

Pembentukan Konsep Diri Penggemar Melalui Lirik Lagu

Irvia Wijayanti¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: irvia.915190237@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: lusias@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

The development of mass communication through the media plays a role in changing the community environment in various fields of life, including the spread of culture worldwide, one of which is South Korean popular culture (K-Pop). Music is one of the most popular K-Pop products. BTS is the most talked about K-Pop singer. Fans' interest is supported by the positive messages contained in BTS songs. Positive messages that are listened to repeatedly have implications for the listeners' lives, especially BTS fans. This can shape the way fans see themselves. The researcher intends to explain and describe the formation of fan self-concept through the meaning of messages in BTS song lyrics. Some supporting theories used in this research are Symbolic Interactionism, self-concept, media effects, messages, and message meaning. This research was conducted using a qualitative approach with a case study method. Data were obtained from interviews, observations, documentation, and literature studies. The results showed that fans perform a thought process when listening to BTS songs by interpreting, interpreting, and providing an understanding of BTS songs. The self-concept of fans is then formed in each of them and in the communication process with others.

Keywords: fans, message meaning, self-concept, song lyrics, symbolic interactionism

Abstrak

Perkembangan komunikasi massa melalui media berperan dalam mengubah lingkungan masyarakat di berbagai bidang kehidupan termasuk penyebaran budaya di dunia salah satunya budaya populer Korea Selatan (K-Pop). Musik merupakan salah satu produk K-Pop yang paling banyak disukai. BTS adalah penyanyi K-Pop yang paling banyak dibicarakan. Ketertarikan penggemar didukung dengan pesan-pesan positif yang terkandung di dalam lagu BTS. Pesan positif yang didengarkan berulang kali membawa implikasi pada kehidupan pendengar, terutama penggemar BTS. Hal ini dapat membentuk cara pandang penggemar terhadap diri mereka sendiri. Peneliti bertujuan menjelaskan dan mendeskripsikan pembentukan konsep diri penggemar melalui makna pesan dalam lirik lagu BTS. Beberapa teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah Interaksionisme Simbolik, konsep diri, efek media, pesan, dan makna pesan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh dari kegiatan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat mendengarkan lagu BTS, para penggemar melakukan proses berpikir dengan mengartikan, memaknai, dan memberikan pemahaman terhadap lagu BTS. Konsep diri penggemar kemudian terbentuk dari dalam diri masing-masing, serta dalam proses komunikasi dengan orang lain.

Kata Kunci: interaksionisme simbolik, konsep diri, lirik lagu, makna pesan, penggemar

1. Pendahuluan

Perkembangan komunikasi melalui media menyebabkan manusia mendapatkan pengetahuan mengenai kehidupan serta kebudayaan lain yang ada di dunia. Media massa merupakan salah satu alat komunikasi massa yang berperan sebagai komunikator dan *agent of change*. Artinya, ia dapat berperan sebagai agen perubahan di lingkungan publik dan mempengaruhi khalayaknya melalui pesan-pesan berupa informasi, hiburan, pendidikan dan pesan-pesan lainnya, serta dapat dijangkau oleh masyarakat luas (Khatimah, 2018).

Salah satu komunikasi massa yang bisa ditemui adalah lagu. Fungsi komunikasi massa sebagai alat persuasi memiliki kaitan yang erat dengan fungsi lagu. Persuasi ini dapat berupa penguatan atau perubahan sikap dan nilai seseorang (Ardiansyah, 2017). Pada lagu dengan tema motivasi misalnya, sebuah lagu diciptakan untuk memberikan inspirasi serta membangkitkan semangat masyarakat.

