

SEMIOTIKA “KAMPANYE LOVE MYSELF”

GRUP PENYANYI KOREA BTS

(Studi Kasus: Video Comeback Trailer ‘Epiphany’)

Siti Khodijah Lestari, Acep Iwan Saidi

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung (ITB)

sklbdq@gmail.com

ABSTRAK

Video *comeback trailer* Epiphany merupakan salah satu video musik pembuka dalam album Love Yourself: Answer yang dinyanyikan dan diperankan oleh Jin, anggota tertua BTS. Video ini merupakan representasi dari pesan kampanye Love Myself tentang mencintai diri sendiri yang dipromosikan oleh BTS bersama Unicef Korea pada tahun 2018. Dalam penelitian ini analisis difokuskan pada adegan bercermin pada video musik Epiphany yang ditampilkan secara berulang sebanyak tiga kali dibandingkan dengan adegan lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan analisis teks menggunakan semiotika Roland Barthes dengan dilihat melalui segi denotasi, konotasi dan mitos. Selain itu pengumpulan data dilakukan dengan observasi *non-participant*, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kampanye Love Myself dalam video musik Epiphany merupakan cerminan yang terjadi dimasyarakat. Ketika usaha seseorang untuk tampil baik namun jika dilakukan semata-mata demi orang lain akan membuat diri sendiri sengsara. Sebelum seseorang mengusahakan sesuatu untuk orang lain lebih baik belajar mencintai diri sendiri dahulu.

Kata kunci: BTS, video musik, semiotika

PENDAHULUAN

Saat ini kampanye sebagai salah satu cara dalam mempengaruhi orang terhadap suatu tujuan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dalam pelaksanaannya kampanye dapat dilakukan secara langsung menggunakan alat peraga atau pun dapat dilakukan secara tidak langsung seperti melalui media cetak dan media elektronik. Contohnya, pada tahun 2018 BTS melakukan sebuah kampanye sosial berjudul Love Myself. Sebelumnya, BTS menjalin kemitraan dengan UNICEF Korea yang berafiliasi dengan PBB pada 1 November 2017, dalam upaya untuk mensponsori

kampanye yang disebut #ENDviolence yang bertujuan untuk memastikan anak-anak dan remaja di dunia hidup aman dan sehat tanpa takut akan kekerasan. Kampanye ini dilanjutkan dengan kampanye Love Myself, mengejar cinta dan tempat yang lebih baik untuk hidup bagi semua. BTS akan terus mempromosikan kampanye ini, bersama dengan #ENDviolence, dan berupaya mengumpulkan dana BTS ‘Love Myself’ (love-myself.org).

Salah satu yang melatarbelakangi adanya kampanye tersebut yaitu fakta bahwa Korea Selatan termasuk ke dalam negara

dengan tingkat bunuh diri tertinggi. Menurut data WHO yang diperbaharui pada 17 Agustus 2018 Korea Selatan termasuk kedalam negara dengan tingkat bunuh diri yang tinggi, yaitu pada tingkat ≥ 15 per 100,000 populasi. Selain itu, menurut Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD), sejak 2007 Korea Selatan berada di posisi kedua tertinggi pada kasus bunuh diri diantara negara anggota lainnya. Bahkan pada 2010 dan 2011, menempati posisi pertama tertinggi (voaindonesia.com).

Fakta tersebut cukup mencengangkan, bahwasanya dibalik majunya negara Korea Selatan terdapat permasalahan sosial yang sangat serius. Menurut Manof, aspek terpenting dalam kampanye komunikasi yaitu adanya kejelasan pesan dan strategi pesan. Kampanye memiliki tujuan untuk memberikan jalan keluar terhadap persoalan publik sekaligus menjelaskan langkah dan cara pemecahan masalah public yang sedang terjadi (Suprpto, 2009: 130). Sehingga alasan dibuatnya kampanye Love Myself sesuai dengan pendapat Manof, kampanye ini dibuat karena masih banyaknya orang-orang yang belum mencintai diri sendiri. Salah satu permasalahan sosialnya yaitu tingkat bunuh diri tinggi di Korea Selatan

Kolaborasi Unicef dengan BTS dirasa tepat karena fans BTS terdiri dari anak-anak muda yang merupakan target utama kampanye ini. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye juga

dilakukan di social media, khususnya twitter. Dikutip dari website resmi Love Myself, pada 30 Desember 2019 #BTSLoveMyself mencapai 11.811.497 cuitan (love-myself.org). Hal ini merupakan angka yang besar sebagai dukungan terhadap kampanye Love Myself. Hal ini kembali dibuktikan dengan BTS menerima penghargaan Inspire Award kategori Integrated Campaign and Event dari UNICEF atas kontribusi mereka mempopulerkan kampanye Love Myself melalui musik (E.cha, 2020).

