

Semiotika dalam Lagu OMG oleh New Jeans Mendekripsi Realitas Industri Kpop

Argenta Diansyah Pradana, Didik Hariyanto*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Studi ini menggunakan pendekatan semiotik Charles Sanders Peirce untuk mengurai simbol dan tanda dalam video musik "OMG" oleh New Jeans, bertujuan untuk mengungkap realitas yang tersembunyi dalam industri K-Pop. Melalui teknik observasi dan tinjauan literatur, analisis ini mengungkap tiga tema utama: kepatuhan ketat yang diharapkan dari idola terhadap agensi dan basis penggemar mereka, stereotip gender yang merajalela, serta dampak interaksi parasosial. Temuan ini menekankan tekanan yang dihadapi oleh para idola, mencerminkan ekspektasi masyarakat luas dan dinamika komersial industri hiburan. Studi ini tidak hanya meningkatkan pemahaman tentang representasi media dalam K-Pop tetapi juga memicu dialog tentang implikasi lebih luas dari potretan ini terhadap persepsi budaya dan kesejahteraan idola.

Kata Kunci : Analisis Semiotik, Industri K-Pop, Stereotip Gender, Hubungan Parasosial, Dinamika Agensi Idola

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2643>

*Correspondence: Didik Hariyanto

Email: didikhariyanto@umsida.ac.id

Received: 02-05-2024

Accepted: 05-05-2024

Published: 13-05-2024



Copyright: © 2024 by the authors.

Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study employs Charles Sanders Peirce's semiotic approach to dissect symbols and signs in the New Jeans "OMG" music video, aiming to unveil the underlying realities of the K-Pop industry. Utilizing observational and literature review techniques, the analysis reveals three predominant themes: the stringent compliance expected of idols towards their agencies and fanbase, pervasive gender stereotypes, and the impacts of parasocial interactions. The findings underscore the pressures idols face, mirroring broader societal expectations and the commercial dynamics of the entertainment industry. The study not only enhances understanding of media representations in K-Pop but also sparks dialogue on the broader implications of these portrayals for cultural perceptions and idol welfare.

Keywords: Semiotic Analysis, K-Pop Industry, Gender Stereotypes, Parasocial Relationships, Idol Agency Dynamics

Pendahuluan

Korean Wave (K-Wave) atau Hallyu merupakan budaya pop yang berasal dari Korea Selatan yang banyak diminati oleh seluruh masyarakat dunia, tak terkecuali Indonesia. Pada saat Kim Dae Jung menjabat sebagai Presiden pemerintahan Korea (1993-1998) dengan slogan politik "Creation of the New Era" K-Wave telah dipersiapkan untuk disebarkan ke internasional dengan tujuan untuk menghapus representasi Korea Selatan pada saat itu yang tradisional ke lebih modern (Putri et al.,

2019). K-Wave merupakan salah satu budaya pop di Korea Selatan yang dikenal dengan industri musiknya. Selain musik, K-pop atau Korean Pop juga menampilkan tarian yang dapat menjual K-Pop itu sendiri (Putri et al., 2019). Berbagai alasan orang menyukai K-pop, salah satunya karena adanya masalah dalam hidup yang terjadi sehingga K-pop dapat menghibur dan mengubah amarah seseorang (Li, 2022). Hal ini menjadikan para penyanyi atau idol di Korea Selatan dituntut untuk sempurna.

Dalam pertumbuhan ekonomi Korea Selatan, K-pop penyumbang terbesar pemasukan anggaran negara. Setiap tahunnya K-pop dapat menyumbang US\$10 miliar, bahkan salah satu agensi K-Pop, Hybe Labels mendapatkan pendapatan terbesar pada awal tahun 2022 sekitar 284,97 miliar won Korea atau sekitar Rp3,26 triliun rupiah (Pahlevi, 2022).

Dibalik naiknya K-pop di dunia, K-pop merupakan industri penuh dengan budaya patriarki, kapitalisme, stereotipe gender. Secara tidak langsung, penyanyi K-pop dibentuk gaya musik, gaya berpakaian, hingga perilakunya oleh agensi yang menaunginya bukan penyanyi tersebut yang membentuk dirinya sendiri (Shabrina & Setiawan, 2022). Hal ini didasari oleh budaya konsumen, produk akan dibuat sesempurna mungkin hingga memunculkan impian bagi pembelinya dan hal ini umum dalam sistem kapitalis, hingga bentuk tubuh perempuan maupun laki-laki memiliki peranan penting dalam membentuk sebuah identitas sebuah produk (Rosida, 2018). Pada akhirnya idol atau penyanyi K-pop merupakan sebuah produk yang dituntut sempurna sesuai dengan standar budaya K-pop yang telah dibangun oleh pemain industri hiburan Korea Selatan.

