

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia sudah tidak asing kita mendengar mengenai *hallyu* atau *Korean wave*. *Hallyu* atau *Korean wave* ini merupakan istilah mengenai budaya pop Korea Selatan yang tersebar di berbagai dunia. Istilah *Korean wave* lebih dikenal sebagai K-Pop oleh kebanyakan orang. Secara harfiah, K-Pop adalah sebutan untuk musik pop yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop sendiri yaitu kepanjangan dari Korean Pop. Pesatnya perkembangan teknologi informasi menyebabkan *Korean wave* mulai masuk ke Indonesia. Diperkirakan sekitar tahun 2002, K-Pop atau *Korean wave* menyebar di Indonesia setelah Piala Dunia antara Korea Selatan dan Jepang. Penyebaran budaya Korean Pop pertama kali dimulai ketika drama Korea berjudul *Mother's Sea* tayang di salah satu stasiun televisi Indonesia (Putri et al., 2019). Seiring berjalannya waktu, K-Pop kian digemari oleh masyarakat Indonesia. Hingga saat ini, banyak sekali penggemar K-Pop dari berbagai kalangan. Salah satu grup musik yang terkenal secara internasional saat ini yaitu BTS. BTS menjadi Boyband asal Korea Selatan yang hingga saat ini memiliki banyak penggemar dan prestasi.

Grup Korea Selatan, BTS yang merupakan akronim dari *Bangtan Sonyeondan* atau "*Beyond the Scene*" yang debut pada 13 Juni 2013 ini telah merebut hati jutaan penggemar di seluruh dunia. BTS beranggotakan 7 orang, diantaranya RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), SUGA (Min Yoongi), j-hope (Jung Hoseok), Jimin, (Park Jimin), V (Kim Taehyung), dan Jungkook (Jeon Jungkook). Mereka mendapat julukan "*21st Century Pop Icons*" karena telah memecahkan rekor dunia yang tak terhitung jumlahnya (See, 2022). Tidak hanya itu, BTS memproduksi musiknya sendiri. Tidak sedikit orang yang menyukai BTS karena interaksi serta kegiatan positif yang dilakukan kepada penggemarnya. Salah satu album milik BTS yang memberikan pengaruh positif berjudul *Love Yourself* yang rilis pada bulan September

2017. Dalam album BTS ini terdapat salah satu lagu berjudul '*Answer : Love Myself*' dengan video klipnya berjudul '*Love Myself Global Campaign*' yang rilis di YouTube resmi HYBE LABELS. BTS juga melakukan kegiatan kampanye *Love Myself* dan pidato di acara PBB 2018 "*Speak Yourself*".

Setiap album ataupun lagu yang diciptakan oleh BTS tidak pernah mengecewakan pendengar dan juga penggemarnya. Karena di dalam karyanya, BTS pernah memberikan pesan-pesan positif yang membuat pendengar menjadi sadar terhadap dirinya sendiri maupun keadaan lingkungan sekitar. Seperti dalam penelitian milik Farah Afifah Maulita berjudul Representasi *Self-Love* Dalam Video Klip BTS Era *Love Yourself* yang memberikan pesan positif mengenai pentingnya *self-love*. Dijelaskan pada penelitian tersebut bahwa video klip BTS menyuguhkan beberapa pesan pada khalayak bahwa tiap orang harus memiliki kesadaran akan pentingnya mencintai, menerima, dan menghargai diri sendiri. Dalam hal ini bukan berarti egois, melainkan dengan mencintai, menerima, dan menghargai diri sendiri adalah jawaban untuk mendapatkan kebahagiaan. Video klip BTS era *Love Yourself* ini memiliki tujuan sebagai tahap realisasi bagi khalayak supaya menerima dirinya sendiri yang dapat mendatangkan kebahagiaan dalam hidupnya. Pada penelitian ini, BTS menyampaikan pesannya kepada khalayak untuk melihat lebih jauh lagi ke dalam dirinya agar dapat menemukan jawaban atas kebahagiaan hidupnya. *Self-love* sendiri memiliki empat aspek, disebutkan dalam penelitian ini diantaranya yaitu *self-awareness*, *self-worth*, *self-esteem*, serta *self-care*. Video klip BTS era *Love Yourself* ini menunjukkan bahwa jika seseorang menanamkan keempat aspek tersebut maka akan bisa memahami apa yang baik bagi dirinya untuk melanjutkan kehidupannya dengan kebahagiaan. Tidak hanya dari liriknya saja, akan tetapi video klip yang diberikan juga dibuat sebaik dan seapik mungkin. Bahkan tarian yang mereka lakukan pun memiliki makna tersirat yang mana menjadikan lagu mereka sebagai kesatuan teori yang menarik (Maulita, 2020). Seperti dalam video klip BTS yang berjudul "*Blood, Sweat, and Tears*" mengandung tanda-tanda atau simbol-simbol tersirat.

