

**PENGARUH PESAN MOTIVASI VIDEO MUSIK “BEAUTIFUL”
TERHADAP *SELF-ESTEEM* PENGGEMAR NCT**

**(Analisis *Mixed Method Sequential Explanatory* pada Penggemar dalam Grup
Telegram NCTZEN INDONESIA)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh

Figa Noumina Freddy

NIM : 19107030076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Figa Noumina Freddy

Nomor Induk Mahasiswa : 19107030076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu tempat perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 9 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Figa Noumina Freddy
NIM: 19107030076

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Figa Noumina Freddy
NIM : 19107030076
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENGARUH PESAN MOTIVASI VIDEO MUSIK "BEAUTIFUL" TERHADAP SELF-ESTEEM PENGGEMAR NCT (Analisis Mixed Method Sequential Explanatory pada Penggemar dalam Grup Telegram NCTZEN INDONESIA)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 9 Agustus 2023
Pembimbing


Lukman Nusa, M.I.Kom
NIP. 19861221 201503 1 005

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-991/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH PESAN MOTIVASI VIDEO MUSIK "BEAUTIFUL" TERHADAP SELF-ESTEEM PENGGEMAR NCT (Analisis Mixed Method Sequential Explanatory pada Penggemar dalam Grup Telegram NCTZEN INDONESIA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FIGA NOUMINA FREDDY
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030076
Telah diujikan pada : Senin, 21 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Lukman Nusa, M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 64ec09aa57cb



Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 64ecdabe9898



Penguji II

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 64ec113a9eaa

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 21 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64ec3196824ec

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap.

QS. Al-Insyirah : 6 – 8

Tidak masalah seberapa lambat kau berjalan asalkan kau tidak berhenti

- Confucius -

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayat, serta inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap telimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman terang benderang, dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah kajian “Pengaruh Pesan Motivasi Video Musik “Beautiful” terhadap *Self-Esteem* Penggemar NCT (*Analisis Mixed Method Sequential Explanatory* pada Penggemar dalam Grup Telegram NCTZEN INDONESIA)”. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu serta memberikan masukan dan arahan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini
3. Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu peneliti dalam pengajuan penelitian ini

5. Bapak Lukman Nusa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar memberikan bimbingan, arahan, dukungan, serta ilmu baru selama pengerjaan skripsi ini
6. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji 1 yang telah meluangkan waktu serta memberikan masukan dan arahan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini
7. Segenap dosen, pegawai, dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
8. Orang tua saya tercinta dan keluarga yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
9. Untuk sahabat saya Natasya Edmi yang telah memberikan dukungan, semangat, dan selalu mendengarkan keluh kesah saya selama mengerjakan skripsi
10. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan saya yang telah berbagi ilmu dan saling memotivasi selama perkuliahan
11. Teman-teman NCTZEN yang menjadi responden dan seluruh pihak terkait yang telah membantu saya dalam penelitian ini

Peneliti bersyukur dan berterima kasih kepada semua pihak tersebut yang telah membantu memberikan semangat kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa membalas jasa serta kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti.

Yogyakarta, 9 Agustus 2023

Peneliti,

Figa Noumina Freddy
NIM: 19107030076

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Telaah Pustaka	8
F. Landasan Teori	11
G. Kerangka Pemikiran	11
H. Hipotesis	12
I. Metodologi Penelitian.....	12
J. Metode Analisis Data Kuantitatif	26
1. Uji Regresi Linear.....	26
K. Subjek dan Objek Penelitian Kualitatif	28
L. Metode Analisis Data Kualitatif	29
M. Uji Keabsahan Data Kualitatif.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM	32
A. Video Musik	32
B. Profil NCT (Neo Culture Technology)	33
C. Video Musik “ <i>Beautiful</i> ”	35
D. NCTZEN.....	37
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Penelitian Kuantitatif.....	39

B. Karakteristik Responden.....	40
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
D. Distribusi Frekuensi Variabel	45
E. Uji Asumsi Klasik.....	64
F. Analisis Regresi Linear Sederhana	67
G. Deskripsi Penelitian Kualitatif.....	70
H. Analisis Penelitian Kualitatif.....	72
I. Pembahasan	104
BAB IV PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Telaah Pustaka	10
Tabel 2 : Definisi Operasional	17
Tabel 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 5 : Uji Validitas Variabel Pesan Motivasi (X)	42
Tabel 6 : Uji Validitas Variabel Self-Esteem (Y)	43
Tabel 7 : Uji Reliabilitas Variabel Pesan Motivasi (X)	44
Tabel 8 : Uji Reliabilitas Variabel Self-Esteem (Y)	45
Tabel 9 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan kekuatan	46
Tabel 10 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan energi positif.....	47
Tabel 11: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menimbulkan berbagai emosi.....	47
Tabel 12 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan pikiran.....	48
Tabel 13 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan tingkah laku	49
Tabel 14 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menghadirkan tujuan.....	49
Tabel 15 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan tindakan untuk mencapai tujuan.....	50
Tabel 16 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT memberikan kekuatan .	51
Tabel 17 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu membangkitkan semangat.....	51
Tabel 18 : Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu meningkatkan keseriusan	52
Tabel 19 : Merasa percaya dengan lingkungan	53
Tabel 20 : Merasa dikelilingi orang-orang baik	54
Tabel 21 : Mengerti bahwa setiap orang memiliki keunikan masing-masing.....	54

Tabel 22 : Menyadari memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain.....	55
Tabel 23 : Lebih bisa menerima kelemahan.....	56
Tabel 24 : Merasa puas mengenai keadaan diri	56
Tabel 25 : Menyadari bahwa didisayangi oleh anggota keluarga	57
Tabel 26 : Menyadari bahwa orang-orang di sekitar banyak yang mendukung ...	57
Tabel 27 : Menyadari bahwa kritikan dari teman-teman merupakan bentuk kepedulian mereka.....	58
Tabel 28 : Merasa bahwa banyak orang yang menghargai keberadaannya....	59
Tabel 29 : Yakin bisa mewujudkan impian.....	59
Tabel 30 : Memotivasi untuk tidak menyerah mencapai tujuan	60
Tabel 31 : Merasa lebih mampu menghadapi masalah	60
Tabel 32 : Membuat percaya diri untuk menghadapi kehidupan.....	61
Tabel 33 : Menyadari bahwa merupakan individu yang baik	62
Tabel 34 : Merasa worth it untuk mendapatkan apa yang diinginkan	62
Tabel 35 : Tidak membandingkan diri dengan orang lain	63
Tabel 36 : Menyadari banyak yang dapat dibanggakan dari diri sendiri	64
Tabel 37 : Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 38 : Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 39 : Analisis Regresi Linear Sederhana (Model Summary)	67
Tabel 40 : Analisis Regresi Linear Sederhana (ANOVA).....	68
Tabel 41 : Analisis Regresi Linear Sederhana (Coefficients ^a).....	68
Tabel 42 : Daftar Informan.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 2 : Member Grup Telegram NCTZEN INDONESIA	15
Gambar 3 : Personil NCT dalam video musik “Beautiful”	36
Gambar 4 : Hasil Uji Heterokedastisitas	67
Gambar 5 : Komentar Penggemar pada Official Music Video “Beautiful”	77
Gambar 6 : Komentar Penggemar pada Official Music Video “Beautiful”	79
Gambar 7 : Komentar Penggemar pada Official Music Video “Beautiful”	82
Gambar 8 : Komentar Penggemar pada Official Music Video “Beautiful”	88
Gambar 9 : Komentar Penggemar pada Official Music Video “Beautiful”	93

ABSTRACT

Social media as a place to express self-identity can affect self-esteem in individuals. Low self-esteem will make individuals experience various psychological symptoms and have no happiness. In this case the individual needs to be given support and motivation to increase self-esteem which will direct his attitude and behavior towards the desired positive consequences. Researchers are interested in examining the influence of motivational messages from the music video "Beautiful" on the self-esteem of NCT fans.

The method used in this research is the mixed method sequential explanatory model, namely by conducting quantitative research first and then continuing with qualitative data collection. This study used Operant Conditioning theory by Edward Lee Thorndike, where one's attitude and action motives are caused by reinforcing motivation. The results of the study show that there is an effect of the motivational message of the music video "Beautiful" on the self-esteem of NCT fans by 77.9%. The resulting form of influence includes being able to respect oneself more by accepting strengths and weaknesses, being serious about achieving goals and not giving up easily, and believing in the environment and being more open to others.

Keywords: *Social Media, Music Video, Motivational Message, Self-Esteem*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi memiliki kontribusi yang besar dalam mengalihkan kebiasaan individu terhadap cara berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Kontribusi tersebut ditandai dengan adanya internet sebagai sarana komunikasi yang paling diminati oleh masyarakat. Terlebih lagi hadirnya *smartphone* dengan fasilitas seperti media sosial semakin memberikan kemudahan serta kebebasan bagi setiap orang untuk melakukan eksplorasi dan mengekspresikan diri sehingga menjadikan media sosial tersebut sebagai wadah bagi banyak orang untuk mengekspresikan identitas mereka (Latupeirissa & Wijono, 2022).

Internet dan media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna internet dan pengguna aktif media sosial yang terus mengalami peningkatan. Menurut hasil laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023 dengan rata-rata durasi selama 7 jam 42 menit setiap harinya. Sementara itu, terdapat 167 juta orang pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari tahun 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Adapun waktu yang dihabiskan untuk bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut termasuk dalam urutan kesepuluh tertinggi di dunia (Rizaty, 2023).

Gambar 1 : Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: DataIndonesia.Id

Penggunaan media sosial telah menjadi rutinitas bagi penggunanya. Media sosial memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk membangun dan mengembangkan dirinya sendiri, saling berbagi momen, serta mengunggah foto ataupun video. Media sosial juga menjadi tempat bagi seseorang untuk dapat mengekspresikan dan memperlihatkan pencapaian yang diperoleh kepada orang lain dengan maksud agar memperoleh pengakuan dari orang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan media yang dapat mendukung seseorang untuk “menunjukkan diri” (Noveri & Rusli, 2022; Gantiny, 2018).

Di sisi lain, kebebasan mengekspresikan diri di media sosial secara tidak langsung mengakibatkan seseorang melakukan perbandingan sosial ke atas atau dikenal juga dengan istilah *upward social comparison*, yaitu ketika

seseorang membandingkan diri dengan orang yang tampak lebih baik dari dirinya. Perbandingan sosial ke atas dapat memberikan manfaat jika menginspirasi untuk menjadi seperti orang yang dijadikan target perbandingan. Namun perbandingan ini juga akan berdampak merugikan pada evaluasi diri yang menyebabkan seseorang merasa tidak mampu, evaluasi rendah, dan mengalami afeksi negatif (Fauziah et al., 2020).

Dilansir dari satupersen.net, penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menyebabkan seseorang mengalami berbagai gejala psikologis seperti cemas, *insecure*, *overthinking*, sulit tidur, hingga sulit fokus. Penggunaan media sosial secara berlebihan juga dapat menyebabkan masalah pada *self-esteem* seseorang. Media sosial bisa berdampak pada rendahnya *self-esteem* karena semakin besar pula peluang seseorang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah *self-esteem* dalam diri seseorang.

Self-esteem merupakan bagaimana evaluasi seseorang mengenai dirinya atau pandangan seberapa berharga dirinya. *Self-esteem* adalah faktor penting untuk membangun konsep diri individu yang akan berdampak pada sikap dan perilaku individu tersebut. Rendahnya *self-esteem* mengakibatkan seorang individu tidak memiliki kebahagiaan (Meilana, 2021). Dalam Al-Qur'an, terdapat ayat yang berbicara mengenai *self-esteem*. Ayat tersebut menerangkan perintah dari Allah SWT kepada hamba-Nya untuk tidak

bersikap lemah dan bersedih hati. Sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Ali-Imran ayat 139:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya:

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) kamu bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman” (Q.S. Ali-imran:139).

Jika dikaji dari situasi perang Uhud, Prof. Quraish Shihab menafsirkan ayat ini sebagai larangan Allah untuk merasa lemah, lalu tidak berusaha dan berperang sebab kejadian-kejadian yang menimpa sahabat dalam perang Uhud. Allah juga melarang para sahabat untuk meratapi saudara-saudara yang gugur dalam perang tersebut. Namun jika dikaji dalam konteks kehidupan zaman sekarang, Allah melarang hamba-Nya untuk bersikap lemah karena dapat mendatangkan keburukan. Allah juga melarang hamba-Nya untuk merasa sedih, dengan kata lain Allah memerintahkan untuk selalu berbahagia karena kebahagiaan akan memberikan energi positif pada diri sendiri (Hanafi, 2022). Dengan demikian, rendahnya *self-esteem* pada diri seseorang menjadi suatu hal yang perlu dihindari dalam agama Islam.

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa penggunaan media sosial dapat berdampak negatif terhadap *self-esteem* individu. Dalam hal ini individu perlu diberi dukungan dan motivasi untuk meningkatkan *self-*

esteem yang akan mengarahkan sikap dan perilakunya kepada konsekuensi positif yang diinginkan. Branden menjelaskan bahwa jika individu tidak dibekali dengan *self-esteem* yang sehat, maka individu tersebut akan mengalami kesulitan untuk mengatasi masalah hidup dan sulit merasakan kebahagiaan dalam hidup (Meilana, 2021).

Video musik “Beautiful” oleh *boyband* NCT merupakan sebuah video musik yang mengandung banyak pesan motivasi yang dapat meningkatkan *self-esteem*. Video musik tersebut menggambarkan bagaimana orang-orang yang memiliki *self-esteem* rendah, tidak percaya diri dan tidak menganggap penting diri sendiri. Lirik lagu dalam video musik ini mengandung makna motivasi yang mengatakan bahwa setiap individu memiliki tempatnya masing-masing untuk bersinar, mempunyai keunikan tersendiri sehingga tidak perlu memaksakan diri menjadi orang yang berbeda. Penggalan lirik lagu dalam video musik “Beautiful”:

밤이 오면 빛을 내는 별들도

Bami omyeon bicheul naeneun byeoldeuldo

Bintang yang bersinar kala malam datang

노을만 남긴 채 지는 저 태양도

Noelman namkin chae jineun jeo teayangdo

Matahari yang terbenam meninggalkan senja

다 저마다 독특한 색을 가져

Deo jeomada dokteukhan saekeul kajyeo

Setiap dari mereka memiliki warna yang unik

Beautiful yeah

Cantik yeah

Makna motivasi ialah pesan yang dimaksudkan untuk merangsang seseorang mencapai tujuan. Makna motivasi dalam lirik lagu adalah pesan yang ingin disampaikan oleh sang pencipta kepada pendengar sebagai rangsangan untuk mencapai hal yang dituju (Juwita et al., 2022). Motivasi sendiri berarti penggerak atau dorongan bagi seorang individu dalam berupaya mencapai hal-hal yang diinginkan dalam hidup. Sementara itu G. R. Terry mengatakan bahwa motivasi ialah adanya keinginan dalam diri individu yang merangsang untuk melakukan berbagai sikap dan usaha. Motivasi terbagi menjadi dua jenis, diantaranya motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Dayana & Marbun, 2018; Sari, 2018).

Alasan mengapa penelitian ini penting untuk diteliti karena berdasarkan observasi peneliti terhadap penggemar NCT melalui komentar pada *Official Music Video* “Beautiful” dan beberapa media sosial lainnya, peneliti menemukan bahwa banyak penggemar yang memiliki *self-esteem* rendah. Mereka merasa *insecure*, *overthinking*, dan bahkan ingin menyerah terhadap hidup mereka. Besarnya antusiasme para penggemar NCT serta dekatnya lagu “Beautiful” ini dengan kondisi yang sudah dipaparkan sebelumnya menjadi alasan tersendiri penulis untuk menganalisis penelitian ini lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan teori *operant conditioning* dalam komunikasi persuasif. Burrhus Frederic Skinner salah seorang psikolog yang mendorong perkembangan teori ini menyatakan “manusia bergerak karena mendapatkan rangsangan dari lingkungannya, yaitu stimulan yang

menggugah”. Skinner menyebutkan bahwa dimensi penguatan (*reinforcement*) dapat menjadi stimulan penggugah perubahan sikap seseorang (Hendri, 2019). Keterkaitan teori dengan penelitian ini adalah pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” merupakan stimulan yang menggugah yang akan berpengaruh terhadap *self-esteem* dan sikap penggemar NCT.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Mixed Method Sequential Explanatory*. *Mixed Method* merupakan metode penelitian yang melakukan penggabungan atau integrasi penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah studi penelitian. Sementara *Sequential Explanatory* adalah dimana peneliti melakukan penelitian kuantitatif terlebih dahulu dan kemudian diikuti dengan penelitian kualitatif. Penggunaan *Mixed Method Sequential Explanatory* dalam penelitian ini bertujuan untuk memperluas hasil dan pembahasan, serta memperoleh pemahaman yang lebih baik (Creswell, 2017).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT?
2. Bagaimana bentuk pengaruh yang dihasilkan pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk dapat mengukur besaran pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT
2. Untuk mengetahui bentuk pengaruh yang dihasilkan pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa hasil analisis serta masukan untuk penelitian selanjutnya dalam ranah ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat teori yang sudah ada khususnya teori *operant conditioning* dalam komunikasi persuasif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca dan penggemar NCT terutama yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA mengenai topik yang dibahas khususnya terkait *self-esteem*.

E. Telaah Pustaka

1. Jurnal dengan judul “*Impact of Social Media on Self-Esteem*” oleh Muqaddas Jan, Sanobia Anwver Soomro, dan Nawaz Ahmad dalam *European Scientific Journal*, 13(23), 329-341 Tahun 2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 88% orang melakukan

perbandingan sosial di Facebook dan sebanyak 98% dari jumlah tersebut melakukan perbandingan sosial ke atas. Selanjutnya penelitian ini membuktikan ada hubungan yang kuat antara media sosial dan *self-esteem*. Meningkatnya penggunaan media sosial menyebabkan *self-esteem* individu terus berkurang. Satu jam yang dihabiskan di Facebook setiap hari menghasilkan penurunan 5.574 poin dalam nilai *self-esteem* seorang individu.

2. Jurnal dengan judul “Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram” oleh Angelique Latupeirissa dan Sutarto Wijono dalam *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* : Vol. 4, No. 1, 2022. Hasil perhitungan dengan menggunakan teknik korelasi spearman's rho diikuti dengan nilai koefisien sebesar 0,403;(p) = 0,430 (p > 0,05) Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri Mahasiswa pengguna Instagram.
3. Jurnal dengan judul “Self-Esteem pada Remaja Akhir yang Menggemari Selebgram” oleh Zamrotul Madiniatus Sholich dan Prianggi Amelasasih dalam *Jurnal Pendidikan dan Konseling* : Vol. 4, No. 3 Tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kondisi *self-esteem* antara kedua subjek. Subjek LU (19 tahun) memiliki *self-esteem* yang rendah, sedangkan subjek RM (21 tahun) memiliki *self-esteem* yang tinggi.