Selain sebagai fungsi persuasi untuk lagu, media massa juga digunakan sebagai bentuk penyebaran aliran budaya populer Korea Selatan, atau disebut juga *Hallyu*. Produk *Hallyu* dikenal oleh masyarakat luas secara bertahap melalui tiga gelombang berdasarkan periode tahun yang berbeda-beda. Pada gelombang kedua khususnya, produk yang mulai dikenal adalah musik pop Korea (K-Pop) dan artisnya dengan menggunakan media baru seperti media sosial sebagai media penyebarannya. Hingga saat ini, produk K-Pop semakin dikenal masyarakat luas dengan bersamaan dengan produk-produk lainnya (Utami, 2020).

Penyebaran *Hallyu* terus meluas hingga jumlah penggemar budaya populer Korea Selatan tercatat telah meningkat sebanyak 17 kali lipat dalam dekade terakhir, berdasarkan survei yang diterbitkan oleh The Korean Foundation (Molina & Hee Young, 2022). Ketertarikan terhadap budaya Korea terbagi atas beberapa bidang, yaitu bidang kecantikan, makanan, *makeup*, *skincare*, hingga K-Pop. Melansir dari Liputan6.com, tokoh K-Pop yang paling dibicarakan, baik di tingkat global maupun Indonesia adalah *boygroup* BTS (Wardani, 2022).

BTS adalah salah satu grup K-Pop di bawah naungan HYBE Labels. BTS (방탄소년단: *Bangtan Sonyeondan*) merupakan grup penyanyi pria yang memiliki tujuh orang anggota, terdiri dari RM, Jin, SUGA, J-hope, Jimin, V, dan JungKook. Memulai kariernya sejak tahun 2013, BTS semakin dikenal oleh masyarakat seluruh dunia hingga lagunya memuncaki tangga lagu Billboard dan menjadi artis K-Pop pertama yang masuk nominasi *Grammy Awards* (Ismail, 2022).

Pencapaian BTS atas lagunya didasari oleh pesan positif yang disampaikan dalam lirik lagu-lagunya. Pesan positif yang didengarkan berkali-kali oleh pendengar dalam lagu-lagu BTS dapat mempengaruhi kehidupan dirinya. Oleh karena itu, lagu dapat menjadi alat persuasi yang bisa mempengaruhi konsep diri. Menurut William D. Brooks, konsep diri adalah persepsi yang bersifat fisik, sosial, dan psikologis dari seorang individu, yang diperoleh dari pengalaman dan interaksinya dengan orang lain (Rakhmat, 2012).

Makna pesan dalam lirik lagu BTS memiliki peran dalam pembentukan konsep diri penggemarnya sebagai pendengar setia. Hal ini juga dapat membantu penggemar dalam menemukan jati dirinya serta menjelaskan tentang pemahaman dirinya sendiri dan seberapa dewasa mereka secara emosional (Nuryanti, 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih mendalam tentang pembentukan konsep diri penggemar terkait makna pesan dalam lirik lagu BTS. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pembentukan

konsep diri penggemar terkait makna pesan dalam lirik lagu BTS?”. Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan pembentukan konsep diri penggemar terkait makna pesan dalam lirik lagu BTS.

Landasan teoritis yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Interaksionisme Simbolik, yaitu teori yang dicetuskan oleh George Herbert Mead. Teori ini merupakan suatu kajian mengenai berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan sosial (Fathonah et al., 2019). Teori ini berbicara tentang cara pikir mengenai pikiran diri dan masyarakat yang mendorong konstruksi komunikasi, serta membentuk makna melalui komunikasi. Teori ini merupakan suatu kajian mengenai berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan sosial. Dalam Interaksionisme Simbolik, fokusnya adalah pada pemaknaan konsep diri berdasarkan bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain (Triwahyuni, 2020).

