

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Love Myself adalah sebuah kampanye yang diselenggarakan oleh BTS yang bekerjasama dengan United Nation Children's Fund atau yang lebih dikenali dengan UNICEF yang biasanya menyuarakan gerakan anti kekerasan kepada anak-anak dan remaja diseluruh dunia. Tantangan dari *campaign* ini adalah agar seluruh anak muda dapat merasa aman dan bahagia dan dapat bertumbuh dengan cinta dan perhatian. Namun masih banyak diantara mereka yang tidak mendapatkan kesempatan itu karena mendapatkan perlakuan yang tidak seharusnya (*About LOVE MYSELF*, 2017).

Beberapa tahun terakhir kasus kekerasan daring, perundungan daring, dan pelecehan dikalangan remaja berada pada angka yang cukup tinggi dengan lebih kurang sebanyak 70% remaja di seluruh dunia pernah mengalami hal tersebut (Afrida, 2019). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh UNICEF pada remaja dengan rentang usia 15-24 tahun di lebih dari 160 negara menemukan bahwa remaja adalah pengguna internet yang sangat masif sehingga diperlukan tindakan untuk mengurangi kekerasan baik secara daring maupun luring.

Kampanye Love Myself yang sebelumnya hanya diselenggarakan di Korea Selatan akhirnya diperluas dalam skala global. Saat ekspansi dari kampanye Love Myself dilakukan di Jepang, RM, *leader* dari grup BTS mengatakan bahwa

melalui album LOVE YOURSELF 'Her', mereka mencoba menyampaikan pesan tentang cara menemukan cinta dari dalam diri. RM juga mengatakan bahwa BTS percaya bahwa cinta sejati berawal dari dalam diri sendiri. Maka, kampanye Love Myself memiliki intensi agar setiap orang dapat mencintai diri sendiri dan menjadikan dunia sebagai tempat yang lebih baik dengan semua cinta itu (*LOVE MYSELF Partnered with Japan Committee for UNICEF, Expanding the Campaign Globally*, 2018). Menurut Vedral (1994) seseorang seharusnya dapat mengatakan kepada dirinya bahwa ia pantas untuk dicintai, karena tidak ada orang lain yang akan melakukannya selain dirinya sendiri (Hazleden, 2003, p.417).

Love Myself juga tidak terus menerus membicarakan mengenai kasus-kasus berat yang terjadi secara daring tetapi juga berbicara mengenai penerimaan diri. Kurangnya apresiasi diri sendiri pada apa yang sudah dihasilkan ternyata adalah sesuatu yang dapat meningkatkan rasa stress yang berlebihan. Dalam laman web *love myself*, BTS juga membagikan cara untuk mencintai diri sendiri, seperti tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain, menemukan sesuatu yang baru saat melakukan hal yang ingin dilakukan, mengatakan kepada diri sendiri bahwa kamu telah bekerja dengan baik dan aku mencintai diriku. Selain itu, membagikan hal-hal mengenai *love myself* dalam akun sosial media personal (*5 Ways to Love Myself by BTS*, 2018).

Dalam kampanye Love Myself, BTS menekankan pesan untuk mencintai diri. Selain itu, pesan lain yang ingin disampaikan oleh kampanye Love Myself adalah untuk mencintai orang lain dan semua orang (*BTS Members' Thoughts on the LOVE MYSELF Campaign*, 2021). Lalu, dengan kampanye ini BTS

menyampaikan bahwa arti cinta yang sebenarnya datang dari bagaimana seseorang mencintai diri dan membagikan cinta tersebut kepada orang-orang disekitar mereka. Saat seseorang sudah mencintai diri, maka ia dapat membantu dengan menyebarkan atau membagikan cinta yang ia miliki kepada orang lain, baik kepada orang lain, atau yang dalam kampanye ini merupakan anak-anak dan remaja dewasa agar dapat terhindar dari kekerasan, perundungan, dan mereka yang mengalami penyakit gangguan jiwa, seperti depresi dan *anxiety*.

Selain itu, permasalahan yang dihadapi oleh anak muda pada umumnya seringkali dianggap sebagai sesuatu yang sepele oleh masyarakat luas. Padahal berdasarkan artikel yang dimuat oleh republika.co.id jumlah remaja yang mengidap depresi dan gangguan kecemasan berjumlah cukup banyak. Namun, hanya 20% dari mereka yang memperoleh pertolongan. Angka tersebut sangat kontras dibandingkan dengan penyakit-penyakit lainnya yang lebih mudah terdeteksi (Wulandari, 2017).

Menurut Reena Becerra dalam situs Simi Psychological Group, saat seseorang tidak mengutamakan dirinya dan tidak berusaha untuk mencintai dirinya, maka hal yang dapat terjadi adalah peningkatan rasa stres, *anxiety*, dan menunjukkan sensitivitas pada hal-hal yang sebelumnya diabaikan. Hal-hal tersebut akan membuat seseorang merasa kesulitan dan merasa bahwa ia tidak bahagia (Becerra, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa orang yang dapat membagikan cinta adalah orang yang mencintai dirinya atau orang yang melakukan *love myself* karena cinta pada diri sendiri merupakan sesuatu yang penting untuk kebahagiaan dan pertumbuhan seseorang.