Tabel 1: Telaah Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sumber	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muqaddas Jan, Sanobia Anwwer Soomro, dan Nawaz Ahmad	<i>Impact of Social Media on Self-Esteem</i>	<i>European Scientific Journal</i> , 13(23), 329-341. Tahun 2017 ISSN: 1857 - 7881 (Print) e - ISSN 1857-7431 doi: 10.19044/esj.2017.v13n23p329 URL: http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 88% orang melakukan perbandingan sosial di Facebook dan sebanyak 98% dari jumlah tersebut melakukan perbandingan sosial ke atas. Selanjutnya penelitian ini membuktikan ada hubungan yang kuat antara media sosial dan <i>self-esteem</i> . Meningkatkan penggunaan media sosial menyebabkan <i>self-esteem</i> individu terus berkurang. Satu jam yang dihabiskan di Facebook setiap hari menghasilkan penurunan 5.574 poin dalam nilai <i>self-esteem</i> seorang individu.	Persamaan penelitian ini adalah samasama meneliti pengaruh media sosial terhadap <i>self-esteem</i> dan menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data	Perbedaannya penelitian ini berfokus pada penggunaan media terhadap menurunnya <i>self-esteem</i> , sementara peneliti fokus pada pengaruh pesan motivasi video musik terhadap <i>self-esteem</i> .
2	Angelique Latupeirissa dan Sutarto Wijono	Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram	Bulletin of Counseling and Psychotherapy : Vol. 4, No. 1, 2022 ISSN: 2656-1050 doi: https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.200	Hasil perhitungan dengan menggunakan teknik korelasi spearman's rho diikuti dengan nilai koefisien sebesar 0,403;(p) = 0,430 (p > 0,05) Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri Mahasiswa pengguna Instagram.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai <i>self-esteem</i> dan media sosial	Perbedaannya penelitian ini mencari hubungan <i>self-esteem</i> dengan <i>self-presentation</i> mahasiswa pengguna media sosial instagram. Sementara peneliti membahas pengaruh video musik terhadap <i>self-esteem</i>
3	Zamrotul Madiniatus Sholich dan Prianggi Amelasasih	Self-Esteem pada Remaja Akhir yang Menggemari Selebgram	Jurnal Pendidikan dan Konseling : Vol. 4, No. 3 Tahun 2022 P-ISSN 2685-9351 E-ISSN 2685-936X doi: https://media.neliti.com/media/publications/442920-none-8168e220.pdf	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kondisi <i>self-esteem</i> antara kedua subjek. Subjek LU (19 tahun) memiliki <i>self-esteem</i> yang rendah, sedangkan subjek RM (21 tahun) memiliki <i>self-esteem</i> yang tinggi.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai <i>self-esteem</i> dan media sosial	Perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan.

F. Landasan Teori

1. Teori Operant Conditioning

Operant conditioning adalah pendekatan teori belajar yang dikemukakan oleh Edward Lee Thorndike pada tahun 1911. Burrhus Frederic Skinner salah seorang psikolog yang mendorong perkembangan teori ini menyatakan bahwa manusia bergerak karena memperoleh rangsangan dari lingkungannya, yaitu stimulan yang menggugah. Skinner menyebutkan bahwa dimensi penguatan (*reinforcement*) sebagai stimulan penggugah perubahan sikap seseorang. Secara sederhana *reinforcement* merupakan perasaan yang dialami individu setelah menerima imbalan atau insentif, mengalami emosi positif, dan pengurangan tekanan (Hendri, 2019).

Skinner menjelaskan bahwa *operant conditioning* merupakan belajar akibat dari suatu *reinforcement* sampai perilaku yang diinginkan timbul spontan tanpa dikeluarkan secara instingtif oleh stimulus apapun, yaitu disaat organisme beroperasi terhadap lingkungannya.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Walker (1973) menyatakan bahwa *operant conditioning* sebagai prosedur pengontrolan tingkah laku organisme melalui pemberian *reinforcement* yang bijaksana di lingkungan relatif bebas yang dapat dilakukan oleh seseorang. Dengan kata lain, motif sikap terbentuk berdasarkan penguatan kondisi tertentu sehingga tindakan seseorang disebabkan oleh motivasi yang menguatkan. Lebih singkatnya, Hardy dan Heyes (1988) membatasi

Operant conditioning sebagai respons yang mendapat penguatan dan muncul secara berulang berupa sesuatu yang diminta, dibutuhkan, ataupun yang disukai oleh organisme (Hendri, 2019).

Berdasarkan prinsip dasar tersebut, kata kunci dari teori *operant conditioning* berfokus kepada adanya penguatan (*reinforcement*) sebagai faktor pengubah sikap seseorang. Eagly dan Chaiken (1993) menyatakan bahwa pihak yang memberi dukungan sangat berperan dalam memotivasi individu untuk mengubah sikapnya. Makin tinggi status pihak yang memberi dukungan, maka semakin besar kemungkinan individu mengubah sikapnya. Dengan demikian faktor 'siapa' sebagaimana yang dikemukakan Laswell (dalam Eagly dan Chaiken, 1993) menjadi penting (Hendri, 2019).

Faktor penentu lain motivasi individu untuk mengubah sikap adalah emosi positif atau emosi negatif yang dialaminya. Hartmann (dalam Eagly dan Chaiken, 1993) mengemukakan bahwa dalam keadaan emosional individu akan lebih mudah dipengaruhi daripada saat ada dalam kondisi rasional (Hendri, 2019).

2. Pesan Motivasi

Menurut KBBI, pesan berarti perintah, nasehat, permintaan, amanat yang ingin diberitahukan melalui orang lain. Pesan merupakan salah satu elemen dari komunikasi. Pesan merupakan apa yang disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan, yaitu seperangkat tanda-tanda verbal maupun nonverbal yang dapat

mewakilkkan pikiran atau perasaan, serta maksud dan tujuan dari pengirim pesan (Dedy, 2016).

Motivasi dapat berarti hal-hal yang menjadi penggerak tingkah laku yang mendesak seorang individu untuk memenuhi kebutuhan. Victor H. Vroom mendefinisikan motivasi sebagai dampak dari suatu hasil yang ingin diraih dan asumsi bahwa apa yang dikerjakan akan mengarah pada hasil yang diinginkan. Robbins dan Judge mengatakan bahwa motivasi ialah proses yang menggambarkan kesungguhan serta ketekunan individu demi mencapai tujuan. Sementara M. Utsman Najati mengartikan motivasi sebagai kekuatan yang mendorong makhluk hidup untuk menghadirkan tingkah laku dan mengarahkannya kepada suatu tujuan (Dayana & Marbun, 2018; Daulay, 2014).

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat diartikan bahwa pesan motivasi merupakan maksud yang sengaja disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan sebagai penggerak atau dorongan bagi penerima pesan untuk melakukan suatu hal demi memenuhi kebutuhan dan mencapai suatu tujuan.

Motivasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Sari, 2018):

a. Motivasi Intrinsik

Motivasi ini tidak memerlukan stimulus dari luar untuk menjalankan motif-motif yang sudah ada dalam diri individu. Dengan kata lain setiap individu sudah terdapat

dorongan dalam dirinya untuk melaksanakan sesuatu. Motivasi ini hadir karena adanya kesadaran akan tujuan yang mendasar. Motivasi ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesadaran dalam diri, kemauan, kepuasan diri, dan kebiasaan baik (Sari, 2018).

b. Motivasi Ekstrinsik

Berbeda dengan motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik justru memerlukan stimulus dari luar diri individu untuk menggerakkan motif-motif yang terdapat dalam diri individu tersebut. Motivasi ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pujian, hadiah, nasehat, atau hukuman (Sari, 2018).

M. Utsman Najati dalam (Shaleh, 2009) menyebutkan bahwa terdapat tiga komponen dalam motivasi, diantaranya:

a. Menggerakkan

Motivasi dalam indikator ini harus mampu menghadirkan kekuatan dalam diri individu dan menuntun individu tersebut untuk berperilaku dengan cara tertentu. Seperti kekuatan memori, respon-respon efektif, keinginan untuk memperoleh kesenangan, dan lain-lain.

b. Mengarahkan

Motivasi harus mampu mengarahkan tingkah laku, maka dari itu motivasi akan mempersiapkan suatu arah

dengan tujuan yang jelas. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu yang ingin dituju.

c. Menopang

Dalam hal ini, motivasi memiliki fungsi untuk mempertahankan dan menopang perilaku. Lingkungan yang melingkupi individu harus meningkatkan kekuatan dan arah dorongan yang berada dalam diri individu.

3. *Self-Esteem*

Rosenberg mengungkapkan bahwa *self-esteem* merupakan penilaian secara positif atau negatif yang dilakukan oleh seorang individu terhadap dirinya. Branden mendefinisikan *self-esteem* sebagai suatu kepercayaan dalam diri individu terhadap kemampuannya untuk berpikir dan melewati tantangan hidup, berhak untuk sukses, bahagia, serta memperoleh kebutuhan dan keinginan. Menurut Coopersmith, *self-esteem* mengacu pada evaluasi dan kecenderungan individu melihat dirinya terutama dalam hal penerimaan dan penolakan, seberapa besar mereka yakin terhadap kemampuan, kepentingan, kesuksesan, dan, nilai mereka (Ghaisani & Nugraha, 2016).

Tinggi rendahnya *self-esteem* dapat menentukan bagaimana seorang individu berperilaku. *Self-esteem* individu yang tinggi akan membuat individu tersebut cenderung merasa bahagia dan sehat secara psikologis, serta melihat dirinya dan apa yang terjadi dalam hidupnya secara positif. Namun jika *self-esteem* rendah, individu akan sering

memandang dirinya dari sudut pandang negatif sehingga cenderung merasa khawatir, takut, depresi, dan pesimis terhadap masa depan (Ghaisani & Nugraha, 2016).

Dari beberapa pandangan di atas, maka *self-esteem* dapat diartikan sebagai keseluruhan individu memandang dirinya sendiri, baik secara positif maupun negatif yang akan menjadi penentu bagaimana perilaku individu tersebut.

Menurut Reasoner dalam (Indriyani et al., 2020) terdapat lima indikator untuk mengukur *self-esteem*, diantaranya:

a. Perasaan Aman

Perasaan aman dalam indikator ini berkaitan dengan rasa percaya individu terhadap lingkungannya. Rasa aman yang ada dalam diri individu akan membuat individu tersebut merasa bahwa lingkungannya aman untuknya, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan olehnya.

b. Perasaan Menghormati Diri

Perasaan ini meliputi kesadaran seorang individu bahwa dirinya memiliki potensi, minat, kekuatan dan kelemahan dari orang lain, serta kesadaran individu bahwa dia adalah seseorang yang memiliki karakteristik yang unik. Untuk mengetahui identitas, individu perlu diberi kesempatan untuk mempelajari diri dan lingkungannya.

c. Perasaan Diterima

Perasaan ini melibatkan perasaan individu bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok seperti keluarga atau rekan kerja dan dirinya diterima serta dihargai oleh kelompok tersebut. Individu akan mengembangkan evaluasi positif terhadap dirinya jika merasa diterima oleh kelompoknya. Sebaliknya, individu akan menilai dirinya secara negatif jika mengalami perasaan tidak diterima.

d. Perasaan Mampu

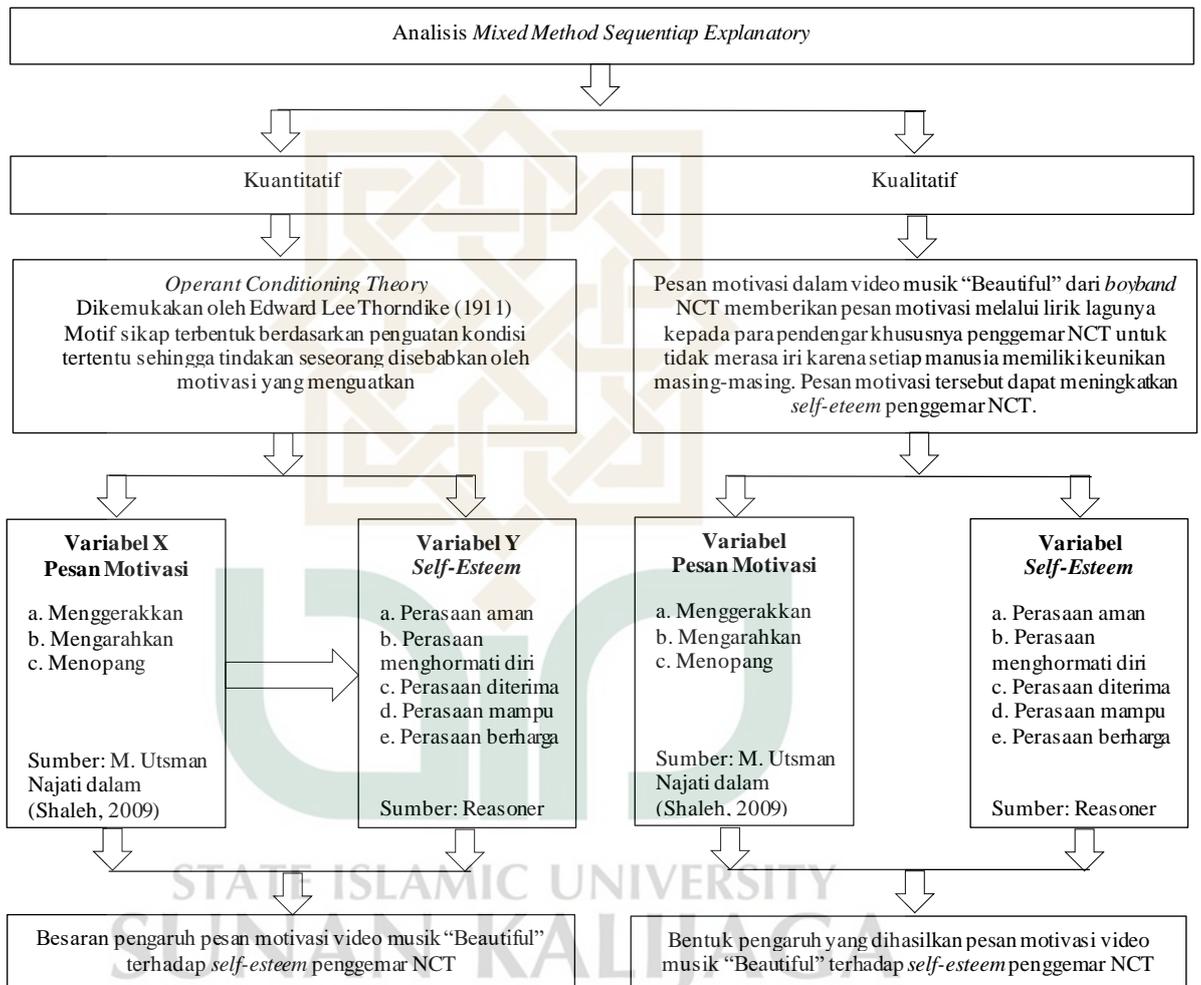
Perasaan mampu merupakan kepercayaan individu bahwa dirinya mampu untuk mencapai hasil yang dia tetapkan untuk dicapai. Pemahaman ini terkait dengan kebanggaan terhadap kemampuan diri sendiri dan rasa mampu untuk menghadapi tantangan hidup. Hal ini dapat membantu individu mendapatkan kepercayaan diri untuk menghadapi kehidupan mereka nanti.

e. Perasaan Berharga

Perasaan berharga meliputi perasaan dimana individu merasa bahwa dirinya berharga atau tidak. Perasaan ini dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi di masa lalu. Perasaan berharga yang dimiliki individu sering kali diperlihatkan dan berasal melalui pernyataan yang bersifat pribadi seperti kebaikan, kepandaian, kesopanan, dan lain sebagainya.

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1 : Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Hipotesis

Hipotesis berarti jawaban tentatif atas rumusan masalah penelitian. Kerlinger menyatakan bahwa hipotesis adalah suatu pernyataan kira-kira atau suatu dugaan sementara mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat dua hipotesis dalam penelitian ini, yaitu hipotesis kerja atau alternatif (H_a) dan hipotesis nol (H_0) (Nurdin & Hartati, 2019). Adapun perumusan hipotesisnya sebagai berikut:

- H_0 : Tidak terdapat besaran pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT
- H_a : Terdapat besaran pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran (*mixed method*). Penelitian ini menerapkan kombinasi dua pendekatan sekaligus, yakni kualitatif dan kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas terhadap masalah-masalah penelitian. Menurut Creswell terdapat enam strategi yang dapat digunakan dalam metode penelitian campuran, diantaranya yaitu strategi eksplanatoris sekuensial, strategi eksploratoris sekuensial, strategi transformatif sekuensial, strategi triangulasi

konkuren, strategi embedded konkuren, dan strategi transformatif konkuren (Creswell, 2017).

Pada penelitian ini, strategi yang digunakan adalah strategi ekplanatoris sekuensial (*sequential explanatory*). Strategi ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif pada tahap pertama kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif pada tahap kedua yang dibangun berdasarkan hasil awal kuantitatif. Dalam penelitian *sequential explanatory*, penelitian kuantitatif yang telah selesai setelah hipotesis terbukti atau tidak terbukti, kemudian dilakukan penelitian metode kualitatif untuk memperkuat, memperdalam, dan memperluas data kuantitatif yang diperoleh pada penelitian sebelumnya (Creswell, 2017).

Penelitian ini menggunakan metode survei dalam penelitian kuantitatif. Penelitian survei merupakan tipe penelitian yang menggunakan angket sebagai sumber data utama. Penelitian survei berusaha memaparkan secara kuantitatif kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi tertentu dengan meneliti satu sampel dari populasi tersebut. Sementara itu, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk penelitian kualitatif. Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses seorang individu atau sekelompok individu (Creswell, 2017).

Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur besaran pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT. Sementara itu, metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data mendalam mengenai bentuk pengaruh yang dihasilkan oleh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT.

2. Variabel Penelitian

Secara umum variabel penelitian berarti objek yang akan dijadikan penelitian baik yang berbentuk abstrak maupun real. Menurut Bohnstedts variabel merupakan karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian tersebut. Menurut Sutrisno Hadi variabel adalah gejala yang bervariasi seperti jenis kelamin, berat badan, dan sebagainya. Gejala berarti objek penelitian sehingga variabel merupakan objek penelitian yang bervariasi (Nurdin & Hartati, 2019).

Jenis variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* disebut juga sebagai variabel bebas, yaitu variabel yang menyebabkan, mempengaruhi, atau menerangkan variabel lain. Sementara itu, variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain, namun tidak bisa mempengaruhi variabel lain (Nurdin & Hartati, 2019).

Adapun pembagian variabel *independent* dan variabel *dependent* dalam penelitian ini diantaranya:

Variabel *Independent* (X) : Pesan Motivasi

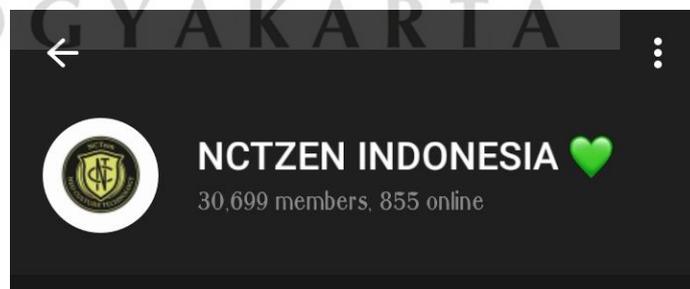
Variabel *Dependent* (Y) : *Self-Esteem*

3. Populasi dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Menurut Sugiyono populasi berarti wilayah generalisasi yang meliputi obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Nurdin & Hartati, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *boyband* NCT yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA. Jumlah anggota grup NCTZEN INDONESIA bisa bertambah seiring dengan berjalannya waktu, maka dari itu penulis menggunakan populasi yang diambil pada 5 Februari 2023 dengan jumlah 30.699 orang.

Gambar 2 : Member Grup Telegram NCTZEN INDONESIA



Sumber: Tangkapan layar grup Telegram NCTZEN INDONESIA

b. Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian dari subyek dalam populasi yang diteliti dan sudah tentu mampu secara representatif dapat mewakili populasinya. Sementara teknik pengambilan sampel disebut sebagai teknik sampling. Penelitian ini menggunakan teknik probabilitas atau *probability sampling*, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan anggota sampel dilakukan dengan menggunakan jenis *simple random sampling*, yaitu secara acak tanpa membedakan strata populasi. Teknik ini juga dilakukan karena penggemar dalam grup NCTZEN INDONESIA dianggap homogen (Dwiastuti, 2017). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berbentuk *google form* dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA.

c. Besaran Sampel

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam menentukan besaran sampel, dimana tingkat kesalahan atau *alpha error* sebesar 10% dan tingkat akurasi sebesar 90%. Adapun rumus Slovin yang digunakan yaitu:

$$s = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

s = sampel (?)

N = populasi (30.699)

e = *alpha error* (10% atau 0,10 dalam bentuk desimal)

Dengan rumus diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut:

$$s = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$s = \frac{30.699}{1 + (30.699 \times 0,10^2)}$$

$$s = \frac{30.699}{1 + (30.699 \times 0,01)}$$

$$s = \frac{30.699}{1 + 306,99}$$

$$s = \frac{30.699}{307,99}$$

$$s = 99,675$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,675 yang dibulatkan menjadi 100 orang.