Teori ini memiliki tiga inti pemikiran, yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*). Pikiran (*mind*) adalah tindakan yang menggunakan dan mengarahkan simbol-simbol menuju *self*. Pikiran menunjukkan sejauh mana manusia menyadari objek-objek di sekitarnya dan apa makna objek tersebut, siapa, dan apa diri mereka sendiri. Pikiran dapat memanipulasi makna bahkan memperkaya makna simbol-simbol yang terdapat pada lingkungan sosialnya (Apriliani & Setiawan, 2019). Diri (*self*) merupakan kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai suatu objek dari perspektif orang lain atau masyarakat (Purnamasari, 2017). Diri dibedakan ke dalam dua kategori, yaitu subjek (*I*) dan objek (*Me*). “*Me*” merupakan sosok diri individu sebagaimana dilihat orang lain, sementara “*I*” merupakan bagian yang memperhatikan dirinya sendiri (Triwahyuni, 2020). Masyarakat (*society*) adalah proses kehidupan sekelompok orang yang memiliki tingkah laku anggota kelompok. Dalam hal ini, manusia perlu memahami apa yang dilakukan orang lain, serta apa yang akan dilakukan selanjutnya dalam kelompok tersebut (Apriliani & Setiawan, 2019).

Peneliti juga menggunakan “konsep diri”, yaitu gambaran atau cara pandang seseorang tentang dirinya sendiri, yang merupakan kombinasi dari keyakinan tentang dirinya sendiri, seperti karakteristik fisik, psikologis, sosial, emosional, aspirasi, dan prestasi (Triwahyuni, 2020). Salah satu faktor pembentuk konsep diri adalah orang lain (Rakhmat, 2012). Dalam penelitian ini, faktor pembentuk konsep diri penggemar adalah orang lain, yaitu BTS sebagai komunikator yang menyampaikan pesan melalui lirik lagu.

Penelitian ini juga menggunakan teori efek media untuk menjelaskan bahwa lagu sebagai salah satu bentuk komunikasi massa dapat memberikan efek kepada pendengarnya. Media massa memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan dalam masyarakat (Musfialdy & Anggraini, 2020). Efek komunikasi massa memiliki tiga dimensi, yaitu; (1) Efek kognitif, yang meliputi peningkatan kesadaran, pembelajaran, dan pengetahuan tambahan; (2) Pengaruh afektif, yang mengacu pada perasaan, emosi, dan sikap; dan (3) Efek konatif, yang mengacu pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu (Fitriansyah, 2018). Pada kasus penelitian ini, pendengar yang mengalami efek media massa adalah penggemar sebagai pendengar setia lagu-lagu BTS.

Pemahaman penggemar terhadap makna pesan dianalisis dengan konsep makna pesan. Schramm menjelaskan bahwa prinsip pembuatan pesan adalah menggunakan tanda-tanda pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, dapat membangkitkan kebutuhan pribadi sasaran, dan menyediakan sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut, serta membuat saran sesuai dari situasi kelompok dengan kebutuhan.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Lincoln dan Guba menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif bisa juga disebut *case study* atau *qualitative*. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara menyeluruh dan mendetail terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan subjek penelitian. Menurut Surya dan Djumhur, studi kasus dapat diartikan sebagai suatu teknik mempelajari seorang individu secara mendalam untuk membantu mencapai penyesuaian diri yang baik (Dhemy, 2012).

Pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan penggemar BTS yang memenuhi kriteria sebagai narasumber. Sementara itu, pengumpulan data sekunder dilakukan dengan dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif yang memiliki tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang subjek yang diteliti dan tidak bertujuan untuk menguji hipotesis (Mardianinta, 2016). Metode analisis kualitatif ini dilakukan dengan tiga kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Fardilla, 2017). Teknik keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber, yaitu *cross check data* dengan membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber yang lain (Alfansyur & Mariyani, 2020).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

BTS adalah salah satu grup asal Korea Selatan di bawah naungan agensi BigHit Entertainment. BTS menciptakan lagu untuk menyampaikan pesan-pesan positif kepada penggemarnya. Salah satu lagu BTS yang berjudul “Answer: Love Myself” dalam album *Love Yourself: Answer* memiliki lirik yang bertujuan mengajak pendengarnya untuk mencintai dan menghargai diri sendiri (Nuryanti, 2019). Subyek penelitian ini berjumlah empat orang penggemar yang memiliki pemahaman sendiri terhadap lagu BTS.

