



**KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DAN *SELF LOVE* PADA VIDEO KLIP  
LAGU “TUTUR BATIN” SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka penyelesaian Studi Strata (S1)  
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

AZIZAH DHIA WARDANI

2220600028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

**2024**



**KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DAN *SELF LOVE* PADA VIDEO KLIP  
LAGU “TUTUR BATIN” SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka penyelesaian Studi Strata (S1)  
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

AZIZAH DHIA WARDANI

2220600028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azizah Dhia Wardani

NPM : 2220600028

Jenjang : Strata Satu (S1)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DAN *SELF LOVE* PADA VIDEO KLIP LAGU "TUTUR BATIN" SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN**" adalah benar – benar hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat atau meniru hasil penelitian orang lain yang tingkat kemiripannya 90% dan muncul permasalahan terkait penelitian yang telah saya lakukan, maka saya bertanggung jawab terhadap keseluruhan skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan penuh kesadaran.

Tegal, 5 Agustus 2024  
Pembuat pernyataan,



**Azizah Dhia Wardani**  
NPM. 2220600028

**LEMBAR PERSETUJUAN**



**KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DAN *SELF LOVE* PADA VIDEO KLIP  
LAGU “TUTUR BATIN” SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Rangka Penyelesaian Studi Starta 1  
(S1) untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu  
komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tegal,

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

**Ike Desi Florina, M.I.Kom**  
NIPY. 23768121984

Dosen Pembimbing II

**Didi Permadi, M.I.Kom**  
NIPY. 28267111988

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik





**YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI (Terakreditasi)  
Jl. Halmahera KM. 1 Tegal, Telp. (0283) 323290**


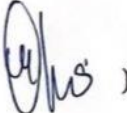

**PENGESAHAN**

**KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DAN *SELF LOVE* PADA VIDEO KLIP  
LAGU "TUTUR BATIN" SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN**

Telah dipertahankan dalam sidang terbuka skripsi Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Pancasakti Tegal

Pada hari: Jumat

Tanggal: 26 Juli 2024

1. Ketua Dewan Pengujii      **Sarwo Edy, M.I.Kom**      (  )  
NIPY. 27061151985
2. Anggota Penguji 1      **Didi Permadi, M.I.Kom**      (  )  
NIPY. 28267111988
3. Anggota Penguji 2      **Ike Desi Florina, M.I.Kom**      (  )  
NIPY. 23768121984

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Unggul Sugi Harto, S.IP, M.Si**  
NIPY. 14251921973  


## **MOTTO**

*Ga usah dengerin dia, kamu sudah paling indah dengan apa yang kamu miliki sekarang. Oiya jangan lupa kata Yura Yunita kalau “tak perlu sempurna rayakan apa adanya”.*

*-penulis*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmatnya dan atas dukungan serta do'a dari orang – orang terkasih, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Simbah saya yang telah memberikan dukungan do'a dan membiayai saya hingga ke jenjang perkuliahan.
3. (Alm) Bapak Wardoyo dan Ibu Nanik Saputri yang telah memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu serta do'a yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk keberhasilan penulis.
4. Untuk diri saya sendiri, Azizah Dhia Wardani terimakasih untuk semua usaha dan kerja keras sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk teman saya Minarni Salisa yang siap menjawab semua pertanyaan random saya, Muhammad Ilham yang selalu memberikan semangat agar cepat selesai, Nova Dyah Fransisca yang dengan sabar menjelaskan serta Ilmi Hayatmay sebagai teman pp Tegal – Pemasang selama masa kuliah.

## ABSTRAK

**Azizah Dhia Wardani, 220600028. KAMPANYE BODY POSITIVITY DAN SELF LOVE PADA VIDEO KLIP LAGU “TUTUR BATIN” SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN., SKRIPSI.** Pembimbing I: Ike Desi Florina, M.I.Kom. Pembimbing II: Didi Permadi, M.I.Kom. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pancasakti Tegal.

Kampanye merupakan serangkaian kegiatan komunikasi dengan teknik mempresuasif khalayak untuk melakukan tindakan yang disarankan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kampanye *Body Positivity* dan *Self Love* sebagai upaya meningkatkan kepercayaan diri pada perempuan dengan cara menganalisis pesan kampanye dalam video klip lagu “Tutur Batin” dengan menggunakan teori pesan kampanye oleh Venus (2019), yang memiliki sepuluh konsep pesan kampanye yaitu *Overlapping of interest*, *Memorable* dan *Readable*, Bersifat Argumentatif, Etis dapat dipercaya, Konkret, Bersifat Repetisi, Bersifat Koheren, Bersifat Segmentatif, Memperlihatkan Perbedaan dan Memberikan Solusi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengidentifikasi dan mendeskripsikan pesan kampanye pada video klip lagu “Tutur Batin” berdasarkan sepuluh konsep pesan kampanye, serta melakukan pengumpulan data wawancara kepada dua belas informan dengan kriteria yang sudah ditentukan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kampanye *Body Positivity* dan *Self Love* memiliki tema tentang peningkatan kepercayaan diri, dimana didalam video klip tersebut menggambarkan perjuangan perempuan untuk melawan rasa tidak percaya diri. Pesan atau makna yang dapat terinterpretasikan dengan baik dan diterima oleh setiap informan tentang peningkatan kepercayaan diri.

**Kata kunci : Kampanye, *Body Positivity*, *Self Love*, Video klip Tutur Batin, Kepercayaan Diri**



## ABSTRACT

**Azizah Dhia Wardani, 220600028. *BODY POSITIVITY AND SELF LOVE CAMPAIGN IN THE VIDEO CLIP OF THE SONG "TUTUR BATIN" AS AN EFFORT TO INCREASE WOMEN'S SELF-CONFIDENCE.*, THESIS.** Supervisor I: Ike Desi Florina, M.I.Kom. Supervisor II: Didi Permadi, M.I.Kom. Communication Sciences. Faculty of Social and Political Sciences. Pancasakti Tegal University.

*The campaign is a series of communication activities with techniques to empower the audience to take the recommended actions. The purpose of this study is to find out how the Body Positivity and Self Love campaign is an effort to increase confidence in women by analyzing the campaign message in the video clip of the song "Tutur Batin" using the campaign message theory by Venus (2019), which has ten campaign message concepts, namely Overlapping of interest, Memorable and Readable, Argumentative, Ethical and trustworthy, Concrete, Repetitive, Coherent, Segmentive, Shows Differences and Provides Solutions.*

*This research is a descriptive qualitative research by identifying and describing the campaign message in the video clip of the song "Tutur Batin" based on ten campaign message concepts and collecting data by interview techniques to twelve informants with predetermined criteria. The results of this study revealed that the Body Positivity and Self Love campaigns have a theme of increasing self-confidence, where in the video clip depicts the struggle of women to fight against insecurity. The message or meaning conveyed can be interpreted well and accepted by every informant about increasing confidence.*

**Keywords : Campaign, Body Positivity, Self Love, Video clip of Inner Speech, Confidence**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur yang tiada henti atas rahmat dan hidayah Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kampanye *Body Positivity* Dan *Self Love* Pada Video Klip Lagu “Tutur Batin” Sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan Diri Perempuan” dengan baik. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan tersebut. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Taufiqulloh, M.Hum., selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
2. Unggul Sugi Harto, S.IP, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.
3. Sarwo Edy, M.I.Kom., selaku Ketua program studi Ilmu Komunikasi
4. Ike Desi Florina, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing, memberi saran dan masukan yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Didi Permadi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi saran dan masukan yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi yang telah berjasa dalam memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis.
7. Orang Tua dan Saudara yang selalu memberikan dukungan dan doa.