Ada banyak prestasi BTS yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Selain itu, karya BTS berupa musik yang dimilikinya selalu menginspirasi banyak orang dari berbagai usia. Akhir-akhir ini video klip menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan yang efektif mengenai bahaya perilaku *bullying* yang dilakukan oleh remaja. Di dalam video klip penyampaian pesannya didukung oleh suara lagu, musik, dan video. Fungsi video klip sendiri yaitu sebagai alat baru yang tujuannya untuk mempublikasikan fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Terdapat pesan positif yang ingin disampaikan oleh BTS dalam beberapa *scene* atau adegan, lirik, dan audio di dalam video klip '*Love Myself Global Campaign*'. BTS memberikan pesan kepada masyarakat tentang realitas sosial yang terjadi pada remaja di berbagai negara tentang bahaya perundungan baik fisik maupun verbal bagi remaja. Selain itu dalam video klip berjudul '*Love Myself Global Campaign*' ini BTS mencoba berkomunikasi dengan audiensnya melalui lagunya berjudul '*Answer : Love Myself*' yang memberikan makna bagi remaja untuk mulai mencintai dirinya sendiri. Dengan begitu dia bisa menjalani kehidupannya dengan perasaan bahagia.

Di Korea Selatan, perilaku perundungan kerap terjadi pada remaja. Dikutip dari Kompas.com, penyebab perundungan yang terjadi pada remaja di Korea Selatan karena lingkungan yang kompetitif dan tekanan yang berlebihan. Menurut Kwak Keumjoo, Profesor psikologi di *Seoul National University* mengungkapkan bahwa perilaku perundungan baik berupa perilaku fisik maupun verbal ini disebabkan adanya pengaruh tekanan di antara teman sebayanya. Para remaja saling berkompetisi untuk menjadi yang terbaik dengan melakukan segala cara untuk mencapai tujuannya, tidak terkecuali menindas orang lain yang dianggap lebih lemah.

Perilaku perundungan tidak hanya terjadi di Korea Selatan. Remaja barat (*western*) juga mengalami hal tersebut. Mereka memiliki budaya jika masuk usia 18 tahun mereka akan hidup sendiri, meninggalkan rumah orang tuanya. Hal ini selain membuat remaja menjadi mandiri juga dapat

mempengaruhi pergaulan remaja menjadi buruk karena bebas dan jauh dari pengawasan orang tua. Selain itu di beberapa sekolah negara bagian barat tidak memiliki pelajaran agama dan berdoa ketika memulai pelajaran di kelas. Mereka meyakini bahwa ajaran agama merupakan urusan dan tanggungjawab pribadi, orang tua, serta pemuka agama bukan negara. Beberapa hal tersebut menjadi penyebab adanya perilaku perundungan yang terjadi pada remaja barat (*western*). Dalam video klip BTS 'Love Myself' menunjukkan *scene* yang di dalamnya terdapat remaja dari berbagai negara dan ras. BTS mencoba untuk memberitahu kepada masyarakat mengenai kenyataan yang terjadi pada remaja, khususnya perilaku *bullying*.