Hal itu terjadi pada Lim Kim seorang idol solo Korea pada saat masih tergabung pada agensi yang bernama Mystic Story. Pada saat berkarir dengan Mystic Story, Lim Kim di atur oleh agensi karakternya. Mulai dari suara bahkan cara berpakaian, Lim Kim suaranya di atur oleh agensi hingga merasa tidak nyaman dan merasa tertekan. Ketika bernyanyi untuk dapat bersuara tertentu sampai membuat Lim Kim menggaruk tenggorokannya, hingga pada saat Lim Kim keluar dari agensi tersebut Lim Kim merasa lebih bebas dalam bernyanyi dan berekspresi sesuai dengan keinginannya (Herman, 2019).

Mereka dibentuk demikian agar idol yang mereka bentuk menjadi terkenal serta mempunyai banyak penggemar, semakin banyak penggemar tentu keuntungan yang akan didapatkan semakin banyak. Di lain sisi banyaknya fans juga maka ekspektasi dan tuntutan dari fans juga akan semakin besar (Fatmawati et al., 2019). Industri dan idolnya menjadi terkenal secara online karena histeria penggemar yang berkelanjutan dan tersebar luas, intensitas dan loyalitas penggemar yang berbeda dapat menginspirasi akan tetapi ada pula penggemar yang dapat memberikan efek buruk kepada idolnya entah dari manapun karena mengagumi yang sangat berlebihan (Tinaliga, 2018).

Seperti halnya Sulli, mantan anggota girl group f(x) yang dikenal dengan sifatnya yang feminim dan berani dalam mengemukakan pendapat pribadi. Sulli meninggal dunia di kediamannya yang terletak di daerah apartemen Seongnam, Provinsi Gyeonggi, Korea Selatan pada hari Senin 14 September 2019 pukul 03.21 p.m KST. Menurut keterangan polisi Seongnam Sujeong beserta Manajer, Sulli bunuh diri karena depresi berat setelah mendapatkan hate comment atau bullying terlebih pada media sosialnya (Ramadhani, 2019).

Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya oleh Lukman Hakim dan Feny Rukmanasari yang mendeskripsikan representasi dari pesan motivasi dalam lirik lagu K-Pop "Beautiful" by NCT 2021 dengan kajian Semiotika oleh Ferdinand De Saussure. Hasil penelitian ditemukan makna motivasi dalam lirik lagu Beautiful yang dinyanyikan oleh NCT. Motivasi tersebut berkaitan dengan keistimewaan yang dimiliki tiap individu yang menjadi ciri khas. Oleh karena itu, janganlah merasa insecure atau merasa cemas dan ragu terhadap diri sendiri (Hakim & Rukmanasari, 2023).

Penelitian serupa juga sudah dilakukan oleh Salma Zuhaira dan Sukma Ari Ragil Putri yang mendeskripsikan representasi perempuan dalam Video Klip dari lagu Dalla-Dalla oleh Girlband Korea ITZY dengan menggunakan Kajian Semiotika. Dalam Video Klip lagu Dalla-Dalla tersebut menunjukkan gambaran kebebasan, kepercayaan diri, dan keberadaan personal. Secara ideologi, tingkat lambang dan symbol menunjukkan bahwa pada Video Klip tersebut menunjukkan tanda feminisme pasca-modern (Sukma Ari Ragil Putri, 2021).

Penelitian yang akan dilakukan juga didasari oleh penelitian oleh Dina Annisa Rahma Oktaviani, Budi Suprpto, dan Isnani Dzuhrina yang mendeskripsikan representasi masa muda yang ditunjukkan pada Video Klip BTS "Blood, Sweat, and Tears". Representasi masa muda dapat diartikan melalui tanda yang bersifat denotatif, konotatif, dan mitos. Pada Video Klip tersebut mempunyai kesimpulan masa muda yang penuh dengan gejolak dan keinginan. Masa muda juga merupakan waktu di mana seseorang mencari jati diri, mengeksplorasi kebebasannya, dan berani mengambil risiko dalam mengejar hal-hal yang disukai (Dina, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Selsa Fitri Oviani dan Nanda Nini Anggalih yang menganalisis Video Musik 7Wol 7il "One of These Night" Oleh Grup Red Velvet dengan teori Semiotika juga menjadi referensi atas penelitian yang akan dilakukan ini. Penelitian oleh Selsa dan Nanda menunjukkan hasil bahwa Video Musik 7Wol 7il "One of These Night" berkaitan dengan tragedi kapal Sewol yang tenggelam karena dalam Video terdapat elemen visual refleksi, perahu, dan yang lainnya. Selain mempresentasikan tragedi tenggelamnya kapal Sewol, Video Musik tersebut juga merepresentasikan budaya Korea yaitu Chilseok (Oviani & Anggalih, 2023).

