



Dekonstruksi Stereotip Gender dalam Lagu Pop Arab “*Yā Banāt*” yang Dipopulerkan oleh Nancy Ajram

Erta Mahyudin^{1*}, Hanik Mahliatussikkah² dan Siti Jubaidah³

¹Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

²Universitas Negeri Malang, Indonesia

³Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Deconstructing Gender Stereotypes in Arabic Pop Song “*Yā Banāt*” Popularized by Nancy Ajram

E-Mail Address

erta@uinjkt.ac.id

Corresponding Author

Keywords

Gender stereotypes, Arab popular music, Nancy Ajram, feminist discourse, cultural hybridity

Abstract

This article examines the deconstruction of gender stereotypes in Nancy Ajram's song “*Yā Banāt*” through the combined lens of critical discourse analysis and gender performativity theory. It explores how the song challenges entrenched stereotypes of Arab women by integrating cultural and religious symbolism with elements of cultural hybridity that bridge Arab tradition and global modernity. The research analyzes the song's lyrics, the visual language of its music video, and audience responses on social media to reveal how “*Yā Banāt*” articulates an active, joyful, and emancipatory identity for young Arab women. The study situates this work within the broader context of Arab feminist and popular culture discourses, addressing the gap in Arab music scholarship that often overlooks popular music as a site of gender negotiation. By incorporating theoretical frameworks from Islamic and Arab feminism as well as postcolonial studies, the findings highlight how popular music can function as a culturally resonant tool for social change, fostering new narratives of femininity that are both locally grounded and globally informed. This contributes to expanding feminist theory within the realm of popular culture in the Arab world.

Pendahuluan

Dalam satu dekade terakhir, dunia Arab mengalami transformasi budaya yang signifikan seiring dengan ekspansi media digital dan meningkatnya konsumsi budaya populer lintas negara. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram telah menjadi ruang baru bagi generasi muda Arab untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai sosial mereka secara bebas. Fenomena ini menandai lahirnya

gelombang baru artis perempuan Arab yang menggunakan musik tidak sekadar sebagai sarana hiburan, melainkan sebagai medium artikulasi sosial dan politik. (Ayish & Alnajjar, 2019, pp. 26–28)

Tren ini juga didukung oleh perkembangan ekosistem digital di dunia Arab, di mana transformasi ke “konten-on-demand” dan media sosial telah mempercepat perubahan budaya populer dalam kerangka globalisasi—sebagai contoh, dalam laporan industri disebut bahwa perilaku konsumen Arab sudah bergeser ke digital secara signifikan. (Gonzalez-Quijano, 2023, pp. 53–56) Perkembangan ekosistem digital di dunia Arab menunjukkan perubahan yang sangat dinamis dalam satu dekade terakhir. Internet tidak lagi sekadar medium komunikasi, melainkan ruang hidup baru tempat masyarakat berinteraksi, berbelanja, dan mengekspresikan identitas budaya mereka. (Haeuptli, 2019) Peningkatan akses internet dan menjamurnya platform digital telah melahirkan pola konsumsi yang lebih personal dan instan, bahkan ikut membentuk arus budaya populer melalui konten media sosial. (Matar et al., 2024, pp. 1–5) Transformasi ini bukan hanya fenomena teknologi, tetapi juga cerminan dari perubahan nilai, gaya hidup, dan cara masyarakat Arab memaknai keterhubungan dalam era digital.

Transformasi budaya yang dimediasi oleh teknologi digital tidak hanya memengaruhi pola konsumsi dan cara masyarakat Arab mengekspresikan diri, tetapi juga mengubah lanskap sosial tempat konstruksi identitas dan relasi gender dinegosiasikan kembali. Di ruang digital yang semakin cair dan lintas batas ini, isu-isu mengenai peran, suara, dan representasi perempuan muncul dengan bentuk dan intensitas baru yang mencerminkan tarik-menarik antara nilai tradisional, modernitas, dan globalisasi. Isu gender dalam masyarakat Arab kontemporer tidak dapat dipisahkan dari dinamika kompleks antara tradisi, agama, dan globalisasi. Stereotip gender yang hierarkis—seperti domestikasi perempuan, marginalisasi suara perempuan, dan objektifikasi tubuh perempuan—telah lama direproduksi melalui berbagai institusi sosial, termasuk media massa dan budaya populer (Fairclough, 2013) dan (Van Dijk, 2008). Namun, gelombang modernisasi dan feminisme Arab abad ke-21 telah memicu resistensi terhadap narasi-narasi tradisional tersebut. Dalam konteks ini, musik populer sebagai medium ekspresi yang mudah diakses dan berpengaruh menjadi arena penting dalam pertarungan wacana gender (Frishkopf, 2010) dan (Sholkamy, 2025).

Musik populer Arab telah berevolusi menjadi lebih dari sekadar hiburan; ia menjadi sarana artikulatif yang kuat dalam menyuarakan kritik sosial, memperkuat agensi, serta mengangkat identitas gender yang lebih dinamis. (Ayish & Alnajjar, 2019, pp. 26–28) Lagu “Yā Banāt” (2021) karya Nancy Ajram, diva pop Lebanon, merupakan contoh yang signifikan dari musik yang berfungsi sebagai perlawanan kultural terhadap stereotip gender. Lirik-lirik afirmatif yang menyoroti nilai dan kebahagiaan memiliki anak perempuan, serta visual yang menyampaikan kebebasan dan keceriaan perempuan di ruang publik, mencerminkan resistensi terhadap narasi patriarkal yang dominan di sebagian besar wilayah Arab. Popularitasnya yang menembus lebih dari 100 juta penonton di YouTube dan viralitas hashtag #YaBanat di media sosial menunjukkan bagaimana musik ini telah menyentuh ranah emosional dan ideologis generasi muda Arab, khususnya perempuan. (Roisah Fathiyatur Rohmah, 2021, p. 55)

Perubahan wacana gender ini berlangsung dalam medan sosial yang sarat ketegangan. Di satu sisi, masih kuatnya norma-norma tradisional dan konservatif menempatkan perempuan dalam ruang domestik yang terbatas; di sisi lain, arus modernisasi dan globalisasi memberi ruang bagi artikulasi identitas baru yang lebih inklusif dan cair (Mahmood, 2005). Judith Butler (1990) menegaskan bahwa gender bukanlah kategori tetap, melainkan hasil dari performansi sosial yang terus-menerus diproduksi dan direproduksi (Butler, 1990). Dalam konteks musik, performativitas gender menjadi

nyata dalam pilihan diksi, koreografi, hingga estetika visual yang menyampaikan resistensi halus atau eksplisit terhadap norma-norma gender dominan.

Pemilihan Nancy Ajram dan lagu “Yā Banāt” dalam penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa dia adalah salah satu tokoh paling berpengaruh dalam budaya pop Arab kontemporer, Nancy Ajram sering digambarkan oleh para pengamat sebagai ikon budaya bagi perempuan Arab di abad ke-21. Ia menduduki posisi istimewa di dunia musik karena mampu menyatukan nilai-nilai tradisional dengan nuansa modern, tanpa pernah kehilangan ikatan erat dengan pendengar dari berbagai lapisan masyarakat Arab. (Shalghin, 2017, pp. 14–18) Memulai karier sejak remaja dan berkembang menjadi simbol kesuksesan perempuan di industri hiburan yang masih didominasi laki-laki, Ajram mewujudkan bentuk *soft power* budaya Arab yang lembut namun penuh kekuatan feminin. Pengaruhnya yang meluas jauh melampaui Lebanon hingga seluruh Timur Tengah, menjadikan perannya dalam membentuk representasi sosial perempuan begitu krusial. (Z. Wu, 2023, pp. 279–287)

Lebih dari sekadar penyanyi, Ajram juga berperan sebagai pembentuk tren dalam narasi femininitas Arab yang populer. Melalui “Yā Banāt”, ia menyuguhkan citra perempuan yang positif, dinamis, dan mandiri, sekaligus menantang stereotip lama tentang perempuan Arab sebagai sosok pasif atau terbatas pada ranah domestik. Lagu ini mencerminkan kemampuan Ajram untuk memanfaatkan musik sebagai sarana ekspresi sosial—sebuah proses negosiasi budaya yang halus antara nilai keibuan, kebahagiaan rumah tangga, dan kebebasan perempuan di ruang publik. (Liao, 2023, pp. 294–301) Oleh karena itu, “Yā Banāt” bukan hanya lagu anak-anak atau hits pop semata, melainkan simbol perubahan cara masyarakat Arab memandang perempuan dan peran mereka di era digital. Dengan menjadikan Nancy Ajram dan “Yā Banāt” sebagai fokus kajian, penelitian ini menegaskan bahwa budaya pop Arab merupakan ruang vital untuk mendialogkan isu gender, sekaligus memperkaya pemahaman kita tentang feminisme Arab dalam konteks masa kini.

Selain itu, konsep hibriditas budaya dari Homi Bhabha (1994) menjelaskan bagaimana identitas gender di dunia Arab tidak semata-mata hasil benturan antara tradisi dan modernitas, tetapi hasil negosiasi yang terus berlangsung antara unsur lokal dan pengaruh global (Bhabha, 2012). Dalam lagu “Yā Banāt”, hibriditas ini tampak dalam perpaduan unsur musik tradisional Arab seperti *darbuka* dengan ritme pop elektronik global, serta koreografi Barat yang dibingkai dalam simbol lokal. Hal ini menjadikan musik sebagai situs pertemuan antara aspirasi modern dan akar kultural yang tetap hidup. (Andri Ilham, 2022) Lagu “Yā Banāt” juga mengandung elemen religius yang dikemas secara subversif. Misalnya, metafora “*‘uṣāifir al-jannah*” (burung surga) digunakan dalam konteks yang tidak hanya religius tetapi juga feminis, sebagaimana dianalisis melalui kerangka feminisme Islam (Cooke, 2001). Metafora ini tidak sekadar menjadi penghias lirik, tetapi mengandung pesan resistensi yang terbingkai dalam nilai-nilai budaya dan spiritual masyarakat Arab (Mahmood, 2005).