8. Teman – teman informan yang bersedia bekerja sama dengan penulis dalam mendapatkan informasi.
9. Teman – teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala dukungannya.

Semoga segala dukungan dan do'a yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan baik dan mendapat berkah dari Allah SWT. Penulis Menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan sehingga penulis mengharapkan segala bentuk masukan baik kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Tegal, 5 Agustus 2024  
Penulis,

**Azizah Dhia Wardani**  
NPM. 2220600028

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>COVER SKRIPSI .....</b>              | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b> | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>         | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                      | <b>v</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                    | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>               | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>               | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                       | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                 | <b>1</b>    |
| I.1 Latar Belakang.....                 | 1           |
| I.2 Rumusan Masalah.....                | 13          |
| I.3 Tujuan Penelitian.....              | 13          |
| I.4 Manfaat Penelitian .....            | 13          |
| <b>BAB II .....</b>                     | <b>15</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>           | <b>15</b>   |
| II.1 Kerangka Teori.....                | 15          |
| II.1.1 Penelitian Terdahulu.....        | 15          |
| II.1.2 Kampanye.....                    | 20          |
| II.2.1 <i>Body Positivity</i> .....     | 27          |
| II.2.2 Self Love .....                  | 27          |
| II.2.3 Video Klip .....                 | 29          |
| II.2.4 Kepercayaan Diri.....            | 30          |
| II.2.5 Ketidakpercayaan Diri.....       | 33          |
| II.3 Pokok Penelitian.....              | 34          |
| II.4 Alur Pikir.....                    | 35          |
| <b>BAB III.....</b>                     | <b>36</b>   |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>      | <b>36</b>   |

|  |            |
|--|------------|
| III.1 Jenis Penelitian.....  | 36         |
| III. 2 Sumber Data.....  | 36         |
| III.3 Informan Penelitian.....                                       | 37         |
| III.4 Teknik Pengumpulan Data.....                                   | 39         |
| III. 5 Teknik Analisis Data.....                                     | 40         |
| III.6 Sistematika Penulisan .....                                    | 42         |
| <b>BAB IV .....</b>  | <b>45</b>  |
| <b>DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....</b>                               | <b>45</b>  |
| IV.1 Profil Penyanyi .....   | 45         |
| IV.2 Lagu Tujur Batin.....   | 48         |
| IV.3 Video Klip Lagu Tujur Batin.....                                | 51         |
| <b>BAB V.....</b>  | <b>58</b>  |
| <b>HASIL PENELITIAN .....</b>  | <b>58</b>  |
| V.1 Hasil Penelitian .....   | 58         |
| V.2 Informasi Informan .....   | 59         |
| V.3 Temuan Peneliti .....  | 60         |
| V.3.1 Gambar Berdasarkan 10 Konsep Pesan Kampanye .....              | 65         |
| <b>BAB VI.....</b>   | <b>77</b>  |
| <b>PEMBAHASAN .....</b>  | <b>77</b>  |
| VI.1 Teori Konsep Pesan Kampanye.....                                | 77         |
| VI.2 Hasil Wawancara Berdasarkan Teori Konsep Kepercayaan Diri ..... | 99         |
| <b>BAB VII .....</b>   | <b>109</b> |
| <b>PENUTUP.....</b>  | <b>109</b> |
| VII.1 Kesimpulan.....  | 109        |
| VII.2 Saran.....   | 110        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>111</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>115</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel I.1 Judul lagu dan makna .....                      | 3  |
| Tabel II.2 Penelitian Terdahulu .....                     | 18 |
| <br>  |    |
| Tabel V.1 Tabel Informasi Informan .....                  | 59 |
| Tabel V.2 Tabel Gambar Pesan <i>Body Positivity</i> ..... | 60 |
| Tabel V.3 Tabel Gambar Pesan <i>Self Love</i> .....       | 62 |
| Tabel V.4 Tabel Hasil Wawancara .....                     | 72 |

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar I. 1 Diagram ZAP Beauty Index 2023 ..... 5

Gambar IV. 1 Gambar Penyanyi Yura Yunita ..... 45

Gambar IV. 2 Gambar Musik Video Klip Lagu Tuter Batin ..... 51

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1 Latar Belakang

Kehidupan era modern saat ini seringkali dapat menjadi salah penyebab dari salah satu timbulnya perasaan tidak percaya diri atau ketidakamanan pada diri seseorang. Hal ini dapat menciptakan perasaan tidak cukup, karena seseorang akan merasa selalu ingin menandingi prestasi dan kebahagiaan orang lain. Selain itu, gaya hidup juga menjadi tekanan untuk memiliki penampilan fisik yang sesuai dengan standar kesempurnaan yang seringkali tidak realistis. Seseorang akan beranggapan bahwa gaya hidup hanya menjadi ajang untuk memamerkan kesempurnaan saja.

Dari fenomena ketidakpercayaan diri tersebut seorang penyanyi perempuan yang bernama Yura Yunita menciptakan sebuah lagu dan menyanyikannya untuk mengajak semua orang agar lebih mencintai diri sendiri dan menerima bentuk tubuh. Lagu tersebut berjudul Tuter Batin yang Yura Yunita tulis bersama suaminya Donne Maula. Lagu turtur batin menggambarkan bagaimana proses seseorang menjalani kehidupan dengan berbagai permasalahan hidup hingga dapat merayakannya. Dikutip dari laman [celebrity.okezone](#) Yura Yunita mengatakan "Tuter batin merupakan salah satu *fase acceptance*, yaitu menerima diri dengan apa adanya, rayakan ketidaksempurnaan pada diri sebagai proses menjadi manusia yang apa adanya.". Yura Yunita mengkampanyekan gerakan *selflove* dan *body positivity* melalui lirik lagu Tuter Batin. Pada saat dirinya tampil diatas panggung Yura Yunita juga selalu



mengkampanyekan *self love* dan *body positivity* dengan cara menghapus *make upnya* saat membawakan lagu Tujur Batin (<https://celebrity.okezone.com/rea>, 21 Okt 2021)

Yura merilis *music videonya* pada 7 Maret 2022 yang kebetulan bertepatan dengan hari perempuan sedunia. Pada hari perilisannya *music video* tutur batin menepati posisi trending ke-8 di *Youtube*. Dalam video klip tersebut mendeskripsikan beberapa perempuan yang kurang percaya diri, takut untuk mengungkapkan perasaannya, perempuan yang memiliki keterampilan dan perempuan yang harus mengetahui nilai mengenai dirinya. Isi dari video klip tersebut memperlihatkan bagaimana perjuangan yang dilalui oleh perempuan yang seringkali merasa tidak cukup dan puas akan dirinya. Video klip juga digunakan sebagai proses pemasaran untuk menarik perhatian dari khalayak. Makna dari lirik lagu “Tujur Batin” berhasil memberi energi positif bagi pendengarnya sehingga setelah mendengarkan lagu tersebut memberikan kesan emosional yang tinggi.

Video tersebut diunggah di kanal *Youtube* dan sudah ditonton lebih dari 25.797.911 kali dan disukai sebanyak 611.000 sejak tanggal lirisnya pada 7 Maret 2022 hingga Januari 2024. Lewat lagu tutur batin Yura Yunita berhasil meraih kategori artis solo pop wanita terbaik di Anugrah Musik Indonesia (AMI Awards) ke 25. Yura juga mengatakan, lewat lagu tutur batin, ingin membuktikan bahwa siapapun yang selalu dipandang dan dianggap sebelah mata agar terus bangkit dan berhasil untuk meraih mimpinya (<https://celebrity.okezone.com/read/2022> , 14 Okt 2022).

