P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

Representasi *Hopelessness* dalam MV BTS Spring Day (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Vinta Sevilla[1], Ratu Nadya Wahyuningratna[2]
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta[1,2]
E-mail: vintasevilla@upnvj.ac.id[1], ratunadyaw@upnvj.ac.id[2]

ABSTRAK

Musice Video merupakan salah satu alat komunikasi efektif untuk menyampaikan sebuah pesan. Dari segi sinematografi, lirik hingga properti dapat menjadi sebuah sarana untuk menyampaikan suatu ide. Pesan yang disampaikanpun beragam, mulai dari cerita percintaan, kesedihan, pertemanan hingga perasaan kesepian. Satu hal yang ekstrim, pesan-pesan seperti kesehetan mental yang terganggu hingga keinginan untuk bunuh diri pun saat ini bdapat disampaikan dalam sebuah *music video*. Salah satunya *adalah music video* Spring Day milik boyband asal Korea Selatan, BTS. Grup yang selalu sukses menuangkan ide mereka dalam lirik lagu-lagunya kali ini ingin menyampaikan pesan tentang bagaimana anak muda dapat kehilangan harapan karena kerinduan yang mendalam terhadap sosok yang sangat berarti baginya. Peneliti akan menganalisa *music video* tersebut menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mencari representasi *hopelessness* yang digambarkan dalam lirik dan visualisasinya.

Kata kunci : BTS, *Hopelessness, Music Video,* Semiotika, Spring Day

ABSTRACT

Music Video is one of the effective communication tools to convey a message. In terms of cinematography, lyrics to properties can be a means to convey an idea. The messages conveyed varied, ranging from stories of love, sadness, friendship to feelings of loneliness. One thing is extreme, messages such as disturbed mental health to suicidal ideation can now be conveyed in a music video. One of them is the Spring Day music video belonging to the South Korean boy band, BTS. This group, who always succeeds in putting their ideas into the lyrics of their songs, wants to convey a message about how young people can lose hope because of a deep longing for someone who means a lot to them. The researcher will analyze the music video using Roland Barthes' semiotic analysis to find a representation of hopelessness which is described in the lyrics and visualization.

Keyword : BTS, *Hopelessness, Music Video,* Semiotic, Spring Day

1. PENDAHULUAN

Media merupakan salah satu sarana komunikasi dalam masyarakat. Bentuk dari media pun sangat beragam, diantaranya media cetak, elektronik dan kini yang paling dkat dengan masyarakat yaitu media *online*. Keberadaan media *online* dapat memudahkan masyarakat menikmati suatu informasi ataupun berita serta hiburan melalui internet. Internet merupakan jenis media massa baru dan populer di Indonesia pada tahun 1996. Saat ini di Indonesia media cetak seperti koran telah memiliki alamat website resmi sehingga memudahkan para pembaca untuk menikmati berita yang tertulis di koran tanpa harus membeli koran

Alamat website bukan hanya dimiliki atau dibuat oleh suatu lembaga yang bergerak di dalam penyiaran informasi melainkan dibuat juga oleh orang perorang atau suatu lembaga lain yang membutuhkan website sebagai

penyalur informasi mengenai lembaganya kepada publik, misalnya *website* suatu universitas, kantor kementerian agama dan lain sebagainya. Kemudian media siaran, radio dan televisi. Berbagai radio dan televisi swasta kini telah menjajahkan diri di dunia *online* guna menyampaikan pesan kepada khalayak yang kemungkinan tidak sempat menikmati isi siaran melalui radio dan televisi secara langsung.

Media *online* merupakan sebuah media baru yang mana membutuhkan jaringan internet dalam mengaksesnya. Salah satu media *online* yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu Youtube. Youtube diketahui sebagai media sosial dan menjadi bagian dari media baru. Salah satu kelompok penyanyi yang memanfaatkan media baru internet ini yaitu BTS (Bangtan Sonyeondan) atau juga dikenal dengan Bangtan Boys.