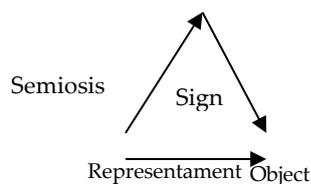
Penelitian sejenis juga telah dilakukan oleh Kartika Puspa Rini dan Nurul Fauziah yang mendeskripsikan feminisme dalam Video Klip lagu DDU-DU-DDU-DU oleh Blackpink dengan teori Semiotika John Fiske (Shabrina & Setiawan, 2022). Dari hasil penelitian menunjukkan adanya tandadan symbol yang mempresentasikan feminisme post-modern yang melibatkan terciptanya wacana baru dan pesan bermakna, serta membagikan energi positif dengan para wanita lain (Rini & Nurul, 2016).

K-pop juga dikenal dengan musik video (MV) yang memiliki banyak teori yang ditampilkan melalui gerakan, dekorasi ruangan, maupun efek visual yang penontonya mencari tahu makna dalam musik video K-pop. Para penyanyi K-Pop menggunakan musik video menjadi media penyampaian pesan kepada publik melalui penggabungan antara musik dan visual. Musik video memiliki fungsi sebagai wadah untuk mengekspresikan makna lagu melalui gambaran visual yang akan memancarkan teori, yang bisa ditebak secara bebas oleh penggemar. Musik Video adalah sebuah alat untuk menyampaikan sebuah pesan yang paling ampuh dikarenakan terdapat adanya

gambar dan musik yang dilantukan sesuai lirik dari sebuah lagu dengan penggambaran realitas sosial (Rini & Nurul, 2016).

Pada saat ini sudah banyak musisi atau idol K-pop menggambarkan realitas tentang industri K-pop sebagai bentuk kritik. Menurut Berger & Luckmann, proses sosial digambarkan dengan suatu perilaku dan komunikasi individu yang secara terus menerus sehingga dapat menciptakan realitas yang dimiliki bersama secara subyektif (Hidayaturrahman et al., 2020). Teori realitas sosial oleh Berger & Luckmaan diklasifikasikan menjadi 3 yaitu realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif merupakan fenomena sosial dalam kehidupan sehari-hari yang sering ditemui individu sebagai fakta, realitas simbolik adalah bentuk simbolis dari realitas objektif sebagai karya seni, fiksi, dan isi media, sedangkan realitas subjektif adalah penggabungan dari realitas objektif dan simbolik (Hidayaturrahman et al., 2020).

Hal ini juga dilakukan oleh New Jeans melalui musik video yang berjudul “OMG” yang ditayangkan pada platform Youtube pada tanggal 2 Januari 2023 dan telah dilihat sebanyak 20,263,352 Pada tanggal 26 Februari 2023. Berdasarkan yang disampaikan di atas tujuan penelitian ini adalah membahas realitas/esensi industri K-Pop melalui media visual dengan teori Semiotika pada MV New Jeans “OMG”. Semiotika adalah studi tentang makna dan analisis peristiwa yang mengarah pada makna tanda (Rini & Nurul, 2016). Semiotika dapat bermanfaat dalam interpretasi tanda, baik tanda buatan maupun tanda alam yang ada sebagai bentuk komunikasi (Febryningrum & Hariyanto, 2022).



