

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, musik berarti ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi atau suara yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan. Musik yang berupa alunan instrumen kemudian disertai lirik sehingga dapat dinyanyikan akan menjadi sebuah lagu. Adanya lirik lagu berfungsi sebagai penyampaian pesan dari pemusik kepada pendengarnya. Mendengarkan lagu membuat tubuh akan memproduksi hormon bahagia sehingga suasana hati akan lebih cepat merasa nyaman dan tenang. Selain itu, mendengarkan lagu juga dapat meaktifkan segala jenis seni diantaranya adalah musik, melukis, dan sebagainya.

Lagu menjadi salah satu media dan alternatif untuk melakukan *self healing*. Chan, dkk (2013) menyatakan bahwa *self healing* adalah salah satu metode yang cukup mendapatkan perhatian karena dianggap bisa membantu seseorang untuk mengendalikan emosi dan amarah (Bachtiar & Faletahan, 2021). Dikutip dari laman Kompas.com (2020) *Self healing* adalah proses pemulihan yang umumnya terjadi akibat gangguan psikologis, trauma, dan semacamnya karena adanya luka batin masa lalu yang disebabkan oleh diri

sendiri atau orang lain. Bertujuan untuk memahami diri sendiri, menerima ketidaksempurnaan, dan membentuk pikiran positif dari apa yang telah terjadi. *Self healing* dapat dikatakan berhasil apabila telah menerima segala keadaan dan mulai menjadi pribadi yang lebih baik. *Self healing* dapat dilakukan secara mandiri, salah satu contohnya dapat dilakukan dengan mendengarkan musik. Musik yang menenangkan dapat membangkitkan suasana hati dan mengurangi kelelahan baik fisik maupun mental.

Kepopuleran budaya populer asal Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan *Hallyu Wave/Korean Wave* (Gelombang Korea). Kepopuleran ini mulai tampak dimulai pada di China tahun 1997. Dibuktikan oleh Beng Huat Chua dan Koichi Iwabuchi dalam bukunya yang berjudul *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave* (2008). Pada tahun 1997, stasiun televisi China yaitu China Central Television (CCTV) menayangkan drama Korea ‘*What is Love*’ (1991), yang menjadi sangat populer. Karena kepopulerannya, CCTV menayangkan kembali drama Korea pada tahun 1998. Mulai saat itu, drama Korea menjadi lebih populer daripada sebelumnya dan mendapat banyak perhatian masyarakat China, Hong Kong, Taiwan, dan Vietnam. Sejak saat itu, masyarakat di Asia Tenggara mulai menyebutnya sebagai budaya populer asal Korea Selatan (Aprilda & Lim, 2014).

Menurut Storey, budaya pop adalah budaya yang berasal dari “rakyat”. Budaya pop adalah budaya otentik “rakyat”. Budaya pop seperti halnya

budaya daerah merupakan budaya rakyat untuk rakyat. William memaknai budaya populer adalah budaya yang banyak disukai dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang. Yakni konsep menghasilkan produk yang disebut dengan produk budaya populer yang disukai oleh banyak orang (Ardia, 2014).

Ketertarikan masyarakat terhadap drama Korea yang terbilang tinggi ini membuat stasiun televisi berlomba-lomba untuk menyajikan tayangan drama Korea, begitu pula di stasiun televisi swasta Indonesia. Yakni *Winter Sonata*, *Princess Hours*, *Full House*, *Endless Love*, *Coffee Prince*, hingga *Boys Before Flowers*. Alur cerita yang dikemas ringan, dipadukan dengan adegan jenaka, serta tidak panjang seperti sinetron Indonesia menjadi keunggulan drama Korea. Seiring dengan maraknya tayangan drama Korea, musik pop Korea (K-Pop) yang menjadi bagian dari fenomena *Hallyu* ini pun turut berkembang di Indonesia. K-Pop identik dengan lagu yang ditampilkan oleh berkelompok yang disebut *boygroup* maupun *girlgroup*, memiliki karakter lagu *easy listening* dan video klip *eye catchy*. Lagu K-Pop seringkali menjadi *soundtrack* sehingga para penonton juga menyukai lagu-lagu yang diputar dalam drama Korea tersebut.

Kecenderungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan daripada demam Korea (*Korean Wave*) di berbagai negara. Musik pop Korea pramodern pertama kali pada tahun 1930-an akibat masuknya

musik pop Jepang yang juga turut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea (Simbar, 2016).

