

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE  
DALAM KAMPANYE DIGITAL LAGU “DIRI”  
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PENTINGNYA  
*SELF-ESTEEM* PADA INDIVIDU DEWASA AWAL**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

**Huwaida Adhia**

**32801900042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Huwaida Adhia

NIM : 32801900042

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**“Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Kampanye Digital Lagu  
“Diri” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pentingnya *Self-Esteem* Pada  
Individu Dewasa Awal”**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil penelitian orang lain. apabila pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima kasih.

Semarang, 31 Mei 2024



**Huwaida Adhia**  
**32801900042**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Kampanye Digital Lagu “Diri” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pentingnya *Self-Esteem* Pada Individu Dewasa Awal

Penyusun : Huwaida Adhia

NIM : 32801900042

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Semarang, 31 Mei 2024

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si

Urip Mulyadi S.I.Kom., M.I.kom

NIK 211108001

NIK. 211115018

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Bahasa dan  
Ilmu Komunikasi  
Trinitamah, S.Sos., M.Si.  
NIK. 2111090008

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Kampanye Digital Lagu “Diri” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pentingnya *Self-Esteem* Pada Individu Dewasa Awal

Penyusun : Huwaida Adhia

NIM : 32801900042

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata-1

Semarang, 31 Mei 2024

Penulis,

  
Huwaida Adhia  
32801900042

### Dosen Penguji:

1. Made Dwi Andjani, S.Sos., M.I.Kom (  )
2. Dian Marhaeni K., S.Sos., M.Si (  )
3. Urip Mulyadi S.I.Kom., M.I.kom (  )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



  
Primanah, S.Sos, M.Si

NIK. 211109008

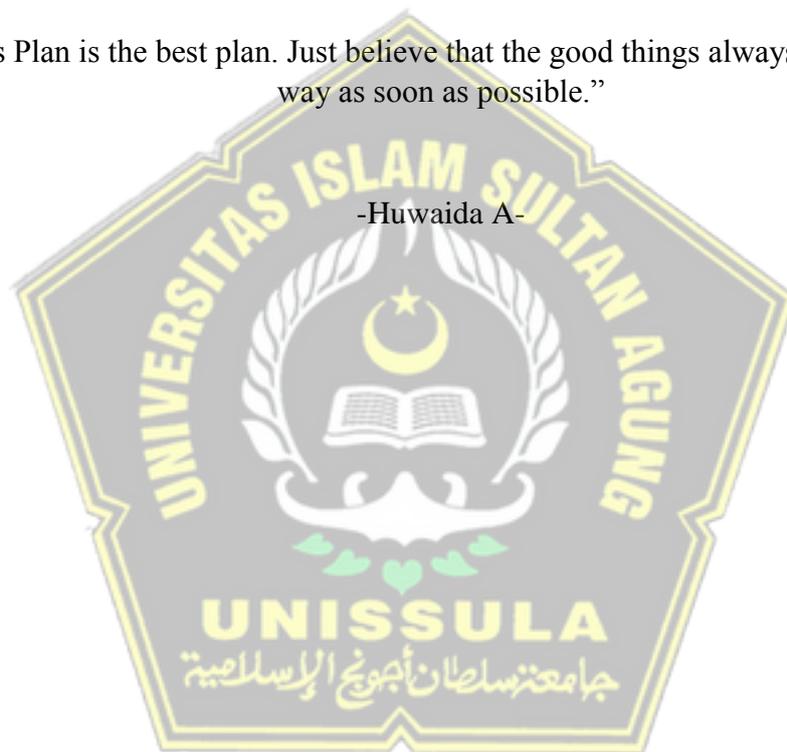
## MOTTO

“Satu kali melangkah kedepan, pantang surut mundur kebelakang.”

-My Daddio-

“God’s Plan is the best plan. Just believe that the good things always coming your way as soon as possible.”

-Huwaida A-

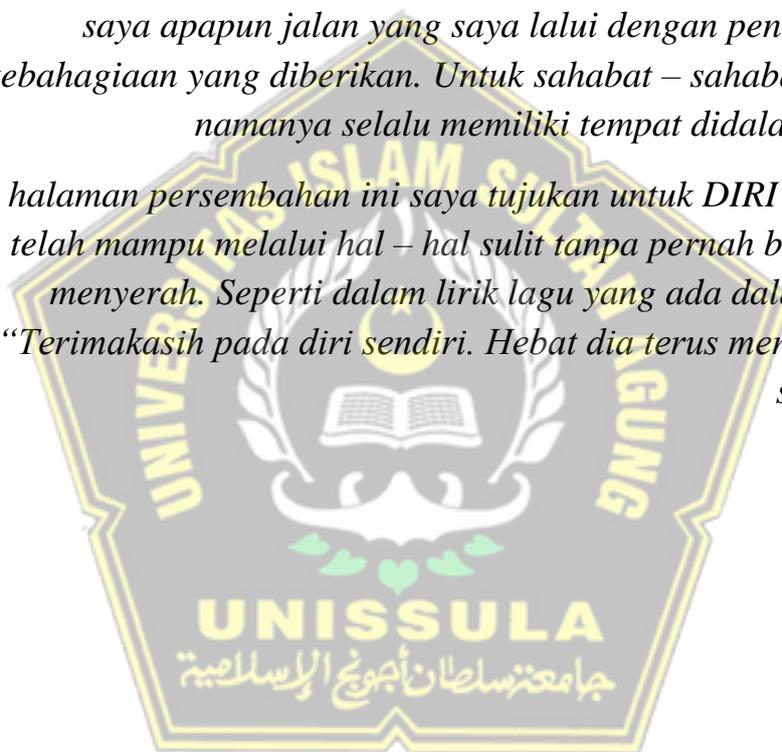


## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tugas akhir ini saya persembahkan khusus untuk Umi dan Abah saya yang telah membersamai setiap langkah yang saya ambil dengan rapalan doa yang tiada hentinya kepada yang maha kuasa dan maha segalanya, Allah SWT.*

*Untuk seluruh anggota keluarga saya yang turut serta berada di sisi saya apapun jalan yang saya lalui dengan penuh cinta dan kebahagiaan yang diberikan. Untuk sahabat – sahabat saya yang namanya selalu memiliki tempat didalam hati saya.*

*Dan halaman persembahan ini saya tujukan untuk DIRI saya sendiri yang telah mampu melalui hal – hal sulit tanpa pernah berfikir untuk menyerah. Seperti dalam lirik lagu yang ada dalam karya ini “Terimakasih pada diri sendiri. Hebat dia terus menjagamu dan sayangimu.”*



# **ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM KAMPANYE DIGITAL LAGU “DIRI” UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PENTINGNYA *SELF-ESTEEM* PADA INDIVIDU DEWASA AWAL**

Huwaida Adhia

## **ABSTRAK**

TULUS merupakan penyanyi dan penulis lagu dengan genre musik pop, jazz, dan soul. Salah satu lagu dengan makna yang sangat relevan terhadap kehidupan individu dewasa awal saat ini terdapat pada trek lagu ke delapan album manusia, lagu dengan judul “Diri”. Penelitian ini menggunakan konsep semiotika yang dikenalkan oleh Charles Sander Peirce. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dan studi deskriptif yang terfokus pada Self Esthem, Self – esteem adalah penilaian terhadap diri sendiri. Penelitian ini menggunakan konsep semiotika yang dikenalkan oleh Charles Sander Peirce. Objek pada penelitian ini adalah kampanye digital Lagu “Diri” karya Tulus, dan subjek penelitiannya adalah pendengar lagu “Diri” karya Tulus pada masa dewasa awal yang berkaitan dengan self-esteem pada masing -masing individu. Kampanye digital lagu Diri yang terdapat dalam media sosial Tiktok dan Instagram memberikan kesadaran yang tinggi tentang self-esteem terhadap individu – individu pada masa dewasa awal. Hal ini diketahui dengan kegiatan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan para informan yang terpilih dan sedang dalam masa dewasa awal. Pernyataan informan juga menjelaskan bahwa lagu Diri karya Tulus beserta kontennya pada media sosial Tiktok dan Instagram Reels berhasil meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya self-esteem pada individu dewasa awal seperti pada masa yang sedang dialami oleh para informan tersebut. Kampanye digital lagu “Diri” dalam meningkatkan kesadaran pentingnya self-esteem pada individu dewasa awal yang dianalisis menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Kampanye digital lagu Diri yang terdapat pada media sosial Tiktok dan Instagram Reels rata – rata dihasilkan oleh fans Tulus atau pendengar lagu Tulus yang hendak menyampaikan pesan – pesan yang relevan dengan lagu Diri untuk para pengguna media sosial Tiktok dan Instagram.

**Kata Kunci : Semiotika, Kampanye Digital, Lagu Diri, *Self-Esteem*, Individu**

# **SEMIOTIC ANALYSIS OF CHARLES SANDERS PEIRCE IN THE DIGITAL CAMPAIGN OF THE SONG "DIRI" TO INCREASE AWARENESS OF THE IMPORTANCE SELF- ESTEEM IN EARLY ADULT INDIVIDUALS**

Huwaida Adhia

## **ABSTRACT**

TULUS is a singer and songwriter with pop, jazz, and soul music genres. One of the songs with a meaning that is very relevant to the lives of early adult individuals today is found on the eighth track of the human album, the song with the title "Diri". This research uses the concept of semiotics introduced by Charles Sander Peirce. Peirce This research uses qualitative research types and descriptive studies that focus on Self Esthem, Self - esteem is an assessment of oneself. This research uses the concept of semiotics introduced by Charles Sander Peirce. The object of this research is the digital campaign of Tulus's song "Diri", and the research subject is the listener of Tulus's song "Diri" in early adulthood related to self-esteem in each individual. The digital campaign of the song Diri found on Tiktok and Instagram social media provides a high awareness of self-esteem to individuals in early adulthood. This is known by interview activities conducted by the author with selected informants who are in early adulthood. This is known by interview activities conducted by the author with selected informants who are in early adulthood. The informant's statement also explained that the song Diri by Tulus and its content on Tiktok and Instagram Reels social media succeeded in raising awareness of the importance of self-esteem in early adulthood individuals as in the period being experienced by the informants. The digital campaign of the song "Diri" in raising awareness of the importance of self-esteem in early adult individuals is analyzed using the Charles Sanders Peirce semiotic analysis model. The digital campaign of the song Diri found on Tiktok and Instagram Reels social media is mostly produced by Tulus fans or listeners of Tulus songs who want to convey messages relevant to the song Diri to Tiktok and Instagram social media users.

**Keywords: Semiotics, Digital Campaign, Diri's Song, Self-Esteem, Individuals**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ridho, rahmat, serta karunianya sehingga penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat pendidikan strata 1. Tak lupa pula sholawat serta salam saya panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang akan memberikan syafaatnya di yaumul akhir kelak. Aamiin.

Dalam menyusun tugas akhir skripsi ini mungkin tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan, nasihat, bantuan, saran, serta motivasi dan dukungan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang senantiasa mendengar do'a dan memberikan pertolongan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, kakak, adik, dan seluruh keluarga Fatchunur's Junior tersayang yang mendo'akan serta tiada henti memberikan perhatian dan kasih sayang kepada penulis, baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Trimannah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi UNISSULA.
4. Bapak Fikri Shofin Mubarak S.E., M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UNISSULA.

5. Ibu Dian Marhaeni Kurdianingsih, S.Sos, M.Si dan Bapak Urip Mulyadi S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing, yang meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan saran kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.I.Kom selaku ketua penguji sidang skripsi saya yang telah memberikan masukan dan saran serta solusi yang membangun.
7. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, tenaga dan waktu kepada penulis selama menjalani Pendidikan Strata 1 di Prodi Ilmu Komunikasi UNISSULA.
8. Dian Bunda, Najwa, Astri, Mbenk, dan Mbak Husna. Teman teman Bukan FeyKost saya yang telah kebersamai saya selama saya menempuh perjalanan menuntut ilmu di Semarang dan memberikan banyak pengalaman serta pelajaran baru bagi saya. Terimakasih Banyak.
9. Kepada Akbar, Amun, dan Yumna terimakasih karena tetap berada disisi saya sejak masa sekolah hingga saat ini.
10. Seluruh anggota BEM selama saya menjabat 3 periode dari 2019 hingga 2022. Terimakasih telah memberikan banyak pelajaran yang akan sangat berarti bagi pengalaman hidup saya kedepannya.
11. Pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan do'a serta dukungan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari pihak – pihak tersebut penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan lancar. Semoga Allah membalas semua pihak yang terlibat dengan hal – hal baik. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta tentu dapat bermanfaat bagi penulis sendiri. Aamiin ya Rabbal’Alamin.

Semarang, 31 Mei 2024

Huwaida Adhia



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Signifikasi Penelitian.....	12
1.4.1. Signifikasi Teoritis.....	12
1.4.2. Signifikasi Praktis .....	13
1.4.3. Signifikasi Sosial .....	13
1.5. Kerangka Pemikiran .....	13
1.5.1. Paradigma Penelitian .....	13
1.5.2. State Of The Art.....	15
1.6. Kerangka Teori.....	17
1.6.1. Teori Semiotika Charles Sanders Peirce.....	17
1.6.2. Konsep Diri dalam Psikologi Komunikasi .....	20
1.7. Operasionalisasi Konsep .....	27
1.7.1. Semiotika .....	27
1.7.2. Kampanye Digital .....	29
1.7.3. Lagu .....	30

1.7.4. <i>Self – Esteem</i> .....	31
1.7.5. Individu .....	32
1.7.6. Dewasa Awal .....	33
1.8. Metodologi Penelitian .....	34
1.8.1. Tipe Penelitian .....	34
1.8.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	35
1.8.3. Jenis Data .....	35
1.8.4. Sumber Data .....	36
1.8.5. Teknik Pengumpulan Data .....	37
1.8.6. Analisis Data .....	37
1.8.7. Kualitas Data .....	40
<b>BAB II PROFIL PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
2.1 Profil TULUS .....	42
2.2 Album Manusia .....	48
2.3 Tentang Lagu Diri .....	52
2.4 Kampanye Lagu Diri .....	53
2.5 Media Kampanye .....	54
<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN</b> .....	<b>56</b>
3.1. Temuan Konten Pada Sosial Media <i>Tiktok</i> .....	57
3.2. Temuan Konten Pada Sosial Media Instagram .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>63</b>
4.1. Analisis Hasil Penelitian .....	65
4.1.1. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce .....	66
4.1.2. Analisis Konsep Diri Dalam Psikologi Komunikasi .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>80</b>
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>85</b>

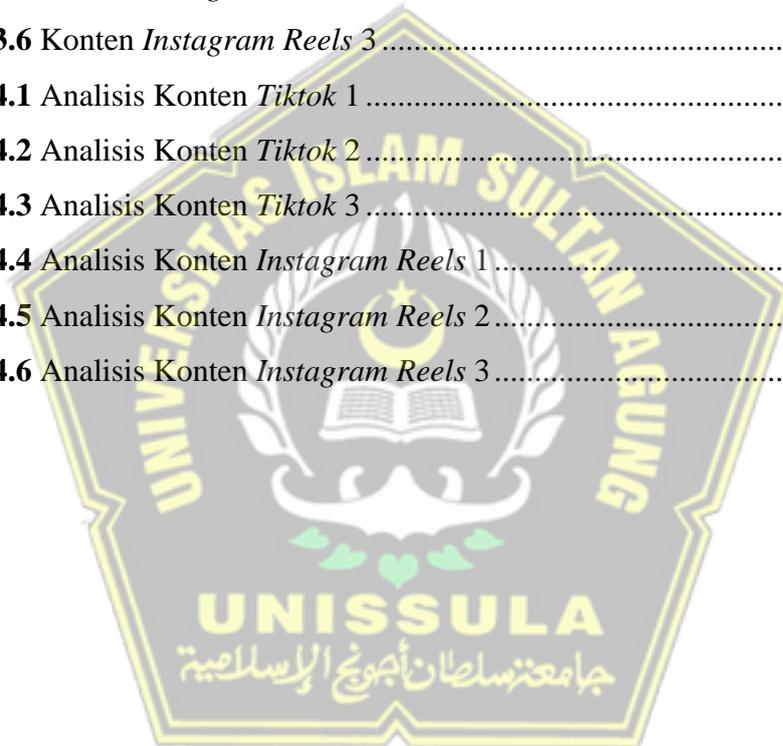
## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> TULUS .....	42
<b>Gambar 2.2</b> Cover Album Manusia.....	48



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> State Of The Art .....	15
<b>Tabel 3.1</b> Konten <i>Tiktok</i> 1 .....	57
<b>Tabel 3.2</b> Konten <i>Tiktok</i> 2 .....	58
<b>Tabel 3.3</b> Konten <i>Tiktok</i> 3 .....	59
<b>Tabel 3.4</b> Konten <i>Instagram Reels</i> 1 .....	60
<b>Tabel 3.5</b> Konten <i>Instagram Reels</i> 2 .....	61
<b>Tabel 3.6</b> Konten <i>Instagram Reels</i> 3 .....	62
<b>Tabel 4.1</b> Analisis Konten <i>Tiktok</i> 1 .....	67
<b>Tabel 4.2</b> Analisis Konten <i>Tiktok</i> 2 .....	68
<b>Tabel 4.3</b> Analisis Konten <i>Tiktok</i> 3 .....	70
<b>Tabel 4.4</b> Analisis Konten <i>Instagram Reels</i> 1 .....	71
<b>Tabel 4.5</b> Analisis Konten <i>Instagram Reels</i> 2 .....	73
<b>Tabel 4.6</b> Analisis Konten <i>Instagram Reels</i> 3 .....	75



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kesehatan mental yang baik adalah kondisi ketika batin berada dalam keadaan tenang dan tentram, sehingga memungkinkan untuk menikmati kehidupan sehari-hari dan menghargai diri sendiri dan orang lain yang ada di sekitar. Seseorang yang bermental sehat dapat menggunakan kemampuan atau potensi dirinya secara maksimal dalam menghadapi tantangan hidup, serta menjalani hubungan positif dengan orang lain. Sebaliknya, orang yang kesehatan mentalnya terganggu akan mengalami gangguan suasana hati, kemampuan berpikir, serta kendali emosi yang pada akhirnya bisa mengarah pada perilaku buruk. (Kementrian Kesehatan RI, 2018). Kesehatan mental ini kerap mengalami siklus naik dan turun pada individu – individu dewasa awal.