Gambar 1. Tipologi tanda Charles Sanders Peirce
 Sumber: Buku (Wibowo, 2013)

Table 1. Jenis Tanda dan Cara Kerjanya (Charles S. Peirce)
 Sumber: Buku (Wibowo, 2013)

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	Persamaan (kesamaan) Kemiripan	Gambar, foto, dan patung	Dilihat
Indeks	Hubungan sebab akibat Keterkaitan	Asap...api Gejala....penyakit	Dipekirakan
Simbol	Konvensi atau kesepakatan sosial	Kata-kata Isyarat	Dipelajari

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan bantuan teori semiotika dengan pemikiran Charles Sanders Peirce. Dalam pemikirannya terdapat segitiga makna atau yang disebut dengan trikotomi. Trikotomi dibagi menjadi 3 aspek yaitu tanda (Sign/Representamen), objek (Object), dan intrerpretan (Interpretan). Tipe-tipe representamen (tanda) dipaparkan oleh Charles Sanders Peirce menjadi 3 bagian yaitu legisign, qualisign, dan signsign. Sedangkan interpretant (interpretan) juga diklasifikasikan menjadi tiga antara lain rema (rheme), tanda disen (dicent sign), dan argument (argument) (Wibowo, 2013).

Dalam hubungan antar trikotomi yang dilihat dari segi kesamaan antar elemen disebut sebagai ikon. Hubungan tanda yang terlihat pada hubungan sebab-akibat antara unsur penyusun sumber acuan disebut indeks. Hubungan antar tanda yang dilihat berdasarkan konvensi antara sumber yang digunakan sebagai susunan disebut symbol (Rudiyanto & Hariyanto, 2015). Dalam semiotika Charles Sanders Peirce, dimungkinkan untuk beralih di antara semua jenis tanda untuk membuat kombinasi tipologi tanda yang tak berujung dan kompleks.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan suatu pendekatan yaitu pendekatan kualitatif semiotika dari Charles Sanders Peirce yang berfokus untuk mengkaji tentang realitas melalui symbol atau tanda yang terdapat dalam MV New Jeans "OMG". Menurut Moleong dalam Harahap (2020) kualitatif adalah suatu metode observasi untuk menafsirkan fenomena yang dialami subjek dari pengamatan tindakan, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara cara pandang yang menyeluruh dan dengan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks alami yang ditentukan dan menggunakan berbagai metode alami.

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primernya adalah dengan menonton MV New Jeans "OMG" dengan melalui media Youtube durasi 6 menit 34 detik di Channel Hybe Labels dengan link (https://www.youtube.com/watch?v=_ZAgIHmHLdc), sedangkan data sekunder dengan melakukan studi literatur yang di ambil melalui jurnal, buku, internet.

Peneliti menganalisis MV New Jeans "OMG" dengan melalui observasi yang akan dibedah dan akan mengambil data dengan memilih scene yang berhubungan tentang esensi dari industri K-pop. Setelah data dipilih selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode pendekatan semiotika dengan cara membedah sebuah makna tanda.

Hasil dan Pembahasan

A. Biodata New Jeans

NewJeans adalah sebuah grup idol Korea yang terdiri dari 5 orang perempuan, mereka adalah Minji, Hanni, Danielle, Haerin dan Hyein. Minji yang mempunyai nama asli Kim Minji yang lahir pada tanggal 7 Mei 2004 berkebangsaan Korea, Hanni mempunyai nama asli Pham Ngoc Han atau Hanni Pham lahir pada tanggal 6 Oktober 2004 yang berasal dari Vietnam namun mempunyai darah campuran dengan Australia. Yang ketiga ada Danielle mempunyai 2 nama

dikarenakan darah campuran Korea dan Australia, Danielle mempunyai nama Inggris yaitu Danielle Marsh sedangkan nama Koreanya adalah Mo Jihye. Danielle lahir pada tanggal 11 April 2005. Lalu ada Haerin yang memiliki nama Asli Kang Herin lahir pada tanggal 15 Mei 2006 mempunyai darah asli Korea, yang terakhir ada Hyein yang mempunyai 3 nama yaitu nama asli Lee Hyein, nama China Li Hui ren, dan nama Inggris yaitu Grace Lee. Hyein mempunyai darah asli Korea yang lahir pada tanggal 21 April 2008.

NewJeans memulai debut pada tanggal 22 Juli 2022 dengan membawa single yang berjudul Attention yang langsung meledak, idol grup ini berada di naungan anak dari perusahaan HYBE yaitu ADOR.