Menjadi seorang K-Pop *idol* tidaklah mudah, ada proses yang begitu panjang di dalamnya. Dirangkum dari laman IDN Times (2019) yang mengungkap tujuh sisi gelap dibalik gemerlap dan popularitas idola K-Pop, diantaranya yaitu (1) Harus melalui masa *trainee* yang sangat lama dan melelahkan, (2) Dituntut memiliki fisik yang sempurna, operasi plastik dan diet ketat adalah hal yang wajar, (3) Demi meraih popularitas, para *idol* rela kerja tanpa kenal istirahat, (4) Kehidupan pribadinya sangat dibatasi sampai tidak boleh punya pacar, (5) Harus punya sikap dan kepribadian yang sempurna kalau tidak mau dihujat netizen, (6) Diikuti *sasaeng* kemanapun mereka pergi, (7) Dibayangi gangguan mental karena beban kerja dan tuntutan profesi. Oleh karena itu mereka harus siap melalui masa pelatihan untuk debut dan menjalani kehidupan sebagai seorang *idol*. Fenomena *idol group* seperti ini merupakan hal yang baru bagi masyarakat Indonesia karena sebelumnya memang belum pernah ada. Saat itu *boygroup* dan *girlgroup* mulai *booming* menghiasi layar kaca, semakin gencar untuk menayangkan program acara musik bertema Korea yang kemudian menghadirkan *trend genre* musik baru di Indonesia.

Individu yang memiliki ketertarikan dengan suatu hal disebut penggemar atau *fans*, berinteraksi satu sama lain kemudian membentuk suatu

komunitas sehingga dinamakan *fandom*. *Fandom* juga dijadikan jalan untuk mengimplementasikan aktivitas budaya penggemar dan membantu proses produksi (Sa'diyah, 2019). Penggemar K-pop melakukan aktivitas penggemar yang disebut dengan *fangirling* (perempuan) atau *fanboying* (laki-laki). Jenson menunjukkan dua tipe khas patologi penggemar, “individu yang terobsesi” (biasanya laki-laki) dan “kerumunan histeris” (biasanya perempuan) (Storey, 2006). Eliani dkk. menyebut fanatisme merupakan sebuah keyakinan terhadap objek fanatik yang dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan pada suatu objek, sikap fanatik ini ditunjukkan dengan aktivitas, rasa antusias yang ekstrem, keterikatan emosi dan rasa cinta dan minat yang berlebihan dalam jangka waktu lama (Rinata & Dewi, 2019). Secara sederhana *fandom* merupakan sebuah komunitas dengan didasari kesamaan dan tujuan, bahkan hubungan yang terjalin antarindividu walaupun tidak saling mengenal satu sama lainnya, seperti *fandom* K-Pop *idol* yang eksis di Indonesia.

BTS yang berasal dari Korea Selatan disebut sebagai salah satu *boygroup* yang memiliki *fandom* terbesar di dunia. Melansir Kompas.com (2021) jumlah ARMY pada 2021 mencapai 90 juta orang di seluruh dunia. Dari puluhan juta itu, termasuk di antaranya penggemar dari Indonesia dan dianggap sebagai negara dengan jumlah penggemar BTS terbesar di Asia Tenggara. Agensi musik BigHit Entertainment yang menaungi grup BTS

berdiri sejak 1 Februari tahun 2005 oleh Bang SiHyuk. “*Music & Artist for Healing*” menjadi misi dari BigHit Entertainment. Dalam *website* resminya BigHit Entertainment (2020) menjelaskan bahwa berkomitmen untuk membuat nyaman dan menginspirasi orang di seluruh dunia melalui musik dan artisnya, BigHit Entertainment terus membuat inovasi-inovasi baru di industri musik dan berusaha untuk membuat musik terbaik dunia berbasis perusahaan *platform entertainment lifestyle*. Pada setiap video klip BTS, peneliti menemukan adanya *bumper* bertuliskan “BigHit Entertainment: *Music & Artist for Healing*” yang diterjemahkan sebagai “BigHit Entertainment: Musik dan Artis untuk Penyembuhan”.