Masa dewasa awal merupakan masa peralihan individu yang tadinya berada pada tahapan remaja memasuki tahapan usia dewasa. Menurut Santrock (2012) dewasa awal merupakan masa perkembangan individu yang berlangsung antara usia 18-25 tahun. Pada masa dewasa awal konflik – konflik yang beragam mulai sering dialami dan menjadi fokus dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Konflik ini awalnya beragam mulai dari konflik keluarga, asmara atau percintaan, pekerjaan, pendidikan, bahkan konflik yang dialami dengan kesehatan mental pada diri sendiri.

Konsep diri sangat berperan penting dalam setiap individu untuk mengerti cara menerima diri sendiri dan menghargai diri sendiri dalam menjalani kehidupan di masa depan. Self-esteem merupakan salah satu komponen dari konsep diri, yang menandakan bagaimana seseorang menilai dirinya secara keseluruhan atau seberapa berharga dirinya (Bajaj, Robins, & Pande, 2016; Myers, 2013). Konsep ini yang akan menentukan cara pandang setiap individu dalam memandang dirinya sendiri. Evaluasi individu tentang dirinya sendiri secara positif atau negatif disebut dengan harga diri. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya (Santrock, 2008).

Masalah yang muncul akibat *self-esteem* rendah dapat menuju pada masalah kesehatan mental dan emosional yang mengakibatkan permasalahan psikologis seperti *anxiety*, depresi, dan hilangnya kepercayaan diri (Muhith, 2015). Menurut Manna, dkk (2016) pengalaman depresi dan *anxiety* individu dapat merusak konsep diri dan secara berkala dapat menurunkan *self-esteem* individu. Memiliki *self-esteem* yang tinggi dalam perkembangan teknologi yang pesat sangatlah penting untuk dapat mempertahankan konsep diri pada tahap perkembangan menuju dewasa. Pada tahap perkembangan diri tersebut, individu dapat menggunakan media sosial untuk berbagai alasan seperti kebutuhan situasional, sosial, serta untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan (Hughes et al., 2012). Hal ini juga didukung oleh penelitian Brown (2016) bahwa individu dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun

tersebut menggunakan media sosial untuk membentuk dan menampilkan identitas diri secara *online*.

Kemajuan teknologi media komunikasi dengan berbagai jenis semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Sehingga penyampaian informasi juga semakin mudah. Begitu juga dengan musik, menjadi salah satu sarana penyampaian informasi yang banyak disukai dikalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa.

Musik dalam bentuk lagu merupakan salah satu alat komunikasi yang memiliki berbagai ragam manfaat. Selain sebagai hiburan musik juga salah satu alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, musik mengemas pesan komunikasinya dalam bentuk kata-kata yang tertuang dalam lirik lagu pada tiap baitnya. Lirik lagu merupakan alat penghubung komunikasi antara musisi dengan pendengarnya. Menurut Djohan dalam Imam, (2012:2), bahwa musik adalah perilaku sosial yang kompleks dan universal yang didalamnya memuat sebuah ungkapan pikiran manusia, gagasan, dan ide-ide dari otak yang mengandung sebuah sinyal pesan yang signifikan.

Pencipta lagu dapat menyampaikan berbagai pesan yang dikemas dalam tema-tema tertentu melalui lirik lagu yang dibuat. Lirik lagu atau musik tersebut memiliki pesan masing-masing yang ingin disampaikan kepada pendengarnya. Pesan tersebut dapat berupa curahan hati atau aspirasi terkait situasi tertentu seperti pesan cinta, nasionalisme, lingkungan hidup, keadilan

sosial, keadaan keluarga, dan sebagai media untuk bermeditasi guna menghargai diri sendiri.

Sebuah lagu juga dapat memberikan kekuatan mentalitas yang baik bagi pendengarnya. Alunan musik yang indah dapat mempengaruhi perubahan psikologis, fisik, fungsi kognitif (perilaku), dan juga masalah sosial (*Journal of Young Investigators*, 2014). Selain itu Menurut Knobloch & Zillman (2002) mendengarkan musik tidak hanya untuk kesenangan saja, melainkan juga dapat mempengaruhi individu dalam fikiran dan emosi, khususnya pada suasana hati.

Definisi lain mengenai lirik lagu pada (KBBI, 2017:478), yakni Lirik lagu adalah karya puisi yang dinyanyikan yang bermuatan curahan perasaan pribadi dan susunan kata sebuah nyayian. Dengan bersatunya perpaduan musik dan lirik maka akan menjadi sebuah kombinasi penyampaian pesan yang berbeda dengan media manapun. Lagu memiliki jalinan dengan fenomena atau peristiwa yang terjadi di masyarakat, tergantung ide penciptanya dalam menciptakan lagu. Lagu dengan lirik yang sarat akan makna dan memiliki relevansi dengan keadaan yang sedang dialami atau dirasakan oleh pendengar akan sangat bisa menjadi sebuah representasi dan kontemplasi bagi para pendengarnya. Begitu juga dengan lagu judul “DIRI” yang diciptakan dan dipopulerkan oleh TULUS.

TULUS merupakan penyanyi dan penulis lagu dengan genre musik pop, jazz, dan soul. Hampir seluruh lagunya memiliki lirik yang relevan dengan kehidupan individu-individu dewasa awal. Dengan jenis vokal yang khas dan

merdu, TULUS selalu mampu membuat setiap lagunya terdengar begitu indah dan penuh makna. Pemilihan kata kata yang indah dipadukan dengan alunan musik yang merdu juga mampu membuat setiap lagunya dicintai banyak pendengar dalam setiap kalangan.

Tepat pada tahun 2022 lalu TULUS dengan label record Tulus Company merilis album ke 4 miliknya. Album ini dirilis sebagai bentuk perayaan sepuluh tahun TULUS berkarya di industri musik Indonesia. Setelah enam tahun TULUS tidak merilis album ia kemudian merilis album dengan judul “Manusia”. Penamaan judul album dengan kata “Manusia” memiliki makna bahwa setiap lagu di dalam album tersebut menceritakan tentang beragam rasa dan dinamika hidup manusia. TULUS mengungkapkan bahwa pembuatan album Manusia terinspirasi dari berbagai cerita yang pernah dialami, serta interaksi dirinya dengan orang lain maupun diri sendiri. Pada album keempatnya TULUS merilis 10 lagu, dengan judul *Tujuh Belas, Kelana, Remedi, Interaksi, Ingkar, Jatuh Suka, Nala, Hati-hati Dijalan, Diri, Satu Kali*.

Salah satu lagu dengan makna yang sangat relevan terhadap kehidupan individu dewasa awal saat ini terdapat pada trek lagu ke delapan album manusia, lagu dengan judul “Diri”. Seperti judulnya, lagu ini memiliki makna yang relevan dengan diri sendiri. Perihal cara untuk menerima diri sendiri sebanyak apapun luka yang dimiliki dan perjalanan berdamai dengan diri sendiri. Jika dilihat dari beberapa respon pada sosial media lagu ini sangat relevan dengan individu dewasa awal yang kerap kali mendapatkan tekanan

yang bersumber dari banyak hal yang dapat berujung pada terganggunya mental seseorang.

Penyebaran informasi yang dapat dengan cepat dan luas dalam waktu yang singkat merupakan salah satu bagian penting dari pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini membuat manusia terus mengonsumsi sekaligus memproduksi informasi dalam jumlah yang banyak akibat kemudahan akses yang didapat. Begitupun di kalangan industri kreatif mulai bermunculan dengan tingginya kreativitas sumber daya manusia yang ditawarkan industri ini dan menjadi landas tumpu untuk menuju keadaan yang lebih baik (Kusumawardhani, 2014, p.122). Hal tersebut sangat berpengaruh pada industri musik Indonesia. Dengan kemudahan segala informasi yang didapatkan, hampir sebagian besar musisi Indonesia berlomba-lomba membuat karya sekreatif mungkin demi mendapatkan daya tarik tersendiri untuk memberikan nuansa baru bagi perkembangan musik di Indonesia.

Dalam menciptakan suatu tren, diperlukan kegiatan atau gerakan yang menghasilkan suatu perubahan yang signifikan pada masyarakat, yaitu melalui kegiatan kampanye. Kampanye merupakan tindakan komunikasi strategis yang bertujuan dalam menciptakan efek tertentu pada masyarakat dalam jumlah yang besar dan pada kurun waktu tertentu secara berkelanjutan. (Rogers & Storey, 1987). Kampanye yang dilakukan sebaiknya dirancang secara efektif dengan memanfaatkan platform media sosialnya sebagai komunikasi strategis. Pemanfaatan media baru atau media digital oleh label

rekaman dan musisi independen sebagian besar bertujuan pada penyampaian informasi dan promosi mengenai karya musik. Tujuan penting yang lainnya juga pada kegiatan branding atau pembentukan citra para musisi dalam benak khalayak atau penggemar serta penyampaian pesan melalui lagu yang di rilis. Media sosial menjadi platform kampanye yang fleksibel dikarenakan pemasaran media sosial berupa komunikasi dua arah yang memberikan peluang untuk meningkatkan nilai merek dengan adanya ruang bertukar informasi. (Kim & Ko, 2012).

Perubahan tren musik yang berkembang dan mudah berganti dengan cepat disebabkan oleh berkembangnya platform digital dan media sosial. Para musisi mempromosikan karya musik menggunakan pemasaran alat komunikasi dalam kampanye yang ditujukan untuk promosi lagu atau acara. Para musisi juga menunjukkan beberapa upaya untuk mengukur efek dari kampanye ini dalam penyusunan strategi jangka panjang atau perencanaan komunikasi. Hal ini bertujuan melibatkan komunikasi dua arah atau membangun hubungan jangka panjang. Musisi melihat musik sebagai pesan tentang merek dan penciptaan peluang bagi pemangku kepentingan dalam menanggapi pesan (Nel, 2017). Dengan demikian, perkembangan industri musik Indonesia era industri 4.0 telah membawa kemudahan bagi para musisi dan manajemen yang membantu dalam segala kegiatan pengelolaan karya maupun promosi secara lebih mudah dengan medium atau *platform* yang dapat digunakan, seperti media sosial dan layanan *streaming*.

Pemanfaatan internet yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun juga meningkatkan pengguna media sosial, khususnya di Indonesia. Pada tahun 2020, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat dari tahun sebelumnya hingga mencapai 160 juta pengguna aktif (Hasiholan et al., 2020). Dua tahun berikutnya, jumlah pengguna media sosial itu sendiri mencapai 191,4 juta pengguna berdasarkan hasil riset DataReportal pada bulan Februari 2022 (suara.com, 2022).

Salah satu aplikasi media sosial yang saat ini memiliki banyak peminat di Indonesia adalah *TikTok* (Khansa & Putri, 2022). *TikTok* memperoleh posisi kedua setelah aplikasi *WhatsApp* dan mampu mengalahkan beberapa aplikasi lain yang dikembangkan oleh Facebook Inc. (Kusuma, 2020). Hasil survei dari Statista pada tahun 2020 menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki jumlah pengguna aktif sebanyak 22,2 juta pengguna. Jumlah pengguna aplikasi ini semakin meningkat sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan peringkat kedua setelah Amerika Serikat dalam menggunakan aplikasi *TikTok* (databoks.katadata.co.id., 2020).

*TikTok* berisi video berdurasi pendek kisaran 15 sampai 180 detik yang dapat diperlihatkan kepada pengguna lain jika video tersebut masuk ke halaman “*for your page*” pengguna *TikTok* lainnya (Pamungkas & Djulaeka, 2019). Aplikasi ini juga dilengkapi oleh musik, *filter*, 3D *stickers* dan fitur-fitur menarik lainnya yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk berbagai jenis video. *TikTok* juga memiliki *special effects* seperti efek *shaking* dan *shivering* pada video yang diiringi musik. Sebagai tambahannya, seorang

pengguna dapat lebih mengembangkan bakatnya tanpa adanya batasan hanya dengan membuat berbagai jenis video seperti video musik, video komedi, video kegiatan sehari-hari dan video-video lainnya. Hal inilah yang membedakan *TikTok* dengan media sosial lainnya sehingga dapat mendorong penggunaanya dalam mengekspresikan dirinya (Buana et al., 2020).

Sebagian besar pengguna aplikasi *TikTok* di Indonesia di dominasi oleh pengguna pada rentang usia 18 – 24 tahun. Menurut Aizah (2021), sebagian besar pengguna aplikasi *TikTok* ini berasal dari kalangan masyarakat yang berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun (38%), dan selanjutnya kalangan usia 25 hingga 34 tahun (29%). *TikTok* ini banyak disukai rentang usia tersebut karena aplikasi ini mengalami karakteristik yang berbeda dan belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya (Firamadhina & Krisnani, 2020). Hal ini juga didukung oleh penelitian Brown (2016) bahwa individu dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun tersebut menggunakan media sosial untuk membentuk dan menampilkan identitas diri secara *online*.

*TikTok* dapat menjadi salah satu wadah bagi individu dalam menentukan identitas dirinya yang nantinya akan mempengaruhi penilaian baik atau buruk terhadap dirinya (Khansa & Putri, 2022). Adanya fitur *explore* pada aplikasi *TikTok* berguna untuk melihat berbagai postingan orang lain tanpa harus diikuti terlebih dahulu sehingga individu tersebut bisa mengamati berbagai kehidupan orang lain baik itu publik figur, *influencer*, maupun pengguna akun *TikTok* lainnya. Pernyataan ini juga didukung oleh data dari Global WebIndex yang mana sebanyak 68% pengguna aplikasi ini hanya

menggunakan aplikasi *TikTok* untuk melihat video konten orang lain (Pebrianti, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Vries et al. (2018) menunjukkan bahwa postingan yang dibagikan para pengguna di media sosial dapat mendorong timbulnya perasaan negatif bagi pengguna lainnya. Perasaan negatif ini salah satunya berkaitan dengan *self esteem* individu (Bernarte et al., 2015). Konten-konten video yang ditampilkan tersebut dapat memicu timbulnya perasaan malu, *insecurity*, serta menganggap dirinya tidak lebih baik dari pengguna lain yang dilihatnya. Kecenderungan individu yang terhubung dengan media sosial akan berkaitan dengan rendahnya *self esteem* individu tersebut (Mandas, 2022). Dampak dari rendahnya *self esteem* ini terjadi karena timbulnya citra diri yang negatif dari individu tersebut hingga akhirnya individu tersebut menjadi tidak produktif (Woensel, 2018).

*TikTok* secara perlahan berkembang menjadi media yang mempresentasikan standar kehidupan, kesempurnaan, dan kecantikan individu yang dimulai dari penghargaan terhadap dirinya (Islamiyah, 2020). *Self esteem* pengguna *TikTok* dapat menurun karena individu tersebut cenderung mengalami perasaan negatif ketika melihat konten-konten video pengguna lain yang hampir memiliki kesamaan dengan dirinya baik dari segi usia, pendidikan, dan sebagainya (Amoda et al., 2022). Unggahan-unggahan dari konten yang ditampilkan di media sosial seperti *TikTok* dapat menimbulkan respon negatif berupa perasaan bahwa ada sesuatu yang salah dalam

kehidupannya sehingga dapat memicu timbulnya emosi perasaan iri, hingga gangguan psikologis lain (Alfasi, 2019).

Kesibukan yang dialami individu dengan melakukan rutinitas yang sama, bahkan sering mendapatkan tekanan dari banyak hal terkadang membuat individu tersebut tidak dapat menghindari perasaan negatif yang muncul. Kesadaran yang semakin tinggi akan hal tersebut membuat masing-masing individu mencari metode untuk membuat dirinya merasa mendapatkan perasaan yang positif kembali. Salah satunya ialah dengan mendengarkan lagu. Mendengarkan lagu yang sesuai dengan perasaan hati terkadang meningkatkan kesadaran akan banyak hal yang positif terhadap diri sendiri.

*TikTok* juga menjadi sarana dalam penyampaian pesan terhadap banyak orang. Dengan fitur yang beragam, *TikTok* menjadi acuan tren yang sedang berlangsung di media sosial. Tren inilah yang kemudian menjadi kampanye digital dalam menyuarakan suatu pesan baik dalam sebuah lagu dari para musisi kepada para pengemarnya khususnya pengguna aplikasi *TikTok*.

Berdasarkan paparan diatas, membuat peneliti tertarik untuk menganalisis kesadaran pentingnya menghargai diri sendiri yang disuarakan lewat media sosial melalui pesan yang tersirat dalam lirik sebuah lagu dengan mengambil judul **“Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Kampanye Digital Lagu “Diri” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pentingnya *Self-Esteem* Pada Individu Dewasa Awal”**

## 1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: bagaimana kampanye digital dari lagu “Diri” dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kampanye digital dari lagu Diri dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal.

## 1.4. Signifikasi Penelitian

Adapun signifikasi penelitian ini adalah, sebagai berikut:

### 1.4.1. Signifikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan atau bahan evaluasi dari penelitian ilmiah berkaitan dengan permasalahan yang serupa untuk dapat dijadikan sebagai pengaplikasian Ilmu Komunikasi. Teori yang telah digunakan dalam penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan penjelasan ataupun wawasan yang mudah dipahami tentang kampanye digital dari sebuah lagu dalam menciptakan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal.