BTS merupakan grup penyanyi asal Korea Selatan yang beranggotakan 7 orang pria, yaitu RM, V, Suga, J-hope, Jungkook, Jin, Jimin. BTS memiliki banyak prestasi diantaranya telah terpilih sebagai salah satu 'Next Generation Leaders' oleh Time Magazine. Gelar tersebut mereka terima setelah bergabung dalam kampanye yang dilakukan bersama Unicef Korea. Pada 24 September 2018, BTS diundang PBB untuk menghadiri pertemuan yang berfokus pada isu-isu pemuda di PBB di New York. Mereka menyampaikan pidato tentang kampanye mereka 'Love Myself' yang bertujuan untuk mengakhiri kekerasan terhadap anak-anak dan remaja (vogue.com).

Menurut artikel Newsen, bahwa dukungan terhadap kampanye ini mengumpulkan lebih dari 1,6 miliar KRW, atau lebih dari 1,4 juta USD. Sebenarnya kampanye Love Myself dan Speak Yourself terikat ke dalam trilogi album BTS Love

Yourself, yang menampilkan Love Yourself: Tear and Love Yourself: Answer sebagai 200 album teratas di Billboard pada tahun 2018 (billboard.com). Diluncurkan pada Maret 2016, seri BTS Love Yourself menciptakan narasi dengan menghubungkan lagu-lagu kunci di setiap album ke dalam satu tema 'mencintai diri sendiri adalah cinta sejati'. Love Yourself: Answer adalah bagian terakhir dari teka-teki album Love Yourself (bts.ibighit.com).

Adanya kampanye Love Myself ini berdampak sangat besar dalam menghadapi permasalahan sosial tingkat bunuh diri yang tinggi di Korea Selatan. Dapat dikatakan BTS merupakan grup yang sangat berpengaruh dan memiliki dampak besar untuk menjadi panutan bagi fansnya maupun anak muda di dunia. Sehingga pesan dari kampanye Love Myself lebih mendapat perhatian dan tersampaikan kepada para anak muda yang khususnya menjadi target kampanye. Oleh karena itu, melihat betapa pentingnya permasalahan sosial ini membuat peneliti tertarik untuk mengkaji kampanye Love Myself melalui semiotika yang terdapat dalam video musik Epiphany.

METODE

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dari video musik Epiphany sebagai objek penelitian untuk menemukan pola hubungan setiap tanda-tanda yang ada. Sehingga akan memperoleh pemahaman pemaknaan tersirat mengenai

kampanye Love Myself pada video tersebut. Metode pengumpulan data dilakukan diantaranya, melakukan observasi *non-participant* dengan mengamati tanda dan simbol pada video musik Epiphany. Kemudian, melakukan studi pustaka mengenai budaya Korea Selatan yang ditampilkan dalam video dan dokumentasi dengan melakukan *screenshot* beberapa adegan yang paling merepresentasikan pesan Love Myself.

Selain itu, metode untuk mengulas yang akan dilakukan yaitu analisis teks visual dengan musik video Epiphany sebagai teks. Menurut Piliang, teks memiliki pengertian luas yaitu sebagai produk dari tindak penggunaan bahasa. Teks terdapat beberapa jenis berdasarkan objeknya, diantaranya teks visual dan teks verbal. Teks verbal dibedakan lagi ke dalam teks oral dan teks tertulis. Sedangkan teks visual merupakan teks yang di dalamnya melibatkan unsur visual seperti, gambar, ilustrasi, foto, citra rekaan komputer dsb (Piliang, 2004: 190). Penulis akan menganalisis unit-unit tanda yang berelasi, sehingga akan membangun gugusan tanda secara keseluruhan teks visualnya. Lalu, diaplikasikan ke dalam teori Roland Barthes untuk diungkapkan makna diantaranya tanda visual, lambang, simbol bahkan kode-kode yang ada di dalam video musik. Penulis memilih menggunakan Semiotika Roland Barthes karena bermaksud untuk membongkar mitos yang terkandung dalam video musik Epiphany. Menurut Cobley &

Jansz, Barthes menciptakan peta bagaimana tanda bekerja:

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Conotative Sign (Tanda Konotatif)	




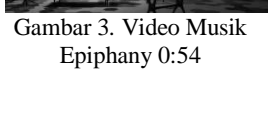
Tanda denotative (3) terdiri atas penanda (2). Namun, saat bersamaan tanda denotative juga penanda konotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes, konotatif memiliki makan tambahan dan mengandung kedua bagian denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur,2003: 69).