Lagu OMG adalah single dari NewJeans yang rilis pada 2 Januari 2023 yang disutradarai oleh Wooseok Shin (DOLPHINERS FILM) dan di produseri oleh Min Hee Jin. MV yang berjudul OMG ini menceritakan tentang masing-masing dari member mengalami gangguan kesehatan mental. Masing-masing dari member mempunyai halusinasinya mereka sendiri yang bermacam-macam, MV ini dibuat untuk menyindir Haters serta beberapa creator maupun agensi yang menaungi idol grup. penyanyi K-pop dibentuk gaya musik, gaya berpakaian, hingga perilakunya oleh agensi yang menaunginya bukan penyanyi tersebut yang membentuk dirinya sendiri. Hal ini didasari oleh budaya konsumen, produk akan dibuat sesempurna mungkin hingga memunculkan impian bagi pembelinya dan hal ini umum dalam sistem kapitalis, hingga bentuk tubuh perempuan maupun laki-laki memiliki peranan penting dalam membentuk sebuah identitas sebuah produk (Rosida, 2018)

B. Pemaknaan Tanda dan Hasil dalam MV New Jeans

Dari observasi yang ditemukan penulis terdapat 3 scene yang membahas tentang realitas industri K-Pop dan tahap berikutnya akan di bedah dengan menggunakan teori pendekatan dari Charles Sanders Peirce sebagai berikut.

Scene 1



Gambar 2. Scene 1 Shot 1 MV New Jeans "OMG"



Gambar 3. Scene 1 shot 6 MV New Jeans "OMG"



Gambar 4. Scene 1 shot 12 MV New Jeans "OMG"



Gambar 5. Scene 1 shot 32 MV New Jeans "OMG"

Scene 1 Shot 4 (00:09-00:11), 6 (00:39-00:43), 12 (01:35-01:38), 32 (02:33-02:35)

Table 1. Makna Tanda dari Scene 1, Data diolah penulis 2023.

Jenis Makna Tanda	Tanda	Objek	Interpretan
-------------------	-------	-------	-------------

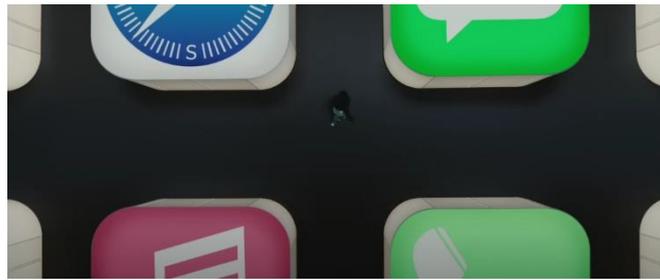
Ikon	Sekumpulan Perempuan	Sama dengan tanda	Sekumpulan perempuan yang menjadi idol grup.
Indeks	Baju Pasien	Mengacu pada baju panjang yang berwarna putih.	Baju pasien menandakan bahwa orang yang sedang dirawat karena sedang sakit.
Simbol	Warna Latar dan Asylum	Mengacu warna putih dan biru pada latar dan ruangan asylum atau ruangan rumah sakit jiwa.	Ruangan Asylum yang menandakan bahwa sedang dalam perawatan atau sedang sakit, sedangkan warna putih dapat memberikan efek tenang, sehingga membantu pasien dalam masa pemulihan. Warna biru diartikan perasaan sedih dan duka.
	나는 사실 아이폰이었다.	Yang mempunyai arti <i>Saya sebenarnya adalah iPhone.</i>	Merasa dirinya Iphone yang berarti ada gangguan mental pada dirinya.
	Ekspresi	Mengacu ekspresi datar yang menunjukkan perasaan negative yang jarang menunjukkan perasaan senang serta menunjukkan perasaan yang tidak nyaman.	Merasa dirinya Iphone yang berarti ada gangguan mental pada dirinya.

Scene 1 dengan menunjukkan sekumpulan perempuan memakai baju pasien warna putih yang berada di ruangan Asylum dengan berlatar putih yang berarti bersih, terbuka dan terang yang dapat memberikan efek tenang, sehingga membantu pasien dalam masa pemulihan. Serta salah satu orang yang berkata "I was actually an Iphone" yang menandakan bahwa mereka dalam gangguan jiwa. Ekspresi datar menunjukkan ketidaknyamanan dalam menjadi idol yang harus ditahan dan sedih yang tidak bisa mereka ungkapkan(Shabrina & Setiawan, 2022).

Scene 2



Gambar 6. Scene 2 shot 6 MV New Jeans "OMG"



Gambar 7. Scene 2 shot 23 MV New Jeans "OMG"
 Scene 2 Shot 6 (00:39-00:43), 23 (00:51-00:53)

Table 3. Makna Tanda dari Scene 2, Data diolah penulis 2023.

