

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

BTS merupakan grup musik penyanyi pria asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh member, dan mereka adalah RM (Kim Namjoon atau leader dari group ini), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), JHope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) dan Jungkook (Jeon Jungkook) salah satu yang menjadi anggota termuda. Grup ini berada di bawah naungan Big Hit Entertainment yang dipegang oleh Bang Si-Hyuk yang merupakan produser musik dan juga mantan komponis atau biasa di kenal dengan “Hitman Bang” atau dengan sebutan “papa bear” yang dibuat oleh ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*) yang merupakan sebutan untuk nama dari *fandom* BTS. BTS (Bangtan Sonyeondan) yang dibawah dari agensi bernama BigHit Entertainment, BTS menjadi salah satu grup K-pop yang mengalami peningkatan jumlah penggemarnya. BTS kepanjangan dari Bangtan Boys yang diresmikan oleh perusahaan musik Big Hit Entertainment pada tanggal 13 Juni 2013.

BTS memiliki arti nama yang cukup bagus, yaitu „Bangtan” yang berarti bulletproof atau anti peluru”. Arti ini menunjukkan bahwa mereka memiliki karakter kuat dalam menghadapi berbagai macam pandangan negatif dari orang-orang dunia luar, yang mereka analogikan sebagai peluru. (Luskha, 2018). Kemudian berawal dari lagu BTS berjudul “No More Dream” yang ada pada album pertama, BTS membahas mengenai mimpi anak muda. Dalam lagu ini, BTS mengatakan bahwa sejak kecil seseorang akan memiliki banyak mimpi tetapi ketika sudah beranjak remaja atau dewasa orang-orang akan lupa dengan mimpi sebelumnya dan membuat banyak orang khawatir. Tidak hanya sampai di situ, pada album selanjutnya BTS juga menciptakan lagu bukan hanya untuk mengungkapkan kekhawatiran anak muda, tetapi juga berisi tentang kritik sosial dan mendorong siapapun yang mendengarkan lagunya untuk berpegang pada harapan dan keyakinan yang mereka miliki seperti yang dilakukan member BTS. Selain itu mereka juga memberikan solusi alternatif yang ada pada lagu dalam album series “Love Yourself” kepada anak-anak muda. Agar tidak memiliki

kekhawatiran berlebih dan yang mereka perlukan adalah bahagia dengan mencintai diri sendiri. Percaya diri atau *self confidence* merupakan sebuah kepercayaan dan juga keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, sifat optimis, sikap objektif, sifat bertanggung jawab, rasional dan juga realistis terhadap suatu hal untuk dapat menyelesaikan serta menanggulangi suatu masalah dengan situasi sebaik mungkin sehingga dapat memberikan sesuatu yang dapat diterima oleh orang lain maupun lingkungan sekitarnya.

Seseorang yang memiliki rasa percaya diri maka dapat disebut seseorang ini mampu bekerja secara aktif, dapat melaksanakan setiap tugasnya dengan baik dan juga tanggung jawab atas apapun yang dilakukannya serta mempunyai rencana terhadap masa depan untuk dirinya. Percaya diri merupakan modal dasar untuk pengembangan dalam meningkatkan aktualisasi diri atau untuk mengeksplorasi segala kemampuan yang ada di dalam diri kita sendiri, karena dengan percaya diri maka kita akan mampu serta dengan mudah mengenali dan memahami diri kita sendiri secara keseluruhan dengan apa yang kita perlukan dan yang tidak kita perlukan. Percaya diri sendiri ini tidak dapat terbentuk dengan sendirinya, melainkan akan berkaitan dengan kepribadian atau karakteristik dari seseorang itu sendiri. Kepercayaan diri sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri setiap individu. Norma, pengalaman keluarga, tradisi kebiasaan dan lingkungan sosial atau kelompok dimana keluarga itu berasal juga dapat mempengaruhi bagaimana rasa percaya diri dari seorang individu tersebut tumbuh dengan proses yang berjalan.