Selain itu, penulis juga menggunakan analisis sinematik yang merupakan aspek teknis dalam produksi sebuah film. Dalam unsur sinematik terdiri dari empat aspek yaitu, *mise-en-scene*, sinematografi, *editing*, dan suara. *Mise-en-scene* adalah segala sesuatu yang berada di depan kamera. Pada aspek *mise-en-scene* terdiri dari elemen *setting*, kostum-tata rias, pencahayaan dan pemain (Pratista, 2017:77-79). Maka, penelitian ini akan fokus menganalisa dari unsur sinematik khususnya aspek *mise-en-scene* pada video musik Epiphany.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Poin pembahasan akan dibagi menjadi pesan dan makna pada video musik Epiphany; dan relasi pesan dan makna Love Myself dalam konteks budaya Korea Selatan. Video musik Epiphany berdurasi 4 menit 22

detik ini menampilkan video yang diperankan oleh Jin. Berikut penjelasan & tampilan scene-scene yang menggambarkan video secara keseluruhan.

	<p>Dalam sebuah ruangan terdapat sosok Jin yang sedang duduk di sofa dengan posisi menyilangkan kaki dan Jin lainnya yang sedang bercermin di depan meja wastafel sambil menyondongkan badannya dengan tujuan melihat lebih dekat pada cermin.</p>
	<p>Jin masih dalam posisi duduk dengan kaki menyilang sedangkan Jin yang sebelumnya bercermin sudah meninggalkan ruangan. Di adegan ini Jin menoleh ke arah kanannya dengan maksud memandang tiga tangkai bunga <i>Calla Lily</i> di dalam vas kaca yang ada di atas meja.</p>
	<p>Jin merubah posisi duduknya dengan menyondongkan badannya ke depan setelah mengambil buku yang tergeletak di bangku dan kemudian membacanya.</p>
	<p>Jin yang sebelumnya duduk kini beranjak berdiri dan meninggalkan buku yang ia baca. Lalu, muncul Jin</p>

	<p>lainnya sedang duduk dilantai dekat jendela dengan posisi tangan memegang kaki yang tertekuk disertai kepala menghadap kebawah yang tersorot cahaya dari luar jendela.</p>	 <p>Gambar 9. Video Musik Epiphany 2:06</p>	<p>Jin berdiri diam di sebuah jalan dengan mengangkat tangan kanannya membentuk mangkuk disertai posisi kepala yang menengadah ke atas.</p>
 <p>Gambar 5. Video Musik Epiphany 1:29</p>	<p>Jin terlihat mengenakan gaya <i>smart-casual</i> (jas yang ia ambil dari lemari) sedang menatap wajahnya di depan cermin dengan mendekati wajahnya pada cermin dengan tampilan lebih berwarna dari adegan sebelumnya. Hal yang dilakukan Jin merupakan pengulangan, seperti yang telah dilakukannya oleh Jin lainnya pada gambar 1.</p>	 <p>Gambar 10. Video Musik Epiphany 2:28</p>	<p>Jin kembali masuk ke dalam ruangan dengan tangan kanan memegang jas dan tangan kirinya memegang gagang pintu untuk membuka pintu.</p>
 <p>Gambar 6. Video Musik Epiphany 1:48</p>	<p>Jin berjalan dibawah derasnya hujan pada sebuah jalanan yang gelap dan hanya diterangi cahaya putih diasumsikan sebagai cahaya dari lampu jalan.</p>	 <p>Gambar 11. Video Musik Epiphany 2:35</p>	<p>muncul Jin lain yang mengulangi duduk di sofa dengan kaki menyilang dan pandangan ke arah kanannya. Lalu Jin yang baru saja masuk ke ruangan menghentikan langkahnya sejenak dengan memegang jas dan menatap ke arah jendela (terlihat di adegan no.13). Kemudian Jin melanjutkan langkahnya menuju ke arah jendela.</p>
 <p>Gambar 7. Video Musik Epiphany 1:56</p>	<p>Jin dalam kondisi basah kuyup karena berdiri di bawah hujan deras. Pandangannya menatap ke bawah disertai tangan kanan menyeka dagu dengan gerakan mengulang ke atas dan ke bawah.</p>	 <p>Gambar 12. Video Musik Epiphany 2:47</p>	<p>Jin berdiri di dekat sofa disertai tatapan ke arah jendela dimana posisi itu tempat Jin yang baru masuk sebelumnya menghilang.</p>
 <p>Gambar 8. Video Musik Epiphany 1:59</p>	<p>Jin menatap ke arah kamera dengan pandangan sayu yang memunculkan bagian putih dibawah iris matanya.</p>	 <p>Gambar 13. Video Musik Epiphany 2:56</p>	<p>Jin berdiri di depan jendela terbuka dengan posisi dengan sedikit mendongakkan kepalanya untuk menatap ke arah cahaya berwarna kuning di luar ruangan.</p>

