

BAB 2

Posfeminisme di era 1990-an: Spice Girls dengan *Girl Power*-nya

2.1 Posfeminisme di era 1990-an

Feminisme merupakan wacana yang menitikberatkan isu-isu kehidupan perempuan dalam berjuang meraih *equal right and power* terhadap laki-laki. Sejarah perkembangan wacana feminisme telah ada seiring berkembangnya ilmu filsafat kuno. Filsafat mempunyai hubungan keganjilan dengan perempuan karena pandangannya terhadap perempuan sering bias, seksis atau sama sekali diabaikan.³⁴ Contohnya Aristoteles mengatakan bahwa perempuan tak ubahnya dengan seorang budak yang merupakan properti yang dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan. Kehidupan perempuan bersifat fungsional. Ia adalah istri dari laki-laki yang hanya digunakan untuk mempunyai anak, dan sebagaimana budak, ia mengambil bagian untuk menyediakan kebutuhan hidup. Semua itu dilakukan perempuan demi pertahanan sebuah negara di mana laki-lakinya harus berkonsentrasi dalam kehidupan intelektual dan politiknya.³⁵

Berdasarkan pendapat tersebut di atas maka perempuan tampak inferior dan hanya bekerja dengan emosinya semata (perasaan kasih sayang, perhatian, melayani, mengasuh dan sebagainya). Perempuan dan budak hanya berbeda dalam sistem penghasilannya. Budak memperoleh penghasilan atau haknya dalam bentuk sejumlah barang atau nilai nominal mata uang tertentu sedangkan perempuan tidaklah demikian. Perempuan bahkan terkadang hanya mendapat penghasilan berupa ‘perhatian’ dan kasih sayang dari sang pemilik; suami.

Feminisme di era posmodern oleh berbagai media di pertengahan tahun 1980-an disebut sebagai feminisme posmodern atau posfeminisme. Sedangkan konsep feminisme sendiri baru muncul pada era 1990-an (Brooks, 2009: xiv-xv). Morris menyatakan bahwa perdebatan teoretis mutakhir feminisme dalam

³⁴ Gadis Arivia, Pembongkaran Wacana Seksis Filsafat Menuju Filsafat Berperspektif Feminis. (Disertasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Filsafat Program Pascasarjana., Oktober, 2002, Universitas Indonesia: Depok). hal. 2.

³⁵ Ibid. hal. 8.

akademi menjadi pelopor terbentuknya wacana yang akhirnya berkembang sebagai posfeminisme (Brooks, 2009: 191-192).

Amelia Jones salah satu posfeminis di era 1990-an menyatakan bahwa aliran tersebut berupaya menyadarkan feminisme gelombang kedua untuk melihat latar belakang perbedaan yang hadir dalam setiap isu perempuan. Elizabeth Grosz menyimpulkan bahwa terdapat tiga fase dalam pola pemikiran feminis selama tiga dasawarsa (1970-an hingga 1990-an) yakni dimulai dari permasalahan seksis, patriarki, dan palosentrisme. Ketiga fase tersebut memunculkan feminisme liberal, feminisme konservatif, dan feminisme radikal dengan tokoh sentral yang mewakili ketiga jenis feminisme adalah Julia Kristeva.³⁶

Di masa-masa posmodernisme, kaum feminis fokus berjuang untuk menempatkan kembali suara-suara gender yang telah lama absen (Brooks, 2009: 174-176).³⁷ Artinya persoalan seksis, patriarki bukan lagi fokus utamanya. Rutherford menyatakan bahwa posfeminisme di era 1990-an telah memperkuat pertentangan antara laki-laki terhadap idealisme kesetaraan seksual yang diperjuangkan oleh posfeminis. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya ekspansi besar-besaran perempuan dalam dunia kerja³⁸ dan sejumlah besar perempuan yang menceraikan laki-laki (suaminya) karena ingin bebas dalam berkarier. Laki-laki menjadi *insecure* dalam bidang ekonomi dan merasa persaingan karier dengan perempuan adalah ancaman besar (Chapman dan Rutherford, 1996: 4-5).

Selain persoalan gender, isu poskolonialisme juga menjadi agenda penting dalam posfeminisme karena tidak semua perempuan mengalami pengalaman imperialisme dan kolonialisme. Post-strukturalisme di era 1990-an telah menginspirasi posfeminisme untuk memperjuangkan konsepsi 'politik

³⁶ Pada kenyataannya bahkan dinyatakan bahwa pada era akhir 1980-an dan menjelang 1990-an persoalan bertambah pada feminisme dunia ketiga di mana pengalaman imperialisme masih membayangi kehidupan perempuan. Tokoh utama yang aktif menyuarakan persoalan *Subaltern and Third World* adalah Gayatri Spivak, Mary Eagleton, *Who's Who and Where's Where: Constructing Feminist Literary Studies* dalam *Feminist Review*, no.53, Speaking Out: Researching and Representing Women. (Summer, 1996). hal. 5 dari situs <http://www.jstor.org/stable/1395659> diunduh pada 13 Maret 2009.

³⁷ Pengabaian posisi kaum feminis adalah melalaikan karakter modernitas yang dipengaruhi gender sekaligus memarginalkan posisi 'gender'. Sehingga posfeminis menyatakan bahwa isu gender menjadi kembali penting untuk dikaji kembali.

³⁸ Bahkan perempuan seringkali mendominasi dunia kerja, contoh model-model dalam industri digantikan oleh perempuan; seperti dalam *fashion* yakni Calvin Klein. Chapman dan Rutherford, *Male Order: Unwrapping Masculinity*, (London: Lawrence and Wishart, 1996), hal. 3.

perbedaan'. Posfeminisme merupakan wacana kritik yang berkembang dalam kekontemporeran dunia; mulai dari politik kebudayaan dan akademi yang berjuang pada 'politik perbedaan'. 'Politik perbedaan' mengembangkan definisi luas atas posisi perempuan pada berbagai lokasi dan situasi yang menempatkannya pada 'situs perlawanan' yang tidak monolitik. Isu subjektivitas dan pengalaman perempuan telah didekonstruksi. Pengalaman dan subjektivitas bukanlah *unitary*, satu suara (*monovocal*) yang identik dengan penyeragaman wacana.

Selain itu politik kebudayaan³⁹ pun memunculkan pembatasan secara nyata atas kreativitas perempuan dan suara-suaranya dalam ranah modern. Hal tersebut adalah sebagai salah satu contoh poin 'perbedaan' kondisi perempuan di mana perempuan masih harus kehilangan hak suaranya di era 1990-an. Selain itu ada pula Sneja Gunew dan Anna Yeatman yang disebut Brooks sebagai pejuang dalam menempatkan kembali posisi Kajian Perempuan di dalam 'universitas kontemporer' melalui pengetahuan yang terlembagakan, bertanggungjawab, dan responsif terhadap tantangan politik-etis kontemporer (hal. 190). Artinya dalam perkembangannya posfeminis sebagai sebuah wacana kritik baru untuk saat itu harus mampu mempertahankan suara perempuan dalam wilayah kontemporer keilmuannya.

Posfeminisme era 1990-an berjuang untuk sebuah perubahan cara pandang baru bagi gerakan feminisme itu sendiri. Posfeminisme mengungkapkan persimpangan antara pemikiran feminisme dengan posmodernisme, post-strukturalisme, dan poskolonialisme. Persimpangan tersebut digunakan untuk menelaah kembali pemikiran kaum modernis, patriarkis, dan imperialis. Jadi, tujuan-tujuan dari penegak feminisme gelombang kedua coba dilanjutkan oleh posfeminis. Stacey dalam Brooks (1997:xiv) melanjutkan bahwa kemunculan posfeminisme terkait dengan perubahan kesadaran perempuan bersamaan dengan transisi masyarakat proindustri. Selanjutnya ia pun menguraikannya sebagai berikut.