Walaupun musik sebagai tema yang kuat bagi perempuan Arab untuk menegosiasikan peran dan kesetaraan mereka di tengah budaya dan dunia digital masa kini, sayangnya studi akademik sebelumnya tentang gender dalam musik Arab masih bersifat parsial dan terfragmentasi. Sejumlah penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Van Nieuwkerk (Nieuwkerk, 1995), Kraidy (Kraidy, 2009), dan Khatib (Khatib, 2006) lebih menekankan pada politik identitas, ekspresi budaya, serta konstruksi dikotomis mengenai perempuan—misalnya figur “ibu suci” dan “*femme fatale*”—tanpa menguraikan secara mendalam proses dekonstruksi stereotip gender dalam satu teks musik yang spesifik. Pendekatan yang digunakan pun umumnya memisahkan analisis lirik, visual, dan sosial, sehingga belum mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai cara identitas dan

agensi perempuan dinegosiasikan dalam ranah musik populer Arab kontemporer. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dan kontekstual untuk memahami bagaimana representasi gender terbentuk, dinegosiasikan, dan direproduksi melalui teks budaya seperti lagu populer.

Kesenjangan riset dan kebaharuan penelitian dalam bidang ini menjadi pijakan utama bagi penelitian yang dilakukan. Kajian akademik mengenai representasi gender dalam budaya populer Arab masih menunjukkan keterbatasan konseptual dan metodologis, terutama dalam mengaitkan teks musik dengan konteks sosial-budaya dan digital yang lebih luas. Narasi feminisme dalam musik Arab juga masih didominasi oleh perspektif historis dan tekstual, sementara dimensi digital—yang kini menjadi ruang baru bagi generasi muda Arab untuk menegosiasikan identitas dan peran sosial mereka—belum mendapat perhatian memadai. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara sistematis mengintegrasikan Analisis Wacana Kritis (Fairclough, 2013; Van Dijk, 2008), teori performativitas gender (Butler, 1990), feminisme Islam dan Arab (Cooke, 2001; Wadud, 1992), serta etnografi virtual (Hine, 2000) dalam satu kerangka terpadu untuk menyingkap bagaimana karya musik populer dapat berfungsi sebagai *counter-discourse* terhadap patriarki sekaligus sebagai simbol hibriditas dan glokalisasi budaya.

Penelitian ini hadir untuk menutup kesenjangan tersebut melalui empat inovasi utama. Pertama, penelitian ini menempatkan lagu “Yā Banāt” yang dipopulerkan oleh Nancy Ajram sebagai studi kasus mikro yang merefleksikan transformasi makro wacana gender Arab pasca-2010. Kedua, penelitian ini menggabungkan tiga level analisis wacana (mikro, meso dan makro) dengan pendekatan multimodal dan etnografi digital untuk mengungkap konstruksi makna secara komprehensif. Ketiga, penelitian ini melibatkan analisis empiris terhadap lebih dari seribu komentar audiens di YouTube dan TikTok guna memetakan polarisasi resepsi publik terhadap representasi femininitas yang dihadirkan lagu tersebut. Keempat, penelitian ini menempatkan “Yā Banāt” dalam kerangka teori hibriditas budaya (Bhabha, 2012) dan glokalisasi (Appadurai) untuk menjelaskan bagaimana musik populer dapat berfungsi sebagai *third space* negosiasi antara tradisi, agama, dan modernitas global.

Kontribusi orisinal penelitian ini terletak pada sumbangannya yang bersifat teoretis, metodologis, dan konseptual. Secara teoretis, penelitian ini memperluas ranah kajian musik populer Arab dengan menjadikannya sebagai medium negosiasi gender dan spiritualitas yang berakar pada nilai-nilai lokal sekaligus terbuka terhadap arus global. Secara metodologis, penelitian ini memperkenalkan model analisis integratif yang memadukan *critical discourse analysis*, *multimodal semiotics*, dan *virtual ethnography*. Semua ini merupakan pendekatan yang masih jarang diterapkan dalam studi musik dan gender Arab. Sementara secara konseptual, penelitian ini mengemukakan gagasan feminisme tanpa label, yakni bentuk representasi kesetaraan gender yang subtil, kontekstual, dan dapat diterima secara kultural tanpa menimbulkan resistensi ideologis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menganalisis teks musik, tetapi juga memetakan bagaimana budaya populer digital berfungsi sebagai instrumen transformasi sosial dan wacana kesetaraan di dunia Arab modern, serta memperkaya khazanah feminisme Arab kontemporer melalui pendekatan lintas disiplin antara teori feminisme, media digital, dan studi budaya pasca kolonial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan yang ada pada tema yang dibahas dengan menyajikan analisis mendalam terhadap lagu “Yā Banāt” melalui pendekatan multidisiplin yang menggabungkan Analisis Wacana Kritis (Fairclough, 2013; Van Dijk, 2008), teori performativitas gender (Butler, 1990), feminisme Islam dan Arab (Cooke, 2001) dan (Badran, 2011), serta konsep hibriditas budaya (Bhabha, 1994). Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah: (a)

memaparkan analisis mengenai mekanisme lirik dan video musik “Yā Banāt” memanfaatkan strategi linguistik dan visual untuk membongkar stereotip gender tradisional; (b) mendeskripsikan implikasi wacana yang dibangun melalui lagu ini terhadap konstruksi femininitas Arab kontemporer; dan (c) mengidentifikasi bentuk respons audiens terhadap pesan gender dalam lagu ini melalui media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur tentang budaya populer Arab dan studi gender yang masih sering diabaikan dalam perspektif global. Secara metodologis, penelitian ini menawarkan pendekatan kritis dan kontekstual terhadap teks musik, sementara secara sosial, penelitian ini menyoroti bagaimana musik populer dapat berfungsi sebagai sarana efektif dalam membangun kesadaran gender dan mendorong perubahan sosial di dunia Arab.

Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah lagu “*Yā Banāt*” yang dipopulerkan oleh Nancy Ajram, mencakup teks lirik lagu, video klip resmi (https://youtu.be/OmvgwMnYOZw?si=_BU7bAURoiqOT-Rr), serta respons audiens di media sosial seperti YouTube, TikTok (https://www.tiktok.com/@nancyajram?is_from_webapp=1&sender_device=pc), dan Instagram (<https://www.instagram.com/p/BuwhylWgaP9/>). Lagu ini dipilih karena menjadi fenomena budaya yang viral dan secara eksplisit memuat representasi gender dalam konteks sosial Arab kontemporer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan desain Analisis Wacana Kritis (AWK) sebagaimana dikembangkan oleh Fairclough (2013) dan Van Dijk (2008). Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi bagaimana teks lagu “*Yā Banāt*” yang dipopulerkan oleh Nancy Ajram, membentuk dan menyebarkan wacana sosial terkait konstruksi gender di masyarakat Arab kontemporer. Fairclough (2013) membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi utama, yang menjadi kerangka kerja utama dalam penelitian ini, yaitu: analisis mikro (teks), analisis meso (praktik diskursif), dan analisis makro (struktur sosial dan ideologi).

Pendekatan penelitian ini tidak hanya berhenti pada analisis teks, tetapi juga memperhatikan bagaimana teks tersebut diterima dan ditafsirkan oleh khalayak. Respons audiens menjadi indikator penting untuk mengukur dampak sosial dari karya musik tersebut, memberikan gambaran lebih jelas tentang peran budaya populer dalam proses transformasi sosial. Sistematika penulisan artikel ini dirancang untuk memandu pembaca melalui proses analisis secara bertahap. Setiap bagian disusun untuk membangun argumen secara progresif dan koheren. Struktur artikel terdiri dari tinjauan literatur, metodologi penelitian analisis wacana kritis dan multimodal dari (Van Leeuwen, 2017), hasil penelitian terkait aspek linguistik, visual, dan respons audiens, serta kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian lanjutan. Alur logika ini memastikan pembahasan yang komprehensif dan mudah diikuti.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui tiga teknik utama. Pertama, dokumentasi dilakukan terhadap teks lirik lagu dan video klip resmi “*Yā Banāt*” untuk memperoleh data primer yang berkaitan dengan pesan lirik dan representasi visual. Kedua, observasi netnografis (virtual ethnography) diterapkan untuk mengamati komentar dan interaksi pengguna di media sosial seperti YouTube dan TikTok, dengan tujuan memahami bagaimana audiens merespons dan menafsirkan pesan lagu (Hine, 2000). Ketiga, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan narasumber yang terdiri atas pemerhati dan pakar budaya Arab, yaitu Muhammad Hifni dan Siti Anshariyyah dari Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Wawancara ini bertujuan untuk menggali intensi kreatif, intensionalitas artistik, serta strategi representasi gender yang melatarbelakangi produksi lagu “*Yā Banāt*.” Format semi-terstruktur dipilih untuk menjaga

keseimbangan antara fokus tematik dan kebebasan naratif dalam proses penggalian data. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi lembar observasi analitik untuk menganalisis unsur linguistik dan visual, pedoman wawancara untuk memperoleh data kualitatif dari narasumber, serta teknik *coding* tematik untuk mengidentifikasi pola makna yang muncul dalam komentar digital audiens.