Yura Yunita selalu sukses untuk menyentuh hati para pendengarnya melalui makna yang begitu dalam lewat lirik lagu yang ditulisnya. Tidak hanya dari lirik lagu, dari cara bernyanyi Yura juga mampu membuat pendengarnya jatuh cinta akan penampilannya. Dari setiap lagu yang ditulis berdasarkan dari pengalaman pribadi dan kegelisahan yang sering dialami oleh banyak orang. Beberapa lagu Yura Yunita yang memiliki makna mendalam sebagai berikut.

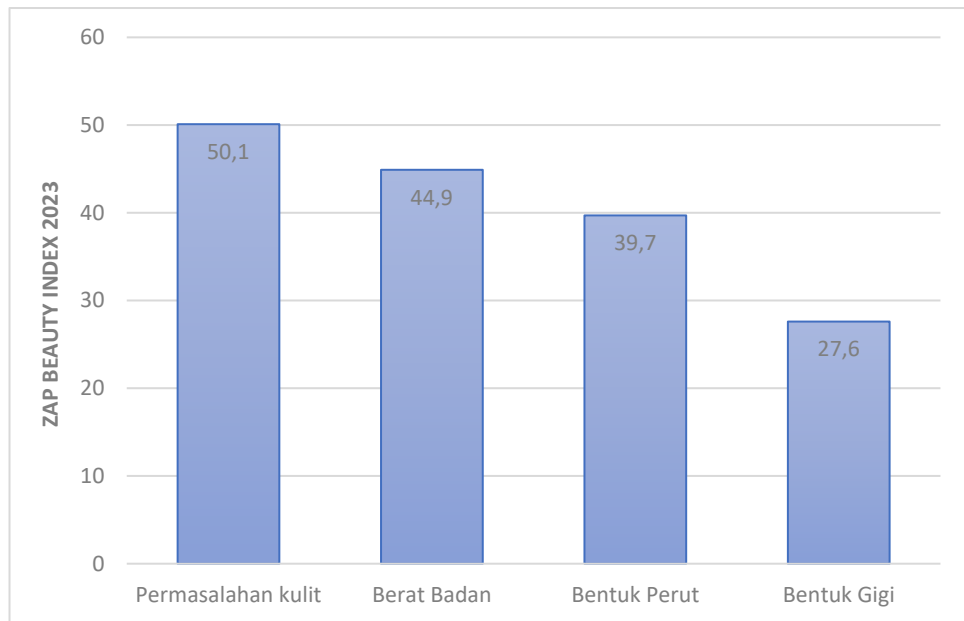
Tabel I.1 Judul lagu dan makna

| Judul Lagu             | Makna  |
|------------------------|--|
| Tutur Batin (2021)     | Lagu Tutur Batin memberi ajakan untuk selalu bersyukur dan mulai mencintai diri sendiri. Hargai diri sendiri tanpa harus menuntut untuk memenuhi ekspektasi orang lain. Lagu ini juga membawa pesan bahwa semua orang berharga dan istimewa dibalik semua kekurangannya. Tidak perlu menjadi sempurna cukup menjadi versi terbaik dari dan menemukan kebahagiaan untuk diri sendiri. |
| Dunia Tipu-Tipu (2022) | Melalui lagu Dunia Tipu-Tipu yang memiliki makna untuk selalu bersyukur terhadap orang terdekat yang selalu ada. Dunia terkadang penuh dengan tipuan dan lika-liku kehidupan yang berat. Tetapi ketika bersama dengan orang terdekat yang menerima ketidaksempurnaan, dan menjadi tempat untuk   |

|                     |   |
|---------------------|---|
|                     | mencurahkan segalanya, orang terdekat tersebutlah yang menjadi rumah.   |
| Jalan Pulang (2023) | Lagu tersebut menceritakan mengenai perjuangan seseorang untuk mengejar mimpinya, disaat harus memikul beban dan tuntutan yang berat tetapi harus kembali mengenal kemana tujuan akhir sebagai manusia.   |
| Tenang (2021)       | Lagu Tenang ini memiliki makna bagaimana mencari ketenangan dan kedamaian untuk diri sendiri. Saat mengalami masalah berat yang menyebabkan otak berpikir secara keras, dampaknya akan membuat tidak bisa tidur dengan tenang. Saat mata terjaga di malam hari akan lebih baik mengadu dan berserah diri kepada Tuhan agar mendapatkan ketenangan hati dan pikiran. |
| Intuisi (2016)      | Lagu Intuisi memiliki makna untuk mengajak pendengarnya agar tidak ragu-ragu dalam mengambil keputusan penting dalam hidup dan harus selalu mempercayai diri saat akan melakukan apapun.  |

(<https://www.youngontop.com>, 5 Mar 2023)

Gambar I 1 Diagram ZAP Beauty Index 2023



Temuan yang didapat dari ZAP Beauty Index (ZBI) pada 2023 menyebutkan bahwa permasalahan kulit dan bentuk tubuh masih menjadi penyebab utama wanita Indonesia tidak percaya diri. Sebanyak 50,1% responden memiliki alasan tidak percaya diri karena permasalahan kulit. Selain permasalahan kulit, penampilan bentuk tubuh juga menjadi masalah utama. Beberapa permasalahan bentuk tubuh yang menjadi penyebab tidak percaya diri wanita Indonesia ada 44,9% tidak percaya diri dengan berat badannya, 39,7% tidak percaya diri dengan bentuk perutnya, dan 27,6% tidak menerima bentuk giginya (<https://www.insertlive.com> , 25 Jan 2023).

Berbagai macam perasaan emosional yang sering dirasakan oleh manusia, mulai dari sifat positif atau negatif. Emosi juga diartikan sebagai perasaan yang muncul pada diri seseorang dalam merespon situasi tertentu. Perasaan tersebut dapat mempengaruhi pikiran, persepsi dan perilaku seseorang. Emosi terbagi ke dalam bentuk emosi sekunder dan emosi primer. Emosi sekunder merupakan

emosi yang berkembang dengan jalannya bertambah usia atau kedewasaan seseorang dan hal tersebut terjadi berbeda-beda dari setiap individu. Emosi primer merupakan emosi yang dimiliki seseorang dari lahir seperti rasa sedih, senang, takut, marah, kaget, jijik dan tidak suka.

Perasaan tersebut tidak dapat kita kontrol kapan datangnya, seringkali muncul secara tiba-tiba setelah melihat atau merasakan sesuatu hal. Tidak ada yang bisa menyalahkan atas perasaan yang di rasakan oleh manusia sebagai makhluk sosial. Perasaan yang datang di pengaruhi oleh berbagai hal mulai dari perkembangan zaman, perkembangan digital dan perkembangan manusia secara alami.

Dalam proses seseorang mencari jati diri, mereka mulai menunjukkan keberadaan diri mereka untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dapat diterima oleh lingkungannya. Mereka mulai melakukan berbagai hal mulai dari hal positif hingga hal negatif. Pergaulan seseorang memberikan pengaruh sangat besar saat proses pembentukan jati diri remaja dari segi positif maupun negatif. Salah satu bentuk pergaulan diantaranya adalah ketika seseorang memaksakan diri untuk mengikuti standar kehidupan orang lain. Hal ini tersebut yang menjadi penyebab seseorang termakan oleh gengsi sehingga mereka tidak bisa menjadi diri sendiri. Pada pergaulan yang dilandasi oleh gengsi, maka akan menimbulkan rasa tidak percaya diri. Rasa tidak percaya diri pada seseorang juga timbul karena pengaruh pada media sosial. Salah satu perasaan tidak percaya diri yang sering di alami adalah *insecure*.

