* adalah bagian penting bagi K-Pop *stars*. Hal ini membuat K-Pop *stars* sering menjadi *fashion icons*. K-Pop *stars* juga bukan hanya penyanyi, tetapi juga seorang *entertainer* (Tuk, 2012).

Star Studies

Star studies merupakan bentuk analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam beragam sumber (Stokes, 2003, p.93). Stokes juga memaparkan bahwa bintang tidak hanya berupa pemain yang ditampilkan dalam film, tetapi terdapat pernak-pernik literatur dan publisitas yang didedikasikan untuk membangun citra (*image*) seorang bintang (2003, p.93).

Paul McDonald dalam bukunya “*The Star System*” (2000, p.5) mengungkapkan bahwa para bintang tampil dalam film dan berbagai macam teks media secara kumulatif untuk membentuk *image* mereka. Seorang bintang selalu mempunyai “*The Star Vehicle*” yang berarti sarana untuk menampilkan pesona bintang

mereka dalam karakter tertentu. Untuk menciptakan dan mengontrol sebuah *image* atau *permormance* seseorang, tepatnya seorang bintang, terdapat tiga atribut yang dapat digunakan (*star vehicle*), yaitu melalui visual (penampilan dan pakaian), cara berkomunikasi/verbal (ucapan-ucapan, interaksi dengan orang lain), dan nonverbal atau karakteristik tingkah laku (Hartley, 2002, p.107).

Untuk mengkaji seorang bintang dengan tanda-tanda tersebut, terdapat sumber primer yang dapat digunakan, yaitu (Stokes, 2003, p.93):

- a. Film tempat munculnya para bintang
- b. Poster dan iklan untuk film
- c. Wawancara dan penampilan di televisi
- d. Liputan pers dan kisah dalam media cetak
- e. Literatur penggemar yang resmi maupun tidak resmi.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan konsep *star studies* dan *star image* dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode *star studies*, yaitu suatu metode untuk mengeksplorasi bagaimana bintang dikembangkan dalam beragam sumber (Stokes, 2003, p.93). *Star studies* dijadikan sebuah metode penelitian khusus oleh Richard Dyer, untuk secara fokus menganalisis *image* seorang bintang. Sebagai metode, *star studies* akan melihat makna atau pentingnya budaya seorang bintang dengan memeriksa wacana-wacana ideologi dari mana mereka muncul (Holmes, 2005, p.8). Dalam penelitian ini dengan metode *star studies*, peneliti akan melihat *image* yang ditampilkan oleh Psy sebagai seorang bintang dengan standar penampilan yang berbeda dari artis K-Pop lainnya dari segi visual, verbal, dan nonverbal.

Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah *image* yang ditunjukkan oleh Psy. Sedangkan subjek penelitiannya adalah sebagai berikut:

- a. Video musik *Gangnam Style* dan *Gentlement*
- b. Wawancara dan penampilan di televisi (*variety show*, *talk show*, dan *interview*) setelah lagu *Gangnam Style* di *publish*
- c. Iklan Korea dan barat (Amerika) setelah lagu *Gangnam Style* di *publish*
- d. Pemberitaan Psy dalam media cetak dan media portal *news online* dari “Soompi.com” sebagai *website* global terbesar yang bekerja sama dengan perusahaan entertain Korea, yang terdapat kutipan statement langsung dari pihak Psy atau menejemennya setelah lagu *Gangnam Style* di *publish*
- e. Tanggapan penggemar resmi dan tidak resmi dari “Soompi.com”.

Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data akan dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut (Stokes, 2003, p.80-81):

- a. Mendefinisikan objek analisis
- b. Mengumpulkan teks
- c. Menjelaskan teks tersebut
- d. Menafsirkan teks tersebut
- e. Menjelaskan kode-kode kultural
- f. Membuat generalisasi (konseptualisasi)
- g. Membuat kesimpulan

Temuan Data

Visual



Gambar 1. Kostum Psy

Di berbagai penampilan di media, Psy kerap mengenakan *style* yang sama, yaitu *tuxedo* (hem, celana kain, jas, sepatu pantofel), *bow tie*, dan kacamata hitam. *Style* ini sesuai dengan *tag line* lagu *Gangnam Style* yaitu *Dress Classy Dance Cheesy*. Untuk pemakaian *bow tie*, Psy mengenakan *bow tie* berwarna hitam dan berwarna-warni, yang disesuaikan dengan bajunya. Sedangkan untuk kacamata, Psy selalu mengenakan kacamata hitam dengan bentuk *frame wayfarer* atau *round*.



Gambar 2. Bentuk tubuh Psy

Dari segi bentuk tubuh, Psy memiliki bentuk tubuh padat berisi atau gemuk dengan tinggi 170 cm dan berat 82 kg. Sedangkan bentuk wajahnya adalah bulat

lonjong (*egg shape*). Bentuk tubuh Psy tidak terlihat adanya perubahan yang dikarenakan berolahraga atau diet. Sejak debut, Psy memiliki badan yang gemuk.



Gambar 3. Model rambut Psy

Untuk model rambut, Psy konsisten dengan 2:8 yaitu belahan rambut sebanyak 20% ke sebelah kiri, dan 80% ke sebelah kanan, menggunakan gel rambut.

Verbal

Dari segi verbal, terdapat kutipan-kutipan dari perkataan Psy yang konsisten merujuk pada beberapa poin utama. Pertama, Psy kerap mengatakan bahwa ia adalah orang yang lahir di Gangnam tetapi tidak bisa menyebut dirinya orang Gangnam, karena visualnya yang tidak sama seperti standard orang Gangnam. Kedua, Psy kerap mempromosikan *tag line* lagu nya, yaitu *Dress Classy Dance Cheesy*, dan menjelaskan lagu itu menggambarkan kehidupan di Gangnam yang tingkah laku sudah tidak lagi mencerminkan status diri. Ketiga, ia mengatakan bahwa sangat heran dengan artis-artis Asia, khususnya K-Pop yang ingin seperti orang atau artis Barat, sehingga kurang mempromosikan budaya sendiri.

Keempat, ia mengatakan bahwa ia terkenal dan bekerja saat ini untuk mempromosikan negaranya, Korea Selatan untuk menjadi lebih global lagi. Kelima, Psy menunjukkan dirinya yang sangat cinta tanah air, yang bahkan ketika bekerja di Amerika, ia memposisikan diri sebagai wakil dari Korea Selatan dengan budaya Korea yang melekat dalam dirinya. Sehingga ketika ia minta maaf kepada pihak Amerika atas lagu anti-Amerika yang ia buat tahun 2004, ia melakukannya karena kematian dua gadis Korea akibat tangki militer Amerika. Keenam, Psy menunjukkan diri sebagai bintang yang bekerja keras, di mana ketika memenuhi target, ia berusaha lebih keras untuk mencapai target tersebut.

Nonverbal

Dari segi nonverbal, Psy menunjukkan ekspresi yang tenang dan santai saat tampil di berbagai media. Saat ia menjawab pertanyaan, ia menjawab dengan ekspresi yang datar dengan tatapan lurus ke arah *host*. Pada beberapa wawancara, ia mencoba mengatakan hal-hal lucu saat tampil di acara Korea Selatan maupun di negara-negara Barat. Ketika ia melakukan wawancara dengan berbahasa Inggris, ia akan menunjukkan ekspresi serius dan konsentrasi dalam mendengarkan pertanyaan tersebut, seperti mengangkat sedikit kedua alisnya sambil menatap lurus ke arah *host* yang memberikan pertanyaan. Psy juga menunjukkan beberapa

gerak-geriknya saat tampil di media. Contohnya ketika ia melakukan wawancara, ia menggerakkan tangannya mengikuti ketukan kata-kata yang ia ucapkan.