Jenis Makna Tanda	Tanda	Objek	Interpretan
Ikon	<i>나는 사실 아이폰이었다.</i>	Yang mempunyai arti <i>Saya sebenarnya adalah iPhone, yang mengacu pada dirinya yang merasa menjadi iPhone terkhususnya siri.</i>	Menunjukkan bahwa seorang idol yang kondisinya yang menjadi sebuah iPhone.
Indeks	Perempuan berlari di ruangan beranda iPhone.	Sama dengan tanda	Seorang idol yang menjadi seperti iPhone mempunyai berbagai macam fungsi dan mempunyai banyak
Simbol	Perkataan <i>나는 당신을 위해 거기에 있습니다 네가 부르면 언제든지 어디든 달려갈게 보고 싶은 걸 보여줄게 말을 걸고 노래할게</i>	Yang mempunyai arti <i>Saya ada untuk anda. Ketika anda menelepon, saya akan lari ke mana saja kapan saja, saya akan menunjukkan kepada Anda apa yang ingin anda lihat, Saya akan berbicara untuk anda dan bernyanyi untuk anda.</i>	kegunaan. Menunjukkan bahwa harus selalu ada dan bisa dimanapun dan kapanpun disegala kondisi. Seperti halnya siri di fitur iPhone.

Scene 2 digambarkan dengan seorang idol yang merasa bahwa dirinya menjadi sebuah smartphone yaitu iPhone, iPhone sangat mempunyai banyak fungsi dan kegunaan untuk melayani kemauan setiap fans dan agensi. iPhone dapat digunakan untuk mengirim surat elektronik, merekam video, mengambil foto, memutar musik, menelusuri informasi di web, dan

menerima surat baik suara dan visual serta hal lainnya yang dapat di unduh di aplikasi Appstore (Maharani, 2015). Seorang idol digambarkan seperti Namanya Siri yaitu fitur terdapat dalam iPhone, Siri adalah sebuah digital asisten yang dapat digunakan untuk memanggil orang, mengirim pesan, menjadwalkan agenda, peluncur aplikasi atau game, memainkan musik, menjawab pertanyaan, mengingatkan agenda hingga memprediksi cuaca (Supiandi, 2015). Idol harus dituntut sempurna oleh industry untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh penggemar, dengan nama mereka yang besar tentu penggemar mereka sangat banyak. Penggemar yang banyak mempunyai keinginan yang berbeda-beda, dan mereka dituntut untuk memenuhi semua itu.

Scene 9



Gambar 8. Scene 9 shot 1 MV New Jeans "OMG"



Gambar 9. Scene 9 shot 8 MV New Jeans "OMG"



Gambar 10. Scene 9 shot 9 MV New Jeans "OMG"
 Scene 9 shot 1 (02:37-02:42), 8 (03:15-03:16), 9 (03:19-03:23)

Table 4. Makna Tanda dari Scene 9, Data diolah penulis 2023.

Jenis Makna Tanda	Tanda	Objek	Interpretan
Ikon	Cinderella dan Pangeran	Sama dengan tanda	Seorang idol dan orang terdekatnya.
Indeks	Warna Pakaian	Mengacu pada warna hitam yang dipakai yang menunjukkan bahwa keanggunan dan keseksian.	Menunjukkan bahwa keanggunan dan keseksian menjadi standart bagi suatu idola.
	Boneka Kelinci	Dalam Bahasa Inggris mempunyai arti Bunny, Bunny adalah nama fans berat dari NewJeans.	Bunny adalah nama fans berat dari NewJeans.
Simbol	Beruang	Mengacu pada sifat maskulinitas pada Beruang yang menunjukkan sifat dari Fans.	Sifat Beruang menunjukkan maskulin yang agresif, mengontrol, dan penonjolan diri.
	Pangeran terjatuh	Pangeran yang terjatuh	Menunjukkan pacar dari suatu idol dalam kehidupan.

Pada scene 9 menggambarkan sebuah kehidupan sebuah idol dengan para penggemar mereka. Standart sifat dan kecantikan seorang idol digambarkan dengan sebuah putri dalam dongeng, warna hitam menggambarkan keanggunan dan keseksian dari suatu idola yang akan menjadi standart kecantikan dari para penggemar. Dibalik itu adapun penggemar yang sangat protektif dengan membatasi kehidupan idol mereka seolah-olah idol mereka milik mereka yang digambarkan dari sifat beruang yang maskulin. Maskulin yang berarti kejantanan, maksud nya adalah karakter yang agresif mengontrol, penonjolan diri dan lainnya (Parashakti, 2018). Perkataan dan perbuatan mereka bahkan bisa sampai melukai perasaan bahkan fisik idol mereka ataupun orang terdekat dari sang idol. Alhasil seorang idol menjadi lebih tertekan dan tidak bebas dari dalam maupun luar kehidupan idol.