*Insecure* bisa terjadi karena adanya perasaan ketidakamanan seseorang yang membuat cemas, takut sehingga seseorang tersebut tidak percaya diri. Perasaan *insecure* atau ketidakpercayaan diri tersebut biasanya muncul dari pekerjaan, penampilan fisik, kondisi sosial ekonomi hingga hubungan percintaan. *Insecure* pada diri seseorang akan memengaruhi pikiran negatif seseorang tentang ketidakpuasan seseorang akan dirinya. Perasaan *insecure* yang dialami tidak boleh berlanjut karena memiliki dampak negatif. Dampak negatif tersebut dapat mempengaruhi kesehatan mental, cenderung akan mengalami depresi, dan tidak percaya diri akan ambisi yang dimilikinya (Khairiyah & Rina, 2024:3).

Depresi yang ditimbulkan dari perasaan *insecure* diri akan mengakibatkan seseorang merasa ketakutan pada hal yang sepele. Hal tersebut membuat tidak ingin bersosialisasi dan selalu mengurung diri. Seseorang yang tidak bersosialisasi akan menganggap dirinya tidak berharga. Menganggap diri tidak berharga dapat menghilangkan semangat untuk beraktivitas dalam menjalani hidup. Menurunnya produktivitas saat bekerja juga merupakan dampak buruk dari ketidakpercayaan diri, hilangnya fokus dan konsentrasi akan menurunkan kualitas kerja. Seseorang juga akan sulit untuk menghadapi tantangan dan tanggung jawab baru karena merasa takut dan khawatir akan kegagalan.

Dengan adanya pikiran tersebut seseorang akan berpikir untuk dapat menyesuaikan dirinya dengan orang lain. Rasa *insecure* sering terjadi pada kalangan remaja dan dewasa muda. Sikap iri yang selalu membuat dirinya kerap membandingkan diri dengan orang lain. Hal tersebut yang membuat seseorang kehilangan rasa percaya diri. *Insecure* bukan berarti tidak dapat diselesaikan,

namun menjadi jalan penghubung bagi para individu yang terjebak pada rasa ketidakpercayaan diri tersebut dengan semakin mengembangkan potensi diri sendiri. *Insecure* hanya perlu diyakinkan bahwa apa yang dimiliki merupakan anugrah yang paling sempurna (Sepilia, 2016:3). Dengan kesadaran akan *insecure* yang dimiliki akan membuat seseorang lebih jauh mengenal diri sendiri dan semakin mencintai diri sendiri serta menerima bentuk tubuh dengan apapun yang sudah diciptakan.

Penerimaan bentuk tubuh tersebut sering disebut dengan *body positivity*. *Body positivity* atau kepositifan tubuh yaitu dimana individu bisa menanamkan pola pikir positif bagi dirinya sendiri atau orang lain yang layak untuk memiliki pandangan yang positif bagi tubuhnya sendiri (Anisa & Winduwati, 2021:2). Gerakan *body positivity* muncul sebagai respons terhadap tekanan sosial dan norma tidak realistis yang diterapkan oleh masyarakat yang biasanya disampaikan pada media. Beberapa faktor yang melatarbelakangi perkembangan gerakan *body positivity* termasuk ini dengan cara menghargai tubuh yang berubah secara alamiah, tanpa melakukan perubahan apa pun untuk membuatnya tubuhnya terlihat lebih baik dan sempurna serta merasa nyaman dengan bentuk dan ukuran tubuh.

Tujuan *body positivity* adalah bertujuan untuk merayakan dan menghargai keanekaragaman bentuk, ukuran dan penampilan pada tubuh seseorang. Gerakan ini juga berusaha untuk merubah persepsi masyarakat tentang standar kecantikan yang seringkali tidak realistis. Dengan menekankan bahwa setiap tubuh memiliki bentuk yang unik dan berharga, dalam *body positivity*

mendorong bagi setiap individu untuk menerima diri dengan apa adanya terlepas dari bagaimana bentuk atau penampilan yang sering dibandingkan dengan norma yang sering ditentukan oleh media sosial. Memiliki citra tubuh yang positif memberikan peran penting didalam perasaan seseorang tentang bagaimana dirinya dan bagaimana dirinya menilai harga diri sendiri.

Dengan mengakui dan merespons tantangan ini gerakan *body positivity* berusaha menciptakan lingkungan yang mendukung, mendorong penerimaan, dan merayakan keberagaman dalam bentuk tubuh. Melalui kampanye, *platform* media sosial, dan aksi individu, gerakan ini terus berupaya untuk mengubah paradigma kesempurnaan bentuk tubuh dan menciptakan norma yang lebih positif.

Kemampuan mencintai diri sendiri atau *self-love* dipengaruhi oleh empat faktor yaitu *self esteem* (harga diri), *self-awareness* (kesadaran diri), *self-care* (perawatan diri) dan *self-worth* (harga diri). Keempat faktor tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi seseorang apakah memiliki sikap mencintai diri sendiri atau tidak (Lekatompessy, 2023:1). Apabila tidak memiliki faktor tersebut, maka individu akan selalu merasa tidak puas dan tidak pernah merasa cukup dengan apa yang dimilikinya sekarang. Mencintai diri atau *self-love* mengharuskan seseorang untuk lebih mencintai diri sendiri dan agar lebih fokus pada tujuan hidup, menerima kekurangan dan kelebihan serta menjalani kehidupan dengan kepuasan.

Suatu penghargaan untuk diri sendiri yang bersifat dinamis, yang dapat mendukung pertumbuhan fisik, psikologis, dan spiritual serta membuat manusia



dapat menemukan makna diri, tujuan dan nilai hidupnya hal tersebut dikatakan oleh psikolog Debora Khoshaba Psy.D (Yasmin & Fardani, 2020:3). Dari penjelasan tersebut mengatakan bahwa seseorang harus bisa menghargai diri sendiri dari seluruh aspek dan menerima segala hal yang ada di dalam diri. Banyak tuntutan yang salah satunya menjadi penyebab sulit untuk mengenal diri sendiri. Menegal diri sendiri berarti dapat menyeimbangkan antara keiinginan dengan realita yang ada. Seseorang yang berhasil untuk mengenal dirinya sendiri secara tidak langsung akan dapat mencintai dirinya sendiri dan dapat menerima dalam kondisi apapun. Dari hal tersebut akan mengetahui bagaimana potensi yang dimiliki pada diri sendiri.

Untuk menerapkan *self love*, salah satunya adalah dengan belajar untuk mendengarkan atau mengandalkan kemampuan pada diri sendiri. Memperhatikan diri secara internal saat berbicara dengan diri sendiri adalah suatu hal yang krusial ketika belajar untuk menumbuhkan perasaan *self love*. Salah satu cara untuk menerapkan *self love* adalah dengan mengajak seseorang untuk berani mencoba mengambil keputusan yang terbaik untuk diri sendiri dan menjadi lebih baik di dalam ketidaksempurnaan. Bersyukur merupakan salah satu cara untuk menerapkan *self love* dimana dengan bersyukur akan membuat individu dapat dengan mudah mengoptimalkan semua hal yang dimiliki untuk hal – hal yang bermanfaat (Nurhayati dkk, 2020:147). Dalam isu masalah saat ini perempuan di Indonesia merasa kurang percaya diri akan bentuk tubuhnya yang tidak normal dan merasa berbeda dengan orang lain.