Setelah melakukan penampilan pidato BTS pada acara United Nation 24 September 2018, semakin banyak orang tertarik untuk menjadikan BTS sebagai idola. Hal itu membuktikan BTS tidak hanya menampilkan penampilan seperti boygroup pada umumnya, tetapi BTS juga dapat memberikan pengaruh positif sehingga BTS diberi kesempatan untuk berpidato dalam acara Generation Unlimited yang diadakan United Nation. Pemilihan BTS untuk memberikan pidato dalam acara tersebut bukan tanpa alasan. Seorang professor filsafat dari Universitas Sejong Korea, Lee Ji Young menulis dalam bukunya “BTS Artist Of Revolution”, BTS selalu menyuguhkan lagu yang berisi pesan sosial. Lirik lagu yang dibuat BTS memiliki pesan penting karena berisi kritik untuk melawan

penindasan sosial, sistem yang dibuat oleh penguasa, ataupun problematika yang dihadapi anak-anak remaja satu generasi dengan BTS. Bisa saja hal tersebut yang menjadikan United Nation mengundang BTS dan memberikan waktu kepada BTS untuk berpidato. Walaupun beberapa grup dan penyanyi asal Korea Selatan juga memiliki pesan dalam lagunya dan berisi kritik sosial seperti Epik High, Bigbang, soloist Zico, EXO, dan lain-lainnya. Namun pesan yang disampaikan BTS lewat lagu kepada para pendengarnya dilakukan secara konsisten dan kontinu. Lagu-lagu tersebut menerangkan kehidupan nyata isu sosial di kalangan masyarakat khususnya remaja sehingga para pendengar dapat merasakan kesungguhan pesan yang disampaikan dalam lagu-lagu BTS. Oleh karena itu, BTS dinobatkan sebagai „revolusioner’ bagi anak-anak muda karena BTS memiliki lagu yang dapat menyuarakan apa yang dirasakan oleh mereka.

Selain menyampaikan pesan melalui sebuah lagu, BTS juga mencoba menyampaikan pesannya melalui tindakan. Contohnya menciptakan sebuah kampanye pada 1 November 2017 bernama „*LOVE MYSELF CAMPAIGN*” yang berkolaborasi dengan UNICEF. UNICEF sendiri merupakan singkatan dari *United Nations Children's Fund*, atau Dana Anak Perserikatan Bangsa-Bangsa. UNICEF dibentuk pada tanggal 11 Desember 1946 untuk membantu anak-anak di wilayah Eropa, Tiongkok, dan juga Timur Tengah yang porak poranda akibat perang. Ketika itu, singkatan UNICEF adalah “*United Nations International Children's Emergency Fund*” (Dana Darurat Anak Internasional Perserikatan Bangsa-Bangsa). UNICEF mulai bergerak di Indonesia pada tahun 1948. Program pertama yang dilakukan oleh UNICEF adalah melakukan bantuan darurat untuk mencegah kelaparan di Pulau Lombok. Pada tahun 1953, UNICEF mulai meluas untuk memenuhi kebutuhan anak-anak di negara-negara berkembang. Saat itulah, kata-kata “internasional” dan “emergency” dihapuskan dari nama UNICEF, sehingga organisasi ini resmi menjadi “*United Nations Children's Fund*”. BTS dan Big Hit Entertainment memilih UNICEF karena UNICEF merupakan organisasi internasional terbesar yang dipayungi oleh United Nation atau Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam memperbaiki hak asasi manusia dan kehidupan anak-anak dan remaja. „*LOVE MYSELF CAMPAIGN*” juga mendukung kampanye #ENDViolence yang bertujuan untuk memastikan bahwa anak-anak dan remaja di

seluruh dunia dapat menjalani kehidupan yang aman dan sehat tanpa takut untuk melawan kekerasan. Dimana kekerasan sendiri memiliki arti yaitu, tindakan fisik yang memiliki sifat personal dengan mengarah kepada satu orang atau kelompok tertentu yang memang dilakukan secara langsung dan sengaja. Sedangkan #ENDViolence adalah proyek *campaign* global milik UNICEF yang diperlihatkan ke seluruh negara di dunia. Proyek ini ditujukan untuk melindungi anak-anak dan remaja dari kekerasan dan mendorong tindakan pencegahan. Tujuan ini memiliki kesamaan dengan nilai yang dikejar BTS dalam kampanye „*LOVE MYSELF*“ (Luskha, 2018).