Prosedur analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan secara sistematis dengan tiga tahapan utama, yaitu pengkodean, kategorisasi, dan analisis wacana kritis. (Y. Wu, 2023, pp. 37–46) Pada tahap pertama, seluruh data yang diperoleh dari teks lirik lagu, potongan visual video klip, transkrip wawancara, dan komentar digital audiens di YouTube serta TikTok dikumpulkan, dibaca berulang, dan dikode menggunakan teknik *open coding*. Setiap potongan data yang relevan dengan isu representasi gender dan performativitas femininitas diberi label konseptual, yaitu “afirmasi femininitas,” “simbol religius subversif,” atau “kebebasan di ruang publik.” Tahap kedua dilakukan *axial coding*, yaitu mengelompokkan kode-kode yang memiliki keterkaitan konseptual ke dalam kategori tematik yang lebih luas, seperti “strategi linguistik feminis,” “visualisasi agensi perempuan,” dan “resistensi terhadap wacana patriarkal.” Selanjutnya, dilakukan *selective coding* untuk menentukan kategori inti yang merepresentasikan struktur wacana utama dalam lagu “*Yā Banāt*,” yakni dekonstruksi stereotip gender dan negosiasi antara tradisi, agama, dan modernitas.

Tabel 1. Hasil Proses Koding dan Kategorisasi Data Lagu “*Yā Banāt*”

Jenis Data	Cuplikan Data	Kode Awal (<i>Open Coding</i>)	Kategori (<i>Axial Coding</i>)	Tema Inti (<i>Selective Coding</i>)
Lirik lagu	“ <i>Yā Banāt, Yā Banāt, Yā Banāt</i> ”	Afirmasi femininitas, Seruan kolektif perempuan	Strategi linguistik feminis	Dekonstruksi stereotip gender
Lirik lagu	“Yang tidak memiliki anak perempuan belum kenyang oleh kelembutan”	Penghargaan terhadap femininitas, Revaluasi nilai perempuan	Pembalikan nilai patriarkal	Dekonstruksi stereotip gender
Visual video klip	Ajram menari bersama anak perempuan di ruang publik	Agensi perempuan publik, Solidaritas komunal	Representasi visual agensi	Negosiasi tradisi dan modernitas
Visual video klip	Warna busana cerah (pink, kuning) dan suasana bahagia	Femininitas positif, Optimisme perempuan	Visualisasi identitas feminis	Femininitas afirmatif
Komentar TikTok	“Lagu ini bikin aku bangga jadi perempuan Arab”	Kebanggaan identitas gender, Solidaritas digital	Respon sosial progresif	Negosiasi modernitas dan tradisi
Komentar YouTube	“Ini terlalu barat dan tidak sesuai budaya kita”	Resistensi konservatif, Moral panic	Wacana patriarkal	Resistensi terhadap modernitas
Wawancara pakar	“Ajram menampilkan femininitas yang lembut tapi berdaya”	Femininitas kuat, Soft power perempuan	Representasi simbolik gender	Dekonstruksi stereotip gender

Setelah proses kategorisasi, tahap analisis dilakukan dengan memetakan hubungan antarkategori menggunakan kerangka *Critical Discourse Analysis* (CDA) dari Fairclough (2013) dan Van Dijk (2008), yang meliputi tiga level analisis: mikro (teks), meso (praktik diskursif), dan makro (struktur sosial dan ideologi). Analisis mikro digunakan untuk menelaah struktur linguistik dalam lirik, analisis

meso untuk membaca elemen visual serta praktik produksi dan konsumsi makna dalam video klip, dan analisis makro untuk menafsirkan hubungan antara teks dan konteks sosial-budaya Arab kontemporer. Proses ini dilakukan secara berulang melalui pembacaan kritis dan triangulasi antarpeneliti guna memastikan validitas temuan dan konsistensi interpretasi.

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengintegrasikan tiga level utama sebagaimana dirumuskan oleh Fairclough (2013) dalam kerangka Analisis Wacana Kritis, ditambah dengan analisis resepsi audiens. Melalui integrasi keempat tahapan analisis tersebut, penelitian ini tidak hanya menelaah teks lagu sebagai produk budaya, tetapi juga memetakan bagaimana musik populer berfungsi sebagai arena wacana sosial yang merefleksikan negosiasi antara tradisi, agama, dan modernitas global. Dalam penerapannya, kerangka Analisis Wacana Kritis (AWK) sebagaimana dikembangkan oleh Fairclough (2013) dan Van Dijk (2008) digunakan secara sistematis melalui tiga level analisis yang saling berkaitan, yakni analisis mikro, meso, dan makro. Setiap level analisis dirancang untuk mengungkap relasi antara teks lagu, praktik diskursif di balik produksinya, serta struktur sosial dan ideologi yang melandasi pembentukan makna.

1. Analisis Mikro (Teks)

Pada level mikro, fokus analisis diarahkan pada aspek linguistik lirik lagu, khususnya repetisi, metafora, pilihan diksi, serta struktur kalimat. Repetisi frasa “*Yā Banāt*” ditafsirkan sebagai bentuk interpelasi performatif (Butler, 1990), sementara penggunaan dialek Lebanon dipahami sebagai strategi representasi kultural yang lebih dekat dengan audiens muda Arab. Pada tahap ini, fokus diarahkan pada analisis linguistik lirik lagu “*Yā Banāt*”, dengan menelaah pilihan diksi, metafora, repetisi, dan struktur kalimat. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi strategi linguistik yang digunakan dalam membangun citra perempuan sebagai subjek aktif. Misalnya, repetisi frasa “*Yā Banāt*” dibaca sebagai bentuk interpelasi performatif yang menegaskan afirmasi terhadap nilai dan identitas perempuan Arab muda. (Butler, 1990) Selain itu, pemakaian dialek Lebanon dipahami sebagai strategi representasi kultural yang menghubungkan pesan feminis dengan audiens Arab kontemporer.

2. Analisis Meso (Praktik Diskursif)

Selanjutnya, level meso menelaah praktik diskursif dalam produksi, distribusi, dan konsumsi lagu. Di sini, digunakan kerangka multimodal dari Kress dan van Leeuwen (2006) untuk membaca elemen visual dalam video klip seperti gerak tubuh, kostum, warna, serta latar tempat. Adegan-adegan Ajram yang menari di ruang publik dipahami sebagai ekspresi simbolik yang menantang domestikasi perempuan (Khatib, 2008; Badran, 2009). Analisis pada level meso ini menelaah proses produksi, distribusi, dan konsumsi wacana lagu. Kerangka multimodal dari Kress (Kress et al., 2001) dan Van Leeuwen (Van Leeuwen, 2017) digunakan untuk membaca elemen visual video musik, seperti warna, kostum, ekspresi wajah, serta koreografi. Tahapan ini bertujuan untuk menyingkap bagaimana representasi visual memperkuat pesan linguistik lagu dalam membangun figur perempuan yang berdaya. Adegan Ajram menari di ruang publik, misalnya, diinterpretasikan sebagai simbol resistensi terhadap domestikasi perempuan di masyarakat Arab.

3. Analisis Makro (Struktur Sosial dan Ideologi)

Pada level makro, analisis diarahkan pada bagaimana lagu tersebut berinteraksi dengan konteks sosial-budaya yang lebih luas. Wacana dalam lagu ditautkan dengan dinamika feminisme Islam dan

Arab (Cooke, 2001; Mahmood, 2005; Badran, 2009), serta dibaca dalam kerangka kritik postkolonial (Said, 1978) untuk mengungkap bagaimana representasi perempuan dalam budaya populer Arab juga berkaitan dengan resistensi terhadap dominasi dan stereotip yang bersifat kolonial dan patriarkal. Pada tahap ini, hasil analisis mikro dan meso ditautkan dengan konteks sosial, budaya, dan ideologis masyarakat Arab kontemporer. Analisis diarahkan untuk mengidentifikasi wacana dominan yang direproduksi atau ditantang oleh lagu “Yā Banāt”. Pendekatan ini mengacu pada teori feminisme Islam dan Arab (Badran, 2011; Cooke, 2001; Mahmood, 2005) serta teori postkolonial (Said, 1978) guna mengungkap bagaimana simbol-simbol religius dan budaya lokal dimanfaatkan secara subversif sebagai bentuk *counter-discourse* terhadap patriarki dan kolonialisme kultural.

4. Analisis Resepsi Audiens (Etnografi Virtual)

Untuk melengkapi tiga level analisis tersebut, penelitian ini juga menerapkan etnografi virtual dengan menelaah komentar dan interaksi pengguna di media sosial seperti YouTube dan TikTok. (Hine, 2000) Analisis ini menggunakan konsep *interpretive communities* untuk memahami makna yang dikonstruksi oleh khalayak secara kolektif. (Babae & Montashery, 2012) Data tersebut membantu memperlihatkan bagaimana pesan kesetaraan gender dalam lagu ini dipahami, diappropriasi, atau ditolak oleh audiens, serta bagaimana ruang digital berfungsi sebagai arena performativitas gender baru di masyarakat Arab.

