

**ANALISIS KEPERCAYAAN DIRI PADA VIDEO KLIP (G)I-DLE
“QUEENCARD”**

Shinta Regita Cahyani¹, Latif Ahmad Fauzan²

UPN Veteran Jawa Timur

E-mail: shintaregita233@gmail.com¹, latif.ahmad.ilkom@upnjatim.ac.id²

Abstract

Globalization removes world boundaries, allowing the spread of culture through technology and media. Popular culture like K-Pop influences the lifestyle and values of global society, including Indonesia. K-Pop songs often raise themes of self-confidence, which are crucial in facing challenges and social interactions. This study employs a qualitative approach to analyze the construction of self-confidence in Korean pop culture through the music video "Queencard" by (G)I-dle, using Roland Barthes' semiotics theory. This video highlights self-confidence through visual and narrative elements that inspire self-empowerment and self-acceptance, encouraging viewers to embrace their personal strengths and pursue their dreams with confidence..

Keywords — *Popular culture, Self Confidence.*

Abstrak

Globalisasi menghapus batas-batas dunia, memungkinkan penyebaran budaya melalui teknologi dan media. Budaya populer seperti K-Pop mempengaruhi cara hidup dan nilai masyarakat global, termasuk Indonesia. Lagu K-Pop sering mengangkat tema kepercayaan diri, penting dalam menghadapi tantangan dan interaksi sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis konstruksi kepercayaan diri dalam budaya pop Korea melalui video musik "Queencard" dari (G)I-dle, dengan teori semiotika Roland Barthes. Video ini menonjolkan kepercayaan diri melalui elemen visual dan naratif yang menginspirasi self-empowerment dan penerimaan diri, mengajak penonton untuk merangkul kekuatan pribadi dan mengejar impian dengan keyakinan.

Kata Kunci— *Budaya Populer, Kepercayaan Diri.*

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks globalisasi, budaya populer merupakan topik yang sangat menarik untuk dianalisis. Globalisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Anthony Giddens, menandakan penghilangan batas-batas dunia, serta kendali terhadap ruang dan waktu. Kemajuan teknologi dan komunikasi memungkinkan interaksi individu tanpa dibatasi oleh jarak (Harianto dalam Kartikasari & Sudrajat, 2022). Proses globalisasi mempermudah penyebaran informasi secara cepat dan luas, mencakup tidak hanya informasi tetapi juga budaya, yang tersebar melalui berbagai media termasuk media massa dan teknologi. Dampak signifikan dari arus globalisasi ini mempengaruhi cara masyarakat menjalani kehidupan budaya mereka. Secara khusus, globalisasi budaya memungkinkan budaya asing mendominasi dan perlahan-lahan menggantikan budaya lokal. Budaya populer memiliki pengaruh besar dalam membentuk cara berpikir, gaya hidup, dan nilai-nilai dalam masyarakat. Pengaruh budaya populer melampaui aspek hiburan dan menyentuh berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

Budaya populer mencakup berbagai unsur seperti musik, film, televisi, mode, dan tren konsumsi. Masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, semakin aktif dalam mengonsumsi dan mengadopsi berbagai bentuk budaya populer. Perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin mudah membuat budaya populer tersebar luas dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Salah satu contohnya adalah fenomena Gelombang Hallyu atau Hallyu Korea (Kartikasari & Sudrajat, 2022). Hallyu, atau Gelombang Korea, adalah istilah yang mengacu pada penyebaran budaya pop Korea Selatan secara global ke berbagai negara (Shim dalam Putri et al., 2019).

K-Pop adalah elemen integral dari Gelombang Korea dan sering dianggap sebagai pendorong utamanya. Boyband dan girlband Korea Selatan mendominasi pasar global, termasuk di Indonesia, terutama di kalangan anak muda dan remaja. Penampilan fisik yang menarik, musik pop yang mudah didengar, dan koreografi yang memukau berhasil memikat banyak penggemar. Saat ini, K-Pop tidak hanya berkaitan dengan musik, tetapi juga menjadi representasi dari seluruh budaya Korea (Valenciana & Pudjibudojo, 2022).