Lagu "Spring Day" dirilis di tahun 2017 dalam album berjudul "*You Never Walk Alone"*. Lagu ini disukai para Army karena menjadi penyemangat mereka disaat pendengarnya sedang merasa 'down'. Semenjak dirilis pada tanggal 13 Februari 2017 yang lalu, lagu "Spring Day" menjadi lagu yang bisa dikatakan legendaris dikarenakan menjadi lagu favorit dan berada di tangga lalu posisi teratas dalam 5 tahun setelah dirilis.

Lagu tersebut kemudian di upload di kanal Youtube, dan hingga 28 Juni 2022 ini memiliki viewers sejumlah 9,4 juta kali tayang. Lagu ini memiliki melody yang lembut dan bisa memenangkan hati para masyarakat Korea di tahun itu. Berdasarkan artikel "Lagu 'Spring Day' BTS Menjadi Lagu Legendaris yang Tidak Pernah Keluar Chart Sejak 5 tahun Dirilis" pada prsoloraya.pikiran-rakyat.com lagu ini menjadi salah satu yang dijuluki sebagai lagu zombie karena eksistensinya di tangga lagu sampai dengan tahun 2022 ini.

Video MV Spring Day ini berdurasi 5 menit 28 detik dengan menampilkan adegan yang secara umum dengan ekspresi datar dan sepi. Berdasarkan lirik lagunya, lagu ini menggambarkan tentang suasana hati. Dalam sebuah wawancara yang dilakukan saat rilis MV tersebu, Rap Monster mengungkapkan lagu utama mereka 'Spring Day' sebenarnya berdasarkan dari pengalaman pribadinya dengan Suga. "Kami menulis (lagu) seperti apa yang mungkin setiap orang akan rasakan. Jadi sepertinya akan banyak yang merasa terhubung," ungkapnya.

Pada penelitian ini penulis mengangkat tentang *hopelessness* atau keputusasaan diri, dimana *hopelessness* memiliki arti keadaan individu dengan kondisi lelah secara kognitif dan merasa putus asa. *Hopelessness* dapat disebabkan oleh beberapa faktor dan ditunjukkan dalam bentuk perilaku. Tentunya apabila seseorang mengalami *hopelessness* dan menunjukkannya dalam bentuk perilaku dipengaruhi serta mempengaruhi aspek lain dalam dirinya maupun lingkungan seseorang tersebut.

Pada MV tersebut banyak sekali adegan yang melihatkan kesendirian dan kesepian. Maka dari itu, penulis tertarik melihat aspek *hopelessness* dari MV tersebut dalam aspek komunikasi yang disampaikan secara nonverbal.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis akan meneliti tentang representasi *hopelessness* pada MV Lagu BTS berjudul Spring Day menggunakan semiotika Roland Barthes.

2. LANDASAN TEORI

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu proses bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media massa. Komunikasi massa akan efektif jika pesan-pesannya sampai ke khalayak dan menciptakan perubahan-perubahan tertentu

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

sesuai dengan yang dimaksudkan komunikatornya.

Isi pesan dalam setiap jenis komunikasi dibedakan oleh ciri-ciri tertentu, sama halnya denga komunikasi massa. Menurut Vera (Vera, 2016) karakteristik isi pesan komunikasi massa antara lain sebagai berikut.

1.*Novelty* (sesuatu yang baru): berkaitan dengan aktualitas, bahwa suatu berita akan menarik khalayak jika merupakan hal-hal yang baru.

2.*Proximity* (kedekatan/jarak): artinya kedekatan atau jarak terjadinya suatu peristiwa dengan tempat dipublikasikannya peristiwa itu mempunyai arti penting.

3.*Popularita*s: peliputan tentang tokoh, organisasi, tempat dan waktu yang penting dan terkenal selalu menarik perhatian khalayak. Apa pun yang dilakukan oleh bintang film, penyanyi, presiden, wakil rakyat, atlet; semuanya menarik untuk diberitakan baik yang berkaitan dengan profesinya maupun urusan pribadi.

4.Pertentangan/konflik: hal-hal yang mengungkapkan pertentangan selalu menjadi bahan berita, peristiwa perang, pemilu, konflik perorangan, konflik antarorganisasi, dan lain-lain.