Gambar 2.1 Intro Video Klip BigHit Entertainment

Dikutip dari laman resmi CNN Indonesia (2020) potongan lirik lagu BTS yang berjudul “*Run*” terpajang di papan reklame pusat Kota Seoul, Korea Selatan. Hal tersebut dilakukan sebagai wujud kampanye kesehatan

mental, pemasangan papan reklame dengan bertuliskan lirik tersebut diharapkan dapat memberikan motivasi kepada generasi muda dan semua orang untuk terus mengejar serta meraih mimpi meskipun sedang menghadapi masa sulit. Sementara itu, BTS tampil berpidato di depan Majelis Umum PBB atas undangan dari UNICEF, pada tanggal 24 September 2018. Ketujuh anggota BTS mengajak pemuda dan pemudi sedunia untuk mengikuti suara hati dan melihat diri dengan kaca mata diri sendiri. BTS juga sempat bekerja sama dengan UNICEF dalam kampanye bertajuk *'Love Myself'* yang bertujuan untuk mengakhiri kekerasan terhadap anak-anak di seluruh dunia. UNICEF Korea menyebutkan bahwa kampanye *Love Myself* dari BTS, semua potensi manusia berasal dari mencintai dan menghargai diri sendiri, dan agenda *Generation Unlimited* dari UNICEF yang bertujuan membuka potensi tak terbatas dari anak muda keduanya memiliki tujuan yang sama (cnnindonesia.com, 2018).

Pada sebuah artikel dengan judul “Perempuan 30 Tahun Mengaku Atasi Depresi dengan Lagu BTS yang dipublikasi di Kompas.com (2017) mengungkapkan bahwa dia mengalami depresi sepanjang usia 20-an dan semakin bertambah parah saat dia menginjak usia 30-an. Awalnya dia tidak menyukai K-Pop hingga suatu hari dia mendengarkan lagu “*Spring Day*” milik BTS. Dia mengatakan lagu, lirik, dan penampilan panggung BTS membuatnya tenang yang sebelumnya tidak pernah didapatkannya dari orang lain.

"Saya mendengarkan musik dan menonton video mereka berulang-ulang seperti minum obat anti-depresi untuk melupakan realitas," ucapnya. Pada akhirnya perempuan tersebut mengaku bahwa dirinya telah berhasil melawan depresi berkat mendengarkan lagu-lagu dari BTS.

Setiap tanda yang tertulis melalui pemilihan kata dalam lagu yang berjudul *Answer: Love Myself* milik BTS mengandung makna pesan motivasi. Diperuntukkan kepada orang-orang yang mengalami kehilangan motivasi, depresi, dan gangguan kesehatan mental. Pesan yang ingin disampaikan dalam lagu ini adalah tentang *self love* atau mencintai diri sendiri karena cinta terhadap diri sendiri dan kasih sayang merupakan kunci untuk kesehatan mental (Miftahurrezki & Anshori, 2021).

World Health Organization (2001), menyatakan bahwa kesehatan mental merupakan kondisi dari kesejahteraan yang disadari individu, di dalamnya terdapat kemampuan-kemampuan untuk mengelola stres kehidupan untuk bekerja secara produktif menghasilkan serta berperan di komunitasnya. Pada tahun 1992, World Federation For Mental Health (WFMH) mulai memperingati *World Mental Health Day* (WMHD) atau Hari Kesehatan Mental Sedunia setiap tanggal 10 Oktober dengan membawa misi meningkatkan pengetahuan dan kesadaran mengenai kesehatan mental dunia (Bem.fpsi.um.ac.id, 2018).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka judul yang diambil dalam penelitian ini yaitu **“*SELF HEALING DALAM KARYA MUSIK BTS (Studi Analisis Resepsi K-Popers terhadap Isu Kesehatan Mental dalam Album BTS “Love Yourself”*”**. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melihat bagaimana penerimaan makna K-Popers terhadap isu kesehatan mental dalam album BTS *“Love Yourself”* dan bagaimana K-Popers melakukan *self healing* dengan album BTS *“Love Yourself”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1.2.1 Bagaimana penerimaan makna K-Popers terhadap isu kesehatan mental dalam album BTS *“Love Yourself”*?

1.2.2 Bagaimana K-Popers melakukan *self healing* dengan album BTS *“Love Yourself”*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan makna K-Popers terhadap isu kesehatan mental dalam album BTS *“Love Yourself”* dan mengetahui K-Popers melakukan *self healing* dengan album BTS *“Love Yourself”*.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi atau masukan yang bermanfaat antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi mengenai penerimaan makna K-Popers terhadap isu kesehatan mental dalam album BTS “*Love Yourself*”.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi K-Popers hingga orang awam untuk melakukan *self healing* dengan metode mendengarkan lagu dalam album BTS “*Love Yourself*”.