Campaign ini mendapatkan sambutan baik dari fandom atau istilah untuk penggemar yang menyukai bagian dari kehidupan seseorang, kelompok atau idola yaitu, BTS bernama ARMY yang umumnya dari kalangan remaja. Sejak itu, BTS mulai mempromosikan *campaign* tersebut dan mengumpulkan dana untuk mendukungnya, dengan menjual barang dagangan resmi setelah *campaign* tersebut dirilis dan tersedia pada toko online BTS. Pada Januari 2018, BTS mulai memperkenalkan platform donasi yang bekerja sama dengan KakaoTalk, serta stiker resmi untuk *campaign* tersebut.

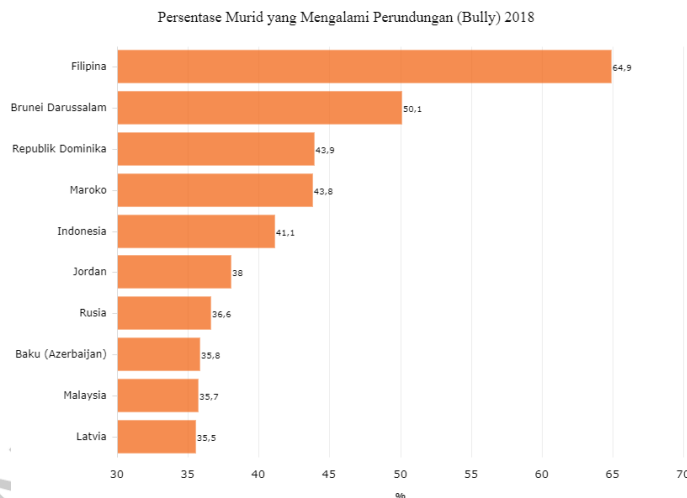
ARMY juga ikut serta dalam menyebar luaskan *campaign* ini dengan berbagai jenis kegiatan seperti sumbangan dana, menyebarkan hashtag di media sosial Twitter dengan tajuk #BTSLoveMyself, dan membuat fanbase yang dapat mendukung kampanye ini seperti ARMY Help Centre (AHC) dan masih banyak lagi. Fanbase ini dapat menjadi wadah bagi penggemar untuk membagikan dan menceritakan rasa khawatir, rasa takut, tertekan, dan frustrasi yang dialami penggemar atau orang lain pada masa muda mereka.

Pada *campaign* ini, BTS sangat berfokus pada tema-tema seperti masalah kesehatan mental, bunuh diri, sistem idola K-pop, dan pemberdayaan wanita. Pada September 2017, album kelima mereka dirilis dengan tema, *Love Yourself: Her*, menampilkan tema cinta, kehilangan, persahabatan, dan kematian. Seperti Episode dan album sebelumnya, BTS terus mempromosikan pesan sosial pada lagu-lagu baru mereka. UNICEF dan BTS juga menyampaikan informasi mengenai *campaign* tersebut dengan menggunakan sebuah media sosial yaitu, Youtube dengan merilis sebuah video *campaign* yang berjudul „*Loves*

MySelf #ENDviolence” pada tanggal 30 Juli 2019, dimana tanggal tersebut bertepatan juga dengan hari “Persahabatan Sedunia”.

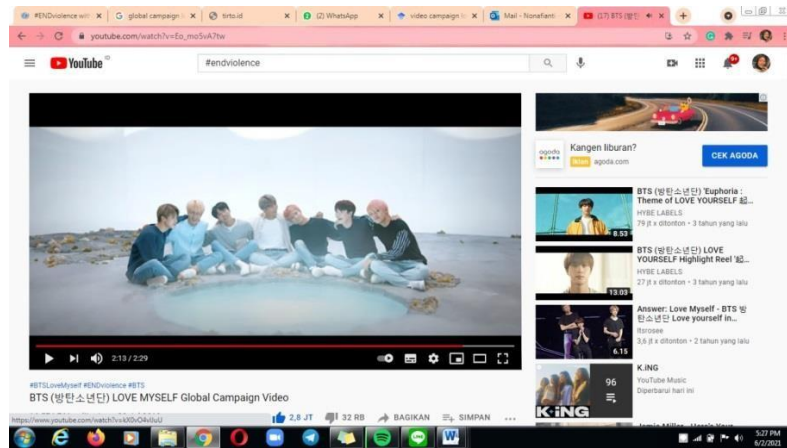
Atas kontribusi BTS dalam *campaign ini*, UNICEF memberikan penghargaan spesial. BTS menerima *Inspire Awards* untuk kategori *Integrated Campaigns and Event*. *Inspire Awards* merupakan penghargaan yang diberikan kepada kampanye-kampanye di bawah nama UNICEF yang dianggap paling berpengaruh di seluruh dunia selama setahun terakhir. Tahun ini ada 10 kampanye dari 50 negara yang dinilai berhak masuk dalam 18 kategori di penghargaan tersebut. Pemenang ditentukan melalui pemungutan suara yang dilakukan secara daring oleh pegawai UNICEF seluruh dunia dan evaluasi dari sejumlah juri. (Anindita, 2020)