 <p>Gambar 14. Video Musik Epiphany 3:06</p>	<p>Jin menutup tirai tanpa menutup jendela yang masih dalam kondisi terbuka.</p>
 <p>Gambar 15. Video Musik Epiphany 3:34</p>	<p>Jin mengulang kembali mengenakan jas yang ia ambil dari lemari, kemudian menatap dirinya lagi di depan cermin sebelum meninggalkan ruangan. Adegan Jin bercermin ini merupakan pengulangan adegan yang ketiga kalinya seperti gambar 1 dan 5.</p>
 <p>Gambar 16. Video Musik Epiphany 3:45</p>	<p>Jin membungkukkan badannya lalu mengambil buku merah di atas meja yang sebelumnya telah ia baca.</p>
 <p>Gambar 17. Video Musik Epiphany 3:54</p>	<p>Jin kembali membuka pintu untuk keluar dari ruangan dan langsung disorot cahaya dari luar ruangan.</p>
 <p>Gambar 18. Video Musik Epiphany 4:17</p>	<p>Jin sedang berdiri di pantai dengan tangan yang bertumpu pada badan mobil <i>pick-up doble cab</i>, memandang matahari terbenam.</p>
 <p>Gambar 19. Video Musik Epiphany 4:21</p>	<p>Munculnya seluruh anggota BTS dengan posisi santai memandang matahari tenggelam di pinggir pantai. Sebagian anggota ada yang berdiri di samping mobil dan sebagian lainnya duduk diatas bak mobil.</p>

Dari 19 gambar yang telah ditampilkan, adegan yang dipilih untuk dianalisa yaitu gambar 1, 5 dan 14. Alasan pemilihan ketiga gambar ini karena adanya adegan bercermin yang ditampilkan secara berulang sebanyak tiga kali, pada *timecode* 0:12, 1:29 dan 3:34. Hal ini dapat diartikan adegan tersebut merupakan bagian penting dengan makna tertentu sehingga harus ditampilkan secara berulang.

Adegan 1, 0:12.



Gambar 16. Adegan bercermin pertama

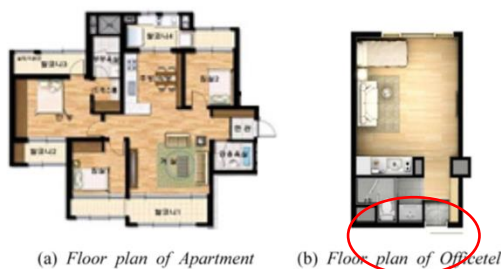
Denotasi

Dalam sebuah ruangan terdapat dua sosok Jin yang ditampilkan yaitu Jin yang sedang duduk di sofa dengan posisi menyilangkan kaki dan Jin lainnya yang sedang berdiri di depan meja wastafel untuk bercermin serta sedikit menyondongkan badannya dengan tujuan mendekatkan wajahnya pada cermin.

Konotasi

Setting ruangan yang ditampilkan seperti tipe studio yang pada umumnya di Korea dikenal dengan nama *Officetel (Office-Hotel)*. Posisi meja wastafel beserta cermin dan gantungan handuk yang berada dekat

sebuah pintu, diindikasikan pintu tersebut merupakan pintu kamar mandi. Biasanya letak wastafel tidak berjauhan dengan kamar mandi, bisa didalam/ diluar. Selain itu, pintu utama berada di dekat kamar mandi dan wastafel, yang sangat umum menjelaskan ini merupakan hunian bertingkat *Officetel (studio apartment/studio flat)* di Korea. Seperti yang terlihat pada gambar *floor plan* sebuah *Officetel* dibawah ini, posisi pintu utama yang berada di paling kanan, kemudian diikuti disebelah kiri dengan adanya wastafel dan kamar mandi.



Gambar 17. *Floor plan of apartment & officetel*

(sumber:

<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201314358629836.pdf>)

Officetel sebagai *setting* memiliki makna lain berupa keterangan jumlah penghuni yang biasanya tinggal seorang diri dengan berpenghasilan menengah ke bawah dan berada di kota besar. Kemudian, gestur duduk menyender dengan kaki menyilang memiliki beberapa arti diantaranya menurut Morris (1994), posisi tersebut menunjukkan kondisi seseorang yang nyaman (h.153). Kemudian menurut Kulkarni (2013) posisi

seperti itu dengan punggung yang ditopang bagian belakang kursi adalah posisi yang harus duduk di kursi yang tidak nyaman dalam waktu lama dan juga bisa diartikan gelisah, menarik diri, defensif atau hanya merasa kedinginan (h.217-218). Maka, makna duduk menyilangkan kaki pada adegan no.1 dapat diartikan bahwa Jin memiliki kepercayaan diri karena ialah pemilik ruangan tersebut atau ia sedang memiliki posisi atau jabatan yang tinggi.

Lalu, gestur Jin bercermin dengan menyondongkan badan diartikan sebagai ketertarikan, Jin penasaran sehingga lebih mencari tahu dengan menyondongkan badannya. Gestur menyondongkan badan ke depan menurut Morris (1994), bisa berarti ia memiliki perhatian jika posisi ini dilakukan di hadapan seseorang. Ini adalah postur tubuh yang biasanya tidak disadari dilakukan oleh mereka yang menunjukkan perhatian penuh semangat (h.11).