#### **1.4.2. Signifikasi Praktis**

Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan gambaran dengan jelas mengenai kampanye digital dari sebuah lagu melalui yang terkandung didalam konten sesial medianya, sehingga dapat menciptakan kesadaran tentang hal – hal baik.

#### **1.4.3. Signifikasi Sosial**

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan motivasi kepada pembaca untuk dapat lebih menyadari pentingnya menghargai diri sendiri terutama pada individu dewasa awal yang telah memasuki masa – masa sulit dalam beradaptasi dengan perpindahan antara masa remaja dan masa dewasa yang akan dilalui pada kemudian hari.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

#### **1.5.1. Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan suatu kepercayaan atau prinsip-prinsip dasar yang ada didalam diri manusia tentang pandangan dunia dan cara pandangnya terhadap dunia. Paradigma akan mempengaruhi definisi, model maupun teori dalam melakukan penelitian. Paradigma menjelaskan asumsi-asumsi yang spesifik mengenai bagaimana suatu penelitian harus dilakukan dalam suatu bidang yang bersangkutan.

Semua disiplin penelitian dilakukan dalam sebuah paradigma. Paradigma penelitian dipahami sebagai keyakinan dasar dimana teori akan dibangun, yang secara fundamental mempengaruhi bagaimana peneliti melihat dunia dan menentukan perspektif dan bentuk pemahaman tentang

bagaiman hal-hal yang saling terkait. (Ihwan Susila, 2015). Secara singkat pengertian dari paradigma penelitian adalah bentuk berpikir yang menguraikan cara penelitian dalam memandang informasi dan data (fakta) yang ada di lapangan, serta reaksi atau tindakan peneliti pada sebuah konsep, teori, model, aplikasi dan ilmu yang bersangkutan.

Sejak abad pencerahan sampai era globalisasi ini, ada empat paradigma yang digunakan dalam penelitian komunikasi, Guba dan Lincoln mengklasifikasikannya kedalam empat paradigma yaitu : paradigma positivisme, paradigma post positivisme, konstruktivisme dan kritis. (Sunarto dan Hermawan, 2011:9)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan salah satu cara pandang dari tradisi sosial budaya. Paradigma ini menyatakan bahwa identitas objek bergantung pada bagaimana berbicara tentang objek, bahasa yang digunakan untuk mengekspresikan konsep, dan cara kelompok sosial beradaptasi dengan pengalaman bersama. Berbagai kelompok dengan identitas, makna, kepentingan, pengalaman, dan lain-lain mencoba untuk mengekspresikan diri dan kemudian berpartisipasi dalam pembentukan realitas simbolik (Wazis, 2017).

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang mengkaji secara rinci dengan analisis yang logis dan argumentatif untuk menafsir suatu peristiwa. Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat

dihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Pada kenyataannya realitas sosial tidak bisa berdiri sendiri tanpa peran individu, baik dari luar maupun di dalam realitas itu sendiri.

Dalam penelitian, paradigma konstruktivisme ini akan mencoba menelusuri tentang pemahaman pentingnya self-esteem pada individu dewasa awal dalam kampanye digital yang berbentuk konten media sosial menggunakan lagu Diri karya Tulus.

### 1.5.2. State Of The Art

**Tabel 1.1** State Of The Art

No	Penulis & judul	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
1	Krisanctus Megito Burin - Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero -2023- Analisis Semiotika Makna “Bangkit Dari Keterpurukan” Dalam Lagu Diri Karya Tulus Menurut Roland Barthes	Skripsi	Dalam lagu Diri karya Tulus terdapat pesan motivasi di dalam liriknya yang dapat memotivasi orang untuk bangkit dari keterpurukan dan mendorong orang untuk tetap bersemangat dalam menghadapi kehidupan saat ini dengan segala lika-liku yang dihadapinya.	Kualitatif Studi Pustaka dengan Analisis Semiotika menurut Roland Barthes
2	Tania Indira Pramesta – Universitas Pasundan – 2023 – Pesan Pada Lirik Lagu Diri Dari Tulus Sebagai Bentuk Representasi Mencintai Diri	Skripsi	Makna teks pada lagu Diri karya Tulus menceritakan tentang bagaimana kita sebagai manusia harus bisa menerima diri kita sendiri, mengikhlaskan semua yang telah terjadi pada diri kita, dan selalu bersyukur dengan apa yang kita miliki.	Kualitatif Studi Kasus
3	Larasati Nurindahsari – Universitas Semarang – 2019 – Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik lagu “Zona Nyaman” Karya Fourtwenty	Skripsi	Pada setiap lirik lagu ini menggunakan perumpamaan sehingga bisa dianalisis dengan teori semiotika Ferdinand De Saussure Penelitian ini menemukan kesimpulan baha makna yang terkandung dalam lagu	Kualitatif Deskriptif

			Zona Nyaman ini adalah sebuah pesan motivasi untuk lebih berani keluar dari zona nyaman demi kehidupan yang lebih baik.	
--	--	--	---	--

Penelitian mengenai analisis semiotika pada sebuah lagu dan makna yang terdapat didalamnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian tersebut telah memberikan kontribusi serta manfaat bagi penelitian selanjutnya, mengenai metode penelitian dan pendekatan yang digunakan guna mengetahui informasi objek penelitian. Untuk melengkapi referensi serta guna mengembangkan penelitian ini, maka peneliti memahami penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang sekiranya berkaitan dengan fokus penelitian ini.

Kebaruan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisantus Megito Burin dengan judul Analisis Semiotika Makna “Bangkit Dari Keterpurukan” Dalam Lagu Diri Karya Tulus Menurut Roland Barthes yaitu teori yang berbeda dan fokus penelitiannya. Pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika milik Roland Barthes dan fokus penelitiannya pada makna “Bangkit dari keterpurukan” pada lagu Diri, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce dengan fokus penelitiannya pada kampanye digital dari lagu Diri.

Kebaruan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Tania Indira Pramesta dengan judul Pesan Pada Lirik Lagu Diri Dari Tulus Sebagai Bentuk Representasi Mencintai Diri yaitu pada teori penelitiannya. Pada penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas

sosial dan analisis wacana model Norman Fairclough dari makna pesan dan praktik sosiokulturalnya atau dampak yang diterima masyarakat setelah mendengarkan lagu Diri, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan analisis semiotika dalam kampanye digital dari lagu Diri untuk meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* pada Individu Dewasa Awal.

Kebaruan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati Nurindahsari dengan judul Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik lagu “Zona Nyaman” Karya Fourtweenty yaitu teori yang digunakan dan judul lagu yang diteliti. Pada penelitian ini menggunakan teori Ferdinand De Saussure dengan meneliti makna dari lagu Zona Nyaman karya Fourtweenty, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan teori Charles Sanders Peirce dengan meneliti kampanye digital dari lagu Diri karya Tulus.

## **1.6. Kerangka Teori**

### **1.6.1. Teori Semiotika Charles Sanders Peirce**

Semiotika didefinisikan sebagai suatu ilmu analisis tanda atau studi yang mempelajari tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Awal mulanya semiotika dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Pierce, Roland Barthes, Jean Baudrillard, Umberto Eco, Leuwen, Arthur Asa Berger, Danesi dan masih banyak lagi, dari masing-masing mereka memiliki spesifikasi ranah kajian yang berbeda mengenai semiotika.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani “Semeion”, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign). Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Dan tanda tidak terbatas pada benda (Zoest, 1993:18). Kata semiotika diturunkan dari bahasa Inggris, yaitu semiotics. Nama lain semiotika adalah semiology. Keduanya memiliki arti yang sama, yaitu sebagai ilmu tentang tanda. Baik semiotika atau semiology berasal dari bahasa Yunani, yaitu semeion, yang berarti tanda.

Umberto Eco dan Hoed dalam Sobur (2009) mengemukakan bahwa kajian semiotika sampai saat ini membedakan dua jenis semiotika, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satunya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan. Sementara itu semiotika signifikasi memberi tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Perbedaan antara semiotika komunikasi dengan semiotika signifikasi terletak pada tingkat pemahamannya. Pada semiotika signifikasi segi pemahaman suatu tanda hingga proses kognisinya pada penerima tanda jauh lebih diperhatikan dibanding proses komunikasinya, sehingga tujuan komunikasinya sedikit terabaikan. (Sobur, 2009:15).

Menurut Littlejohn, (2009: 53) dalam bukunya Teori Komunikasi Theories of Human Communication edisi 9, Semiotik bertujuan untuk

mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan.

Istilah semiotika atau semiotik dimunculkan pada akhir abad ke-19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika, Charles Sanders Peirce, merujuk kepada doktrin formal tentang tanda-tanda. Yang menjadi dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda; tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda.

Penelitian ini menggunakan konsep semiotika yang dikenalkan oleh Charles Sander Peirce. Peirce adalah ilmuwan yang pertama kali mengembangkan teori modern tentang tanda, pada abad ke-1933. Konsep penting dari semiotika Peirce adalah konsep tanda. Semiotika menurutnya adalah ilmu yang mempelajari tentang makna dari tanda-tanda. Tanda (representament) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.

Bagi Peirce tanda dan pemaknaannya bukan struktur melainkan suatu proses kognitif yang disebutnya semiosis. Jadi semiosis adalah proses pemaknaan dan penafsiran tanda yang melalui tiga tahapan. Tahap pertama adalah pencerapan aspek representamen tanda (pertama melalui pancaindra), tahap kedua mengaitkan secara spontan representamen dengan pengalaman dalam kognisi manusia yang memaknai

representamen itu (disebut object), dan ketiga menafsirkan object sesuai dengan keinginannya. Tahap ketiga ini disebut interpretant (Hoed 2014:8)

Ada tiga komponen penting dalam definisi tanda Charles Sander Peirce, yaitu representamen, objek dan interpretan. Karena itu, definisi tanda Peirce sering disebut disebut triadik—bersisi tiga. Tiga komponen atau unsur tanda Peirce ini adalah representament, objek dan interpretant.

Di dalam konsep triangle meaning Charles Sanders Peirce ada satu komponen yang menurut peneliti paling relevan dengan lagu “Diri” milik Tulus yaitu komponen yang kedua, representamen dengan pengalaman dalam kognisi manusia yang memaknai representamen itu (disebut object). Kognisi sendiri bisa diartikan sebagai suatu proses mental yang dimana seorang individu menyadari dan mempertahankan hubungan dengan lingkungannya baik di dalam ataupun luar lingkungannya, yang artinya kognisi ini erat hubungannya dengan realitas sosial yang ada dan terjadi di sekitar individu tersebut.

#### **1.6.2. Konsep Diri dalam Psikologi Komunikasi**

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini bisa bersifat psikologis, sosial dan fisis, menurut William D Brooks dalam Jalaludin Rakhmat (2015: 98). Konsep diri merupakan model internal yang mempergunakan penilaian diri dalam rangka menentukan skema diri seseorang. Hal-hal khusus seperti kepribadian, keahlian dan kemampuan, hobi dan pekerjaan, karakteristik fisik dan lain-lain, dinilai dan diaplikasikan kepada skema diri, yang

adalah sekumpulan gagasan mengenai diri seseorang dalam suatu dimensi khusus.

Berk (1996: 280, 355, 467) menjelaskan bahwa perkembangan konsep diri diawali dari usia 2 tahun (ada rekognisi diridengan melihat dirinya di kaca, foto, videotape); masa kanak-kanak awal (konsep dirinya bersifat kongkrit, biasanya berdasar karakteristik nama, penampilan fisik, barang-barang milik dan tingkahlaku sehari-hari); masa kanak-kanak pertengahan (ada transformasi dalam pemahaman diri, mulai menjelaskan diri dengan istilah-istilah sifat kepribadian, mulai dapat membandingkan karakteristik dirinya dengan peer-nya). Faktor-faktor bertanggungjawab terhadap perubahan konsep diri ini dapat dialamatkan pada perkembangan kognitif yang pasti mempengaruhi perubahan struktur diri. Isi dari perkembangan konsep diri paling banyak berasal dari interaksi dengan orang lain, yang dijelaskan oleh Mead mengenai diri adalah 'suatu campuran tentang apa yang dipikirkan orang-orang signifikan di sekitar kita tentang kita'. Hal ini memperlihatkan bahwa ketrampilan mengambil perspektif (perspektif-taking) muncul selama masa anak, khususnya kemampuan mengimajinasikan apa yang dipikirkan orang lain, memainkan peranan penting dalam perkembangan diripsikologisnya; masa remaja (pendefinisiandiri menjadi lebih selektif, meskipun orangtua tetap berpengaruh, kelompok peers menjadi lebih penting di usia 8-15 tahun, konsep diri menjadi meningkat dengan memperoleh umpan balik dari teman dekat).

Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku orang yang bersangkutan, maupun ekspresi kognitif dan emosionalnya, termasuk di dalamnya pencapaian akademiknya, tingkat kebahagiaannya, kegelisahannya, integrasi sosialnya, harga dirinya, dan kepuasan hidupnya.

Konsep diri terdiri dari skema diri, diri masa lampau (*past self*), diri masa kini (*present self*), dan diri masa depan (*future self*). Konsep diri saling berinteraksi dengan harga diri, pengenalan diri, dan diri sosial, dalam membentuk diri secara utuh. Hal ini mencakup diri masa lalu, masa kini, dan masa depan. Dalam hal ini, “diri masa depan” (*future self*) adalah apa yang dipikirkan seseorang meliputi:

- Pemikiran seperti apa dirinya di masa depan
- Pemikiran menjadi orang yang bagaimana (*possible self*),
- Hadirnya rasa takut akan menjadi orang yang bagaimana. Persepsi seseorang mengenai dirinya di masa lalu maupun masa depan, terkait erat dengan persepsinya tentang dirinya di masa sekarang.

Menurut teori penilaian-diri sementara (*temporal self-appraisal theory*), manusia umumnya memiliki kecenderungan mempertahankan penilaian diri yang positif dengan cara mengambil jarak dengan “diri” negatifnya, sembari berfokus pada “diri” positifnya. Manusia juga cenderung memandang diri masa lalunya sebagai diri yang kurang diinginkan, dan berpandangan lebih positif terhadap diri masa depannya.

### 1.6.2.1. Komponen Konsep Diri

Menurut Carl Rogers, konsep diri terdiri dari tiga komponen:

#### 1. Gambaran Diri (*Self-Image*)

Konsep ini menegaskan tentang cara seseorang memandang dirinya sendiri. Tidak selamanya gambaran diri ini mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Terbentuknya gambaran diri seseorang dapat dipengaruhi banyak faktor, misalnya pengaruh dari orang tua, teman, media, dan lain-lain. Kuhn (1960) mengadakan penelitian menyangkut gambaran diri ini dengan menggunakan Test Duapuluh Pernyataan, di mana orang-orang yang menjadi obyek penelitian diminta menjawab pertanyaan “Siapakah saya?” dengan menggunakan 20 cara yang berbeda-beda.

Respon yang didapat dari penelitian ini dapat dibagi ke dalam dua kelompok besar, yakni peran sosial (aspek eksternal dan obyektif dari seseorang, misalnya seorang anak, seorang guru, seorang teman, dan sebagainya) dan sifat-sifat pribadi (aspek internal dan afektif seseorang seperti suka berteman, tidak sabaran, suka humor, dan sebagainya).

Jawaban-jawaban yang didapat dari test tersebut juga dapat dikelompokkan ke dalam 4 kelompok berikut ini:

- Deskripsi Fisik
- Peran Sosial
- Sifat Pribadi
- Pernyataan Eksistensial

Dari hasil penelitian ini juga ternyata bahwa orang-orang berusia muda lebih cenderung menyatakan deskripsi diri mereka dari aspek sifat-sifat pribadi, sementara yang berusia lebih tua lebih condong kepada peran sosial.

## 2. Harga diri (*self-esteem*) atau kepantasan diri (*self-worth*)

Konsep ini menjelaskan seberapa banyak nilai yang dikenakan seseorang kepada dirinya sendiri. Seseorang dapat memiliki baik pandangan positif maupun negatif tentang dirinya. Harga diri terbagi dua, yaitu :

- Harga diri yang tinggi (*high self-esteem*)

Seseorang memiliki pandangan yang positif tentang dirinya.

Hal ini dapat menjurus kepada kepercayaan diri akan kemampuan-kemampuan yang dimilikinya, penerimaan diri sendiri, tidak adanya kekuatiran tentang apa yang dipikirkan orang lain tentang dirinya, dan optimisme.

- Harga diri yang rendah (*low self-esteem*)

Seseorang itu memiliki pandangan yang negatif tentang dirinya. Hal ini dapat menjurus kepada kurangnya kepercayaan diri, selalu ingin menjadi atau berpenampilan seperti orang lain, selalu kuatir tentang apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan pesimisme.

Ada saatnya di mana perasaan harga diri itu berfluktuasi, bahkan berubah dengan cepat dalam situasi yang berbeda-beda.

Namun ada saatnya juga di mana seseorang tetap berpikir positif tentang dirinya, walaupun kenyataan yang dihadapinya menunjukkan sebaliknya. Hal ini dikenal sebagai efek ketekunan (perseverance effect).

Menurut Argyle (2008) ada 4 faktor yang mempengaruhi harga diri seseorang:

- Reaksi dari Orang Lain

Saat seseorang menerima reaksi positif dari orang lain, entah berupa kekaguman, pujian, atau timbul keinginan orang lain untuk berteman dengannya, juga orang lain cenderung mendengarkannya dengan penuh perhatian atau mudah untuk setuju dengannya, maka orang tersebut akan cenderung memiliki gambaran diri yang positif. Sebaliknya, jika orang lain cenderung menghindarinya, mengabaikannya, atau mengatakan hal-hal tentang orang tersebut yang tidak enak didengar, maka dia juga akan cenderung memiliki gambaran diri yang negatif.