"I believe postfeminism is distinct from anti-feminism and sexism, for it aptly describes the consciousness and strategies increasing numbers of women have developed in response to the new difficulties and

³⁹ Politik kebudayaan ini yang terkait dalam bab 1 pada wacana gender yang dinyatakan oleh Luce Irigaray bahwa pengabaian dan pembedaan posisi perempuan akan melemahkan harmonisasi sistem kehidupan.

opportunities of postindustrial society. In this sense the diffusion of postfeminist consciousness signifies both the achievements of, and challenges for, modern feminist politics” (1997:xv).

Salah satu grup vokal fenomenal dunia yakni Spice Girls sering dikaitkan dengan posfeminisme yang berkembang seiring kehadiran mereka. Maka dari itu posfeminisme era 1990-an dapat dikatakan sebagai posfeminisme era Spice Girls. Hal tersebut karena Spice Girls tampak membawa wacana posfeminisme yang khas baik dalam setiap penampilan maupun lirik-lirik lagu mereka. Posfeminisme di era Spice Girls memberi pengaruh besar dalam kehidupan perempuan di dunia.⁴⁰ Spice Girls menggambarkan semangat posfeminis khususnya melalui *Girl Power*. Posfeminisme era Spice Girls merupakan sebuah gambaran semangat perempuan mandiri yang berbeda dari semangat sebelumnya.⁴¹ Perempuan yang sangat erat dengan kehidupan budaya populer namun tetap menunjukkan kekhasan dan kemandiriannya dalam berekspresi.

Posfeminisme era 1990an menurut Brooks (1997:xiv) hanya menantang asumsi-asumsi hegemonik yang dipegang oleh epistemologi feminis gelombang kedua yang menganggap bahwa penindasan patriarki dan imperialis adalah pengalaman penindasan yang universal. Karena dalam kenyataannya, perempuan sendiri tersebar dalam berbagai kelas sosial, pengelompokan rasial dan etnis, komunitas seksual, subkultur, dan agama, yang berarti pula tiap perempuan akan merasakan pengalaman sosial dan kesadaran personal yang berbeda pula. Jadi, posfeminisme memandang bahwa terdapat berbagai pengalaman yang merupakan persoalan kehidupan perempuan yang berbeda satu sama lain. Selain itu posfeminisme memandang bahwa perbedaan pengalaman yang ada dan terjadi memang harus diimbangi dengan pemahaman bahwa laki-laki dan perempuan juga berbeda.⁴²

⁴⁰ Lihat lampiran 2 hal. 13-24

⁴¹ Lihat Bab 1 hal. 20.

⁴² Irigaray menyatakan bahwa perbedaan dipandang secara logis karena perjuangan perempuan itu bukan sekadar menuntut adanya kesetaraan antara dua jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) karena kenetralan akan memusnahkan regenerasi kehidupan manusia itu sendiri. Selain itu, yang terpenting sesungguhnya adalah merumuskan nilai-nilai yang mengatur kedudukan pada satu gender yang berlaku untuk setiap jenis kelamin. Artinya dengan membangun suatu budaya perempuan-laki-laki yang menghargai keduanya. Sehingga nantinya akan terbentuk pasangan yang kreatif dan bukan sekadar prokreatif dan hal tersebut terwujud bila tidak ada dominasi antara satu terhadap yang lainnya. Luce Irigaray, *Aku Kamu Kita: Belajar Berbeda*, (Jakarta:KPG, 2005) hal. 10-11.

Berdasarkan penjelasan di atas maka hal penting yang perlu diperhatikan dalam rangka memahami posfeminisme lebih jauh adalah dengan melihat bahwa posfeminisme hadir dalam persimpangan antara feminisme dengan posmodernisme. Dengan demikian perlu pula memperhatikan bagaimana pemikiran feminis posmodern sebagai salah satu bentuk pemikiran yang kemudian dilanjutkan oleh posfeminis.

Pemikiran posmodernisme memandang perempuan sebagai Liyan/Yang lain/*The Other* seperti Simone de Beauvoir (tokoh feminisme eksistensial) yang menyatakan bahwa perempuan selalu diopresi dan menjadi termarginalkan dari posisi laki-laki. Perempuan dianggap tak mampu menentukan eksistensinya sendiri. Sehingga perempuan harus mentransendensi definisi dan pemikiran tersebut agar terbuka perubahan dan tercapai kesetaraan. Tetapi posfeminis sendiri tidak lagi memfokuskan hal tersebut seperti ditegaskan pula oleh Irigaray⁴³ sebagai salah satu tokoh posfeminis asal Perancis. Ia menyatakan bahwa kesetaraan akan melemahkan berbagai hal mulai dari mengganggu keseimbangan spesies manusia dan hal-hal lainnya.

Feminis posmodern juga menyatakan bahwa perempuan mengalami alienasi tetapi bukan hanya inferioritas tetapi karena cara berada, berpikir dan bahasa perempuan yang tidak memungkinkan terjadinya keterbukaan, pluralitas, diversifikasi, dan perbedaan.⁴⁴ Persoalannya adalah pada sistem bahasa 'perempuan' dalam dominasi kehidupan oleh laki-laki.

Helene Cixous sebagai feminis posmodern mengkontraskan gaya menulis perempuan (*l'écriture féminine*) dengan gaya menulis laki-laki (*l'écriture masculine*). Gaya menulis laki-laki yang mengakar pada libidonya, phallusnya dan ia menolak karena di dalam tulisan laki-laki terdapat oposisi biner.⁴⁵ Cixous mengajak untuk menulis jenis *l'écriture féminine* (*feminine writing*) dan terus

⁴³ Irigaray menganggap bahwa Simone de Beauvoir kurang dapat mengakomodasi beragam 'perbedaan' pengalaman diri perempuan dengan segala permasalahannya karena ia tidak pernah mengalaminya. Hal tersebut dibuktikan ketika Irigaray bercerita ia pernah mengirimkan *speculum, de l'autre Femme* (cermin dari perempuan lain) kepada de Beauvoir, Beauvoir tidak pernah mau dan menunjukkan niatnya untuk berdiskusi secara terbuka membahas isu-isu kehidupan perempuan yang diajukan tersebut.

⁴⁴ Arivia, Gadis.. Pembongkaran Wacana Seksis Filsafat Menuju Filsafat Berperspektif Feminis. (Disertasi Program Studi Ilmu Filsafat Program Pascasarjana, Oktober, 2002, Universitas Indonesia: Depok). hal. 160-161.

⁴⁵ Oposisi biner merupakan salah satu hambatan dalam perjuangan baik feminisme maupun posfeminisme karena memposisikan antara yang didominasi laki-laki terhadap perempuan.

mengeksplorasi soal seksualitas dan femininitasnya untuk mengekspresikan diri perempuan yang sesungguhnya.

Cixous memberikan kontribusi kepada posfeminis melalui semangatnya yang mengajak perempuan menjadi seorang manusia mandiri seutuhnya. Meskipun ia seorang feminis posmodern namun pandangannya kemudian menjadi kelanjutan bagi kaum posfeminis untuk menjadi seorang perempuan yang memiliki cara pandang dan mengekspresikan kemampuannya sendiri.

Tokoh-tokoh lain yang ikut bergerak dalam mendukung berkembangnya era posfeminisme sebenarnya adalah tokoh-tokoh yang juga menyuarakan wacana feminisme sebelumnya. Dalam bukunya, Brooks bahkan memaparkan secara rinci bagaimana feminis aliran sebelumnya menggiring secara perlahan wacana yang diusung ke arah posfeminisme. Marshall B.L. sangat aktif memperjuangkan kontribusi feminisme pada proyek modernisme pada politik kebudayaan. Dalam hal ini ia menyebut nama Mary Wollstonecraft dan Harriet Martineau.