5.Komedi/humor: acara-acara lawak sangat disukai, terutaa untuk menghilangkan kejenuhan.

6.Seks dan keindahan: kedua unsur ini bersifat universal dan menarik perhatian khalayak. Tidak heran jika media massa, baik cetak maupun elektronik selalu menyelipkan sesuatu yang mengandung unsur seks dan keindahan. Cerita-cerita romantis, artis/aktor seksi yang berpenampilan menarik selalu menjadi daya tarik tersendiri.istilah asing yang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia, tuliskan *italic* (miring). Jika istilah tersebut sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia atau sudah lazim di dunia informatika, seperti monitor, tidak perlu Anda tulis miring.

2. Media Video Klip

Media baru (*new media*) merupakan sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Media baru juga mengubah fungsi media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa. Hal ini melampaui fungsi dan bentuk media massa yang ada selama ini, yaitu media cetak dan elektronik. Yang termasuk dalam kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia (Vera, 2016). Video klip merupakan suatu bentuk dari komunikasi massa dikarenakan terdapat unsur media sebagai penghubung antara penyampai pesan dan penerima pesan. Video klip adalah salah satu bentuk komunikasi yang meyampaikan pesan dengan menggunakan audio visual. Video klip adalah bentuk visualisasi nyata dari musik yang diciptakan oleh musisi.

3. Semiotika

Semiotika adalah studi mengenai tanda (signs) dan simbol yang merupakan tradisi penting dalam pemikiran tradisi komunikasi. Tradisi semiotika mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan dan sebagainya yang berada di luar diri. Studi mengenai tanda tidak saja memberikan jalan atau cara dalam mempelajari komunikasi tetapi juga memiliki efek besar pada hampir setiap aspek yang digunakan dalam teori komunikasi (Morisson, 2009, dikutip dari Syariudin, 2018, h. 5).

Semiotika Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan pertandaan *(staggered system*), yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkattingkat, yaitu tingkat denotasi (*denotation)* dan konotasi (*connocation).* Selain itu, Roland Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatanya. Tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbirter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (Vera, 2016).

3. METODOLOGI

1. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Seorang ahli semiotika, Roland Barthes melibatkan keberadaan mitos dalam model semiotika yang dikembangkannya. Barthes merumuskan suatu teori tentang mitos yang mendasari tulisannya dalam *Mythologie*. Barthes mengungkapkan bahwa saat ini mitos adalah sebuah pesan-bukan konsep, gagasan, ataupun objek (Gora, 2016, hl. 165). Penggunaan metode analisis semiotika Roland Barthes digunakan oleh peneliti untuk mengetahui secara detail representasi *hopelessness* direpresentasikan dalam video musik BTS berjudul Spring Day, dimana proses pembentukan makna oleh semiotika bersifat intensional dan memiliki motivasi.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.Data Primer didapat dari potongan video BTS berjudul Spring Day dari *video clip* yang diunggah di Youtube oleh akun Big Hit Labels dan menganalisa beberapa potongan scene dalam bentuk Bahasa inggrisnya.

2.Data Sekunder, yaitu data pendukung yang akan melengkapi data primer yang diperoleh dengan mengutip dari sumber lain, melalui buku-buku diperpustakaan, artikel dan internet yang dapat menunjang serta melengkapi penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

BTS atau yang dikenal dengan Bangtan Sonyeondan atau nama asing mereka yaitu Beyond the Scene merupakan *boygroup* asal Korea Selatan besutan produser kenamaan Bang Sihyuk.

Pada 2010, Produser Bang Sihyuk mulai merekrut satu per satu anggota, hingga terkumpul tujuh remaja yakni Kim Nam Joon (RM), Kim Seok Jin (Jin), Min Yoon Gi (Suga), Jung Ho Seok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), Kim Tae Hyung (V), dan Jeon Jung Kook (Jungkook).

Produser Bang memberi kebebasan kepada member BTS untuk membuat lagu dan menulis lirik. Lagu-lagu dalam albumnya pun menggambarkan tekanan kehidupan remaja modern di Korea Selatan. Setelah lagu dirilis dan koreografi dibuat, BTS melakukan debut pada 13 Juni 2013 (Saptoyo, 2022).