Dari hasil pembahasan analisa ditemukan beberapa bagian yang menunjukkan realitas industri K-Pop pada MV New Jeans "OMG" :

1. Menjadi idol harus patuh kepada Agensi dan Penggemar

Menjadi idol harus patuh kepada Agensi dan Penggemar ini ditemukan pada scene 2 dengan tanda ketika seorang perempuan berliaran di ruangan yang seperti beranda pada iPhone yang didukung perkataan 나는 당신을 위해 거기에 있습니다
네가 부르면 언제든지 어디든 달려갈게 보고 싶은 걸 보여줄게 말을 걸고 노래할게 (Saya ada untuk anda.

Ketika anda menelepon, saya akan lari ke mana saja kapan saja, saya akan menunjukkan kepada Anda apa yang ingin anda lihat, Saya akan berbicara untuk anda dan bernyanyi untuk anda).

2. Stereotip Gender

Stereotip Gender ditemukan pada scene 9 yang ditandai dengan warna pakaian serta karakter disebuah buku pada dongeng. Stereotip dari gender pada dongeng terutama karakter perempuan.

3. Efek Parasosial Relationship dari seorang idol

Efek Parasosial Relationship dari seorang idol ditemukan pada scene 3 yang ditandai dengan sang pangeran terjatuh serta di atasnya terdapat sang putri yang tertidur serta menangis dan didukung dengan beruang berdiri di belakang nya.

Analisis keseluruhan dari musik video ini baik dari scene, dan perkataan yang ada adalah menggambarkan realitas sosial subjektif. Dikatakan realitas subjektif karena suatu fenomena sosial yang terjadi secara fakta, emosinya dikonstruksikan dengan suatu karya.

Realitas Objektif nya adalah sebuah fenomena idol dengan agensi dan fans, pada scene 2 ketika seorang perempuan menjadi siri menggambarkan tentang seorang idol yang harus menuruti kemauan dari agensi dan fans. Mereka harus dituntut untuk menjadi sempurna selayaknya siri. Siri adalah sebuah digital asisten pada sebuah Iphone untuk menuruti pengguna nya, idol dituntut seperti itu juga. Mereka harus menuruti kemauan fans, untuk bisa jadi sebuah hiburan ataupun referensi. Pada scene 9 menggambarkan stereotip gender dan akibat hubungan parasosial dari idol. Sebuah stereotip gender dari perempuan adalah baik, kalem, feminim dan cantik selayaknya sebuah putri pada dongeng yang sempurna. Akibat dari parasosial idol adalah

fans yang terlalu mencampuri urusan pribadi dari idol yang membuat kehidupan pribadi idol berantakan serta akan berakibat ke orang terdekat idol tersebut. Hubungan parasosial adalah sebuah hubungan satu arah atau imajinasi satu pihak yang melibatkan suatu persona dari sang idola dengan pengguna media (Wardani & Kusuma, 2021).

Simpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah MV New Jeans "OMG" menggambarkan realitas industri hiburan korea yang diterima personel idol K-Pop yang dituntut sempurna oleh penggemar. Mereka dibentuk seperti itu oleh agensi mereka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen atau penggemar yang beraneka ragam. Beberapa dari mereka menjalani hal tersebut tidak dengan senang hati, adapula yang tertekan karena mereka dibentuk karena tuntutan tidak seperti menjadi diri mereka sendiri. Mereka dibentuk untuk mencari banyak penggemar, mempunyai banyak penggemar memang menguntungkan. Akan tetapi banyak penggemar juga memiliki beban yang berat, karena harus menjadi seperti yang diinginkan mereka. Apabila suatu idol tidak seperti yang diharapkan mereka tentunya akan muncul suatu pergolakan dari fans yang bisa mempengaruhi kehidupan pribadi dari seorang idol. Saran dari penelitian selanjutnya adalah untuk lebih banyak membahas tentang sisi lain atau realitas pada industry K-Pop, karena untuk sekarang masih sedikit yang membahas tentang sisi lain atau realitas pada industry K-Pop. Kebanyakan dari mereka hanya memperlihatkan keberhasilan atau sisi luar dari industri tersebut.