Suatu kegiatan dalam menyampaikan pesan yang dilakukan oleh setiap individu disebut sebagai komunikasi. Sebagai makhluk sosial, berkomunikasi menjadi hal yang tentunya dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia yang mana menjadi proses dalam pertukaran pesan dari pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Dalam keberlangsungan hidupnya, manusia tidak dapat dipisahkan dengan komunikasi. Dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan hal yang penting dan dibutuhkan dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya. Akan tetapi, setiap manusia memiliki caranya sendiri dalam berkomunikasi, tergantung dengan siapa dan seberapa sering orang tersebut berbicara dengan orang lain. Dengan berkomunikasi, manusia dapat melakukan keberlangsungan hidup, mempererat suatu hubungan, dan juga mendapatkan kebahagiaan. Selain itu, komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada seseorang sebagai lawan bicara sehingga seseorang tersebut dapat memahami informasi atau pesan yang disampaikan. Menurut Raymon Ross (Sari, 2019), komunikasi merupakan suatu proses memilah atau menyortir dengan mengirimkan tanda-tanda atau simbol-simbol tertentu sedemikian rupa guna membantu seorang penerima pesan dalam memuat makna maupun respons dari apa yang diberikan oleh komunikator.

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita dipertemukan dengan tanda-tanda atau simbol-simbol yang ada di sekitar. Hal tersebut berkaitan dengan semiotika yaitu “tanda”. Semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis yang mengenai tanda. Dalam kehidupan, manusia melakukan komunikasi tidak hanya dengan bahasa saja melainkan juga dengan tanda-tanda atau simbol di dalamnya. Tanpa hal tersebut, seluruh manusia tidak dapat menjalin hubungannya dengan realitas kehidupan. Semiotika juga dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari pemaknaan mengenai peristiwa, objek di sekitar, ataupun kebudayaan. Dalam hal ini, tanda-tanda yang dimaksudkan yaitu mengambil bentuk kata, gambar, suara, gerak tubuh, dan objek yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain (Sobur, 2013).

Seiring berjalannya waktu, saat ini komunikasi menjadi berkembang sangat pesat. Di era globalisasi, sangat mudah mendapatkan informasi dan saling berkomunikasi. Adanya globalisasi membuat cara komunikasi yang dilakukan oleh manusia berubah-ubah, salah satunya melalui media sosial. Pertukaran informasi menjadi tidak terelakkan lagi sehingga membuat masyarakat menerima informasi tentang keadaan dari bangsa sendiri maupun negara lain. Hal tersebut menjadikan bertukarnya informasi antar individu di berbagai daerah, bahkan dunia. Perbedaan budaya antar individu yang saling berkomunikasi terkadang membuat sikap etnosentrisme atau saling mengunggulkan budaya sendiri muncul. Hal tersebut yang menjadi pemicu adanya *bullying*.

Bullying diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku kepada korban dengan unsur kesengajaan (Wahani et al., 2022). Di era sekarang perilaku *bullying* sudah tidak asing ditelinga kita. Adanya teknologi yang semakin canggih menjadi salah satu penyebab dari *bullying* pada remaja. Terdapat dua faktor penyebab terjadinya *bullying* pada remaja, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal ini terjadi dari diri sendiri, seperti seseorang yang lebih suka berdiam diri dan mengurung dirinya sendiri. Sedangkan faktor eksternal sendiri yaitu berasal dari luar diri

seseorang, misalnya adanya pengaruh yang disebabkan oleh lingkungan sekitar.

Video klip merupakan bagian dari media massa berupa audio-visual yang memiliki kegunaan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak. Selain untuk hiburan, video klip juga berisi pengetahuan dan makna tersirat yang terkandung di dalamnya. Dalam menjalankan kehidupannya, manusia memiliki hubungan dengan pengaruh dari video klip. Adanya media massa menjadi pengaruh besar dalam penyebaran pesan melalui video klip kepada khalayak secara luas. Seiring perkembangan zaman, fungsi video klip sendiri tidak hanya sekedar menghibur diri kita ketika mengisi waktu luang. Lebih daripada itu, fungsi video klip sendiri menjadi berkembang sebagai sarana untuk mengungkapkan pemikiran, perasaan, serta gagasan mengenai suatu hal. Di dalam video klip terdapat pesan yang berdampak positif maupun negatif, tergantung dari pendengar tentang bagaimana memaknai pesannya.