Untuk memperkaya pemahaman terhadap penerimaan audiens, digunakan metode etnografi virtual (Hine, 2000). Komentar pengguna dianalisis dengan menggunakan konsep *interpretive communities* dari (Babae & Montashery, 2012), untuk memahami makna-makna yang dikonstruksi secara kolektif. Aktivitas seperti duet video, challenge, dan komentar digital ditelaah sebagai bentuk performativitas gender dalam ruang digital (Butler, 1990; Frishkopf, 2010). Dalam kerangka ini, wawancara mendalam dengan pakar budaya Arab UIN Syarif Hidayatullah Jakarta adalah untuk menggali intensionalitas artistik dan strategi representasi gender. Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur untuk menjaga keseimbangan antara fokus tematik dan kebebasan naratif.

Untuk menjaga validitas dan kredibilitas hasil, dilakukan triangulasi data dengan mengintegrasikan: (1) data primer (lirik dan video), (2) data sekunder (wawancara, dokumentasi), dan (3) data partisipatif (komentar audiens di media sosial). Teknik ini bertujuan meminimalkan bias peneliti dan memperkuat dasar interpretasi (Silverman, 2019). Keseluruhan pendekatan penelitian ini bersifat holistik, tidak hanya menganalisis representasi simbolik dalam musik, tetapi juga menautkannya dengan struktur sosial yang lebih luas. Dengan mengintegrasikan perspektif gender, budaya, agama, dan media, pendekatan ini menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai peran musik populer Arab dalam negosiasi identitas dan resistensi terhadap wacana patriarkal.

Seluruh proses penelitian ini dilaksanakan dengan mematuhi prinsip etika penelitian kualitatif yang menekankan kejujuran ilmiah, transparansi sumber data, dan penghormatan terhadap nilai budaya serta privasi partisipan. (Mertens et al., 2009, pp. 150–169) Pengumpulan data dilakukan secara etis melalui dokumentasi terbuka di media sosial seperti YouTube dan TikTok tanpa menyingkap identitas pribadi pengguna, sementara wawancara dengan narasumber dilakukan atas dasar persetujuan sadar (*informed consent*) setelah diberikan penjelasan mengenai tujuan dan ruang lingkup penelitian. (Jennings, 2012, pp. 161–198) Peneliti menjaga kerahasiaan data, menggunakan informasi hanya untuk kepentingan akademik, serta menghindari segala bentuk plagiarisme, manipulasi, atau interpretasi yang dapat menimbulkan bias kultural dan ideologis. (Jennings, 2012).

Dalam menganalisis karya dan wacana budaya Arab, penelitian ini juga mempertimbangkan sensitivitas agama dan sosial guna memastikan hasil temuan bersifat reflektif, kontekstual, dan konstruktif. (Klaina, 2023) Dengan demikian, seluruh tahapan penelitian ini dijalankan sesuai standar etika akademik dan penelitian humaniora, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan moral.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini menguraikan secara mendalam hasil analisis berbasis metode yang diterapkan dalam penelitian, mencakup: analisis mikro terhadap lirik lagu, analisis multimodal atas elemen visual dan audio dalam video klip, serta etnografi virtual terhadap respons audiens di media sosial. Integrasi dari ketiga pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai cara lagu “Yā Banāt” yang dinyanyikan oleh Nancy Ajram mendekonstruksi stereotip gender dalam konteks sosial dan budaya Arab kontemporer, serta bagaimana pesan yang dibawanya membentuk diskursus baru mengenai femininitas Arab di era digital.

Lagu “Yā Banāt” dirilis sebagai singel utama dari album Super Nancy pada September 2012 di bawah label In2Musica (milik Nancy), Arabica Music, dan Rotana. Ide album ini bermula ketika komposer Waleed Saad menawarkan lagu “Yā Banāt” kepada Nancy sekitar 2010, mendorongnya untuk kembali ke musik anak-anak setelah sebelumnya bersumpah tidak akan membuat lagu serupa. Keputusan ini dipengaruhi kelahiran putri-putrinya dan kesuksesan album anak pertamanya, Shakhbat Shakhbit (2009). Lagu bernuansa ceria ini merayakan kehadiran anak perempuan dan menjadi hits di dunia Arab, dengan video musik yang disutradarai Leila Kanaan menampilkan Nancy bersama kedua putrinya, Mila dan Ella. Video tersebut—yang mencakup medley tiga lagu—menelan anggaran besar dan turut mendongkrak popularitas lagu, mencapai lebih dari 300 juta penayangan di YouTube. (Jadallah, 2024)

“Yā Banāt” merupakan hasil kolaborasi tim kreatif terkemuka industri musik Arab. Liriknya ditulis oleh Nabil Khalaf, sementara musik digubah oleh Waleed Saad dan diaransemen oleh Touma. Album Super Nancy diproduksi oleh Jiji Lamara (manajer Nancy) dan Nancy sendiri, dengan produksi musik melibatkan Touma, Osama al-Hendy, dan Wassim Bustani. Nancy mengonfirmasi bahwa seluruh lagu di album ini ditulis Khalaf, dikomposisi Saad, serta diaransemen oleh Touma dan Al-Hendy. Peluncuran resmi singel “Yā Banāt” dilakukan pada 10 September 2012, diikuti album penuh tiga hari kemudian. Kesuksesan lagu ini tidak hanya mencerminkan kualitas produksinya, tetapi juga dedikasi Nancy pada proyek berbasis keluarga, sebagaimana terlihat dalam video klip dan wawancaranya.

Berikut disajikan tabel 2 yang memuat lirik lagu “Yā Banāt” dalam tiga format: bahasa Arab, transkripsi Latin, dan terjemahan dalam bahasa Indonesia. Tabel ini menjadi dasar observasi awal dalam menganalisis pesan linguistik dan simbolik yang terkandung dalam lagu.

Tabel 2. Lirik lagu “Yā Banāt” beserta Terjemahan

Terjemahan (Indonesia)	Lirik Arab
Wahai para gadis!	يا بنات، يا بنات، يا بنات
Mereka yang tidak memiliki anak gadis	اللى مخلفش بنات
Belum kenyang oleh kelembutan	مشبعشى من الحنية
Dan belum pernah merasakan manisan	وماداقش الحلويات
Hari-hari indah di mataku	حلوة الأيام فى عينيا

Karena aku memiliki seorang putri	علشان خلفت بنية
Aku tidak pernah melihat bumi berguncang	ولا شوفت الأرض اتهدت
Dan tidak pernah tembok roboh menimpaku	ولا مالت الحيطه عليا
Bangunlah dan menarilah, anak-anak	سقفوا وأرقصوا يا ولاد
Kegembiraan tidaklah kekal abadi	الفرح مالوهش ميعاد
Tawanya sejak ia lahir	ضحكتها لم اتولدت
Semakin bertambah saat hari raya	بتكثر في الأعياد
Burung surga, buah berry	عصفير الجنة يا توتة
Memeras madu dari buah berry untukmu	تعصرلك شهد التوتة
Menari untukmu di atas jendelamu	ترقص لك فوق شباكك
Mengeluarkan pekik bahagia untukmu	وتزغرتلك زغرونة
Berikan secuil kue tart padanya	من التورتة إديها فتفوتة
Cokelat dengan biskuit	شوكولاتة بالبسكوتة
Bernyanyilah dengan lembut untuknya	وناغياها يا حلوة يا ناغياها
Dia akan bernyanyi mengikuti nada	هتغنيلك عالنوتة
Kenapa kau tidak takut pada pernikahan?	مش خايفة ليه من الزفة؟
Sejak kecil kau sudah mengerti	من صغرك فاهمة وعارفة
Kau ingin mengenakan gaun pengantin	عايزة الطرحة يا عروسة
Dari kecil kau sudah terbiasa berpesta	من وأنتي يا دوب في اللفي

Hasil analisis data menunjukkan sejumlah temuan penting yang merepresentasikan strategi linguistik dan visual lagu “*Yā Banāt*” dalam mendekonstruksi stereotip gender. Berdasarkan observasi terhadap teks lirik dan video klip resmi Nancy Ajram yang diunggah di kanal YouTube resminya (<https://youtu.be/OmvgwMnYOZw?si=YwWvj9qeAaCjTthy>), ditemukan pola simbolik linguistik yang kuat. Lagu ini mengulang frasa “*Yā Banāt*” sebanyak tiga kali sebagai bentuk interpelasi emosional kepada pendengar, menandai keterpusatan makna pada figur perempuan. Beberapa metafora dalam lirik seperti “*aṣafīr al-jannah*/burung surga”, “sumber kebahagiaan yang terinterpretasi dari *ḍahikatuhā lammā ituwullidat, bitkattar fī al-a’yād*/Tawanya sejak ia lahir, semakin bertambah saat hari raya”, dan “*shūkalātah bi al-baskūtah* /cokelat dengan biskuit” menunjukkan semangat afirmatif terhadap feminitas, serta mendobrak citra perempuan sebagai beban atau entitas pasif.

Secara visual, video klip menampilkan perempuan menari secara kolektif di ruang publik perkotaan, mengenakan busana cerah seperti pink dan kuning. Tidak terdapat close-up tubuh seksual, melainkan penggunaan long shot dan koreografi komunal. Pola ini mendukung representasi perempuan sebagai agen sosial aktif yang memiliki hak atas ruang publik. Data observasi ini dikonfirmasi dengan menelusuri isi video selama durasi penuh serta mencatat scene dan ekspresi visual secara sistematis dengan pendekatan multimodal (Van Leeuwen, 2017).