Kata *love myself* muncul setelah tidak hanya kasus kekerasan, perundungan, dan pelecehan yang terjadi secara global, tetapi juga melihat semakin banyaknya jumlah anak-anak dan remaja yang terkena depresi dan mengalami gangguan kesehatan mental. Berdasarkan pemberitaan detik.com 15,6 juta orang Indonesia mengalami depresi, dan hanya 8% yang melakukan pengobatan (Azizah, 2019). Stigma yang melekat pada penyakit mental dan depresi membuat banyak masyarakat enggan untuk melakukan pengobatan. Padahal, untuk jangka waktu yang panjang penyakit mental dapat berujung pada hal-hal yang tidak diinginkan jika tidak segera diobati. Untuk mencegah hal tersebut terjadi, seseorang harus dapat melakukan tindakan penerimaan diri dan mengapresiasi diri atas berbagai pencapaian yang telah mereka peroleh, baik pencapaian yang kecil maupun yang besar sehingga seseorang akan menghargai dirinya dan orang lain dengan lebih baik.

Dalam upaya untuk membantu anak-anak dan remaja dewasa yang terkena dampak dari kekerasan, perundungan, dan pelecehan, BTS dan UNICEF melalui kampanye Love Myself mengajak semua orang untuk memberikan perhatian dan berpartisipasi dalam kampanye Love Myself. BTS yang merupakan penyelenggara dari kampanye Love Myself adalah sebuah grup dari Korea Selatan yang paling terkenal saat ini. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya rekor yang mereka peroleh dalam industri musik dunia, seperti berhasil memecahkan rekor musik video yang paling banyak ditonton di Youtube dalam waktu 24 jam untuk lagu 'Dynamite' (Putsanra, 2020), berhasil memenangkan empat kategori dalam penghargaan Billboard Music Award pada 2021 (Tionardus,

2021), hingga menjadi *boyband* K-pop pertama yang dalam nominasi Grammy Award pada kategori *the best pop duo/group performance* untuk lagu Dynamite (BBC, 2020).

Banyaknya penghargaan dan rekor yang dipecahkan oleh BTS tidak hanya berasal dari kerja keras mereka, tetapi juga berasal dari dukungan yang diberikan oleh *fans* mereka. *Fans* adalah individu yang memiliki rasa ketertarikan dan hubungan secara emosional dengan suatu hal yang disukainya, baik itu selebriti sebagai idola atau sesuatu yang dianggap menarik oleh seseorang, *fans* biasanya menunjukkan rasa suka atau tertarik dengan cara tertentu, mulai dari kreativitas hingga gaya tertentu yang mirip atau menyerupai hal yang disukainya (Duffett, 2013, p.18). Hal tersebut membuat banyak *fans* memaknai sesuatu yang disampaikan oleh idolanya sebagai sesuatu yang penting dan akan berdampak besar dalam kehidupan kesehariannya.

Fans BTS atau yang dikenal dengan sebutan ARMY atau *Adorable Representative MC for Youth* merupakan orang-orang yang berada dibalik kesuksesan besar grup asal Korea Selatan tersebut. Berdasarkan data dari laman situs Tokopedia, jumlah penggemar yang dimiliki oleh BTS diperkirakan mencapai 18 juta orang (Tokopedia, 2021). Hal tersebut membuat banyak *fans* BTS yang tergabung dalam *fandom* ARMY ikut berpartisipasi untuk menyuarakan kampanye Love Myself.

Bagi Jenkins (1995) *fandom* dapat berubah menjadi sebuah keluarga besar ketika mereka saling memberikan dukungan dan loyalitas saat orang-orang

menghadapi kesulitan yang ekstrim di dalam hidupnya (dalam Fuschillo, 2020, p.3). Menurut Jenkins (dalam Fuschillo, 2020, p.7) terdapat tiga fase evolusi perkembangan sebuah *fandom* yang berkaitan erat dengan kebaruan teknologi komunikasi, yaitu:

a. Resistance

Kelompok penggemar adalah tempat yang memberikan perlawanan mengenai bacaan atau teks media dan produksi budaya yang biasanya menjadi dinding pembatas oleh individu pada umumnya untuk menunjukkan budaya pada industri mereka;

b. Participation

Fans menjalankan peran aktifnya sebagai bagian dari *fandom* dengan melakukan promosi budaya partisipasi untuk membangun identitas budaya dan sosial dengan meminjam dan mengubah gambar media massa. Budaya partisipasi tidak hanya mengenai keterlibatan dalam mengonsumsi media atau hanya sekadar menjadi penonton dari sebuah budaya tetapi penggemar berbagai aktivitas, perasaan, dan pemikiran tentang suatu konten atau program dengan penggemar lainnya yang memiliki minat yang sama;