Saat berkomunikasi, Psy terlihat berbeda ketika ia berbicara dengan bahasa Korea atau bahasa Inggris. Ketika berbicara dengan bahasa Korea, aksennya mengikuti logat bicara Korea dengan intonasi yang normal (tidak cepat atau tidak lambat), dan cenderung lebih banyak cerita yang ia keluarkan dibandingkan saat berkomunikasi dengan bahasa Inggris. Saat menghadiri acara internasional, Psy cenderung menjawab pertanyaan seperlunya dengan aksen agak lambat. Selain itu, ia cenderung mengulang kata “*you know*” dan “*aa..*”.

Analisis dan Interpretasi

Visual

Dari segi visual, Psy memakai *style* yang sama dalam penampilan di berbagai media, yaitu *tuxedo*, *bow tie*, dan kacamata hitam. Pada tahun 1970-an, *bow tie* mulai diasosiasikan dengan orang-orang “kutu buku”. Sehingga, beberapa komedian Amerika mulai menjadikan *bow tie* sebagai bahan lelucon pada pemakainya, salah satunya adalah komedian Jerry Lewis (Anderson, 1991). Begitupula dengan kacamata hitam yang selama abad ke-20, menjadi simbol orang-orang kaya, terkenal, keren, dan memiliki kegilaan terhadap suatu hal. Para selebriti yang memakai kacamata ini sengaja untuk seolah-olah menjaga privasi mereka (Freeman, 2009, p.219). Keseluruhan *style* yang muncul dari negara Barat ini, dipakai juga oleh Psy untuk menyindir orang-orang yang berkelas dengan karakternya tersebut, khususnya di daerah Gangnam termasuk artis-artis K-Pop yang mendambakan penampilan visual sebagai peran penting dalam citra diri, salah satunya dari segi tren *fashion*.

Hal yang serupa juga terjadi dari segi bentuk tubuh Psy yang berbeda dengan bentuk tubuh artis-artis K-Pop lainnya. Bentuk tubuh Psy ini ternyata bisa diterima oleh masyarakat di antara fenomena artis K-Pop yang dihiasi penampilan “sempurna” (tubuh ideal, wajah menawan), serta training dan diet ketat (Park Sun Young, 2010, para.9). Fakta ini merupakan salah satu budaya populer yang sudah terlihat seperti sebuah kebudayaan yang wajib di Korea Selatan. Seperti yang diungkapkan oleh Storey (2009, p.5-12) bahwa budaya populer disebut sebagai hasil produksi massa yang komersial, dan biasanya dicetuskan dari atasan yang memiliki *power*. Orang yang memiliki *power* dalam hal ini adalah agensi *entertainment* industri musik K-Pop tersebut, yang juga mengikuti standarisasi seorang artis K-Pop.

Untuk menjadi seorang artis terkenal di Korea, ada standar tertentu yang perlu dipenuhi, yaitu memiliki tubuh ramping, berotot, tampan, cantik, dan tinggi (Demae, 2012, p.74). Standarisasi K-pop yang ada ini merupakan sebuah budaya populer yang berlaku dan diikuti oleh masyarakatnya. Terutama bagi artis-artis K-Pop, yang terpengaruh dengan konstruk industrialisasi budaya pop tersebut.

Dan pada poin ketiga dari segi model rambut Psy yang juga berbeda dari artis K-Pop lain, yang lebih banyak berponi. Model rambut 2:8 ini, atau yang juga dikenal dengan istilah belahan rambut ke samping (*side parting*) mulai populer bagi para pria pada tahun 1940an hingga awal tahun 1960an. Model rambut ini lebih dikenal dengan istilah model rambut “*Princeton*” atau “*Ivy League*”. Pemberian nama model rambut ini karena populer dipakai oleh orang-orang dari universitas ternama tersebut pada tahun 1940-an hingga awal 1950-an (Sherrow, 2006, p.54). Sehingga model ini dikenal dengan model untuk orang-orang intelektual. Hal ini kemudian dibuat plesetan atau lelucon oleh komedian-komedian yang menyinggung para intelektual tersebut.