Standar kesempurnaan di Indonesia masih menjadi dasar bagi beberapa orang. Memilih kulit putih, tubuh yang ramping serta rambut yang lurus selalu menjadi standar kesempurnaan. Kesempurnaan adalah bagaimana mengenai sesuatu yang dibawa dari dalam diri dan cara bagaimana bersikap. Melalui kampanye, *platform* media sosial, dan aksi individu, gerakan ini terus berupaya untuk mengubah paradigma kesempurnaan bentuk tubuh dan menciptakan norma yang lebih positif.

Kampanye dapat didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah efek yang besar bagi masyarakat luas dengan mengangkat suatu isu tertentu. Menurut Rogers dan Storey 1987 mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Pangestu, 2019:2).

Kampanye merupakan tindakan komunikasi yang mencakup keseluruhan proses dan fenomena yang terjadi di lapangan. Aktivitas kampanye mengandung empat hal tindakan yaitu, tindakan kampanye yang ditunjukan untuk menciptakan efek tertentu, jumlah khalayak sasaran dengan sasaran yang besar, terjadi dalam kurun waktu tertentu dan berlangsung melalui serangkaian kegiatan komunikasi yang telah diatur dan tersusun. Pada zaman serba digital seperti saat ini dengan adanya perkembangan yang pesat dari teknologi maka kampanye dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya menggunakan media sosial. Untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah kampanye maka

diperlukan suatu susunan strategi yang telah disusun dengan baik. Tujuan utama kampanye adalah sebagai cara untuk menyadarkan seseorang terhadap isu atau masalah yang terjadi di sekitarnya.

Hal tersebut di kampanyekan secara digital melalui video klip lagu tutur batin. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui media audio-visual atau yang sering disebut dengan music video. Selain itu, *footage* video digunakan agar pesan yang terdapat pada video klip tersebut berhasil menyampaikan pesan yang dimaksud kepada penonton. Sebagai struktur korespondensi yang dapat digunakan untuk menyebarkan data, pemotongan video harus diuraikan dan digabungkan dengan pesan yang ingin disampaikan sehingga dapat diakses publik. Jika siapapun yang melihatnya, mereka akan mengerti pentingnya proses dari pembuatan gambar tersebut. Perjalanan setiap orang untuk menerima diri sendiri dan berdamai dengan apa yang dianggap tidak sempurna tidak selalu sama.

Dengan adanya pesan kampanye yang kreatif, sistematis dan presuasikan diharapkan dapat mengambil daya tarik khalayak tentang kampanye yang dilakukan. Menurut Adjani 2019, mungkin dari sebagian orang sudah memberi nasihat kepada kita agar dapat terhindar dan mengalihkan emosi negatif seperti rasa sedih dan perasan marah (dalam Dewi & Gustiyarni, 2023). Setelah melakukan kampanye diharapkan khalayak akan tertarik dan memungkinkan adanya kesadaran akan isu yang ada untuk terus tidak larut didalamnya. Oleh karena itu, dalam kampanye ini akan dianalisis isinya dan kemudian apakah pesan tersebut dapat tersampaikan kepada khalayak serta untuk mengetahui

apakah video klip tersebut memberikan manfaat untuk meningkatkan kepercayaan diri pada perempuan. Maka berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis tertarik untuk membahas dan meneliti terkait permasalahan tersebut pada proposal penelitian dengan judul “*KAMPANYE BODY POSITIVITY DAN SELF LOVE PADA VIDEO CLIP LAGU “TUTUR BATIN” KARYA YURA YUNITA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN INDONESIA*”

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Kampanye *Body Positivity* Dan *Self Love* pada video klip lagu Tujur Batin karya Yura Yunita sebagai upaya meningkatkan kepercayaan diri perempuan ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kampanye *Body Positivity* dan *Self Love* Pada Video Klip lagu Tujur Batin Karya Yura Yunita sebagai upaya meningkatkan kepercayaan diri perempuan.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat serta dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kampanye dalam meningkatkan kepercayaan diri serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi seseorang yang sedang mengalami rasa tidak percaya diri agar mereka dapat mengurasi rasa tidak percaya diri tersebut kemudian dapat meningkatkan rasa kecintaan pada dirinya sehingga dapat menerima apapun kondisinya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **II.1 Kerangka Teori**

Kerangka teori merupakan rencana atau gambaran yang berisi tentang penjelasan dari semua bahan yang akan dijadikan penelitian berdasarkan pada hasil penelitian tersebut. Kerangka teori juga dapat dijelaskan sebagai serangkaian cara berpikir yang dibangun dari beberapa teori-teori yang digunakan peneliti untuk membantu dalam melakukan penelitian. Teori dijadikan sebagai pendapat yang sudah teruji akan kebenarannya dan dijadikan sebagai pegangan utama. Oleh karena itu bagi calon peneliti dalam pembuatan proposal penelitian perlu mencari teori dan prinsip yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang akan diteliti (Samsuri, 2003:2). Teori dan prinsip tersebut dapat ditemukan di dalam buku, jurnal dan dokumen kepustakaan lainnya. Dengan demikian maka calon peneliti harus banyak membaca referensi dari berbagai sumber dan yang menjadi hal pentingnya adalah membaca karya penelitian yang relevan sebagai gambaran atau perbandingan hasil yang akan dicapai. Pada bagian bab ini ini terdapat dua bagian untuk membahas terkait penelitian terdahulu serta teori yang akan digunakan untuk menganalisis sebuah masalah penelitian.

##### **II.1.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan hasil penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya atau terdahulu, dapat berupa karya skripsi atau jurnal yang dianggap relevansinya kurang lebih sama dengan topik yang akan peneliti teliti. Penelitian terdahulu digunakan sebagai pedoman

atau acuan dalam penulisan proposal penelitian. Dibawah ini adalah penelitian terdahulu yang dianggap relevan untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian.

1. Marlita Shela Rahmayanti, Dian Resha Rambe, Warhi Pandapotan (2022)

Judul : Representasi Pesan *Selflove* dalam lirik lagu “Tutur Batin” Karya Yura Yunita ( Analisis Semiotika Roland Barthes Lirik Lagu Tutur Batin)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menemukan makna representasi dari konsep self love di dalam lagu “Tutur Batin”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi penelitian lapangan dan dokumentasi serta menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Data yang diperoleh dari penelitian ini menggunakan teknik reduksi data, analisis data dan teknik verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pesan mencintai diri yang disampaikan oleh musisi khususnya tentang proses realisasi diri yang sering dialami oleh wanita. (Marlita dkk., 2022)

2. Dewi Lisiana, Gustuyarni Mutiara (2023)

Judul : Pesan *Selflove* Dalam Lagu “Tutur Batin” Karya Yura Yunita

Lagu “Tutur batin” oleh Yura Yunita adalah subjek dari penelitian ini. Lagu ini berbicara tentang bagaimana seorang perempuan dapat menerima dirinya sendiri. Dengan mempertimbangkan banyak masalah yang dihadapi oleh perempuan termasuk kecemasan, depresi, ketakutan, standar keindahan yang negatif dan feminitas yang merugikan perempuan.