4. Definisi Operasional

Tabel 2: Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Pesan Motivasi (X)	Menggerakkan	1. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan kekuatan dalam diri saya	Likert

		<p>2. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan energi positif dalam diri saya</p> <p>3. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menimbulkan berbagai emosi positif dalam diri saya</p> <p>4. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan pikiran saya</p>	
	Mengarahkan	<p>1. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT dapat mengarahkan tingkah laku saya</p> <p>2. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menghadirkan tujuan-tujuan dalam hidup saya</p> <p>3. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan Tindakan saya untuk mencapai tujuan dalam hidup</p>	Likert
	Menopang	<p>1. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT memberikan saya banyak kekuatan</p> <p>2. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu</p>	Likert

		<p>mendorong saya untuk melakukan suatu perbuatan</p> <p>3. Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu membangkitkan semangat dalam diri saya</p> <p>4. Lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu meningkatkan keseriusan dalam diri saya</p>	
Self-Esteem (Y)	Perasaan Aman	<p>1. Menonton video musik “Beautiful” NCT membuat saya merasa dapat mengandalkan orang-orang disekitar saya</p> <p>2. Menonton video musik “Beautiful” NCT membuat saya merasa lebih percaya dengan lingkungan saya</p> <p>3. Saya merasa dikelilingi oleh orang-orang baik setelah menonton video musik “Beautiful” NCT</p>	Likert
	Perasaan Mmenghormati Diri	<p>1. Setelah menonton video music “Beautiful” NCT saya mengerti bahwa setiap orang memiliki keunikan masing-masing</p>	Likert

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Saya menyadari bahwa saya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain setelah menonton video musik “Beautiful” NCT 3. Saya lebih bisa menerima kelemahan saya setelah menonton video musik “Beautiful” NCT 4. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya merasa puas mengenai keadaan diri saya 	
	<p>Perasaan Diterima</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya menyadari bahwa anggota keluarga saya menyayangi saya 2. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya menyadari bahwa orang-orang di sekitar saya banyak yang mendukung saya 3. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya menyadari bahwa kritikan dari teman-teman saya merupakan bentuk kepedulian mereka kepada saya 	<p>Likert</p>

		4. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya merasa bahwa banyak orang yang menghargai keberadaan saya	
	Perasaan Mampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya yakin bisa mewujudkan impian saya 2. Video musik “Beautiful” NCT memotivasi saya untuk tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan 3. Saya merasa lebih mampu menghadapi masalah setelah menonton video musik “Beautiful” NCT 4. Menonton video musik “Beautiful” NCT membuat saya percaya diri untuk menghadapi kehidupan 	Likert
	Perasaan Berharga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya menyadari bahwa saya merupakan individu yang baik 2. Saya merasa <i>worth it</i> untuk mendapatkan apa yang saya inginkan setelah menonton video musik “Beautiful” NCT 3. Menonton video musik “Beautiful” NCT membuat 	Likert

		<p>saya tidak membandingkan diri saya dengan orang lain</p> <p>4. Setelah menonton video musik “Beautiful” NCT saya menyadari banyak yang dapat saya banggakan dari diri saya</p>	
--	--	---	--

5. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, didistribusikan melalui jasa pengiriman untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup. Responden memilih satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti (Nurdin & Hartati, 2019). Kuesioner disebarluaskan melalui internet yaitu *google form*, kemudian dikirim kepada penggemar NCT dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal, dimana data ini menyajikan hasil pengamatan dalam suatu urutan atau tingkatan. Data ordinal bersifat kualitatif dan tidak dapat dilakukan operasi matematika, untuk mengkuantifikasi data yang bersifat kualitatif tersebut peneliti menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi responden (Wahyuning, 2021). Dalam penelitian ini peneliti akan mengukur *self-esteem* penggemar NCT yang ditandai dengan sikap dan perilaku penggemar NCT. Pembagian skor dalam skala *Likert* terbagi menjadi lima peringkat, diantaranya:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

b. *Interview* atau Wawancara

Interview merupakan aktivitas tanya jawab yang dilakukan oleh beberapa orang. Satu orang berperan sebagai orang yang memberikan pertanyaan, dan orang lainnya memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. dalam beberapa literatur, *interview* berarti

percakapan yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, pengumpulan data melalui wawancara dimaksudkan untuk memperoleh data penelitian kualitatif. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam dimana peneliti mempersiapkan *guide line* pertanyaan yang dikembangkan secara fleksibel selama wawancara berlangsung (Manzilati, 2017).

Adapun kriteria narasumber yang dipilih dalam wawancara ini yaitu penggemar NCT yang tergabung dalam grup Telegram

NCTZEN INDONESIA, sudah menonton video musik “Beautiful” dan memahami artinya, serta pernah mengalami masalah *self-esteem* seperti *insecure*, *overthinking*, *self-comparison* (membandingkan diri dengan orang lain), merasa tidak berharga, tidak percaya diri, dan sebagainya.

c. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Peneliti menggunakan teknik observasi partisipan dimana peneliti terlibat dengan kegiatan penggemar NCT yang menjadi sumber data penelitian (Nurdin & Hartati, 2019). Dalam Teknik ini, peneliti ikut menonton video musik “Beautiful” NCT, melihat interaksi dan antusias penggemar melalui kolom komentar, jumlah *likes*, *views*, dan lain sebagainya.

d. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berbentuk buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan dengan penelitian. Tujuan dari pengumpulan data melalui teknik dokumentasi ini yaitu untuk mendapatkan data yang lebih lengkap dan terpercaya (Nurdin & Hartati, 2019).

6. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuantitatif

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrument pengukuran dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Uji validitas dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu validitas yang berkaitan dengan kemampuan mengukur makna konsep yang diukur menggunakan suatu alat ukur. Jack R. Fraenkel mengatakan bahwa validitas konstruk memiliki cakupan paling luas karena melibatkan banyak prosedur diantaranya validitas isi dan validitas kriteria (Siregar, 2013). Rumus uji validitas yang digunakan yaitu *product moment correlation* sebagai berikut:

$$R_{XY} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{XY} = koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria

X = skor masing-masing responden variabel X

Y = skor masing-masing responden variabel Y

N = jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengujian untuk melihat seberapa konsisten hasil pengukuran apabila alat ukur yang sama digunakan berulang kali untuk mengukur gejala yang sama. Teknik pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *alpha cronbach*, yaitu untuk menentukan reliabel atau

tidaknya instrumen penelitian. Dalam teknik ini, suatu instrumen penelitian dapat disebut reliabel jika koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6 (Siregar, 2013). Adapun rumusnya yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas instrument

k = jumlah butir pertanyaan

$\Sigma \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varians total

J. Metode Analisis Data Kuantitatif

1. Uji Regresi Linear

Kategori regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana, yaitu untuk satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Uji regresi linear ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuan dari penerapan metode ini yaitu untuk memperkirakan besaran nilai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Siregar, 2013). Berikut rumus yang digunakan untuk menguji regresi linear sederhana:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Jadi Regresi OLS tersebut mengasumsikan terdapatnya hubungan linear antara kedua variabel (Mardiatmoko, 2020). Adapun uji asumsi klasik yang harus dipenuhi diantaranya:

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusan dalam metode ini adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 maka residual dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika signifikansi lebih kecil dari 0,10 maka residual dikatakan berdistribusi tidak normal (Rahmawati et al., 2020).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model yang dibangun mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau

regresi linear. Adapun aturannya yaitu kedua variabel memiliki hubungan yang linear jika nilai *Deviation From Linearity* lebih besar dari 0,10. Sebaliknya, kedua variabel dikatakan memiliki hubungan tidak linear nilai *Deviation From Linearity* lebih kecil dari 0,10 (Rahmawati et al., 2020)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut dengan homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya) (Rahmawati et al., 2020).

K. Subjek dan Objek Penelitian Kualitatif

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian berarti apa atau siapa yang menjadi sumber informasi dan data untuk memenuhi topik penelitian. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah manusia, yaitu penggemar NCT yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA. Rancangan sampel yang digunakan adalah *non probability* atau rancangan nonrandom dengan teknik sampel purposif.

Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini diantaranya yaitu penggemar NCT yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA, sudah menonton video musik “Beautiful” dan memahami artinya, serta pernah mengalami masalah *self-ssteem* seperti *insecure*, *overthinking*, *self-comparison* (membandingkan diri dengan orang lain), merasa tidak berharga, tidak percaya diri, dan sebagainya.

2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah kondisi sosial yang diamati secara mendalam dan dipelajari sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah video musik “Beautiful” NCT yang ditayangkan melalui akun YouTube SMTOWN.

L. Metode Analisis Data Kualitatif

Metode analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman. Model ini terdiri dari tiga tahapan, diantaranya (Nurdin & Hartati, 2019):

1. Kodifikasi Data

Kodifikasi data merupakan tahap pengkodian terhadap data, yaitu dengan memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Selanjutnya melakukan pemilahan informasi yang penting dan yang tidak penting dengan cara memberikan tanda-tanda serta memberikan perhatian khusus pada penggalan bahan tertulis yang penting, yang sesuai dengan apa yang dicari. Singkatnya yang dimaksud

kode oleh Miles dan Huberman adalah kategori-kategori atau penamaan terhadap interpretasi yang telah dibuat (Nurdin & Hartati, 2019).

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap kedua setelah dilakukannya kodifikasi data. Pada tahap ini, peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan (Nurdin & Hartati, 2019)

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah dilakukan penyajian data, tahap terakhir yakni peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan sebagai hasil wawancara atau dari dokumen. Setelah kesimpulan diambil, untuk memastikan tidak ada kesalahan data, peneliti kemudian mengecek kembali kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data (Nurdin & Hartati, 2019).

M. Uji Keabsahan Data Kualitatif

1. Triangulasi Data

Triangulasi dapat diartikan sebagai sebuah usaha pengecekan data dari berbagai macam sumber dengan beragam cara dan beragam waktu. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi dengan ahli, yaitu proses memvalidasi data penelitian berdasarkan pandangan ahli yang bertujuan untuk mengurangi bias di dalam penelitian (Alfansyur & Mariyani, 2020; Morissan, 2019).

Dalam penelitian ini, yang menjadi ahli adalah Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra', S.Psi., M.Psi., Psikolog. Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra' merupakan seorang Psikolog dengan keahlian psikolog klinis anak dan dewasa. Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra' juga merupakan salah seorang Psikolog yang memiliki STRPK (Surat Tanda Registrasi Psikolog Klinis) dan SIPPK (Surat Izin Praktik Psikolog Klinis). Adapun tempat praktik ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra' yaitu di Puskesmas Sewon 1 Jl Parangtritis km.7 Dadapan Timbulharjo, Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta. Alasan peneliti memilih Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra' sebagai informan triangulasi ahli dalam penelitian ini sebab yang bersangkutan dapat dikatakan memahami secara mendalam mengenai masalah *self-esteem*.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Video Musik

Perkembangan teknologi yang semakin canggih menjadikan cara berkomunikasi satu dengan yang lainnya tidak harus disampaikan secara langsung. Saat ini komunikasi dapat dilakukan melalui video musik baik dengan lirik lagu maupun gerak visual yang terdapat di dalamnya. Video musik merupakan sebuah film pendek atau video yang mendampingi musik, umumnya sebuah lagu. Video musik tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menggambarkan sebuah lagu dalam bentuk audio visual saja melainkan juga sebagai media penyampaian pesan baik dalam bahasa verbal maupun nonverbal (Indira et al., 2022).

Mulyana mengatakan bahwa video musik merupakan salah satu kegiatan komunikasi karena terdapat proses penyampaian pesan di dalam sebuah video musik. Selain untuk menyampaikan pesan, video musik juga digunakan sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan album rekaman di media sosial. Video musik banyak dinikmati oleh berbagai kalangan karena isinya yang menghibur atau mengedukasi. Pada awalnya video musik dan video klip memiliki perbedaan, namun seiring dengan berkembangnya zaman orang-orang manyamakan arti dari video musik dan video klip tersebut (Indira et al., 2022).

Rabiger dalam (Saputra & Islam, 2021) mengatakan bahwa secara *universal* terdapat lima unsur dalam video musik yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Bahasa Ritme, yaitu bahasa visual yang terdapat dalam sebuah video dan menyatu dengan tempo dari sebuah lagu.
2. Bahasa Musikalisasi (*Instrument Music*), merupakan bahasa musikalisasi adalah bahasa visual yang memiliki keterkaitan dengan nilai musikalitas seperti profil band, alat musik, dan jenis musik.
3. Bahasa Nada, merupakan unsur yang memperhatikan aransemen dari sebuah lagu yang kemudian disesuaikan dengan video musik.
4. Bahasa Lirik, merupakan sebuah bahasa visual yang berkaitan dengan lirik dalam sebuah lagu. Bahasa lirik mengharuskan seorang pembuat video musik membuat visualisasi dari kata ataupun kalimat dengan sebuah simbolisasi.
5. Bahasa Penampilan, unsur ini berkaitan dengan karakter sebuah band ataupun seorang musisi solo dimulai dari profil musisi maupun fisik.

B. Profil NCT (Neo Culture Technology)

Neo Culture Technology atau yang biasa dikenal dengan sebutan NCT merupakan salah satu *boyband* asal Korea Selatan yang berada di bawah naungan SM Entertainment. NCT memiliki konsep dengan jumlah

member yang tidak terbatas, mereka terbagi ke dalam beberapa sub unit yang beraktivitas tidak hanya di Korea Selatan saja. Sejak diumumkan pembentukannya pada tahun 2016, saat ini NCT sudah memiliki sebanyak 23 anggota yang tergabung dalam empat sub unit berbeda. Selain itu NCT juga memiliki *leader*, *maknae*, vokalis, dan *rapper* (Ramadhani, 2022).

Unit pertama dari grup ini adalah NCT U yang debut pada 9 April 2016 dengan single digital “The 7th Sense” dan “Without You” yang beranggotakan Taeil, Ten, Mark, Jaehyun, Doyoung, dan Taeyong. NCTU merupakan singkatan dari NCT *United* dimana sub unit ini tidak memiliki anggota tetap karena bergantung pada konsep yang akan dibuat dalam lagu mereka. NCT U disebut sebagai pemersatu member yang tergabung dalam sub-unit lainnya, yakni NCT 127, NCT Dream, dan WayV (Ramadhani, 2022).

Unit kedua adalah NCT 127 dengan anggota Taeyong, Taeil, Johnny, Yuta, Doyoung, Jaehyun, Jungwoo, Mark, dan Haechan. Nama 127 diambil dari koordinat bujur Kota Seoul karena sub unit ini berbasis di Seoul Korea Selatan. NCT 127 debut pada 7 Juli 2016 dengan mini album pertama mereka yakni NCT #127. Doyoung dan Johnny bergabung ke dalam NCT 127 pada 27 Desember 2016, dengan *comeback* lagu “Limitless”. Sementara itu, Jungwoo bergabung dengan NCT 127 pada tanggal 17 September 2018, dengan *comeback* lagu “Regular-Irregular”. Kemudian disusul dengan NCT Dream sebagai unit ketiga yang debut pada tanggal 24 Agustus 2016 dengan single pertama mereka “Chewing Gum”. NCT Dream

terdiri dari 7 personel yaitu Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung (Ramadhani, 2022).

Unit terbaru dari NCT adalah WayV yang berbasis di Tiongkok. Sub unit ini beranggotakan Kun, Winwin, Ten, Lucas, Hendery, Xiaojun, dan Yangyang. SM Entertainment berkolaborasi dengan sebuah label Tiongkok yaitu Label V untuk menaungi sub unit tersebut. WayV sendiri berarti *We Are Your Vision* dan berfokus untuk merilis lagu dengan bahasa Mandarin. WayV resmi debut pada 17 Januari 2019 dengan merilis single berjudul “Regular” dengan bahasa Mandarin. Sementara itu terdapat dua anggota yang belum bergabung ke dalam sub unit, yaitu Sotaro dan Sungchan yang baru bergabung pada tahun 2020 (Ramadhani, 2022).

Selain aktivitas terpisah dari masing-masing unit, NCT juga telah melakukan promosi sebanyak tiga kali, yaitu NCT 2018 dengan album *NCT 2018 Empathy*, NCT 2020 dengan album *NCT Resonance pt 1* dan *pt 2*, kemudian NCT 2021 dengan *NCT 2021 Universe*, dimana ketiganya merupakan proyek besar NCT yang menggabungkan semua anggota dari semua unit termasuk Sotaro dan Sungchan. Masing-masing proyeknya sesuai dengan jumlah anggota pada tahun 2018, 2020 dan 2021.

C. Video Musik “Beautiful”

“Beautiful” merupakan lagu utama dari album ketiga NCT yang bertajuk *Universe*. Lagu dan video musik “Beautiful” dirilis melalui kanal YouTube SMTOWN pada tanggal 14 Desember 2021 sebagai *project* besar NCT sebelum pergantian tahun. Berbeda dari tahun 2020 lalu, *comeback*

NCT tahun ini hanya diikuti oleh 21 *member* tanpa Winwin dan Lucas. Meskipun begitu, video musik “Beautiful” berhasil meraih *Trending* 1 untuk kategori musik di YouTube setelah tiga hari sejak dirilis. Hingga saat ini *Official Music Video* “Beautiful” telah ditonton lebih dari 51 juta kali.

Gambar 3 : Personil NCT dalam video musik “Beautiful”



Sumber: Tangkapan layar *Official* Instagram NCT

“Beautiful” merupakan lagu pop ballad yang disusun oleh Yoo Han Jin dan Yoo Young Jin. Terdapat lima member yang juga berpartisipasi dalam pembuatan rap untuk lagu ini, yaitu Johnny, Taeyong, Mark, Hendery, dan Jeno. Lagu “Beautiful” menggambarkan perasaan bagaimana orang-orang terkadang tidak percaya dengan dirinya sendiri, melihat orang lain yang lebih sukses, dan merasa dirinya tidak dapat melakukan apa-apa. Melalui lagu tersebut NCT memberikan pesan kepada para pendengar khususnya penggemar NCT untuk tidak merasa iri karena setiap manusia unik dan cantik dengan caranya sendiri yang menjadikan mereka spesial dan berharga (Adrian, 2021).

Lagu “Beautiful” juga mengingatkan para pendengar untuk tidak membandingkan diri dengan orang lain, selalu ada orang yang mendukung, dan mencintai hal-hal kecil yang ada dalam hidup. Selain liriknya yang penuh motivasi, video musik “Beautiful” juga menggambarkan cerita yang sesuai dengan lirik lagunya. Lagu dan video musik “Beautiful” diharapkan dapat memberikan energi positif kepada penggemar NCT di seluruh dunia agar mereka bisa lebih percaya diri lagi saat merasa *insecure* dan ingin menyerah (Martyna, 2021).

D. NCTZEN

NCTZEN adalah panggilan untuk penggemar atau fandom dari *boyband* NCT. Fandom sendiri merupakan sebutan umum untuk komunitas pecinta *Boyband* atau *Girlband* yang berasal dari Korea Selatan. Ketika orang-orang mulai menyukai K-pop dan menjadi penggemarnya, mereka akan mencari tahu dan memburu hal-hal yang berhubungan dengan artis idola yang mereka sukai. Sehingga tidak sedikit dari mereka yang tenggelam dalam dunia “*fangirling*” atau “*fanboying*”. Dari terbentuknya dunia tersebut maka menimbulkan berbagai fandom (Safitri et al., 2022).

NCTZEN Indonesia merupakan tempat atau wadah untuk berinteraksi antar anggota sesama penggemar NCT yang berada di Indonesia. Komunitas ini ada yang dibentuk secara *online* maupun secara *offline*, salah satunya yaitu grup NCTZEN INDONESIA dalam Telegram. Grup ini sangat aktif karena setiap harinya selalu ada pembahasan dari para anggota, khususnya mengenai NCT dari semua unit, baik lagu, musik video,

ataupun kegiatan para *member* NCT. Anggota grup terdiri dari berbagai kalangan baik anak-anak, remaja, hingga dewasa. Seiring dengan berjalannya waktu, anggota dalam grup terus bertambah.



BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian Kuantitatif

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan selama penelitian ini berlangsung. Peneliti memperoleh data dengan melakukan survey kepada penggemar NCT yang terdapat di dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* versi 29 dengan tujuan untuk mendapatkan hasil apakah terdapat besaran pengaruh dari pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT.

