

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Untuk Menyusun penelitian ini, peneliti mengambil berbagai sumber sebagai referensi untuk menjadi tolak ukur serta mempermudah penelitian ini. Penelitian sejenis dalam kajian literatur memudahkan penulis dalam menentukan Langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Ada 3 penelitian sejenis yaitu:

1. Penelitian oleh Rafi Maulidhani Utama pada tahun 2023, dengan judul *“Analisis Isi Pesan Moral Utilitarianisme Dalam Video Klip Feel Special TWICE”* di Universitas Telkom Bandung Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pesan moral yang terdapat dalam video klip *Feel Special* TWICE dengan menggunakan analisis isi kualitatif model John Fiske, yang memisahkan pesan menjadi dua bentuk yaitu pesan manifest yang tampak secara visual dan pesan laten yang tersembunyi di balik simbol-simbol naratif. Melalui pendekatan ini, penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana rangkaian adegan, ekspresi visual, warna, dan simbol di dalam video klip membentuk makna moral utilitarianisme, serta bagaimana pesan tersebut dapat memengaruhi pandangan penonton terhadap kehidupan, khususnya terkait nilai perjuangan, penerimaan diri, dan makna dukungan sosial. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga mengungkap bagaimana

dan makna dukungan sosial. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga mengungkap bagaimana makna moral dalam video klip *Feel Special* karya TWICE dapat membentuk interpretasi baru tentang perubahan emosi dari perasaan rendah diri menuju rasa dihargai dan “merasa spesial”.

2. Penelitian Oleh Zahwa Farahdila dan Lusya Savitri Setyo Utami pada tahun 2023, dengan judul ***“Analisis Semiotika Makna Optimisme pada Lirik Lagu K-Pop NCT Dream “Hello Future”*** di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji makna pesan yang disampaikan dalam lagu “*Hello Future*” dari NCT Dream. Pemilihan NCT Dream didasarkan pada tingginya popularitas boy group tersebut di kalangan anak muda Indonesia. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna optimism yang ada di dalam lirik lagu NCT Dream “*Hello Future*” dan mengkaji penanda juga petandanya. Penelitian ini menggunakan teori Optimisme. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Semiotika dari Saussure dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa lirik lagu “*Hello Future*” memiliki makna optimisme terhadap masa depan, dalam meraih mimpi, serta terhadap kekhawatiran pada masa-masa sulit.
3. Penelitian oleh Miftahhureszki dan M. Syukron Anshori pada tahun 2021, dengan judul ***“Analisis Makna Pesan Motivasi Dalam Lirik Lagu Kpop BTS “Answer: Love Myself.”*** di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini berfokus pada pemaknaan pesan dalam lirik lagu *Answer: Love Myself* yang menekankan pentingnya

menerima masa lalu sebagai langkah awal untuk bergerak maju. Lirik lagu ini menampilkan proses pembelajaran dan pemahaman diri yang diperlukan untuk menjadi versi terbaik dari diri sendiri, yang pada akhirnya berdampak positif pada hubungan dengan orang lain. Dalam penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana penanda, petanda dan makna pesan motivasi yang terdapat dalam lirik lagu BTS *Answer: Love Myself*. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, penelitian ini menggunakan pendekatan Semiotika Ferdinand De Saussure. Hasil dari penelitian ini ialah ditemukan dalam lirik lagu BTS *Answer: Love Myself* mengandung sebuah makna pesan motivasi yakni *selflove* atau cinta diri sendiri. *Selflove* dimaknai sebagai kondisi disaat kita dapat menerima dan mengapresiasi, menerima kelebihan dan kekurangan. Pandangan terhadap diri sendiri memiliki potensi untuk mempengaruhi kesuksesan dimanapun kita inginkan.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama dan Judul Peneliti	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Rafi Maulidhani Utama, <i>Analisis Isi Pesan Moral Utilitarianisme Dalam Video Klip Feel Special TWICE</i>	Teori Utilitarianisme	Analisis isi Kualitatif Model John Fiske	Penelitian ini menggunakan Teori Utilitarianisme Penelitian ini fokus untuk mencari makna dari video clip K-pop.	Penelitian ini mencari makna dari lirik lagu K-Pop.
2	Zahwa Farahdila dan Lusya Savitri Setyo Utami, <i>Analisis</i>	Teori Optimisme	Analisis Semiotika dari Saussure dengan	Penelitian ini menggunakan Teori Optimisme	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada Fokus

	<i>Semiotika Makna Optimisme pada Lirik Lagu K-Pop NCT Dream "Hello Future"</i>		Pendekatan kualitatif		Penelitian yang mengangkakan terkait representasi Lirik Lagu Kpop
3	Miftahhurrezki dan M. Syukron Anshori, <i>Analisis Makna Pesan Motivasi Dalam Lirik Lagu Kpop BTS "Answer: Love Myself"</i>	Teori Semiotika Ferdinand de Saussure	Analisis Semiotika dari Saussure dengan Pendekatan kualitatif	Penelitian ini menggunakan Teori Semiotika Ferdinand de Saussure	Penelitian ini mencari makna dari lirik lagu K-Pop.