Terkait dengan isu di atas, fenomena kebudayaan pop Madonna menjadi pelopor awal studi kasus posisi feminis terutama posfeminis di era 1980-an hingga awal 1990-an. Madonna menjadi ikon pop pendahulu pembawa wacana posfeminisme di dunia yakni terutama dalam ranah budaya populer. Politik representasi Madonna dianalisis lebih jauh oleh John Fiske yang mengatakan bahwa 'kebudayaan pop selalu dibentuk di dalam reaksi atas, dan tidak pernah menjadi bagian dari kekuatan dominasi'. Itulah sebabnya mengapa Madonna kemudian dikatakan membawa ideologi feminis dalam bentuk atau caranya sendiri yang merupakan 'reaksi atas' yang dirasakannya. Budaya pop menjadi media 'kepuasan di dalam proses pembentukan makna' yang diandalkan oleh Madonna dalam menawarkan ideologi feminisnya (Brooks, 2009:220-221). Seperti disebutkan sebelumnya era 1990-an Spice Girls hadir dengan wacana posfeminisme khasnya. Posfeminisme yang terlihat dari ranah budaya populer yang ditunjukkan Spice Girls.

2.2 Spice Girls dengan Girl Pownya

Setelah era Madonna hadir lah grup musik pop lain yang juga sama fenomenalnya. Grup musik asal London, Inggris yakni Spice Girls menjadi ikon

pop dunia selain Madonna. Spice Girls membawa slogan baru setelah era *Material Girl* yakni *Girl Power*. Artikel yang pernah mengisi redaksi 'The Guardian' (edisi 26 Juli 1996) menyatakan bahwa kemunculan Spice Girls mencuatkan peralihan gender secara tepat melalui gaya khasnya. Dikatakan, *'We could tell a movement away from male-dominated pop was coming, and that's true right across the board, from indie and dance to pop. There's a gender shift happening, and they're exactly right for now.'*⁴⁶ Dominasi laki-laki di ranah budaya populer telah ditantang melalui kemunculan *Girl Power*. Maskulinitas seolah berbaur dengan femininitas yang Spice Girls tampilkan sehingga pandangan sosial terhadap definisi kedua hal tersebut menjadi lemah. Spice Girls menonjolkan *Girl Power* untuk meraih simpati berbagai kalangan hingga kerajaan Inggris pun terpana.

Spice Girls merupakan satu-satunya yang pernah sukses sebagai ikon grup musik pop Eropa dan bernaung di bawah bendera Virgin Record dan EMI. Fenomena Spice Girls terekam pada banyak media tidak hanya di London namun hingga hampir ke seluruh dunia.⁴⁷ Spice Girls merupakan grup yang terbentuk dari hasil *casting The State Newspaper* yang mencari perempuan muda berbakat dengan kriteria tertentu usia berkisar 18-23 tahun. Rutinitas latihan intensif para personel dilakukan di Maidenhead diproduksi oleh Eliot Kennedy yang berjasa menamakan mereka sebagai Spice Girls.⁴⁸ Revolusi musik ala Spice Girls mengundang banyak pendapat yang makin melambungkan kepopulerannya seperti dinyatakan berikut.

After being shut out by the Brit Pop revolution that occurred in the early 1990s when bands like Oasis, Pulp and Blur dominated the charts, pop music found a voice again. The Spice Girls are largely credited for bringing music to a younger market – most notably pre-teenage girls. The image of the Spice Girls was deliberately aimed at young girls, and the five distinctive personalities were marketed such that there was at least one Spice Girl that every girl could associate with. This marketing was helped in no small way by the aliases assigned to each member of the

⁴⁶ Artikel kumpulan berita Mellisa Flood, 'Spice Girls Archive' dalam <http://www.sgarch.hostific.com/sga.htm>, memuat semua berita Spice Girls sepanjang karier mereka .

⁴⁷ Alan Case, Spice Girls (Patricia Burke, ed.) <http://www.casenet.com/people/spicegirls.htm>, 2000.

⁴⁸ Lihat artikel Craig, "Spice Girls: Biography" terbit pada 31 Oct 2009, 17:45 dalam <http://www.last.fm/music/Spice+Girls/+wiki> diunduh November 2009.

group. Shortly after Wannabe's release, the group appeared in "Top Of The Pops" magazine where each member was given a nickname based upon their image: Victoria became "Posh Spice," Emma became "Baby Spice," Melanie B was named "Scary Spice," Geri Halliwell was named "Ginger Spice" in the UK & Europe and "Sexy Spice" in the US, and Melanie C became "Sporty Spice."⁴⁹

Spice Girls terdiri dari lima orang personel⁵⁰ yakni Melanie Brown dengan julukan *Scary spice* karena penampilannya yang cenderung menakutkan dengan rambutnya yang khas, Geri Halliwell dengan julukan *Ginger Spice* karena penampilannya yang seksi dan rambutnya yang merah, Emma Bunton mendapat julukan *Baby spice* karena dia adalah anggota paling muda dan pipinya yang *tembem* seperti bayi, dan anggota yang paling terkenal dan sangat menjunjung modernitas dalam setiap lincah gaya dan penampilannya, Victoria Adams Bechams mendapat julukan *Posh spice*. Melanie Chisholm mendapatkan julukan *Spotry spice* karena gaya dan penampilannya yang tomboy dan sport.

Semua menjadi figur tenar yang menginspirasi seperti Geri Halliwell yang dijadikan *Trend Setter* remaja "Halliwell is also a figurehead to a generation of women in their late teens and early 20s who grew up at a time when the Spice Girls topped the charts, week after week"⁵¹. Geri menjadi panutan bagi remaja maupun para gadis yang beranjak dewasa saat Spice Girls sedang menuai ketenarannya. Bahkan tetap menjadi salah satu figur yang sangat fenomenal dalam grup Spice Girls meskipun ia telah mengundurkan diri dari grup vokal tersebut.⁵²

Julukan tersebut di atas bukan sekadar melekat tanpa maksud karena sebenarnya Spice Girls ingin menunjukkan 'kekuatan' khas tiap personelnya.⁵³ Kekuatan itu seharusnya dimiliki pula oleh perempuan di dunia ini dan tentu untuk itu pula setiap perempuan harus mengenalinya dengan baik. *Girl Power* menjadi fenomena sepanjang dekade 1990-an seperti dinyatakan berikut.

⁴⁹ Dikutip dari artikel berita LATEST NEWS: LONDON, United Kingdom 28 June 2007 dalam http://www.solarnavigator.net/music/spice_girls.htm diunduh 13 maret 2009.

⁵⁰ Lihat lampiran 2 hal. 27.

⁵¹ Dikutip dari <http://www.guardian.co.uk/world/2007/0ct/24/gender.pop> di unduh pada 20 Maret 2009.

⁵² On May 31, 1998, Geri Halliwell announced her departure from the Spice Girls. Through her solicitor, Julian Turton, she issued the following statement: "Sadly I would like to confirm that I have left the Spice Girls. This is because of differences between us. I'm sure the group will continue to be successful and I wish them all the best... PS, I'll be back." Halliwell claimed that she was suffering from exhaustion and wanted to take time out. loc.cit.

⁵³ Lihat lampiran gambar tiap personel Spice Girls.

*Ten years after the release of their debut single, The Spice Girls were voted the biggest cultural icons of the 1990s by 80% in a UK poll of 1,000 people carried out for the board game Trivial Pursuit, stating that "Girl Power" defined the decade. The group selling in excess of 50 million records worldwide in the space of two-and-a-half years.*⁵⁴

Selama satu dekade yakni di tahun 1990-an Spice Girls telah menjadi ikon pop dunia dan *Girl Power* telah menjadi salah satu slogan yang banyak memberi pengaruhnya pada kehidupan perempuan di dunia. Kehadiran mereka dengan semangat *Girl Power* tiap personelnya menginspirasi banyak perempuan di dunia untuk berani menjadi yang terbaik seperti halnya mereka yang mampu mengungguli *boybands* saat itu.⁵⁵ *Girl Power* sejak kemunculan awalnya bersamaan dengan *Wannabe* merupakan sebuah semangat untuk memunculkan kekuatan personal tiap perempuan agar dapat sejajar berdiri dengan laki-laki dan hal tersebut berterima di hampir seluruh dunia.⁵⁶

Perempuan diajak untuk menunjukkan kemampuannya dan mampu berkompetisi dan memperluas ruang sosialnya. Selain itu dekade 1990-an merupakan sebuah dekade di mana telah banyak perempuan terbuka pikirannya untuk mencoba berbagai peluang kerja yang lebih baik.⁵⁷ Perempuan telah berani

⁵⁴ Loc cit.