Terdapat 30 pertanyaan yang terlampir dalam kuesioner yang terdiri dari dua variabel yaitu pesan motivasi sebagai variabel X dan *self-esteem* sebagai variabel Y. Variabel pesan motivasi (X) terdiri dari 11 pertanyaan dan untuk variabel *self-esteem* (Y) terdiri dari 19 pertanyaan. Dalam kuesioner tersebut diberikan kolom untuk menjawab pernyataan-pernyataan menggunakan skala likert dengan skor 1 sampai 5 untuk mengukur tingkatan jawaban dari sangat tidak setuju yang diberi skor satu hingga jawaban sangat setuju yang diberi skor lima.

Kuesioner tersebut disebarakan kepada 100 responden yang merupakan penggemar NCT dalam grup Telegram NCTZENINDONESIA. Sebelum itu, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada 30 responden untuk mengetahui seberapa valid dan reliabel

instrument penelitian yang digunakan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Juni 2023 dengan menggunakan *google form* yang disebarluaskan melalui *direct messenger* Telegram.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, maka didapatkan data berdasarkan karakteristik responden yang terbagi menjadi dua yaitu karakteristik berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan usia. Adapun datanya sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	3	3%
Perempuan	97	97%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan total sebanyak 97 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki terdapat 3 orang. Hal ini disebabkan karena anggota perempuan dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA lebih sering aktif dan mengikuti pembahasan yang ada di dalam grup dibandingkan dengan anggota laki-laki.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
12 - 16	46	46%
17 - 21	38	38%
22 - 26	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Penelitian

Pada karakteristik responden berdasarkan usia, peneliti membagi menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama yaitu responden yang berusia dari 12 – 16 tahun, kelompok kedua terdiri dari responden yang berusia 17 – 21 tahun, dan kelompok ketiga merupakan responden yang berusia dari 22 – 26 tahun. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 12 – 16 tahun terdapat sebanyak 46 orang, responden berusia 17 – 21 tahun sebanyak 38 orang, dan responden dengan usia 22 – 26 tahun terdapat sebanyak 16 orang.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur setiap butir kuesioner yang diturunkan dari indikator masing-masing variabel. Cara yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah *pearson product moment* yaitu dengan mengkorelasikan setiap item pernyataan

dengan jawaban responden pada kuesioner. Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan SPSS versi 29.

Adapun tingkat kepercayaan sebesar 90% dengan nilai signifikansi yang digunakan (α) = 100% - 90% = 10% atau alpha error sebesar 0,10. Dari hasil perhitungan alpha error dan jumlah responden yang digunakan didapatkan nilai r tabel sebesar 0,463. Apabila r hitung yang didapatkan dari output SPSS dalam kolom *correlation* setelah dilakukan uji *pearson product moment* bernilai lebih besar dari r tabel (**r hitung > 0,463**) maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 5: Uji Validitas Variabel Pesan Motivasi (X)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Menggerakkan			
X.1	0,751	0,463	Valid
X.2	0,758	0,463	Valid
X.3	0,637	0,463	Valid
X.4	0,756	0,463	Valid
Mengarahkan			
X.5	0,751	0,463	Valid
X.6	0,785	0,463	Valid
X.7	0,714	0,463	Valid
Menopang			
X.8	0,720	0,463	Valid
X.9	0,389	0,463	Tidak Valid
X.10	0,627	0,463	Valid
X.11	0,711	0,463	Valid
Total_X	Pearson Correlation	1	
	N	30	

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setelah dilakukan uji validitas pada variabel pesan motivasi (X), dari 11 pernyataan terdapat 10 pernyataan yang dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sementara itu, satu pernyataan dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 10 pernyataan dalam variabel pesan motivasi (X) dapat digunakan sebagai uji hasil penelitian.

Tabel 6: Uji Validitas Variabel Self-Esteem (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Perasaan Aman			
Y.1	0,445	0,463	Tidak Valid
Y.2	0,631	0,463	Valid
Y.3	0,855	0,463	Valid
Perasaan Menghormati Diri			
Y.4	0,914	0,463	Valid
Y.5	0,836	0,463	Valid
Y.6	0,780	0,463	Valid
Y.7	0,864	0,463	Valid
Perasaan Diterima			
Y.8	0,906	0,463	Valid
Y.9	0,841	0,463	Valid
Y.10	0,790	0,463	Valid
Y.11	0,680	0,463	Valid
Perasaan Mampu			
Y.12	0,753	0,463	Valid
Y.13	0,661	0,463	Valid
Y.14	0,658	0,463	Valid
Y.15	0,810	0,463	Valid
Perasaan Berharga			
Y.16	0,672	0,463	Valid
Y.17	0,582	0,463	Valid
Y.18	0,799	0,463	Valid
Y.19	0,802	0,463	Valid
Total_X	Pearson Correlation	1	
	N	30	

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setelah dilakukan uji validitas pada variabel *self-esteem* (Y), dari 19 pernyataan terdapat 18 pernyataan yang dinyatakan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Sementara itu, satu pernyataan dinyatakan tidak valid karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 18 pernyataan dalam variabel *self-esteem* (Y) dapat digunakan sebagai uji hasil penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa konsisten hasil pengukuran apabila alat ukur yang sama digunakan berulang kali untuk mengukur gejala yang sama. Sebelum menguji reliabilitas harus dilakukan uji validitas terlebih dahulu. Setelah data dinyatakan valid maka baru bisa dilakukan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan teknik *cronbach alpha* yang diolah dengan SPSS versi 29. Dalam teknik ini suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel jika **koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6** (Siregar, 2013).

Tabel 7: Uji Reliabilitas Variabel Pesan Motivasi (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	10

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa uji reliabilitas yang dilakukan pada 10 item pernyataan yang valid pada variabel pesan motivasi (X) menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,899. Data ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan lebih besar dari (>) 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 8 : Uji Reliabilitas Variabel Self-Esteem (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	18

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa uji reliabilitas yang dilakukan pada 18 item pernyataan yang valid pada variabel *self-esteem* (Y) menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,960. Data ini menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan lebih besar dari (>) 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

D. Distribusi Frekuensi Variabel

Sub bab ini menjelaskan data yang dihasilkan dari kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden dan akan dilakukan analisis data berdasarkan frekuensi. Dalam distribusi frekuensi ini terdiri dari dua variabel yaitu Pesan Motivasi sebagai variabel *independent* (X) dan *Self-Esteem* sebagai variabel *dependent* yang masing-masing sudah terdapat indikator dan pertanyaan. Adapun hasil analisisnya sebagai berikut:

1. Variabel Pesan Motivasi

Pesan motivasi merupakan variabel *independent* atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Terdapat tiga indikator dalam variabel ini yaitu menggerakkan, mengarahkan, dan menopang dengan total sebanyak 10 pertanyaan.

a. Indikator Menggerakkan

Tabel 9: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan kekuatan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	2	2%
Setuju	40	40%
Sangat Setuju	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” mampu menggerakkan kekuatan-kekuatan yang ada di dalam diri penggemar NCT. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menjawab setuju dan sangat setuju, diantaranya terdapat 40 responden yang menjawab setuju dan 54 responden menjawab sangat setuju. Sedangkan jawaban lainnya terdapat 1 responden menjawab sangat tidak setuju, 3 responden menjawab tidak setuju, dan 2 responden menjawab netral.

Tabel 10: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan energi positif

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	2	2%
Setuju	28	28%
Sangat Setuju	61	61%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” dari NCT mampu menggerakkan energi positif yang ada di dalam diri penggemar NCT. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 61 responden dan menjawab setuju sebanyak 28 responden, yang berarti sebesar 61% menjawab sangat setuju dan 28% menjawab setuju dari jumlah total sebesar 100%.

Tabel 11: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menimbulkan berbagai emosi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	6	6%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	55	55%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa sebesar 55% responden menjawab sangat setuju dan 34% menjawab setuju. Hal ini berarti sebagian besar dari responden yang

merupakan penggemar NCT merasa bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” yang penuh akan pesan-pesan motivasi mampu menimbulkan berbagai emosi yang ada di dalam diri mereka. Selain itu terdapat 6% responden menjawab netral, 4% menjawab tidak setuju, dan 1% menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 12: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menggerakkan pikiran

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Tidak Setuju	2	2%
Netral	6	6%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 7 responden menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju, 6 menjawab netral, 43 menjawab setuju dan sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju. Hal ini berarti bahwa Sebagian besar dari mereka merasa bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” mampu menggerakkan pikiran mereka melalui pesan motivasi yang disampaikan pada video musik tersebut.

b. Indikator Mengarahkan

Tabel 13: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan tingkah laku

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	2	2%
Setuju	52	52%
Sangat Setuju	40	40%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jawaban paling banyak yang dipilih oleh responden adalah setuju dengan persentase sebanyak 52% dan jawaban sangat setuju sebanyak 40%. Hal ini menyatakan bahwa Sebagian besar responden setuju bahwa video musik “Beautiful” dari NCT mampu mengarahkan tingkah laku mereka ke arah yang lebih baik sesuai dengan pesan yang disampaikan dalam lirik lagunya.

Tabel 14: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu menghadirkan tujuan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	1	1%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” mampu menghadirkan tujuan-tujuan

dalam hidup para penggemar NCT. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 57% dan setuju sebesar 35%. Selain itu sebagian kecil dari responden memilih jawaban lain yang terbagi menjadi sangat tidak setuju sebesar 2%, tidak setuju sebesar 5%, dan 1% memilih netral.

Tabel 15: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan tindakan untuk mencapai tujuan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	1	1%
Setuju	45	45%
Sangat Setuju	49	49%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu mengarahkan tindakan para penggemarnya untuk mencapai tujuan dalam hidup. Hal ini dikarenakan pesan-pesan yang disampaikan oleh NCT melalui lirik lagunya memotivasi para penggemar untuk tidak mudah menyerah terhadap sesuatu yang mereka inginkan. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden pada tabel di atas yaitu sebanyak 49% responden memilih sangat setuju dan sebanyak 45% responden memilih setuju.

c. Indikator Menopang

Tabel 16: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT memberikan kekuatan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	0	0%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pesan motivasi yang disampaikan oleh *Boyband* NCT dalam video musik “Beautiful” mampu memberikan kekuatan dalam diri para penggemar. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang terlampir dalam tabel di atas. Sebanyak 60 responden memilih jawaban sangat setuju dan 34 responden memilih setuju. Sementara itu 2% responden memilih sangat tidak setuju dan 4% memilih tidak setuju

Tabel 17: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu membangkitkan semangat

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	3	3%
Setuju	33	33%
Sangat Setuju	59	59%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa para responden yang merupakan penggemar NCT merasa bahwa lirik

lagu dan video musik “Beautiful” mampu menggerakkan energi positif yang ada di dalam diri mereka. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang memilih sangat sangat setuju sebanyak 59 orang dan memilih setuju sebanyak 33 orang. Dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden merasa mendapatkan energi positif dari pesan motivasi yang disampaikan oleh para member NCT dalam video musiknya.

Tabel 18: Lirik lagu dan video musik “Beautiful” NCT mampu meningkatkan keseriusan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	3	3%
Setuju	41	41%
Sangat Setuju	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa lirik lagu dan video musik “Beautiful” mampu meningkatkan keseriusan di dalam diri penggemar NCT. Hal ini berarti pesan motivasi yang disampaikan oleh member NCT dalam video musik tersebut diterima dengan baik oleh para penggemar sehingga mereka bersungguh-sungguh dan fokus dalam mencapai mimpi mereka. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang dapat dilihat dalam tabel yaitu sebesar 48% menjawab sangat sangat setuju dan sebesar 41% menjawab setuju.

2. Variabel *Self-Esteem*

Self-esteem merupakan variabel *dependent* atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Terdapat lima indikator dalam variabel ini yaitu Perasaan aman, Perasaan menghormati diri, Perasaan diterima, Perasaan mampu, dan Perasaan berharga dengan total sebanyak 18 pertanyaan.

a. Indikator Perasaan Aman

Tabel 19: Merasa percaya dengan lingkungan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	6	1%
Netral	4	0%
Setuju	50	49%
Sangat Setuju	39	50%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pesan motivasi yang terkandung dalam video musik “Beautiful” membuat para NCTZEN yang merupakan penggemar NCT merasa percaya dengan lingkungannya. Hal ini dibuktikan dengan persentase jawaban responden pada tabel di atas yang memilih setuju sebesar 50% dan sangat setuju sebesar 39%. Sementara itu, 1% responden memilih jawaban sangat tidak setuju, 4% memilih tidak setuju, dan 6% memilih netral.

Tabel 20: Merasa dikelilingi orang-orang baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	1	1%
Setuju	49	49%
Sangat Setuju	47	47%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebesar 47% responden memilih sangat setuju, sebesar 49% memilih setuju, 3% memilih tidak setuju, dan %1 responden memilih netral. Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa mereka berada diantara orang-orang yang baik setelah mereka menonton video musik “Beautiful”. Hal ini terjadi tentu karena pesan motivasi yang terkandung dalam video musik tersebut.

b. Indikator Perasaan Menghormati Diri

Tabel 21: Mengerti bahwa setiap orang memiliki keunikan masing-masing

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	1%
Netral	0	0%
Setuju	49	49%
Sangat Setuju	50	50%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” mampu membuat para penggemar NCT mengerti bahwa setiap orang mempunyai keunikannya masing-masing. Hal ini tergambar dari lirik lagu yang mengatakan bahwa bintang yang bersinar di malam hari dan matahari yang terbenam meninggalkan senja masing-masing memiliki warna yang unik. Jika dilihat dari tabel di atas, terdapat 50% responden memilih sangat setuju dan 49% memilih setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Tabel 22: Menyadari memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	4	4%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 3% responden memilih sangat tidak setuju, 4% memilih tidak setuju, 4% memilih netral, 35% memilih setuju, dan 54% memilih sangat setuju.

Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyadari bahwa mereka memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh orang lain setelah menonton video musik “Beautiful”. Hal ini disampaikan juga oleh NCT melalui lirik

lagunya bahwa yang seseorang miliki sekarang belum tentu bahkan sama sekali tidak dimiliki oleh orang lain.

Tabel 23: Lebih bisa menerima kelemahan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	7	7%
Netral	2	2%
Setuju	50	50%
Sangat Setuju	40	40%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebesar 1% responden memilih sangat tidak setuju, 7% memilih tidak setuju, 2% memilih netral, 50% memilih setuju, dan 40% memilih sangat setuju. Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang merupakan penggemar NCT merasa lebih bisa menerima kelemahan mereka setelah menonton video musik “Beautiful”.

Tabel 24: Merasa puas mengenai keadaan diri

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	2	2%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	44	44%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebesar 44% responden menjawab sangat setuju dan 46% responden menjawab

setuju. Hal ini berarti sebesar 90% responden setuju bahwa menonton video musik “Beautiful” mampu membuat responden yang merupakan penggemar NCT merasa puas mengenai keadaan diri mereka saat ini. Sementara itu terdapat 2% responden memilih sangat tidak setuju, 6% memilih tidak setuju, dan 1% memilih netral.

c. Indikator Perasaan Diterima

Tabel 25: Menyadari bahwa didisayangi oleh anggota keluarga

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	1	1%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Menonton video musik “Beautiful” mampu membuat para penggemar menyadari bahwa diri mereka disayangi oleh anggota keluarga. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang terdapat pada tabel di atas yaitu sebanyak 48 orang memilih sangat setuju. Sementara itu terdapat 5 orang memilih tidak setuju dan 1 orang memilih netral.

Tabel 26: Menyadari bahwa orang-orang di sekitar banyak yang mendukung

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	9	9%
Netral	1	1%
Setuju	50	50%

Sangat Setuju	40	40%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 9% responden memilih tidak setuju, 1% memilih netral, 50% memilih setuju, dan 40% memilih sangat setuju. Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa setelah menonton video musik “Beautiful” sebagian besar responden yaitu sebesar 90% menyadari bahwa banyak orang-orang di sekitar yang selalu mendukung mereka.

Tabel 27: Menyadari bahwa kritikan dari teman-teman merupakan bentuk kepedulian mereka

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	4	4%
Setuju	33	33%
Sangat Setuju	57	57%
Total	100%	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui setelah menonton video musik “Beautiful” NCT responden menyadari bahwa kritikan yang diberikan oleh teman mereka adalah sebuah bentuk kepedulian. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 57 responden dan memilih setuju sebanyak 33 responden. Meskipun terdapat 1 responde yang memilih sangat tidak setuju, 5 memilih tidak setuju, dan 4 memilih

netral, namun itu hanya sebagian kecil dari jumlah total sebanyak 100 responden.

Tabel 28: Merasa bahwa banyak orang yang menghargai keberadaan dirinya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	3	3%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	51	51%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebesar 51% responden menjawab sangat setuju dan 38% responden menjawab setuju. Hal ini berarti sebesar 89% responden setuju bahwa setelah menonton video musik “Beautiful” mereka dapat merasa bahwa banyak orang-orang yang menghargai keberadaan mereka. Sementara itu terdapat 2% responden memilih sangat tidak setuju, 6% memilih tidak setuju, dan 3% memilih netral.

d. Perasaan Mampu

Tabel 29: Yakin bisa mewujudkan impian

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	0	0%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	47	47%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” mampu membuat para penggemar NCT merasa yakin bahwa mereka bisa mewujudkan impian mereka. Dalam video musik tersebut disampaikan juga kepada penggemar untuk percaya pada diri mereka. Jika dilihat dari tabel di atas, terdapat 47% responden memilih sangat setuju dan 46% memilih setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Tabel 30: Memotivasi untuk tidak menyerah mencapai tujuan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	2	2%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 6% responden memilih tidak setuju, 2% memilih netral, 38% memilih setuju, dan 54% memilih sangat setuju. Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa video musik “Beautiful” NCT memotivasi para penggemar untuk tidak menyerah dalam mencapai tujuan. Hal ini disampaikan melalui lirik lagu yang mengatakan untuk tidak menyerah dan hanya perlu waktu untuk bersinar.

Tabel 31: Merasa lebih mampu menghadapi masalah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%

Tidak Setuju	8	8%
Netral	1	1%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 4% responden memilih tidak setuju, 1% memilih netral, 46% memilih setuju, dan 45% memilih sangat setuju. Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa lebih mampu menghadapi masalah dalam hidup setelah menonton video musik “Beautiful”. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan oleh NCT melalui lirik lagunya untuk jangan takut, semua akan baik-baik saja, dan tidak perlu merasa khawatir.

Tabel 32: Membuat percaya diri untuk menghadapi kehidupan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	7	7%
Netral	1	1%
Setuju	48	48%
Sangat Setuju	44	44%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Menonton video musik “Beautiful” mampu membuat para penggemar NCT percaya diri untuk menghadapi kehidupan. Dalam video musik tersebut disampaikan kepada penggemar untuk percaya pada diri mereka dan mendengarkan suara hati mereka. Jika dilihat dari tabel di atas, terdapat 44% responden memilih sangat setuju dan

48% memilih setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan yang diajukan.

e. Perasaan Berharga

Tabel 33: Menyadari bahwa merupakan individu yang baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	3	3%
Setuju	54	54%
Sangat Setuju	36	36%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 1% responden memilih sangat tidak setuju, 6% memilih tidak setuju, dan 3% memilih netral, 54% memilih setuju, dan 36% responden memilih sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa setelah menonton video musik “Beautiful” mereka menyadari bahwa mereka merupakan individu yang baik.

Tabel 34: Merasa worth it untuk mendapatkan apa yang diinginkan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	10	10%
Netral	1	1%
Setuju	47	47%
Sangat Setuju	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa penggemar NCT merasa dirinya *worth it* untuk mendapatkan apa yang diinginkan setelah menonton video musik “Beautiful”. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang memilih sangat sangat setuju sebanyak 42 orang dan memilih setuju sebanyak 47 orang. Meskipun terdapat 10 orang memilih tidak setuju dan 1 orang memilih netral, tetapi itu hanya sebagian kecil dari jumlah total responden.

Tabel 35: Tidak membandingkan diri dengan orang lain

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	1	1%
Setuju	39	39%
Sangat Setuju	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 3% responden memilih tidak setuju, 1% memilih netral, 39% memilih setuju, dan 57% memilih sangat setuju. Berdasarkan persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tidak membandingkan diri mereka dengan orang lain setelah menonton video musik “Beautiful”. Hal ini dikarenakan pesan-pesan yang disampaikan oleh NCT melalui lirik lagu dalam video musiknya yang mengatakan “*Be yourself, be beautiful*”.