Makna Pesan dalam Lirik Lagu sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa

Penggemar BTS memiliki pemahaman yang hampir sama terhadap makna pesan dalam lirik lagu BTS. Mereka juga mempercayai bahwa setiap lagu BTS memiliki makna tertentu yang ingin disampaikan. Para informan memiliki pemahaman sendiri terhadap lagu BTS dan memaknainya bagi diri mereka sendiri. Informan I memaknai lagu BTS sebagai pendorong motivasi dan hiburan, informan II memaknainya sebagai penyemangat dan inspirasi, informan III memaknainya lagu BTS sebagai pendorong motivasi dan cocok didengarkan ketika merasa lelah, dan informan IV memaknai lagu BTS sebagai penyemangat, motivasi, sekaligus inspirasi bagi pendengarnya.

Berdasarkan teori, Littlejohn mengungkapkan bahwa pesan yang hendak disampaikan dalam proses komunikasi harus mengandung arti atau makna yang mudah dipahami (Trinanda & Abidin, 2019). Dalam penelitian ini, makna pesan yang ingin disampaikan adalah makna pesan dalam lirik lagu BTS kepada penggemarnya. Dalam teori efek media, dijelaskan bahwa media massa dapat memberikan efek secara langsung dan tidak langsung kepada audiensnya (Musfialdy & Anggraini, 2020). Salah satu contohnya yaitu makna pesan dalam lirik lagu. Fungsi makna pesan pada lagu memiliki kaitan yang erat dengan fungsi komunikasi massa, yaitu sebagai alat persuasi. Persuasi ini dapat berupa penguatan atau perubahan sikap dan nilai

seseorang (Ardiansyah, 2017). Oleh karena itu, terdapat beberapa prinsip dalam pembuatan pesan menurut Schramm (Radityama, 2021), di antaranya yaitu; (1) menggunakan tanda dari pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran; (2) dapat membangkitkan kebutuhan pribadi sasaran; (3) memiliki saran untuk kebutuhan sasaran agar berani menyuarakan respons yang dikehendaki.

Menurut informan ahli, Mellisa Florentina, setiap pencipta lagu pasti memiliki makna pesan yang ingin disampaikan kepada pendengarnya. Mellisa juga mengatakan bahwa makna pesan tersebut dapat dipahami oleh pendengarnya berdasarkan pengalaman yang sama. Hal ini akan membuat pendengarnya merasa terhubung dengan lagu tersebut, sehingga makna pesan yang disampaikan menjadi sama. Mellisa juga mengungkapkan bahwa ketika pendengar merasa terhubung dengan makna pesan dalam sebuah lagu, maka lagu tersebut dapat memberikan implikasi kepada si pendengar. Hal ini juga bisa didukung dengan adanya proses internalisasi terhadap lirik lagu dalam diri pendengar. Proses ini terjadi ketika pendengar menyadari bahwa lagu yang didengarkan berisi tentang apa yang mereka rasakan, inginkan, dan pikirkan, sehingga dapat menimbulkan implikasi pada diri mereka.

Salah satu contoh kasus dalam penelitian ini, keempat informan mengungkapkan bahwa mereka merasakan perubahan dalam berbagai hal setelah mendengarkan lagu BTS. Penggemar merasa bahwa lagu BTS memberikan dorongan motivasi, inspirasi, dan membuat mereka menjadi semangat dalam menjalani hidup. Informan Mellisa mengatakan bahwa hal ini bisa terjadi karena pesan dalam lagu BTS adalah simbol yang diinterpretasikan secara positif oleh penggemar ketika mereka mendengarkan lagu BTS. Hal ini dapat dilakukan oleh penggemar karena merasa terhubung dengan lagu-lagu yang didengarkan. Makna pesan dalam lirik lagu BTS juga memberikan implikasi dalam hal menyadarkan pendengarnya agar mencintai diri mereka sendiri. Keempat informan penelitian merasakan hal ini melalui lagu yang berjudul "Answer: Love Myself". Mellisa mengatakan bahwa hal ini bisa terjadi karena BTS dianggap sebagai *significant others* bagi para penggemarnya, yaitu orang yang dianggap signifikan terhadap diri mereka. Penggemar BTS sangat menyukai idolanya, dan menganggap BTS adalah orang yang sangat penting bagi mereka. Oleh karena itu, mereka menyukai lagu-lagu BTS, mendengarkannya dengan seksama, hingga memaknai lirik yang ada di dalamnya. Penggemar mampu memaknai pesan-pesan dalam lirik lagu BTS secara positif, yang kemudian akan memberikan implikasi pada kehidupan mereka.