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* yang berakar dari bahasa Latin *communicatus*, yang berarti berbagi atau menyampaikan sesuatu kepada pihak lain. Dalam proses komunikasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, pemikiran, maupun pesan antara individu atau kelompok untuk mencapai kesamaan pemahaman (Mustofa et al., 2025)

(Hia et al., 2020) mengemukakan bahwa komunikasi dapat dipahami melalui lima unsur utama yang dirumuskan dalam pertanyaan: "*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect*". Melalui rumusan tersebut, proses komunikasi dijelaskan dengan melihat siapa yang menyampaikan pesan, isi pesan yang disampaikan, media yang digunakan, pihak yang menerima pesan, serta dampak yang ditimbulkan dari penyampaian pesan tersebut.

Weaver (2021) mengemukakan bahwa proses komunikasi membutuhkan lima unsur penting, yaitu pengirim, pengirim pesan, sinyal, penerima, dan tujuan.

Menurut beberapa ahli dalam bidang komunikasi, antara lain:

1. Littlejohn, S. W. & Foss (2022) menyatakan bahwa "Komunikasi melibatkan pertukaran informasi dua arah antara komunikator dan penerima, menghasilkan pemahaman bersama."
2. DeVito, J.A. (2024) berpendapat bahwa "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui simbol yang menghasilkan perubahan sikap, perilaku, atau pemahaman pada penerima."(Pradana & Hariyanto, 2024)
3. McQuail, D & Deuze, M (2024) berpendapat bahwa, "Komunikasi adalah proses di mana ide dari sumber dikirimkan kepada penerima untuk memengaruhi sikap dan perilaku mereka."

Berdasarkan pandangan para pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi adalah metode atau bentuk dalam menyampaikan informasi dari komunikator kepada penerima dalam proses komunikasi yang langsung. Pola ini memungkinkan pertukaran pesan berlangsung dengan jelas sehingga mudah dipahami oleh kedua pihak dan didukung oleh tindakan yang memperkuat makna dari pesan tersebut. Selain itu, pola komunikasi juga berfungsi untuk mendorong lawan bicara agar dapat bertanya, memberikan respons, serta menyampaikan pendapat, sehingga dapat tercipta umpan balik yang mendukung komunikasi agar lebih efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan.

2.2.2. Pesan

2.2.2.1. Pengertian Pesan

Pesan dalam komunikasi mencakup semua jenis informasi, ide, gagasan, nilai, atau arti yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima melalui simbol baik verbal maupun nonverbal. Pesan bisa berupa kata-kata, tulisan, gambar, warna, simbol, ekspresi, atau elemen visual lainnya yang bisa dimengerti oleh yang menerima. Dalam komunikasi, pesan menjadi bagian yang paling penting karena makna dibangun dan dipahami melalui pesan tersebut. Pesan memiliki dua aspek utama, yaitu pesan yang terlihat langsung (*manifest*) dan pesan yang tidak tampak (*laten*), yang sering memerlukan pemahaman yang lebih dalam. Secara umum, pesan berfungsi untuk menyampaikan makna, mempengaruhi pemahaman, membentuk sikap, serta memberikan nilai atau motivasi kepada penerima sesuai dengan konteks sosial dan simbolik yang menyertainya. (Mulyana, D. (2005)

Menurut Ariesandi (2017) yang dikutip dalam (Nurhuda, 2021) menjelaskan bahwa pesan dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk, yaitu pesan verbal yang disampaikan melalui percakapan lisan maupun interaksi tatap muka, serta pesan non-verbal yang disampaikan melalui media tulisan atau bentuk lainnya. Pesan adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh si pengirim pesan. (Husna & Hero, 2022)

2.2.3. *Self Empowerment*

2.2.3.1. *Pengertian Self Empowerment*

Menurut (Rahima et al., 2024) *Self-Empowerment* atau pemberdayaan diri merupakan suatu proses yang memungkinkan individu untuk mengenali, mengembangkan, dan mengoptimalkan potensi yang dimilikinya sehingga mampu mengendalikan kehidupannya secara lebih mandiri. Konsep ini berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memahami kekuatan dan kelemahan diri, membangun rasa percaya diri, serta memiliki keyakinan terhadap kapasitas yang dimiliki untuk menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Melalui *Self-Empowerment*, individu didorong untuk mengambil kendali atas arah hidupnya sendiri, menentukan pilihan secara sadar, serta bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan yang diambil.

Selain itu, *Self-Empowerment* juga mencerminkan kemampuan individu untuk mengambil keputusan secara mandiri dan melakukan berbagai tindakan yang mendukung pertumbuhan pribadi, pemenuhan diri, serta pencapaian kesuksesan. Proses ini melibatkan pengembangan aspek psikologis seperti kepercayaan diri, harga diri, ketangguhan, dan optimisme dalam menghadapi hambatan maupun tekanan yang muncul. Individu yang memiliki tingkat *Self-Empowerment* yang baik cenderung mampu memperoleh dan mengembangkan keterampilan, pengetahuan, serta pola pikir yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Lebih lanjut, *Self-Empowerment* menekankan pentingnya tanggung jawab pribadi terhadap kesejahteraan, keyakinan, dan kemampuan diri. Individu tidak

hanya berperan sebagai penerima keadaan, tetapi juga sebagai agen yang aktif dalam membentuk dan mengarahkan kehidupannya. Dengan demikian, *Self-Empowerment* menjadi landasan bagi seseorang untuk terus mengembangkan potensi yang dimiliki, meningkatkan kualitas hidup, serta melakukan upaya berkelanjutan menuju aktualisasi diri secara optimal. Dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, maupun hubungan sosial, *Self-Empowerment* berperan penting dalam membantu individu menghadapi tantangan, bangkit dari kesulitan, serta mencapai tujuan yang diharapkan melalui kemampuan dan keyakinan yang dimiliki. *Self-Empowerment* dipahami sebagai proses di mana seseorang berupaya secara sadar untuk mengarahkan kehidupannya.