Tabel 36 : Menyadari banyak yang dapat dibanggakan dari diri sendiri

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	7	7%
Netral	2	%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	46	46%
Total	100	100% 1

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebesar 1% responden memilih sangat tidak setuju, 7% responden memilih tidak setuju, 2% memilih netral, 44% memilih setuju, dan 46% memilih sangat setuju. lirik lagu dan video musik “Beautiful” mampu menggerakkan energi positif yang ada di dalam diri penggemar NCT. Hal ini berarti bahwa pesan motivasi yang terdapat dalam video musik “Beautiful” NCT mampu membuat responden yang merupakan penggemar NCT menyadari banyak yang dapat dibanggakan dari diri mereka.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi dengan normal dalam model regresi. Kaedah pengujian uji normalitas penelitian ini yaitu melalui Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS versi 29. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 maka residual dikatakan berdistribusi

normal. Sebaliknya, jika signifikansi lebih kecil dari 0,10 maka residual dikatakan berdistribusi tidak normal. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 37 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12526625
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.041
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel di atas diketahui nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,200. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal karena telah memenuhi standar $0,200 > 0,10$.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linear yang signifikan. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Adapun aturannya yaitu kedua variabel memiliki

hubungan yang linear jika nilai *Deviation From Linearity* lebih besar dari 0,10.

Tabel 38 : Hasil Uji Linearitas

Anova Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Self-Esteem * Pesan Motivasi	Between Groups	(Combined)	1616.144	12	134.679	28.844	< .001
		Linearity	1575.201	1	157.201	337.363	< .001
		Deviation From Linearity	40.943	11	3.722	.797	.642
	Within Groups		406.216	87	4.669		
	Total		2022.360	99			

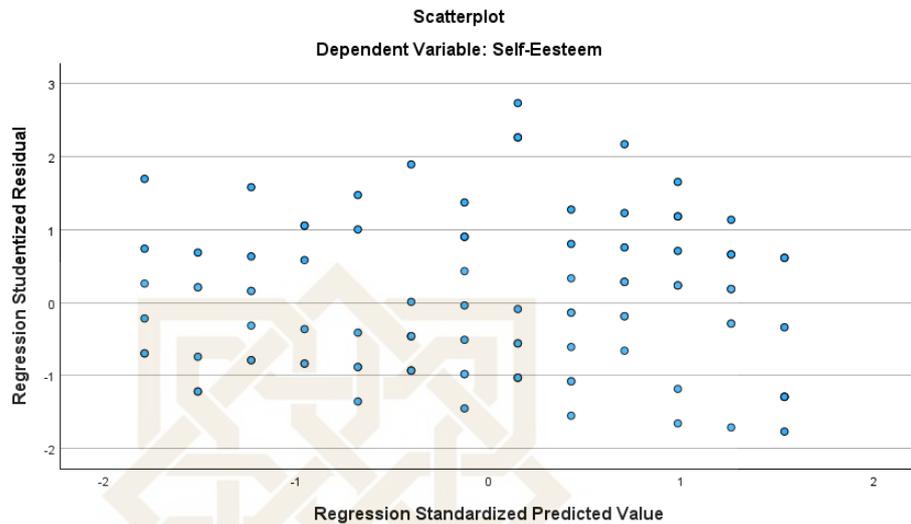
Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan uji linearitas pada tabel di atas diketahui nilai signifikansi *Deviation From Linearity* yang diperoleh yaitu sebesar 0.642. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linear karena $0.642 > 0,10$.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual pada semua pengamatan dalam model regresi. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *scatterplot*. Dalam model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4 : Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari gambar di atas, terlihat titik-titik tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisital dalam model regresi ini.

F. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 39 : Analisis Rregresi Linear Sederhana (Model Sumary)

Model Sumary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.777	2.136

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar .883. Sementara itu nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar .779. Hal ini mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel Pesan Motivasi (X) terhadap variabel Self-Esteem (Y) yaitu sebesar 77,9 %.

Tabel 40 : Analisis Rregresi Linear Sederhana (ANOVA)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1575.201	1	1575.201	345.223	< .001 ^b
	Residual	447.159	98	4.563		
	Total	2022.360	99			

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung yaitu sebesar 345.223 dengan tingkat signifikansi sebesar $.001 < 0,10$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel Pesan Motivasi (X) terhadap variabel Self-Esteem (Y).

Tabel 41 : Analisis Rregresi Linear Sederhana (Coefficients^a)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29.580	2.592		11.411	< .001
	Pesan Motivasi	1.105	.059	.883	18.580	< .001

Sumber: Olahan peneliti menggunakan SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 29,580, sedangkan nilai Pesan Motivasi (b / koefisien regresi) sebesar 1,105 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 29,580 + 1,105.X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Nilai konstanta sebesar 29,580 memiliki arti bahwa apabila pengaruh variabel pesan motivasi sama dengan nol maka perubahan *self-esteem* pada penggemar NCT sama dengan 29,580.
- Koefisien regresi pesan motivasi (X) sebesar 1,105 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pesan motivasi maka nilai *self-esteem* bertambah sebesar 1,105. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel pesan motivasi terhadap *self-esteem* adalah positif.

Dasar Pengambilan Keputusan Uji Regresi Sederhana:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ berarti memiliki pengaruh yang signifikan
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha$ berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan

Nilai signifikansi yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah 10% yang berarti *alpha error* yang didapatkan sebesar 0,10. Adapun rumus untuk menghitung t tabel yaitu $t_{tabel} = (\alpha/2 : n-k-1)$

Keterangan:

α = *Alpha error*

n = Jumlah sampel responden

k = Jumlah variabel independent

Maka:

t tabel = $(0,10/2 : 100-1-1)$

t tabel = 0,05 : 98

Pada titik nilai distribusi t dengan df 98 dan probabilitas 0,05 nilai t yang didapatkan adalah sebesar 1,984.

Berdasarkan output pada tabel Coefficients diketahui nilai t hitung sebesar 18,580, maka $18,580 > 1,984$. Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar $0,001 < 0,10$. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian kuantitatif dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel pesan motivasi (X) terhadap variabel *self-esteem* (Y) karena telah memenuhi standar t hitung $18,580 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,10$. Sedangkan untuk menjawab hipotesis yang sudah dirumuskan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

G. Deskripsi Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif dalam *mix method* model *sequential explanatory* ini bertujuan untuk memperkuat dan memperdalam hasil penelitian kuantitatif yang sebelumnya didapatkan, serta menghasilkan temuan baru yang tidak bisa ditemukan dalam metode kuantitatif. data yang peneliti paparkan dalam bab ini terlebih dahulu peneliti olah dan telah

disesuaikan dengan data-data yang dibutuhkan dalam kerangka pemikiran. Data ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang sebelumnya telah peneliti tetapkan. Dalam mengumpulkan data penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk menggali informasi secara detail mengenai bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT.

Pada bagian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada sejumlah penggemar NCT yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA dan sebelumnya juga merupakan responden dari kuesioner yang disebarkan pada penelitian kuantitatif. Jumlah narasumber dalam penelitian ini yaitu sebanyak empat orang dengan kriteria penggemar NCT yang tergabung dalam grup Telegram NCTZEN INDONESIA, sudah menonton video musik “Beautiful” dan memahami artinya, serta pernah mengalami masalah *Self-Esteem* seperti *insecure*, *overthinking*, *self-comparison* (membandingkan diri dengan orang lain), merasa tidak berharga, tidak percaya diri, dan sebagainya. Adapun informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 42 : Daftar Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	Risma Dewi Wahyu	Perempuan	20 tahun
2	Azzahra Novia Zalna	Perempuan	18 tahun
3	Yolanda Fitri Ernata	Perempuan	20 tahun
4	Engel Pratiwi	Perempuan	17 tahun

H. Analisis Penelitian Kualitatif

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data secara kualitatif untuk mendapatkan deskripsi mengenai bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT. Peneliti membuat pertanyaan berdasarkan komponen motivasi menurut M. Utsman Najati yaitu menggerakkan, mengarahkan, dan menopang serta indikator untuk mengukur *self-esteem* menurut Reasoner yang meliputi perasaan aman, perasaan menghormati diri, perasaan diterima, perasaan mampu, dan perasaan berharga.

Wawancara dengan informan pada penelitian ini bertujuan untuk memperluas dan memperdalam temuan dari penelitian kuantitatif sebelumnya. Data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan informan tersebut kemudian diolah peneliti dan menghasilkan analisis sebagai berikut:

1. Pesan Motivasi Video Musik “Beautiful” dalam Menggerakkan Self-Esteem Penggemar NCT

Pesan motivasi harus mampu menghadirkan kekuatan dalam diri individu dan menuntun individu tersebut untuk berperilaku dengan cara tertentu. Dengan kata lain, pesan motivasi menimbulkan kekuatan pada diri individu untuk bertindak dengan cara-cara tertentu sesuai dengan tujuan. Motivasi juga dapat menjadi penggerak setiap perbuatan yang akan dikerjakan oleh individu.

a. Menggerakkan Perasaan Aman

Dalam hal ini pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” harus mampu menghadirkan perasaan aman dalam diri individu dimana perasaan tersebut berkaitan dengan rasa percaya individu terhadap lingkungannya sehingga individu merasa bahwa lingkungannya aman untuknya, dapat dipercaya, serta dapat diandalkan.

Berdasarkan wawancara dengan empat informan, pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” dinilai mampu menggerakkan perasaan aman dalam diri penggemar NCT. Penggemar merasa bahwa video musik “Beautiful” sangat berpengaruh bagi lingkungannya sehingga ia merasa bahwa lingkungannya dapat diandalkan, lebih berwarna, dan lebih bisa menghargai dirinya.

“Iya kak, saya merasa kalau lingkungan saya sekarang dapat saya andalkan. Yang saya dapat dari MV Beautiful ini tu sangat berpengaruh ke diri saya, jadi setelah saya mendengar MV Beautiful ini saya ngerasa kalau lingkungan saya lebih berwarna dan lebih bisa menghargai saya” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Selain merasa lingkungannya dapat diandalkan, video musik “Beautiful” juga mampu membuat penggemar merasa bahwa lingkungannya dapat dipercaya, meskipun harus memilih lagi siapa yang benar-benar dapat dipercaya dan diandalkan. Penggemar juga merasa senang dan nyaman berada di lingkungannya karena dikelilingi oleh orang-orang terdekat yang selalu mendukungnya.

“Kalau dapat dipercaya sih kayanya gak semua orang ya, lebih ke memilih lagi aja orang-orang yang bisa dipercaya dan diandalkan. Semisal ada yang bisa dipercaya dan diandalkan, sebisa mungkin aku juga berusaha ngasih *feedback* yang sama. aku ngerasa senang dan nyaman juga sama lingkunganku, soalnya kan orang-orang terdekat kayak orang tua, terus teman-teman banyak yang *support* juga” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Selain itu, Azzahra juga mengungkapkan bahwa lingkungannya yang sekarang dapat ia percaya. Setelah mendengar video musik “Beautiful” Azzahra mengaku lebih bisa terbuka dengan teman-temannya dari pada sebelumnya.

“Iya kak, menurutku lingkungan aku sekarang dapat dipercaya. Aku habis denger lagu Beautiful itu jadi lebih *happy* gitu kak, lebih positif aja bawaannya. Biasanya aku sama orang-orang itu kayak cuek gitu gak terlalu dekat, paling sama orang-orang tertentu aja. Tapi sekarang lebih bisa terbuka sama teman lainnya” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Menurut Angel, lirik lagu dalam video musik “Beautiful” mengandung banyak hal positif. Mendengarkan lagu “Beautiful” membuat Engel seperti mendapatkan semangat positif yang menggerakkan untuk selalu berpikir positif pula sehingga ia merasa bahwa lingkungannya dapat dipercaya.

“Lirik lagu ini banyak banget ya kak mengandung hal positif. Jadi aku tu kalau denger lagu ini kayak dapat semangat positif gitu yang bikin aku selalu berpikir positif. Jadi aku ngerasa kalo lingkungan aku dapat dipercaya sih kak” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

b. Menggerakkan Perasaan Menghormati Diri

Perasaan menghormati diri yang dimiliki seseorang meliputi kesadaran bahwa dirinya memiliki potensi, minat, kekuatan dan kelemahan dari orang lain, serta kesadaran individu bahwa dia adalah seseorang yang memiliki karakteristik yang unik. Perasaan menghormati diri ini juga disampaikan oleh NCT dalam video musik “Beautiful” dimana penggalan liriknya mengatakan bahwa “Bintang yang bersinar kala malam datang dan matahari yang terbenam meninggalkan senja masing-masing dari mereka memiliki warna yang unik”.

Penggalan lirik ini diartikan oleh para penggemar sebagai pesan bahwa setiap orang mempunyai keistimewaan sendiri yang tidak dimiliki oleh orang lain dan saling memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing. Salah seorang responden mengatakan bahwa setelah menonton video musik “Beautiful” dan membaca arti dari liriknya, ia mencoba untuk menerima kekurangan yang ada dalam dirinya serta berdamai dengan diri sendiri

“Setelah menonton MV dan membaca arti lirik lagunya, aku mencoba buat menerima kekurangan diri aku, berdamai dengan diri sendiri. Karna apapun itu kalau kita gak berdamai dan menerima kekurangan diri sendiri kita gak akan lancar melakukan apapun” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Hal ini juga dirasakan oleh Azzahra, dalam wawancara dengan peneliti Azzahra mengungkapkan bahwa dari video musik “Beautiful” dapat dipahami kalau memang benar tidak ada manusia

yang sempurna di dunia ini. Masing-masing pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya. Sebagaimana penggalan lirik yang mengatakan bahwa setiap orang memiliki warna yang unik.

“Iya aku menerima kekurangan dan kelebihan aku. Dari MV Beautiful itu kita bisa paham kalau setiap manusia itu emang gak ada yang sempurna, pasti ada kekurangan dan kelebihannya masing-masing. Kan ada juga tuh kak liriknya yang bilang kalau setiap orang itu punya warna yang unik gitu” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Sependapat dengan Azzahra, Yolanda mengatakan bahwa penggalan lirik yang mengatakan bahwa semua orang memiliki warna yang unik tersebut membuat Yolanda paham kalau dirinya memiliki kelebihan dan kekurangan yang membedakannya dari orang lain, dan ia mencoba untuk menerima kelebihan dan kekurangan dalam dirinya.

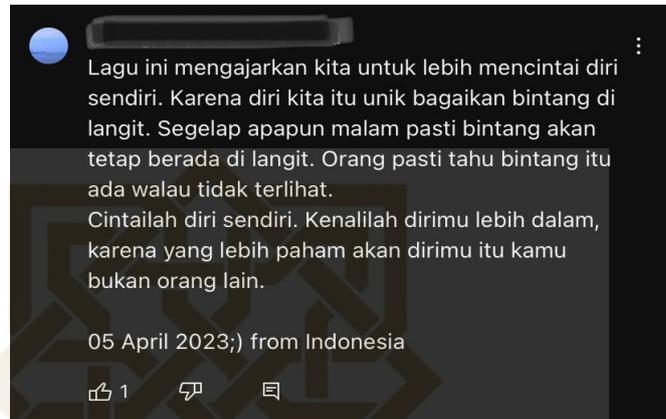
“Di MV kan ada lirik *da jeomada dokteukan saegeul gajyeo, beautiful yeah*. Di lirik ini Haechan bilang kalau setiap orang itu punya warna yang unik. Dari situ saya paham kalau setiap orang punya kelebihan dan kekurangan sendiri-sendiri. Saya mencoba buat menerima kelebihan sama kekurangan saya” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Selain itu, pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” juga dapat menggerakkan penggemar untuk melakukan penerimaan diri, atau dikenal juga dengan istilah *self-acceptance*.

“Yang aku dapat dari menonton MV ini penerimaan diri itu kak, *self-acceptance* ya namanya? Jadi menerima diri sendiri dengan segala kelebihan dan kekurangan. Jangan merasa rendah diri dan berusaha jadi orang lain. Gak boleh merasa *insecure*. Gak boleh merendahkan diri karna itu membuat diri kita gak berarti. Merasa diri paling kurang padahal kita

juga ada lainnya” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Gambar 5 : Komentar Penggemar pada *Official Music Video* “Beautiful”



Sumber : Tangkapan layar kolom komentar *official music video* “Beautiful” di YouTube SMTOWN

c. Menggerakkan Perasaan Diterima

Perasaan diterima melibatkan perasaan individu bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok, baik itu keluarga, teman, atau rekan kerja, serta dirinya diterima dan dihargai dalam kelompok tersebut. Berdasarkan wawancara dengan informan, pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” mampu membuat penggemar merasa bahwa dirinya diterima oleh kelompoknya dan banyak orang yang peduli kepada mereka.

Hal ini disampaikan oleh NCT melalui lirik lagu dalam video musik “Beautiful” yang mengatakan “Angkatlah kepalamu, lihatlah sekitar. Ada orang-orang yang hanya melihatmu. Orang satu-satunya yang mendapat cinta itu adalah dirimu”. Lirik ini dimaknai oleh penggemar sebagai pesan yang mengingatkan bahwa masih

banyak orang di luar sana yang peduli kepada mereka sehingga tidak perlu merasa kecil di dunia ini.

“Aku merasa diterima baik sama orang-orang itu pas di part Doyoung sama Sungchan, menit 1:30 kalo gak salah. Di part itu mereka ngasih reminder ke kita banyak kok orang-orang di luar sana yang peduli sama kamu, jadi kamu gak usah merasa kecil lah di dunia ini. Liat aja orang-orang di sekitar kamu banyak yang peduli sama kamu” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Azzahra mengatakan bahwa penggalan lirik tersebut juga membuatnya yakin bahwa banyak orang yang benar-benar peduli kepadanya. Azzahra juga mengatakan bahwa orang-orang terdekatnya baik, suka membantu, memberi nasehat, dan menjadi pendengaran yang bagi Azzahra.

“Dari MV beautiful itu pas lirik yang angkatlah kepalamu, lihatlah sekitarmu, ada orang-orang yang hanya melihatmu. Dari situ aku yakin kalau ada orang yang benar-benar peduli sama aku. Orang-orang di terdekatku alhamdulillah baik sih kak, suka bantu aku, ngasih nasehat, jadi pendengar yang baik juga kalo aku curhat” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

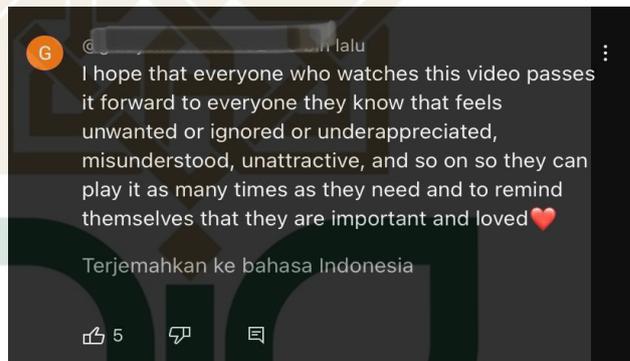
Engel mengaku bahwa ia juga mendapatkan kekuatan dari penggalan lirik lagu tersebut. Namun meskipun banyak orang yang peduli kepadanya, Engel merasa bahwa ia tidak boleh terlalu mengandalkan orang lain. Ia juga harus bisa mengandalkan dirinya.

“Aku gak hafal liriknya, tapi bahasa Indonesianya itu gini kak, orang satu-satunya yang mendapatkan cinta itu adalah dirimu. Jadi aku dapat kekuatan dari situ kak. Tapi aku juga gak bisa mengandalkan orang lain aja, aku juga harus bisa berdiri di kaki aku sendiri” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Selain itu, Yolanda juga merasa bahwa pesan motivasi terhadap perasaan diterima yang disampaikan melalui lirik lagu tersebut membuat ia merasakan bahwa dirinya disayangi dan dipedulikan oleh orang-orang di yang ada di lingkungannya.