- Perbandingan dengan Orang Lain

Jika orang yang bersangkutan membandingkan dirinya dengan orang lain yang kebetulan lebih sukses, lebih bahagia, lebih kaya, atau lebih rupawan, maka dia cenderung memiliki gambaran diri yang negatif. Sebaliknya, gambaran dirinya

cenderung menjadi positif bila orang yang menjadi bahan perbandingannya itu tidak lebih beruntung daripadanya.

- Peran Sosial

Beberapa peran sosial dipandang lebih berprestise, seperti dokter, pilot pesawat terbang, presenter TV, atau bintang sepak bola, dan ini dapat membantu meningkatkan harga diri. Sementara ada peran sosial yang tidak dipandang baik, bahkan membawa stigma negatif, seperti narapidana, pasien rumah sakit jiwa, atau seorang pengangguran.

- Identifikasi

Peran sosial tidak hanya menjadi “faktor luar”, melainkan juga menjadi bagian dari identitas diri dan kepribadian seseorang. Ia cenderung mengidentifikasi dirinya dengan posisi yang dipegangnya, peran sosial yang dijalannya, maupun kelompok di mana dia menjadi anggotanya.

Namun dari semua faktor ini, yang termasuk besar pengaruhnya tentu tidak lain adalah orang tua.

### 3. Diri Ideal (*Ideal Self*)

Konsep ini menegaskan bahwa individu ingin menjadi orang yang bagaimana seseorang itu. Jika ada ketidakcocokan antara bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri (gambaran dirinya) dengan diri idealnya, maka hal ini dapat turut menentukan cara orang itu menilai dirinya, atau seberapa tinggi harga dirinya. Hal ini lah

yang menjadikan terdapat hubungan erat antara gambaran diri, diri ideal, dan harga diri. Apa yang dialami seseorang dalam kehidupan nyata acap kali berbeda dengan diri idealnya. Dengan kata lain, ada kesenjangan antara diri ideal dengan pengalaman nyata. Hal ini disebut juga inkongruensi. Keadaan yang disebut kongruensi terjadi ketika diri ideal seseorang konsisten atau sangat mendekati kesamaan dengan pengalaman nyatanya. Namun faktanya, sangat jarang terjadi kongruensi yang total di mana diri ideal dan pengalaman nyata adalah hal yang sama persis. Setiap individu mengalami sejumlah inkongruensi. Menurut Rogers, untuk mencapai aktualisasi diri, seseorang itu harus berada di dalam keadaan kongruensi terlebih dahulu.

## **1.7. Operasionalisasi Konsep**

### **1.7.1. Semiotika**

Semiotika adalah sebuah disiplin ilmu dan metode analisis yang dapat mengaji tanda – tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna yang terkandung dalam objek tersebut. Semiotika berasal dari bahasa Yunani “Semeion”, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign). Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Dan tanda tidak terbatas pada benda (Zoest, 1993:18).

Kata semiotika diturunkan dari bahasa Inggris, yaitu *semiotics*. Nama lain semiotika adalah *semiology*. Keduanya memiliki arti yang sama, yaitu sebagai ilmu tentang tanda. Baik semiotika atau *semiology* berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semeion*, yang berarti tanda.

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda (Sobur, 2001). Semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda memrepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, kondisi diluar tanda-tanda itu sendiri.

Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri.

Menurut Littlejohn, (2009: 53) dalam bukunya *Teori Komunikasi Theories of Human Communication* edisi 9, Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan.

Pada penelitian kali ini, menggunakan teori semiotika menurut Charles Sanders Peirce yang dianalisis menggunakan tiga tingkatan yaitu Tanda (Sign), Acuan Tanda (Objek), dan Penggunaan Tanda (Interpretant).

### 1.7.2. Kampanye Digital

Kampanye digital merupakan salah satu kegiatan menyampaikan ide/gagasan atau suatu pesan tertentu melalui media digital dalam rangka mewujudkan suatu tujuan dalam kurun waktu tertentu. Kampanye digital menjadi salah satu cara paling mudah dalam menyampaikan pesan kepada khalayak mengingat semua orang sudah mengenal teknologi dan sudah memiliki sosial media untuk berinteraksi satu sama lain. Kampanye digital dinilai cukup efektif karena dalam proses persebarannya membutuhkan waktu yang sangat singkat dan dengan biaya yang minim. Ide atau informasi yang akan disampaikan akan dengan mudah tersalur melalui media digital karena jangkauannya yang sangat luas dan dapat diakses kapan saja. (Ananto, D., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. 2017).

Digitalisasi yang sudah semakin mendunia dan menjadi tempat utama tersebarnya informasi dengan kurun waktu yang sangat singkat dan dengan jangkauan yang sangat luas. Hal ini merupakan sesuatu yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh sebuah organisasi yang sedang melakukan sebuah kampanye digital supaya informasi yang akan disampaikan tersebar secara cepat dan luas mengingat internet menjadi sumber berita terpercaya dari waktu ke waktu. Bahkan media konvensional kini sudah tergeser posisinya oleh kehadiran ruang informasi digital. Dukungan dari berbagai pihak di luar organisasi juga sangat berpengaruh dalam berjalannya sebuah kampanye digital.

### 1.7.3. Lagu

Lagu merupakan bagian dari musik, biasanya menggunakan teks verbal, diciptakan untuk dinyanyikan, terutama ditunjukkan untuk penampilan solois. Definisi di atas menjelaskan mengenai latar belakang penciptaan lagu yang memang dikomposisikan menggunakan teks verbal dengan tujuan untuk ditampilkan (Collins Dictionary). Dapat disimpulkan bahwa lagu adalah merupakan bagian dari musik yang di dalamnya terdapat kata-kata atau disebut lirik yang ditunjukkan untuk dinyanyikan dengan nada, pola atau bentuk tertentu.

Lagu merupakan gubahan seni nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal (biasanya diiringi dengan alat musik) untuk menghasilkan gubahan musik yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan (mengandung irama). Dan ragam nada atau suara yang berirama disebut juga dengan lagu. Lagu juga dapat dinyanyikan secara solo, berdua (duet), bertiga (trio) atau dalam ramai-ramai (koir). Maka dari itu lagu dapat digunakan untuk mengobar semangat seperti pada masa perjuangan, menyatukan perbedaan, mempermainkan emosi dan perasaan seseorang dengan tujuan menanamkan sikap atau nilai yang kemudian dapat dirasakan orang sebagai hal yang wajar, benar dan tepat.

Fakta bahwa lagu berkaitan dengan emosi adalah benar adanya, karena pencipta lagu pasti menciptakannya dengan melibatkan emosi yang dimilikinya. Vibrasi yang dapat dihasilkan mempengaruhi individu secara fisik, sedangkan harmoni yang mampu dihasilkan akan mempengaruhi

secara psikis. Jika vibrasi dan harmoni hyang digunakan tepat, maka pendengar akan merasa nyaman dan tenang. Sehingga metabolisme didalam tubuh akan berfungsi secara maksimal dan stres pada seseorang akan dapat berkurang.

#### **1.7.4. *Self – Esteem***

*Self – esteem* adalah penilaian terhadap diri sendiri. Berdasarkan pada kata selfesteem dapat dikatakan sebagai penghargaan seseorang terhadap dirinya sendiri karena apa yang ada pada diri seseorang itu adalah kekuatan yang mesti dihargai dan dikembangkan. Self-esteem adalah evaluasi diri yang mencakup persepsi fisik, sosial, dan psikologis pribadi. Penilaian tersebut dibangun sejak awal pertama kali individu berinteraksi dengan lingkungan melalui ibu atau pengasuh dan terbentuk berdasarkan pandangan atau pendapat dari orang lain tentang diri individu tersebut dan pengalaman spesifik yang dialami.

Secara sederhana self-esteem dapat didefinisikan sebagai perasaan orang tentang diri mereka sendiri terkait dengan pentingnya prestasi, hubungan interpersonal yang positif, dan kesejahteraan psikologis (Vohs & Baumeister, 2016). Self-esteem terbentuk melalui interaksi individu dengan lingkungan, jika hubungan memberikan sesuatu yang menyenangkan maka self-esteem menjadi positif, tapi jika lingkungan memberikan hal sebaliknya yaitu sesuatu yang tidak menyenangkan maka self-esteem akan menjadi negative.

Self-Esteem dipandang sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Ketika seseorang tersebut tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka akan sulit baginya untuk dapat menghargai orang-orang di sekitarnya. Dengan demikian self-esteem merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan ber-dampak luas pada sikap dan perilakunya. Self-Esteem juga berperan dalam mempengaruhi individu dalam mengartikan dan mengatur setiap peristiwa dan pengalaman yang mendorong lahirnya gagasan-gagasan dan rencana-rencana serta tingkah laku yang sesuai.

#### **1.7.5. Individu**

“Individu berasal dari kata “yunani” yaitu “ individu” yang artinya “tidak terbagi”. Dalam ilmu sosial paham individu, menyangkut tabiat dengan kehidupan dan jiwa yang majemuk, memegang peranan dalam pergaulan hidup manusia. Individu merupakan kesatuan yang terbatas yaitu sebagai manusia perseorangan bukan sebagai manusia keseluruhan.

Maka dapat disimpulkan bahwa individu adalah manusia yang memiliki peranan khas atau spesifik dalam kepribadiannya. Dan terdapat tiga aspek dalam individu yaitu aspek organik, jasmaniah, aspek psikis rohaniyah, dan aspek sosial.” Ahmadi,A dan Supriyono,W. Psikologi belajar, “Individu adalah kata benda dari individual yang berarti orang, perseorangan, dan oknum. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) online, individu berarti orang seorang: pribadi orang (terpisah dari yang lain). Bisa juga disebut individual yang berarti

mengenai atau berhubungan dengan manusia secara pribadi, bersifat perseorangan.

#### **1.7.6. Dewasa Awal**

Dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Peralihan dari ketergantungan kemasa mandiri baik dari ekonomi, kebebasan menentukan diri, dan pandangan masa depan lebih realistis. Secara hukum seseorang dapat dikatakan sebagai orang dewasa awal saat menginjak usia 21 tahun sampai berusia 21 tahun. Dikatakan oleh Santrock (2011) bahwa Masa dewasa awal adalah istilah yang kini digunakan untuk menunjuk masa transisi dari remaja menuju dewasa. Rentang usia ini berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai oleh kegiatan yang bersifat eksperimen dan eksplorasi. Transisi dari masa remaja menuju masa dewasa diwarnai dengan perubahan yang berkesinambungan.

Masa dewasa awal adalah masa pencarian, penemuan, pemantapan dan masa reproduktif, yaitu suatu masa yang penuh dengan masalah dan ketegangan emosional, periode isolasi sosial, periode komitmen dan masa ketergantungan, perubahan nilai-nilai, kreativitas dan penyesuaian diri pada pola hidup yang baru. Sebagai seorang individu yang sudah tergolong dewasa, peran dan tanggung jawabnya tentu makin bertambah besar. Dimana sudah mulai melepaskan diri dari ketergantungan terhadap orang lain terutama dari orang tua, baik secara ekonomis, sosiologis ataupun psikologis. Individu – individu ini akan lebih mengupayakan

untuk menjadi orang yang lebih mandiri, segala upaya akan dilakukan agar tidak terus bergantung kepada orang lain.

## **1.8. Metodologi Penelitian**

### **1.8.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian dengan pendekatan kualitatif, menurut Moeleong (2011: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian semisal yang terkait dengan perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dan studi deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi pada sebuah penelitian ini dengan wujud kata-kata daripada deretan angka yang hanya berisikan peristiwa dan tidak menguji hipotesis yang bertujuan menggambarkan karakteristik dari suatu peristiwa.

Hasil akhir penelitian ini dengan menggunakan jenis deskriptif adalah menggambarkan secara detail dari topik yang diteliti. Pada penelitian ini, yaitu bermaksud untuk mengetahui bagaimana lagu “Diri” karya Tulus sebagai bentuk perkembangan kampanye melalui media yang digunakan dalam kegiatan kampanye digital.

Dalam melakukan kampanye, dan bagaimana implementasi pesan-pesan yang terdapat dalam lagu “Diri” karya Tulus dapat merubah

prspektif para pendengarnya. Hal ini sejalan dengan pendekatan kualitatif. Pada penelitian kualitatif, peneliti dituntut untuk memiliki wawasan luas untuk bertanya, menganalisis, dan mengkontruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas, karena dalam penelitian kualitatif peneliti adalah instrumen kunci. Penulis bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain dengan cara deskriptif.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan metode semiotika, metode ini memfokuskan dan mengkaji tanda-tanda yang ada di dalam suatu objek, serta bagaimana menafsirkan dan memahami kode dibalik tanda dan teks tersebut. Semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika Charles Sanders Peirce.

### **1.8.2. Subjek dan Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah kampanye digital Lagu “Diri” karya Tulus, dan subjek penelitiannya adalah pendengar lagu “Diri” karya Tulus pada masa dewasa awal yang berkaitan dengan self-esteem pada masing -masing individu.

### **1.8.3. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data kualitatif, yang berupa teks, kata-kata yang tertulis, tanda atau simbol-simbol, suara yang ada didalam sebuah musik, yang bersifat visual seperti gambar dari sosial media yang mempresentasikan tentang pentingnya self-

esteem yang disampaikan dengan lagu dalam sebuah konten video sosial media.

#### 1.8.4. Sumber Data

- **Data Primer**

Merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya dari sumber asli (Danang Sunyoto 2013:21). Data primer penelitian ini menggunakan tren yang sedang berlangsung menggunakan atau memiliki maksud yang relevan dengan lagu “Diri” karya Tulus yang terdapat pada platform digital seperti *Tiktok* dan *Instagram Reels* yang sesuai dengan yang ada pada rumusan masalah diatas, yaitu mempresentasikan pentingnya self-esteem pada individu dewasa awal.

- **Data Sekunder**

Merupakan sumber data yang diambil dari catatan yang ada perusahaan atau dari sumber lainnya (Danang Sunyoto 2013:21). Peneliti memilih referensi data sekunder didapat dari data yang diperoleh dari dokumen – dokumen yang mendukung seperti artikel, internet, jurnal, buku – buku, karya ilmiah, dan lain sebagainya yang terdapat pembahasan mengenai kampanye digital lagu “Diri” dan kaitannya dengan self-esteem pada individu dewasa awal.

### 1.8.5. Teknik Pengumpulan Data

- **Dokumentasi**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode dokumentasi dalam teknik pengumpulan data. Untuk mendapatkan banyak bahan argumentasi dan mendapatkan informasi jelas sehingga peneliti menggunakan studi dokumentasi yang telah didapat dalam kampanye digital pada lagu “Diri” karya Tulus.

- **Studi Pustaka**

Studi pustaka ini bertujuan untuk memperoleh data pendukung, maka data didapat juga dari sumber tertulis yaitu studi kepustakaan, baik berupa buku, artikel, jurnal, majalah, dokumen, laporan, internet dan sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 1.8.6. Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini dimulai dengan mengklarifikasi kampanye digital berupa tren pada lagu “Diri” sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang menggambarkan tentang self-esteem. Kemudian data tersebut akan dianalisis menggunakan tiga tingkatan yaitu Tanda (Sign), Acuan Tanda (Objek), dan Penggunaan Tanda (Interpretant), guna mengetahui makna yang terkandung dalam setiap trend berupa konten yang menggunakan lagu tersebut. Metode yang digunakan peneliti untuk digunakan data analisis adalah metode penelitian kualitatif dengan model analisis teks media menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce berdasarkan korelasi penalaran dan jenis penandaannya dengan

cara menyajikan data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan dari data yang sudah dianalisis dalam bentuk deskriptif.

Proses analisis dengan menggunakan teori segitiga makna (*triangle meaning*) atas beberapa bagian struktur yang masing-masing saling memberi dukungan atau trikotomi, yaitu sebagai berikut:

#### **A. Tanda (*Sign*)**

Tanda merupakan sesuatu yang berbentuk secara fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia, serta sesuatu yang memberikan makna di luar dirinya sendiri. Tanda merujuk pada seseorang yaitu menciptakan suatu tanda yang setara atau suatu tanda yang lebih mengembang didalam benak seseorang. Dalam trikotomi, sign terbagi menjadi tiga hal, sebagai berikut:

- *Qualisign*, tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. Untuk bisa menjadi tanda, maka suatu tanda tersebut harus mempunyai kualitas.
- *Sigsign*, tanda yang memperlihatkan kemiripan. Dapat dikatakan sigsign apabila semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan.
- *Legsisign*, tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum atau sesuai norma.

#### **B. Acuan Tanda (*Objek*)**

Konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda. Selanjutnya objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konteks sosial yang

melatar belakangi dari maksud tujuan tren konten pada media sosial.

Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya dibagi menjadi 3 yaitu:

- Ikon, sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mirip dengan dengan bentuk objeknya. Sehingga tanda merupakan tanda yang berhubungan langsung, antara penanda dengan petandanya yang bersifat alamiah.
- Indeks, memiliki fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya. Akan tetapi indeks juga bisa diartikan sebagai korelasi alamiah antara tanda dan petanda, bersifat hubungan sebab akibat atau klausa, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan.
- Simbol, tanda yang memperlihatkan hubungan tanda dan penandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan atas perjanjian masyarakat sesuatu yang memiliki fungsi sebagai penanda yang biasa digunakan pada masyarakat.