Gambar 1. Para Personil BTS
(Sumber. Kompas.com)

Walau hanya berasal dari perusahaan kecil, BTS dapat “merangkak” dengan pasti menjadi salah satu boyband paling kaya dan terkenal di dunia. Prestasi mereka pun tak main-main, beberapa di antaranya adalah masuk nominasi ajang musik bergengsi internasioanl seperti Billboard Music Award dan Grammy Awards.

Beberapa prestasi yang didapat oleh BTS adalah:

1. BTS berhasil jadi musisi Korea Selatan pertama yang tampil di 4 penghargaan musik terbesar yang paling prestisius, yaitu Grammy Awards, American Music Awards, Billboard Music Awards, dan MTV Video Music Awards.
2. Music video dari single terbaru BTS ‘Dynamite’ berhasil mencatat rekor YouTube sebagai MV dengan penonton terbanyak dalam 24 jam pertama, dengan 101,1 juta penonton.

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

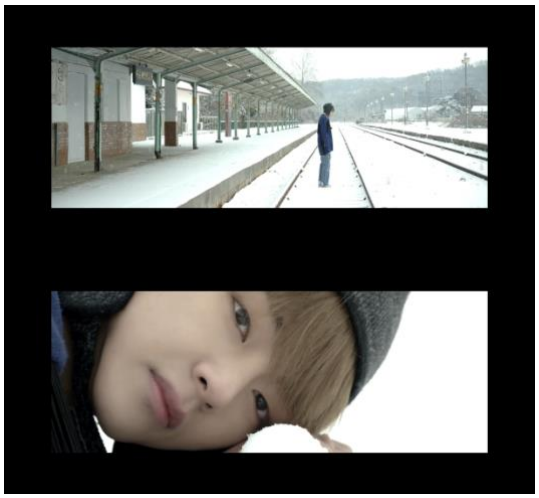
3. selama 3 tahun lebih berturut-turut BTS berhasil menduduki posisi Top Social 50 chart setiap minggunya dan belum pernah sekalipun turun dari tahta ini. Secara total, sampai saat ini mereka sudah menempati posisi ini selama 194 minggu berturut-turut.
4. 4 album BTS berhasil memuncaki chart Billboard 200 ini di nomor 1, yaitu Love Yourself: Tear, Love Yourself: Answer, Map of the Soul: Persona, dan Map of the Soul: 7 (Novanda, 2020).

Lagu Spring Day sendiri menjadi sebuah "gong" bagi BTS untuk menembus pasar internasional dan membuat mereka lebih dikenal di dunia. Lagu ini merupakan bagian dari album mereka yang berjudul You Never Walk Alone yang Music Videonya dirilis pada tanggal 13 Februari 2017.

Video klip Spring Day berhasil ditonton oleh hampir 10 juta orang selama 24 jam pertama. Lebih tepatnya, Spring Day ditonton sebanyak 9.447.661 kali. Spring Day juga lagu pertama dari BTS yang mampu menembus peringkat 15 Bubbling Under Hot 100 Chart Billboard. Lagu itu juga yang membawa BTS menerima empat penghargaan musik (Juniman, 2017).

Lirik Lagu Spring Day sendiri memiliki makna yang sangat indah, yaitu tentang kerinduan akan seorang sahabat. Namun saat *Music Videonya* dirilis pada 12 Februari 2017 pada kanal Youtube Hybe Labels, para penonton khususnya fans berat *boyband* ini begitu takjub dengan sinematografi yang disuguhkan. Seperti yang sudah diketahui oleh orang banyak bahwa setiap lagu dan *music video* milik BTS selalu mengandung makna lebih dan teori yang saing berkaitan.

Pesan yang disampaikan pun juga sangat baik disampaikan, para member BTS terkenal dapat menulis lirik lagu mereka sendiri. Isu-isu seperti kesehatan mental, percintaan, persahabatan, harapan dan bahkan keputusasaan dapat dengan apik mereka sampaikan dalam lirik lagu yang mereka buat. Untuk itu penulis ingin mengkaji lebih jauh mengenai representasi tenang *hopelessness* dalam *music video* Spring Day milik BTS yang masih sangat *booming* di Korea Selatan bahkan di dunia walaupun sudah berumur lebih dari 5 tahun ini.