Di Korea Selatan, model rambut 2:8 ini dipandang sebagai sesuatu yang formal dan tidak biasa digunakan untuk kaum remaja, atau lebih diperuntukan bagi orang dewasa atau orang tua. Dyer menuliskan bahwa bintang dikategorisasikan oleh variabel sosial dari umur, jenis kelamin, ras dan kebangsaan (dalam McDonald, 2000, p.6). Dari sini Psy termasuk seorang bintang yang mengkonstruksikan *image*-nya dengan menunjukkan dirinya sebagai kategori artis dewasa, bukan remaja seperti umumnya variabel usia artis K-Pop. Dengan begitu, Psy juga membentuk karakternya untuk menyinggung standarisasi K-Pop yang lebih mengutamakan kaum remaja sebagai ikon K-Pop.

Verbal

Secara verbal, Psy sedang mengonstruksikan dirinya sebagai artis Korea Selatan, yang ingin mempromosikan budaya Korea, dengan menempatkan diri sebagai wakil K-Pop di industri musik Barat, walau dengan standarisasi yang beda dengan K-Pop. Psy mengatakan ia bukan kategori orang Gangnam, bahkan bukan masuk dalam standarisasi seorang artis K-Pop, seperti yang telah dijelaskan juga secara visual. Seperti yang dituliskan oleh Harrington dan Bielby (2001, p.272) mengenai bintang yang adalah investasi yang kemudian diolah *image*-nya sebelum mereka terkenal, dan investasi tersebut harus dilindungi. Begitu pula dengan Psy, di mana dengan penampilannya yang bukan standar K-pop, ia dirancang sebaik mungkin agar bisa masuk dalam industri musik Korea. Hal ini juga didukung ketika manajemennya memikirkan apa Psy perlu operasi atau tidak.

Dari segi penampilan dengan *style* dari *tag line*-nya *Dress Classy Dance Cheesy*, Psy secara tidak langsung menyindir orang-orang Korea Selatan, khususnya artis K-Pop yang kehidupannya diliputi materialisme tinggi (Demae, 2012, p.36). *Tag line* yang dibawa oleh Psy ini mau menyampaikan bahwa tidak selamanya orang-orang yang berpenampilan klasik, rapi, dan berkelas tersebut juga bertingkah laku sesuai penampilannya. Mereka bisa lebih liar dan bertingkah laku tidak berkelas seperti yang dilakukan Psy dalam lagunya tersebut (Demae, 2012, p.35).

Selain itu, secara verbal juga Psy mengungkapkan pikirannya mengenai artis-artis Asia, khususnya K-Pop yang ingin seperti orang atau artis Barat, sehingga kurang mempromosikan budaya sendiri. Negara Barat, khususnya Amerika sendiri, memang memegang peran penting dalam perkembangan Korea Selatan setelah perang saudara, sehingga ketika Amerika membangun pusat militer di Korea

Selatan dan membuat *channel* TV Amerika yaitu *American Force Korea Network* (AFKN) bagi pasukan militer Amerika, orang-orang Korea juga dapat mengakses *channel* tersebut dan terpengaruh budaya Amerika (Sarwono, 2012, para.6).

Dengan terkenalnya Psy di Amerika, dan karena Psy juga mengetahui persis pasar Amerika untuk masa depannya dalam industri musik barat, ia kemudian secara resmi meminta maaf kepada masyarakat, khususnya tentara Amerika atas lirik lagunya pada tahun 2004 yang berisi sindiran serta anti Amerika. Pada permintaan maaf itu, Psy mengatakan ia bertindak demikian karena kematian dua gadis Korea akibat tangki militer Amerika dan perang di Irak. Di sini, Psy menjangkau audiens Amerika sekaligus menunjukkan rasa cintanya terhadap negaranya, yaitu Korea (PSY Apologizes For Anti-American Lyrics in His Old Song, 2012, para.1-4).