### C. Penggunaan Tanda (Interpretant)

Penggunaan tanda adalah konsep hasil pemikiran seseorang yang menggunakan tanda dan menerjemahkannya pada suatu makna tertentu atau makna yang berada dalam benak seseorang mengenai objek yang dirujuk sebuah tanda (Rachmat Kriyantono, 2006:267). Ada tiga hubungan pikiran dengan jenis penandanya:

- Rheme, tanda pengganti sederhana. Rheme merupakan tanda kemungkinan kualitatif yang menggambarkan semacam kemungkinan objek.
- Dicient, tanda sesuai kenyataan. Contohnya seperti jika di suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di trotoar jalanan akan dipasang rambu lalu lintas sebagai tanda apabila di jalan tersebut sering terjadi kecelakaan.
- Argument, tanda yang memberikan alasan pada sesuatu.

#### 1.8.7. Kualitas Data

Kualitas atau kredibilitas data dilakukan untuk mengukur tingkatan suatu kebenaran atas data yang telah dikumpulkan atau derajat kecocokan data antara konsep penelitian dengan hasil penelitian. Kredibilitas atau kualitas data dapat dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, analisis kasus negative dan menggunakan bahan referensi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Peningkatan ketekunan dalam penelitian, yaitu dengan melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Cara ini dapat dilakukan dengan cara membaca referensi seperti buku, jurnal, karya ilmiah dan penelitian atau dokumentasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### 1.8.8 Batasan Penelitian

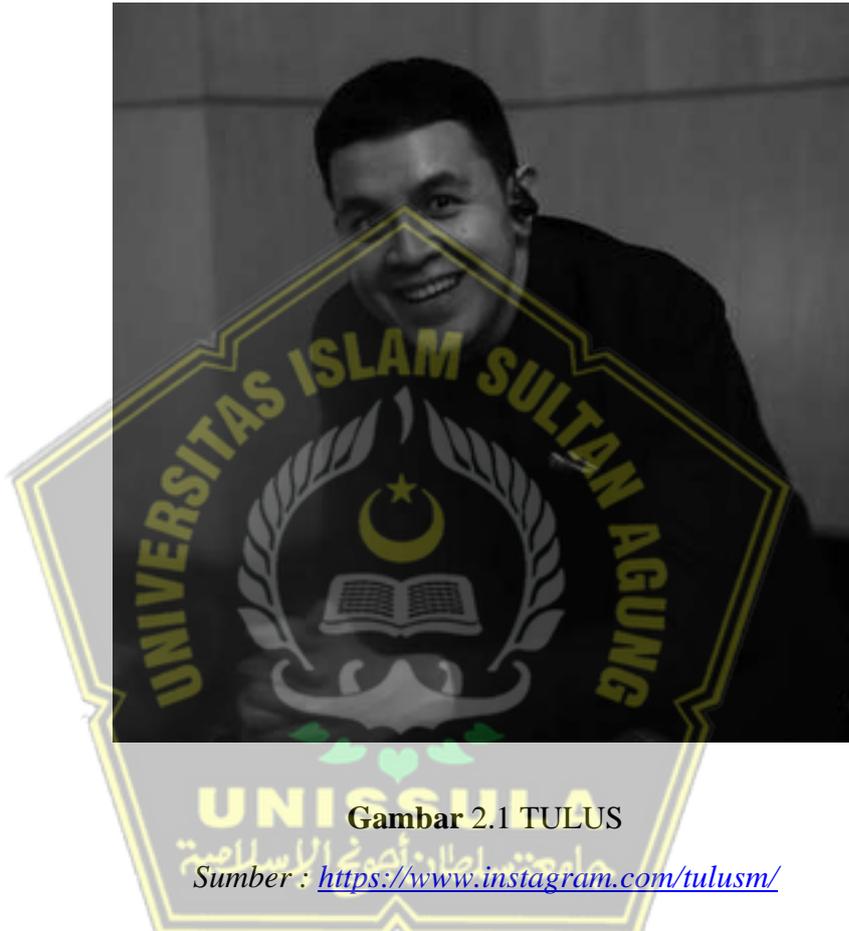
Penelitian ini membutuhkan batasan masalah agar lebih terarah dan mempermudah proses penelitian. Maka dari itu penulis memfokuskan pada pembahasan rangkaian gambar (video konten sosial media) dalam kampanye digital lagu “Diri” yang berkaitan dengan *self-esteem* pada individu dewasa awal.



## BAB II

### PROFIL PENELITIAN

#### 2.1 Profil TULUS



Muhammad Tulus lahir pada 20 Agustus 1987 di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Ia merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara. Ayahnya bekerja sebagai kontraktor, sedangkan ibunya berjualan kaset musik. Tulus memiliki seorang kakak perempuan bernama Pinta Rahmadani dan kakak laki-laki bernama Riri Muktamar—yang juga bertindak sebagai produser eksekutifnya. Tulus lahir dari keluarga Minangkabau serta penganut agama Islam.

Tulus diberi nama yang unik yang merupakan doa dari ibunya. Nama depannya, Muhammad merupakan nabi dan rasul dalam Islam yang menjadi panutan dengan akhlak sempurna. Tulus memiliki makna luas dengan konotasinya bersinggungan dengan hal positif supaya ia tumbuh sebagai pribadi yang positif. Semasa kecil Tulus kerap mendapatkan celaan fisik dari teman-temannya yang memanggilnya dengan sebutan “kerbau”, “gapuak” (gemuk), “gajah”, dan “gajah bengkok” karena memiliki ukuran tubuh lebih besar dibanding yang lainnya.

Tulus tak pernah mendapatkan pendidikan formal dalam bidang musik. Ia pernah mengikuti kursus vokal, tetapi setelah satu pekan ia memutuskan berhenti karena tak merasa nyaman. Ia mempelajari teknik vokal secara otodidak dengan menjalani latihan pernapasan yang ia pelajari lewat situs YouTube. Tulus juga tidak bisa memainkan instrumen musik. Tulus pernah mempelajari instrumen gitar dan piano, tetapi oleh gurunya, Tulus dinilai tak memiliki bakat yang mumpuni untuk menjadi seorang pemain instrumen musik. Talenta musik diperolehnya karena ia sering mendengarkan lagu dari kaset yang dikoleksinya.

Tulus mengaku mulai memahami dan menikmati musik di masa kuliah. Musisi yang ia gemari di antaranya Amy Winehouse, Mark Ronson, Macy Gray, sampai Frank Sinatra. Memasuki tahun ketiga kuliah, Tulus pertama kalinya menulis lagu setelah diajari seorang teman, Ardra Tedja yang memuji suara Tulus kemudian mengajarnya menulis lagu. Karena tidak bisa menggunakan alat musik, Tulus menulis melodi

dengan intuisi. Untuk lirik lagu, ia mengambil contoh dari pantun dan perumpamaan yang dipengaruhi bentuk puisi lama di Minangkabau. Ketika menjalani masa kuliahnya, Tulus bergabung pada sebuah grup musik bernama Sikuai Band. Kemudian di masa akhir kuliah, Tulus bergabung dalam sebuah komunitas musik jazz yang ada di Bandung bernama Klub Jazz. Di klub tersebut, ia bernyanyi dan mendapat apresiasi. Sejak saat itu ia membulatkan tekadnya untuk menjadi penyanyi.

Muhammad Tulus, S.Ars memulai karier profesionalnya sejak tahun 2011 melalui label rekaman independen Tulus Company yang didirikannya. Hampir semua karya musik yang dirilisnya adalah hasil karya ciptanya sendiri. Sepanjang kariernya, Tulus telah menerima berbagai penghargaan musik termasuk 17 Anugerah Musik Indonesia.

Tulus merilis album perdananya, *Tulus* pada tanggal 28 September 2011 yang dirilis bersamaan dengan konser pertamanya, "Tulus: An Introduction" di Auditorium Centre Culturel Francais (sekarang IFI) Bandung. Tiket konser terjual habis dalam waktu dua minggu sebelum konser. *Tulus* terdiri dari 10 trek lagu yang diciptakan sendiri oleh Tulus. Ia bersama timnya mengerjakan album tersebut dalam kurun waktu setahun. Cetakan pertamanya berjumlah 1000 keping CD terjual habis pada saat konser pertama tersebut dilangsungkan. Lagu-lagunya seperti "Sewindu", "Teman Hidup", "Kisah Sebentar", "Tuan Nona Kesepian", dan "Jatuh Cinta", merajai tangga lagu di sejumlah radio Indonesia

Tulus mendapatkan terobosan karier setelah merilis album studio keduanya, *Gajah* dirilis pada 19 Februari 2014. Dua bulan setelah album dirilis, *Gajah* terjual sebanyak 60.000 keping CD, menjadikannya sebagai musisi dengan penjualan album tertinggi melalui Demajors. Di pasar album digital, *Gajah* merupakan satu-satunya album berbahasa Indonesia yang menduduki 10 penjualan album terbaik versi iTunes Asia. Dalam kurun setahun, *Gajah* terjual sebanyak 87 ribu keping. *Gajah* turut membawa Tulus memenangkan 5 penghargaan dalam Anugerah Musik Indonesia 2015 termasuk sebagai Album Terbaik-Terbaik. Kesuksesan tersebut kembali diraihinya berkat album ketiganya, *Monokrom* yang juga memenangkan 5 penghargaan Anugerah Musik Indonesia.

Merayakan sepuluh tahun di industri musik Indonesia, Tulus merilis album studio keempatnya, *Manusia* pada 3 Maret 2022. Album tersebut mendapatkan raihan positif dengan pencapaian sebagai album yang paling sering didengarkan di Spotify Indonesia sepanjang tahun 2022. Lagu "Hati-Hati di Jalan" dalam album *Manusia* berhasil memecahkan berbagai rekor tangga lagu platform musik digital. "Hati-Hati di Jalan" berhasil masuk ke tiga tangga lagu Billboard yaitu "Indonesia Songs", "Billboard Global 200", dan "Billboard Global Excl. US". Tulus merupakan musisi Indonesia dengan lagu ber lirik bahasa Indonesia pertama yang tembus "Billboard Global 200". "Hati-Hati di Jalan" juga memuncaki tangga lagu "Indonesia Songs" selama 12 pekan berturut-turut.

Tulus merupakan musisi Indonesia pertama yang berhasil meraih 1 juta pengikut di Spotify pada 2019. Ia juga musisi Indonesia dengan pengikut terbanyak di Spotify dengan 13,5 juta pengikut. Dalam *Wrapped* yang diluncurkan oleh Spotify sejak tahun 2016, Tulus telah dinobatkan sebagai Artis Indonesia Terpopuler sebanyak lima kali yakni pada 2016, 2017, 2019, 2022, dan 2023. Total *streaming* Tulus di platform tersebut telah mencapai lebih dari 2 miliar pemutaran, menjadikannya sebagai artis lokal terlaris yang berbasis di Indonesia.

Tulus juga memiliki tradisi dalam berkarier dengan mengadakan konser secara berkala. Ia telah menggelar berbagai pertunjukan langsung termasuk 2 tur konser dan 8 konser tunggal. Baginya konser adalah galeri sebagai sajian visual untuk karyanya. Tulus memiliki jenis suara bariton dengan karakter vokal yang *jazzy* dan halus.

Tulus menyatakan bahwa Chrisye adalah inspirasi terbesarnya dalam bermusik. Karya musiknya dipengaruhi oleh apa yang telah dihadirkan oleh Chrisye. Ia pun punya mimpi untuk meraih level kesuksesan seperti Chrisye. Tulus menciptakan hampir semua karya yang dirilisnya. Tidak semua inspirasi lagu berasal dari pengalaman pribadi. Namun, Tulus menulis dari apa yang ia lihat, dengar dan rasakan. Tiap tahun ketertarikan Tulus untuk membingkai cerita di lagu-lagunya berubah-ubah. Lagu ciptaannya pun memiliki sudut pandang dan analogi unik.

Tulus mengaku bahwa ia selalu produktif dalam menulis lagu kapan pun dan di mana pun ia menemukan hal yang menarik. Ia tidak pernah

menargetkan dan meluangkan waktu khusus dalam menulis lagu, maupun tidak pernah menargetkan kapan satu lagu harus selesai.

Dalam menciptakan lagu, Tulus terlebih dahulu menulis lirik. Setelah itu, lirik tersebut dimelodikan sampai akhirnya menjadi lagu. Begitu pula dengan judul, biasanya judul didapatkan setelah proses *mixing*. Tulus mengaku bahwa ia bukan ahli dalam penguasaan teknik eksplorasi dalam konteks berbahasa, menurutnya setiap kali membuat lagu hasil dari olah sensitifitas pikiran yang kemudian menghasilkan ide. Berawal dari satu ide, dari satu kalimat, kemudian dikembangkan menjadi satu bentuk cerita hingga dipersingkat menjadi lirik. Tulus tidak bisa memainkan instrumen musik. Dalam penciptaan melodi, Tulus mengandalkan imajinasi dari "bank nada" yang berasal dari memori kolektif di otaknya yang ia dapat sejak kecil karena terbiasa mendengar banyak lagu. Setelah menemukan melodi yang tepat, Tulus merekamnya di gawai. Dalam hal aransemèn musik, Tulus menyerahkan terhadap produsernya, Ari Renaldi yang mampu memainkan alat musik. Tulus menerjemahkan lirik menjadi sebuah komposisi musik adalah dengan cara memberi deskripsi suasana terhadap produsernya.

Tulus dikenal dengan citra sebagai penulis lagu berlirik bahasa Indonesia yang baik dan menarik. Ia konsisten merilis lagu berbahasa Indonesia. Lagu-lagu Tulus dikenal dengan diksi yang tak biasa serta puitis. Untuk mendapatkan kosakata dan padanan, ia menggunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia. Ia memiliki alasan tersendiri yang melatarbelakangi keputusannya untuk konsisten menulis lagu dalam bahasa Indonesia. Ketika

Tulus mencoba mempelajari menulis lirik dalam bahasa Indonesia, ia kerap menemukan kata-kata baru yang sebelumnya belum pernah ia dengar tetapi bisa menyentuh hatinya. Ia juga punya satu keyakinan bahwa bahasa Indonesia memiliki daya tarik audial yang begitu indah. Bahasa Indonesia memiliki banyak rima dan kata yang bisa menghasilkan rima yang maknanya selaras.

## 2.2 Album Manusia



**Gambar 2.2** Cover Album Manusia

*Sumber : Instagram Tulus Company*

Merayakan perjalanan sepuluh tahun kiprah sebagai solois di industri musik Indonesia, Tulus merilis album studio keempatnya, Manusia pada 3 Maret 2022. “Manusia” digunakan sebagai judul album dikarenakan setiap

lagu di dalam album tersebut menceritakan tentang beragam rasa dan dinamika hidup manusia. Tulus mengungkap 10 trek lagu yang merupakan representasi 10 tahun Tulus berkarya di industri musik.

Tulus mengungkap 10 trek lagu yang merupakan representasi 10 tahun Tulus berkarya di industri musik. Setiap lagunya bisa didengarkan secara mandiri dengan cerita dan emosi yang dapat dipahami secara utuh. Serta bisa didengarkan secara berurutan dari awal sampai akhir untuk mendapatkan kesinambungan. Tulus mengatakan, dirinya dan tim yang terlibat dalam pengerjaan albumnya sengaja mendesain seperti itu. Tulus merasa kesinambungan dan benang merah diantara lagu-lagu dalam suatu album adalah sesuatu yang yang diperlukan.

Tulus merampungkan album tersebut selama dua tahun yang dikerjakan sejak datangnya pandemi Covid-19 di Indonesia. Dibandingkan dengan album-album sebelumnya, Tulus mengatakan album Manusia mengalami banyak perkembangan antara lain dari sisi penulisan lagu, aransemen, serta musisi yang terlibat. Lewat album ini, Tulus menghadirkan olah kata dalam lirik yang semakin matang sekaligus mengedepankan keelegan Bahasa Indonesia. Tulus juga menulis lagu dengan kolaborasi bersama Dere, Petra Sihombing, Topan Abimanyu, dan Yoseph Sitompul. Beberapa nomor lagu dalam album, dipadukan dengan orkestrasi dari Erwin Gutawa yang direkam di Budapest Scoring Symphonic Orchestra, Hungaria, serta iringan paduan suara.

Manusia berisi 10 trek yang merepresentasikan ragam dinamika rasa yang dimiliki oleh manusia di antaranya semangat menjaga jiwa muda, di tengah dinamika hati dan rasa, dilanjutkan dengan pertanyaan tentang hidup, apresiasi diri, hingga ragam emosi dalam merayakan kehidupan.

Manusia dibuka dengan "Tujuh Belas". Melalui lagu ini Tulus ingin memberikan semangat kepada pendengarnya untuk selalu memiliki jiwa yang muda di usia berapa pun. Trek kedua "Kelana" menceritakan tentang pencarian jati diri, di mana lirik lagunya membuat para pendengar berpikir tentang apa tujuan ataupun mimpi yang harus dicapai dalam hidup. Dilanjutkan dengan "Remedi" yang menggambarkan bagaimana kedewasaan dalam menjalin hubungan hingga mampu merelakan dan bahkan ikhlas melepaskan kekasih yang disayangi pergi untuk meraih impiannya. Lagu "Interaksi" menceritakan tentang seseorang yang sedang jatuh hati, namun dia tidak ingin menaruh ekspektasi terlalu tinggi terhadap orang yang dicintainya. "Ingkar" menceritakan tentang seseorang yang mengakhiri sebuah hubungan, namun masih ada perasaan mengganjal setelah hubungan itu berakhir. Kemudian dalam "Jatuh Suka" menceritakan tentang perasaan kagum dan suka diam-diam terhadap seseorang. "Nala" menceritakan tentang seseorang bernama Nala kelahiran 1992 yang mana ia kecewa karena tidak jadi bertemu dengan orang yang dicintainya. Sehingga pada lirik akhir ia menanyakan kapan ia dapat bertemu lagi. "Hati-Hati di Jalan" menceritakan tentang sepasang kekasih yang harus berpisah karena banyaknya kendala. Akhirnya, mereka pun menjalankan kehidupan masing-masing dengan harapan tetap bahagia.