“Dari MV Beautiful itu yang bikin saya ngerasa diterima sama orang-orang di sekitar saya itu liriknya kak. Lirik lagu Beautiful ini tu bikin saya merasa kalau orang-orang di lingkungan saya banyak yang sayang dan peduli sama saya” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Gambar 6 : Komentar Penggemar pada *Official Music Video* “Beautiful”



Sumber : Tangkapan layar kolom komentar *official music video* “Beautiful” di YouTube SMTOWN

d. Menggerakkan Perasaan Mampu

Perasaan mampu adalah kepercayaan individu bahwa dirinya mampu untuk mencapai hasil yang dia tetapkan untuk dicapai. Pemahaman ini terkait dengan kebanggaan terhadap kemampuan diri sendiri dan rasa mampu untuk menghadapi tantangan hidup. Hal ini dapat membantu individu mendapatkan kepercayaan diri untuk menghadapi kehidupan mereka nanti.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, video musik “Beautiful” mampu membuat penggemar yakin bahwa mereka bisa mencapai apa yang mereka inginkan dan bisa menghadapi tantangan hidup. Dalam video musik terdapat pesan yang disampaikan oleh NCT yang mengatakan “Hanya kau lah satu-satunya di dunia ini, tunggu waktunya untuk menyinari dunia”. Menurut Yolanda, sebagaimana lirik tersebut, ia hanya membutuhkan waktu untuk mewujudkan mimpinya. Namun dibalik itu semua ia juga harus tetap berusaha dan tidak mudah menyerah.

“Saya suka sama lirik bagian *gaudaen jigui hanappunin geureon saram, sesangeol binnaejul sunganeol gidaryeoyo, geu moseup geudaero wanbyeokan geol, beautiful, beautiful, yeah*. Dari lirik itu saya ngerasa saya cuma butuh waktu buat bisa wujudin keinginan saya. Sama kaya orang-orang juga. Tapi tetap saya harus berusaha juga sama gak gampang menyerah sama keadaan” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Sementara itu Risma mengatakan bahwa dengan adanya dirinya yang sekarang, ia yakin bisa mewujudkan mimpinya dan menghadapi tantangan dalam hidupnya. Meskipun sempat berpikir akan mengalami kesulitan, namun pada akhirnya ia berproses dan bisa melewati itu semua. Risma menambahkan bahwa hal ini sama dengan apa yang sudah disampaikan oleh NCT melalui video musik “Beautiful”, bahwa setiap orang hanya membutuhkan waktu dan akan bersinar di tempatnya masing-masing.

“Dengan adanya aku sekarang aku yakin bisa wujudin mimpi aku. Soalnya kalau dilihat dari dulu-dulu tu dipikir susah buat ngelewat ini semua. Tapi akhirnya aku bisa berada di

titik ini, berproses dan bisa ngelewatin semuanya. Sama banget di MV Beautiful, kita Cuma butuh waktu dan semuanya akan bersinar di tempat masing-masing” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

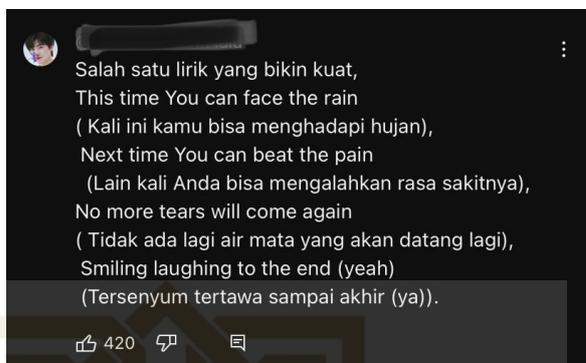
Menurut Engel, video musik “Beautiful” memberikan motivasi yang kuat baginya untuk bisa mencapai impian. Jika mempunyai mimpi, maka ia harus mempunyai motivasi yang kuat dan juga harus berusaha keras untuk mewujudkan mimpi tersebut.

“Dari MV Beautiful yang membuat aku yakin bisa mewujudkan mimpi aku tu motivasi yang kuat kak. Jadi ketika kita punya motivasi yang kuat kita pasti bisa mewujudkan impian kita. Misal kita punya mimpi, ya kita harus punya motivasi yang kuat buat wujudin mimpi kita itu. Kalau kita mau sesuatu kita juga harus kerja keras buat dapetin itu” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Selanjutnya, Azzarha mengatakan bahwa dia sangat menyukai penggalan lirik yang dinyanyikan oleh member Bernama Hendery. Part tersebut membuat Azzahra yakin bahwa ia bisa melewati masalah yang sedang dialaminya. Azzahra juga percaya diri bahwa dia bisa mewujudkan impiannya.

“Aku suka pas part Hendery yang bilang *this time you can face the rain, next time you can beat the pain*. Itu tu kaya ngeyakinin aku kalo pasti aku bisa lewatin semua masalah yang aku alamin gitu kak. Sama aku percaya diri juga buat bisa mewujudkan impian aku” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Gambar 7 : Komentar Penggemar pada *Official Music Video* “Beautiful”



Sumber : Tangkapan layar kolom komentar *official music video* “Beautiful” di YouTube SMTOWN

e. Menggerakkan Perasaan Berharga

Perasaan berharga merupakan perasaan dimana individu merasa bahwa dirinya berharga atau tidak. Perasaan ini dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi di masa lalu. Perasaan berharga yang dimiliki individu sering kali diperlihatkan dan berasal melalui pernyataan yang bersifat pribadi seperti kebaikan, kepandaian, kesopanan, dan lain sebagainya.

Musik video “Beautiful” mampu menggerakkan perasaan berharga yang ada di dalam diri penggemar melalui pesan motivasi yang disampaikan dalam lirik lagunya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Risma, dari memahami diri dan menerima kekurangan ia lebih bisa menghargai dirinya sendiri dan tidak membandingkan dengan orang lain. Risma juga mengatakan sebagaimana lirik dalam video musik “Beautiful” bahwa apa yang ia miliki sekarang belum tentu dimiliki oleh orang lain.

“Iya kak, soalnya kalau mau ngerasa diri kita gak berharga tu malah jadi bikin down. Dari memahami diri dan kekurangan jadinya kita lebih menghargai diri sendiri. Kita juga gak membandingkan diri dengan orang lain. Di part Xiojun menit 1:24, liriknya kalo gak salah apa yang dimiliki kita belum tentu dimiliki orang lain. Jadi kayak semua orang tu punya ciri khas dan keunikan masing-masing” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Hal tersebut juga diungkapkan Engel dalam wawancara. Sebagaimana lirik dari lagu “Beautiful” yang mengatakan bahwa setiap orang mempunyai keunikan, ia mengungkapkan bahwa yang membuat dirinya merasa berharga adalah keunikan yang ada di dalam dirinya, seperti kecerdasan dan penampilan.

“Jadi yang membuat merasa berharga itu adalah keunikan yang ada di diri kita sendiri. Di lagu Beautiful itu kan menceritakan keunikan yang ada di diri kita sendiri, mulai dari penampilan, kecerdasan. Jadi yang membuat merasa berharga itu keunikan yang ada di diri aku, gitu sih kak” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Sementara itu, Yolanda mengatakan bahwa setelah mendengarkan lagu “Beautiful” ia merasa bahwa dirinya berharga sehingga dia hanya perlu menjadi dirinya sendiri. Yolanda juga menambahkan dalam video musik terdapat lirik yang mengatakan bahwa “Cukup menjadi apa adanya dirimu”. Lirik tersebut yang membuat Yolanda menyadari bahwa dirinya berharga dengan menjadi diri sendiri.

“Iya, setelah mendengar lagu Beautiful saya merasa bahwa diri saya berharga karna dalam lagu itu saya disadarkan kalau saya berharga. Dalam MV ada lirik yang bilang *geu moseup geudaero chungbunhaeyo* yang artinya cukup menjadi apa adanya dirimu. Lirik itu yang bikin aku sadar kalo aku itu

berharga dengan menjadi diri sendiri” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Selanjutnya, Azzahra mengatakan bahwa lirik lagu dalam video musik “Beautiful” bisa membangkitkan semangatnya, sehingga ia bisa berfikir positif terhadap dirinya sendiri. Azzahra mengatakan bahwa ia merasa berharga karna menurutnya penampilannya yang cukup menarik dan sikapnya. Dia percaya dengan dirinya sendiri dan tidak peduli dengan perkataan orang lain.

“Iya, karna liriknya bisa membangkitkan semangat dan bisa mengubah pola pikir kita jadi lebih positif. Aku ngerasa berharga karna menurutku penampilanku lumayan lah ya kak gak jelek-jelek amat, dari sikap mungkin. Sama aku percaya diri juga sih gak terlalu peduli sama omongan orang juga” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

2. Pesan Motivasi Video Musik “Beautiful” dalam Mengarahkan Self-Esteem Penggemar NCT

Motivasi harus mampu mengarahkan tingkah laku, maka dari itu motivasi akan mempersiapkan suatu arah dengan tujuan yang jelas. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu yang ingin dituju. Maksudnya, motivasi berfungsi untuk menentukan arah perbuatan ke arah yang ingin dicapai oleh individu. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai tujuan.

a. Mengarahkan Perasaan Aman

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023, dia mengatakan bahwa menonton musik video “Beautiful”

mengarahkannya untuk bersikap lebih percaya diri di lingkungannya serta menerima dirinya apa adanya. Selain itu, Risma juga mengungkapkan hal yang tidak jauh berbeda. Risma berperilaku sesuai dengan dirinya sendiri. Dia merasa selama perilakunya tidak menyimpang dan tidak melewati batas, tidak ada yang salah jika berperilaku sesuai dengan diri sendiri.

“MV Beautiful ini mengarahkan aku untuk berperilaku sesuai dengan diri aku di lingkunganku. Teman-temenku juga gak ngeterbatasin aku buat berperilaku kayak gini gitu, jadi aku ngerasa selama perilaku aku gak melenceng dan gak melewati batas aku berperilaku sesuai dengan diri sendiri” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Azzahra mengatakan bahwa ia berperilaku dilingkungannya sesuai dimana ia berada, dengan kata lain ia akan menyesuaikan dirinya. Dari video musik “Beautiful” Azzahra belajar bahwa ia harus bersikap baik, ramah, dan peduli kepada orang lain. Namun ia tetap harus mengutamakan dirinya terlebih dahulu.

“Aku berperilaku dilingkungan tergantung dimana aku berada, kayak menyesuaikan diri gitu, sama gimana orang ke aku juga. Dari MV itu aku belajar kalau aku harus bersikap baik, ramah, peduli sama orang. Tapi mungkin lebih mengutamakan diri sendiri dulu dibanding yang lain” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Musik video “Beautiful” juga mengarahkan perilaku penggemar untuk menerima keadaan sesama, tidak sembarangan menilai dan menghakimi orang lain. Hal ini diungkapkan oleh Angel dalam wawancara yang dilakukan dengan peneliti.

“MV ini mengarahkan aku kepada sikap penerimaan kak, maksudnya kita tu harus menerima keadaan sesama orang-orang di sekitar kita. Kita tidak boleh sembarangan menilai orang lain dan menghakimi orang” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

b. Mengarahkan Perasaan Menghormati Diri

Dalam indikator perasaan menghormati diri, video musik “Beautiful” mampu mengarahkan penggemar menjadi dirinya sendiri. Penggemar menjadi paham apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan dalam menghormati dirinya. Meskipun terkadang masih merasa ada yang kurang dalam dirinya, tetapi mendengarkan lagu “Beautiful” membuat penggemar belajar dan paham bahwa dirinya berharga dan mencoba untuk menjadi diri sendiri.

“Saya lebih mencintai diri saya sendiri, menerima kelebihan dan kekurangan diri saya, dan menjadi diri sendiri. Sejujurnya saya masih suka ngerasa insecure, saya selalu merasa kurang dalam diri saya. Tapi setelah mendengar lagu Beautiful NCT, dari situ saya belajar dan paham kalau setiap wanita itu cantik dan berharga. Jadi karna itu saya mencoba untuk jadi diri saya sendiri” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

Dalam menghormati dirinya, penggemar juga memperlakukan dirinya dengan penuh kasih dan pengertian dalam menghadapi kesalahan atau kegagalan. Selain itu penggemar juga berusaha untuk memahami dirinya sendiri dan tidak mudah menyerah.

“Aku biasanya memperlakukan diri aku dengan penuh kasih dan pengertian dalam menghadapi kesalahan dan kegagalan. Aku harus memahami diri aku dan ngasih pengertian ke diri aku kalau kita mencapai sesuatu itu gak selalu langsung berhasil, tapi pasti ada kegagalan dulu. Jadi harus penuh dengan pengertian, yang penting kita gak nyerah aja. Masih

suka insecure sih kak sama tinggi badan, pencapaian orang lain, kok mereka bisa kaya gitu ya? Kadang minder juga. Cara mengatasinya banyak menanamkan sikap positif. Kita harus memberi dukungan kepada diri kita kalo kita bisa seperti mereka, tapi nanti ada waktunya. Yang penting kita banyak usaha dan gak banyak mengeluh” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Penggemar juga menghormati dirinya dengan berusaha menerima diri sendiri dan sedikit-demi sedikit mencoba untuk berdamai dengan diri sendiri. Meskipun kadang masih merasa *insecure* melihat orang lain lebih *glow up* dari pada dirinya tetapi penggemar memberi pengertian kepada dirinya bahwa setiap orang akan sukses pada waktunya.

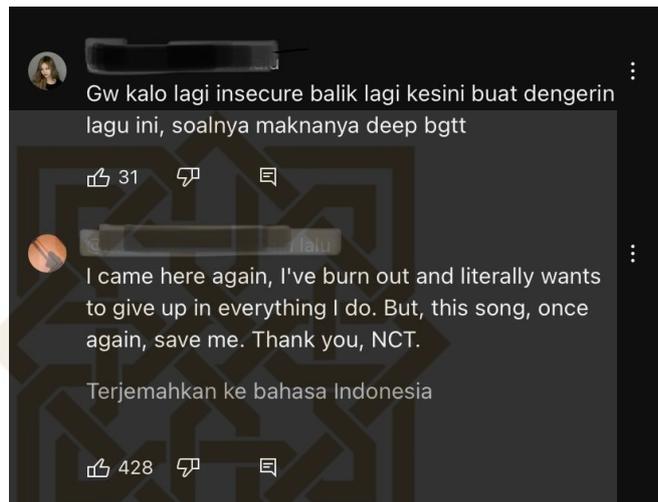
“Perilaku aku dalam menghormati diri aku dengan menerima diri sendiri dan sedikit-sedikit mencoba berdamai dengan diri sendiri. Terkadang masih ngerasa insecure, kadang kan ada aja gitu kalau liat postingan Instagram temen yang udah glow up dari pada aku, jadi ngerasa insecure. Tapi balik lagi ke diri sendiri. Dibalik kesuksesannya ada proses yang gak kita tau. Yaudah jadi semua bakal sukses pada masanya” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Selanjutnya, Azzahra mengatakan bahwa ia menghormati dirinya dengan lebih peduli sama diri sendiri dan menghormati diri sendiri. Setelah menonton video musik “Beautiful” Azzahra mengaku sudah jarang merasakan *insecure*. Walaupun merasakan karena melihat prestasi orang lain, Azzahra akan menjadikan itu sebagai motivasi untuk dirinya bahwa ia juga bisa seperti orang tersebut.

“Peduli sama diri sendiri dan lebih menghormati diri sendiri kak. Sebelum nonton MV beautiful itu aku sering ngerasa *insecure*. Tapi sekarang udah jarang. Walaupun ngerasa *insecure* misal karna orang lain punya prestasi yang lebih

dari aku, ya itu aku jadikan sebagai motivasi. Kalau orang lain bisa pasti aku juga bisa” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Gambar 8 : Komentar Penggemar pada *Official Music Video* “Beautiful”



Sumber : Tangkapan layar kolom komentar *official music video* “Beautiful” di YouTube SMTOWN

c. Mengarahkan Perasaan Diterima

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Risma, dia mengatakan bahwa ia akan bersikap sama kepada orang-orang yang menghormati dan menyayangnya. Menurut Risma, jika kita diterima baik dalam suatu kelompok, tanpa sadar hal tersebut akan mengarahkan kita untuk berbuat baik kepada kelompok tersebut.

“Perilaku aku ya sama, ngasih *feedback* yang sama ke mereka. Jika orang menghormati aku, aku juga bakal hormat juga ke dia. Kalau di suatu kelompok kita dihormati dan disayangi pastinya kita merasa diterima baik di kelompok itu. Jadi tanpa kita sadari hal itu akan mengarahkan kita berbuat baik juga ke mereka” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Azzahra, ia mengatakan bahwa dia akan menghormati orang-orang yang menghormatinya dan selalu berfikir positif terhadap orang lain. Sejalan dengan itu, Yolanda mengatakan bahwa dia juga akan sangat menghargai mereka yang menghormati dan menyayanginya. Bahkan jika orang-orang berlaku baik kepadanya, ia mungkin bisa memberikan yang lebih baik kepada orang tersebut.

Sementara itu, Engel mengatakan bahwa dia merasa senang jika disenangi orang lain karena sikapnya terhadap orang tersebut. Engel juga tidak merasa berat untuk melakukan hal-hal baik kepada orang yang menghormati dan menyayanginya.

“Aku senang sih kak, kayak kita tu bisa disenengin orang karna kita melakukan hal yang baik, gak menjatuhin orang lain, dan dihargai karna sikap kita baik sama orang lain. Dan kita juga gak ngerasa berat buat ngelakuin hal-hal baik ke mereka yang menghargai dan menyayangi kita itu” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

d. Mengarahkan Perasaan Mampu

Video musik “Beautiful” mengarahkan penggemar NCT untuk berusahan dan bersungguh sungguh dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan wawancara dengan Risma, ia mengatakan harus bersungguh-sungguh dalam mencapai tujuan apalagi menyangkut dengan masa depannya. Sebagaimana yang terdapat dalam video musik “Beautiful” bahwa setiap orang hanya membutuhkan waktu menunggu untuk bersinar, yang penting berusaha dan tidak menyerah.

“Iya. Tapi emang harus banget bersungguh-sungguh, apalagi itu menyangkut masa depan. Gak mungkin kita tu malas-malasan. Ya mungkin ada lah malas-malasnya, tapi kalau kamu mau dapat itu ya kamu harus berusaha. Dari MV kan juga dibilang kamu cuma butuh waktu, yang penting usaha dan tidak menyerah” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Azzahra mengatakan untuk mendapatkan apa yang ia inginkan dan apa yang ingin dicapai, maka ia harus bersungguh-sungguh. Ia juga harus yakin pada dirinya sendiri. Namun, Azzahra mengatakan untuk tidak memaksakan diri, dia juga tahu kemampuannya, yang penting ia berusaha terlebih dahulu.

“Iya, karna apa yang kita inginkan atau apa yang mau kita capai itu kita harus berusaha buat dapetannya. Kita juga harus yakin sama diri sendiri, tapi kita juga gak boleh memaksakan diri. Kita pasti tau lah kan kemampuan kita, tapi yang penting kita berusaha dulu” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Engel juga mengatakan bahwa ia bersungguh-sungguh dalam mencapai tujuannya. Engel akan berusaha mempersiapkan dirinya untuk mencapai hal tersebut. Menurut Engel, jika berusaha pasti ia bisa mencapai tujuannya. Karena jika ada kemauan berarti juga harus ada usaha untuk mewujudkannya.

“Iya kak, aku bersungguh-sungguh banget buat mencapai tujuan aku. Misalnya aku pengen ke Korea, buat bisa ke korea itu aku harus bisa bahasa Korea dulu. Jadi aku belajar bahasa Korea. Aku ikut kelas-kelas bahasa Korea, belajar dari youtube juga. Jadi harus berusaha, pelan-pelan pasti kita bisa mencapai tujuan kita. Yang penting kita berusaha, jangan mau doan atau rebahan doang” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Yolanda mengatakan bahwa video musik “Beautiful” mengarahkan dirinya untuk bersungguh-sungguh dalam mencapai apa yang ia inginkan. Ia juga tidak peduli apa pendapat orang lain terhadap dirinya, bagi Yolanda setiap orang mempunyai keinginan masing-masing yang tidak bisa disamaratakan.

“Iya, lagu Beautiful mengarahkan saya bersungguh-sungguh untuk mencapai apa yang saya inginkan. Memang sih kadang itu gak mudah, tapi saya bakal tetap berusaha sekeras mungkin. Tapi kadang kan orang yang gak suka sama kita kayak meremehkan gitu kak, tapi saya gak peduli sama omongan mereka karna menurut saya setiap orang punya keinginan masing-masing, jadi gak bisa disamaratakan” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023)

e. Mengarahkan Perasaan Berharga

Video musik “Beautiful” mengarahkan perasaan berharga dalam diri penggemar dengan berfikir positif terhadap diri sendiri. Berdasarkan wawancara dengan informan, mereka mengatakan bahwa selalu berusaha berfikir positif, meskipun terkadang masih ada pemikiran negatif, tetapi ia berusaha untuk tetap berfikir secara positif.