Faktor Pembentukan Konsep Diri Penggemar

Konsep diri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu orang lain dan kelompok rujukan, atau disebut juga *reference group* (Rakhmat, 2012). Selain itu, orang-orang yang paling dekat dengan diri kita juga merupakan pihak yang memiliki pengaruh paling besar dalam proses pembentukan konsep diri kita sebagai individu. Pihak-pihak inilah yang disebut oleh Mead sebagai *significant others*, yaitu orang lain yang sangat penting bagi kita. *Significant others* adalah orang-orang yang memengaruhi tingkah laku, pemikiran, dan perasaan kita. Mereka mengarahkan atau memandu tindakan kita, membentuk pikiran kita, serta menyentuh kita secara emosional. Dalam interaksi sosial, kita menjadi bagian di berbagai kelompok yang berbeda. Ada kelompok yang mengikat kita secara emosional dan memengaruhi pembentukan konsep diri kita, yang disebut kelompok rujukan (*reference group*). Dalam penelitian ini, pihak yang mempengaruhi pembentukan konsep diri penggemar adalah BTS sebagai kelompok rujukan.

Pernyataan tersebut juga sejalan dengan pernyataan informan Mellisa ketika diwawancarai. Mellisa menyebutkan bahwa salah satu faktor pembentuk konsep diri seseorang adalah kelompok rujukan, contohnya adalah idola yang digemari, seperti artis, aktor, dan sebagainya. Faktor lainnya yang juga disebutkan Mellisa adalah *significant others*, yaitu orang yang dianggap signifikan bagi diri seseorang. Dalam penelitian ini, Mellisa mengungkapkan bahwa BTS dianggap sebagai *significant others* bagi penggemarnya. Oleh karena itu, BTS adalah orang yang sangat penting bagi penggemarnya dan dianggap mampu mempengaruhi proses pembentukan konsep diri mereka.

Individu Melakukan Proses Berpikir (*Mind*)

Ketika mendengarkan lagu BTS, penggemar mengartikan, memaknai, dan memberikan pemahaman terhadap lagu-lagu tersebut. Informan I memahami bahwa BTS sangat leluasa dalam mengungkapkan perasaan mereka melalui lirik lagu. Oleh karena itu, ia merasakan adanya implikasi pada dirinya dalam mengekspresikan emosinya. Informan II memahami bahwa lagu BTS dapat memberikan rasa nyaman ketika sedang sedih dan kesepian. Selanjutnya, informan III dan IV memahami bahwa lagu BTS dapat mendorong motivasi, semangat dan dapat menginspirasi pendengarnya. Keempat informan juga memiliki pemahaman yang sama terhadap salah satu lagu yang berjudul "Answer: Love Myself". Mereka memahami bahwa lagu tersebut mengajarkan pendengarnya untuk mencintai, memaafkan, dan menerima kekurangan diri sendiri. Para informan juga mengungkapkan bahwa lagu tersebut memberikan implikasi yang besar pada diri mereka, sehingga mereka menjadi lebih sadar bahwa mencintai diri sendiri adalah hal yang penting.