Paradigma konstruktivisme adalah dasar dari penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menunjukkan bahwa pencipta lagu menyampaikan pesan untuk menerima diri dan cinta kepada diri sendiri. Terutama tentang proses penerimaan diri yang sangat kompleks yang mirip atau sering dialami banyak perempuan (Dewi & Gustiyarni, 2023)

3. Valida Achsani, Arif Ardy Wibowo ( 2023)

Judul : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip “Tutur Batin” Karya Yura Yunita

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana khalayak menerima pesan body positivity yang disampaikan oleh video klip “Tutur Batin” Yura Yunita. Berdasarkan data ini, peneliti memposisikan informan kedalam tiga kategori, menurut Stuart Hall; dominansi hegemonik, posisi yang dinegosiasikan dan posisi yang menentang. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis dari penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan sepuluh informan sebanyak enam informan perempuan dan empat informan laki – laki yang memiliki usia 13-38 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa enam dari sepuluh termasuk kedalam kategori dominant hegemonic, sedangkan empat lainnya berada pada kategori negosiasi (Achsan & Wibowo, 2023).



Tabel II.2 Penelitian Terdahulu

|   |                  |  |
|---|------------------|--|
| 1 | Peneliti         | Marlita Shela Rahmayanti, Dian Resha Rambe, Warhi Pandapotan (2022)  |
|   | Judul            | Representasi Pesan <i>Selflove</i> dalam lirik lagu “Tutur Batin” Karya YuraYunita ( Analisis Semiotika Roland Barthes Lirik Lagu Tutur Batin)   |
|   | Jenis Penelitian | Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.   |
|   | Perbedaan        | Pada penelitian menggunakan teori analisis Roland Barthes  |
|   | Persamaan        | Untuk mengetahui <i>self love</i> mengenai proses penerimaan diri khususnya pada perempuan   |
|   | Hasil            | Hasil dari penelitaian ini menunjukkan adanya pesan <i>selflove</i> yang disampaikan oleh pencipta lagu, khususnya mengenai proses penerimaan diri sendiri yang sangat kompleks sesuai dengan apa yang banyak dialami oleh perempuan |
| 2 | Peneliti         | Dewi Lisiana, Gustuyarni Mutiara (2023)  |
|   | Judul            | Pesan <i>Selflove</i> Dalam Lagu “Tutur Batin” Karya Yura Yunita   |
|   | Jenis Penelitian | Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif.  |

|   |                  |  |
|---|------------------|--|
|   | Perbedaan        | Penelitian ini menggunakan teori analisis Roland Barthes   |
|   | Persamaan        | Bagaimana proses mengenai penerimaan diri seorang perempuan, mengingat banyak sekali problematik yang dialami oleh perempuan mengenai kecemasan, depresi, ketakutan, beauty standart, toxic femininity                                 |
|   | Hasil            | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pesan <i>self love</i> yang ingin disampaikan pencipta lagu, mengenai bagaimana proses penerimaan diri yang kompleks dimana banyak permasalahan yang sering dialami oleh perempuan. |
|   |                  |  |
| 3 | Peneliti         | Valida Achsani, Arif Ardy Wibowo<br>(2023)   |
|   | Judul            | Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip “Tutur Batin” Karya Yura Yunita   |
|   | Jenis Penelitian | Penelitian pada skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif  |
|   | Perbedaan        | Penelitian ini menggunakan Analisa Resepsi menurut Stuart Hall kedalam tiga kategori yaitu <i>dominant hegemonic position, negotiated position dan oppositional position</i> .   |

|           |   |
|-----------|---|
| Persamaan | Untuk mengetahui bagaimana khalayak melihat dan menerima pesan tentang kepositifan tubuh melalui video klip lagu “Tutur Batin” milik Yura Yunita.   |
| Hasil     | Dari sepuluh informan yang diteliti, enam berada dikategori dominan hegemonic, empat lainnya berada pada posisi negosiasi, dan tidak ditemukan informan yang berbeda yang berada dalam posisi berlawanan. |

### II.1.2 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987), bahwa kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang sudah terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu terhadap khalayak yang berjumlah besar secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu (dalam Venus, 2019:9). Pembuat keputusan pun mempunyai dua pilihan, yaitu: pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yakni melalui saluran media tertentu yang membentuk pendapat umum lalu memberikan dukungan terhadap kegiatan kampanye tersebut. Kampanye tidak hanya memengaruhi dengan kata-kata, tetapi juga dengan beragam kegiatan yang memungkinkan atau mengarahkan publik untuk segera melakukan tindakan.

Merujuk dari defenisi tersebut maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus memiliki beberapa hal, antara lain; tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi. Selain itu, kampanye juga harus memiliki

karakteristik lain yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggungjawab suatu produk kampanye, sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan (Venus, 2019:10).

### **II.1.2.1 Pesan Kampanye**

Pesan kampanye merupakan sarana yang akan membuat sasaran kampanye mengikuti tujuan atau hasil dari program kampanye tersebut. Agar hasil yang dicapai sesuai dengan apa yang diharapkan, maka pesan kampanye harus disusun berdasarkan tujuan yang sudah ditetapkan (Duku, 2013:3). Pesan kampanye yang disampaikan harus berdasarkan fakta yang terjadi. Pesan juga harus disampaikan secara bijak dan kreatif agar dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan pesan kampanye tersebut.

Titik fokus kampanye terletak pada pengelolaan pesan, pada dasarnya kampanye merupakan penyampaian dari pengirim pesan kampanye kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut biasanya dapat disampaikan melalui berbagai bentuk, seperti poster, spanduk, billboard, *motion graphic*, film, berita, pidato, iklan, diskusi, *press relase* dan selebaran. Apapun bentuk pesan kampanye selalu menggunakan simbol,

baik verbal ataupun non verbal yang diharapkan dapat mengundang respon dari khalayak (Venus, 2019:101).

Sepuluh karakteristik yang menjadi pesan yang menjadi ciri pesan kampanye;

1. Pesan kampanye harus memiliki *overlapping of interest* atau irisan kepentingan yang harus diperhatikan para perancang pesan kampanye. Beberapa riset menyimpulkan bahwa khalayak adalah orang-orang yang cenderung bertindak berdasarkan kepentingannya sendiri.
2. Pesan kampanye harus jelas, ringkas, *memorable*, dan *readable*
3. Pesan kampanye harus bersifat argumentatif, adanya alasan mengapa seseorang harus melakukan sesuatu sesuai yang disarankan dengan pelaku kampanye.
4. Pesan kampanye harus etis dan dapat dipercaya.
5. Pesan harus bersifat konkret dan berkaitan langsung dengan masalah, dapat diartikan sebagai sesuatu yang mudah dipahami oleh khalayak.
6. Pesan kampanye bersifat repetisi, berarti pesan-pesan yang terdapat dalam kampanye harus ditekankan dan dapat tertanam didalam benak sasaran kampanye.
7. Pesan kampanye bersifat kohoren yang berkaitan dengan adanya konsistensi yang logis antara pesan yang disampaikan dengan khalayak yang beragam.
8. Pesan kampanye harus bersifat segmentatif. Khalayak sasaran kampanye terdiri dari berbagai orang yang memiliki karakter yang

berbeda. Namun dari perbedaan tersebut dapat membantu pelaku kampanye melakukan pengelompokan khalayak.

9. Pesan kampanye harus memperlihatkan perbedaan.
10. Pesan kampanye harus memberikan solusi dan arahan tindakan kampanye yang dapat menciptakan perubahan.