Setiap lirik lagu dalam video klip mengandung pesan-pesan baik itu berupa pesan percintaan, persahabatan, religi, pesan moral atau sosial budaya yang dapat membuat pendengar terpengaruh. Seringkali pendewasaan dalam sebuah lirik lagu yang dihubungkan dengan hal-hal negatif membuat pendengar lalai karena terlalu menikmati musiknya, tidak fokus terhadap apa yang sebenarnya pencipta sampaikan. Akan tetapi tidak sedikit pencipta yang membuat karya berupa video klip sebagai wadah untuk mengajak pendengar kepada hal-hal positif.

Dalam hal ini, BTS mencoba memotivasi para penggemar mereka melalui video klip berjudul *'Love Myself Global Campaign'*. Video klip tersebut dirilis pada tanggal 30 Juli 2019 dan telah mencapai 17 juta *views* di YouTube (Labels, 2019). Terdapat pesan yang ingin disampaikan BTS yang terkandung di dalam video klip tersebut yang peneliti anggap memiliki hubungan dengan realitas sosial mengenai kenyataan yang terjadi pada kehidupan remaja. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana BTS dalam

menyampaikan pesan yang sangat berhubungan dengan realitas sosial pada remaja yang saat ini terjadi. BTS sebagai *campaign ambassador* “Stop Asian Hate” membawa pesan untuk tidak mendiskriminasi dan selalu toleransi dengan tidak membedakan status sosial, ras, usia, bahkan gender (Arbar, 2021). Selain itu juga, peneliti menganalisis dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika Peirce terkenal dengan model triadic-nya (tiga sisi). Ketiga komponen tersebut yaitu representamen, object, serta interpretant. Menurut Peirce, analisis esensi tanda merujuk pada bukti bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Untuk itu, peneliti memilih Representasi Realitas Sosial Pada Remaja Dalam Video Klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’ sebagai judul penelitian.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah ini sangatlah penting dalam menentukan data penelitian. Dilihat dari latar belakang di atas, identifikasi masalah ini merupakan bagaimana tanda, simbol, dan juga interpretan dapat mengungkapkan pesan kepada audiens ataupun pendengar dari video klip tersebut secara baik dengan memberikan dampak yang positif. Oleh karena itu, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Kurangnya kesadaran remaja terhadap bahaya *bullying* yang dapat memberikan dampak buruk pada kesehatan mental remaja
- b. Kurangnya pemahaman remaja akan pentingnya mencintai diri sendiri (*Love Myself*)
- c. Kurangnya kesadaran remaja mengenai video klip sebagai media komunikasi
- d. Kurangnya pemahaman masyarakat dalam memaknai pesan dan tanda-tanda mengenai realitas sosial pada remaja yang ditampilkan melalui video klip BTS 'Love Myself Global Campaign'

2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Fokus pada kesesuaian antara *scene*, lirik dan audio dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’
- b. Fokus pada pemaknaan *scene* dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’ dengan menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce
- c. Fokus pada makna realitas sosial pada remaja yang direpresentasikan dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’

3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang akan dilakukan yakni sebagai berikut:

- a. Bagaimana kesesuaian antara *scene*, lirik dan audio dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’?
- b. Bagaimana pemaknaan *scene* dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’ dengan menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce?
- c. Bagaimana makna realitas sosial pada remaja yang direpresentasikan dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kesesuaian antara *scene*, lirik dan audio dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’
2. Untuk mengetahui pemaknaan *scene* dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’ dengan menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce
3. Untuk mengetahui makna realitas sosial pada remaja yang direpresentasikan dalam video klip BTS ‘Love Myself Global Campaign’

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta pengetahuan bagi pengembangan ilmu komunikasi massa khususnya pada penelitian semiotika dengan menggunakan teori Charles Sanders Peirce. Selain itu, peneliti harap penelitian ini dapat digunakan untuk perkembangan keilmuan dan sebagai bahan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai semiotika bidang komunikasi massa dalam merepresentasikan realitas sosial pada remaja yang terdapat dalam video klip serta sebagai referensi mengenai teori-teori semiotika dan komunikasi massa.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat memberikan gambaran serta pemahaman bagi masyarakat mengenai tanda, simbol, dan makna realitas sosial pada remaja dalam video klip. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber pemahaman yang ditujukan kepada masyarakat bahwa video klip bisa dijadikan sebagai alat penyampaian pesan atau informasi yang berhubungan dengan realitas sosial.