“Befikir positif terhadap diri sendiri sih iya, tapi kadang masih ada negatifnya juga. Kadang aku ngerasa aku bisa gak ya kayak mereka? Nah itu yang negatifnya kak. Tapi aku berusaha buat berfikir positif lagi, aku pasti bisa kok, bisa kayak mereka, gitu” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Selain itu Risma mengatakan bahwa ia harus berfikir positif terhadap dirinya sendiri. Menurut Risma, jika ia berfikir positif maka kedepannya juga akan membuahkan hasil yang positif. Risma juga memberikan afirmasi positif kepada dirinya.

“Harus berfikir positif sih, karna kalo aku berpikir positif kedepannya juga insyaallah hasilnya positif. Sama kaya ngasih afirmasi positif juga buat diri sendiri. Soalnya kan Allah juga sesuai sama prasangka hamba-Nya makanya kita harus berfikir positif” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023)

Sama halnya dengan Engel, Yolanda selalu untuk berfikir positif terhadap dirinya. Meskipun fikiran negatif masih sering muncul tetapi Yolanda berusaha untuk mengalihkan pemikiran itu dengan memberikan kata-kata positif kepada dirinya. Menurut Yolanda, berfikir positif terhadap dirinya membuat dia lebih yakin dan percaya pada dirinya sendiri.

“Iya saya selalu berfikir positif, emang sih fikiran-fikiran negatif masih sering muncul tapi saya selalu berusaha buat menghilangkan pemikiran itu, kayak ngomong ke diri sendiri, ngasih kata-kata yang positif biar fikiran juga ikut positif. Soalnya fikiran positif itu bikin saya lebih yakin dan percaya sama diri saya” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023)

Selanjutnya, Azzahra mengungkapkan bahwa dalam video musik “Beautiful” terdapat penggalan lirik yang mengatakan bahwa saat ia yakin pada dirinya sendiri, maka disitulah “Beautiful”. Lirik tersebut membuatnya berfikir positif dan yakin pada dirinya sendiri.

“Iya, karna di MV kan ada part yang bilang saat kamu yakin sama diri kamu sendiri, maka disitulah beautiful. Itu tu kayak mengajak kita untuk berfikir positif sama diri kita sendiri, kita tu harus yakin sama diri kita, saat kita yakin sama diri kita nah disitu lah beautiful, gitu kak” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023)

Gambar 9 : Komentar Penggemar pada *Official Music Video* “Beautiful”



Sumber : Tangkapan layar kolom komentar *official music video* “Beautiful” di YouTube SMTOWN

3. Pesan Motivasi Video Musik “Beautiful” dalam Menopang Self-Esteem Penggemar NCT

Dalam indikator menopang, motivasi memiliki fungsi untuk mempertahankan dan menopang perilaku. Maksudnya yaitu pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” menjaga dan menopang tingkah laku penggemar NCT sesuai dengan jalur dan tujuan dari dorongan-dorongan dan kekuatan individu.

a. Menopang Perasaan Aman

Berdasarkan wawancara dengan Engel, ia mengatakan bahwa ia suka curhat atau meminta nasehat kepada orang-orang di sekitarnya. Saat merasa kehilangan semangat, Engel akan mencari dukungan atau mencari teman yang sekiranya mengalami hal yang sama denganya agar bisa saling memotivasi dan menguatkan satu sama lain.

“Iya kak, kalau lagi sedih aku suka curhat sama temenku. Kalau kehilangan semangat aku biasanya nyari dukungan, atau nyari temen yang kira-kira ngalamin hal yang sama biar bisa saling memotivasi dan menguatkan. Kalo minta saran gitu aku lebih sering ke sepupu aku sih kak (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023).

Selanjut dengan pendapat Engel, Azzahra mengatakan bahwa ia juga suka curhat dan meminta saran kepada teman dekatnya. Meskipun terkadang tidak ada solusi yang ia dapatkan, tetapi Azzahra merasa lebih tenang setelah bercerita kepada temannya.

“Iya aku suka curhat sama mintain saran ke temen-temenku yang udah bestu banget. Kadang dia gak bisa ngasih aku solusi tapi kalau kita udah cerita setidaknya bisa lebih lega gitu kan kak, lebih tenang lah perasaannya (wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023).

Selanjutnya Risma mengatakan bahwa ia suka bercerita kepada teman-temannya terutama teman dekatnya, tapi tidak semua hal. Risma lebih sering meminta saran dan nasehat kepada orang tuanya, namun sesekali dia juga meminta saran kepada teman-temannya.

“Iya, aku suka curhat atau cerita-cerita sama temenku, tapi gak semua hal. Gak ke semua temen juga, paling ya temen-temen yang emang udah deket banget sama aku. Kalau minta saran sama nasehat mungkin lebih ke orang tua kali ya. Tapi aku kadang minta saran juga sama temenku (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023).

Yolanda mengaku bahwa ia suka bercerita kepada temannya saat merasa sedih atau sedang mengalami suatu masalah. Yolanda juga mengatakan hiburan dari teman-temannya bisa mengurangi rasa sedih dan membuat *mood*-nya lebih baik. Jika ada waktu ia akan bertemu dengan temannya. Bagi Yolanda bertemu dengan temannya bisa membuatnya sejenak melupakan masalah yang sedang dialaminya.

“Iya kak, kalau lagi sedih atau lagi ada masalah gitu suka curhat. Nanti temen-temen saya tu pasti bakal menghibur, dan itu bisa mengurangi rasa sedih kita. Balikin *mood* lagi, bisa ketawa lagi. Kalau bisa ketemu kita ketemu. Ketemu

sama temen itu bisa lupain masalah walaupun nanti sampe rumah kepikiran lagi ya, tapi setidaknya lebih mending lah (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023).

b. Menopang Perasaan Menghormati Diri

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan, video musik “Beautiful” dapat menopang perasaan menghormati diri dalam diri penggemar dengan melakukan hal-hal yang membuat merasa senang. Risma mengatakan bahwa akhir-akhir ini ia selalu melakukan hal yang membuatnya senang. Meskipun terdapat orang-orang yang tidak suka dengan hal tersebut tetapi Risma memilih untuk tidak peduli terhadap mereka.

“Iya kak, akhir-akhir ini aku selalu melakukan hal yang membuat aku senang terus nyaman. Mungkin ada lah ya orang yang kritik. Misal kan aku suka K-Pop, terus ada aja lah yang gak suka kan, ngapain sih suka korea korea gitu, toh juga gak merugikan mereka kan jadi yaudah tutupkuping aja lah. Kalau nanggungin orang kayak gitu ngapain juga, gak selesai-selesai” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023)

Sejalan dengan pendapat Risma, Azzahra mengatakan bahwa ia suka melakukan hal-hal yang membuatnya senang, seperti jalan-jalan atau *me time*. Meskipun terdapat orang yang tidak suka akan hal itu, tapi Azzahra tidak terlalu peduli sama orang tersebut selama hal itu tidak mengganggu orang lain serta tidak merugikan dirinya dan orang lain.

“Iya, aku suka melakukan hal hal yang bikin saya senang. Misal kayak pergi jalan atau me time. Pastinya itu ada orang yang gak suka, kenapa sih keluar mulu gitu. Tapi aku mah bodo amat aja yang penting kita senang dan gak ganggu mereka. Sama yang penting aku juga nyaman, tidak

merugikan diri sendiri sama orang lain” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023)

Engel juga mengatakan bahwa dia suka melakukan hal-hal yang membuatnya merasa senang, seperti memberi *self-reward*. Meskipun itu menghabiskan banyak uang tapi dengan memberi *self-reward* Engel merasa termotivasi untuk melakukan hal-hal yang baik lagi.

“Iya bener, jadi aku suka ngelakuin hal-hal yang bikin aku senang. Kayak ngasih *self-reward* gitu buat diri aku, kayak beli album-album NCT. Ya walaupun ngabisin duit sih sebenarnya tapi gapapa yang penting aku senang. Biar aku makin semangat juga buat ngelakuin hal-hal baik lagi” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Yolanda juga mengatakan hal yang sama dengan Risma dan Engel bahwa ia selalu melakukan hal-hal yang membuatnya merasa bahagia dan senang. Menurut Yolanda, melakukan hal yang membuatnya senang seperti memberikan kekuatan dan mengembalikan semangat yang ada di dalam dirinya. Selain itu, melakukan hal yang membuatnya senang juga merupakan bentuk Yolanda menyayangi dirinya sendiri.

“Iya kak saya selalu melakukan hal-hal yang membuat saya bahagia dan senang. Soalnya kalau melakukan hal yang bikin senang itu kayak ngasih kekuatan ke diri kita. Kalau lagi capek bisa balikin semangat gitu. Itu juga bentuk saya menyayangi diri saya sendiri juga kak” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023)

c. Menopang Perasaan Diterima

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan, video musik “Beautiful” mampu menopang sikap dan perilaku penggemar NCT untuk berbaur dan berinteraksi dengan orang-orang di sekitar

mereka. Engel mengatakan bahwa sikap yang ia pertahankan dalam berinteraksi dengan orang-orang di sekitar adalah sopan dan jujur. Dengan begitu orang lain akan merasa senang dan nyaman kepadanya.

“Bicara dengan sopan, kalau kita sopan orang-orang bakal seneng sama kita kak. Kalo kita baik, sopan, jujur, gak suka bohong. Jadi orang merasa nyaman sama kita, gak benci gitu. Jadi kita harus sopan dan jujur, kita harus ngomong sesuai sama fakta” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Selanjutnya, Azzahra mengatakan bahwa dia berinteraksi dengan orang-orang disekitarnya dengan bertegur sapa saat bertemu, menghormati orang yang lebih tua darinya, mengucapkan tolong saat meminta bantuan, mengucapkan terima kasih, serta menjaga batasan.

“Kalau berinteraksi sama orang-orang di sekitar kalau ketemu pastinya bertegur sapa kak, menghormati yang lebih tua. Kalau minta bantuan mengucapkan tolong, makasih, sama menjaga batasan, gitu sih kak.” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama Risma, ia mengatakan bahwa video musik “Beautiful” menopang perilaku yang positif, tetapi ia sendiri cenderung berperilaku tergantung bagaimana teman-teman atau kelompoknya. Jika teman-temannya memberikan energi yang positif, dia juga akan memberikan *feedback* yang positif. Sementara itu, Yolanda mengatakan bahwa video musik “Beautiful” menopang ia untuk bersikap baik, ramah terhadap orang lain, dan menghormati sesama.

d. Menopang Perasaan Mampu

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa informan, video musik “Beautiful” dinilai dapat menopang dan membangkitkan kembali semangat para penggemar ketika merasa *down* atau putus asa. Menurut Risma, lirik yang dinyanyikan oleh para member membuat dirinya lebih termotivasi, menjadi diri sendiri, dan mencintai diri sendiri.

“Menurutku iya sih kak, bisa menopang dan membuat aku lebih semangat. Lirik yang dinyanyiin member tu buat kita lebih termotivasi, jadi diri sendiri, mencintai diri sendiri. aku suka dengerin lagunya kalo ngerasa kurang semangat. Malah udah masuk *playlist* kak” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023)

Selanjutnya, Azzahra mengatakan bahwa dia suka mendengarkan lagu “Beautiful” saat merasa putus asa. Menurut Azzahra, lirik yang terdapat dalam lagu tersebut banyak mengandung makna dan seperti memberi pujian kepadanya sehingga bisa membangkitkan semangat.

“Iya benar, kadang pas lagi putus asa atau capek pasti selalu dengerin lagu beautiful, karna liriknya itu membangkitkan semangat. Liriknya itu kan kayak memberikan pujian ke kita ya kak. Liriknya banyak mengandung makna yang bisa bikin kita tu semangat 45” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023)

Engel juga mengaku bahwa dirinya sangat suka menonton dan mendengarkan video musik “Beautiful”. Menurut Engel lirik dari lagu “Beautiful” ini sangat bisa membangkitkan semangat.

“Lagu itu bisa banget membangkitkan semangat, biar kita ga *insecure*, punya semangat hidup, semangat menjalani hidup. Aku baca lirik-liriknya tu bagus banget kak. Harus mencintai diri sendiri, harus mengerti keadaan diri sendiri, melihat sudut diri sendiri itu kalau ada yang lebih bagus, jangan melihat kurangnya mulu. Aku suka banget dengerin lagu ini. Bikin bangkit banget lagunya” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Selain itu, Yolanda juga mengatakan untuk mengembalikan semangat dan kepercayaan dirinya, ia terkadang menonton kembali video musik “Beautiful”. Menurut Yolanda lirik lagu dalam video musik tersebut sangat menyentuh, seolah para member menyuruhnya untuk bangkit dari kesedihan yang sedang ia rasakan.

“Kadang saya suka nonton lagi MV Beautiful ini kak untuk balikin semangat sama kepercayaan diri saya. Soalnya lirik lagunya itu nyentuh banget, kayak member tu lagi ngomong ke kita buat bangkit dari kesedihan kita” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023)

e. Menopang Perasaan Berharga

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan, diketahui bahwa video musik “Beautiful” mampu menopang perilaku penggemar NCT untuk merasa bahwa dirinya berharga. Risma mengatakan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh para member dalam video musik tersebut membuat dia bisa menjadi dirinya sendiri dan tidak membandingkan dengan orang lain, sebab semua orang mempunyai tempatnya masing-masing.

“Pesan yang disampaikan sama member-member NCT dalam MV Beautiful itu kak yang membuat aku bersikap bisa lebih menghargai diri aku. Jadilah dirimu sendiri, gak usah

bandingin diri kamu sama orang lain, semua bersinar ditempat masing-masing dan sekarang kamu sedang berproses menuju tempatmu” (Wawancara dengan Risma pada tanggal 25 Juli 2023)

Menurut Yolanda, dalam video musik “Beautiful” terdapat beberapa kali lirik yang diulang untuk mengingatkan para penggemar bahwa setiap orang mempunyai keunikan masing-masing. Hal tersebut membuat Yolanda semakin merasa bahwa dirinya berharga dan spesial. Hal itu juga membuat Yolanda berhenti untuk merasa insecure, lebih percaya diri, dan menjadi diri sendiri.

“Di MV Beautiful itu kan ada lirik yang diulang-ulang ya, yang ngasih tau ke kita kalau semua orang itu punya keunikan masing-masing. Itu yang buat saya semakin ngerasa kalau saya tu berharga dan spesial. Hal itu juga bikin saya berhenti insecure, bisa lebih percaya diri lagi, sama jadi diri saya sendiri” (Wawancara dengan Yolanda pada tanggal 28 Juli 2023)

Selain itu, Engel mengatakan bahwa lirik lagu dalam video musik “Beautiful” yang dinyanyikan oleh para member seperti memberikan dukungan untuknya agar tidak merasa *insecure*. Hal tersebut juga membuat Engel memahami bahwa pasti di dalam dirinya juga terdapat kelebihan seperti orang lain. Tidak selalu yang ada dalam dirinya itu adalah kekurangan.

“Kan kadang aku masih suka *insecure* ya kak, tapi lirik di MV Beautiful ini tu kayak ngasih *support* ke aku kalau aku tu gak boleh *insecure* terus. Pasti ada yang lebih kok dari aku. Gak selalu diri aku tu ada kurangnya terus. Jadi lirik-lirik yang kaya gitu bikin aku merasa kalau aku berharga” (Wawancara dengan Engel pada tanggal 29 Juli 2023)

Selanjutnya, Azzahra mengatakan bahwa ia menyukai penggalan lirik yang mengatakan “*you’re the most important person in your life, so be yourself, be beautiful*”. Dari lirik tersebut Azzahra merasa bahwa dirinya berharga, ia adalah orang yang paling penting dalam hidupnya. Ia bisa menjadi dirinya sendiri, mampu mengejar impiannya, dan dikelilingi orang-orang yang menghargai dan peduli kepadanya.

“Aku suka lirik yang bilang *you are the most important person in your life, so be yourself, be beautiful*. Dari situ aku merasa kalau aku berharga, aku mampu mengejar impianku, disekeliling aku ada orang yang bisa menghargai dan peduli sama aku” (Wawancara dengan Azzahra pada tanggal 25 Juli 2023)

Berdasarkan wawancara triangulasi ahli yang peneliti lakukan dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog, jika seseorang mempunyai pandangan yang baik terhadap dirinya sendiri atau dengan kata lain memiliki *self-esteem* yang tinggi, maka hal tersebut akan terpancar ke lingkungannya sehingga tidak terjadi masalah ketika orang tersebut berada dalam lingkungannya.

“Secara jelas dan rinci *self-esteem* itu gimana sih sebuah pikiran, perasaan, atau pandangan seseorang untuk dirinya sendiri, bagaimana ia bisa menghargai dirinya, seberapa besar ia menghargai kemudian menilai dirinya, dan bagaimana nanti akhirnya setelah ia menyukai dirinya itu akan terpancar ke lingkungannya, sehingga tidak ada masalah ketika ia udah berada di dalam lingkungan tersebut. karna dia telah punya *self-esteem*, artinya dia udah punya pandangan diri yang baik untuk dirinya sendiri” (Wawancara dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog pada tanggal 29 Juli 2023)

Selanjutnya, Ibu Ghea Niasgita juga mengatakan untuk memiliki *self-esteem* yang baik, seseorang harus mengenali dirinya terlebih dahulu, mengetahui kelebihan dan kelemahannya, serta mengetahui apa yang ia butuhkan. Selain itu, seseorang harus mempunyai *mindset* yang positif, berhenti membandingkan dirinya dengan orang lain, serta harus mempunyai tujuan dan nilai.

“Kita kenali dulu diri kita, kebutuhan kita tu apa sih? Misal kita lagi marah, duh hari ini saya lagi marah banget. Kita cenderung nggak tau harus ngapain dengan amarah kita. Tapi ketika mulai mengenal diri kita, tau kelemahan dan kelebihan serta kebutuhan kita seperti apa. Kita juga harus punya *mindset* yang positif, kita berhenti membandingkan diri kita dengan orang lain, kita harus punya tujuan dan nilai, harus punya prinsip. Rencana ke depannya seperti apa? Jadi harus jelas” (Wawancara dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog pada tanggal 29 Juli 2023)

Lingkungan sangat berpengaruh besar bagi seseorang ketika orang tersebut tidak mempunyai *self-esteem* yang baik. Seseorang akan mudah mengikuti lingkungannya entah itu baik ataupun buruk. Dengan *self-esteem* yang baik seseorang dapat membuat lingkungannya lebih positif karena ia bisa memberikan dampak yang positif. Ketika seseorang mempunyai *self-esteem* yang baik, maka lingkungannya akan mengikutinya.

“*Self-esteem* yang sehat penting banget, lingkungan sangat berpengaruh besar bagi kita ketika kita tidak punya *self-esteem* yang kuat bagi diri kita sendiri, kita akan mudah mengikuti lingkungan, entah itu baik atau buruk. Kita terkadang jadi *people pleaser*, tidak berani menolak, tidak berani memberi batasan kepada orang lain yang akhirnya merugikan diri kita sendiri. Kita harus punya prinsip yang jelas dalam hidup kita, kita yang menentukan hidup kita berjalan ke arah mana. *Self-esteem* baik akan membuat

lingkungan kita lebih positif, kita bisa memberikan dampak yang positif. Ketika kita punya *self-esteem* yang baik, lingkungan kita akan mengikuti kita” (Wawancara dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog pada tanggal 29 Juli 2023)

Menurut Ibu Ghea Niasgita pesan motivasi dari sebuah lagu atau musik video dapat mempengaruhi *self-esteem* seseorang. Ketika seseorang merasa sedih dan kemudian ia mendengarkan lagu atau video musik yang mengandung pesan motivasi, dalam kondisi seperti itu orang tersebut bisa bangkit lagi dari kesedihannya dan bisa termotivasi karena pesan motivasi yang ia dengarkan.