⁵⁵ Dalam artikel "Girl Power' Group's look Gave Voice to Individuality menyatakan bahwa "The Spice Girls, who released their first single, "Wannabe," in 1996, were created as a counterbalance to the popularity of boy bands. Selain itu makna *Girl Power* dikatakan memunculkan feminisme dalam industri MTV sebagai kelanjutan dari apa yang pernah dimulai oleh Cyndi Lauper dan Madonna dan bahkan lebih melegenda dari mereka. Kekuatan yang mereka tampilkan bukan semata dari tampilan yang mereka selalu bawaan tetapi *express the personality by being brave and Smart-Spice* (mempunyai gaya dan kemandirian dalam meraih apa yang diimpikan bukan sekadar seorang perempuan pasif lagi) <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/07/05/AR2007070502069.html> diunduh pada 13 Maret 2009.

⁵⁶ Contohnya April 1998 salah satu konferensi *children's oral culture* menyatakan bahwa pada saat tersebut terjadi perubahan pada pola pikir pengajaran seperti contohnya dalam olahraga. Wilayah bermain di sekolah tidak lagi hanya didominasi oleh *football* anak laki-laki tetapi anak perempuan juga telah ikut bermain bersama dengan laki-laki memainkan *games/sports* yang tidak hanya *football*. Perempuan tidak lagi ragu dan malu untuk aktif dalam ruang sosialnya atau berkompetisi dalam ruang publiknya. Germaine Greer dalam Catherine Redfern http://www.thefword.org.uk/features/2002/04/the_spice_girls diunduh 13 Maret 2009.

⁵⁷ Geri Halliwell membuktikan hal tersebut dan ia menjadi *figurehead* bagi banyak perempuan pada era 1990-an karena kemampuannya menginspirasi mereka dalam berbagai hal. Setelah lepas dari Spice Girls ia terus berkarier dan aktif berjuang dalam berbagai bidang mulai dari yang bersifat kemanusiaan, feminis, dan lainnya. Halliwell pernah tergabung aktif dalam United Nations Population Fund. Dalam salah satu wawancara mengenai kegiatan di UN ia menyatakan, *I think I've really learned how important it is to empower women. Because what I saw in Zambia was that it's about educating women and supporting women, and through that*

menantang stereotipe yang selama ini melekat dalam dirinya yakni sebagai makhluk lemah, objek laki-laki, dan melepaskan atribut *unconfidence* dengan mengeksplorasi lagi femininitas yang ada.

Slogan tersebut menjadi sebuah penyemangat bagi kaum perempuan untuk tampil lebih percaya diri dan berani melakukan perubahan. *Girl power was predicated on giggles, best friends, sex appeal and, most important, cool clothes.*⁵⁸ Cekikikan, persahabatan, menampilkan gairah seks secara terbuka, dan terutama berpakaian menarik sekaligus seksi agar lebih menawan. Penampilan terutama gaya berpakaian menjadi salah satu kekuatan; *They used fashion as a shorthand for identity. The power wasn't in a girl taking her clothes off, but in being brave enough to wear the clothes that expressed her personality.*⁵⁹

Perempuan diajak untuk lebih mandiri dan membawa warna hidupnya sendiri. Perempuan dapat pula menjadi dominan terhadap laki-laki dengan memanfaatkan femininitas dan sensualitasnya.⁶⁰ Bagaimanapun ternyata ada pula anggapan bahwa Spice Girls telah mampu mengubah budaya masyarakat Inggris melalui *Girl Power* pada era kelahirannya yakni 1990-an. Ungkapan revolusi budaya tersebut dinyatakan berikut.

Attacked as a mere marketing ploy by critics, their "Girl Power" slogan was meant to demonstrate that girls could be as dominant as men without losing their femininity or sensuality. This concept is by no means original; both Madonna and Bananarama employed similar outlooks. But what

you enable not only women, but whole societies, to thrive and improve." The other thing, she says, is that as the world gets smaller, women in the west are realizing that it's not just other western women we need to care about, but women around the globe. It's the basic premise of international feminism. Joanna Moorhead, Spice Girls come Age dalam <http://www.guardian.co.uk/world/2007/Oct/24/gender.pop> diunduh 13 Maret 2009. Lihat juga lampiran 2 mengenai sejarah tour konser Spice Girls di tiap negara di dunia di mana Spice juha telah menginspirasi dan membangkitkan semangat perempuan dunia dalam banyak bidang kehidupan mereka.

⁵⁸ Lihat artikel Robin Givhan dari Washington Post Staff Writer terbit pada Friday, July 6, 2007, Page C01 dalam <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/07/05/AR2007070502069.html>. diunduh 13 Maret 2009.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ *Their "Girl Power" slogan was meant to demonstrate that girls could be as dominant as men without losing their femininity or sensuality. This concept is by no means original; both Madonna and Bananarama employed similar outlooks. But what made the Spice Girls distinctive is that this formed the centrepiece of their appeal.* Artinya, penampilan dan gaya Spice Girls baik dalam keseharian tampilan di media massa maupun saat di atas panggung merupakan ciri khas kuat yang mempertegas label yang melekat pada diri tiap personelnya yang terdiri dari lima macam karakter diri. Dikutip dari artikel berita LATEST NEWS: LONDON, United Kingdom 28 June 2007 dalam http://www.solarnavigator.net/music/spice_girls.htm diunduh pada 13 Maret 2009.

*made the Spice Girls distinctive is that this formed the centerpiece of their appeal. Whether this new form of feminism was just a cynical marketing tactic or not, "girl power" undoubtedly had an impact, becoming a mantra for millions of young girls and the phrase even made it into the Oxford English Dictionary. The impact of the group and "Girl Power" can be summed up by author Ryan Dawson who stated "The Spice Girls changed British culture enough for Girl Power to now seem completely unremarkable."*⁶¹

Femininitas yang ditampilkan Spice Girls digunakan sebagai alat utama yang provokatif agar perempuan mampu menjadikan dirinya subjek bukan lagi sekadar objek laki-laki. *Girl Power* bahkan telah dipatenkan dalam kamus bahasa Inggris Oxford. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa Spice Girls sangat berpengaruh dalam segi kehidupan perempuan di jamannya yakni terutama pertengahan 1990-an (lihat lampiran 2, hal.33). Bahkan slogan *Girl Power* tersebut sering dijadikan sebuah alat marketing beberapa produk yang dengan mengajak Spice Girls sebagai model iklan utamanya. Hal tersebut karena Spice Girls saat itu amat berpengaruh bagi kehidupan remaja di manapun terutama yang menjadi target pasar beberapa produk yang di promosikan oleh mereka (lihat lampiran 2, hal.39).⁶²

Wacana feminisme muncul bersamaan dengan *Girl Power* dan untuk kalangan warga Inggris sendiri pada satu sisi merupakan salah satu bentuk revolusi kehidupan perempuan seperti disebutkan berikut.

*The Spice Girls also found themselves at the forefront of a miniature British Cultural Revolution in the mid-1990s. The term "Cool Britannia" became prominent in the media and represented the new political and social climate that was emerging with the advances made by New Labour and Tony Blair. Coming out of a period of eighteen years of Conservative government, Tony Blair and New Labour were seen as young, cool and very appealing and this was one of the main driving forces in making Britain look fashionable again. Although by no means responsible for the onset of "Cool Britannia," the arrival of the Spice Girls added to the new image and re-branding of Britain. This fact was underlined at the Brit Awards in 1997. The group won two awards but it was Geri Halliwell's iconic union jack dress that dominated media coverage and eventually became the face of "Cool Britannia."*⁶³

⁶¹ Loc.cit.

⁶² Ditambah pula dengan hadirnya beragam *merchandise* dan Spice Girls' Dolls (lihat lampiran 2, hal.40).

⁶³ Dikutip dari http://www.solarnavigator.net/music/spice_girls.htm diunduh pada 13 Maret 2009.