Minat yang meningkat terhadap K-pop dalam budaya populer, sebagai hasil dari perkembangan masyarakat global, mendorong industri K-pop untuk terus melakukan inovasi secara teratur demi mempertahankan dominasinya. Industri ini berkomitmen untuk menghasilkan berbagai konsep dan tema yang sesuai dengan preferensi pasar, baik di dalam Korea maupun di pasar global, termasuk mengangkat tema kepercayaan diri sebagai salah satu contohnya.

Kepercayaan diri merupakan sikap yang esensial bagi setiap individu. Memiliki kepercayaan diri akan mempersiapkan individu untuk menghadapi risiko dan tantangan dalam hidup dengan sikap optimisme yang positif, sambil tetap memperhatikan konteks yang dihadapi (Vega, Hapidin, & Karnadi, 2019). Individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi bukan hanya mampu melakukan tindakan, tetapi juga memiliki keterampilan dan pengalaman yang memadai serta dapat mengukur kemampuan dirinya dengan baik (Puspitasari & Laksmiwati, 2012).

Kepercayaan diri juga tercermin dalam ekspresi universal dari mimik wajah dan intonasi, yang mendukung konsep tentang makna kepercayaan diri itu sendiri. Sikap ini memungkinkan individu untuk mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri serta lingkungan sekitarnya, yang merupakan hasil dari interaksi belajar dengan lingkungan sekitar (Purnamaningsih, 2003). Tingkat kepercayaan diri juga dipengaruhi oleh kepribadian masing-masing individu. Individu dengan sikap ekstrovert (terbuka) lebih cenderung untuk berkomunikasi dan berbagi masalah dengan orang lain, sementara individu dengan sikap

introvert (tertutup) cenderung menyembunyikan masalahnya bahkan dari orang terdekatnya (Mollah, 2019). Tingkat kepercayaan diri yang tinggi memudahkan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain (Pribadi & Erdiansyah, 2020).

Kepercayaan diri adalah elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, mempengaruhi interaksi dan keputusan individu. Kepercayaan diri memungkinkan seseorang untuk menghadapi tantangan dengan sikap positif, berkomunikasi efektif, dan mengambil inisiatif dalam berbagai situasi. Individu yang percaya diri cenderung lebih tahan menghadapi kegagalan dan lebih mampu memanfaatkan peluang. Sebaliknya, kurangnya kepercayaan diri dapat menghambat fungsi optimal seseorang, mengurangi keterlibatan sosial, menurunkan produktivitas, dan meningkatkan risiko masalah kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi. Tanpa kepercayaan diri, individu mungkin ragu dalam mengambil keputusan, menghindari situasi baru atau menantang, dan memiliki pandangan negatif tentang kemampuan diri, yang pada akhirnya membatasi potensi dan kualitas hidup mereka.

Terdapat beragam lagu K-Pop yang memfokuskan pada tema self love, antara lain "Aespa - Savage", "Le Sserafim - Eve, Psyche, and The Bluebeard's Wife", "Everglow - First", "Blackpink - Tally", dan "Twice - Cry For Me", serta beberapa lainnya. Salah satu contoh lagu Korea yang menyoroti kepercayaan diri adalah "Queencard" yang dipublikasikan oleh (G)I-dle. Video musik "Queencard" dirilis pada 15 Mei 2023 dan mendapat perhatian signifikan dari penggemar K-Pop, tercermin dari jumlah penayangan yang besar meskipun video tersebut baru dirilis. Video musik "Queencard" berhasil meraih 335 juta penayangan dan 3,4 juta suka. (G)I-dle, girlgrup yang berasal dari Cube Entertainment, melakukan debut mereka pada 2 Mei 2018. Saat ini, (G)I-dle terdiri dari lima anggota, diantaranya Soyeon sebagai pemimpin dan produser, Miyeon, Minnie, Yuqi, dan Shuhua.

