

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makin bertambah tahun, makin bertambah pula tren-tren baru. Tren yang sedang banyak dibicarakan dan digemari pada era sekarang yaitu *Korean Pop* atau disingkat K-Pop. K-Pop adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Anak-anak muda masa kini perlahan mulai menggandrungi tren ini. Yang awalnya suka musik dalam negeri maupun musik Barat, perlahan mulai menyukai musik asal Korea Selatan ini.

Grup K-Pop yang saat ini banyak penggemarnya hingga hampir seluruh dunia menyukainya yakni BTS atau dalam Bahasa Korea *Bangtan Sonyeondan*, dalam bahasa Inggris berarti *Bangtan Boys* atau *Bulletproof Boy Scouts*. Personilnya berjumlah tujuh orang, yaitu RM sebagai *Leader* dan *Main Rapper*, Jin sebagai *Sub Vocalist* dan *Visual*, Suga sebagai *Lead Rapper*, J-Hope sebagai *Main Dancer* dan *Sub Rapper*, Jimin sebagai *Main Dancer* dan *Lead Vocalist*, V sebagai *Lead Dancer* dan *Sub Vocalist*, Jungkook sebagai *Main Vocalist*, *Lead Dancer*, *Sub Rapper*, *Center* dan *Maknae* (bungsu). Grup ini terbentuk pada tahun 2013 dalam naungan agensi Big Hit Entertainment yang dipimpin oleh Bang Shi Hyuk, selaku pendiri dan *Chief Executive Officer* (co-CEO) atau direktur utama. Tentu tidak mudah bisa menjadi seperti sekarang, dikenal hampir seluruh penjuru bumi. Ini semua karena kerja keras dan sikap pantang menyerah yang diterapkan dalam agensi yang membentuknya. Banyak pula tekanan dan tuntutan yang diekspetasikan, terutama dalam membuat lagu untuk album terbaru tiap tahunnya.

Album yang menarik perhatian adalah “*Map of the Soul : 7*”, karena diambil dari teori salah seorang terapis dan psikolog asal Swiss, yakni teori Peta Jiwa dari Carl Gustav Jung. Yang dikutip dari Kompasiana, singkatnya Carl Jung membagi kepribadian menjadi tiga bagian, yaitu ego sadar, ketidaksadaran persona dan ketidaksadaran kolektif. Alasan BTS mengambil teori ini karena mewakili mereka sebagai artis K-Pop yang penuh tekanan dan ekspektasi lebih, sehingga mau tidak mau harus menempatkan diri mereka yang sebenarnya dengan baik dibalik kamera. Terbukti dengan adanya beberapa lagu yang terinspirasi dari jenis kepribadian yang dipaparkan dalam teori Peta Jiwa, yaitu “*Intro : Persona*” yang dibawakan oleh RM, “*Interlude : Shadow*” oleh Suga dan “*Outro : Ego*” oleh J-Hope (lihat lampiran). Tidak hanya lagu, video musik yang tersaji juga tidak luput dari pandangan dan giringan opini masyarakat, terutama *Army* (nama penggemar BTS). Jalan cerita pada setiap video musik ditampilkan sesuai tema dan konsep yang ditentukan. “*Intro : Persona*” dengan lirik yang mempertanyakan dirinya (RM) sendiri siapa dia sebenarnya. *Interlude : Shadow* dengan *vibes dark*-nya yang menunjukkan ‘sosok lain’ pada sang penyanyi. *Outro : Ego* yang dibawakan dengan ceria dan *colourful*, penuh dengan latar belakang dan *typography* yang estetik. Properti maupun alat pendukung lainnya yang ada di video musik tersebut juga menjadi pertanyaan mereka, apa makna dari itu semua. Sehingga muncullah beberapa teori yang membahas mengenai tiap adegan pada jalan cerita maupun properti yang terdapat di sana. Teori-teori yang disuguhkan dari sudut pandang penggemar dengan kaca mata semiotika ternyata sudah tersebar dimana-mana, baik di media sosial *Twitter* maupun di *website* lainnya. Tujuan yang mendasari penelitian ini adalah untuk mengetahui arti video musik/video klip dari sudut

pandang yang berbeda, tidak semata-mata hanya menunjukkan visualisasi artis saja. Namun konsep yang mendasari dalam pembuatan lagu maupun video klip yang jarang diperhatikan masyarakat awam.