Individu yang memiliki pemberdayaan diri yang baik biasanya mampu menyadari kelebihan dan kekurangan mereka, serta termotivasi untuk terus belajar demi perkembangan pribadi. Tujuannya adalah agar individu tersebut menjadi lebih baik dan mampu mencintai diri sendiri. Ketika seseorang mulai percaya pada kemampuannya, itu menandakan bahwa mereka telah berhasil membangun pemberdayaan diri dalam diri mereka.

2.2.4. Pengertian Lagu

Ketika membahas tentang lagu, kita tidak bisa mengabaikan peran musik yang menyertainya. Lagu merupakan kumpulan kata-kata yang dirangkai secara indah yang dinyanyikan dengan iringan musik. Lagu dibuat berdasarkan komposisi musik dan memiliki irama serta tempo agar para pendengar ikut terhanyut perasaannya kedalam makna lagu tersebut. Schopenhauer, seorang filsuf Jerman dari abad ke-19, mengungkapkan bahwa musik merupakan “melodi yang liriknya

adalah alam semesta”, menandakan bahwa baik musik maupun lagu adalah bentuk ungkapan mendalam mengenai pengalaman manusia serta lingkungan di sekitarnya. Dari sudut pandang yang berbeda, (Ramdan & Humaira, 2022) Lagu adalah sastra yang sangat istimewa, karena tempo lagu menunjukkan setiap kedalaman makna. Lirik- lirik pada lagu bersifat manis, sehingga dapat membuat orang-orang merasa terbang, tergelincir, ringan dan naif.

Menurut (Nuryana 2025), lagu merupakan karya yang lahir dari ungkapan emosi secara spontan dan mengandung nilai keindahan, baik ditinjau dari aspek bahasa maupun makna yang disampaikan. Lebih lanjut, (Nuryana et al., 2025) mengemukakan bahwa lagu merupakan salah satu bentuk karya seni yang memanfaatkan unsur bunyi sebagai media utama dalam penyampaian. Melalui lagu, seorang seniman dapat mengekspresikan berbagai gagasan, pemikiran, pengalaman, serta emosi yang dirasakan ke dalam rangkaian kata-kata yang tersusun dalam bentuk lirik. Dengan demikian, lirik lagu tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap melodi, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang mengandung pesan, makna, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada pendengar.

(Ramdan & Humaira, 2022) Lagu (nyanyian) merupakan hasil karya seni hubungan dari seni suara dan seni bahasa, sebagai karya seni suara melibatkan melodi dan warna suara penyanyinya. Lagu memanfaatkan unsur-unsur musikal, seperti melodi dan karakteristik warna suara penyanyi, yang dipadukan dengan lirik sebagai media penyampaian pesan. Perpaduan kedua unsur tersebut menjadikan lagu tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga mampu mengomunikasikan makna,

emosi, serta pengalaman kepada pendengar.

Seiring berjalannya waktu, peran lagu juga mengalami perkembangan. Jika di awal kemunculannya lagu banyak dimanfaatkan sebagai hiburan, saat ini lagu memiliki beragam fungsi yang lebih luas. (Izza & Natalia, 2025) mencatat bahwa musik merupakan media yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap keadaan emosional seseorang, baik dalam membentuk suasana hati, memengaruhi perasaan, maupun memengaruhi tingkat stres.

Dalam dunia komunikasi, lagu menjadi media yang sangat ampuh untuk menyampaikan pesan. Lirik yang terdapat dalam lagu dapat mengandung nilai moral, kritik sosial, pengalaman pribadi, pesan motivasi, hingga ajakan kepada pendengar. Melalui bahasa yang puitis, metafora, dan simbol, lagu mampu menyampaikan pesan dengan cara yang halus tetapi mendalam. Lirik yang dibarengi dengan melodi membuat pesan menjadi lebih mudah dicerna dan diingat, sehingga memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan pesan lisan biasa. Lagu berfungsi sebagai saluran penyampaian makna yang efektif karena menggabungkan elemen kognitif, afektif, dan estetis secara bersamaan.

Dari berbagai pendapat para ahli tersebut, bisa disimpulkan bahwa lagu tidak hanya sekadar bagian dari musik, tapi juga merupakan media komunikasi yang mampu menyampaikan makna, emosi, nilai, dan pengalaman tertentu kepada pendengarnya. Melalui kekuatan lirik dan melodi, lagu berpotensi memengaruhi cara berpikir, ingatan, perilaku, serta perasaan seseorang. Oleh karena itu, lagu dapat dianggap sebagai salah satu sarana komunikasi simbolis yang efektif dalam membentuk pemahaman dan pengalaman sosial bagi pendengarnya.

2.2.4.1. Lirik Lagu

Menurut (Middleton, R. 2023) Lirik lagu adalah jenis ekspresi verbal yang terstruktur menyampaikan ide, emosi melalui frasa/kata, terikat melode atau ritme melalui media musik. Dalam studi komunikasi dan seni, lirik lagu dipandang sebagai teks dengan struktur, makna, dan fungsi yang spesifik. Dalam pandangan estetika, lirik lagu sering dianggap sebagai "puisi yang dinyanyikan", karena mengandung elemen gaya bahasa seperti citra, kiasan, pengulangan, dan rima, tetapi tetap memiliki ciri khas sebagai akibat keterikatan dengan melodi, ritme, dan intonasi musik.