Dalam teori Interaksionisme Simbolik, pikiran adalah tindakan yang menggunakan dan mengarahkan simbol-simbol menuju *Self* (Apriliani & Setiawan, 2019). Pada penelitian ini, penggemar melakukan proses berpikir ketika mendengarkan lagu BTS. Dalam wawancara, Mellisa menyebutkan bahwa faktor lain yang membentuk konsep diri adalah kompetensi, yaitu kemampuan seseorang untuk berpikir akan mempengaruhi bagaimana dia menggambarkan dirinya sendiri. Hal ini sejalan dengan unsur *Mind* pada teori Interaksi Simbolik. Mellisa mengungkapkan bahwa pada unsur *Mind*, konsep diri terbentuk ketika individu melakukan proses berpikir atau interpretasi terhadap simbol ataupun makna pesan yang didapatkan. Simbol ini bisa berupa kalimat atau bahasa, dan *gesture* atau gerak-gerik secara verbal dan nonverbal. Setiap individu memiliki kemampuan berpikir yang berbeda-beda, tergantung bagaimana dia menginterpretasi simbol-simbol yang didapatkan dalam pikirannya.

Dalam penelitian ini, pesan dalam lirik lagu diinterpretasikan oleh pendengar sesuai dengan kemampuan mereka. Oleh sebab itu, ketika penggemar BTS merasa bahwa lagu yang didengarkan sesuai dengan pengalamannya, maka hal itu akan membentuk konsep dirinya. Misalnya, ketika penggemar mendengarkan lagu yang memiliki nuansa positif, maka sangat memungkinkan apabila mereka menginterpretasikan lagu itu secara positif juga. Ketika ada lagu yang liriknya dibuat untuk memotivasi, maka pendengar juga akan memotivasi dirinya untuk menjadi pribadi yang lebih positif.

Pembentukan Konsep Diri dalam Diri Individu (*Self*)

Berdasarkan hasil penelitian, penggemar merasakan adanya implikasi pada cara pandang mereka terhadap diri mereka sendiri. Penggemar juga menjadi mampu

mencintai dirinya sendiri, tanpa menjadi egois dan tetap mempertimbangkan kepentingan orang lain. Informan I mengatakan bahwa ia mampu mengutamakan dirinya, namun ia juga tetap mengingat untuk berpikir dua kali sebelum menilai orang lain. Informan II mengatakan bahwa ia mampu menjalani kehidupan sesuai dengan keinginannya, dan menjadi lebih mengapresiasi orang-orang di sekitarnya. Informan III merasakan implikasi dalam hal menerima dirinya sendiri, dan menjadi lebih menghormati dan menghargai orang lain. Kemudian, informan IV merasakan perubahan pada dirinya dalam hal mencintai diri sendiri, dengan tetap menghargai perasaan orang lain.

Pada teori Interaksionisme Simbolik, diri (*self*) adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai objek dari sudut pandang orang lain atau masyarakat (Purnamasari, 2017). Dalam penelitian ini, konsep diri penggemar BTS juga terbentuk dari dalam dirinya sendiri. Mellisa mengungkapkan bahwa faktor lain yang mempengaruhi konsep diri seseorang adalah faktor aktualisasi diri, yaitu bagaimana seseorang menunjukkan jati dirinya. Dalam teori Interaksi Simbolik, Mellisa mengatakan bahwa unsur *Self* adalah diri individu yang terbagi menjadi dua, yaitu individu sebagai subjek (*I*) dan individu sebagai objek (*Me*). Ketika menjadi "*I*", individu akan melakukan tindakan spontanitas yang menurutnya benar dengan tujuan untuk menjadi dirinya sendiri. Sedangkan ketika menjadi "*Me*", individu akan bertindak sebagai akibat dari interaksi ataupun interpretasi dari sosialnya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa ada proses berpikir ketika individu menjadi "*Me*". Pernyataan ini sejalan dengan pengalaman penggemar yang mampu menjadi dirinya sendiri melalui lagu "Answer: Love Myself", namun juga mampu mempertimbangkan situasi dan kondisi lingkungan sekitarnya tanpa menjadi egois.