“*Intro : Persona*” sendiri dirilis dalam mini album “*Map of the Soul : Persona*”, sedangkan “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*” dirilis dalam album “*Map of the Soul : 7*”. Album “*Map of the Soul : Persona*” dirilis pada 12 April 2019 dan “*Map of the Soul : 7*” pada tanggal 21 Februari 2020. “*Intro : Persona*” diunggah ke kanal *Youtube* resmi agensi Hybe Corporation yaitu Hybe Labels pada tanggal 27 Maret 2019, “*Interlude : Shadow*” pada tanggal 9 Januari 2020 dan “*Outro : Ego*” pada tanggal 2 Februari 2020. Album “*Map of the Soul : Persona*” merupakan album yang paling laris pada tahun 2019. BTS mencatat rekor *pre-order* album tertinggi dengan total 3.021.822 kopi. Selain itu, BTS melakukan promo secara global. Mulai dari *comeback stage* dengan *title track* album ini, “*Boy with Luv*” dan sebagai bintang tamu dalam acara *Saturday Night Live* yang ditayangkan oleh stasiun televisi NBC USA tanggal 13 April 2019 waktu setempat. Sebelumnya, BTS juga membuka promosi dengan *interview* Bersama SiriusXM sebuah stasiun radio di USA dan Kanada. Konferensi pers pun akan dilakukan tanggal 17 April 2019 dengan *streaming* langsung di seluruh dunia melalui kanal *Youtube* resmi BTS, *BANGTANTV*. Lalu, album “*Map of the Soul : 7*” BTS kembali berhasil mencetak rekor dengan penjualan album sebanyak 4.114.843 kopi hanya dalam waktu sembilan hari. BTS tetap mempromosikan *title track* mereka yang berjudul “*ON*”. Bedanya adalah kali ini *comeback* yang digelar secara tertutup. Lewat akun *Weverse* resminya, BTS mengumumkan jika *recording* promosi *comeback* BTS pada saat itu bakal dilangsungkan tanpa penggemar yang menonton langsung.

Alasannya karena virus Corona atau COVID-19 yang meluas di beberapa wilayah di Korea Selatan, hal tersebut sudah menjadi keputusan yang dibuat oleh pihak stasiun televisi. Walaupun begitu, hasil rekamannya tetap akan ditayangkan lewat kanal resmi.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pemilihan konsep dengan mengambil dari teori Carl Jung pada album *Map of the Soul*.
2. Properti, *hand property* dan setting yang mendukung konsep dan semiotik pada video musik “*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”.
3. Sistem produksi (penciptaan, estetika dan lain-lain), distribusi (penyebaran, publikasi dan lain-lain) dan konsumsi (pemahaman, apresiasi, interaksi dan lain-lain) yang terdapat pada video musik “*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana interpretasi lirik yang terdapat pada video musik “*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”?
2. Bagaimana makna semiotik dalam tiap *scene* pada video musik BTS (“*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”)?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan interpretasi lirik pada video musik “*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”.
2. Mendeskripsikan makna semiotik dalam tiap *scene* pada video musik BTS (“*Intro : Persona*”, “*Interlude : Shadow*” dan “*Outro : Ego*”).

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk Lembaga

Penelitian ini dapat diharapkan sebagai informasi dalam perkuliahan maupun bahan tambahan informasi pembandingan penelitian.

2. Untuk Masyarakat

Sebagai tambahan informasi dan bahan apresiasi untuk masyarakat yang menggemari K-Pop, khususnya BTS.

3. Untuk Penulis

Untuk menambah wawasan dan keterampilan menganalisis video dalam bidang seni rupa khususnya tentang video musik BTS dengan mengambil teori semiotika.