Dari sepuluh ciri atau karakteristik pesan kampanye tersebut dapat digunakan sebagai pedoman awal bagi perancang kampanye dalam menentukan pesan yang akan ditunjukkan kepada khalayak (Venus, 2019:105-107)

### **II.1.2.2 Tujuan Kampanye**

Beragam tujuan kampanye bisa tercapai dengan menggunakan berbagai program kampanye. Tujuan kampanye hanya dapat dicapai apabila khalayak mengerti dan memahami pesan yang disampaikan. Kampanye memiliki tujuan yang dikenal sebagai 3A, yaitu;

1. Awareness

Memberikan pengetahuan dan menumbuhkan kesadaran kepada khalayak terhadap permasalahan.

2. Attitude

Menumbuhkan rasa peduli dan mendukung atas permasalahan yang terjadi.

3. Action

Melakukan tindakan yang nyata serta dapat berbuat sesuatu dalam mengatasi permasalahan (Octavia, 2022:16)

### II.1.2.3 Jenis Kampanye

Jenis kampanye pada dasarnya adalah membicarakan motivasi yang menjadi latar belakang diselenggarakannya kampanye. Motivasi tersebut yang kemudian akan menentukan ke arah mana kampanye akan digerakkan dan seperti apa tujuan yang ingin dicapai. Charless U, Larson (1992) kemudian membagi menjadi tiga kategori, yakni sebagai berikut:

1. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk dan biasanya dilakukan sebagai kegiatan komersil kampanye pemasaran. Motivasi yang menjadi dasar dari kampanye ini adalah keuntungan finansial.

2. *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye berorientasi kandidat pada umumnya memiliki motivasi untuk meraih kekuasaan politik. Tujuannya untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap calon atau kandidat agar mendapatkan kedudukan jabatan politik yang diperebutkan.

3. *Ideologically or Cause Oriented Campaigns*

Jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan yang bersifat khusus dan umum yang berdimensi pada perubahan sosial. Kampanye ini ditunjukkan untuk mengatasi masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang berkaitan (Venus, 2019:16-18).

### **II.1.2.3 Media Saluran Kampanye**

Klingemann dan Rommele (2002) mengartikan saluran kampanye sebagai segala bentuk yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak (Venus, 2019:141). Pesan Kampanye dapat dikomunikasikan lewat media elektronik, media cetak dan media sosial internet. Pesan tersebut memiliki bentuk banner, iklan, poster dan lain sebagainya.

Media merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikatif dengan komunikasi. Memilih media kampanye dapat dipilih berdasarkan isi pesan. Media sebagai alat kampanye dibedakan menjadi 3, sebagai berikut:

- 1) Media Massa: seperti media cetak dan media elektronik
- 2) Media Internet: seperti media sosial, website, hastag
- 3) Media Khusus: seperti logo, nama perusahaan, iklan.

### **II.1.2.4 Efek Kampanye**

Berikut merupakan beberapa efek dari pesan kampanye antara lain,

- 1) Perubahan pada tingkat pemikiran atau kesadaran (Kognitif) merupakan tahap yang merujuk kepada kemampuan seseorang yang mencakup proses berpikir, belajar, memahami, dan mengingat. Hal tersebut melibatkan berbagai fungsi otak seperti perhatian, persepsi, memori penalaran, dan pengambilan keputusan. Kesadaran kognitif memungkinkan seseorang untuk mengenali informasi serta menggunakannya untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan.



2) Perubahan pada sikap atau opini (Afektif) adalah tahapan yang merujuk pada perubahan dalam perasaan, emosi, atau sikap seseorang terhadap sesuatu. Dapat mencakup perubahan dalam perasaan suka atau tidak suka, pendapat, nilai, dan keyakinan. Faktor yang dapat mempengaruhi perubahan afektif ini meliputi pengalaman pribadi, interaksi sosial, informasi baru atau peristiwa penting dalam kehidupan seseorang. Perubahan ini bisa terjadi secara bertahap atau secara tiba-tiba, tergantung kepada konteks dan intensitas yang mempengaruhi.

3) Perubahan dalam perilaku (Behavior) yaitu mengacu pada perubahan dalam tindakan atau respon seseorang terhadap situasi atau suatu rangsangan tertentu. Perubahan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya faktor pengalaman, pengaruh sosial, perubahan dalam lingkungan atau intervensi seperti pelatihan tertentu. Perubahan perilaku dapat berupa peningkatan atau penurunan suatu tindakan. Mengadopsi perilaku baru dan menghentikan perilaku lama (Venus, 2004:10).

## **II.2 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah suatu abstraksi penggambaran dari hubungan konsep-konsep yang diungkapkan dalam kata-kata yang dapat membantu pemahaman. Sub-bab ini disediakan untuk menampilkan keterkaitan antara konsep yang tergambar secara abstrak sehingga konsep tersebut lebih mudah dipahami.

### **II.2.1 *Body Positivity***

*Body positivity* merupakan pernyataan bahwa setiap orang berhak memiliki citra tubuh yang positif, terlepas dari bagaimana masyarakat memandang bentuk, ukuran, maupun penampilan yang ideal. Itu artinya setiap orang berhak menerima penampilan dirinya sendiri, meski masyarakat menciptakan standar kecantikan yang berbeda dengan penampilan fisiknya. Kepositifan tubuh atau *body Positivity* merupakan kombinasi dari percaya diri, citra tubuh yang positif dan juga penerimaan bentuk tubuh. Gerakan ini juga mendorong agar individu lebih menerima dan merasakan nyaman dengan bentuk tubuhnya tanpa memandang berat, ukuran dan bentuk lainnya pada tubuh (Anisa & Winduwati, 2021:3).

Jika sudah memahami makna dari *body positivity*, maka akan menjadi nilai positif bagi setiap individu. Sebab, seseorang akan memandang dirinya sudah lebih dari cukup serta tidak mudah menilai orang lain dari penampilan fisiknya saja. *Body positivity* juga dapat menandakan semua orang berhak memiliki citra tubuh yang positif. Hal ini juga tidak terlepas dari standar kecantikan yang dibentuk oleh orang Indonesia tentang tubuh yang ideal. Terdapat beberapa tujuan *body positivity* diantaranya untuk menentang bagaimana masyarakat memandang bentuk tubuh, membangun kepercayaan diri, mempromosikan sikap penerimaan diri atas standar tubuh yang tidak realistis (Achsani & Wibowo, 2023).

### **II.2.2 *Self Love***

*Self love* adalah tindakan bagaimana kita bisa menerima dan mengapresiasi diri sendiri dengan apa adanya yang tumbuh dari setiap aktivitas yang dapat mendukung fisik, psikis dan proses spiritual (Bestari dkk., 2023:6).

*Self love* merupakan istilah populer yang sering terdengar saat berkomunikasi sehari – hari seperti “ Kamu harus bisa cinta sama diri kamu sendiri, kamu itu sudah diciptakan sempurna oleh Tuhan”. Tetapi apakah sudah benar-benar memahami kata-kata yang tersebut. *Self love* tidak hanya semata mata merasa lebih baik, akan tetapi dapat mengapresiasi diri sendiri dari segala hal. *Self love* merupakan suatu perumpamaan yang perlu dibangun dan di pahami sehingga seseorang bisa lebih menghargai dan mencintai dirinya sendiri. *Self Love* juga mengajarkan bahwa siapapun harus menerima kekurangan dan kelebihan diri serta memiliki kesabaran dalam menghadapi diri sendiri, dan tidak perlu lagi menjelaskan kekurangan diri kepada orang lain.

*Self love* merupakan cinta diri yang memiliki makna positif, namun *self love* yang berlebihan juga dapat memunculkan sikap narsistik. *Self love* berarti peduli dan bertanggung jawab atas dirinya sendiri. Selain itu *self love* juga menjadi pembelajaran bagi individu untuk bertindak positif dengan berbagai alasan, salah satunya jika ingin mencintai tulus kepada orang lain maka harus mencintai diri sendiri terlebih dahulu.