"Diri" mengingatkan para pendengarnya agar tak lupa mencintai diri sendiri. Di samping itu, jangan pula menyalahkan diri sendiri karena manusia memang tak bisa sempurna di mata orang lain. Nomor terakhir "Satu Kali" menjelaskan betapa pentingnya masa-masa dalam hidup, yang hanya datang satu kali dalam seumur hidup. Selain itu, lagu ini juga mengingatkan para pendengarnya untuk tidak menyia-nyiakan waktu dan memberikan yang terbaik saat menghadapi setiap fase hidup, karena hidup di masa tersebut hanya satu kali.

Manusia dirilis dalam bentuk digital dan fisik berupa CD. Tulus juga menghadirkan bokset 10 tahun berkarya untuk album Manusia yang berisi 3 album studio Tulus terdahulu serta 1 album dokumentasi konser. Tulus juga menandatangani langsung 100 cetakan pertama bokset tersebut. Pasca perilisan album tersebut menduduki posisi ketiga tangga musik "Top Albums Debut Global" di Spotify per tanggal 4-6 Maret 2022. Album ini juga menempati posisi teratas sebagai album yang paling banyak didengarkan di Spotify Indonesia pada tahun 2022.

Trek kedelapan album Manusia, lagu "Hati-Hati di Jalan" berhasil memecahkan berbagai rekor tangga lagu platform musik digital. Lagu tersebut berhasil masuk ke tiga tangga lagu Billboard yaitu "Billboard Indonesia Songs", "Billboard Global 200" dan "Billboard Global Excl. US". Tulus merupakan musisi Indonesia dengan lagu ber lirik bahasa Indonesia pertama yang tembus "Billboard Global 200". "Hati-Hati di Jalan" memuncaki tangga lagu "Indonesia Songs" selama dua belas pekan berturut-

turut. Di platform digital musik Spotify, "Hati-Hati di Jalan" berhasil mempertahankan posisinya di peringkat satu selama 12 minggu berturut-turut sejak 4 Maret 2022. "Hati-Hati di Jalan" juga berhasil masuk ke tangga lagu global menempati posisi ke-42. Ini menjadi lagu berbahasa Indonesia pertama yang berhasil masuk tangga musik "Top 50 Spotify Global".

Dalam Anugerah Musik Indonesia 2022, Manusia memenangkan 7 penghargaan dengan 4 hak piala untuk Tulus yaitu Album Pop Terbaik dan Album Terbaik Terbaik, serta Artis Solo Pria Pop Terbaik dan Karya Produksi Terbaik-Terbaik-Terbaik untuk lagu "Hati-Hati di Jalan". Tulus mempersembahkan tur keduanya, Tur Manusia sebagai bentuk apresiasi terhadap para pendengar atas capaian album "Manusia" sebagai album yang paling sering didengarkan di Indonesia. Tur tersebut dipromotori oleh PT. Expo Indonesia Jaya (ExpoIndo) serta digelar di 11 kota mempresentasikan 11 tahun Tulus berkarya. Pra-penjualan tiket untuk Tur Manusia dimulai sehari setelah pengumuman konser tur, yakni 29 Desember 2022. Penjualan tiket prajual mendapatkan respon positif dengan habis terjual pada hari tersebut. Tur tersebut dibuka di kota Medan pada 1 Februari 2023, dan ditutup di Jakarta pada 3 Maret 2023. Untuk tur penutup tersebut digelar di JIExpo Kemayoran. Sebanyak 13 ribu tiket konser Tulus di Jakarta habis terjual.

### **2.3 Tentang Lagu Diri**

Lagu Diri merupakan salah satu lagu yang terdapat dalam album Manusia milik Tulus yang berada pada trek urutan ke-9. Lagu Diri tersebut

menjadi salah satu list lagu dalam album Manusia yang banyak diperbincangkan di masyarakat. Lagu tersebut memiliki banyak penggemar karena dinilai sangat relevan dengan perasaan yang sering dialami oleh para pendengarnya. Lagu Diri berhasil trending di beberapa media social dan platform musik digital. Seperti pada platform digital Spotify, lagu Diri telah didengarkan lebih dari 131,034,668 kali. Lirik dari video lagu Diri yang diunggah di Youtube juga telah ditonton lebih dari 38 juta kali.

Single Diri yang ditulis oleh Tulus bercerita tentang tahap mengenali diri sendiri sampai menyadari bahwa setiap jiwa selalu berharga. Lagu ini berisikan tentang pentingnya apresiasi diri. Apresiasi diri merupakan bagian penting untuk menjaga kesehatan mental setiap individu. Upaya apapun harus dilakukan untuk dapat mengapresiasi diri sendiri dan lebih menerima segala kesalahan yang telah lalu untuk menjadi individu yang lebih baik lagi. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) Kesehatan mental adalah keadaan sejahtera dimana setiap orang dapat mencapai potensi mereka. Ini berarti mereka dapat mengatasi tekanan hidup yang normal, bekerja secara produktif dan bermanfaat, dan berkontribusi. Itulah mengapa Kesehatan mental sangat penting untuk diperhatikan.

#### **2.4 Kampanye Lagu Diri**

Tulus tidak melakukan kampanye secara spesifik pada setiap lagu yang diciptakannya. Ia lebih fokus untuk menyampaikannya lewat setiap lirik yang terdapat dalam karyanya dan penyampaiannya ketika konser. Tren yang terbentuk dari lagu Diri justru diciptakan oleh para penggemar Tulus dan

pendengar lagu Diri karya Tulus itu sendiri. Terdapat banyak postingan pada tagar lagu Diri di beberapa media sosial. Jenis kontennya pun bermacam - macam.

Kampanye digital yang dilakukan oleh Tulus Company lebih pada kampanye Album Manusia daripada kampanye setiap single dari lagunya. Kampanye dari setiap karya musik Tulus selalu dilakukan ketika tulus melakukan tur begitupun dengan lagu Diri karya Tulus ini. Sebelum Tulus menyanyikan lagu Diri disetiap tur musiknya, ia selalu menyampaikan pesan kepada para *audience* untuk selalau menerima dan memaafkan kesalahan yang telah lalu. Ia juga menyampaikan betapa penting untuk menganggap diri kita berharga dan untuk selalu mencintai diri sendiri.

Kampanye Digital lagu Diri karya Tulus mayoritas adalah konten yang dibuat oleh Teman Tulus (nama fans dari Tulus) atau pendengar lagu Diri untuk menyampaikan pesa – pesan positif tentang diri sendiri dengan menggunakan latar suara lagu Diri dalam unggahan kontennya.

## 2.5 Media Kampanye

Penyanyi Tulus merilis album baru bertajuk "Manusia" yang berisikan 10 lagu. "Manusia" dirilis untuk merayakan satu dekade karirnya di industri musik Indonesia. Tulus mengatakan, lagu-lagu yang ada di dalam album tersebut menceritakan ragam dinamika rasa manusia. Sumber inspirasinya pun dari interaksi sesama manusia, dinamika menjadi manusia dan berdasarkan pengalamannya pribadi.

Salah satu lagu dalam "Manusia" adalah "Diri" yang mengangkat tema kampanye self-healing atau berdamai dengan diri sendiri. Dengan alunan nada yang sendu, ditambah lirik yang mengena di hati, Tulus seakan mengajak pendengar untuk berdialog dengan diri sendiri.

Kampanye dari lagu "diri" ini sendiri ditujukan untuk orang - orang yang selalu menyalahkan diri sendiri dalam hidupnya. Salah aatu contohnya yaitu sebagai manusia yang sedang memasuki fase dewasa awal. Dalam kampanye ini, media yang digunakan cukup beragam. Mulai dari website, media sosial seperti youtube, instagram, tiktok, twitter, hingga konser offline yang dibawakan langsung oleh Tulus.



### BAB III

#### TEMUAN PENELITIAN

Temuan penelitian pada bab ini, Peneliti akan memaparkan hasil analisis dari kampanye digital lagu Diri pada beberapa media sosial yang berisikan tentang pesan pentingnya *self-esteem* pada setiap individu. Terdapat dua media sosial yang telah dilakukan penelitian oleh peneliti yakni media sosial Tiktok dan Instagram Reels. Keduanya memiliki fitur untuk mengunggah konten berupa video dengan latar suara lagu yang dapat dipilih langsung melalui masing-masing media sosial.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui kampanye digital dari lagu “Diri” dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan data-data hasil penelitian yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti mengenai kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada masing-masing individu melalui kampanye digital lagu Diri yang didengarkan maupun yang ada pada media sosial.

Data yang disajikan berupa data primer hasil penelitian beserta hasil analisis terhadap data tersebut. Data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti melalui metode dokumentasi dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui media sosial Tiktok dan Instagram Reels. Penelitian yang dilakukan adalah dengan menganalisis seberapa relevannya tren konten yang ada pada masing - masing media sosial dengan lagu Diri karya Tulus.

Pada penelitian ini, penulis akan meng-*capture* gambar mengenai tren pada media sosial Tiktok dan Reels Instagram yang menggunakan latar musik lagu Diri karya Tulus. Kemudian dilakukan analisis data pada setiap konten video yang diambil pada media sosial Tiktok dan Instagram Reels. Gambar yang menunjukkan konten berupa kata- kata motivasi dan peringatan maupun kegiatan yang berhubungan dengan self-esteem pada individu pengguna sosial media Tiktok dan Instagram khusus nya pada individu dewasa awal akan disajikan dan dianalisis menggunakan analisis semiotika menurut Charles Sanders Peirce.

Pengumpulan data melalui media sosial Tiktok dan Instagram Reels dilakukan pada tanggal 25 Maret 2024. Gambar atau konten sosial media yang menggunakan lagu Diri karya Tulus dengan menunjukkan adanya pesan pentingnya self-esteem pada individu dewasa awal dalam kata kata pada konten tersebut.

### 3.1. Temuan Konten Pada Sosial Media *Tiktok*

Tabel 3.1 Konten *Tiktok* 1

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Menikmati hari dengan <i>me time</i> (waktu untuk diri sendiri). Dengan tulisan besar di bagian atas video berisikan beberapa bait lirik lagu Diri karya Tulus. Durasi video 18 detik.</p>	<p>#albummanusia #tulus #diri</p>

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSFQDpv36/>

Pada konten Tiktok 1 terlihat seorang perempuan sedang menikmati hari dengan cuaca yang cerah diatas hamparan rumput yang luas sembari menikmati minuman kaleng dan bermain layang-layang dengan dirinya sendiri. Konten tersebut menunjukkan bahwa ia sedang sangat bahagia, menghabiskan waktu bersama diri sendiri menunjukkan bahwa ia sedang mencintai dirinya sendiri dan menganggap dirinya sangat berharga sehingga ia bisa menghabiskan hari hanya dengan dirinya sendiri dengan perasaan yang bahagia. Perasaan tersebut terlihat dari ekspresi wajahnya yang menunjukkan kegembiraan dengan cara tersenyum lebar dalam konten video Tiktok yang ia unggah.

**Tabel 3.2** Konten *Tiktok 2*

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Berisi kata-kata motivasi mengapresiasi diri sendiri dengan cara ingin hidup lebih lama, membahagiakan diri sendiri, dan melakukan banyak hal yang disukai untuk dilakukan bersama diri sendiri. Dengan mencantumkan bait lirik lagu Diri yang terdapat pada bagian kiri bawah video. Durasi video 15 detik.</p>	<p>diri, terima kasih. #DidYouYawn #fyp</p>

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSFQDq9B4/>

Pada konten Tiktok 2 terdapat kata kata motivasi yang memperingatkan bahwa menjalani kehidupan sehari hari memang melelahkan, namun hidup lebih lama untuk menjalani banyak hari dalam membahagiakan diri sendiri, menghabiskan waktu dengan sendiri, dan

melakukan banyak hal positif dengan diri sendiri tentu lebih diinginkan oleh banyak orang. Terdapat pula kalimat terakhir untuk tidak lupa mengapresiasi diri sendiri. Dari video tiktok tersebut merupakan bentuk dari self-esteem yang dimiliki oleh setiap individu.

**Tabel 3.3** Konten *Tiktok 3*

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Video dengan latar konser Tulus sedang menyanyikan lagu Diri pada bait salah satu liriknya, beserta tulisan yang terdapat pada video yang bertuliskan “Bagian ini. Motivasi saat sedang merasa sangat terpuruk”. Durasi video 39 detik.</p>	<p>semua baik-baik saja #tulusdiri #waktuindonesiaberdansa #stadiumjakarta #gbk</p>

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSFQDE16t/>

Pada konten Tiktok 3 terlihat Tulus sedang menyanyikan lagu Diri pada salah satu konser musik yang dihadapinya. Dalam video tersebut Tulus menyanyikan lagu Diri pada bait :

*Maafkan semua yang lalu*

*Ampuni hati kecilmu*

*Luka, luka, hulanglah luka*

*Biar tentram yang berkuasa*

*Kau terlalu berharga untuk luka*

*Katakan pada dirimu*

*Semua baik-baik saja*

Dengan teriakan penonton mengartikan bahwa lirik pada lagu Diri yang dibawakan Tulus sangat menyentuh hati para pendengarnya yang hadir pada konser musik tersebut. Dengan caption dan tulisan pada video tersebut, bait-bait lirik itulah pula yang menguatkan dan memotivasi pemilik konten ketika ia sedang merasa tidak baik baik saja.

### 3.2. Temuan Konten Pada Sosial Media Instagram

**Tabel 3.4** Konten *Instagram Reels* 1

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Berisi kata – kata motivasi untuk mulai belajar mengapresiasi diri sendiri dengan lebih menghargai dan mengatakan bahwa diri sendiri sudah sangat hebat. Durasi video 7 detik.</p>	<p>“Ingatkan terus aku makna cukup” Kalo denger lagu ini berasa dipuk-puk to the bone #reminder #relatable #selfreminder</p>

Sumber <https://www.instagram.com/reel/C35MifWP4zR/?igsh=M3UwcDljdWJrOTlu>

Pada konten Reels Instagram 1 terdapat kata-kata motivasi yang berisikan tentang mengapresiasi diri sendiri dengan cara meromantisasi kan hal hal kecil tentang diri sendiri unruk bisa lebih menghargai diri sendiri, mengatakan bahwa diri ini hebat, dan banyak orang yang bangga atas diri sendiri. Dari tulisan yang terdapat dalam video dan caption yang di tulis, terlihat bahwa lagu Diri ciptaan Tulus telah memberikan self-healing untuk diri sendiri dan dijadikan sebagai pengingat untuk selalu merasa cukup.

Tabel 3.5 Konten *Instagram Reels 2*

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Menjalankan perkerjaan sebagai photographer sebagai isi dari video dengan latar musik lagu Diri karya Tulus dan dengan VO (<i>voice over</i>) berisi kata kata motivasi tentang apresiasi bahwa diri sendiri sudah hebat dan akan selalu hebat serta ujaran semangat kepada diri sendiri untuk selalu bahagia. Durasi video 38 detik.</p>	<p>Hehe :)</p>

Sumber : <https://www.instagram.com/reel/C4IhhOlpn62/?igsh=MWtlbG9odGk5cjVzNw==>

Pada konten Reels Instagram 2 terlihat seorang laki-laki yang sedang melakukan pekerjaannya dengan sungguh-sungguh dan dengan perasaan yang lelah tetapi bahagia yang tersirat melalui ekspresi wajah yang ia dan teman kerjanya tunjukkan pada video tersebut. Dengan VO (*voice over*) yang berisi “*Terimakasih, untuk apa? untuk tetap hidup, tetap ada, walaupun sebenarnya berat bagimu. Sehat sehat ya diri. Episode ngebahagiain diri sendiri sampai sukses itu masih panjang. Sejauh ini kamu sudah hebat dan besok percayalah pasti akan jauh lebih hebat lagi. Semangat manusia - manusia kuat.*” dan dengan latar suara lagu Diri karya Tulus. Hal tersebut menggambarkan bahwa mengapresiasi diri dan menghargai diri sendiri merupakan hal yang penting untuk dapat lebih menjadi manusia yang hebat kedepannya.

Tabel 3.6 Konten *Instagram Reels* 3

KONTEN	ISI KONTEN	CAPTION
	<p>Berisi kata – kata motivasi dengan bahasa Inggris yang memiliki arti “Hal yang indah dalam hidup adalah ketika selalu dapat berubah, tumbuh, dan menjadi lebih baik lagi. Setiap individu tidak ditentukan oleh masa lalu atau kesalahan yang telah dilakukan”. Durasi video 16 detik.</p>	<p>was looking for the lost rainbow with this beautiful “diri” &amp; btw this is my very first reels.</p>

Sumber : <https://www.instagram.com/reel/C4DamBLPwL5/?igsh=aHh6NmRtb3YwZidm>

Pada konten Reels Instagram 3 terlihat kata kata motivasi yang sangat relevan dengan lirik lagu Diri pada bait “kau maafkan semua salahmu ampuni dirimu” dan pada bait “maafkan semua yang lalu. Ampuni hati kecilmu” dimana dalam video Reels Instagram tersebut mengatakan bahwa setiap individu tidak ditentukan oleh masa lalu atau kesalahan yang telah dilakukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa lagu Diri tulus sangat berkaitan dengan upaya untuk menghargai diri sendiri apapun kondisinya.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini peneliti akan menjelaskan mengenai kampanye digital lagu Diri dalam meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce mengenai pemahaman mengkaji tanda-tanda yang ada di dalam suatu objek, serta bagaimana menafsirkan dan memahami kode dibalik tanda dan teks tersebut.