c. Activism

Aktivitas yang dilakukan oleh *fandom* dapat memberikan dampak yang besar pada bagaimana sesuatu yang disukainya pada tahun-tahun yang akan datang. Di masa kini dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sudah jauh lebih baik dan signifikan akan mempermudah penggemar mengakses hal yang berkaitan dengan idolanya. Selain menawarkan

kemudahan, biaya yang dikeluarkan pun menjadi lebih murah untuk bekerjasama dalam melakukan tujuan yang sama, untuk melakukan kegiatan *crowdfunding*, dan kegiatan serupa lainnya, serta dapat memengaruhi tren yang ada di pasar. Hal yang dilakukan oleh penggemar tersebut dapat membuat perusahaan tertentu mengambil keputusan berdasarkan tren penggemar.

Fandom ARMY dalam penelitian ini berada pada fase evolusi *activism*. Hal tersebut dapat terlihat dari dukungan yang diberikan oleh *fans* BTS dalam menyuarakan pesan dari *campaign* ini sehingga kampanye Love Myself berhasil mengumpulkan donasi lebih dari 600 juta Korean Won. Donasi tersebut berasal dari sumbangan yang diberikan oleh penggemar sebagai bagian dari *fandom* ARMY, BTS, dan agensi yang menaungi mereka, BigHit Entertainment, serta sumbangan dari donatur di seluruh dunia (Kumparan, 2018).

Campaign Love Myself ditujukan untuk semua anak-anak dan remaja dewasa yang mengalami permasalahan tentang perundungan, kekerasan, dan pelecehan. Hal tersebut membuat *fans* BTS yang tergabung dalam *fandom* ARMY ikut berpartisipasi untuk memberikan bantuan dalam bentuk donasi dan memberikan dukungan dengan membagikan tentang kegiatan kampanye Love Myself kepada orang-orang terdekat, maupun membagikannya lewat media sosial yang mereka miliki. Mengingat banyaknya jumlah *fans* BTS di seluruh dunia, membuat ARMY sebagai sebuah *fandom* memberikan dampak yang cukup besar bagi lingkungan dan komunitas disekitarnya.

Berdasarkan hal-hal tersebut penelitian mengenai '*Pemaknaan Kata Love*

Myself Bagi Fans BTS menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam karena BTS yang dinobatkan sebagai *entertainer of the year 2020* oleh majalah Time ini (Bruner, 2020) menunjukkan kepeduliannya kepada anak-anak dan remaja dewasa yang merasa bahwa dirinya belum cukup, memiliki masalah kesehatan mental, terkenal depresi ringan hingga berat, perundungan daring, dan lainnya. Pada sisi lainnya, *fans* dari BTS juga memberikan dukungan kepada kampanye Love Myself tidak hanya dengan memberikan donasi, tetapi juga membagikan kepada orang-orang terdekat atau lingkungan sekitarnya tentang kampanye ini. Selain itu, BTS memiliki *fans* dengan rentang usia yang cukup luas, yaitu dari usia anak-anak hingga remaja dewasa. Maka, peneliti ingin mengetahui apa makna dari *love myself* menurut penggemar BTS.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, penggemar BTS menunjukkan dukungannya pada kampanye Love Myself dengan memberikan donasi dan membagikan kepada orang-orang terdekat dan lingkungan sekitar mereka tentang kampanye ini. Melalui pengalaman ikut berpartisipasi dalam kegiatan kampanye Love Myself, *fans* BTS dapat merefleksikan pengalaman mereka terkait dengan cara mencintai diri hingga pengalaman tersebut memiliki makna tersendiri bagi para anggota *fans* BTS. Hal tersebut menjadi alasan mengapa penelitian ini ingin mengkaji tentang bagaimana penggemar BTS memaknai kata *love myself* berdasarkan pengalaman dan makna dari kata tersebut bagi mereka.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa pengalaman anggota *fans* BTS tentang kata *love myself*?
2. Bagaimana pemaknaan anggota *fans* BTS tentang kata *love myself*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini yakni, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengalaman anggota *fans* BTS tentang kata *love myself*
2. Untuk mengetahui pemaknaan anggota *fans* BTS tentang kata *love myself*

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya Ilmu Komunikasi khususnya pada penelitian komunikasi mengenai *fans* dengan idola dalam studi fenomenologi.

1.5.2 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat menghasilkan ide atau gagasan mengenai kata *love myself* pemaknaan bagi *fans* BTS dan menambah wawasan tentang cara yang

dilakukan untuk mencintai diri sendiri.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian yang ditemui oleh peneliti yaitu dalam melakukan proses wawancara mendalam yang dimediasi oleh perangkat komputer terdapat pesan secara nonverbal yang tidak dapat tersampaikan dengan baik karena tidak dapat mencakup keseluruhan *gesture* dari narasumber.