Indonesia merupakan pasar yang signifikan bagi industri K-Pop, di mana topik kepercayaan diri menjadi salah satu fokus utama dalam industri hiburan Korea. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan studi mendalam mengenai konsep kepercayaan diri dalam budaya pop Korea, khususnya melalui analisis musik video K-Pop berjudul "Queencard" dari (G)I-dle. Pilihan untuk mengkaji kepercayaan diri dalam konteks budaya pop Korea dipengaruhi oleh popularitas K-Pop yang besar di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis video musik tersebut, karena video tersebut menggambarkan realitas kepercayaan diri pada perempuan dalam konteks budaya pop Korea.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif, yang mengacu pada pengumpulan data dari konteks alami dengan pendekatan yang alamiah, dilakukan oleh peneliti yang memiliki minat ilmiah (Moeleong dalam Pardianti & Valiant, 2022). Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali peristiwa yang menarik dan mengumpulkan data lisan dan tertulis tentang objek penelitian dari peristiwa yang sedang diselidiki. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan observasi langsung terhadap aktivitas objek penelitian dengan dukungan data yang lengkap.

Penelitian ini memilih pendekatan kualitatif karena ingin menjelaskan konstruksi kepercayaan diri dalam budaya pop Korea, khususnya melalui analisis video musik ""Queencard" dari (G)I-dle. Oleh karena itu, informasi dalam penelitian ini perlu diselidiki secara menyeluruh dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes tanpa mengurangi atau mengisolasi variabel tertentu, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi lebih lengkap dan komprehensif.

Semiotika Roland Barthes melanjutkan konsep yang diperkenalkan oleh Ferdinand Saussure. Dalam karya "Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra," Saussure mengembangkan ilmu semiotika berdasarkan latar belakang keilmuan linguistiknya. Saussure memperkenalkan semiologi sebagai ilmu tentang tanda-tanda (the science of signs). Kriyantono, dalam bukunya "Teknik Praktis Riset Komunikasi," menegaskan bahwa Saussure berfokus pada struktur kalimat kompleks dan bagaimana kalimat menentukan makna, namun juga menyadari bahwa kalimat serupa dapat memiliki makna berbeda. Barthes mengadopsi konsep ini dan memperkenalkannya sebagai "order of signification" (Putra, 2022).

Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan tanda: denotasi dan konotasi (Rusmana dalam Septiana, 2019). Denotasi, menurut Barthes, adalah tanda yang penandanya memiliki tingkat kesepakatan tinggi, sehingga menghasilkan makna yang sebenarnya. Denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sementara konotasi adalah sistem signifikansi tingkat kedua. Barthes (Rusmana dalam Septiana, 2019) menyatakan bahwa sastra adalah contoh paling jelas dari sistem pemaknaan tingkat kedua, yang dibangun di atas bahasa sebagai sistem tingkat pertama.

Pada tahap denotasi, analisis tanda berfokus pada aspek bahasa, khususnya makna literalnya. Setelah memahami makna harfiah ini, analisis berlanjut ke tahap konotasi, yang menggambarkan interaksi antara tanda dengan emosi atau perasaan pengguna, serta nilai-nilai budaya yang terlibat. Proses konotasi ini bersifat subjektif dan sering kali tidak disadari oleh penggunanya. Dalam teori semiotik Barthes, terdapat juga konsep mitos sebagai sistem pemaknaan tingkat kedua (Septiana, 2019).

Mitos adalah bentuk ideologi yang muncul dari asumsi-asumsi berdasarkan observasi yang dangkal. Dalam konteks semiotik, mitos adalah proses pemaknaan yang cenderung dangkal, hanya merepresentasikan makna yang terlihat, bukan esensi sebenarnya. Barthes melihat mitos sebagai sistem komunikasi yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan legitimasi pada nilai-nilai dominan pada suatu periode tertentu. Karena merupakan hasil konstruksi manusia, mitos mudah diubah atau dihilangkan, tergantung pada konteks kemunculannya. Dengan mengubah konteks, efek mitos juga bisa diubah. Mitos sendiri berperan dalam pembentukan ideologi, dengan tujuan utama membuat kepercayaan tertentu tampak alami dan sulit dipertanyakan. Mitos menciptakan persepsi tertentu yang tampak sebagai kenyataan yang tidak bisa dikritik karena dianggap sebagai sesuatu yang seharusnya (Septiana, 2019)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