Berdasarkan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini, materi yang mendukung penelitian dan metode penelitian yang digunakan, bab ini akan menjelaskan hasil dari penelitian. Penelitian akan dipaparkan berdasarkan hasil pengumpulan data, analisis data, dokumentasi, dan studi pustaka. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi pustaka, dan dokumentasi terhadap kampanye digital. Pada bab ini hasil penelitian dan pembahasan akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil dokumentasi yang berkaitan dengan kampanye digital lagu Diri pada media sosial.

Data dokumentasi yang didapatkan terkait penelitian ini merupakan data yang diambil dari kampanye digital Lagu Diri yang ada pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels*. Hasil penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik tersebut dilakukan untuk perolehan data yang subjektifitas dan alamiah.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Moeleong (2011: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian semisal yang terkait dengan perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif yaitu dengan menggambarkan secara detail dari topik yang diteliti untuk mengetahui bagaimana lagu Diri karya Tulus sebagai bentuk perkembangan kampanye melalui media yang digunakan dalam kegiatan kampanye digital dan bagaimana implementasi pesan-pesan yang terdapat dalam konten media sosial dengan menggunakan lagu Diri karya Tulus dapat merubah perspektif para pendengarnya., dan mengkontruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Untuk mengetahui kampanye digital lagu Diri dalam meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal. Peneliti menggunakan tahapan tertentu pada saat melakukan penelitian langsung di lapangan, sebagai berikut.

1. Tahap pertama yaitu melakukan studi pustaka mandiri melalui internet, media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* dengan menggunakan *hashtag* dan fitur lagu yang terdapat pada masing -masing media sosial sebelum melaksanakan penelitian.

2. Tahapan ke dua yaitu melakukan pemilahan tren yang berupa video – video konten pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels*. Pemilahan konten video dilakukan dengan cara memilah konten video yang menggunakan latar suara lagu Diri karya Tulus namun memiliki latar dan konsep video yang berbeda – beda.
3. Tahapan ke tiga yaitu melakukan dokumentasi dengan cara meng-*capture* konten lagu Diri pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* dengan konsep dan latar video konten yang berbeda- beda untuk pembanding antara satu konten dengan yang lainnya.
4. Tahapan ke empat yaitu melakukan penelitian pada setiap konten video *Tiktok* dan *Instagram Reels* yang kemudian dilakukan analisis beserta hasil dari analisis terhadap data tersebut dan disajikan dalam bentuk penjelasan.
5. Tahapan ke lima yaitu melakukan analisis segala informasi yang telah didapatkan peneliti yang kemudian dipaparkan dalam bentuk deskriptif.

#### **4.1. Analisis Hasil Penelitian**

Peneliti akan menguraikan hasil studi pustaka dan dokumentasi penelitian yang telah dilakukan peneliti secara langsung berdasarkan kampanye digital lagu Diri dalam meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal. Pada bab ini, peneliti akan menganalisis data – data yang telah diperoleh dari penelitian yang telah dijalankan pada tanggal 25-27 Maret 2024 dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis hasil penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

#### 4.1.1. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce berdasarkan korelasi penalaran dan jenis penandaannya dengan cara menyajikan data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan dari data yang sudah dianalisis dalam bentuk deskriptif.

Proses analisis dengan menggunakan teori segitiga makna (*triangle meaning*) atas beberapa bagian struktur yang masing-masing saling memberi dukungan atau trikotomi, yaitu sebagai berikut:

1. *Sign* (Tanda)

Tanda merupakan sesuatu yang berbentuk secara fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia, serta sesuatu yang memberikan makna di luar dirinya sendiri. Tanda merujuk pada seseorang yaitu menciptakan suatu tanda yang setara atau suatu tanda yang lebih mengembang didalam benak seseorang.

2. *Objek* (Acuan Tanda)

Objek merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda. Selanjutnya objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konteks sosial yang melatar belakangi dari maksud tujuan tren konten pada media sosial yang berkaitan.

3. *Interpretant* (Penggunaan Tanda)

Penggunaan tanda adalah konsep hasil pemikiran seseorang yang menggunakan tanda dan menerjemahkannya pada suatu makna tertentu atau makna yang berada dalam benak seseorang

mengenai objek yang dirujuk sebuah tanda (Rachmat Kriyantono, 2006:267).

Data yang telah disajikan pada bab sebelumnya akan peneliti masukan ke dalam analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan menggunakan segitiga makna (triangle meaning) diatas yaitu makna *Sign*, objek, dan *Interpretant* untuk menjelaskan dan menjawab fokus penelitian. Berikut adalah kampanye digital lagu Diri berupa tren konten pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels*.

#### 4.1.1.1. Analisis Konten *Tiktok* 1

**Tabel 4.1** Analisis Konten *Tiktok* 1

<b>Sign</b>	Latar video terdapat seseorang yang sedang menikmati hari dengan berlari, duduk, minum, dan bermain layangan sembari tersenyum dan sesekali tertawa dengan dirinya sendiri.
<b>Objek</b>	Perasaan bahagia yang terlihat dari ekspresi wajah dengan menunjukkan senyuman yang lebar. Dengan lagu Diri Tulus sebagai penambah suasana yang damai.
<b>Interpretant</b>	Pemilik konten ingin menyampaikan bahwa menikmati hari dengan diri sendiri dan melakukan hal yang disukai merupakan salah satu cara untuk membahagiakan diri sendiri. Kesendirian tidak selalu mengartikan sebuah kesepian. Ia menunjukkan bahwa bahagia dapat diciptakan oleh diri sendiri dengan cara berdamai dengan diri sendiri dan memaafkan kesalahan yang lalu seperti yang terdapat pada lirik lagu Diri.

Pada analisis konten *Tiktok* 1, terdapat latar dengan menunjukkan objek rasa bahagia yang ditunjukkan lewat ekspresi dalam video tersebut. Perasaan bahagia tersebut ditunjukkan dengan ekspresi dan kegiatan yang dilakukan oleh pemilik konten dalam video tersebut. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) bahagia adalah suatu keadaan pikiran atau perasaan senang, ketentraman hidup secara lahir dan batin yang maknanya adalah untuk meningkatkan visi diri.

Bersyukur dan berbuat ikhlas adalah salah satu cara agar hidup akan terasa lebih baik dan benar dan bahagia. Para filsuf dan pemikir agama telah sering mendefinisikan kebahagiaan dalam kaitan dengan kehidupan yang baik dan tidak hanya sekadar sebagai suatu emosi. Seorang profesor perempuan bernama Sonja Lyubomirsky telah menggambarkan kebahagiaan sebagai pengalaman, kegembiraan, kepuasan, atau keadaan positif, yang dikombinasikan dengan perasaan bahwa hidup seseorang itu baik, bermakna dan berharga.

Dengan latar suara lagu diri Tulus pada bait :

*Hari ini  
kau berdamai dengan dirimu sendiri  
Kau maafkan  
semua salahmu, ampuni dirimu*

Mengartikan sebuah pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang dalam video konten tersebut sedang berdamai dengan diri sendiri dan sedang lebih menerima dirinya sendiri dengan cara menikmati hari, membahagiakan diri sendiri melalui hal – hal sederhana yang ia lakukan.

#### 4.1.1.2. Analisis Konten *Tiktok* 2

**Tabel 4.2** Analisis Konten *Tiktok* 2

<b>Sign</b>	Konten video tersebut berupa satu paragraf yang berisi curahan hati tentang diri sendiri dari pemilik konten dengan latar berwarna putih.
<b>Objek</b>	Tulisan curahan hati seseorang dengan perasaan positif penuh harap untuk dapat lebih banyak menghabiskan waktu dengan diri sendiri dan melakukan segala hal kesukan yang diharapkan dapat terjadi. Dengan latar suara lagu Diri karya Tulus yang membuat penyampaiannya lebih relevan.

<b>Interpretant</b>	Pemilik konten ingin <i>viewers</i> fokus pada apa yang disampaikan melalui latar video berwarna putih dan tulisan di bagian tengah video berwarna hitam. Dalam tulisan tersebut, pemilik konten ingin menyampaikan bahwa menjalani kehidupan memang melelahkan, tetapi ia berharap ingin tetap hidup untuk melakukan banyak hal yang ia cintai dan ditutup dengan sarkasme berupa kata – kata yang mengartikan untuk dapat mengapresiasi diri sendiri.
---------------------	---

Pada analisis konten *Tiktok 2* terdapat objek dengan perasaan positif penuh harap. Perasaan penuh harap tersebut ditunjukkan melalui paragraf yang terdapat dalam video konten. Paragraf dengan isi curahan hati memiliki makna yang menunjukkan perasaan penuh harap. Dalam tulisan tersebut, pemilik konten berbicara mengenai kehidupan yang melelahkan untuk dijalani. Namun di atas itu semua ia berharap ingin memiliki kehidupan yang lebih lama lagi untuk menikmati banyak hal. Melakukan berbagai hal yang disukai dengan diri sendiri terdengar sangat bahagia dan menyenangkan, sehingga ia memiliki harapan untuk dapat hidup lebih lama lagi.

Harapan merupakan emosi positif dirasakan ketika membayangkan masa depan yang lebih baik. Sama halnya pada konten *Tiktok 2* ini, terdapat harapan yang ada dalam tulisan yang disajikan video konten untuk hidup lebih lama lagi supaya dapat menikmati banyak hal baik yang disukai dan lebih mengapresiasi diri sendiri. Menggunakan latar lagu *Diri* pada bait:

*Terima kasih pada diri sendiri  
Hebat dia  
Terus menjagamu dan sayangimu*

Lirik tersebut membuat konten ini menambah suasana dan motivasi untuk selalu berterimakasih kepada diri sendiri. Harapan yang tersampaikan oleh tulisan ini dapat memotivasi pemilik konten dan penikmat konten untuk lebih menghargai diri sendiri dengan meluangkan banyak waktu untuk diri sendiri dan memotivasi untuk selalu mengapresiasi diri sendiri.

#### 4.1.1.3. Analisis Konten *Tiktok* 3

**Tabel 4.3** Analisis Konten *Tiktok* 3

<b>Sign</b>	Video konten yang berlatarkan konser Tulus sedang menyanyikan lagu Diri dan <i>caption</i> yang ditulis dalam video tersebut.
<b>Objek</b>	<i>Caption</i> yang disertai dengan emoji yang digunakan dalam video menunjukkan perasaan bangga.
<b>Interpretant</b>	Pemilik konten ingin menyampaikan bahwa lirik lagu yang terdapat dalam lagu Diri yang sedang dinyanyikan Tulus merupakan motivasi bagi ia ketika sedang merasa terpuruk dan tidak baik - baik saja. Ia juga menunjukkan bahwa ia merupakan <i>Teman Tulus</i> yang terlihat dari latar video konten tersebut yaitu mendatangi konser Tulus.

Pada analisis konten *Tiktok* 3 terdapat perasaan bangga yang disampaikan oleh pemilik konten. Latar video dengan konser tulus yang menyanyikan lagu Diri pada bait lirik

*Maafkan semua yang lalu*  
*Ampuni hati kecilmu*  
*Luka, luka, hilanglah luka*  
*Biar tent'ram yang berkuasa*  
*Kau terlalu berharga untuk luka*  
*Katakan pada dirimu*  
*Semua baik-baik saja*

beserta *caption* yang ada dalam video tersebut menunjukkan bahwa pemilik konten sedang merasa bangga atas hal-hal yang telah berhasil ia rasakan dan lalui. *Caption* yang menunjukkan bahwa lirik tersebut merupakan kata – kata yang memotivasi ia ketika sedang merasa terpukul dengan lebih memaafkan apa yang lalu, menghargai diri sendiri daripada luka yang telah dirasakan dan bahwa semuanya akan baik – baik saja.

Rasa bangga merupakan wujud kepuasan atas hasil kerja keras sendiri. Tanpa upaya maupun kerja keras, sedikit orang dapat merasakan kebanggaan. Makin besar perjuangan yang dilakukan untuk mewujudkan suatu tujuan, makin besar dan dalam rasa bangga pula yang dirasakan ketika tujuan itu berhasil untuk diwujudkan.

Dalam konten tersebut, pemilik konten menunjukkan bahwa ketika ia sedang merasa terpukul, lagu Diri milik Tulus lah salah satu hal yang dapat ia jadikan sebagai motivasi untuk melangkah lebih jauh lagi. Hal ini ia serukan melalui sebuah video konten media sosial *Tiktok* agar kemudian dapat memotivasi orang lain untuk menjadikan hal – hal positif tadi sebagai hal yang sama.

#### 4.1.1.4. Analisis Konten *Instagram Reels* 1

**Tabel 4.4** Analisis Konten *Instagram Reels* 1

<b>Sign</b>	Latar video menunjukkan perkakas untuk kegiatan belajar. Dengan laptop, buku, buku catatan, bolpen, dan pengatur waktu serta pancaran cahaya dari lampu belajar.
<b>Objek</b>	Sebuah tulisan yang berisi motivasi dengan judul yang memiliki ukuran lebih besar daripada yang lainnya menunjukkan perasaan bangga terhadap diri sendiri. Dengan lagu Diri sebagai latar suara yang membuat kontennya lebih relevan.

<b>Interpretant</b>	Video konten tersebut menyampaikan pesan motivasi atau lebih tepatnya catatan pengingat untuk <i>viewers</i> video konten tersebut dalam memulai belajar untuk dapat lebih mengapresiasi diri, menghargai segala hal yang pernah dihadapi dan dilewati, serta ajakan untuk merasa bangga kepada diri sendiri karena orang lain pun begitu. Dengan beberapa bait lirik lagu Diri untuk penyampaian yang lebih relevan.
---------------------	---

Pada analisis konten *Instagram Reels* 1 terdapat perasaan bangga yang tersampaikan kepada *viewers*. Latar video perkakas untuk belajar dengan sebuah susunan tulisan yang berisi pengingat untuk memulai belajar dalam menghargai segala hal yang telah berhasil dihaapi dan lewati, mengapresiasi diri dengan mengatakan diri ini hebat, dan pengingat bahwa banyak yang bangga dengan diri sendiri terhadap segala yang telah dilewati dan yang kita miliki saat ini.

Perasaan bangga yang terdapat dalam video terlihat dari tulisan yang tertulis didalamnya. Berbeda dengan perasaan bangga pada analisis konten sebelumnya, bangga pada konten video ini lebih mengarah pada mengapresiasi diri atas pencapaian yang berhasil dilalui dan lewati, mengapresiasi bahwa diri ini hebat apa adanya tanpa suatu hal yang dipaksakan seperti pada bait lirik lagu Diri :

*Suarakan*

*Bilang padanya*

*jangan paksakan apapun*

Yang pemilik konten pilih untuk merepresentasikan maksud dari tulisan dan latar yang ada dalam konten tersebut. Bahwa jangan memaksakan apapun yang memang tidak seharusnya didapatkan. Cukup

mengapresiasi hal – hal kecil yang berhasil didapatkan dan menerimanya menjadi sebuah pencapaian.

#### 4.1.1.5. Analisis Konten *Instagram Reels 2*

**Tabel 4.5** Analisis Konten *Instagram Reels 2*

<b>Sign</b>	Latar video terdapat seorang pria dengan beberapa rekannya sedang melakukan pekerjaannya sebagai <i>photographer</i> . Sembari sesekali memberikan senyuman kepada konten video yang dibuat.
<b>Objek</b>	<i>Voice over</i> (VO) yang terdapat dalam konten tersebut memberikan perasaan bangga dan bahagia atas perjuangan yang dilakukan oleh diri sendiri untuk kehidupan. Dengan lagu Diri Tulus sebagai pendukung.
<b>Interpretant</b>	Konten tersebut menyampaikan pesannya melalui VO dari awal sampai dengan akhir video yang berisi kata – kata penyemangat untuk diri sendiri agar tetap berjuang demi membahagiakan diri sendiri dan mencapai kesuksesan. Dengan latar lagu diri pada bait yang relevan dengan konten.

Pada analisis konten *Instagram Reels 2* terdapat perasaan yang sama dengan dua konten sebelumnya yakni perasaan banga. Namun pada konten ini, penyampaian pesan konten berupa VO (*voice over*) yang dilakukan oleh pemilik konten dengan menggunakan latar video dirinya sedang melakukan pekerjaan sebagai *photographer* dengan beberapa rekan kerjanya yang masuk dalam video yang dibuat. Perasaan lainnya juga disampaikan dalam bentuk senyuman yang ditimbulkan ketika pemilik konten sedang melakukan pekerjaannya. Artinya terdapat pula perasaan bahagia dalam video konten tersebut.

Bangga dan bahagia merupakan dua perasaan yang berbeda, meskipun kadang berdampingan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa

Indonesia) bahagia adalah suatu keadaan pikiran atau perasaan senang, ketentraman hidup secara lahir dan batin yang maknanya adalah untuk meningkatkan visi diri. Sedangkan bangga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai berbesar hati atau merasa gagah karena mempunyai keunggulan. Keunggulan yang dimaksud disini bermacam – macam, tergantung pada hal yang sedang dialami.

Dalam konten tersebut menunjukkan bahwa dua perasaan tersebut tergambar bersama dengan penyampaian yang baik. Perasaan bangga ditimbulkan dengan adanya VO beserta terjemahannya yang disampaikan di dalam video konten ketika ia sedang bekerja, atas perjuangan yang sedang ia lakukan. Sedangkan perasaan bahagia tersampaikan ketika ia tersenyum sembari melakukan pekerjaannya. Hal ini menandakan bahwa ia bahagia atas apa yang ia kerjakan dan merasa bangga atas apa yang ia perjuangkan untuk mencapai sebuah kesuksesan. Konten ini semakin terlihat relevan dalam penyampaian pesan yang bagus dengan menggunakan latar suara samar lagu Diri pada bait :

*Hari ini*

*Kau berdamai dengan dirimu sendiri*

*Kaumaafkan*

*Semua salahmu ampuni dirimu*

*Hari ini*

*Ajak lagi dirimu bicara mesra*

*Berjujurlah*

*Pada dirimu, kau bisa percaya*

Lirik tersebut pada konten ini memberikan kesan bahwa apabila akan memperjuangkan untuk mencapai sesuatu, maka merima diri sendiri adalah hal pertama yang harus dilakukan.