Secara konseptual, lirik lagu memiliki beberapa aspek penting. Pertama, aspek komunikatif, di mana lirik lagu berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari pencipta kepada pendengar. Pesan yang disampaikan bisa bersifat pribadi, sosial, moral, atau ideologis. Kedua, aspek emosional, yakni kemampuan lirik untuk mengungkapkan dan memicu reaksi afektif. Pemilihan kata, gaya bahasa, dan struktur cerita dalam lirik memungkinkan terjadinya empati dan resonansi emosional antara penyanyi dan pendengar. Ketiga, aspek estetis, di mana lirik berperan dalam meningkatkan kualitas artistik melalui keindahan bahasa dan keselarasan dengan komposisi musik. Keempat, aspek imajinatif, yaitu kemampuan lirik untuk membentuk gambaran mental, suasana, atau simbol tertentu yang membantu pendengar dalam memahami makna lagu. (Tagg, P. 2013)

2.2.5. K-Pop

2.2.5.1. Pengertian K-pop

K-pop biasanya terdiri dari grup musik yang memiliki anggota antara empat

hingga dua puluh satu orang, di mana masing-masing anggota memainkan peran yang berbeda seperti vokalis utama, rapper, atau penari utama. Para anggota grup tersebut dikenal sebagai *idol* atau *idol* K-pop. Untuk bisa debut sebagai *idol*, mereka harus menjalani pelatihan yang panjang dan sangat intensif, yang sering disebut sebagai sistem *trainee*. (Natassja & Simamora, 2023) menjelaskan bahwa K-Pop merupakan singkatan dari *Korean Pop Music*, yaitu musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Perkembangan K-Pop didukung oleh generasi muda yang berbakat, seperti penulis lagu dan produser musik, yang memadukan pengaruh musik global dengan unsur budaya Korea dalam karya-karya mereka. Industri K-Pop juga dikenal berfokus pada kelompok idol yang umumnya memiliki popularitas lebih tinggi dibandingkan penyanyi solo. Dalam fase ini, para calon *idol* menjalani pelatihan terstruktur yang meliputi vokal, tari, rap, bahasa asing, etika profesional, serta kemampuan tampil di depan kamera. Proses pelatihan ini bisa berlangsung selama bertahun-tahun hingga agensi menilai mereka siap untuk tampil di depan umum. Sistem pelatihan yang ketat ini menjadi salah satu faktor esensial yang menetapkan standar tinggi dalam performa industri K-pop. (Lie, John 2014)

Sementara itu, (Angesti & Purnama, 2024) mengemukakan bahwa fenomena K-Pop merupakan representasi dari keberhasilan Korea Selatan dalam mengembangkan produk budaya melalui strategi yang sistematis dan terarah. Kesuksesan K-Pop tidak hanya berdampak pada pertumbuhan industri musik dan hiburan, tetapi juga menjadi salah satu faktor utama yang mendukung terbentuknya citra positif Korea Selatan di tingkat internasional. Dengan demikian, K-Pop telah berkembang menjadi bagian dari diplomasi budaya yang memperkenalkan

identitas, nilai, dan budaya Korea Selatan kepada masyarakat global.

Menurut Sophykamila (2022) yang dikutip dalam (S. A. Putri & Widhiandono, 2025) menjelaskan bahwa industri hiburan K-Pop menjadi salah satu instrumen penting dalam memperkuat soft power Korea Selatan melalui strategi diplomasi budaya. Penyebaran K-Pop ke berbagai belahan dunia tidak hanya meningkatkan daya tarik budaya Korea Selatan di tingkat internasional, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap perkembangan sektor ekonomi, industri kreatif, dan pariwisata negara tersebut. Di Indonesia, fenomena *Korean Wave* telah mendorong terbentuknya komunitas penggemar K-Pop yang terus berkembang. Komunitas ini berperan sebagai agen penyebaran budaya Korea melalui berbagai bentuk interaksi budaya, sehingga secara tidak langsung turut memperkuat hubungan budaya antara Indonesia dan Korea Selatan.

Di samping itu, kesuksesan K-pop juga terkait dengan strategi industri musik Korea yang memadukan teknologi digital, media sosial, dan pemasaran global. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Twitter telah memudahkan K-pop untuk menjangkau audiens di seluruh dunia. Interaksi yang intens antara *idol* dan penggemar melalui konten harian, fancam, di balik layar, dan aplikasi chatting khusus, semakin memperkuat loyalitas dan ketergantungan emosional penggemar. Inovasi tersebut membuat K-pop tidak hanya sekadar musik, tetapi juga menjadi bagian dari budaya global yang memiliki ikatan komunitas yang sangat kuat.

Dengan demikian, K-pop bisa dipahami sebagai fenomena budaya yang berkembang dari kombinasi sistem pelatihan profesional, strategi industri kreatif, media digital, dan kekuatan narasi budaya Korea. Menurut (Saputri et al., n.d.)

fenomena *Hallyu* telah berkembang menjadi bentuk diplomasi budaya yang efektif karena pengaruhnya mampu menjangkau berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pengaruh tersebut tidak hanya berkaitan dengan produk hiburan Korea Selatan, tetapi juga memengaruhi nilai-nilai sosial, budaya, dan gaya hidup masyarakat global.