(G)I-DLE adalah girl group asal Korea Selatan yang dibentuk oleh Cube Entertainment pada tahun 2018. Grup ini terdiri dari lima anggota: Miyeon, Minnie, Soyeon, Yuqi, dan Shuhua. Pada 15 Mei 2023, mereka merilis mini album berjudul "I Feel" yang berisi enam lagu, termasuk "Queencard." Tema utama mini album ini adalah kepercayaan diri dan self esteem. Lagu "Queencard," yang diproduseri oleh Soyeon dengan durasi 3:31, menggabungkan gaya musik pop dan rock and roll. Soyeon, bersama PopTime, Daily, dan Likey, menulis dan mengaransemen lagu ini, yang berfokus pada tema penerimaan diri dan kepercayaan diri.



Gambar 1 Scene 1

Makna Denotasi: Minnie sedang berjalan ala catwalk di jalanan pada malam hari

Makna Konotasi: Catwalk melambangkan dunia fashion yang sering kali dikaitkan dengan standar kecantikan dan status sosial yang berlaku dalam masyarakat. Dalam konteks ini, para individu yang berpartisipasi dalam peragaan busana di atas catwalk tidak hanya memamerkan karya desain, tetapi juga menyampaikan pesan yang lebih dalam mengenai sikap mereka terhadap norma-norma tersebut. Dengan berjalan di atas catwalk, mereka menentang standar kecantikan konvensional dan berusaha mendefinisikan standar mereka sendiri. Tindakan ini mengandung makna bahwa kepercayaan diri sejati berasal dari penerimaan diri sendiri, bukan dari penilaian eksternal yang seringkali bersifat subjektif dan terbatas. Dengan demikian, catwalk menjadi sebuah platform simbolis yang menggambarkan perjuangan dan pernyataan individu untuk menghargai dan mengakui keunikan diri mereka dalam menghadapi tekanan sosial yang ada.



Gambar 2 Scene 10

Makna Denotasi: Miyeon seorang selebritas yang sedang merayakan ulang tahunnya menyapa Minnie yang juga seorang selebritas dengan ramah.

Makna Konotasi: Interaksi yang ramah dan penuh percaya diri merupakan indikasi kemampuan seseorang untuk bersosialisasi tanpa disertai rasa takut atau canggung. Kemampuan ini menunjukkan bahwa individu tersebut mampu menjalin hubungan interpersonal dengan lancar dan efektif, yang sering kali dianggap sebagai tanda kepercayaan diri yang tinggi dalam budaya populer. Dalam konteks sosial, kemampuan untuk berinteraksi dengan baik tidak hanya mencerminkan keberanian individu dalam menghadapi berbagai situasi sosial, tetapi juga menunjukkan keterampilan komunikasi yang baik dan kematangan emosional. Dengan demikian, individu yang mampu menunjukkan sikap ramah dan percaya diri dalam interaksi sosial cenderung lebih dihargai dan diterima oleh lingkungan sekitarnya. Hal ini memperkuat pandangan bahwa kemampuan bersosialisasi yang efektif merupakan salah satu aspek penting dari kepercayaan diri yang diakui dalam masyarakat.



Gambar 3 Scene 14

Makna Denotasi: Minnie sedang menatap langsung dengan tatapan percaya diri di tengah kerumunan di dalam sebuah klub malam

Makna Konotasi: Tatapan langsung ke kamera melambangkan keterbukaan dan keberanian yang mencolok. Tindakan ini menunjukkan bahwa individu tidak menghindari atau menyembunyikan diri dari pandangan publik, melainkan menghadapi dunia dengan keyakinan yang teguh. Sikap ini mencerminkan keberanian untuk menunjukkan diri mereka yang sebenarnya tanpa rasa takut akan penilaian atau kritik eksternal. Dalam konteks psikologi dan komunikasi, tatapan langsung ke kamera sering diartikan sebagai tanda kepercayaan diri yang tinggi, karena individu tersebut menunjukkan kesiapan untuk berkomunikasi secara langsung dan transparan. Oleh karena itu, melalui tatapan yang tegas ini, seseorang dapat menyampaikan pesan kuat tentang kepercayaan diri dan keberanian untuk tampil secara autentik di hadapan dunia.