Lee Ki Chol, sebagai sekretaris jenderal UNICEF Korea, menyebut kampanye Love Myself BTS berhasil membawa pengaruh positif ke seluruh dunia. "Pesan BTS untuk mencintai dirimu sendiri agar bisa mencintai orang lain menciptakan transformasi positif di seluruh dunia. Saya percaya penghargaan ini merupakan hasil dari pengaruh positif BTS karena memberikan keberanian dan kenyamanan kepada anak-anak dan remaja di seluruh dunia," ungkap Lee. "Sebagai sesama orang Korea, saya sangat bangga mereka menerima penghargaan ini. Saya ingin menggunakan kesempatan ini untuk berterima kasih kepada BTS dan Big Hit Entertainment yang terus mendukung kampanye #ENDViolence UNICEF," pungkasnya (Anindita, 2020). Hal ini menjadi acuan *preferred reading* untuk peneliti, dimana *campaign* tersebut dinyatakan berhasil oleh Lee Ki Chol, yang merupakan seorang sekretaris jenderal UNICEF Korea, hingga BTS sendiri menerima *Inspire Awards* untuk kategori *Integrated Campaigns and Event*, yang merupakan salah satu penghargaan yang diberikan kepada kampanye-kampanye di bawah nama UNICEF yang dianggap paling berpengaruh di seluruh dunia selama setahun terakhir.



Gambar 1.1 Data Kasus *Bullying* 2018 Oleh Kata Data

Dari gambar diatas, tertera bahwa Indonesia masuk kedalam urutan ke lima yang memiliki kasus bullying terbanyak menurut datadoks (kata data). Hal ini lah yang menyebabkan juga banyak para anak-anak, remaja, dan masyarakat Indonesia yang memiliki kekurangan kepercayaan terhadap dirinya sendiri karena mengalami trauma. Data diatas juga merupakan hasil dari riset *Programe for International Students Assessment (PISA)* pada tahun 2018, yang mana menunjukkan bahwa banyaknya murid asal Indonesia yang mengaku bahwa mereka pernah mengalami *bullying* (perundungan) yaitu sebanyak 41,1 % dan Indonesia berada dalam posisi kelima tertinggi dari daftar 78 negara, sebagai negara yang paling banyak mengalami kasus *bullying*. Selain mengalami kasus *bullying*, murid di Indonesia juga mengaku sebanyak 15% mengalami intimidasi, 19% dikucilkan, 22% dihina hingga barangnya dicuri. Selanjutnya sebanyak 14% murid di Indonesia mengaku diancam, 18% didorong oleh temannya, dan 20% terdapat murid yang kabar buruknya disebar.



Gambar 1.2 Potongan Video Global Campaign #ENDViolence

Dalam penelitian terdahulu baik skripsi ataupun jurnal, penelitian pertama berjudul PESAN MORAL DALAM LIRIK LAGU BEYOND THE SCENE (BTS) (Studi Analisis Semiotika Roland R. Barthes dalam Album Love Yourself: Tear) yang dilakukan oleh Dinda Resti pada tahun 2019. Dengan hasil yang didapatkan adalah penelitian ini ditemukan bahwa didalam lirik lagu BTS di album Love Yourself: Tear terdapat penanda dan petanda tentang pesan moral. Lirik-lirik tersebut mengandung sebuah makna yang mencerminkan berbagai pesan moral dalam satu album. Terdapat 3 aspek pesan moral dalam lirik lagu BTS di album Love Yourself: Tear. Diantaranya merupakan pesan moral sosial yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, pesan moral dari segi kebiasaan datang dari diri sendiri dan pesan moral dari aspek keagamaan.

