

Negosiasi subjektivitas feminin dan branding kajian album musik stripped 2002 karya christina aguilera = The negotiation of feminine subjectivity and branding the study of christina aguilera s music album stripped 2002

Adriana Rahajeng Mintarsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349494&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Album musik Stripped (2002) merupakan album yang menjadi titik balik di dalam karir penyanyi Christina Aguilera. Tidak seperti album perdananya Christina Aguilera (1999) di mana ia tidak mempunyai kontrol atas materi album dan citranya, ia terlibat penuh di dalam pembuatan album dan citra yang ia tampilkan dengan menjadi produser eksekutif untuk album Stripped. Lagu-lagu pop remaja dan citra remaja perempuan yang 'manis' dan 'baik-baik' digantikannya dengan lagu-lagu beraliran hip-hop, rhythm and blues (R&B), dan soul dengan tema dan citra perempuan dewasa yang nyaman dengan tubuh dan seksualitasnya. Menggunakan pendekatan feminis posstrukturalis Hélène Cixous mengenai *écriture féminine* (praktik penulisan feminin) dan cultural studies dengan teknik close reading, saya mendapatkan dua temuan ketika melakukan analisis teks. Pertama, album ini merupakan wadah bagi Christina untuk mengartikulasikan subjektivitas feminin. Meskipun Cixous sendiri tidak pernah membuat konsep subjektivitas feminin, saya melihat bahwa praktik penulisan feminin menjadi sarana bagi Christina untuk meraih subjektivitas. Kedua, ketika Christina dan album Stripped diletakkan kembali ke dalam konteks industri musik di mana keduanya berada, artikulasi subjektivitas feminin harus berhadapan dengan proses branding yang meliputi semua penyanyi atau musisi di dalam industri musik arus utama. Tubuh dan seksualitas perempuan sering kali digunakan oleh industri musik di dalam proses branding para penyanyi perempuan. Namun, dengan menggunakan model sistem produksi budaya milik Elizabeth C. Hirschman, di dalam penelitian ini, saya menemukan bahwa Christina tidak menjadi objek atau korban branding melainkan berhasil melakukan negosiasi antara subjektivitas feminin dan branding.

ABSTRACT

Stripped (2002) is a music album that becomes a turning point in Christina Aguilera's singing career. Unlike her first album Christina Aguilera (1999) in which she had no control over the materials of her album and her image, she sought full involvement in the album making and her image by being the executive producer of Stripped. Teen pop songs with a 'good' girl image were replaced by hip hop, rhythm and blues (R&B), dan soul songs with an image of a woman comfortable with her body and sexuality. Using a poststructural feminism approach based on Hélène Cixous's *écriture féminine* (feminine writing) and cultural studies approach with close reading techniques, I made two findings when doing textual analysis. First, this album becomes a vessel for Christina to articulate a feminine subjectivity. Although Cixous herself never formulated a concept of feminine subjectivity, feminine writing becomes a mean for Christina to achieve subjectivity. Second, since Christina and her album Stripped are parts of the music industry, her articulation of feminine subjectivity has to meet the process of branding which is unavoidable for every singer or musician in the mainstream music industry. Female body and sexuality are often used by the music industry

in the process of branding of female singers. However, using a model of culture production system by Elizabeth C. Hirschman, in this research, I found that instead of being an object or a victim of branding, Christina manages to make a negotiation between feminine subjectivity and branding.