2.2.5.2. K-Pop Sebagai Budaya Pop

K-pop merupakan salah satu bentuk paling signifikan dari budaya populer Korea Selatan yang berkembang di seluruh dunia. Sebagai bagian dari budaya pop, K-pop tidak hanya meliputi musik, tetapi juga mencakup aspek visual, tarian, mode, narasi, serta cara penggemar berinteraksi. Menurut (Angkawijaya & Kusumawati, 2020) K-Pop populer tidak hanya dikarenakan kualitas bernyanyi dan kemampuan koreografi yang mumpuni, tetapi juga dilengkapi dengan daya tarik untuk dikomersialisasi, misalnya tampilan visual perempuan yang memiliki tubuh langsing, tubuh tinggi, kulit yang putih, dan tampilan yang feminin. Budaya pop diartikan sebagai jenis budaya yang dihasilkan secara massal, diterima oleh banyak orang, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Dalam hal ini, K-pop menjadi gambaran ideal dari budaya pop modern yang memadukan kreativitas artistik dengan aspek industri hiburan. (Lie, 2015).

Salah satu karakteristik utama budaya pop adalah fokusnya pada tren, hiburan, dan komersialisasi. K-pop menggabungkan semua elemen tersebut melalui sistem produksi yang terorganisir, mulai dari pelatihan artis potensial, pengembangan konsep, hingga penyebaran musik secara global. Perusahaan hiburan besar seperti *SM Entertainment*, *YG Entertainment*, dan *JYP Entertainment*

telah menciptakan industri yang sangat terstruktur, di mana musik diproduksi dengan kualitas tinggi dan dikemas secara visual untuk menarik perhatian publik. Dengan cara ini, K-pop bukan hanya musik tetapi juga produk budaya yang dipasarkan dengan strategi yang tepat.

Sejalan dengan pendapat tersebut, (Angesti & Purnama, 2024) menjelaskan bahwa diplomasi budaya dibangun atas dua asumsi mendasar. Pertama, terciptanya hubungan yang baik antarmasyarakat maupun antarnegara bergantung pada adanya rasa saling memahami dan saling menghargai. Kedua, diplomasi budaya memandang bahwa unsur-unsur budaya seperti seni, bahasa, dan pendidikan memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana untuk membuka akses pemahaman terhadap budaya suatu bangsa. Oleh karena itu, ketiga unsur tersebut menjadi instrumen utama dalam pelaksanaan diplomasi budaya.

Sebagai bagian dari fenomena globalisasi budaya, K-pop memiliki peran penting dalam menyebarkan budaya Korea ke seluruh dunia. Hal ini dikenal sebagai *Hallyu* atau Gelombang Korea, yang merupakan peningkatan ketertarikan terhadap budaya Korea sejak awal 2000-an. Melalui platform digital seperti YouTube, Spotify, TikTok, dan media sosial lainnya, K-pop menjadi salah satu jenis budaya yang paling mudah diakses lintas negara. Model distribusi digital ini memungkinkan K-pop untuk melewati batas geografis dan membentuk komunitas penggemar internasional yang sangat besar. (Jin, 2016)

TWICE, sebuah kelompok wanita yang debuts di bawah JYP *Entertainment* pada tahun 2015, merupakan contoh nyata bagaimana K-pop menjadi bagian dari budaya pop internasional. Grup yang terdiri dari sembilan anggota ini telah berhasil

menciptakan citra yang ceria, dinamis, dan mudah dijangkau, karakteristik yang sangat disukai oleh penggemar budaya pop. Musik TWICE yang dikenal dengan konsep "cerah, menarik, dan kekinian" telah menjadi elemen penting dalam budaya yang dinikmati di berbagai negara. (JYP Entertainment 2015)

Sebagai salah satu entitas dalam industri K-pop, TWICE mencerminkan penggabungan khas dari elemen budaya pop: penampilan yang menawan, koreografi yang mudah diingat, dan tema dalam lirik lagu yang berhubungan dengan anak muda, seperti cinta, semangat, dan pemberdayaan. Lagu-lagu seperti *Cheer Up*, *Feel Special*, dan *What Is Love* menunjukkan bagaimana TWICE menghubungkan hiburan dengan pesan emosional dan sosial yang bisa menyentuh hati pendengarnya.

TWICE juga menggambarkan fenomena penggemar K-pop yang mendunia. *ONCE* (sebutan untuk penggemar TWICE) tersebar di berbagai belahan dunia dan berkontribusi besar terhadap kesuksesan grup melalui streaming, voting, dan promosi secara daring. Hubungan yang terjalin antara TWICE dan penggemarnya menunjukkan bahwa K-pop tidak hanya dikembangkan oleh industri, tetapi juga dipengaruhi oleh keterlibatan aktif dari komunitas global. Selanjutnya, K-pop juga mencerminkan dinamika budaya pop modern yang bersifat campuran. Musik K-pop menggabungkan berbagai genre global seperti hip-hop, RnB, EDM, dan pop Barat, sambil tetap menjaga identitas Korea melalui bahasa, desain visual, dan nilai budaya tertentu. Perpaduan unsur global dan lokal ini memperkuat posisi K-pop sebagai budaya pop transnasional yang dapat diterima oleh berbagai audiens di seluruh dunia. (Jin, 2016)