“Ya betul, tergantung juga sih, misal hari ini kita sedih banget terus kita dengar musik yang motivasinya tinggi, atau sekarang *podcast* ya yang penuh motivasi, atau mungkin di *youtube* pesan-pesan motivasi gitu, nah hal seperti itu akan mempengaruhi. Misal hari ini lagi sedih, terus tiba-tiba oh aku butuh pesan motivasi yang menguatkan dan menyemangati saya. Ternyata dengan kondisi itu dia bisa bangkit lagi, bisa termotivasi lagi dengan pesan positif itu, itu akan baik” (Wawancara dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog pada tanggal 29 Juli 2023)

Setiap orang harus mempunyai *self-esteem* yang kuat. terlebih lagi saat masa remaja atau dewasa awal. Dimana pada masa itu seseorang sedang mencari jati dirinya. Jika seseorang mempunyai *self-esteem* yang baik, maka ia akan menemukan jati dirinya secara optimal. Sebaliknya, jika *self-esteem* dalam diri seseorang tidak baik maka ia akan mudah tergoyahkan. Ketika seseorang mempunyai *self-esteem* yang baik, maka ia akan mempunyai tujuan kehidupan yang jauh lebih

jasas. Sebagaimana yang disampaikan oleh ibu Ghea Niasgita dalam wawancara triangulasi:

“Semua orang harus punya self-esteem yang kuat, terlebih lagi masa dewasa awal atau remaja, dimana pada masa tersebut kita dalam pencarian jati diri. Kalau kita punya self-esteem yang baik, mereka akan menemukan jati dirinya secara optimal. Kalo tidak, akan gampang tergoyangkan, gampang jatuh karena tidak punya pandangan baik terhadap dirinya. Tujuan kehidupan itu jauh lebih jelas ketika kita mempunyai self-esteem yang sehat” (Wawancara dengan Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra’, S.Psi., M.Psi., Psikolog pada tanggal 29 Juli 2023)

I. Pembahasan

Untuk mengetahui besaran pengaruh pesan motivasi (X) terhadap *self-esteem* (Y) penggemar NCT, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada 100 responden yang merupakan penggemar NCT dalam grup Telegram NCTZENINDONESIA. Setelah melakukan uji asumsi klasik, peneliti melakukan analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui nilai t hitung sebesar 18,580 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Kemudian, adapun nilai t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1,984.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak karena telah memenuhi standar t hitung **18,580** > **1,984** dan nilai signifikansi **0,001** < **0,10**. Hal ini berarti terdapat pengaruh pesan motivasi (X) terhadap *self-esteem* (Y) penggemar NCT. Adapun besaran pengaruh yang diperoleh pesan motivasi terhadap *self-esteem* (Y) penggemar NCT dalam tabel model Summary pada kolom R Square yaitu

sebesar 77,9% dan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti perbandingan sosial, intensitas penggunaan media sosial, dan *self-presentation*.

Selanjutnya, peneliti melakukan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara secara mendalam untuk mendeskripsikan bentuk pengaruh yang terjadi pada *self-esteem* penggemar NCT setelah menonton video musik “Beautiful”. Hasil analisis data kualitatif ini bertujuan untuk melengkapi penelitian kuantitatif yang dilakukan sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh beberapa temuan bentuk pengaruh pada *self-esteem* penggemar NCT yang dijelaskan dalam indikator perasaan aman, perasaan menghormati diri, perasaan diterima, perasaan mampu, dan perasaan berharga sebagai berikut:

1. Perasaan Aman

Bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap perasaan aman ditandai dengan rasa percaya penggemar NCT kepada lingkungannya. Setelah menonton video musik “Beautiful” dan memahami arti dari lirik lagunya, penggemar merasa bahwa lingkungannya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Pesan motivasi yang disampaikan oleh NCT melalui video musik “Beautiful” mengandung banyak hal positif yang membuat penggemar selalu berfikir positif. Penggemar merasa bahwa lingkungannya terasa lebih bisa menghargainya dan banyak orang yang

mendukung, dengan begitu mereka bisa berperilaku sesuai dengan dirinya sendiri, lebih percaya diri, dan lebih terbuka kepada sesama.

2. Perasaan Menghormati Diri

Bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT dalam indikator menghormati diri ditandai dengan kesadaran penggemar bahwa dia adalah seseorang yang memiliki karakteristik yang unik serta menerima bahwa dirinya memiliki kelebihan dan kekurangan dari orang lain. Meskipun terkadang masih suka merasa *insecure* melihat pencapaian orang lain, namun para penggemar bisa mengatasi perasaan tersebut.

Pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” membuat para penggemar memahami bahwa apa yang mereka miliki saat ini belum tentu dimiliki orang lain. Hal tersebut membuat para penggemar tidak lagi merasa *insecure*, mereka mulai berdamai dengan diri sendiri, lebih mencintai diri sendiri, dan tidak membandingkan diri dengan orang lain. Selain itu, penggemar juga melakukan hal-hal yang membuat mereka merasa senang seperti memberikan *self-reward*, *me time*, dan mencoba hal-hal baru. Mereka juga tidak mepedulikan orang-orang yang tidak menyukai mereka.

3. Perasaan Diterima

Bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap perasaan diterima penggemar NCT terlihat dari kesadaran mereka bahwa banyak orang yang menyayangi dan memperhatikan mereka. Hal ini dirasakan oleh para penggemar dari lirik yang disampaikan oleh para member dalam video musik yang mengatakan bahwa banyak orang di sekitar mereka yang mempedulikan mereka. Lirik tersebut memberi kekuatan kepada penggemar dan menyadari bahwa mereka diterima dalam kelompoknya.

Selain itu, video musik “Beautiful” juga mengarahkan para penggemar untuk memberikan *feedback* yang sama kepada orang-orang yang menyayangi dan memperhatikan mereka. Penggemar mengaku senang jika diterima baik dalam suatu kelompok, dengan begitu tanpa disadari mereka juga berbuat baik, menghormati, menghargai, bersikap sopan, ramah, dan jujur. Penggemar juga selalu berfikir positif terhadap orang-orang yang ada di sekitar mereka.

4. Perasaan Mampu

Bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap perasaan mampu penggemar NCT terlihat dari keyakinan penggemar bahwa mereka bisa mencapai tujuan dan menghadapi masalah yang ada dalam hidup. Penggemar

berusaha dan bersungguh-sungguh untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, penggemar juga mempunyai motivasi yang kuat dan tidak mudah menyerah. Penggemar yakin bahwa mereka hanya butuh waktu untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini sesuai dengan penggalan lirik yang terdapat dalam video musik “Beautiful” yang mengatakan bahwa setiap orang akan bersinar ditempatnya masing-masing, maka dari itu teruslah mencoba dan jangan menyerah.

5. Perasaan Berharga

Bentuk pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap perasaan berharga penggemar NCT terlihat dari perasaan dan sikap mereka bahwa mereka berharga. Pesan motivasi video musik “Beautiful” membuat para penggemar berhenti merasa *insecure*, menerima kekurangan yang ada dalam diri mereka, dan tidak membandingkan diri dengan orang lain.

Penggemar juga selalu berusaha untuk berfikir positif terhadap diri mereka, mencoba yakin dan percaya pada diri mereka.

Selain itu, penggemar juga menyadari bahwa mereka mempunyai keunikan yang membedakan mereka dengan orang lain sehingga membuat mereka bisa menjadi diri sendiri.

Self-Esteem merupakan bagaimana pikiran, perasaan, dan pandangan seorang individu terhadap dirinya sendiri. *Self-Esteem* adalah faktor penting untuk membangun konsep diri yang akan berdampak pada

sikap dan perilaku individu. tingginya *self-esteem* dalam diri individu akan membuat individu tersebut cenderung merasa bahagia dan sehat secara psikologis, serta melihat dirinya dan apa yang terjadi dalam hidupnya secara positif. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* yang rendah akan sering memandang dirinya dari sudut pandang negatif sehingga cenderung merasa khawatir, takut, depresi dan pesimis terhadap masa depan.

Self-esteem sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar diri individu (eksternal). Salah satu pengaruh dari faktor eksternal adalah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial memberikan pengaruh yang besar terhadap *self-esteem* seseorang. Terlebih lagi zaman sekarang individu banyak terpapar oleh media sosial sehingga media sosial berperan besar terhadap bagaimana seorang individu memandang dirinya sendiri. Namun kembali lagi bagaimana individu tersebut menyaring apa yang ia dapatkan dari media sosial.

Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra', S.Psi., M.Psi., seorang psikolog yang lebih memahami tentang *self-esteem* mengatakan jika seseorang kecanduan media sosial dan yang dia dapatkan adalah hal-hal positif, maka orang tersebut juga akan mempunyai pandangan diri yang positif. Sebaliknya, jika yang ia dapatkan adalah hal negatif atau bagaimana pandangannya terhadap media sosial itu negatif, maka akan membuat dirinya semakin mempunyai pandangan negatif. Jadi media sosial sangat

berpengaruh terhadap *self-esteem* seseorang, baik ke arah positif maupun ke arah negatif.

Pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” memberikan pengaruh ke arah positif terhadap *self-esteem* penggemar NCT. Hal ini dibuktikan dengan bentuk pengaruh yang dihasilkan setelah penggemar menonton dan membaca lirik lagu dalam video musik “Beautiful” dimana pikiran, perasaan, serta pandangan penggemar terhadap dirinya dan lingkungannya menjadi lebih baik dari sebelumnya. Adapun bentuk pengaruh tersebut diantaranya lebih bisa menghargai diri sendiri dengan menerima kelebihan dan kekurangan, bersungguh-sungguh dalam mencapai tujuan dan tidak mudah menyerah, serta percaya terhadap lingkungan dan lebih terbuka kepada sesama.

Terdapatnya pengaruh sebesar 77,9% dan adanya bentuk pengaruh ke arah positif yang terjadi pada penggemar NCT memperkuat asumsi dari teori *operant conditioning* oleh Edward Lee Thorndike yang peneliti gunakan dalam penelitian ini. Menurut teori *operant conditioning*, motif sikap terbentuk berdasarkan penguatan kondisi tertentu sehingga tindakan seseorang disebabkan oleh motivasi yang menguatkan. Lebih singkatnya, *operant conditioning* sebagai respons yang mendapat penguatan dan muncul secara berulang berupa sesuatu yang diminta, dibutuhkan, ataupun yang disukai oleh organisme.

Dalam penelitian ini, motif sikap yang terbentuk berdasarkan penguatan kondisi tertentu ditandai dengan bentuk pengaruh *self-esteem*

yang terdapat dalam diri penggemar NCT sementara motivasi yang menguatkan adalah pesan motivasi yang disampaikan oleh member NCT melalui video musik “Beautiful”. Bentuk pengaruh *self-esteem* yang terjadi dalam diri penggemar adalah respons yang mendapat penguatan dari pesan motivasi video musik “Beautiful” dimana respons tersebut merupakan sesuatu yang sebenarnya diminta, dibutuhkan, ataupun disukai oleh para penggemar NCT.

Dalam penelitian ini, hubungan antara pihak yang menyampaikan pesan motivasi dengan pihak yang menerima pesan motivasi adalah sebagai idola dan penggemar. Hal ini juga menentukan besar kecilnya pengaruh dan positif atau negatifnya bentuk pengaruh yang dihasilkan oleh pesan motivasi yang disampaikan. Sejalan dengan teori *operant conditioning* oleh Edward Lee Thorndike, pihak yang memberi dukungan sangat berperan dalam memotivasi individu untuk mengubah sikapnya. Makin tinggi status pihak yang memberi dukungan, maka semakin besar kemungkinan individu mengubah sikapnya.

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Ghea Niasgita Faradila Uzra', S.Psi., M.Psi., Ketika seorang individu ingin mendengarkan pesan motivasi untuk dirinya, mereka cenderung mencari yang akan membuat mereka nyaman, enak didengarkan, dan siapa yang menyampaikannya, apakah mereka menyukai orang tersebut atau tidak. Jika individu menyukai seseorang secara visual, biasanya apa yang keluar dari orang tersebut secara perkataan akan cenderung lebih disukai. Sama halnya dengan *boyband* NCT

dan penggemarnya. Jika pesan motivasi tersebut disampaikan oleh *boyband* lain, mungkin pengaruh yang dihasilkan tidak sebesar ketika NCT yang menyampaikan. Atau jika pesan motivasi tersebut didengar oleh yang bukan penggemar NCT, pengaruh yang dihasilkan mungkin tidak sebesar ketika didengar oleh penggemar NCT.

Setiap individu harus mempunyai *self-esteem* yang sehat. Jika *self-esteem* dalam diri seseorang rendah, maka ia akan mudah tergoyahkan karena tidak punya pandangan yang baik terhadap dirinya sendiri. Rendahnya *Self-Esteem* juga mengakibatkan seorang individu tidak memiliki kebahagiaan. Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk memiliki *self-esteem* yang tinggi. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Ali-Imran ayat 139. Dalam ayat tersebut Allah melarang hamba-Nya untuk bersikap lemah dan merasa sedih karena dapat mendatangkan keburukan. Dengan kata lain Allah memerintahkan untuk selalu berbahagia karena kebahagiaan akan memberikan energi positif pada diri sendiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Pesan Motivasi Video Musik “Beautiful” terhadap *Self-Esteem* Penggemar NCT (Analisis *Mix Method Sequential Explanatory* pada Penggemar dalam Grup Telegram NCTZEN INDONESIA) dapat disimpulkan sebagai berikut: hasil penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah peneliti menggunakan SPSS 29, didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,10$ yang artinya terdapat pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT. Sehingga membuktikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Besaran korelasi atau hubungan (R) pengaruh pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT dari output SPSS 29 yaitu sebesar 0,883. Sementara itu nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,779. Hal ini mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel Pesan Motivasi (X) terhadap variabel Self-Esteem (Y) yaitu sebesar 77,9 % dan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang kuat antara variabel Pesan Motivasi (X) terhadap variabel Self-Esteem (Y).

Pesan motivasi dalam video musik “Beautiful” dinilai mampu meningkatkan *self-esteem* dalam diri penggemar NCT. Hal ini dapat dilihat dari bentuk pengaruh yang dihasilkan setelah penggemar NCT menonton

dan memahami lirik dalam video musik tersebut. Adapun bentuk pengaruh yang dihasilkan pesan motivasi video musik “Beautiful” terhadap *self-esteem* penggemar NCT diantaranya lebih bisa menghargai diri sendiri dengan menerima kelebihan dan kekurangan, bersungguh-sungguh dalam mencapai tujuan dan tidak mudah menyerah, serta percaya terhadap lingkungan dan lebih terbuka kepada sesama.

Dari penelitian ini peneliti menemukan bahwa para penggemar memiliki pemahaman yang hampir sama mengenai pesan motivasi yang terdapat dalam video musik “Beautiful”. Meskipun terdapat sedikit perbedaan dalam mengatasi masalah *self-esteem*, namun secara keseluruhan bentuk pengaruh yang dihasilkan adalah ke arah positif. Selain itu, peneliti menilai bahwa lirik lagu dalam video musik “Beautiful” memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap *self-esteem* penggemar NCT.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang telah dirangkum peneliti, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi penggemar NCT dan pembaca

Diharapkan dapat mempertahankan dan selalu meningkatkan *self-esteem* dalam diri dengan mencoba untuk lebih mengenali diri sendiri, menerima kelebihan dan kekurangan, tidak membandingkan diri dengan orang lain, serta mempunyai prinsip dan nilai dalam hidup. Selain itu, diharapkan mempunyai motivasi yang kuat, tidak mudah

menyerah dalam mencapai tujuan dan menghadapi masalah dalam hidup, serta memilih lingkungan yang sehat atau tidak *toxic*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kembali tentang pengaruh pesan motivasi dalam video musik, maka dapat menggunakan variabel lain atau menggunakan teori yang berbeda. Atau juga dapat meneliti dengan menggunakan media dan konten yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, K. (2021). Lirik Lagu Beautiful - NCT 2021. *Tokopedia.Com*.
<https://www.tokopedia.com/blog/lirik-lagu-beautiful-nct-ent/#:~:text=Lagu Beautiful dari NCT 2021 memberikan energi positif,bahwa setiap orang memiliki keunikan dan kecantikan sendiri.>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial*. 5(2), 146–150.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (ketiga). Pustaka Belajar.
- Daulay, N. (2014). *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an tentang Psikologi* (N. Darmayanti (ed.); Pertama). Prenadamedia Group.
- Dayana, I., & Marbun, J. (2018). *Motivasi Kehidupan*. Guepedia Publisher.
- Dedy, M. (2016). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT. In *Remaja Rosdakarya, Bandung*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dwiastuti, R. (2017). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. UB Press.
- Fauziah, S., Hacantya, B. B., Paramita, A. W., & Saliha, W. M. (2020). Kontribusi Penggunaan Media Sosial Dalam Perbandingan Sosial Pada Anak-Anak Akhir. *Psycho Idea*, 18(2), 91.
<https://doi.org/10.30595/psychoidea.v18i2.7145>
- Gantiny, T. P. (2018). Gambaran Self-Estem Siswa Yang Mengalami Kecanduan Media Sosial Di Sekolah Menengah Pertama. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 1(4), 168.
<https://doi.org/10.22460/fokus.v1i4.4504>
- Ghaisani, R. N. S. G., & Nugraha, S. (2016). Hubungan Self Esteem dan Loneliness pada Pelaku Cybersex di Bandung. *Prosiding Psikologi*, 2(1), 225–228.
- Hanafi. (2022). *Bacaan Surat Ali Imran 139 dan Tafsirnya, Tentang Larangan Bersedih dan Putus Asa*. Orami.Co.Od.
<https://www.arami.co.id/magazine/ali-imran-139>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (A. Holid (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Indira, D., Komsiah, S., & Syaifuddin. (2022). *Analisis Semiotika pada Musik Video BTS Permission To Dance di CD Album*. XXVII(2), 178–186.
- Indriyani, J., Kusniawati, A., & Mukhtar Abdul Kader. (2020). Pengaruh Self Esteem dan Self Efficacy Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan(Studi Kasus pada pegawai RSUD Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 53–62.

- Juwita, R., Abiyyu, K. Y., Cintami, A. Z., Elysa, C., Putra, F. A., Muhammad, & Fitri, R. A. (2022). Makna Motivasi dalam Lagu Diri dari Tulus (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Kangaga Komunika*.
<https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v4i1.1918>
- Latupeirissa, A., & Wijono, S. (2022). Self-Esteem dengan Self-Presentation pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2), 226–234. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.200>
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi* (Tim UB Press (ed.); Pertama). UB Press.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martyna. (2021). 5 Fakta Lagu “Beautiful” NCT di 2021 yang Spesial dan Penuh Warna. *Idntimes.Com*. <https://www.idntimes.com/korea/kpop/velvet-smt/fakta-lagu-beautiful-nct-di-2021-c1c2?page=all>
- Meilana, M. S. (2021). Media Sosial bagi Penerimaan Diri , Harga Diri dan Kebahagiaan Remaja : Apakah Akan Merusak atau Membangun ? *Jurnal Selaras: Kajian Bimbingan Dan Konseling Serta Psikologi Pendidikan*, 2(2), 132–143.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif* (Pertama). Kencana.
- Noveri, Y. T., & Rusli, D. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Melakukan Perbandingan Sosial pada Remaja. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 86–93.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Rahmawati, I., Sa’adah, L., & Chabibi, M. N. (2020). *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan* (Zulfikar (ed.)). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Ramadhani, C. (2022). Apa Itu NCT dan Apa Bedanya NCT U, NCT 127, NCT Dream, dan WayV? *Beritasatu.Com*.
<https://www.beritasatu.com/lifestyle/996471/apa-itu-nct-dan-apa-bedanya-nct-u-nct-127-nct-dream-dan-wayv>
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Safitri, L. A., Marhaeni, D., & Mulyadi, U. (2022). Pengaruh Intensitas Tayangan NCT di Channel Youtube NCT terhadap Perilaku Imitasi dan Fanatisme pada Komunitas NCTZEN di Semarang. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 605–618.

- Saputra, L. A., & Islam, M. A. (2021). *Perancangan Video Musik “ Sorry ” sebagai Media Promosi Band Bannedabsinthxx*. 2(3), 111–122.
- Sari, I. (2018). Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Manajemen Dalam Penguasaan Keterampilan Berbicara (Speaking) Bahasa Inggris. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 41–52.
- Shaleh, A. R. (2009). *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Pertama). Kencana.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Pertama). PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik* (I. A. DIanta (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.