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa revolusi *fashion* Spice Girls mendukung *cool britannia*⁶⁴ yang sebelumnya telah dipopulerkan oleh Tony Blair dan kaum pekerja lainnya (terutama partai buruh). Hal tersebut dibuktikan dengan diraihnya *Brit Awards* yang mengukuhkan bahwa Spice Girls membawa wacana futuristik bagi gaya dan penampilan *British Pop (BritPop)*. *The Union Jack Dress Geri*⁶⁵ yang masuk dalam Guinness World Records sebagai pakaian artis termahal dan terjual lebih dari £42,000 saat itu menegaskan bahwa Spice Girls menjadi salah satu kiblat *fashion* dunia.⁶⁶ Hal tersebut menggambarkan bahwa dalam konteks budaya populer Spice Girls telah memberikan pengaruh besar baik dalam konteks lokal, nasional maupun internasional.

Girl Power membawa sebuah pesan perubahan tersendiri pula bagi nuansa kehidupan sosial politik terutama dalam kehidupan perempuan muda. Ikon-ikon budaya yang ditampilkan tidak lagi harus menonjolkan aturan main yang selama ini dipegang oleh laki-laki. *Girl Power* bahkan dinyatakan telah ikut mempengaruhi lahirnya generasi baru yang disebut *can-do girls*⁶⁷ bagi kalangan *Brit Teens*. Generasi itu lahir karena desakan perjuangan kaum feminis selama lebih dari tiga puluh tahun yang telah mencapai pada titik jenuh karena menginginkan adanya perubahan. Generasi muda tersebut membuat perubahan drastis pada pola hidupnya mulai dari sektor pendidikan hingga kehidupan sosial lainnya.⁶⁸

Girl Power menginspirasi *can-do girls* tersebut untuk berani menantang hegemoni laki-laki dalam beberapa segi kehidupan. Perempuan mampu

⁶⁴ Used to describe the contemporary culture of the United Kingdom, primarily during the 1990s. Cool Britannia was little more than a mercifully short-lived piece of media and marketing hype aimed at promoting the UK to a world audience. It was coined in that context during the 1990s to exploit the popularity of various 'Brit Pop' bands, for example Oasis, Blur and Pulp and of The Spice Girls and the contemporary notoriety of 'Brit Art'. It was encouraged, some would say engineered by, the spin doctors of Tony Blair's 'New Labour' government. Dikutip dari <http://www.phrases.org.uk/meanings/cool-britannia.html> pada 1 Januari 2010.

⁶⁵ Lihat lampiran foto Geri Halliwell.

⁶⁶ Geri selalu tampil dengan *outfit* yang menantang dan berani sehingga disebut *Ginger Spice* (lihat lampiran 2, hal 27) Jacob, "Media music case studies Spice Girls" terbit pada Gallery edisi Monday, November 26, 2007 dalam <http://www.last.fm/music/Spice+Girls/+images> diunduh 13 Maret 2009.

⁶⁷ Seperti disebut dalam salah satu lirik lagu yang akan terlihat pada bab analisis berikutnya yang merupakan semangat *can-do girls*, bahwa perempuan dapat melakukan dan mengekspresikan kebebasannya untuk dapat meraih mimpinya dan menjadi dirinya sendiri.

⁶⁸ Lihat liputan "You've come a long way baby..." terbit pada Tuesday, December 30, 1997 Published at 01:09 GMT dalam <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/38786.stm> diunduh pada 13 Maret 2009.

menempatkan diri sebagai subjek dalam peran-peran penting seperti menentukan karier, menentukan kebijakan dalam aturan perkawinan yang tidak lagi tradisional maupun hubungan percintaan. Cita-cita baik generasi musik Spice Girls, *can-do girls* maupun generasi lain yang lahir bersamanya adalah sama-sama membuktikan bahwa perempuan mampu bersaing bersama laki-laki. Aturan *malestream* yang selama sejarah perkembangan kehidupan perempuan Inggris berlaku pada beberapa segi kehidupan dimotivasi untuk diubah melalui semangat *Girl Power*.

Slogan tersebut menginspirasi pula kekuatan perempuan yang harus ditampilkan secara lebih berani oleh seluruh perempuan di dunia. Salah satu contoh semangat tersebut dapat ditemukan di album *Wannabe* yang dirilis tahun 1996 dengan lagu andalan dengan judul yang sama. Lagu ini bertahan hingga 7 pekan dalam UK Single Chart. Mereka berhasil mengeluarkan 3 album studio dengan penjualan lebih dari 55 juta kopi di seluruh dunia. Oleh sebab itu pengaruh musik mereka merambah hingga seluruh dunia. Berikut akan ditampilkan sejarah debut album mereka yang telah mendunia dan melegenda sebagai grup musik pop perempuan paling sukses.

Diawali dengan debut album yang semuanya hampir selalu menempati posisi pertama pada tangga lagu dunia sehingga dapat terlihat jelas bagaimana dan sejauh mana pengaruh yang diberikan Spice Girls.⁶⁹ Tepatnya pada 8 Juli 1996 debut single 'Wannabe' diluncurkan di United Kingdom dan mendominasi *channel* musik seluruh penjuru negara tersebut. Diawali dengan menempati urutan ketiga dalam tangga lagu kemudian naik perlahan menjadi urutan teratas tangga lagu di hampir tiga puluh satu negara di dunia selama tujuh minggu. Di Amerika pun Spice Girls mampu mengungguli kedudukan tertinggi The Beatles pada tangga lagu.⁷⁰ Banyak lagu telah diluncurkan Spice Girls seperti yang akan dijelaskan berikut.

⁶⁹Lihat lampiran album lagu Spice Girls dan berbagai penghargaan yang pernah diraih mereka.

⁷⁰ Dikutip dari artikel berita LATEST NEWS: LONDON, United Kingdom 28 June 2007 dalam http://www.solarnavigator.net/music/spice_girls.htm diunduh 13 Maret 2009.

No	Karya	Judul	Keterangan
1.	Album musik	a) <i>SPICE</i> diluncurkan di United Kingdom pada 4 November 1996 b) <i>SPICEWORLD</i> diluncurkan di United Kingdom pada 4 November 1997 c) <i>FOREVER</i> diluncurkan di United Kingdom pada 6 November 2000	Semuanya hampir selalu menduduki puncak pertama tangga lagu di beberapa negara seperti Inggris, Amerika, Perancis, Swedia dan lainnya serta dianugerahi beberapa platinum.
2.	Single Andalan lagu lain bersama	a) <i>WANNABE</i> bersamaan dengan <i>Bumper 2 Bumper</i> UK Release: 8 Juli 1996 b) <i>SAY YOU'LL BE THERE</i> bersamaan dengan <i>Take Me Home</i> UK Release: 14 October 1996 c) <i>2 BECOME 1</i> bersamaan dengan <i>One Of These Girls & Sleigh Ride</i> UK Release: 16 Des 1996 d) <i>MAMA / WHO DO YOU THINK YOU ARE</i> bersamaan dengan <i>Baby Come Round</i> UK Release: 3 March 1997 e) <i>SPICE UP YOUR LIFE</i> bersamaan dengan <i>Spice Invaders</i> UK Release: 13 October 1997 f) <i>STOP</i> bersamaan dengan <i>Ain't No Stoppin' Us Now</i> UK Release: 9 March 1998 Global Peak Chart Positions: g) <i>VIVA FOREVER</i> UK Release : 20 July 1998	Posisi #1 di Inggris, Kanada, Eropa, Finlandia, Israel, Mexico, Filipina, Polandia. Posisi #1 di Canada, Europe, Finland, Israel, Mexico, Philippines, Poland, United Kingdom Posisi #1 di Brazil, Ireland, Israel, Mexico, Philippines, Poland, Spain, United Kingdom. Posisi #1 di Ireland, Israel, Philippines, Poland, UK Posisi #1 di Brazil, Indonesia, Israel, Mexico, Philippines, Poland, Spain, United Kingdom. Posisi #1 Philippines, Poland dan posisi #2 United Kingdom Posisi #1 di Israel, New Zealand, Philippines, Poland,

		h) <i>GOODBYE</i> bersamaan dengan <i>Christmas Wrapping</i> UK Release: 14 Des 1998	UK Posisi #1 di Brazil, Canada, Ireland, New Zealand, Philippines, Poland, UK
		i) <i>HOLLER</i> bersamaan dengan <i>Let Love Lead The Way</i> UK Release: 23 October 2000	Posisi #1 di Brazil, Philippines, Poland, UK