2.3. Kerangka Teoritis

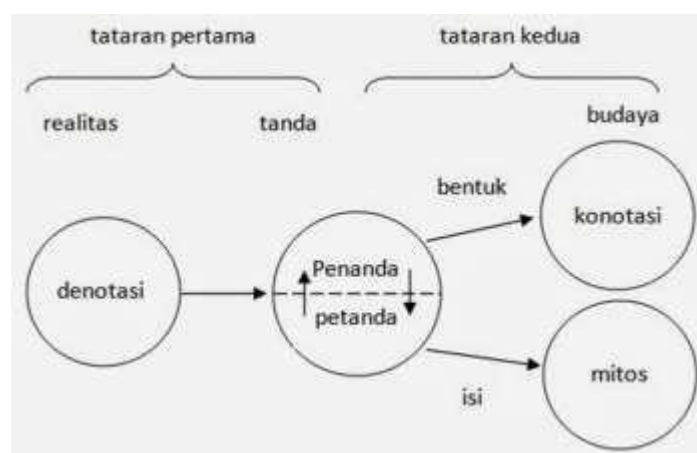
2.3.1. Teori Semiotika

Siregar (2022) dalam (S. A. Putri & Widhiandono, 2025) menjelaskan bahwa semiotika merupakan salah satu pendekatan penelitian yang relevan untuk mengkaji makna yang terkandung dalam suatu objek. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi dan menafsirkan makna yang bersifat eksplisit (tersurat) maupun implisit (tersirat). Secara etimologis, kata *semiotika* berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semeion*, yang berarti "tanda". Dengan demikian, semiotika merupakan pendekatan yang memusatkan perhatian pada tanda-tanda sebagai media pembentuk makna, sehingga banyak digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi, seperti teks, gambar, film, iklan, maupun lirik lagu.

Semiotika tidak hanya membahas tentang penanda dan penganda, tetapi juga hubungan yang lebih luas. Roland Barthes adalah salah satu tokoh yang paling terkenal dalam bidang semiotika. Dia adalah seorang filsuf, kritikus sastra, strukturalis, dan sekaligus seorang semiolog dari Prancis. Selama masa hidupnya, Roland Barthes menjadi salah satu tokoh terkenal yang melanjutkan pemikiran Ferdinand de Saussure. Seperti yang kita ketahui, Saussure adalah pelopor pertama dalam kajian semiotika.

Pemikiran yang diajukan oleh Barthes kemudian dikenal sebagai "*order of signification*". Teori yang diusulkan Barthes berfokus pada ide tentang signifikasi yang dibagi dalam dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Ini merupakan perbedaan antara Saussure dan Barthes, meskipun Barthes tetap menggunakan istilah penanda dan petanda yang dicetuskan oleh Saussure. Roland Barthes melanjutkan konsep

Saussure dengan menekankan hubungan antara teks dan pengalaman pribadi. Dia juga dikenal sebagai seorang pemikir struktural yang aktif menerapkan model linguistik dan semiologi Saussure. Semiotika menurut Barthes merupakan hasil pengembangan dari konsep linguistik yang diusung oleh Saussure. Ciri khas yang dimiliki Saussure adalah pandangannya bahwa bahasa adalah sistem tanda.



Gambar 2. 1 Teori Semiotika (Sobur, 2013)

Dari gambar diatas, di jelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) di dalam sebuah tanda terdapat realitas eksternal. Penanda mewakili elemen bentuk atau isi, sementara petanda mewakili elemen konsep atau makna. Kesatuan antara penanda dan petanda itulah yang disebut sebagai tanda. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda kerja melalui isi, dan emosi ini mempunyai konotasi terhadap ideologi tertentu. Pada dasarnya semua hal dapat menjadi mitos, satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh berbagai mitos lain. Dengan kata lain, mitos berfungsi sebagai informasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna-makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat. Mitos berfungsi untuk

mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Wibisono P & Yunita, 2021).

Analisis semiotika secara sederhana dapat digunakan untuk memahami arti dari lirik lagu *Feel Special* karya TWICE. Dalam kajian semiotika, pesan diartikan sebagai penanda, sedangkan maknanya sebagai petanda. Analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes digunakan sebagai dasar teori untuk memahami bagaimana makna dalam lirik lagu K-pop dibangun, disampaikan, dan diinterpretasikan oleh para pendengar. Menurut Barthes, setiap teks, termasuk lirik lagu, adalah sebuah sistem tanda yang beroperasi pada dua level makna, yaitu denotasi dan konotasi, yang kemudian dapat menciptakan mitos sebagai makna budaya yang lebih luas. Dengan pendekatan ini, lirik lagu tidak hanya dilihat sebagai kumpulan kata, tetapi juga sebagai suatu struktur simbolik yang mencerminkan nilai, pengalaman, ideologi, dan kondisi sosial tertentu.

Roland Barthes (1915–1980) mengembangkan semiotika berdasarkan pemikiran Ferdinand de Saussure, namun memperluasnya pada wilayah budaya populer. Bagi Barthes, tanda (*sign*) terdiri dari dua elemen, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Interaksi keduanya membentuk makna (*signification*). Akan tetapi, Barthes menambahkan bahwa makna tidak berhenti pada tingkat literal, ia bergerak ke level kedua yang dipengaruhi oleh budaya, nilai sosial, dan ideologi. Dengan demikian, lirik lagu dapat dilihat sebagai teks yang tidak hanya menyampaikan pesan secara eksplisit, tetapi juga mengandung nilai implisit yang menggambarkan realitas sosial atau konstruksi budaya.