Gambar 2. *Scene* 1 & 2
(sumber: akun Youtube Hybe Labels)

Makna denotasi: seorang anak laki-laki sedang berdiri di tengah rel kereta api yang kosong, sesaat kemudian ia menempelkan telinganya di rel kereta dan seolah mendengar suara kereta api yang lewat.

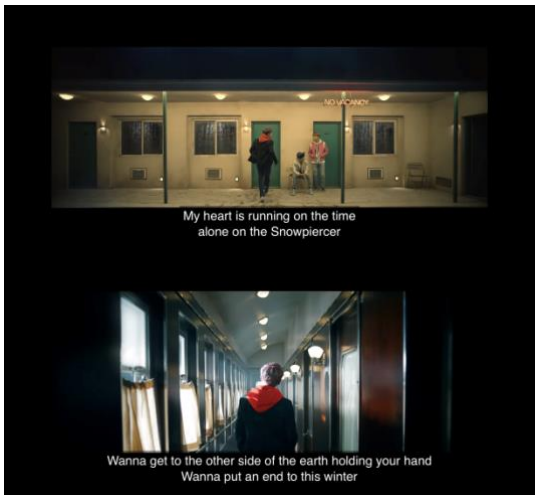
Makna konotasi: seorang anak laki-laki bernama Taehyung yang napak kesepian dan berdiri di tengah stasiun kereta api yang kosong, lalu menempelkan telinganya di rel kereta yang bersalju seakan berkhayal akan ada kereta yang lewat.

Mitos: apa yang dilakukan oleh Taehyung seolah mengisyaratkan bahwa ia merindukan sesuatu, merasa putus asa sambil berharap bahwa kereta akan datang membawa seseorang yang ditunggunya.

Apa yang terjadi pada Tehyung ini menjadi salah satu dimensi *hopelessness* yaitu *feeling about the future*, di mana ia mengukur yang ada di sekitar asosiasi yang

bernada positif seperti harapan dan antusiasme, senang, kepercayaan dan waktu yang baik (Khairunnisa, 2018). Ia seakan memiliki harapan sekaligus rasa putus asa bahwa sesuatu yang sebenarnya tidak akan terjadi akan terjadi dengan keyakinannya kereta api akan datang membawa seseorang yang ditunggunya.

Dalam hal ini dapat terlihat bahwa adanya harapan yang dirasakan oleh Taehyung terhadap sesuatu. Dimana menanti disebuah rel kereta sebuah moda transportasi yang mana seseorang diharapkannya untuk datang padanya. Harapan yang dirasakan oleh manusia itu adalah sebuah kepastian. Sebagaimana harapan merupakan emosi yang diarahkan oleh kognisi dan dipengaruhi oleh kognisi dan kondisi lingkungan.



Gambar 3. *Scene* 3&4
(sumber: akun Youtube Hybe Labels)

Lirik: *"My heart is running on the the time alone on the Snowpiercer, wanna get to the other side of the earth holing your hand, wanna put an end to this winter"*

Makna denotasi: seorang laki-laki yang sedang berjalan menuju sebuah rumah penginapan, di depan pintu itu bertemu dengan 2 laki-laki lainnya. Lalu saat membuka pintu, ia malah mesuk ke dalam lorong sebuah gerbong kereta tua.