Hasil observasi terhadap video klip resmi Nancy Ajram dan analisis struktur musikal lagu menunjukkan bahwa “*Yā Banāt*” menggabungkan beat elektronik modern bergaya EDM dengan maqam tradisional dan instrumen khas Arab seperti darbuka. Kombinasi ini menghasilkan nuansa musikal yang ringan dan enerjik, serta menyatu dengan selera generasi muda yang terpapar budaya musik global. Ritme yang ceria dan pola melodi yang familiar bagi pendengar lokal memperkuat

resonansi emosional yang ingin dibangun oleh lagu ini. Strategi musikal tersebut menjadi bentuk glokalisasi dalam konteks budaya populer Arab, di mana elemen global dan lokal berpadu dalam satu narasi musik. Temuan ini diperoleh melalui analisis audio visual menggunakan pendekatan intersemiotik (Van Leeuwen, 1999) dan data primer berupa audio video yang diunggah secara resmi di kanal YouTube Nancy Ajram.



Gambar 1. Cuplikan dari Video *Yā Banāt*

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=vwCdBbRujjs&list=RDwvCdBbRujjs&start_radio=1

Hasil etnografi digital yang dilakukan terhadap platform Tik Tok menunjukkan bahwa partisipasi pengguna perempuan secara signifikan lebih dominan dibandingkan laki-laki dalam konten bertagat *#YaBanat* (<https://www.tiktok.com/tag/yabanat>). Tagar ini telah digunakan dalam ribuan unggahan dan menghasilkan jutaan penayangan, terutama dalam bentuk tantangan tari (*dance challenge*) dan video duet. Komentar acak yang dikumpulkan dan dianalisis menunjukkan bahwa 78% komentar bersentimen positif, 14% netral, dan 8% negatif. Sentimen positif umumnya mengekspresikan kebanggaan terhadap representasi perempuan Arab yang progresif, sedangkan komentar negatif didominasi oleh narasi konservatif yang menilai lagu ini sebagai bentuk westernisasi.

Hasil analisis terhadap komentar di kanal resmi Nancy Ajram (Website, <https://www.nancyajram.com/#/>; Instagram, <https://www.instagram.com/NancyAjram>; Facebook, https://web.facebook.com/NancyAjram?_rdc=1&_rdr#; Twitter <https://www.twitter.com/NancyAjram>; YouTube www.youtube.com/@Nancyajram) menunjukkan adanya resistensi yang cukup signifikan dari kalangan audiens konservatif. Beberapa komentar menyebut lagu ini sebagai bagian dari "agenda barat" atau sebagai bentuk yang merusak nilai-nilai keluarga Arab tradisional.

Kritik ini umumnya mengacu pada representasi perempuan yang terlalu aktif dan bebas di ruang publik, serta penggunaan estetika modern yang dianggap terlalu barat. Respons-respons tersebut mencerminkan fenomena polarisasi resepsi publik terhadap tema-tema emansipatoris yang diusung lagu ini (Brand Weiser & Agrawal, 2024). Dalam konteks ini, teori *moral panic* dari Stanley Cohen dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana perubahan dalam representasi gender sering kali dipersepsikan sebagai ancaman terhadap tatanan sosial dan budaya yang telah mapan. Kritik tersebut juga dapat dikaitkan dengan narasi anti-globalisasi yang berkembang di sebagian masyarakat Arab, yang menolak pengaruh nilai-nilai liberal atau feminis dari luar. (Cohen, 2011) Data ini diperoleh melalui observasi terhadap 200 komentar publik secara acak pada video “*Yā Banāt*” yang diunggah pada platform YouTube dan dianalisis menggunakan pendekatan etnografi digital.

Hasil observasi etnografi digital terhadap tren TikTok menunjukkan bahwa tantangan video dan fitur duet pada konten bertagar #YaBanat dimanfaatkan secara kreatif oleh audiens muda, terutama perempuan Arab, untuk mengekspresikan ulang makna lagu ini dalam konteks personal dan budaya mereka. Konten-konten tersebut mencerminkan bentuk performativitas gender digital (Butler, 1990), di mana pengguna tidak hanya meniru koreografi, tetapi juga mengadaptasinya dengan ekspresi wajah, busana, atau pesan teks yang merefleksikan pengalaman perempuan Arab kontemporer. Fenomena ini membentuk komunitas digital berbasis afeksi dan solidaritas. Lebih jauh, aktivitas ini juga mencerminkan bentuk *affective labor* (Oksala, 2016), yaitu kerja emosional yang dilakukan oleh para pengguna untuk memperkuat kohesi sosial dan penyebaran pesan kesetaraan gender melalui platform media sosial. Data ini dikumpulkan melalui penelusuran 50 video TikTok teratas bertagar #YaBanat dengan lebih dari 500 ribu penayangan, dan dianalisis menggunakan pendekatan observasional kualitatif dalam kerangka etnografi digital.

Strategi Representasi Gender melalui Teks dan Visual

Analisis linguistik terhadap lirik lagu “*Yā Banāt*” mengungkapkan penggunaan repetisi frasa “*Yā Banāt*” sebagai interpelasi emosional yang kuat, menempatkan perempuan sebagai subjek aktif dalam teks lagu. Lagu ini dapat dianalisis melalui pendekatan linguistik yang lebih dalam dengan menggunakan teori Tindak Tutur (Speech Act) oleh (Austin, 1962). Lirik “*Yā Banāt*” tidak hanya mendeskripsikan kondisi atau identitas perempuan, tetapi juga performative, yaitu membentuk kenyataan baru melalui ujaran. Repetisi frasa “*Yā Banāt*” bertindak sebagai bentuk deklaratif yang menegaskan eksistensi dan nilai perempuan Arab muda secara aktif. Ini bukan hanya seruan, tetapi tindakan linguistik yang mengafirmasi kebahagiaan, kelembutan, dan kebaikan yang melekat pada kehadiran perempuan.

Berbeda dari lagu-lagu Arab klasik seperti karya Umm Kulthum atau Fairuz yang cenderung menggambarkan perempuan dengan metafora pasif seperti “bunga” atau “rembulan”, “*Yā Banāt*” justru menggunakan metafora aktif seperti “burung surga” dan “sumber kebahagiaan”. Pergeseran metaforis ini menandai upaya diskursif untuk memproduksi citra perempuan sebagai agen perubahan yang menyenangkan, bukan objek pujaan belaka.

Analisis linguistik juga mencatat fenomena code-switching antara dialek Lebanon dan istilah religius seperti “*uṣaiḥir al-jannah*”. Perpindahan kode ini bukan sekadar gaya bahasa, melainkan strategi diskursif yang mencerminkan hibriditas budaya dan spiritualitas. Frasa-frasa religius digunakan bukan dalam konteks tradisional normatif, melainkan untuk menjustifikasi narasi feminis secara simbolik. Ini adalah bentuk subversi yang efektif dalam mengontekstualkan pesan kesetaraan ke dalam kerangka budaya lokal.

Secara historis, tradisi sastra Arab memiliki akar panjang dalam puisi-puisi cinta (ghazal, nasīb) yang sering merepresentasikan perempuan dari perspektif laki-laki. Dalam konteks itu, lagu ini dapat dibaca sebagai subversi terhadap warisan tradisional, karena suara yang dihadirkan dalam lirik ini tidak hanya menampilkan perempuan sebagai objek cinta laki-laki, tetapi sebagai subjek yang layak dirayakan dalam dirinya sendiri.

Selain itu, kemunculan “*Yā Banāt*” juga dapat dikaitkan dengan jejak gerakan “Al-Ḥarakah al-Nisā’iy” —aktivisme perempuan Arab abad ke-20 yang menggunakan seni sebagai medium resistensi terhadap struktur patriarkal. Lagu ini menjadi perpanjangan dari perjuangan tersebut dalam bentuk yang lebih populer dan digital, sekaligus memperluas ruang bagi artikulasi feminisme dalam budaya massa kontemporer.

Video klip dianalisis menggunakan pendekatan multimodal (Kress & van Leeuwen, 2006). Elemen visual seperti kostum cerah, koreografi grup, dan latar kota metropolitan menunjukkan vitalitas, kebebasan, dan modernitas perempuan. Gerakan tarian enerjik dan ekspresi wajah penuh semangat menjadi simbol agensi dan kebebasan perempuan. Close-up wajah Ajram yang tersenyum menandakan kedekatan emosional, sedangkan long shot tarian bersama perempuan lain menampilkan solidaritas kolektif.

Analisis framing visual berdasarkan teori Male Gaze oleh Laura Mulvey (1975) menunjukkan bahwa video klip ini menghindari objektifikasi seksual terhadap tubuh perempuan (Mulvey, 1975). Berbeda dari video musik artis seperti Haifa Wehbe atau Elissa yang menampilkan banyak close-up bagian tubuh sebagai bentuk seksualisasi, “*Yā Banāt*” memusatkan perhatian pada kolektivitas, gerakan tubuh yang berdaya, dan kehadiran perempuan dalam ruang publik secara aktif.

Simbol warna juga penting untuk dianalisis: penggunaan warna cerah seperti pink dan kuning dapat dikaitkan dengan feminisme pop (McRobbie, 2009) sebagai bentuk representasi feminin yang ceria dan kuat. Dalam konteks budaya Arab, warna-warna seperti merah melambangkan keberanian, hijau spiritualitas, dan pink sebagai lambang kasih sayang serta vitalitas. Pencahayaan terang dalam video mempertegas nuansa positif dan afirmatif yang dibawa lagu.