Barthes membagi makna dalam dua lapisan:

a. Denotatif

Denotatif merupakan signifikasi tahap pertama (Sobur, 2013:71). Makna denotatif adalah makna yang memaknai atau mendeskripsikan kata sesuai dengan penggambaran pancaindra; dengan kata lain, makna denotasi adalah makna primer yang merujuk pada arti sebenarnya. Penggunaan makna denotatif umumnya bersifat objektif karena mengacu pada makna bahasa sebagaimana yang terucap atau tampak secara eksplisit. Barthes menyatakan bahwa denotasi adalah tanda yang penandanya memiliki tingkat konvensi tinggi dan tingkat keterbukaan makna yang rendah. Pada tahap ini, pemaknaan masih berada pada lapisan pertama: hubungan langsung antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Keduanya tidak dapat dipisahkan karena merupakan elemen bentuk dan konsep yang, ketika digabungkan, menghasilkan tanda.

b. Konotatif

Konotatif adalah makna yang mengandung unsur perasaan, pengalaman, asosiasi budaya, memori, tafsiran, dan nilai-nilai sosial (Irbah dkk, 2022). Konotasi bersifat tersirat, subjektif, dan tidak terbatas pada rujukan langsung terhadap objek. Konotasi dipengaruhi oleh budaya, emosi, konteks, pengalaman lingkungan, tingkat formalitas bahasa, serta dapat bersifat eufemistik (Subet & Daud, 2018). Dalam pandangan Barthes, konotasi merupakan tahap kedua signifikasi, yaitu ketika tanda berinteraksi dengan perasaan, emosi, dan nilai-nilai budaya (Riwu & Pujiati, 2018). Makna konotasi muncul dari gabungan makna denotasi dengan gambar mental, ingatan, atau perasaan yang timbul ketika seseorang menerima tanda. Proses ini menciptakan makna baru yang lebih luas dan kompleks

dibandingkan makna literalnya. Barthes menegaskan bahwa meskipun denotasi dianggap sebagai makna sesungguhnya, konotasi justru memuat operasi ideologi.

c. Mitos

Mitos menurut pandangan Barthes tidak dilihat dengan cara tradisional yang berhubungan dengan hal-hal *mystical* atau *spiritual*. Dari segi etimologi, mitos adalah salah satu bentuk narasi bukan sembarang narasi, melainkan sebuah sistem komunikasi yang bertindak sebagai pesan (Basri & Sari, 2019).

Barthes menganggap mitos sebagai sistem penandaan yang berada di tingkat kedua, di mana makna konotatif berkembang dan kemudian dianggap wajar sehingga tampak seperti makna denotatif yang benar-benar baru. Dalam konteks ini, mitos tidak mengacu pada isi pesannya, tetapi lebih pada cara pesan tersebut disampaikan. Mitos bisa berupa apa saja, karena mitos muncul dan pudar sesuai dengan perubahan nilai sosial dan budaya satu mitos dapat dominan pada satu masa dan kemudian digantikan oleh mitos yang lain. Dengan demikian, mitos berfungsi sebagai bentuk informasi dan simbol yang menyajikan makna tertentu berdasarkan nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat.

Dalam mitos, ada tiga dimensi utama: penanda, petanda, dan tanda. Namun, berbeda dari sistem tanda yang biasa, mitos dibangun dari rentetan makna sebelumnya sehingga menghasilkan sistem penandaan baru di tingkat kedua. Mitos merupakan suatu ideologi yang diterima dalam masyarakat. Sobur (2013:71) menyebut mitos sebagai makna konotatif yang telah diterima secara luas, sehingga dianggap sebagai kebenaran atau pembenaran oleh banyak orang.

Mitos tidak terkait dengan mistisisme dan bersifat ilmiah dalam perspektif Barthes. Konsep berasal dari makna konotatif tahap kedua, yang membuat nilai tampak wajar. Pada titik ini, mitos bekerja melalui rantai semiologis baru yang terdiri dari tiga komponen: tanda, penanda, dan petanda. Barthes menekankan bahwa mitos terbentuk ketika konotasi dianggap sebagai sesuatu yang "alami".

2.4. Kerangka Pemikiran

Lagu dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik yang menyampaikan pesan melalui lirik serta unsur musikal seperti tempo, nada, dan intonasi. *Feel Special* karya TWICE menggambarkan perjalanan emosional seseorang yang merasa tersisih, lelah, dan kehilangan makna diri, kemudian bangkit kembali karena dukungan dari orang terdekat. Lirik dan nuansa musiknya bekerja sebagai simbol pengalaman pemulihan diri dan validasi emosional.

Menurut Roland Barthes (1967), makna dalam sebuah teks memiliki dua tingkat, yaitu denotasi dan konotasi. Secara denotatif, lirik *Feel Special* menggambarkan seseorang yang sedang mengalami tekanan emosional namun kembali merasa berharga berkat kehadiran seseorang yang memberikan kenyamanan. Secara konotatif, lagu ini menyiratkan pesan tentang pentingnya dukungan emosional, penguatan diri, serta pengalaman universal mengenai bangkit dari rasa putus asa.