Penjelasan

Jika melihat penggunaan *setting Officetell* yang merupakan hunian yang terjangkau dapat diartikan sebagai gambaran orang Korea yang menjadi target kampanye. Penggemar dari BTS dominan berada di usia 20an sampai 30an dan sesuai dengan usia tersebut yang sudah banyak tinggal sendiri. *Officetell* juga menunjukkan geografis yang

menjadi target kampanye diwakilkan oleh orang-orang yang berada di kota besar.

Kemudian gestur duduk Jin yang menyilangkan kaki dengan nyaman diartikan percaya diri bisa dikarenakan ialah pemilik dari ruangan tersebut. Disisi lain Jin yang bercermin dengan menyondongkan badannya, diartikan ia sedang introspeksi mengenai tindakan/ keputusan yang ia ambil sudah tepat atau belum. Ditambah gerakan menyondongkan badan menunjukkan ia menaruh fokus terhadap apa yang ia lihat.

Dari apa yang dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa adegan ini merupakan bagian pengenalan karakter dari cerita yang ingin ditampilkan dalam video musik Epiphany. Pada detik ke 00:12 video dimulai tanpa ada musik dan nyanyian sama sekali. Hanya terdengar suara Jin yang beraktifitas di ruangan tersebut sedang bercermin dan langkah kaki keluar ruangan.

Adegan 2, 1:29.



Gambar 18. Adegan bercermin kedua (sumber: <https://youtu.be/flkZOLsnoqY>)

Denotasi

Jin dengan penampilan mengenakan gaya *smart-casual* (jas yang ia ambil dari lemari)

menatap wajahnya di depan cermin dengan mendekatkan wajahnya pada cermin dengan tampilan lebih berwarna dari adegan sebelumnya. Hal yang dilakukan Jin merupakan pengulangan, seperti yang telah dilakukannya oleh Jin lainnya pada adegan no.1.

Konotasi

Kostum yang digunakan merupakan gaya *smart-casual*. (Miller, Jamie) *Smart-casual* didefinisikan sebagai 'rapi, konvensional, namun relatif informal' dalam gaya, terutama yang dipakai untuk menyesuaikan dengan kode pakaian tertentu menurut Kamus Oxford. Dalam situasi saat ini *smart casual* tidak ada artinya, jadi bisa berarti apa saja. Menurut halaman Mr Porter: The Journal gaya *smart-casual* terdiri dari hampir semua hal yang memberi kesan pintar dari sekedar pakaian olahraga, tetapi tidak seformal jas. Idealnya adalah blazer, kemeja putih, celana jins rapi, dan sepatu coklat. (fashionbeans.com). Pakaian modern untuk pria Korea dengan mengenakan celana panjang dan jaket dengan motif/warna yang senada adalah salah satu gaya teratas tahun ini. Gaya kasual Korea merupakan kombinasi terbaik antara kenyamanan dan gaya. Gaya ini cocok jika dipadukan dengan *boat shoes*, *loafers* dan *sneakers* (thefashionwolf.com). Dalam video musik Epiphany gaya *smart-casual* yang dikenakan Jin diartikan sebagai

gambaran pria Korea merupakan pria metroseksual.

Kemudian, gestur Jin yang duduk dengan menyondongkan badan ke depan menurut Morris (1994), bisa berarti ia memiliki perhatian jika posisi ini dilakukan di hadapan seseorang. Ini adalah postur tubuh yang biasanya tidak disadari dilakukan oleh mereka yang menunjukkan perhatian penuh semangat (h.11). Lalu, gestur berdiri dengan disertai kaki menyilang menurut Kulkarni (2013), seseorang bersandar dengan satu kaki dibelakang dan kaki lainnya sedikit ke depan diartikan ia menunjuknya terhadap orang yang ia temukan paling menarik (h.218). Maka dalam video musik ini Jin yang bercermin dengan menyondongkan badannya diartikan ia memiliki ketertarikan, penasaran sehingga mencari lebih tahu pada yang sedang ia lihat yaitu dirinya sendiri.

Selain itu, gestur bercermin pada adegan ini merupakan pengulangan seperti pada adegan no.1. Pengulangan dapat diasumsikan sebagai sebuah kebiasaan, tidak berubah dan terus-menerus dilakukan. Maka pengulangan adegan bercermin pada video musik Epiphany dapat diartikan sebagai Jin yang terus-menerus intropeksi terhadap dirinya. Walaupun bercermin ini merupakan pengulangan, namun pada adegan ini terlihat lebih jelas pakaian yang ia gunakan yaitu pakaian dengan gaya *smart-casual*. Gaya ini dapat diartikan sebagai gambaran pria Korea

merupakan pria metroseksual, yaitu hidup dipertanian yang modern yang peduli terhadap citra dirinya dengan memperhatikan penampilannya. Melihat kembali pada adegan ini, hal tersebut sesuai dengan adegan Jin yang selalu bercermin dengan perilaku Jin yang memperhatikan tampilannya sebelum pergi keluar ruangan. Hal tersebut menunjukkan ia seseorang yang mempersiapkan untuk terlihat baik.