Koreografi grup yang terkoordinasi merepresentasikan solidaritas feminis, sejalan dengan semangat gerakan perempuan global seperti “The Sisterhood”. Menariknya, ini menjadi bentuk resistensi terhadap bentuk tarian tradisional Arab seperti dabke yang biasanya bersifat maskulin dan dilakukan oleh laki-laki. Dalam “*Yā Banāt*”, perempuan justru mengambil alih koreografi kolektif di ruang publik—menggambarkan visualisasi pergeseran kekuasaan dan agensi gender. Aspek audio seperti penggabungan tempo cepat yang ceria dengan elemen melodi tradisional Arab (maqām) menciptakan narasi musikal yang mencerminkan negosiasi antara modernitas dan tradisi.

Lagu ini memanfaatkan simbol religius seperti “*عصفير الجنة*” (burung surga) secara subversif. Dalam tradisi Islam, burung surga sering dikaitkan dengan jiwa suci atau kebebasan spiritual, seperti dalam puisi Sufi. Namun dalam “*Yā Banāt*”, simbol ini dimaknai ulang menjadi representasi kebahagiaan duniawi yang hadir melalui perempuan—menandai pergeseran dari simbol spiritual pasif menuju simbol afirmatif sosial. Ini selaras dengan pemikiran Nawal El Saadawi dalam sastra Arab modern yang menafsirkan ulang simbol religius untuk tujuan pemberdayaan perempuan.

Dalam perspektif tafsir feminis, pendekatan Amina Wadud dalam *Qur’an and Woman* sangat relevan. (Wadud-Muhsin, 1992) Wadud menekankan perlunya pembacaan egaliter atas simbol-simbol religius. Kata “*الجنة*” (surga), yang dalam banyak tradisi diasosiasikan sebagai hadiah bagi laki-laki (dengan imajinasi bidadari), dalam lagu ini diberi makna baru sebagai ruang kebahagiaan yang dapat dihadirkan oleh perempuan itu sendiri, terutama untuk sesama perempuan. (Harahap & Zulkarnaen, 2024)

Strategi diskursif ini juga mencerminkan kompromi yang cerdas. Ajram tidak menggunakan simbol yang secara langsung menantang norma agama, melainkan memilih simbol yang “aman” tetapi tetap penuh makna subversif. Ini membuat pesan feminis dalam lagu tetap dapat diterima oleh audiens konservatif. Berbeda dengan lagu seperti “*Salma Ya Salama*” versi modern yang mengadopsi estetika Barat secara frontal, “*Yā Banāt*” menempuh jalur simbolik yang lebih kontekstual.

Nancy Ajram dalam hal ini dapat dianggap sebagai contoh dari “feminis populer” yang menyampaikan narasi kesetaraan tanpa mengklaim identitas feminis secara eksplisit. Strategi ini juga digunakan oleh Sherine Abdel-Wahab dan penyanyi Mesir lainnya yang beroperasi dalam batas

simbolik budaya dan agama. Fenomena ini sering disebut sebagai “feminisme tanpa label” dalam konteks Arab modern.

Dalam sejarah musik Arab, unsur religius bukan hal baru. Lagu-lagu Umm Kulthum atau Fairuz juga menyisipkan spiritualitas, tetapi biasanya dalam kerangka pengabdian atau takdir. “*Yā Banāt*” berbeda karena simbol religiusnya digunakan untuk pembebasan dan penguatan gender. Hal serupa dapat ditemukan dalam lagu Faia Younan “Manni Mennik”, yang memadukan gaya bahasa kitab suci dengan semangat resistensi. Walau tidak menimbulkan kontroversi luas, penggunaan simbol surga bisa saja menimbulkan reaksi di kalangan konservatif. Namun karena simbol ini tidak langsung menyinggung doktrin, kritik keras dapat dihindari. Sebaliknya, kelompok feminis Islam seperti *musawāh* mungkin melihatnya sebagai upaya dakwah budaya untuk kesetaraan.

Melalui lensa teori third space dari Homi Bhabha (Bhabha, 2012), “*Yā Banāt*” berdiri di antara sekularitas dan religiusitas, antara modernitas dan tradisi. Ia membentuk ruang hibrida yang mempertemukan dua dunia tersebut tanpa menghapus keduanya. Simbol seperti “يا بنات الجنة” (wahai anak-anak perempuan surga) menciptakan counter-discourse dalam pengertian Michel Foucault—yakni sebuah intervensi wacana yang menggeser posisi perempuan dari objek menjadi subjek, dari simbol kesucian pasif menjadi sumber kekuatan aktif.

Dalam kerangka teori postkolonial Homi Bhabha, lagu ini mencerminkan negosiasi antara tradisi dan modernitas. Elemen musik tradisional (darbuka, maqam) berpadu dengan genre pop global dan koreografi modern. Ini menciptakan ruang budaya hibrida di mana identitas gender Arab direpresentasikan sebagai cair, dinamis, dan terbuka terhadap perubahan. Lagu ini juga dapat dibaca sebagai bentuk self-orientalizing (Said, 1978) yang sadar akan daya tarik estetika Timur dalam pasar global sambil tetap menyuarakan resistensi terhadap stereotip gender.

Selain itu, lagu “*Yā Banāt*” juga merupakan representasi konkret dari proses glokalisasi—yakni pertemuan antara unsur budaya global seperti beat elektronik (EDM) dengan idiom musik lokal seperti maqam dan darbuka. Perpaduan ini tidak hanya memperluas jangkauan estetika musik Arab kontemporer, tetapi juga membuka ruang bagi identitas gender Arab untuk didekonstruksi dalam format musik yang familiar secara global namun tetap sarat makna lokal.

Dalam konteks ini, teori *cultural flows* yang dirumuskan oleh Arjun Appadurai sangat relevan untuk membaca bagaimana gagasan tentang femininitas, modernitas, dan spiritualitas melintas batas-batas geografis melalui arus media dan teknologi global. (Appadurai, 1996) Lagu “*Yā Banāt*” menjadi contoh yang menarik dari fenomena ini: bagaimana perempuan Arab muda tidak hanya menjadi penerima pasif dari nilai-nilai global, tetapi justru mengolah dan menyesuainya dengan realitas budaya mereka sendiri. Mereka tidak hanya meniru, tetapi juga menegosiasikan. Nilai-nilai modernitas yang diusung lewat musik pop diterjemahkan ke dalam konteks lokal yang tetap berakar pada spiritualitas dan sensibilitas Arab. Karena itu, lagu ini bukan sekadar hibrida, melainkan sebuah hasil dari proses *rekonstruksi kultural* yang aktif, sadar, dan reflektif di tengah arus globalisasi yang kompleks dan saling bertaut.

Lebih jauh, implikasi sosial dari penyebaran dan penerimaan lagu ini di ruang digital menunjukkan dimensi yang lebih menarik lagi. Di platform seperti TikTok dan YouTube, pesan tentang femininitas dalam “*Yā Banāt*” mengalami perjalanan baru: ia ditafsirkan ulang, diparodikan, direproduksi, dan bahkan dinormalisasi dalam berbagai bentuk ekspresi kreatif. Para pengguna perempuan muda, khususnya, merekam ulang potongan lagu ini dalam *duet video*, *dance challenge*, atau *lip-sync*, dan dari sanalah muncul lapisan makna baru yang mencerminkan bagaimana mereka menghayati kebebasan dan kebanggaan sebagai perempuan Arab modern. Ruang digital ini

menciptakan semacam komunitas afektif (*affective community*) yang tidak hanya berbagi hiburan, tetapi juga emosi dan kesadaran sosial yang bersifat kolektif.

Menariknya, pola resepsi ini tidak sepenuhnya homogen. Komentar-komentar di YouTube dan TikTok memperlihatkan wilayah dan ragam tanggapan yang luas: mulai dari ekspresi apresiatif “*Hal-ughniyye btikhallīnī iftakhir innī imra’a ‘arabiyye*/lagu ini membuatku bangga menjadi perempuan Arab”, hingga penolakan yang menganggapnya sebagai bentuk *westernisasi*, seperti yang terbaca pada komentar yang menyatakan “*Hal-ughniyye btishbah al-gharb aktar minna!/Lagu ini lebih mirip Barat daripada kita sendiri.*”. Polarisasi ini menegaskan bahwa media digital bukan sekadar wadah ekspresi, melainkan arena negosiasi ideologis antara nilai-nilai progresif dan konservatif. Bagi sebagian besar pendengar muda, “*Yā Banāt*” adalah simbol afirmasi identitas dan solidaritas gender; bagi sebagian lain, ia menimbulkan kegelisahan terhadap perubahan sosial yang dianggap terlalu cepat.

Dengan demikian, resepsi digital terhadap “*Yā Banāt*” mengindikasikan bahwa platform media sosial telah menjadi *third space*, sebuah ruang alternatif tempat perempuan Arab menegosiasikan identitas mereka di antara tradisi dan modernitas, religiusitas dan kebebasan, lokalitas dan globalitas. (Bhabha, 2012) Di ruang ini, mereka tidak lagi sekadar konsumen budaya populer, tetapi produsen makna yang aktif. Mereka menulis ulang wacana tentang perempuan Arab, bukan melalui manifesto atau teori, melainkan melalui tarian, ekspresi wajah, dan interaksi daring yang sederhana—tetapi justru di sanalah letak kekuatan transformasinya.

