

INTISARI

Lirik lagu *Noir* (누아르) karya Lee Sunmi adalah lirik yang memuat permasalahan terkait perilaku pengguna adiktif media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lirik lagu *Noir* (누아르) dengan menggunakan teori semiotika Riffaterre (1978) dan teori sosiologi sastra Ian Watt (1964) guna memahami kritik sosial di dalam lirik lagu dan mengungkap fakta mengenai adiksi media sosial di Korea Selatan. Data utama diambil dari lirik lagu *Noir* (누아르) yang dirilis di tahun 2019 dan didukung data dari video wawancara dengan Lee Sunmi, serta video musik untuk mendukung validitas penelitian.

Lirik lagu yang berkisah kegeraman tokoh utama terhadap keadaan masyarakat sekitarnya didapatkan dari pembacaan secara heuristik. Melalui pembacaan hermeneutik, ditemukan bahwa lirik lagu ini menggunakan kata-kata kiasan dalam penyampaian kritik sosial, yang intinya menyatakan bahwa adiksi terhadap media sosial adalah kegelapan di era informasi. Lirik lagu ini menggambarkan perjalanan tokoh ‘나’ yang awalnya merindukan kehidupan media sosial sampai menemukan kepuasan yang didapat dari dunia maya. Namun, pada akhirnya ‘나’ berhasil melepaskan diri dan menyayangkan orang-orang di sekitarnya yang secara sadar maupun tidak tetap melanjutkan siklus adiksi media sosial. Keterkaitan dengan media sosial dapat dilihat dari penggunaan kata-kata yang berhubungan dengan indera penglihatan secara repetitif seperti ‘seen’ dan ‘보다’ yang menggambarkan sifat media sosial yang sangat grafis dan cenderung menampilkan visual-visual yang mencolok. Lewat analisis sosiologi sastra ditemukan keterkaitan antara adiksi media sosial dengan beberapa fakta di Korea Selatan yang melibatkan FOMO (*Fear of Missing Out*), perilaku mencari perhatian (*attention-seeking behavior*), kehidupan rekayasa (*fake reality*), adiksi terhadap konten (*voyeurism*), dan gangguan mental (*mental disorder*).

Kata kunci: lirik lagu, *Noir*, semiotika, sosiologi sastra, media sosial, era informasi

ABSTRACT

The lyrics of Lee Sunmi's song *Noir* (누아르) tell about the problems of the main character and her concern with the behavior of social media users. This research was conducted to analyze the lyrics of the song using Riffaterre's (1978) semiotics theory and Ian Watt's (1964) theory of sociology of literature in order to locate social criticism contained in the lyric and to uncover the facts about social media addiction in South Korea. The main data were derived from the song's lyrics released in 2019, with additional data taken from Lee Sunmi's interview videos, and the music video to validate the findings.

Through heuristic reading, it is found that the lyrics express the main character's anger towards the condition of society around her. Through hermeneutic reading, it is found that the lyrics use figurative words in delivering the social criticism, which largely convey the notion that addiction to social media is a new form of darkness in the information age. All in all, the lyrics describe the journey of the main character '나' who initially missed the social media life and then fell into the pleasure earned from social media, but in the end '나' managed to break free and pitied the people around her who either consciously or not continued their cycle of being addicted to social media. The correlation to social media can be seen from repetitive use of words related to sight senses such as 'seen' and '보다' which depicts the very graphic nature of social media that tend to display attractive visuals. Through sociology of literature theory, it is uncovered that the connection between social media addiction and facts in South Korea includes FOMO (*Fear of Missing Out*), *attention-seeking behavior*, *fake reality*, addiction to content (*voyeurism*), and *mental disorder*.

Keyword: lyrics, *Noir*, semiotics, sociology of literature, social media, information age

초록

이선미의 노래 <누아르>는 주인공의 문제점과 SNS 이용자들의 행동에 대한 우려를 담고 있다. 리파테르(1978)의 기호학 이론과 이안 와트(1964)의 문학사회학 이론을 이용해 가사를 분석해 가사에 담긴 사회적 비판을 찾아내고 한국의 SNS 중독에 대한 사실을 밝히기 위해 연구한 것이다. 주요 자료는 2019 년 발표된 이 노래의 가사에서 따온 것과 이선미 씨의 인터뷰 영상과 뮤직비디오에서 추가로 수집된 자료이다.

발견적 독서(Heuristik)를 통해 주인공의 주변 사회 상황에 대한 화를 표현한 가사가 발견됐다. 해석학 독서(Hermeneutik)를 통해 가사가 사회적 비판을 전달할 때 비유적인 단어를 사용하는 것으로 밝혀졌는데 이는 주로 SNS 에 대한 중독이 정보화 시대의 새로운 형태의 어둠이라는 개념을 전달한다. 전반적으로 이 가사는 처음에 SNS 삶을 그리워하다가 SNS 으로부터 얻은 즐거움에 빠진 주인공 '나'의 여정을 묘사하고 있지만 결국 '나'는 탈출할 수 있었과 SNS 중독의 사이클을 의식적으로나 무의식적으로 계속하는 그들의 주변 사람들이 불쌍했다. SNS 와의 상관관계는 매력적인 비주얼을 보이는 SNS 의 매우 그래픽적인 본성을 묘사한 'seen'과 '보다'와 같은 시력과 관련된 단어를 반복적으로 사용함으로 알 수 있다. 문화 사회학 이론을 통해 한국의 SNS 중독과 사실의 연관성에는 FOMO (*Fear of Missing Out*), *attention-seeking behavior*, 가짜 현실, 콘텐츠 중독(관음증), 정신 장애가 포함된다는 것이 밝혀졌다.

키워드: 가사, 누아르, 기호학, 문학 사회학, SNS, 정보화 시대