Pembentukan Konsep Diri dalam Kehidupan Sosial (*Society*)

Berdasarkan hasil penelitian, penggemar merasakan implikasi dalam hal hubungan komunikasi dengan orang lain. Informan I dan II merasa menjadi lebih terbuka dengan orang lain, dan informan III merasa menjadi mudah bergaul. Informan II dan IV menjadi lebih dekat dengan teman sesama penggemar. Menurut Mead, masyarakat sebagai pola interaksi dan pranata sosial hanyalah sekumpulan respons yang biasa terjadi atas pola-pola interaksi yang berlangsung (Purnamasari, 2017). Dalam penelitian ini, penggemar BTS mengalami adanya implikasi pada kehidupan interaksinya dengan orang lain. Menurut Mellisa, faktor lain yang juga mempengaruhi pembentukan konsep diri adalah pengalaman yang terbentuk karena adanya interaksi dengan orang lain. Dalam teori Interaksi Simbolik pada unsur *Society*, Mellisa mengungkapkan bahwa konsep diri bisa terbentuk karena adanya interaksi dengan orang lain. Melalui orang lain, maka individu dapat mengenal dirinya sendiri, dan kemudian akan membentuk konsep diri. Dalam penelitian ini, penggemar merasakan adanya perubahan dalam proses komunikasi interpersonalnya setelah memahami lagu BTS. Ada yang menjadi lebih terbuka dengan orang lain, ada pula yang hubungannya semakin erat dengan orang lain.

Konsep Diri Penggemar

Konsep diri adalah gambaran atau cara pandang seseorang tentang dirinya sendiri, yang berupa kombinasi dari keyakinan tentang dirinya sendiri, seperti karakteristik fisik, psikologis, sosial, emosional, aspirasi, dan prestasi (Triwahyuni, 2020). Penggemar BTS mampu menggambarkan dirinya sendiri setelah memahami makna pesan dalam lirik lagu BTS. Dalam wawancara, informan Mellisa mengatakan

bahwa konsep diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya, menilai dirinya, dan berpikir tentang dirinya, baik secara fisik, mental, pikiran, atau pengaruh orang lain. Penggemar BTS menggambarkan dirinya mereka sebagai individu yang positif, secara fisik dan emosional. Mereka mencintai diri sendiri tanpa menjadi egois, sehingga tetap mempertimbangkan orang-orang di sekitarnya.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka dapat ditarik disimpulkan, yaitu: (1) penggemar melakukan proses berpikir ketika mendengarkan lagu BTS, yaitu mengartikan, memaknai, dan memberikan pemahaman terhadap makna pesan dalam lirik lagu BTS; (2) makna pesan dalam lirik lagu BTS membentuk konsep diri penggemar dari dalam dirinya masing-masing. Penggemar dapat menjadi dirinya sendiri tanpa menjadi egois, sehingga tetap mempertimbangkan lingkungan sekitarnya; dan (3) makna pesan dalam lirik lagu BTS membentuk konsep diri penggemar dalam proses komunikasi dengan orang lain. Penggemar merasakan adanya peningkatan kualitas hubungannya dengan orang lain, baik sesama penggemar, maupun di luar sesama penggemar.

Penelitian ini juga menghasilkan temuan menarik yaitu penggemar yang menganggap BTS sebagai *significant others* bagi mereka, yaitu orang yang dianggap penting bagi hidup mereka. Oleh karena itu, mereka menyukai lagu-lagu BTS, mendengarkannya dengan seksama, hingga memaknai lirik yang ada di dalamnya.