Nonverbal

Dari segi non verbal, Psy menunjukkan *image*-nya sebagai artis profesional. Beberapa kali Psy menjawab pertanyaan sambil menggerakkan tangannya mengikuti ketukan kalimatnya. Di sini terlihat bahwa ketika ia berkata ingin menunjukkan *image* apa adanya, yang lucu, kocak, tetapi pada intinya dengan gerakan tangan tersebut menunjukkan bahwa ia sedang mengatur cara bicaranya. Psy sedang mengontrol bagaimana ia tampil di media, tetapi terlihat sebagai apa adanya. Hal ini seperti yang ditulikan oleh Cangara juga, bahwa salah satu kode nonverbal *kinesics* adalah *illustrators*, yaitu isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan untuk menjelaskan sesuatu (2009, p.106).

Psy juga menunjukkan *image* profesionalnya dengan dapat seorang diri melakukan wawancara tanpa ditemani penerjemah, dan bisa ikut bercanda saat proses wawancara di media Barat. Psy menunjukkan bahwa ia mengerti dan bisa beradaptasi dengan budaya Barat, tanpa menghilangkan ciri khas Korea yang ia miliki. Hal ini didukung juga dengan kemampuannya berbahasa Inggris yang cukup, sehingga ia tampil personal dalam acara internasional tersebut, yang biasanya beberapa artis K-Pop lain akan ditemani oleh penerjemah Bahasa Inggris.

Dalam dunia K-Pop sendiri, bahasa Inggris memegang peran yang cukup krusial bagi kesuksesannya untuk menarik perhatian masyarakat non-Korean. Sangat sedikit dari artis K-Pop yang benar-benar dapat berbicara bahasa Inggris cukup baik untuk memenangkan hati dan pikiran *fans* global, khususnya Amerika. Seperti yang juga dikatakan oleh Cangara bahwa bahasa, khususnya bahasa Inggris sebagai bahasa internasional, adalah alat pengikat dan perekat hidup bermasyarakat dalam berkomunikasi (Cangara, 2009, p.100-101). Oleh karena itu, Psy memiliki poin lebih dari artis K-Pop lain.

Simpulan

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Psy sedang mengonstruksikan *image*-nya sebagai artis K-Pop yang mematahkan *stereotype* standar seorang artis K-Pop dari segi visual, verbal, dan nonverbal. Melalui hal tersebut, Psy mengonstruksikan

bahwa ia adalah artis dari Korea, yang berbeda (dari ketiga aspek tersebut) dan tidak takut untuk menunjukkan perbedaannya di antara standarisasi yang ada dalam K-Pop. Di sini Psy menunjukkan bahwa ia memiliki pembeda dari ketiga aspek tersebut dengan artis K-Pop lain yang terpengaruh budaya Barat.

Dari hasil *image* yang diolah, dan dikonstruksikan oleh Psy dan manajemennya, terdapat hal yang menarik di mana ketika artis K-Pop lainnya berusaha meniru gaya budaya pop Amerika dalam *fashion*, musik, tarian, dan hal lainnya, Psy sebaliknya. Psy bersama timnya, membentuk *image*-nya yang berbeda dari ketiga aspek tersebut, agar dapat berkembang dan bertahan dalam industrialisasi musik, khususnya di Korea Selatan.

Dalam penelitian ini, juga ditemukan bahwa *image* yang dibawa oleh Psy memberikan suasana baru bagi musik K-Pop yang sebelumnya memiliki karakteristik standar yang identik satu dengan lainnya, tetapi ditutupi oleh individualisasi palsu. Melalui *star image*-nya, Psy ingin menyindir orang-orang Korea, khususnya artis K-Pop dengan gaya hidup Gangnam yang sangat terpengaruh budaya Amerika dari ciri khas yang ia bangun di media. Tetapi pada akhirnya, Psy memunculkan standarisasi baru dalam industri musik Korea. Orang-orang yang memiliki fisik sama dengan dirinya mulai berkarya dan diterima sebagai bagian dari industri musik Korea (K-Pop).