Kemudian penelitian kedua berjudul KOMUNIKASI PARTISIPATIF FANDOM ARMY BANDUNG DALAM KAMPANYE BTS LOVE MYSELF yang dilakukan oleh Aulia Maharani pada tahun 2020. Dengan hasil menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif yang dilakukan ARMY Bandung dalam menyebarkan kampanye Love Myself dilakukan dalam bentuk donasi, komunitas konsultasi, dan sharing seperti ARMY Help Center, Love Myself Movement, dan menyebarkan pesan positif dengan tagar BTSLoveMyself. ARMY Bandung juga memaknai kampanye ini sebagai sebuah tindakan sosial yang positif karena dapat membantu mereka untuk memahami dan mencintai diri mereka sendiri serta mendorong mereka agar dapat membentuk lingkungan yang aman dan damai tanpa ada kekerasan di kalangan anak muda.

Penelitian ketiga yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi berjudul

EFEKTIVITAS KAMPANYE LOVE MYSELF DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI KOMUNITAS ARMY DI MEDAN yang dilakukan oleh Ambar Wulan Tristianingrum pada tahun 2019. Dengan hasil Korelasi Product Moment antara variabel bebas (X) Efektivitas kampanye Love Myself terhadap variabel (Y) meningkatkan kepercayaan diri, diperoleh nilai r_{XY} sebesar 0,292. Lalu membandingkan nilai r_{XY} hitung sebesar 0,292 dan r tabel sebesar 0,200. Maka menunjukkan hasil bahwa $r_{XY} 0,292 > r$ tabel 0,200. H_a diterima H_o ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kampanye Love Myself efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri komunitas A.R.M.Y di Medan. Efektivitas kampanye Love Myself dalam meningkatkan kepercayaan diri komunitas A.R.M.Y di Medan diperoleh hasil nilai r_{XY} sebesar 0,292 dan jika dilihat dari tabel interval koefisien korelasi memiliki tingkat hubungan yang rendah.

Dari fenomena yang telah dijelaskan sedikit diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap bagaimana tanggapan masyarakat, khususnya remaja terhadap kasus *bullying* dan bagaimana menurut pandangan mereka mengenai video *campaign* yang dibuat oleh UNICEF dan BTS yaitu, *Love MySelf #ENDviolence* BTS terhadap rasa kepercayaan diri dari remaja tersebut dan apakah video *campaign* tersebut berhasil. Di dalam penelitian ini juga peneliti akan menggunakan beberapa konsep utama yaitu, *new media* yang merupakan hal paling berpengaruh pada saat ini dalam mencari dan mendapatkan informasi terbaru. Kemudian ada sosial media, yang dimana video global *campaign* ini disebarluaskan melalui sosial media yaitu Youtube.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti diatas, maka timbul rumusan masalah yaitu, peneliti ingin mencari tahu bagaimana pemaknaan pesan video global *campaign Love MySelf #ENDViolence* pada remaja korban *bullying*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan identifikasi masalah diatas, maka

tujuan dari penelitian yang ingin diteliti oleh peneliti yaitu, untuk menemukan pemaknaan pesan video global *campaign Love MySelf #ENDViolence* pada remaja korban *bullying*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dapat menjadi acuan untuk para peneliti lainnya yang ingin meneliti analisis resepsi dengan menggunakan subjek penelitian yaitu sebuah video *campaign*.

Dapat menjadi acuan terkait dengan pemaknaan untuk lebih mencintai diri sendiri dan kasus *bullying* dikalangan remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat menjadi informasi secara umum bagi para masyarakat terutama remaja tentang bagaimana pemaknaan mencintai diri sendiri dan menanggapi kasus *bullying*.

Dapat menjadi suatu pesan persuasi, dimana kasus *bullying* cukup banyak diangkat pada kalangan sosial yang memiliki arti bahwa kasus *bullying* merupakan sebuah kasus yang cukup serius.