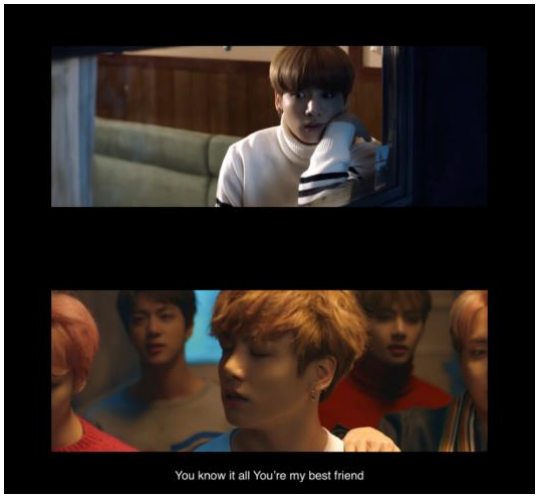
Makna konotasi: seorang laki-laki yaitu RM yang sedang berjalan memasuki kamar sebuah penginapan, di depan kamar tersebut ada 2 orang teman yang menyambutnya. Namun saat membuka pintu kamar ia malah "berpindah" ke sebuah gerbong kereta api tua seolah berpindah dimensi. Dari lirik yang dinyanyikan pun ia terkesan putus asa karena perjalanan yang ia lakukan adalah sebenarnya untuk mencari orang yang ia sayangi. Ia seolah tidak peduli berpindah tempat ke manapun bahkan ke ujung dunia demi bisa bertemu dengan orang tersayangnya.

Mitos: berfokus pada lirik *"my heart i running on the time alone on the Snowpiercer"*, sang penulis lagu yaitu RM BTS menyatakan bahwa film Snowpiercer adalah adalah salah satu inspirasi dalam membuat lagu Spring Day.

Film karya sutradara ternama, Joon HoBoong tersebut mensimbolisasikan masyarakat, dimana orang-orang gerbong depan kereta (kelas atas, pemerintah) menindas yang digerbong belakang kereta (orang bisa) dengan tidak manusiawi (Nihayati, 2021).

Dijelaskan pula bahwa hal ini berkaitan dengan kasus tenggelamnya kapal ferry Sewol tahun 2014 silam di mana banyak konspirasi gelap yang mengorbankan banyak nyawa siswa sekolahan yang melayang. Tragedi tersebut banyak perasaan duka yang mendalam bahkan *hopelessnes* yang mengakibatkan perasaan depresi bagi keluarga yang ditingalkan. Tragedi ini juga seakan berkaitan dengan alur cerita dari film Snowpiercer tersebut. Dan dari lirik serta visual yang ditampilkan pun seolah RM ingin sekali bertemu dengan orang yang disayangnya yaitu temannya yang entah berada di mana atau mungkin sudah tiada.

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062



Gambar 4. *Scene* 5 & 6
(sumber: akun Youtube Hybe Labels)

Lirik: *"You know it all, you're my best friend"*

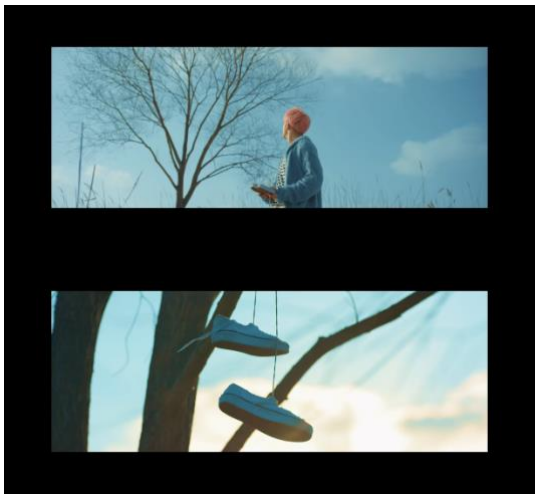
Makna denotasi: seorang anak laki-laki yang nampak kaget melihat seseorang dari balik jendela kereta api. Di saat yang sama juga seorang anak laki-laki berwajah sama juga melihat sosok tersebut dari sebuah lorong, saat itu ia sedang bersama teman-temannya.

Makna konotasi: anak laki-laki yaitu Jungkook yang sedang duduk sendirian di dalam kereta api tiba-tiba kaget kaena melihat seuatu. Ternyata yang dilihatnya adalah *doppelganger* yaitu orang yang sama persis dengannya. Orang tersebut yang saat itu sedang bersama teman-temannya juga kaget karena melihat sosok yang menyerupainya sedang berada di dalam kereta yang lewat di hadapannya.