Saran akademis penelitian ini yakni bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan konsep interaksi parasosial, sehingga bisa ditemukan banyak hal baru terkait efek media massa yang dialami oleh para penggemar setelah berinteraksi dengan idolanya melalui media massa. Sementara itu, saran praktis, pihak-pihak pada kalangan musisi dapat menghasilkan karya yang mampu memberikan pesan positif kepada pendengarnya, sehingga semakin banyak orang yang terinspirasi dan termotivasi oleh makna pesan positif tersebut.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107–120. <https://doi.org/10.30870/HERMENEUTIKA.V5I2.7234>
- Ardiansyah, Y. (2017). *Makna Kritik Sosial dalam Lirik Lagu (Analisis Hermeneutika Dalam Lirik Lagu "Humaniora, Perahu Kota, Dan Insan Loba" Karya Innocenti*. (Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang). <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/35174>

- Dhemy, P. (2012). *Profesi Saya Terlarang Studi Kasus Mengenai Konsep Diri Mahasiswa yang Berprofesi sebagai Gigolo*. (Tesis S1, Universitas Negeri Yogyakarta). <https://eprints.uny.ac.id/9718/>
- Fardilla, D. (2017). *Peranan Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak (P2TP2A) dalam Pencegahan Pelecehan Seksual terhadap Anak di Kota Pekanbaru* (Tesis Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <https://repository.uin-suska.ac.id/18144/>
- Fathonah, S., Paramita, S., & Utami, L. S. S. (2019). Makna Pesan dalam Tari Tradisional (Analisis Deskriptif Kualitatif Makna Pesan dalam Kesenian Tari Piring). *Koneksi*, 3(1), 99–104. <https://doi.org/10.24912/KN.V3I1.6151>
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Ismail. (2022). 5 Perjalanan Karier BTS, Umumkan Hiatus Setelah Luncurkan Album Proof. *Suara.Com*. <https://www.suara.com/entertainment/2022/06/15/190100/5-perjalanan-karier-bts-umumkan-hiatus-setelah-luncurkan-album-proof?page=2>
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–136. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Mardianinta, W. (2016). *Perilaku Prosocial pada Scooterist Vespa Ekstrim di Semarang*. (Tesis, Universitas Katolik Soegijapranata). <http://repository.unika.ac.id/13160/>
- Molina, E., & Hee Young, Y. (2022). No. of global Hallyu fans sees 17-fold jump to 150M in 10 years. *Korea.net*. <https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=211458>
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, VIII(1). <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JKB/article/view/639/408>
- Nuryanti, A. (2019). *Representasi Lirik Lagu “Answer: Love Myself” (Discourse Analysis on Answer: Love Myself Produced by Beyond The Scene)*. (Tesis Diploma, Universitas Bina Darma). <http://repository.binadarma.ac.id/id/eprint/111>
- Purnamasari, D. (2017). *Konsep Diri pada Penari Androgini (Studi Kasus pada Kelompok Penari Laki-laki WAP Crew)*. (Tesis Skripsi, Universitas Airlangga). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/70679>
- Radityama, D. R. D. (2021). *Pesan Konsep Diri dalam Lirik Lagu dari Beyond The Scene (BTS) Studi Analisis Semiotika Roland Barthes*. (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/46045>
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Trinanda, E. R., & Abidin, S. (2019). Analisis Semiotika dari Lirik Lagu Esok Kan Bahagia yang Dipopulerkan oleh Group Band D’Masiv. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2). https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2603
- Triwahyuni, Y. (2020). *Konsep Diri Penggemar K-Pop (Studi Mahasiswa Penggemar K-Pop Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau)* (Tesis, Universitas Islam Riau). <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/6559>
- Utami, L. S. S. (2020, Desember). *Hallyu Rengkuh Pasar Indonesia: Soft Power Budaya Pop lewat Media Digital*. Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi

Kreatif. PT Gramedia Pustaka Utama.
https://www.researchgate.net/publication/366094406_Hallyu_rengkuh_Pasar_indonesia_Soft_Power_Budaya_Pop_lewat_media_Digital
Wardani, A. S. (2022). Warganet Indonesia Paling Ramai Bicarakan Soal K-Pop di Twitter. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4870876/warganet-indonesia-paling-ramai-bicarakan-soal-k-pop-di-twitter>