Spice Girls menghebohkan dunia lewat lagu andalan perdananya yakni *Wannabe*. Berikutnya mereka menjadi semakin populer dengan hadirnya film *Spice World: The Movie* yang berisi tentang kisah keseharian artis berkelas internasional seperti Spice Girls dengan segala persoalannya. *Forever Spice* adalah buku yang terbit pada 1998 untuk mengenang kisah perjalanan Tour Spice Girls sebanyak 103 nonstop sejak awal kemunculannya, ada pula liputan latar belakang keluarnya

Geri Halliwell dari grup musik ternama tersebut, dan gaya hidup tiap personelnya. *Girl Power* adalah buku Spice Girl perdana yang terbit pada 1997 yang berisi deskripsi semangat yang mereka bawa dan berbagai pernak-pernik perjalanan karier Spice Girls sejak awal kelahirannya. Buku *Real Life: Real Spice* kemudian menyusul di tahun yang sama dan berisi segala pengalaman tiap personel baik sebelum maupun setelah bergabung dalam Spice Girls.

Berbagai rekaman baik lagu maupun buku yang dikeluarkan semuanya menegaskan semangat *Girl Power* yang selalu menjadi tema utama dalam setiap lagu maupun penampilan Spice Girls. Hal tersebut membuat mereka diterima oleh banyak kalangan di dunia mulai dari *Royal family* di London (keluarga kerajaan Inggris) hingga ke pelosok dunia.⁷¹ Spice Girls pernah meraih Brit Awards, American Music Awards, MTV Europe Music Awards, MTV Video Music Awards, dan World Music Awards.

⁷¹ Spice Girls fact menyatakan bahwa Spice Girls mencatat rekor terlaris di dunia 12 December 1996

The band are interviewed by The Spectator. The issue is the highest selling in the 200-year history of the magazine, and has political commentators beginning to assess the influence of "The Spice Vote" dengan 23 juta kopi penjualan di dunia. Diunduh pada <http://www.thespicegirls.com/facts/timeline> diunduh 13 Maret 2009.



Spice Girls in a first encounter with Prince Charles when Geri Halliwell kissed him.⁷²

Kesemua tangga lagu yang telah disebutkan sebelumnya telah membuktikan bahwa Spice Girls telah fenomenal di jagad musik pop era 1990-an. Penulis menemukan enam puluh lebih keseluruhan lagu Spice Girls dan terdapat 16 (enam belas) buah lirik lagu yang akan dikaji meskipun kontroversi tetap terjadi seputar wacana feminisme yang berhubungan dengan slogan Spice Girls seperti disebutkan berikut.

The "Girl Power" slogan was met with varied reactions, both positive and negative. The phrase was a label for the particular facet of feminist empowerment embraced by the band: that a sensual, feminine appearance and equality between the sexes need not be mutually exclusive. This concept was by no means original in the pop world; both Madonna and Bananarama had employed similar outlooks, and the phrase was most likely first coined by Welsh indie band Helen Love in 1993 and made famous by British pop duo Shampoo in 1995. However, the Spice Girls' version was distinctive. Its message of empowerment appealed to young girls, adolescents and adult women, and it emphasized the importance of strong, loyal friendship among females.⁷³

Girl Power menginspirasi perempuan untuk memiliki kekuatan dan membina hubungan pertemanan sebanyak-banyaknya untuk dapat bersatu menjalin kerjasama meraih impian. Melalui keberanian perempuan mampu mengubah sifat pasifnya yang selalu dikaitkan pada ruang privat kehidupannya yang jauh dari kehidupan publik. Hubungan pertemanan yang baik akan lebih

⁷² 11 May 1997, in *The Prince's Trust 21st anniversary concert at the Manchester Opera House.*, Mel B and Geri Halliwell breached royal protocol when they planted kisses on Prince Charles's cheeks, leaving it covered with lipstick, and later, Ginger Spice told him "you're very sexy" and also pinched his bottom. In November, the British Royal Family were considered fans of the Spice Girls, including The Prince of Wales and his son Prince Henry of Wales. That month, South African President Nelson Mandela said: "These are my heroes. This is one of the greatest moments in my life" in an encounter organized by Prince Charles, who said, "It is the second greatest moment in my life, the first time I met them was the greatest". Ibid.

⁷³ Dikutip dari <http://www.last.fm/music/Spice+Girls/+images> diunduh pada 13 Maret 2009.

memudahkan untuk saling mendukung satu sama lain agar lebih mudah mencapai impian yang dicita-citakan. Kerjasama yang erat akan memudahkan dalam mencari solusi bersama pula. *Sisterhood* atau kebersamaan tersebut ternyata disebut sering tidak berkaitan langsung terhadap isu feminisme yang ada.

Sisterhood merupakan istilah yang akrab disebut sejak gelombang kedua feminisme terutama di era 1970-an. Istilah tersebut amat penting pada masa itu dalam memupuk kebersamaan sesama perempuan muda di London⁷⁴ untuk saling mendukung dalam pekerjaan. Dalam era posfeminis terutama masa 1990-an dan setelahnya, *sisterhood* berkembang dalam *mainstream pop culture*. Contohnya adalah seperti yang ditunjukkan oleh Spice Girls lewat lagunya *Wannabe*.⁷⁵

Kontroversi slogan *Girl Power* adalah seputar perdebatan yang menyatakan bahwa hal tersebut adalah sebuah cerminan semangat feminisme baru atau hanya sebuah pertunjukan femininitas dan sensualitas semata. Hal serupa juga diamati oleh Jude Davies yang mencermati kalimat '*It's like feminism, but you don't have to burn your bra*' dari Geri atas suksesnya Spice Girls.⁷⁶

Berangkat dari tema tersebut di atas ia menelaah bagaimana fenomena musik pop pada era 1990-an mengemas Spice Girls hingga menjadi ikon pop dunia. Ternyata musik pop adalah alat potensial dalam mempopulerkan kekhasan sensual ala grup musik Spice Girls yang digawangi perempuan-perempuan cantik dan energik. Slogan *Girl Power* hanyalah sebuah komodifikasi kepentingan manajerial atas kepopuleran yang sedang berproses seperti dinyatakan berikut.

Certainly, girl power is structured by its commodification. Its fragmentary and gnomonic articulation on music packaging (the 'wanted' slogan quoted earlier and the similarity styled material on the insert of the debut album,

⁷⁴ *Sisterhood was crucial to the success of second wave (1970s) feminism. In 1970 one of the cleaners, May Hobbs, decided to do something. She approached local feminist and socialist women's groups and asked for their help in handing out leaflets to cleaners across London to persuade them to join a union* dikutip dari Kristine Aune, *Whatever Happened to Sisterhood?: the Sugababes are on to something* dalam http://www.thefword.org.uk/features/2003/01/whatever_happened_to_sisterhood diunduh 29 Desember 2009.

⁷⁵ *It's visible in the Sugababes song, in the Spice Girls line 'If you wanna be my lover, you've gotta get with my friends,' in lyrics of girl bands like Destiny's Child. But, I fear, it is a temporary one. Some such bands split up, sometimes acrimoniously. Sisterhood remains as nothing but a passing fad of young womanhood. The women grow up, and grow out of, their commitment to their female friends. This happens in our lives, too. We argue with our friends, we move on. What were for a time the defining relationships of our lives dissipate, Loc.cit.*

⁷⁶ Jude Davies, "Girl Power and the Spice Girls" Breakthrough 1996-7 dalam *Living through Pop* (ed. Andrew Blake), New York:Routledge, 1999.