Setelah melakukan penelitian mengenai konstruksi *image* Psy dari berbagai teks media dengan metode *star studies*, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan media yang lebih luas lagi. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini terdapat kendala penguasaan bahasa Korea, sehingga data yang dikumpulkan lebih terbatas, dan kurang bervariatif. Selain itu, peneliti juga menyarankan bagi penelitian selanjutnya menggunakan metode *reception analysis* untuk melihat bagaimana *image* yang ditampilkan Psy ini diterima oleh masyarakat.

Daftar Referensi

- Anderson, S. H. (1991). *Chronicle*. Retrieved 30 Juli 2013 from
<http://www.nytimes.com/1991/07/29/style/chronicle-059491.html>
- Burton, G. (2008). *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cangara, Hafied. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (Eds.). (2008). *East Asian Pop Culture: Analysing The Korean Wave*. Hongkong: Hongkong University Press.
- Demae, E. (2012). *Fakta Fenomenal Gangnam Style: Virus Tarian Kuda Yang Mengguncang Dunia*. Yogyakarta: Araska.
- Do, Thao E. (2012). *Emergence of The Korean Popular Culture in The World*. (Bachelor's Thesis). Retrieved from
http://publications.thesaurus.fi/bitstream/handle/10024/42870/Do_Thao.pdf?sequence=1

- Freeman, H. (2009). *The Meaning of Sunglasses: And a Guide to Almost All Things Fashionable*. United States of America: Penguin Group.
- Gangnam Style' Masuk Buku Rekor Dunia*. (2012). Retrieved 24 Februari 2013 from <http://hot.detik.com/music/read/2012/09/24/192205/2033865/1180/gangnam-style-masuk-buku-rekor-dunia?h771108bcj>
- Harrington, C.L., & Bielby, D.D. (Eds.). (2001). *Popular Culture: Production and Consumption*. United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
- Hartley, J. (2002). *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.
- Holmes, S. (2005). 'Starring... Dyer?': *Re-visiting Star Studies and Contemporary Celebrity Culture*. London: University of Westminster.
- Kerasukan Gangnam Style*. (2012). Retrieved 22 Februari 2013 from <http://sorot.news.viva.co.id/news/read/357087-kerasukan--gangnam-style->
- Korean Culture and Information Service. (2011a). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korea: Republic of Korea.
- Korea Tourism Organization. (n.d.). *K-Pop: Singers*. Retrieved 24 Februari 2013 from http://english.visitkorea.or.kr/enu/CU/CU_EN_8_7_1.jsp
- Leung, S. (2012). *Catching the K-pop wave: Globality in the production, distribution and consumption of South Korean popular music*. (Master's thesis). Retrieved from http://digitalwindow.vassar.edu/senior_capstone/149
- McDonald, P. (2000). *The Star System: Hollywood's Production of Popular Identities*. London: Wallflower Publishing Limited.
- Park, S. Y. (2010). *An idol's life: sweat and sleepless nights*. Retrieved 30 April 2013 from <http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx?aid=2916729>
- PSY Apologizes For Anti-American Lyrics in His Old Song*. (2012). Retrieved 30 April 2013 from <http://www.soompi.com/2012/12/08/psy-apologizes-for-anti-american-lyrics-in-his-old-song/>
- Sarwono, T. (2012). *K-Pop Culture; Mulai Dari Paganisme, Lucifer, Sampai Homoseksual*. Retrieved 30 Juli 2013 from <http://www.undergroundtauhid.com/k-pop-culture-mulai-dari-paganisme-lucifer-sampai-homoseksual/>
- Sherrow, V. (2006). *Encyclopedia of Hair: A Cultural History*. United States: Greenwood Publishing Group.
- Stokes, J. (2003). *How To Do Media and Cultural Studies*. London: SAGE Publications Ltd.
- Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (5th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Strinati, D. (2003). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. (Abdul Mukhid, Trans.). Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Tuk, W. (2012) *The Korean Wave: Who Are Behind The Success of Korean Popular Culture*. (Master's Thesis). Retrieved 6 Maret 2013 from <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/20142/hallyu%20version%207.pdf?s=equence=1>