

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas melalui berbagai media, baik itu melalui media cetak ataupun elektronik (Nurudin, 2007). Media tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga dapat merepresentasikan adanya sebuah fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi media massa saat ini semakin berkembang dan juga sudah bertransformasi menjadi sebuah media digital. Salah satu bentuk media yang saat ini banyak dikonsumsi oleh generasi muda adalah musik video (MV). Musik video bukan hanya menjadi media hiburan, tetapi juga dapat menjadi sebuah sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan tertentu, baik secara eksplisit maupun implisit, melalui perpaduan antara audio visual, serta narasi.

Musik sendiri juga berperan penting dalam sebuah kehidupan manusia. Selain menjadi sarana hiburan, musik juga dapat digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri, identitas, hingga penyampain sebuah pesan moral (Juslin, 2009). Melalui musik, seseorang dapat mengekspresikan kegelisahan, keresahan, kebahagiaan, hingga semangat untuk menjalani kehidupan. Terkhusus bagi anak muda, saat ini musik sering kali dijadikan sebagai ruang representasi dari sebuah persoalan-persoalan yang dekat dengan keseharian kita.

Kemudian, dalam konteks global salah satu fenomena budaya populer yang memiliki pengaruh cukup besar bagi kalangan anak muda adalah K-Pop. *Korean Wave* atau *Hallyu* yang saat ini sudah masuk ke berbagai negara tidak hanya membawa drama Korea saja tetapi juga musik K-Pop yang dikenal energik, bersemangat, dan juga memiliki makna yang dalam pada liriknya ataupun visual musik videonya. Berdasarkan data menurut Statista (2023), jumlah penonton musik K-Pop di Youtube telah mencapai lebih dari 16,8 miliar kali tontonan, hal tersebut menunjukkan bahwa dominasi dan pengaruh besar K-Pop diranah global, termasuk juga Indonesia yang menjadi salah satu pasar terbesar. K-Pop tidak hanya dikenal dengan musiknya saja, biasanya para penyanyi/idol juga akan menampilkan sebuah tarian hal tersebut yang menjadi sebuah “*selling point*” bagi budaya K-Pop. Musik

K-Pop tentunya sangat luas, mereka dapat memproduksi musik, tari, fashion, dan juga banyaknya konten-konten visual yang cukup menarik bagi para penggemarnya. Grup musik K-Pop sering kali mengangkat sebuah tema mengenai persahabatan, mimpi, perjuangan, hingga krisis yang dialami oleh generasi muda. Salah satu contohnya yaitu grup Seventeen yang cukup konsisten untuk menyuarakan keresahan anak muda. Grup tersebut beranggotakan 13 orang yang dikenal dengan karya-karyanya yang tidak hanya tentang cinta tetapi juga tentang persahabatan mimpi, perjuangan hingga keresahan hidup. Lagu yang berjudul “*Cheers to Youth*” yang dirilis pada Mei 2024 dengan musik video yang didalamnya menampilkan sebuah narasi mengenai perjalanan hidup anak muda yang sarat akan makna.

Fenomena tersebut menarik untuk peneliti kaji dikarenakan munculnya istilah *quarter life crisis* yang banyak dialami oleh para generasi muda, khususnya dalam rentang usia sekitar 20-30 tahun. *Quarter life crisis* merujuk pada sebuah fase krisis identitas yang biasanya ditandai dengan kebingungan akan arah hidup, tekanan sosial, kecemasan akan masa depan, hingga upaya dalam pencarian jati diri (Robbins & Wilner, 2001). Arnett (2004) menyebut periode usia ini sebagai *emerging adulthood*, yaitu sebuah fase dimana seseorang berusaha mandiri, menentukan jalan hidup, tetapi rentan dengan krisis emosional. Karena banyak dari individu yang mengalami fase *quarter life crisis* tersebut tidak memiliki sebuah gambaran yang jelas mengenai apa yang akan mereka hadapi dan perlukan saat menjadili masa transisi menuju dewasa. Maka dari itu, banyak individu yang aikan merasakan kebingungan serta juga merasakan kehilangan arah dikarenakan adanya kurang persiapan, ditambah dengan minimnya bantuan dari individu lain untuk menjalani masa transisi tersebut.

Kemudian menurut survei yang telah dilakukan oleh LinkedIn (2017) menunjukkan ada lebih dari 75% anak muda diseluruh dunia seperti negara Amerika, Inggris, India, dan juga Australia dengan rentan usia 25-33 tahun mengalami fase *quarter life crisis* tersebut. Adapun faktor utamanya yaitu sulitnya untuk menemukan sebuah pekerjaan yang sesuai dengan minatnya (65%) dan juga adanya sebuah tekanan karena membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih sukses (45%). pernah mengalami fase tersebut, yang ditandai dengan

keresahan dalam karier, hubungan sosial, maupun tujuan hidup. Survei lain juga dilakukan oleh Edelman Intelligence (2021) terhadap 5.000 anak muda di 16 negara menemukan bahwa 69% responden merasa hidupnya penuh dengan ketidakpastian dan juga mengalami tekanan psikologis. Sementara itu di Indonesia menurut data Katadata (2022), 60% generasi milenial dan Gen Z merasa cemas mengenai masa depan, terutama dalam hal pekerjaan, finansial, dan juga ekspektasi sosial.

Kondisi tersebut kemudian banyak direpresentasikan ke dalam budaya populer, termasuk dalam musik video. MV *“Cheers to Youth”* milik Seventeen menjadi salah satu karya yang menampilkan semangat anak muda dalam menghadapi kebingungan serta tekanan hidup, namun juga menekankan pada sebuah optimisme, kebersamaan, serta pentingnya untuk merayakan perjalanan hidup. Narasi pada musik video tersebut berangkat dari realitas keseharian generasi muda tentang bagaimana mereka menghadapi pertanyaan tentang siapa diri mereka, apa tujuan hidup, serta bagaimana menjalani sebuah masa depan yang penuh dengan ketidakpastian. Melalui visualisasi, simbol, dan juga lirik yang menyertainya, musik video ini dapat diartikan sebagai representasi dari dinamika quarter life crisis yang dialami oleh generasi muda.

Dengan menggali lebih dalam makna quarter life crisis dalam musik video *“Cheers to Youth”* menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam untuk mengetahui bagaimana makna quarter life crisis yang terdapat pada musik video *“Cheers to Youth”* Seventeen menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian semiotika Roland Barthes dalam skripsi yang berjudul **“Makna Quarter Life Crisis dalam Musik Video *“Cheers to Youth SEVENTEEN”* (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas rumusan masalah penelitian ini yaitu:  
“Bagaimana makna *quarter life crisis* ditampilkan dalam musik video “*Cheers to Youth*” oleh Seventeen?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pemaparan diatas tujuan penelitian ini yaitu:

- Untuk mengidentifikasi dan menganalisis representasi *quarter life crisis* dalam musik video “*Cheers to Youth*” oleh Seventeen

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang analisis semiotika media, serta dapat memberikan kontribusi dalam studi fenomena sosial melalui media musik

### 2. Manfaat Praktis

- Diharapkan dapat memberikan wawasan, khususnya penggemar ataupun non penggemar SEVENTEEN tentang makna yang terkandung dalam lagu “*Cheers To Youth*”.