Daftar Pustaka

- Dina, O. dkk. (2020). Analisis Semiotik Video Klip Bts " Blood , Sweat and Tears " Sebagai Representasi Masa Muda. *Jurnal Estetika*, 2(1), 1–25.
- Fatmawati, S., Salzabila, R., & ... (2019). ... Berita Hoaks di Korpus Sosial Media Guna Mengembangkan Model" KAPAK HOAKS"(Kemandirian Pembaca Menganalisis Konten Hoaks) Studi Analisis Wacana *LITE: Jurnal Bahasa* <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/lite/article/view/2525>
- Febryningrum, G. W., & Hariyanto, D. (2022). John Fiske's Semiotic Analysis in Susi Susanti's Film -- Love All. *KnE Social Sciences*, 2022, 46–51. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i12.11502>
- Hakim, L., & Rukmanasari, F. (2023). Representasi Pesan Motivasi Dalam Lirik Lagu K-Pop "Beautiful" By NCT:(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 19–38.
- Herman, T. (2019). *Lim Kim Is Ready to Take On the World With Empowering 'Generasian' After Leaving the K-Pop Box*. Billboard.Com. <https://www.billboard.com/music/pop/lim-kim-generasian-k-pop-interview-8543891/>
- Hidayaturrehman, M., Moerod, M., Laily, N., Wisman, Y., Goa, L., Derung, T. N., Sugiantiningsih, A. A. P., Yahya, Agusrianto, E., & Handayani, E. (2020). Teori Sosial Empirik. In *Teori Sosial dan Administrasi Publik pertemuan 14 dan 15* (Issue May).

- Li, X. (2022). Reasons for the Success of KPOP (Korean Popular Music) Culture in the International Spread. *Proceedings of the 2022 8th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2022)*, 664(Ichssr), 2617–2621. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220504.475>
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.
- Oviani, S. F., & Anggalih, N. N. (2023). Analisis Semiotika Video Musik 7Wol 7Il “One of These Night” Oleh Grup Red Velvet. *Barik*, 4(3), 152–166.
- Pahlevi, R. (2022). *Adu Laba-Rugi Agensi K-Pop, Siapa Paling Cuan?* Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/adu-laba-rugi-agensi-k-pop-siapa-paling-cuan#:~:text=K-Pop adalah salah satu,kuartal I 2022 adalah Hybe>
- Parashakti, R. D. (2018). Perbedaan Gaya Kepemimpinan Dalam Perspektif Maskulin dan Feminin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 92–101.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Ramadhani, Y. (2019). *Kematian Sulli eks f(x) & Racun Cyber Bullying di Medsos*. Tirto.Id. <https://tirto.id/kematian-sulli-eks-f-x-racun-cyber-bullying-di-medsos-ejKS>
- Rini, K. P., & Nurul, F. (2016). *FEMINISME DALAM VIDEO KLIP Blackpink: Analisis Semiotika John Fiske Dalam Video Klip Blackpink DDU-DU DDU-DU*. 5(2), 1–23.
- Rosida, I. (2018). Tubuh Perempuan Dalam Budaya Konsumen: Antara Kesenangan Diri, Status Sosial, Dan Nilai Patriarki. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.25077/jantro.v20.n1.p85-101.2018>
- Rudiyanto, D., & Hariyanto, D. (2015). PARKIR BERLANGGANAN DI KABUPATEN SIDOARJO (Studi Interaksi Simbolik Parkir Berlangganan di Kabupaten Sidoarjo). *Kanal*, 3, 107–216.
- Shabrina, S. N., & Setiawan, T. (2022). Analisis teks hoaks seputar informasi bank: Kajian bahasa perspektif analisis wacana kritis dan linguistik forensik. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan* <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara/article/view/21478>
- Sukma Ari Ragil Putri, S. Z. (2021). Representasi Perempuan Dalam Video Klip Girlband Korea (Analisis Semiotika Video Klip Dalla Dalla Dari Girlband Itzy). *Mediakita*, 5(2). <https://doi.org/10.30762/mediakita.v5i2.3618>
- Supiandi, I. (2015). Analisis Digital Assistant Versi Cortana, Siri dan Google Now. *Infotech Journal*, 1(2), 236618.
- Tinaliga, B. (2018). “At War for Oppa and Identity”: Competitive Performativity among Korean-Pop Fandoms. *Master’s Projects and Capstones*, 768.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi (Kedua)*. Penerbit Mitra Wacana Media.