Gambar 4 Scene 30

Makna Denotasi: Kelima member (G)-Idle menari di hadapan banyak orang

Makna Konotasi: Menampilkan diri di hadapan banyak orang atau di depan kamera dengan penuh semangat merupakan indikasi dari keberanian serta keyakinan terhadap kemampuan pribadi. Tindakan ini tidak hanya menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki kepercayaan diri yang tinggi, tetapi juga bahwa mereka mampu mengatasi rasa takut dan kecemasan yang sering kali menyertai situasi semacam itu. Panggung, dalam konteks ini, berfungsi sebagai simbol pengakuan dan penerimaan dari audiens. Pengakuan ini memberikan validasi eksternal yang dapat memperkuat rasa percaya diri seseorang. Dengan demikian, keberanian untuk tampil di hadapan publik tidak hanya mencerminkan keyakinan diri, tetapi juga memperkuat dan mengembangkan rasa percaya diri melalui interaksi sosial yang positif dan umpan balik yang diterima dari orang lain.

Musik video "Queencard" milik (G)I-DLE menonjolkan tema kepercayaan diri melalui berbagai elemen visual dan naratif yang dirancang untuk menginspirasi dan memperkuat pesan tentang self-empowerment dan penerimaan diri. Dalam video ini, transformasi para anggota dari keadaan ketidakpercayaan diri menuju penerimaan diri dan kepercayaan diri penuh divisualisasikan dengan jelas. Setiap anggota menampilkan gaya yang berani dan unik, mencerminkan keyakinan mereka dalam mengekspresikan identitas pribadi. Penggunaan busana yang penuh warna dan riasan mencolok, ditambah dengan koreografi energik dan gerakan tarian yang tegas, memperkuat citra kepercayaan diri yang ingin disampaikan.

Video klip ini menggunakan simbolisme dan narasi untuk memperkuat tema kepercayaan diri. Simbol-simbol seperti panggung yang megah digunakan untuk menggambarkan keyakinan diri. Narasi yang menyertainya menunjukkan para anggota (G)I-DLE mengatasi keraguan diri dan akhirnya tampil dengan penuh keyakinan di hadapan orang lain. Ekspresi emosi yang ditampilkan melalui ekspresi wajah dan bahasa tubuh anggota, menunjukkan kebahagiaan, keyakinan, dan kebanggaan, yang secara efektif menyampaikan pesan bahwa kepercayaan diri membawa kebahagiaan dan kepuasan diri.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, video klip "Queendom" oleh GIDLE menghadirkan representasi yang kuat tentang kepercayaan diri sebagai kunci untuk mengatasi tantangan dan menghadapi ketidakpastian. Melalui visual yang dramatis dan lirik yang memberdayakan, video klip ini menginspirasi penonton untuk merangkul kekuatan mereka sendiri dan mengejar impian mereka dengan penuh keyakinan. Dengan demikian, video klip ini tidak hanya menjadi sebuah karya seni yang memukau, tetapi juga menyampaikan pesan yang mendalam tentang pentingnya kepercayaan diri dalam menghadapi perjalanan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3), 405–428. <https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.59242>
- Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Fikom UPI YAI*, XXVII(2), 187–210. [http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan_Konten_Tiktok_sebagai_Media_Informasi.pdf)
- Putra, Y. P. (2022). Representasi Kesenjangan Gender dalam Video Musik The Man karya Taylor Swift (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes) [Universitas Kristen Satya Wacana]. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/26062>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Septiana, R. (2019). MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS DALAM FILM WHO AM I KEIN SYSTEM IST SICHER (SUATU ANALISIS SEMIOTIK). *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*, 1(2).
- Ugunawan, U., Yusup, E., & Ramdhani, M. (2021). REPRESENTASI KEPERCAYAAN DIRI DALAM FILM “IMPERFECT: KARIR, CINTA, & TIMBANGAN”(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TENTANG MAKNA PERCAYA DIRI DALAM FILM “IMPERFECT: KARIR, CINTA, & TIMBANGAN”). *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(11), 5675-5690.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>