Terakhir, *color grading* hijau pada adegan ini disebabkan oleh nuansa ruangan dengan properti dominan berwarna biru kemudian disinari lampu warna kuning dari cermin. Tampilan yang lebih berwarna dapat diartikan sebagai keterangan waktu saat ini atau lebih terkini dibandingkan dengan adegan sebelumnya yang berwarna hitam-putih (BW).

Penjelasan

Dari apa yang dibahas pada analisis diatas ditemukan bahwa lirik lagu pada adegan ini merupakan bagian *chorus* yang diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu, "*Tidak begitu sempurna tetapi begitu indah. Dirikulah yang harus kucintai.*". Lirik "*tidak begitu sempurna tetapi begitu indah*" yang digambarkan dalam adegan bercermin diartikan bahwa ia tidak terlihat sempurna karena penampilannya dianggap tidak memenuhi harapan orang lain. Lalu, lirik "*dirikulah yang harus kucintai*" diartikan

sebagai langkah untuk mengatasi permasalahan yang dimaksud sebelumnya. Lirik tersebut sebagai bentuk kesadaran Jin tentang dirinya yang apa adanya tetap indah dan mencoba meyakinkan dirinya yang harus diutamakan. Dalam videonya, lirik ini divisualisasikan dengan Jin yang bercermin seperti adegan no.1. Visualisasi ini menunjukkan Jin yang merefleksikan diri agar Jin mencintai dirinya walaupun ia tidak terlihat sempurna. Dapat diasumsikan selama ini Jin selalu memperhatikan bagaimana reaksi orang lain terhadap penampilannya.

Adegan 3, 3:34.



Gambar 19. Adegan bercermin ketiga (sumber: <https://youtu.be/fIkZOLsnoqY>)

Denotasi

Pada adegan ini ditampilkan Jin mengulang kembali mengenakan jas yang ia ambil di lemari menatap dirinya lagi di depan cermin sebelum meninggalkan ruangan. Karakter Jin bercermin untuk yang ketiga kalinya ini merupakan pengulang adegan nomor 1 dan 2.

Konotasi

Jin yang bercermin namun tidak menyondongkan badannya seperti adegan 1 dan 2 menunjukkan ia melakukan hal yang sama dengan cara yang berbeda karena sudah memahami apa yang harus dilakukannya. Mengenakan jas pada adegan ini memiliki arti yang berbeda dengan sebelumnya. Kali ini mengenakan jas diartikan sesuatu yang dia lakukan atau ada pada kehidupannya dan saat bercermin ia merasa hal itu terlihat baik karena ia telah mengutamakan dirinya.

Penjelasan

Jin bercermin pada adegan ini diartikan intropeksi diri namun dirinya sudah menyadari bahwa dirinyalah yang utama dan harus ia cintai. Jin tidak merubah sesuatu yang ada dalam hidupnya melainkan ia merubah pola pikirnya untuk mencintai dirinya. Dari apa yang dibahas pada analisis diatas ditemukan bahwa pada adegan ini hanya terdengar musik instrumen tanpa nyanyian dari Jin dan suara aktivitas saat bercermin. Kemudian, musik perlahan-lahan menghilang yang dimaksudkan sebagai tanda penyelesaian dari masa bimbang dan gelisah yang sebelumnya dihadapi.

Relasi Bercermin dalam Fenomena Obsesi Bercermin di Korea Selatan

Selebriti Korea dan 'gelombang Hallyu', yang merujuk pada aktor, penyanyi, Idol

menjadi salah satu penyebab orang-orang mulai memperhatikan penampilannya, khususnya di Korea. Ketika memperhatikan penampilannya mereka pasti akan terus memastikan apakah penampilannya sudah sesuai yang diinginkan atau belum agar dapat diterima di masyarakat. Maka, oleh sebab itu muncullah fenomena bercermin. Sebenarnya hal ini dikonotasikan negatif karena yang dimaksud bercermin pada tahap ini sudah sampai berlebihan atau dapat dikatakan sebuah obsesi. Kembali kepada video musik Epiphany, disini juga menampilkan tiga kali pengulangan adegan Jin yang selalu bercermin sebelum keluar dari ruangan. Ini merupakan bentuk gambaran fenomena bercermin di Korea Selatan.

Fenomena obesesi cermin sendiri didefinisikan pada kondisi bagaimana seseorang selalu memperhatikan penampilan mereka dengan memiliki cermin saku yang selalu mereka bawa kemana-mana. Hal mengejutkannya mereka terus-terusan melihat diri mereka pada cermin dan dalam waktu berdekatan. Pada umumnya hal ini terjadi pada wanita, namun kenyataannya pria pun melakukan hal yang sama. Dalam contoh kasus Park Min-woo (24) mahasiswa Universitas Yonsei, mengatakan bahwa cermin benda yang selalu ia bawa seperti *handphone*. Alasannya ia selalu membawa cermin karena ia takut terlihat jelek karena Korea selalu mementingkan penampilan. Ia berpendapat banyaknya pria Korea

memperhatikan penampilan dipicu oleh populernya drama Korea yang memunculkan gagasan bahwa pria Korea adalah pria yang tampan (koreaheald.com, 2012).