'Spice') is determined by needs for immediate appeal, and to open it to multiple readings and hence widen possible markets. At the same time its vague promise works to pique the curiosity of consumers and to prompt further acts of consumption, of music, or of magazines that promise to image and to explain girl power in more detail.⁷⁷

Davies sangat jelas menggambarkan bagaimana Spice Girls menjadi objek industri musik yang ingin menjual sensualitas perempuan yang sangat menggoda dan penuh pesona.⁷⁸ Seksualitas tersebut disebut oleh pihak industri rekaman sebagai salah satu wujud *Girl Power* ala Spice Girls. Selain itu media pun ikut mengukuhkan kekuatan hipnotis *Girl Power* para perempuan belia tersebut untuk menjadi diva pop dunia. Sensualitas dari femininitas perempuan ala Spice Girls menjadi konsumsi publik yang paling digemari saat itu baik yang terlihat pada media massa maupun dalam keseharian mereka.

Pada keterangan sebelumnya di atas dinyatakan bahwa *Girl Power* menginspirasi banyak perempuan Inggris dan dunia dalam beberapa segi kehidupan. Selain itu terdapat pula gambaran nyata yang terkait dengan keadaan dan situasi perempuan di Inggris pada dekade 1990-an dalam sebuah artikel. Pada era tersebut dikatakan bahwa gaya penampilan dan model kerja dalam institusi apapun adalah "The West End of Victorian London" (Walker dalam Rose, 1998:65).

Hal tersebut dijelaskan bahwa budaya kehidupan modern, perkotaan, dan area publik masih didominasi oleh yang 'maskulin/laki-laki'. Selama ratusan tahun perempuan Victorian⁷⁹ telah mencoba bernegosiasi mengenai identitas

⁷⁷ Ibid, hal. 165.

⁷⁸ Memproduksi musik berarti memproduksi pula budaya, sosial dan pasar atau sektor ekonomi karena musik merupakan sebuah industri lokal yang berdampak global dan menyeluruh pada segi-segi kehidupan masyarakat. Andrew Leyshon, David Matless dan George Reville, *The Place of Music: Introduction* dalam *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol. 20, No. 4 (new series, 1995), hal. 427-428 dari situs <http://www.jstor.org/stable/622973> diunduh pada 13 Maret 2009.

⁷⁹ *So much more was on offer globally, and many people lost interest in fashion as necessary and important to their lives when business rules for dressing relaxed. Working from home became common. By the edge of the 21st century dressing down in every aspect of life became an acceptable norm*, mulai dari *fashion* hingga ruang gerak perempuan di London mulai meninggalkan pola lamanya yang terkesan mengekang dan tertutup, dikutip dari 1990's Fashion History - The Mood of the Millennium dalam http://www.fashion-era.com/the_1990s.htm diunduh 29 Desember 2009.

keperempuanan mereka untuk bergerak bebas tidak hanya pada ruang privat.⁸⁰ Mereka dikenal selalu mengusahakan sebuah 'ideal divide' (pembagian ideal); perempuan tidak hanya di rumah untuk urusan pemeliharaan sedangkan tidak hanya laki-laki yang berhak mencari nafkah dan bergerak bebas di ruang publik/sosial.

Ruang privat dalam wacana feminisme merupakan sebuah wilayah yang personal dan sangat pribadi. Perempuan dituntut untuk menjaga diri dan perilaku sebaik mungkin agar dapat diterima dalam dunianya.

Di era Spice Girls sendiri sebenarnya belum banyak bahkan hanya Spice Girls sebagai ikon *entertainer* perempuan yang mampu membuka wacana seksis dan femininitas perempuan di ruang publik secara lebih berani. Lirik-lirik lagu Spice Girls tampak *genit*, manja, dan mengupas sisi femininitas perempuan yang bukan berasal dari kategori perempuan *rumah*. Artinya bahwa ruang privat serta segala gerak-gerik perempuan *rumah* merupakan politisasi laki-laki. Bahwa struktur pembagian wilayah kekuasaan dalam berbagai segi kehidupan didominasi oleh aturan laki-laki demi kepentingan laki-laki semata.

Hak perempuan untuk melampaui aturan tersebut di atas kurang didengar dan masih sering dianggap sebagai suara-suara minor. Namun demikian keinginan mengubahnya bukan berarti melawan secara militan seperti dinyatakan Walter bahwa *Nineties women don't want to have their private lives "policed by feminism". They want to enjoy sex with men, wear make-up, dress in short skirts and high heels without feeling that they're betraying the struggle for equal rights.*⁸¹

Pada perkembangan pertengahan tahun 1990-an perempuan telah berhasil melakukan sebuah negosiasi. Perempuan menunjukkan ruang gerak sosial lebih baik dengan bekerja meskipun terkadang profesi mereka bertempat atau dilakukan dari wilayah rumah. Hal tersebut dilakukan untuk tetap menjaga kewajiban memelihara rumah walau dengan kesibukan bagaimanapun. Akan tetapi

⁸⁰ Sebenarnya perjuangan telah dimulai sejak revolusi industri namun belum maksimal hasilnya bagi kaum perempuan saat itu, dikutip dari <http://www.aboutbritain.com/articles/victorian-london.asp> diunduh 29 Desember 2009.

⁸¹ Lihat Christine Thomas pada *The monthly journal of the Socialist Party* dalam <http://www.socialismtoday.org/38/feminism38.html> diunduh pada Oktober 2009.

berikutnya perkembangan jaman telah menuntun banyak perempuan untuk menjadi pekerja perkotaan dan aktif berkarier sama seperti laki-laki.

Lambat laun pembauran menjadi semakin banyak meskipun pekerjaan yang perempuan lakoni masih belum dapat mengungguli laki-laki. Pekerjaan seperti pembantu rumah tangga, pedagang kaki lima, *entertainer*, pelayan resto dan cafe, penghibur dan penari, atau paling tinggi sebagai pemilik toko-toko, asisten dan sekretaris kantor, guru, dan berbagai profesi lainnya (Walker dalam Rose, 1998:74). Spice Girls menunjukkan bahwa melalui profesi *entertainer* yakni penyanyi/penghibur maka perempuan mampu mengungguli wilayah privat dan bergerak aktif dalam ranah publik yakni sosial. Germaine Greer mengatakan “*Unpopular feminists 'fight' for liberation; popular feminists work for equality.*”⁸² Kepopuleran mereka menegaskan kemampuan untuk menembus wacana *equality* dalam perjuangan feminisme.

Negosiasi atas posisi perempuan di London, Inggris terhadap dominasi laki-laki lainnya pada era 1990-an digambarkan Burgess dalam Rose (1998:115) sebagai sebuah peralihan jaman ke era kehidupan yang lebih modern. Kemajuan tersebut membangkitkan berbagai kemajuan di sektor perkebunan, tanaman dan tamannya, penghijauan lahan, dan hutan kota. Pembangunan ‘greenspaces’ dilakukan untuk menjaga keseimbangan ekosistem lingkungan dunia yang kian padat oleh penduduknya.

Pengelola usaha di sektor tersebut di atas masih ragu mengajak perempuan untuk turut serta di dalamnya karena berbagai alasan. Salah satu alasannya yakni ‘Personal safety’ bagi perempuan untuk masuk dalam lingkungan alam dalam rangka menciptakan ‘greenspaces’. Hal tersebut didasarkan pada keseluruhan studi yang pernah dilakukan oleh Burgess pada jumlah kriminalitas di wilayah ‘woodland’ di mana terdapat beberapa profesionalnya adalah perempuan. Perempuan diajarkan untuk memahami *the legacy fear of the strange men, the open spaces, and the adulthood wildness* (Burgess dalam Rose, 1998,124) agar dapat beintegrasi dalam ruang publik yang lebih nyata. Hal tersebut dimaksudkan agar perempuan dapat mempertimbangkan secara matang keterlibatan dirinya dalam dunia publik terutama yang berisiko tinggi terhadap keselamatannya.

⁸² Ibid.

Berbagai isu perkembangan sosial dan politik di London pada era 1990-an berpengaruh pada kehidupan masyarakatnya terutama perempuan. Tekad kemandirian perempuan diuji demi mendapatkan *equality* dalam berbagai segi kehidupan. Kehidupan dan lingkup wilayah domestik telah memberikan gambaran perempuan yang tertutup dan skeptis terhadap situasi asing di luar lingkungan kesehariannya. Posisi represif tersebut oleh Spice Girls kemudian dinegosiasikan melalui pesan-pesan dalam lirik-lirik lagunya.