Mitos: *Doppelganger* adalah istilah yang berasal dari bahasa jerman yang artinya Doppel ialah *double* dan *Ganger* yang berarti *walker/goar*. Dan istilah ini merujuk kepada bayangan yang menyerupai diri yang menyertai setiap manusia di bumi (Selidik, 2018). Masyarakat percaya bahwa jika kita bertemu orang yang mirip dengan kita atau *doppelganger* kita maka akan mengalami kesialan atau merujuk pada kematian.

Namun yang digambarkan dalam scene tersebut bisa saja terjadi karena halusinasi yang dirasakan oleh Jungkook. Di mana ia juga sedang mencari orang yang ia sayangi yaitu sahabatnya (dijelaskan dalam lirik lagu di scene tersebut), sehingga karena ia merasa sangat putus asa akhirnya melihat sesuatu yang sebarnya tidak ada atau halusinasi semata.

Halusinasi pada prinsipnya dapat membuat manusia jauh memikirkan hal-hal yang sebenarnya belum tentu terjadi. Dimana halusinasi merupakan salah satu gangguan persepsi yang dirasakan oleh seseorang apakah melihat ataupun mendengar sesuatu yang sebenarnya tidak ada. Adapun satu waktu halusinasi dapat membahayakan seseorang, yaitu dapat mengancam diri sendiri ataupun orang lain.



Gambar 5. *Scene* 7 & 8
(sumber: akun Youtube Hybe Labels)

Makna denotasi: seorang anak laki-laki yang sedang memegang sepasang sepatu ia memandangi pohon tak berdaun yang ada di dekatnya, tak lama kemudian sepatu yang digenggamnya telah tergantung di atas pohon itu.

Makna konotasi: seorang anak laki-laki yaitu Jimin yang membawa-bawa sepatu lalu memandang sebuah pohon besar di dekatnya, tak lama kemudian sepatu yang dipegangnya sudah tergantung di atas pohon

tersebut. Mengisyaratkan bahwa sepatu tersebut milik seseorang dan ia ingin meningalkan kenangan tentang orang itu dengan menggantung sepatu tersebut.

Mitos: menggangtung sepatu di suatu tempat dapat menjadi pertanda buruk, dipercaya bahwa hal tersebut akan membawa kematian, kemalangan, dan bahkan menyebabkan masalah kesehatan serius bagi anggota keluarga (jika sepatu tersebut digantung di dalam rumah) (Priyanto, 2017).

Menggantung sepatu di suatu tempat yang tinggi juga dapat mengisyaratkan bunuh diri, dan hal tersebut berkaitan dengan kehilangan harapan. *Hopelessness* itu sendiri berarti tidak ada harapan, perasaan bahwa harapan telah dihancurkan atau menghadapi dilema yang tidak dapat dipecahkan (Khairunnisa, 2018).

Sepatu memiliki makna dalam tradisi dan kepeercayaan orang-orang. Hal ini tergambar pada mitos-mitos yang ada pada masyarakat. Seperti contohnya yaitu tidak baik menggantungkan sepatu didalam rumah yang mana akan mengundang kemalangan. Dan juga terdapat mitos lainnya seperti sepatu seseorang yang telah meninggal, akan lebih baik diberikan kepada orang lain, karena hal ini dapat mengundang hal yang negatif.

Namun berdasarkan scene ini juga dapat diartikan bahwa Jimin yang membawa sepatu milik seseorang yang sangat berarti baginya, dan ketika ia kehilangan harapan untuk bertemu dengan pemilik sepatu tersebut, ia memutuskan untuk menggantung sepatu tersebut di atas pohon dengan tujuan untuk melupakan kenangan akan si pemilik sepatu.

5. KESIMPULAN

Music video Spring Day milik BTS ini digadang-gadang terinspirasi dari peristiwa tenggelamnya kapal Feri Sewol. Peristiwa terjadi pada 16 April 2014, tenggelamnya Kapal Sewol bermula ketika Kapal Feri ini berlayar dari Incheon menuju Pulau Jeju, Korea Selatan. Pada saat itu, Kapal Sewol mengangkut 476 orang, yang mayoritas adalah murid Danwon High School Kota Ansan yang melakukan perjalanan darma wisata (Laksmiwati, 2022).