Mengenai fenomena tersebut orang Korea yang kembali dari luar negeri setelah 8 tahun menceritakan pengalamannya, ia terkejut menemukan fenomena betapa orang Korea sangat menyukai cermin. Cermin dapat ditemukan mulai dari kereta bawah tanah untuk mengecek pakaian Anda setelah perjalanan di kereta, sampai lorong sekolah ada cermin dengan berbagai jenis dan terletak di mana-mana. Selain itu, di dinding kafe dan restoran ada juga cermin kecil untuk memeriksa. Di eskalator mal, ada cermin panjang dinding yang memenuhi di kedua sisi dinding, serta di belakang lift (joinusworld.org).

Jadi, hal tersebut semakin meyakinkan dan membuktikan bahwa di Korea penampilan menjadi faktor penting untuk merepresentasikan diri karena penampilan menjadi daya nilai seseorang.

SIMPULAN

Setelah dilakukan analisis semiotika “Kampanye Love Myself” pada grup penyanyi Korea BTS (studi kasus: video comeback trailer ‘Epiphany’) dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, maka dapat disimpulkan bahwa adegan bercermin pada *timecode* 0:12, 1:29 dan 3:34 merupakan

bagian penting dan inti dari pesan Love Myself sehingga ditampilkan secara berulang.

Ketiga adegan bercermin yang telah dianalisis sebelumnya dapat dikatakan sebagai gambaran siklus konflik yang terjadi pada diri Jin sebagai karakter utama di video musik Epiphany. Adegan pertama, penggunaan *setting Officetell* sebagai gambaran orang Korea yang menjadi target kampanye, berada di usia 20an sampai 30an, tinggal sendiri dan berada di kota besar. Kemudian Jin yang bercermin dengan menyondongkan badannya, diartikan ia sedang pada tahap intropeksi mengenai tindakan/ keputusan yang ia ambil apakah sudah tepat atau belum. Disimpulkan bahwa adegan ini merupakan bagian pengenalan karakter dari cerita dan sebagai tahap awal permasalahan. Adegan kedua, Jin kembali bercermin dan terlihat pakaiannya bergaya *smart-casual* menjadi gambaran pria Korea yang metroseksual, yaitu hidup diperkotaan modern yang peduli terhadap citra dirinya dengan memperhatikan penampilannya. Jin yang selalu memperhatikan tampilannya sebelum pergi menunjukkan ia seseorang yang mempersiapkan untuk terlihat baik. Dapat diasumsikan Jin melakukan itu karena memperhatikan bagaimana reaksi orang lain terhadap penampilannya, adegan ini sebagai tahap klimaks konflik. Adegan ketiga, Jin sudah menyadari bahwa dirinyalah yang utama dan harus ia cintai. Jin tidak merubah

sesuatu yang ada dalam hidupnya melainkan ia merubah pola pikirnya untuk mencintai dirinya dan saat bercermin ia merasa hal itu terlihat baik karena ia mengutamakan dirinya. Saat ini Jin harus mencintai dirinya sendiri dan tidak lagi terfokus pada orang lain, adegan ini sebagai tahap penerimaan dan penyelesaian masalah yang dihadapinya.

Dari kesimpulan pembahasan pesan pada video musik Epiphany diatas, ditemukan hal yang berelasi dengan konteks budaya Korea Selatan yaitu fenomena obsesi bercermin. Fenomena bercermin ini dikonotasikan negatif karena yang dimaksud bercermin pada tahap ini sudah sampai berlebihan atau dapat dikatakan sebagai obsesi. Kebiasaan bercermin pada masyarakat Korea Selatan dipengaruhi oleh selebriti Korea dan 'gelombang Hallyu', yang merujuk pada aktor, penyanyi dan Idol menjadi salah satu penyebab orang-orang mulai memperhatikan penampilannya. Maka, penampilan menjadi faktor penting untuk merepresentasikan diri karena penampilan menjadi daya nilai seseorang dalam masyarakat Korea Selatan.