Spice Girls menggambarkan kemampuan untuk dapat mengungguli wacana dominasi laki-laki tersebut. Lagu-lagu Spice Girls mengajak perempuan bersama *Girl Power*-nya untuk dapat menikmati hidup terutama dalam ruang sosialnya. Perempuan diajak untuk dapat mengendalikan kekuatan yang dimilikinya masing-masing dalam meraih mimpi dan cita-cita yang selama ini sering teropresi dalam ruang publik; dominasi patriarki.

Perjalanan usaha perempuan pada era 1990-an yang dinyatakan di atas salah satunya adalah sebuah perlawanan melampaui ruang publik untuk memperluas ruang privat. Dalam kaitannya dengan wacana posfeminisme pada era 1990-an seperti dalam Bab satu (Bab I) dijelaskan bahwa perjuangan tidak hanya sebatas yang disebut di atas. Lebih dari itu dikatakan bahwa posfeminisme dalam era tersebut meluncurkan sebuah otonomi perjuangan yang menitikberatkan pada persoalan perempuan dalam beragam latar belakang. Jika di London ada permasalahan 'ideal divide' antara ruang publik dan ruang privat perempuan dan laki-laki maka ada hal lain juga yang membutuhkan perhatian.

Persoalan tidak hanya sebatas mengenai aturan maskulin dalam dunia feminin, atau persamaan hak perempuan dalam berbagai bidang tetapi Spice Girls melalui musik popnya menyatakan hal lain dan hal tersebut berterima di hampir seluruh negara di dunia. Spice Girls menginspirasi banyak perempuan muda untuk ikut dalam semangat *Girl Power*-nya. Lagu lain yang juga ikut menyuarakan isu feminisme contohnya *Survivor* milik Destiny's Child yang menggugah dan menginspirasi banyak perempuan di dunia untuk tegar dan mandiri. Perempuan bisa mandiri tanpa bantuan laki-laki dalam hidupnya baik secara personal maupun

sosial. Hal tersebut menggambarkan bahwa terdapat grup vokal selain Spice Girls yang provokatif menyuarakan isu feminisme.

Namun demikian berbagai respon pendengar dari seluruh penjuru dunia terhadap grup vokal perempuan yang sering disebut membawa isu feminisme adalah beragam. Salah satu perdebatan yang muncul menanggapi isu feminisme yang dihadirkan oleh Spice Girls seperti dinyatakan berikut.⁸³

“Girl Power,” co-opted from the Riot Girl movement, has come to mean for many young girls encountering it for the first time the celebration of “girl things”; fun tied to conventional definitions of femininity that is often dependent upon consumption. In its mainstream permutations it cannot be confused with feminism: even the former Ginger Spice, Geri Halliwell, describes “feminism” as “a dirty word.” However, less “serious” than feminism, Girl Power is playful and does not “threaten boys.” Jennifer Harris, “Betty Friedan’s Granddaughters” in Turbo Chicks (Sumach Press, 2001).

Sentimen demikian itu hadir karena ketidakpuasan atas perhatian Spice Girls pada perjuangan feminis yang sesungguhnya. Namun demikian Spice Girls tetap mengatribusikan femininitasnya sebagai bagian terpenting dalam setiap membawakan lirik-lirik lagu. Perdebatan isu feminisme yang hadir atau tidak dalam lirik-lirik lagu mereka perlu dikaji lebih dalam. Selain itu ada pula indikasi lain yang menyatakan tentang *strategy market* industri rekaman dalam mengeksploitasi femininitas perempuan. Indikasi yang muncul adalah bahwa *Girl Power* dianggap sebuah slogan dalam melawan arus musik pop yang sedang didominasi oleh kalangan *Boybands* saat itu seperti Take That, Backstreet Boys, Boyzone, dan lainnya.

Jalur industri musik yang sedang naik daun pada saat itu adalah musik pop sehingga Spice Girls dengan kemasan seksualitasnya lahir di saat yang tepat. Kemampuan Spice Girls merayu penontonnya memberikan keunggulan lebih dari grup musik pop lainnya. Spice Girls hanyalah salah satu produk industri untuk konsumsi publik yang menjadi terkesan karena musik popnya dikemas menarik dan cantik.⁸⁴ Namun demikian penulis melihat bahwa secara garis besar penelitian

⁸³ Dikutip dari Catherine Redfern, *Spice Girls: The fab five* dalam http://www.thefword.org.uk/features/2002/04/the_spice_girls diunduh 10 Oktober 2009.

⁸⁴ Jude Davies, *Girl Power and the Spice Girls’ Breakthrough 1996-7* dalam *Living through Pop* (ed. Andrew Blake), New York:Routledge, 1999. hal. 160.

tersebut dilakukan pada fenomena Spice Girls dengan kemasan jualan yang berupa femininitas perempuan semata.

Akan tetapi seperti disebutkan pada bab sebelumnya oleh Arivia (2006:128-129) Spice Girls merupakan salah satu contoh posfeminis di era 1990-an. Selanjutnya ia menyatakan pula bahwa Spice Girls merupakan ikon musik pop setelah Madonna yang berhasil membawa wacana feminisme dengan caranya yang khas. Keduanya menyatakan kesamaan perilaku yang menyentuh isu posfeminisme yakni tubuh dalam representasi budaya pop. Bordo dalam Brooks (2009:235) menyatakan bahwa Madonna menampilkan heteroseksualitas perempuan yang independen dari kontrol patriarki, 'suatu seksualitas yang menegaskan ketimbang menolak tatapan laki-laki, menggodanya dengan tatapannya sendiri dengan sengaja tak bermutu dan vulgar.

Demikian pula halnya dengan cara khas Spice Girls memperlakukan tubuh (femininitas) dan sensualitas dalam semangat *Girl Power*-nya. Tubuh menjadi arena penting sebagai bagian utama dalam menggelar isu posfeminis khas ala Spice Girls. Hal tersebut tampak baik dari penampilan maupun dalam lirik-lirik lagu mereka yang secara nyata menguras penuh perhatian tiap mata yang memandang. Spice Girls tampil sebagai perempuan-perempuan muda penuh gairah dan sangat mempesona serta memiliki kekhasan berdasarkan julukannya masing-masing. Perempuan dengan segala atribut tubuhnya telah lama menjadi objek kenikmatan seksual laki-laki tanpa ia dapat bebas menikmatinya sendiri. Spice Girls tidaklah demikian dan hal tersebut dapat ditelaah melalui lirik-lirik lagunya yang akan diuraikan pada bab berikutnya.

Simpulan:

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa posfeminisme hadir menanggapi persoalan yang muncul dari feminisme gelombang kedua. Posfeminisme merupakan sebuah pergerakan kritis melanjutkan feminisme sebelumnya dengan membawa perlawanan terhadap wacana patriarki dan imperialis dan asumsi-asumsi keseragaman lainnya. Posfeminisme membawa wacana 'perbedaan' atas pengalaman dan isu

subjektivitas yang dimiliki oleh setiap perempuan yang menjadi agenda persoalan yang harus diselesaikan.

Posfeminisme di ranah populer menyebutkan fokus permasalahan pada persamaan kesempatan pada tiap perempuan artinya basis pluralistik menjadi perhatian utama. Selain itu tuntutan budaya yang dimarginalkan, diaspora, masyarakat yang masih terkoloni bahkan hegemoni masyarakat kulit hitam selain perempuan-perempuan kulit putih pun menjadi pokok bahasannya. Salah satu contoh posfeminis di ranah musik pop adalah Madonna. Madonna berhasil membawakan politik representasi perempuan-perempuan subkultur yang berbeda dari berbagai belahan bumi dan membawa isu minoritas dan subordinat terhadap mereka ke depan publik. Selain itu hadir grup vokal fenomenal Spice Girls dengan slogannya yang terkenal sepanjang dekade 1990-an yakni *Girl Power*.