#### 4.1.1.6. Analisis Konten *Instagram Reels 3*

**Tabel 4.6** Analisis Konten *Instagram Reels 3*

<b>Sign</b>	Latar video menggunakan laut biru yang indah dan luas dengan deruan ombak yang damai.
<b>Objek</b>	Terdapat sebuah paragraf pada tengah video menggunakan warna tulisan putih senada dengan latar laut menggunakan bahasa inggris yang menunjukkan perasaan bersyukur. Dengan latar suara lagu Diri yang membangkitkan suasana yang lebih indah.
<b>Interpretant</b>	Video konten tersebut menyampaikan bahwa hal yang indah dalam hidup adalah ketika manusia dapat tumbuh, berubah, dan menjadi lebih baik lagi kedepannya. Masa lalu dan kesalahan yang pernah diperbuat bukan merupakan sebuah penentu atas masa depan yang ada didepan. Tulisan dengan kata – kata bahasa inggris dan penyampaiannya yang indah.

Pada analisis konten *Instagram Reels 3* terlihat perasaan bersyukur yang disampaikan. Rasa syukur atas indahnya kehidupan yang dijalani dan setiap proses yang ada didalamnya. Bersyukur juga dapat diartikan sebagai sikap menghargai dan merasa puas terhadap apa yang telah diperoleh, baik dalam hal materi, kesehatan, maupun hubungan sosial.

Konten ini memiliki maksud jelas dalam menyampaikan pesannya untuk bersyukur dan menghargai apa yang dimiliki oleh diri sendiri dan tidak menyalahkan atas apa yang telah terjadi di masa lalu karena yang telah diterjadi di masa lalu tidak menentukan masa depan yang akan

dilewati. Lagu Diri Tulus yang membuat konten tersebut lebih terasa indah dan damai diambil oleh pemiliki konten pada bait :

*Luka, luka, hilanglah luka  
Biar tent'ram yang berkuasa  
Kau terlalu berharga untuk luka  
Katakan pada dirimu  
Semua baik – baik saja*

Lirik pada bait tersebut relevan dengan tulisan dengan bahasa inggris yang terdapat dalam video konten. Konten tersebut menjadi konten yang damai dan indah, pesan video yang menyampaikan untuk merasa bersyukur menjadi manusia dapat dijadikan sebagai motivasi *viewers* dari konten tersebut.

#### **4.1.2. Analisis Konsep Diri Dalam Psikologi Komunikasi**

Konsep diri dalam Psikologi Komunikasi yang dialami oleh pendengar lagu Diri Tulus dan penikmat konten pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram* bermacam – macam namun memiliki kesamaan. Dari konten – konten tersebut dapat dilihat bahwa lagu Diri telah mampu menyampaikan pesan dalam lirik – lirik yang ada didalamnya. Kampanye digital lagu Diri berupa konten – konten media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* berhasil pula dalam menyampaikan pesan yang terkandung melalui tulisan – tulisan motivasi maupun jenis konsep konten yang berupa sedang melakukan suatu kegiatan. Terlihat bahwa kampanye digitl lagu Diri yang ada pada konten media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* berhasil memotivasi sesuai dengan apa yang disampaikan dalam masing- masing

konten tentang mengapresiasi diri sendiri, berdamai dengan diri sendiri, dan menghargai diri sendiri.

Lagu Diri karya Tulus memiliki kesan yang berbeda kepada tiap pendengarnya. Kesan adalah sebuah penilaian atau tanggapan yang muncul di benak seseorang setelah melihat atau mendengar sesuatu. Kesan dapat bersifat positif atau negatif, dan dapat terbentuk dalam waktu yang singkat atau lama. Kesan timbul ketika seseorang mendapatkan atau mendengar sebuah informasi yang kemudian informasi tersebut diolah untuk kemudian membentuk sebuah penilaian atau tanggapan terhadap sesuatu. Pada kampanye digital lagu Diri berupa konten sosial media *Tiktok* dan *Instagram Reels* menjelaskan bahwa lagu Diri karya Tulus memiliki kesan yang sama yakni membuat diri lebih menghargai diri sendiri dan lagu tersebut memberikan energi yang positif untuk diri sendiri.

*Self-esteem* atau harga diri merupakan hal baik yang ditimbulkan dari mendengarkan dan melihat konten dengan lagu Diri karya Tulus.

Dari beberapa komentar yang terdapat dalam konten tersebut menjelaskan bahwa lagu Diri beserta konten – konten yang menggunakan lagu ini dalam media sosial memberikan efek yang baik pada setiap penikmatnya. *Self-esteem* pada masing -masing individu meningkat karena lagu Diri karya Tulus tersebut. Perasaan untuk lebih menghargai diri sendiri, mencintai diri sendiri, dan menerima diri sendiri apa adanya dirasakan oleh para pendengar dan penikmat konten dengan rata – rata usianya yang berada dalam masa dewasa awal. Masa dimana peralihan

dari masa remaja ke masa dewasa. Pada masa inilah individu mulai menerima dan mengambil tanggung jawab yang lebih besar. Masa dewasa awal ini masa dimana individu mudah merasa ingin menyerah, mudah menemukan hal hal negatif, mudah menyalahkan diri sendiri, mudah untuk merasa tidak menghargai diri sendiri, dan mudah untuk tidak merasa baik – baik saja. Dengan adanya lagu Diri karya Tulus tersebut beserta konten dalam media sosial, merasa menemukan motivasi dan semangat untuk lebih menghargai dirinya sendiri sesulit apapun hal yang harus dilewati.

Menjalani masa dewasa awal, *self-healing* untuk lebih menghargai diri sendiri merupakan hal yang tak kalah pentingnya.

Upaya yang dilakukan untuk lebih menghargai diri sendiri salah satunya dengan mendengarkan lagu Diri karya Tulus. Menurut pernyataan yang disampaikan dalam konten sosial media lagu Diri karya Tulus dijadikan sebagai upaya untuk menghargai diri sendiri. Harga diri rendah (*low self-esteem*) yang dirasakan sebelumnya menjadi harga diri tinggi (*high self-esteem*) dengan mendengarkan dan melihat konten dalam media sosial tentang lagu Diri karya Tulus ini. Lebih cinta dengan diri sendiri, tidak menyalahkan diri sendiri atas kesalahan yang telah lalu, mengapresiasi diri, dan lebih menerima diri sendiri dalam segala bentuk yang dimiliki. Lagu Diri karya Tulus tersebut juga dijadikan sebagai penyemangat atau motivasi untuk tidak menyerah, mengingatkan diri sendiri bahwa diri ini kuat dan mampu melakukan segala hal yang akan

dilewati serta dijadikan sebagai mantra kepada diri sendiri bahwa semuanya akan baik – baik saja dan berjalan seperti semestinya.



## BAB V

### PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian ini menjelaskan keimpulan dan saran yang diperoleh. Peneliti membuat kesimpulan berdasarkan paparan hasil dan analisis data yang diperoleh setelah proses pengambilan data. Selanjutnya, diberikan juga saran sebagai masukan bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini.

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan kampanye digital lagu “Diri” dalam meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal yang dianalisis menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Kampanye digital lagu Diri yang terdapat pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* rata – rata dihasilkan oleh fans Tulus atau pendengar lagu Tulus yang hendak menyampaikan pesan – pesan yang relevan dengan lagu Diri untuk para pengguna media sosial *Tiktok* dan *Instagram*.

Video – video konten *Tiktok* dan *Instagram Reels* tersebut memiliki konsep video yang beragam. Video konser Tulus dengan caption sebagai catatan daripada pesan yang ingin disampaikan. Video dengan konsep kegiatan sehari-hari dengan latar dan kegiatan yang beragam pula. Video konsep menggunakan animasi yang menggambarkan makna yang relevan dengan maksud dari lagu Diri. Konten dengan pesan yang berasal dari curahan hati pemilik konten, dan konten dengan konsep paling banyak

digunakan yakni video dengan satu paragraf tulisan berisi kata - kata motivasi dengan latar video beragam yang tentunya berhubungan dengan suasana yang akan dibangun oleh pemilik konten.

Analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang telah diterapkan pada beberapa konten tentang lagu Diri karya Tulus pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* dapat disimpulkan bahwa kampanye digital lagu Diri karya Tulus yang ada pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* memiliki konsep konten video yang berbeda – beda namun memiliki makna yang serupa. Konten tersebut memiliki makna yang disampaikan melalui konsep tertentu bahwa penting untuk masing – masing individu menjaga dan memiliki harga diri yang tinggi. Harga diri yang seperti menghargai diri sendiri, mengapresiasi diri sendiri, menerima diri sendiri, mencintai diri sendiri dan memaafkan diri sendiri atas segala hal yang telah dilalui. Dengan kata lain, konten tersebut merupakan sebuah pengingat untuk meningkatkan kesadaran pentingnya *self-esteem* dalam setiap individu.

Kampanye digital lagu Diri yang terdapat dalam media sosial *Tiktok* dan *Instagram* memberikan kesadaran yang tinggi tentang *self-esteem* terhadap individu – individu pada masa dewasa awal. Hal ini diketahui dengan kegiatan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan para informan yang terpilih dan sedang dalam masa dewasa awal. Pernyataan yang diberikan oleh para informan menjelaskan bahwa konten yang ada dalam media sosial *Tiktok* dan *Instagram* memberikan dorongan positif untuk meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada diri mereka

masing -masing. Lagu Diri karya Tulus beserta konten – kontennya yang ada pada media sosial memberikan pesan positif untuk lebih mencintai diri sendiri, menghargai diri sendiri, mengapresiasi diri sendiri, memaafkan diri sendiri, dan menerima diri sendiri apa adanya. Pernyataan informan juga menjelaskan bahwa lagu Diri karya Tulus beserta kontennya pada media sosial *Tiktok* dan *Instagram Reels* berhasil meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya *self-esteem* pada individu dewasa awal seperti pada masa yang sedang dialami oleh para informan tersebut.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Pencipta Lagu

Lagu Diri merupakan lagu dengan makna yang sangat luar biasa. Mengangkat mengenai isu kesehatan mental dan berisi pesan – pesan positif. Saran untuk para pencipta lagu agar dapat menciptakan lebih banyak karya yang memiliki pesan positif dan menggunakan kata – kata yang baik. Banyaknya pencipta dan penulis lagu yang hanya memikirkan keuntungan untuk diri sendiri, hasil karya yang diciptakanpun merupakan sebuah karya yang tidak memiliki bobot dan terkesan tidak memiliki makna yang tulus.

## 2. Bagi Kampanye Digital Lagu Diri

Kampanye digital lagu Diri merupakan kampanye yang dengan mayoritas penyampaian pesannya dengan konten yang indah dan tidak *gimmick*. Saran untuk Tulus Company sebagai pemilik lagu Diri karya Tulus untuk lebih dapat memberikan kampanye digital dari akun resminya. Kampanye digital ini diharapkan dapat dilakukan untuk seluruh trek dari lagu Tulus yang rilis termasuk lagu Diri. karena pada kenyataannya, kampanye digital yang dilakukan oleh akun resmi dari Tulus Company hanya kampanye tentang album Manusia. Kampanye digital Lagu diri yang terdapat dalam media sosial merupakan kampanye berupa konten yang berasal dari *Teman Tulus* dan para pendengar lagu Diri karya Tulus.

## 3. Bagi individu Dewasa Awal

Masa dewasa awal merupakan masa – masa yang sulit untuk dihadapi oleh individunya. Masa dewasa awal adalah masa dimana menyerah salah satu hal yang paling mudah, tanggung jawab mulai terasa berat dan besar, kesalahan yang dilakukan terasa sangat sering dijumpai, merasa kehilangan diri sendiri, dan menerima kenyataan merupakan hal terpahit yang dialami. Saran untuk individu – individu dewasa awal untuk lebih sering berdamai dengan diri sendiri, melakukan banyak hal yang disukai, untuk lebih menyerap energi – energi positif, menghindari hal – hal negatif, melakukan self-healing untuk meningkatkan rasa cinta pada diri sendiri, menerima semua yang terjadi dengan segala

kelapangan dada, menghargai diri sendiri atas apa yang telah dilewati dan akan dihadapi, memaafkan diri sendiri atas kesalahan yang dilakukan karena manusia adalah tempatnya salah dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal

- Djohan. (2003). *Psikologi Musik*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.
- Emery, O. d. (2013). *Psikologi Abnormal*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hawari, D. (2005). *Dimensi Religi dalam Praktek Psikiatri dan Psikologi*. Jakarta: Balai Penerbit FKUI.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Pierce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll*. Depok: Komunitas Bambu.
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Lukietta, N. Z. (2022). Representasi Pola Komunikasi Keluarga dalam Lagu ‘Bertaut’ Karya Nadin Amizah. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 89-97.
- Maulana, A. H. (2017). “Makna Nilai Keislaman dalm Film Jinn Karya Ajmal Zaheer Ahmad”. *Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwa dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah*, 21.
- Moleong, j. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prakasa, R. Y. (2011). Pemaknaan Lirik Lagu ”Tendangan Dari Langit” Dari Group Band Kotak. *Skripsi. UPN "Veteran" Jatim*.
- Prasetya, A. D. (t.thn.). Pemankaan Lirik Lagu “Belanja Terus Sampai Mati” Karya Band Efek Rumah Kaca. *Skripsi UPN "Veteran*.
- Purnamarini, D. P. (2016). ). Pengaruh Terapi Expressive Writing Terhadap Penurunan Kecemasan saat Ujian Sekolah. *Jurnal Bimbingan Konseling* 5(1), 36-42.
- Rishayati, L. F. (2021). Makna Pesan Akhlak Mulia Dalam Lagu “Membasuh” Oleh Hindia Ft. Rara Sekar. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Sarmadi, S. (2018). *Psikologi Positif*. Yogyakarta: PT Titah Surga.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sulaiman. (2018). Paradigma dalam Penelitian Hukum. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 255-272.

Supratman, L. P. (2015). Konsep Diri Remaja Dari Keluarga Bercerai. *Penelitian Komunikasi*, 129 - 140.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka SETia.

Susanti, R., Husni, D., & Fitriyani, E. (2014). Perasaan terluka membuat marah. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 103-109.

Susila, I. (2015). Pendekatan Kualitatif Untuk Riset Pemasaran Dan Pengukuran Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol:19*, No:1:12-23.

Syamsuddin, A. (2004). *Psikologi Kependidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

**Non Buku/Internet:**

<https://pijarpsikologi.org/terjebak-dalam-labirin-pikiran-2/> (diakses pada 23 Maret 2024)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Tulus\\_\(penyanyi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Tulus_(penyanyi)) (diakses pada 23 Maret 2024)

<https://www.situstulus.com/> (diakses pada 23 Maret 2024)

<https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-kampanye-digital-menurut-teori-dan-pendapat-ahli-dan-contoh-tesis-kampanye-digital/> (diakses pada 24 Maret 2024)

[https://issuu.com/bem\\_uht/docs/majalah\\_bluecepedia\\_edisi\\_pertama\\_kabinet\\_birendra/s/29110746](https://issuu.com/bem_uht/docs/majalah_bluecepedia_edisi_pertama_kabinet_birendra/s/29110746) (diakses pada 24 Maret 2024)

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=diri+tulus](https://www.youtube.com/results?search_query=diri+tulus) (diakses pada 24 Maret 2024)

<https://www.instagram.com/tulustum/> (diakses pada 24 Maret 2024)

<https://injeksionline.com/pesan-menyejukkan-lagu-diri-dari-tulus-di-album-manusia/> (diakses pada 24 Maret 2024)

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/2021/4491> (diakses pada 24 Maret 2024)

<https://www.kompas.id/baca/internasional/2020/08/22/lagu-kampanye-sebuah-pertarungan-musisi-melawan-politisi-amerika-serikat> (diakses pada 25 Maret 2024)

[https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/578447/kampanye-adalah-metode-tujuan-dan-cara-melakukan#google\\_vignette](https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/578447/kampanye-adalah-metode-tujuan-dan-cara-melakukan#google_vignette) (diakses pada 25 Maret 2024)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Kebahagiaan> (diakses pada 25 Maret 2024)

[https://hellosehat.com/mental/emosi-positif-selain-perasaan-bahagia/#google\\_vignette](https://hellosehat.com/mental/emosi-positif-selain-perasaan-bahagia/#google_vignette) (diakses pada 25 Maret 2024)

<https://hellosehat.com/sehat/informasi-kesehatan/meningkatkan-kadar-dopamin-secara-alami/> (diakses pada 26 Maret 2024)

[https://www.google.com/search?q=konsep+diri+dalam+psikologi+komunikasi&oeq=konsep+dir&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEEUYOzIGCAAQRRg5MgYIARBFgDsyBggCEEUYPNIBCDk4ODVqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=konsep+diri+dalam+psikologi+komunikasi&oeq=konsep+dir&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggBEEUYOzIGCAAQRRg5MgYIARBFgDsyBggCEEUYPNIBCDk4ODVqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8) (diakses pada 26 Maret 2024)

<https://dosenpsikologi.com/teori-harga-diri-dalam-psikologi-manusia> (diakses pada 26 Maret 2024)

[https://www.gramedia.com/best-seller/apa-itu-harga-diri/#google\\_vignette](https://www.gramedia.com/best-seller/apa-itu-harga-diri/#google_vignette) (diakses pada 26 Maret 2024)