Jadi, munculnya fenomena bercermin merupakan pertentangan dengan pesan Kampanye Love Myself untuk mencintai dirinya sendiri. Mitos yang ditampilkan yaitu di Korea penampilan menjadi faktor penting untuk merepresentasikan diri karena penampilan menjadi daya nilai seseorang. Hal ini bukan berarti tidak penting penampilan

seseorang selama ia mencintai dirinya. Namun yang menjadi poin penting pesan mencintai diri sendiri ialah ketika ia memperhatikan penampilannya tidak harus berdasarkan keinginan orang lain namun harus berdasarkan apa nyaman dengan dirinya terlebih dahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Allaire, Christian. 2018. *Watch BTS Address the United Nations With an Emotional Speech About Self-Acceptance..* Diakses melalui <https://www.vogue.com/article/bts-united-nations-speech-love-myself-unicf-campaign> pada 28 April 2019
- Big Hit. 2018. *Love Yourself 結 'Answer'*. Diakses melalui <https://bts.ibighit.com/eng/discography/index.php> pada 28 April 2019.
- Big Hit. 2020. *BTS*. Diakses melalui <https://ibighit.com/bts/eng/profile/> pada 26 February 2020.
- Billboard. 2018. *BTS Make Time Magazine's 'Next Generation Leaders' List: 'We Are Spreading Korean Culture as Its Representatives'*. Diakses melalui <https://www.billboard.com/articles/news/bts/8479427/bts-time-magazine-next-generation-leaders-list> pada 15 November 2019.
- Soompi. 2020. *BTS Receive 2020 Unicef Inspire Award For Their 'Love Myself' Campaign.* Diakses melalui <https://www.soompi.com/article/1408232wpp/bts-receives-2020-unicf-inspire-award-for-their-love-myself-campaign> pada 11 Desember 2020.
- Fashion Wolf Editors. 2020. *Mens Korean Fashion Brands and Lifestyle.* Diakses melalui <https://thefashionwolf.com/mens-korean-fashion-brands/> pada 11 Juli 2020.
- Herman, Tamar. 2018. *BTS Jin Sings in 'Epiphany' Comeback Trailer Ahead Of 'Love Yourself: Answer' Album.* Diakses melalui <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/8469473/bts-epiphany-comeback-trailer-jin-sings-video> pada 5 Maret 2020.
- Himawan & Al Fatta. 2012. *Pembuatan Video Klip "Terbang" oleh "Flourescent Band" Dengan Menggunakan Teknik Stop Motion.* Jurnal Dasi ISSN: 1411-3201 Vol. 13 No. 4 Desember 2012: 17-23.
- Join Us World. 2015. *Mirror Culture of Korea.* Diakses melalui <https://www.joinusworld.org/community/5191-mirror-culture-of-korea/> pada 14 Juli 2020.
- Jung, Seung-woo dkk. 2013. *A Comparative Study on Post-Occupancy-Evaluation (POE) of Apartment and Officetel Based on Habitability Indicators.* Journal of The Korean Housing Association: Vol. 24, No. 2, 53-60.
- Kulkarni, Ajit. 2013. *Body Language and Homeopathy, 2nd Edition.* New Delhi: B. Jain Publishers.
- LOVE MYSELF. 2017. *About Love Myself.* Diakses melalui <https://www.love-myself.org/post-eng/about-love-myself/> pada 28 April 2019.
- LOVE MYSELF. 2019. *Love Myself.* Diakses melalui <https://www.love-myself.org/eng/home/> pada 11 Desember 2020.
- Magmagazine.com. 2018. *BTS 'Epiphany' Comeback Trailer Review.* Diakses melalui <https://www.macgmagazine.com/2018/08/15/bts-epiphany-comeback-trailer-review/> pada 6 Maret 2020.

- Love-myself.org. 2017. *About Love Myself*. Diakses melalui <https://www.love-myself.org/post-eng/about-love-myself/> pada 28 April 2019.
- Mckee, Alan. 2003. *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. London: Sage Publication.
- Miller, Jamie. *The Best Smart Casual Dressing Guide You'll Ever Read*. Fashion Beans. Diakses melalui <https://www.fashionbeans.com/article/mens-smart-casual-dress-guide/> pada 11 Juli 2020.
- Morris, Desmond. 1994. *Bodytalk: The Meaning of Human Gestures*. London: Oxford.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks*. Mediator: Jurnal Komunikasi Vol.5 No.2.: 189-198.
- Pratista, Himawan. *Memahami Film Edisi 2*. 2017. Sleman: Montase Press
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- The Korea Herald. 2012. *Mirrors Reflect Obsession with Appearance*. Diakses melalui <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20120805000060> pada 14 Juli 2020.
- Time.com. 2018. *Everything to Know About K-Pop Group BTS*. Diakses melalui <https://time.com/collection-post/5418827/bts-members/> pada 15 November 2019.
- Voaindoesia.com. 2018. *Korea Selatan Berupaya Atasi Tingginya Tingkat Bunuh Diri*. Diakses melalui <https://www.voaindonesia.com/a/korea-SAselatan-berupaya-atasi-tingginya-tingkat-bunuh-dirii/4659471.html> pada 18 Februari 2020.
- Who.int. 2018. *Global Health Observatory data repository-Suicide rate estiamtes, age-standardized Estimate by country*. Diakses melalui <http://apps.who.int/gho/data/node.main.MHSUICIDEASDR?lang=en> pada 18 Februari 2020.