Dalam tahap kedua pemaknaan, Barthes menjelaskan bahwa konotasi dapat berkembang menjadi mitos, yaitu makna budaya yang dianggap natural dan

diterima luas oleh masyarakat. Pada lagu *Feel Special*, mitos yang muncul adalah keyakinan bahwa dukungan emosional dari orang lain merupakan sumber utama untuk memulihkan rasa percaya diri. Nilai ini kemudian tampil sebagai sesuatu yang wajar, ideal, dan dibenarkan dalam budaya modern.

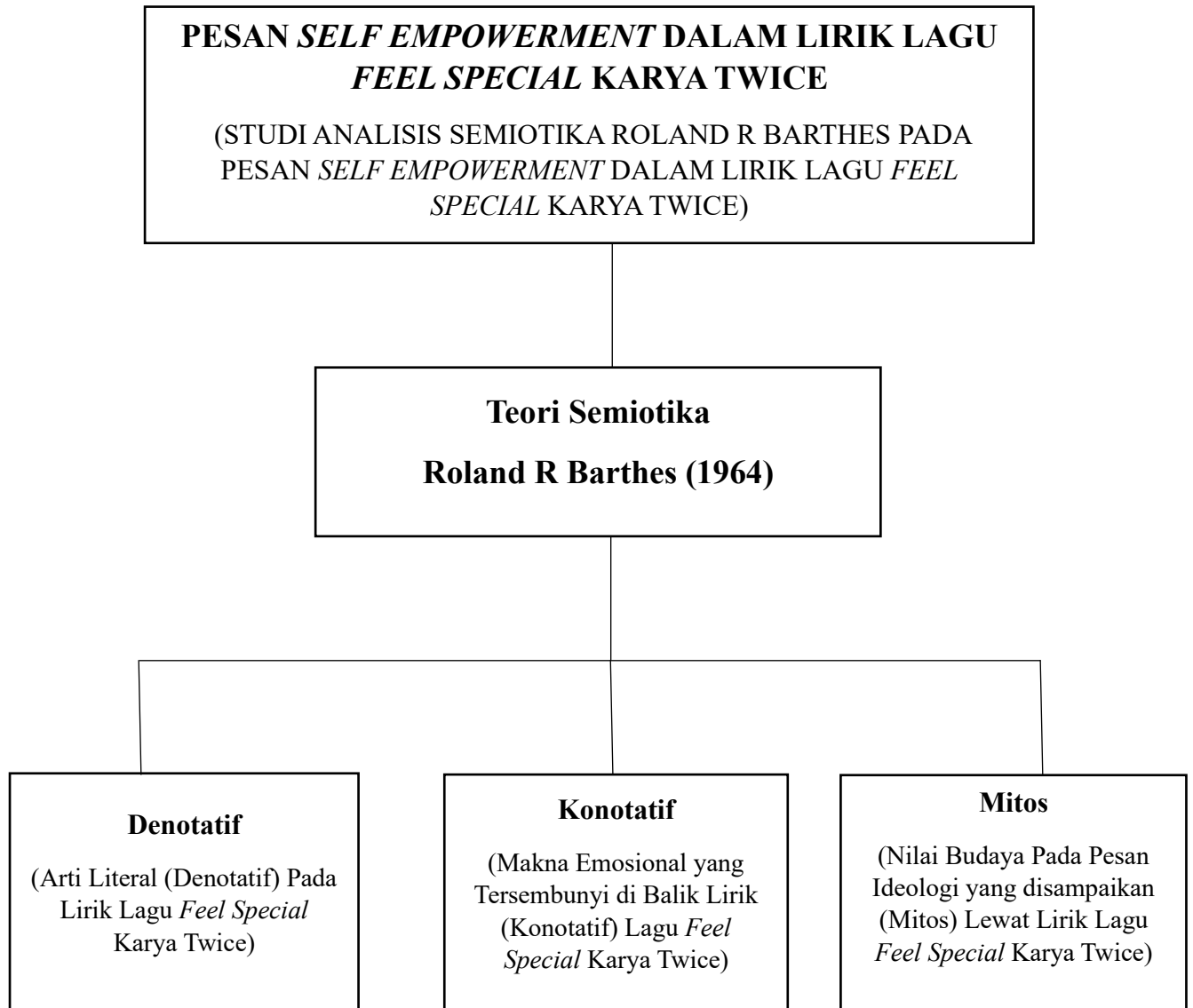
Mitos tersebut terbentuk melalui struktur tanda Barthes:

1. Penanda lirik dan simbol musikal yang menggambarkan perubahan dari kesedihan menuju rasa berharga.
2. Petanda: konsep tentang pemulihan emosional melalui dukungan.
3. Tanda (mitos): keyakinan kultural bahwa seseorang dapat kembali merasa spesial karena adanya sosok yang mendukungnya.

Pemaknaan ini didukung oleh pandangan Juslin, P. N. (2023) bahwa musik dapat membantu regulasi emosi melalui pengenalan dan ekspresi. Van Dijk, J. (2021) yang menjelaskan bahwa pendengar menginterpretasikan lirik berdasarkan pengalaman pribadinya. Selain itu, Knoblauch, H. (2022) menegaskan bahwa simbol musik dalam karya seni mencerminkan pengalaman emosional secara kolektif, sehingga membuat lagu seperti *Feel Special* mudah diterima oleh banyak orang.

Dengan demikian, lagu *Feel Special* bekerja sebagai bentuk komunikasi simbolik yang mengungkapkan pengalaman kekecewaan, kepedihan, serta pemulihan emosional melalui makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terbentuk dalam budaya pemaknaan modern.

Tabel 2. 2
Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti 2026