Saat tragedi itu terjadi, seluruh warga negara Korea Selatan merasakan kesedihan yang mendalam. Perasaan *hopelessness* pun merasuki tak hanya keluara tetapi juga kerabat dan teman-teman korban. Setiap tanggal 16 April setelahnya selalu dirayakan sebagai peringatan kematian dari tenggelamnya kapal Feri Sewol, hampir semua masyarakat negeri gingseng tersebut menggunakan pin pita berwarna kunig sebagai bentuk kehormatan terhadap korban.

Dari *music video* Spring Day tersebut, *hopelessness* atau perasaan kehilangan harapan cukup apik digambarkan. Seperti salah satunya di *scene* 1 & 2 serta 7 & 8 di mana Taehyung dan Jimin seolah merasa putus asa dan kehilangan harapan karena menunggu orang yang mereka sayangi, yaitu sahabat mereka yang tidak akan kembali.

Sebuah emosi yang digambarkan dari setiap scne memiliki makna yang mendalam, didukung dengan ekspresi wajah para penyanyinya yang juga berperan sebagai model dalam music video tersebut. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan mendengarkan lagu melalui suara atau pemutar suara saja tidak mendapatkan ‘rasa’ yang dimiliki dalam musik video. Musik video memiliki makna yang lebih mendalam dan membuat penikmatnya menjadi hanyut akan alur yang ada.

Musik video dari lagu ini mencurahkan ragam rasa dan emosi kepada pendengar dan penontonnya, sehingga menurut hemat penulis dengan jumlah penonton yang lebih dari 492 juta ini menjadi sangat wajar dan merupakan salah satu prestasi untuk *boygroup.*

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

DAFTAR PUSTAKA

Juniman, P. (2017, Juli 20). *CNN Indonesia*. Diambil kembali dari CNN Indonesia: https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170720144310-227-229186/spring-day-cetak-rekor-musik-baru-bagi-bts

Khairunnisa, K. (2018). *Pengaruh Dukungan Sosial dan Hopelessness terhadap Ide Bunuh Diri.* Jakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UIN Jakarta.

Laksmiwati, R. (2022, Agustus 2). *Tempatbalas.com*. Diambil kembali dari Tempatbalas.com: https://tempatbalas.com/teori-mv-bts-spring-day/

Ma'ruf, A. (1999). *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam.* Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu.

Natanael, C. (2022, Februari 19). *Berita Solo Raya*. Diambil kembali dari Berita Solo Raya: https://prsoloraya.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1113779431/lagu-spring-day-bts-menjadi-lagu-legendaris-yang-tidak-pernah-keluar-chart-sejak-5-tahun-dirilis

Nihayati, A. (2021, Juni 29). *Sragen Update*. Diambil kembali dari Sragen Update: https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertaiment/pr-1842133662/3-teori-mv-spring-day-bts-rilis-sebulan-sebelum-pemakzulan-presiden-ada-kaitan

Novanda, A. (2020, September 1). *IDN Times*. Diambil kembali dari IDN Times: https://www.idntimes.com/hype/entertainment/asti-novanda/prestasi-bts-sejarah-baru-c1c2?page=all.

Priyanto, Y. T. (2017, Januari 31). *Merdeka.com*. Diambil kembali dari Merdeka.com: https://www.merdeka.com/gaya/7-mitos-sepatu-yang-dapat-pengaruhi-karir-dan-kekayaan-kamu.html

Saptoyo, R. D. (2022, Juni 15). *Kompas.com*. Diambil kembali dari Kompas.com: https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/15/202100882/kilas-balik-prestasi-dan-rekor-bts-yang-dicapai-dalam-9-tahun-?page=all.

Selidik. (2018, Juni 1). *Kumparan*. Diambil kembali dari Kumparan: https://kumparan.com/creeps/doppelganger-bayangan-yang-menyerupai-diri-sendiri

Vera, N. (2016). *Semiotika dalam Riset Komunikasi.* Bogor: Ghalia Indonesia.