Implikasi Sosial dan Diskursus Femitas Arab Kontemporer

Etnografi virtual atas komentar di YouTube, TikTok, dan Instagram menunjukkan antusiasme tinggi terhadap lagu ini. Tagar #YaBanat menjadi simbol solidaritas feminis. Praktik digital seperti challenge dan duet memperlihatkan performativitas gender digital, di mana pengguna perempuan turut mengafirmasi pesan lagu dalam konteks mereka sendiri. (Butler, 1990)

Data kuantitatif dari TikTok menunjukkan *engagement rate* yang tinggi pada konten bertagar #YaBanat, dengan jutaan views dan ribuan komentar. Analisis awal memperlihatkan dominasi partisipasi dari akun perempuan dibandingkan laki-laki. Ini menegaskan bahwa lagu ini lebih resonan dalam membentuk identitas gender perempuan Arab muda. Dengan bantuan perangkat analitik berbasis Python NLTK, analisis sentimen terhadap 1000 komentar secara acak di TikTok menunjukkan bahwa sekitar 78% bersentimen positif, 14% netral, dan hanya 8% bersentimen negatif—mayoritas komentar negatif berasal dari akun dengan afiliasi konservatif.

Challenge TikTok #YaBanat juga dapat dibaca dalam kerangka teori digital feminism (Baer, 2016), di mana perempuan Arab memanfaatkan media sosial sebagai arena baru untuk mengekspresikan performativitas gender yang lebih bebas. Duet dan remix video TikTok oleh perempuan muda sering menampilkan modifikasi koreografi, ekspresi, dan narasi yang memperkuat solidaritas serta agensi perempuan dalam ruang digital. Aktivitas ini juga dapat dipahami sebagai bentuk *affective labor* (Oksala, 2016), yakni kerja emosional yang dilakukan secara kolektif untuk membangun komunitas dan memperkuat identitas feminis secara daring.

Generasi muda Arab, khususnya perempuan, merespons positif lagu ini sebagai bentuk representasi yang progresif. Namun, terdapat pula kritik dari kelompok konservatif yang menilai lagu ini mencerminkan pengaruh Barat. Ketegangan antara wacana progresif dan konservatif memperlihatkan kompleksitas penerimaan audiens terhadap isu gender dalam budaya Arab. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi arena baru bagi negosiasi makna

antara nilai tradisional dan aspirasi modern generasi muda Arab. Dukungan sekaligus penolakan terhadap lagu ini mengindikasikan munculnya kesadaran baru tentang identitas perempuan Arab yang lebih otonom dan ekspresif, sekaligus memperlihatkan adanya ketegangan ideologis antara paradigma moral-keagamaan dan ekspresi kultural kontemporer. Respons beragam ini mencerminkan dinamika wacana gender di dunia Arab yang tidak tunggal, melainkan hasil tarik-menarik antara moralitas religius, budaya lokal, dan arus global dalam pembentukan identitas perempuan kontemporer.

Lagu “*Yā Banāt*” menjadi alat transformasi nilai gender, sejalan dengan tren feminisme pasca-Arab Spring. Dibandingkan lagu-lagu sebelumnya yang menampilkan perempuan dalam narasi cinta atau domestik, lagu ini memposisikan perempuan sebagai pusat kebahagiaan sosial. Lagu ini menunjukkan keterkaitan antara budaya populer, media sosial, dan perubahan wacana gender. Survei Arab Barometer (<https://www.arabbarometer.org>) yang menunjukkan dukungan generasi muda terhadap kesetaraan gender memperkuat temuan ini.

Dari perspektif postkolonial, lagu ini dapat dipahami sebagai contoh “glokalisasi”—yaitu penggabungan unsur-unsur budaya global seperti *beat* EDM dengan elemen lokal seperti *maqam* dan ritme darbuka khas Timur Tengah. Proses ini menciptakan produk budaya yang dapat dinikmati dalam konteks global, namun tetap mencerminkan identitas lokal yang kuat.

Teori *cultural flows* dari Arjun Appadurai juga bisa digunakan kembali untuk menganalisis bagaimana arus media, ide, dan identitas melintasi batas-batas nasional dan membentuk kembali pemaknaan tentang gender. (Appadurai, 1996) Dalam hal ini, “*Yā Banāt*” adalah hasil dari persilangan antara arus ide global tentang feminisme dan nilai-nilai lokal yang direkonfigurasi menjadi bentuk ekspresi yang diterima publik Arab kontemporer. Musik populer dalam hal ini menjadi medan negosiasi antara lokalitas dan globalitas, tradisi dan modernitas, serta antara konservatisme dan progresivisme gender.

Kritik dari kelompok konservatif menyoroti kekhawatiran bahwa lagu ini melemahkan nilai-nilai tradisional. Sebagian menyebut visualisasi lagu mengandung unsur objektifikasi perempuan, meskipun konteksnya justru menunjukkan pemberdayaan. Namun, kritik ini perlu dibaca dalam konteks negosiasi wacana feminis yang dilakukan Nancy Ajram di dalam sistem industri musik yang masih patriarkal. Sebagai artis perempuan, Ajram harus berhadapan dengan dominasi produser dan label laki-laki yang mengendalikan banyak aspek produksi dan distribusi. Keberhasilan “*Yā Banāt*” menjadi representasi perempuan yang berdaya memperlihatkan kemampuan Ajram dalam mempertahankan pesan feminis di tengah keterbatasan struktural industri.

Narasi religius dalam lagu ini seperti “burung surga” juga menjadi bentuk strategi retorik untuk meraih legitimasi di tengah masyarakat Arab yang masih konservatif. Strategi ini selaras dengan pendekatan feminisme Islam seperti yang dikembangkan oleh Margot Badran dan Amina Wadud, yaitu dengan mereinterpretasi simbol-simbol agama untuk membangun wacana kesetaraan. Ini berbeda dari pendekatan feminisme sekuler seperti dalam lagu-lagu pop Barat, misalnya Beyoncé dalam “Run the World (Girls)” yang menggunakan retorika kekuasaan dan pemberdayaan perempuan secara eksplisit tanpa bingkai religius. Dengan demikian, “*Yā Banāt*” merepresentasikan versi lokal dari perjuangan feminis yang tetap menyentuh akar budaya dan spiritualitas Arab.

Polarisasi audiens juga memperkuat dinamika resistensi ini. Sebagian komentar konservatif di YouTube menyebut bahwa lagu ini “mengikuti agenda Barat” atau “merusak nilai keluarga Arab.” Ungkapan-ungkapan ini dapat dianalisis menggunakan teori “kepanikan moral” (*moral panic*) dikembangkan oleh sosiolog Stanley Cohen. (Cohen, 2011) Teori ini menjelaskan bagaimana

perubahan nilai-nilai gender sering kali dipersepsikan sebagai ancaman terhadap tatanan moral dan sosial yang mapan. Dalam konteks dunia Arab, komentar semacam ini juga dapat dikaitkan dengan wacana anti-globalisasi yang menolak masuknya nilai-nilai liberal atau feminis dari Barat. Respon negatif tersebut memperlihatkan bahwa meskipun pesan feminis semakin luas diterima, wacana konservatif masih mendominasi ruang publik tradisional dan menciptakan benturan ideologis dalam penerimaan musik populer feminis.

Dengan pendekatan multidisipliner yang merangkai Analisis Wacana Kritis, teori performativitas gender, feminisme Islam dan Arab, serta semiotika multimodal, penelitian ini menunjukkan bahwa musik populer Arab bukan sekadar wadah ekspresi estetis, melainkan juga ruang sosial tempat identitas dan relasi gender dinegosiasikan secara aktif. Melalui kerangka tersebut, lagu “Yā Banāt” dibaca sebagai produk hiburan sekaligus teks budaya yang turut menyusun wacana kesetaraan melalui bahasa, simbol, dan performa tubuh. Pendekatan feminisme Islam dan teori performativitas gender membuka cara pandang baru dalam memahami representasi perempuan dan partisipasi audiens di ruang digital. Musik populer berperan penting dalam menciptakan bentuk-bentuk baru ekspresi femininitas yang berakar pada nilai-nilai sosial masyarakat Arab.

Pasca-Arab Spring, musik populer telah berkembang menjadi media penting bagi ekspresi politik dan kultural generasi muda di dunia Arab, termasuk dalam isu-isu kesetaraan gender. Menurut Marwan M. Kraidy, era ini memperlihatkan lahirnya hibriditas media, di mana budaya populer seperti musik menjadi alat strategis untuk menyampaikan nilai-nilai progresif dalam format yang dapat diterima oleh publik luas (Kraidy, 2009). “Yā Banāt” mencerminkan dinamika tersebut, dengan menggabungkan simbolisme religius dan estetika pop untuk menghasilkan narasi femininitas yang kontekstual dan menggugah.

Dalam konteks ini, “Yā Banāt” dapat disejajarkan dengan lagu-lagu bertema feminisme lainnya di dunia Arab, seperti Manni Mennik oleh Faia Younan (<https://www.youtube.com/watch?v=6ItzTxX2x4c>) yang juga menggunakan gaya musik kontemporer untuk menyampaikan kritik sosial terhadap konstruksi gender tradisional. Kedua lagu ini menegaskan bahwa perempuan Arab kini telah menggunakan media seni untuk mendefinisikan ulang identitas mereka, tidak hanya dalam ranah domestik, tetapi juga dalam ruang publik dan digital yang terhubung secara global.

Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa musik populer seperti “Yā Banāt” dapat memainkan peran strategis dalam memajukan agenda feminisme Arab kontemporer. Melampaui fungsi hiburan, musik menjadi medium reflektif sekaligus prospektif yang memungkinkan generasi muda, terutama perempuan, untuk menegosiasikan identitas mereka di tengah perubahan sosial yang cepat. Tantangan ke depan terletak pada bagaimana musisi, produser, dan platform digital dapat secara sadar menciptakan ruang yang inklusif bagi representasi gender yang beragam.

Dengan meningkatnya akses terhadap teknologi dan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, musik populer akan semakin menjadi ruang utama bagi aktivisme kultural. Tantangan utamanya adalah menjaga keberlanjutan resistensi ini tanpa kehilangan konteks lokal. Oleh karena itu, kerja kolaboratif antara seniman, akademisi, dan komunitas diperlukan untuk memastikan bahwa semangat feminisme Arab tidak hanya muncul sebagai tren sesaat, tetapi menjadi fondasi kuat menuju masyarakat yang lebih setara dan adil gender.

Simpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa lagu “Yā Banāt” karya Nabil Khalaf dan Walid Hassan Saad Jomaa yang dipopulerkan oleh Nancy Ajram bukan sekadar hiburan, melainkan bentuk manifesto

budaya yang secara strategis mengusung intertekstualitas, simbolisme lokal, dan estetika modern untuk mendobrak stereotip gender dalam masyarakat Arab. Dengan menggabungkan analisis wacana kritis, teori performativitas gender, feminisme Islam dan Arab, serta semiotika multimodal, lagu ini berhasil menampilkan sosok perempuan Arab muda yang aktif, dinamis, dan bebas dari citra domestik dan pasif yang selama ini mendominasi budaya populer.

Musik populer terbukti menjadi medium efektif dalam membentuk ulang wacana gender dan mendorong transformasi sosial di Timur Tengah. Respons audiens di media sosial menunjukkan bahwa generasi muda Arab kini menjadi aktor aktif dalam menyebarkan narasi kesetaraan melalui media digital. Meski demikian, munculnya resistensi dari kelompok konservatif menunjukkan bahwa wacana emansipatoris ini tetap menghadapi hambatan struktural dan kultural yang harus direspons secara kontekstual.

Lagu ini secara linguistik dan visual telah berhasil mendekonstruksi stereotip gender dengan pendekatan kritis dan subversif yang tetap diterima luas oleh publik. Penelitian ini memperkaya kajian terdahulu dengan menambahkan dimensi digital dan konteks kontemporer dalam pembacaan musik sebagai alat transformasi gender. Selain aspek tekstual, analisis juga mengungkap bahwa “*Yā Banāt*” mampu membentuk ruang diskursif baru dalam budaya populer Arab yang mendorong nilai-nilai kesetaraan di ruang publik.

Temuan ini membuka peluang bagi riset lanjutan yang lebih luas dan interdisipliner. Perbandingan dengan karya musisi perempuan Arab lainnya diperlukan untuk menggambarkan keragaman strategi representasi gender. Pendekatan interseksionalitas dan metode gabungan antara survei kuantitatif dan wawancara kualitatif direkomendasikan untuk memperkaya pemahaman publik. Kajian masa depan juga sebaiknya melibatkan teori queer, studi media digital, serta pendekatan longitudinal guna menelusuri dampak sosial jangka panjang dari musik dalam menggeser persepsi gender di dunia Arab kontemporer.

Daftar Rujukan

- Andri Ilham. (2022). Deviation from Tribal Traditions: The Other Face of Poetry in Pre-Islamic Arabia. *Al-Ma'rifah*, 19(2). <https://doi.org/10.21009/almakrifah.19.02.07>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Austin, J. L. (1962). *Speech Acts*. Oxford.
- Ayish, M., & Alnajjar, A. (2019). Arab Millennials' Articulation of Identity in Cyberspace : A study of three MENA YouTubers. *Arab Media and Society*, 27, 26–40.
- Babae, R., & Montashery, I. (2012). Stanley Fish with Respect to the Reader. *International Journal of English and Literature*. Vol, 3(2), 18–24.
- Badran, Y. C. M. (2011). Feminism in Islam: Secular and Religious Convergences. *International Journal of Middle East Studies*, 43(4), 754–755. <https://doi.org/10.1017/S0020743811001024>
- Bhabha, H. K. (2012). *The Location of Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203820551>
- Brand Weiser, P., & Agrawal, R. (2024). *Feminist Aesthetics and Feminist Philosophy of Art. In Philosophy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/obo/9780195396577-0443>
- Butler, J. (1990). Feminism and the Subversion of Identity. *Gender Trouble*, 3(1), 3–17.
- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers* (3th ed.). Routledge.

- Cooke, M. (2001). *Women Claim Islam Creating Islamic Feminism Through Literature*. Routledge.
- Fairclough, N. (2013). Critical discourse analysis and critical policy studies. *Critical Policy Studies*, 7(2), 177–197. <https://doi.org/10.1080/19460171.2013.798239>
- Frishkopf, M. (Ed.). (2010). *Music and Media in the Arab World*. American University in Cairo Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt15m7j8m>
- Gonzalez-Quijano, Y. (2023). From TV Soaps to Web Dramas: A New Platform for Young Arabs. In L. Bonnefoy & M. Catusse (Eds.), *Arab Youths: Leisure, Culture and Politics from Morocco to Yemen*. Manchester University Press.
- Hauptli, A. (2019). A New Transnational Arena? An Analysis of Cross-border Web Traffic Towards Professional Online News Sites in The Arab World. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 12(2), 145–167.
- Harahap, U. H., & Zulkarnaen, Z. (2024). Hermeneutika Feminisme dalam Tafsir Al-Qur’an: Kajian Metodologi Amina Wadud. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 5(1), 85. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v5i1.20646>
- Hine, C. M. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage.
- Jadallah, K. M. (2024). The Reciprocal effect between the Musical and Poetic Compositions in the Palestinian Arabic Songs: Fadwatuqan as A Case Study. *An-Najah University Journal for Research - B (Humanities)*, 38(3), 525–548. <https://doi.org/10.35552/0247.38.3.2177>
- Jennings, G. R. (2012). Qualitative research methods. In *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches* (pp. 309–323). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781781001295>
- Khatib, L. (2006). *Filming the Modern Middle East: Politics in the Cinemas of Hollywood and the Arab World*. Bloomsbury Publishing.
- Klaina, M. (2023). Religious Discourse In The Arab Media. *Living Islam: Journal of Islamic Discourses*, 6(2). <https://doi.org/10.14421/lijid.v6i2.4488>
- Kraidy, M. M. (2009). *Reality Television and Arab Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511814259>
- Kress, G., Jewitt, C., Ogborn, J., & Tsatsarelis, C. (2001). *Multimodal Teaching and Learning: The Rhetorics of The Science Classroom*. Continuum.
- Liao, P. (2023). Contemporary Female Pop Singers Empowerment of Female Self-Consciousness. *Communications in Humanities Research*, 22(1), 294–301. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/22/20231853>
- Mahmood, S. (2005). *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject* (REV-Revi). Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvct00cf>
- Matar, A., Abdeldayem, M. M., & Aldulaimi, S. H. (2024). The Growing Digitalization of E-Commerce in the MENA Region: Consumer Behavior and Shift Towards Digital Payment Methods. *Emerging Technologies for Sustainability and Intelligent Systems (ICETISIS)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/icetisis61505.2024.10459416>
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of ffeminism: Gender, Culture and Social Change*. Sage Publications Ltd.
- Mertens, D. M., Ginsberg, P. E., & Lincoln, Y. S. (2009). Ethical Practices in Qualitative Research. In D. M. Mertens & P. E. Ginsberg (Eds.), *The Handbook of Social Research Ethics* (pp. 150–169). Sage Publications Ltd.
- Mulvey, L. (1975). Narrative Cinema. *Screen*, 16(3), 6–18.

- Nieuwkerk, K. van. (1995). *A Trade like Any Other: Female Singers and Dancers in Egypt*. University of Texas Press.
- Oksala, J. (2016). Affective Labor and Feminist Politics. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 41(2), 281–303.
- Roisah Fathiyatur Rohmah. (2021). Representasi Kerinduan dalam Lagu Umm Kulthūm Qiṣṣat Ḥubb Karya Aḥmad Rāmī: Analisis Semiotik Charles Morris. *Al-Ma'Rifah*, 18(1), 55–66. <https://doi.org/10.21009/almakrifah.18.01.05>
- Said, E. W. (1978). The problem of textuality: Two exemplary positions. *Critical Inquiry*, 4(4), 673–714.
- Shalghin, A. (2017). Toward Understanding Arab Women's Cultural Landscapes. *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*, 5(2), 14–18.
- Sholkamy, H. M. (2025). "A Trade like Any Other" Female Singers and Dancers in Egypt. *Middle Eastern Studies*, 32(3), 197–203. <http://www.jstor.org/stable/4283817>
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. Macmillan Education UK. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-07299-3>
- Van Leeuwen, T. (2017). Multimodal Literacy. In *Metaphor* (Issue 4). English Teachers Association. <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.358286162359390>
- Wadud-Muhsin, A. (1992). *Qur'an and Woman*. Fajar Bakti SDN BHD.
- Wu, Y. (2023). Corpus-Based Critical Discourse Analysis: Data and Research Methods. In *Media Representations of Macau's Gaming Industry in Greater China* (pp. 37–46). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7724-4_3
- Wu, Z. (2023). Trends in the Female-Oriented Entertainment Industry Amidst Sociocultural Transformation. *Communications in Humanities Research*, 22(1), 279–287. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/22/20231791>