Menurut (Maulita, 2020:5) *Self Love* memiliki 4 aspek, yaitu:

#### 1. *Self Awareness*

*Self Awareness* merupakan kunci kecerdasan emosional. Seseorang yang mempunyai kecerdasan emosional akan cepat memproses tindakan yang efektif untuk bisa menyelesaikan masalah. Hal ini

juga dapat terhindar dari perasaan dan tindakan yang tidak diinginkan dari diri sendiri.

#### 2. *Self Worth*

*Self Worth* dapat dikatakan sebagai keyakinan yang dimiliki seseorang tentang segala hal yang baik dari dalam diri. Kebaikan dalam diri dan kasih sayang yang ditunjukkan kepada orang lain merupakan ekspresi dari *self worth*.

#### 3. *Self Esteem*

*Self Esteem* merupakan hasil dari rasa *self worth* yang tinggi. *Self esteem* juga bisa dikatakan sebagai kualitas diri serta pencapaian. *Self esteem* berhubungan dengan perasaan yang cukup dan nyaman dengan diri sendiri dengan apa yang dimiliki serta keberadaan kita.

#### 4. *Self Care*

*Self care* lebih berhubungan dengan segala tindakan yang kita gunakan untuk menjaga kesehatan fisik dan melakukan hal-hal yang disukai.

### **II.2.3 Video Klip**

Video klip merupakan sebuah rekaman singkat yang menggambarkan visual dari sebuah lagu atau karya audio lainnya. Biasanya, video klip diproduksi sebagai alat untuk mempromosikan lagu tersebut, meskipun beberapa juga dapat dianggap sebagai karya seni independen. Video klip dapat berupa kombinasi dari adegan berbagai aksi, liputan studio, gambar animasi, atau kombinasi dari semuanya, yang disesuaikan dengan tema, pesan, atau nuansa yang ingin

disampaikan oleh lagu tersebut. Dalam industri musik modern, video klip sering kali merupakan bagian integral dari kampanye pemasaran untuk mendukung perilisan sebuah lagu dan mendapatkan perhatian dari penonton melalui platform online seperti YouTube, Video, dan lainnya (Rini & Fauziah, 2019:2)

Seiring perkembangan zaman maka media sosial juga berkembang dengan pesat dimana banyaknya platform yang sudah ada, tidak hanya menggunakan gambar visual tetapi sudah banyak menggunakan video. Dimana dengan menggunakan video pemilik atau seseorang yang ingin menyampaikan sesuatu lebih efektif dan lebih mudah dibandingkan dengan menggunakan gambar.

#### **II.2.4 Kepercayaan Diri**

Lausther (1992) mendefinisikan kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman. Kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang akan menyakinkan kemampuan diri sendiri sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendaknya (dalam Ghufroon & Risnawita, 2012:34).

Kepercayaan diri merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu yang membuat dirinya tidak perlu membandingkan dirinya dengan orang lain. Seseorang perlu menunjukkan kemampuan bisa melakukan segala hal agar tidak dianggap remeh oleh orang lain. Percaya diri juga dapat diartikan sebagai kepercayaan akan kemampuan diri sendiri dan menyadari bahwa kemampuan diri dapat dimanfaatkan secara tepat. Percaya diri memiliki nilai positif yang akan menghasilkan motivasi dalam diri untuk lebih menghargai diri sendiri (Mulya dkk., 2020:2)

Kepercayaan diri merupakan hal wajib yang seharusnya dimiliki oleh semua orang. Percaya diri merupakan hasil percampuran antara pikiran dan perasaan yang dapat melahirkan perasaan nyaman terhadap diri sendiri (Mildawani, 2014:2). Adanya rasa percaya diri seseorang akan mampu meraih segala keinginan yang ada dalam hidupnya. Dengan percaya diri seseorang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Kurangnya percaya diri akan membuat seseorang menjadi pesimis dalam menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari dan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain.

#### **II.2.4.1 Aspek Kepercayaan Diri**

Individu yang memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi akan terlihat lebih tenang dan cenderung tidak memiliki rasa takut dan mampu menampilkan rasa kepercayaan dirinya setiap saat. Laushter menyebutkan bahwa orang yang memiliki kepercayaan diri yang positif adalah sebagai berikut:

1. Keyakinan kemampuan diri

Keyakinan kemampuan diri adalah sikap seseorang tentang dirinya melakukan segala hal dengan sungguh-sungguh.

2. Optimis

Selalu berpandangan baik terhadap segala hal tentang diri dan kemampuannya.

3. Objektif

Memandang permasalahan sesuai dengan kebenaran yang seharusnya dan bukan menurut pandangan pribadi.

4. Bertanggung jawab

Bersedia menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.

5. Rasional dan realistis

Menganalisis permasalahan berdasarkan fakta dan menggunakan pemikiran yang masuk akal (Ghufron & Risnawita, 2012:36)

#### **II.2.4.2 Faktor Kepercayaan Diri**

a. Konsep diri

Menurut Anthony (1992) terbentuknya kepercayaan diri pada seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dari pergaulannya dalam suatu kelompok. Hasil interaksi yang terjadi akan menghasilkan konsep diri.

b. Harga Diri

Konsep diri yang positif akan membentuk harga diri yang positif juga. Harga diri merupakan penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Tingkat harga diri akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

c. Pengalaman

Pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri (Ghufron, 2012)

## II.2.5 Ketidakpercayaan Diri

Ketidakpercayaan diri dapat didefinisikan dimana seseorang merasa takut, gelisah dan merasa tidak mampu akan kemampuan dirinya. Perasaan tidak percaya diri tersebut dapat dipicu dari perasaan kecewa yang dirasakan. Seseorang yang mengalami ketidakpercayaan diri akan menganggap bahwa dirinya ditolak, putus asa, dan merasa diasingkan. Perasaan tersebut tidak dapat dikendalikan karena dirinya selalu berpikir sempit dan selalu merasa bersalah. Perasaan malu dan kurang percaya diri dalam diri seseorang dimana seseorang tersebut sangat peduli terhadap penilaian orang lain (Mega, 2023:17). Oleh karena itu sangat penting bagi seseorang memiliki lingkungan yang mendukung karena dengan lingkungan yang mendukung akan membuat seseorang merasa nyaman dan aman. Berikut merupakan macam-macam perasaan yang mempengaruhi seseorang tidak percaya diri:

1. Takut

Ketakutan yang didasari dari sekumpulan perasaan dimana seseorang tersebut akan takut untuk menghadapi kekecewaan dan merasa tidak sanggup akan tekanan yang ada pada hidupnya.

2. Cemas

Kecemasan adalah suatu kondisi yang dirasakan oleh seseorang dimana seseorang tersebut merasa sangat ketakutan dan akan selalu memikirkan hal yang belum pasti akan terjadi.



### 3. Rendah Diri

Rendah diri dimana seseorang akan merasa tidak berguna dan selalu menganggap dirinya gagal. Seseorang yang merasa rendah diri akan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain (Siregar & Abidin, 2023:4).

## II.3 Pokok Penelitian

Pokok penelitian bisa disebut juga sebagai ruang lingkup penelitian. Dibuat dengan tujuan agar penelitian tidak terlalu sempit dan tidak terlalu luas dengan mengikuti ketetapannya. Ruang lingkup pada penelitian ini dibuat sebagai berikut:

### 1. Subjek Penelitian

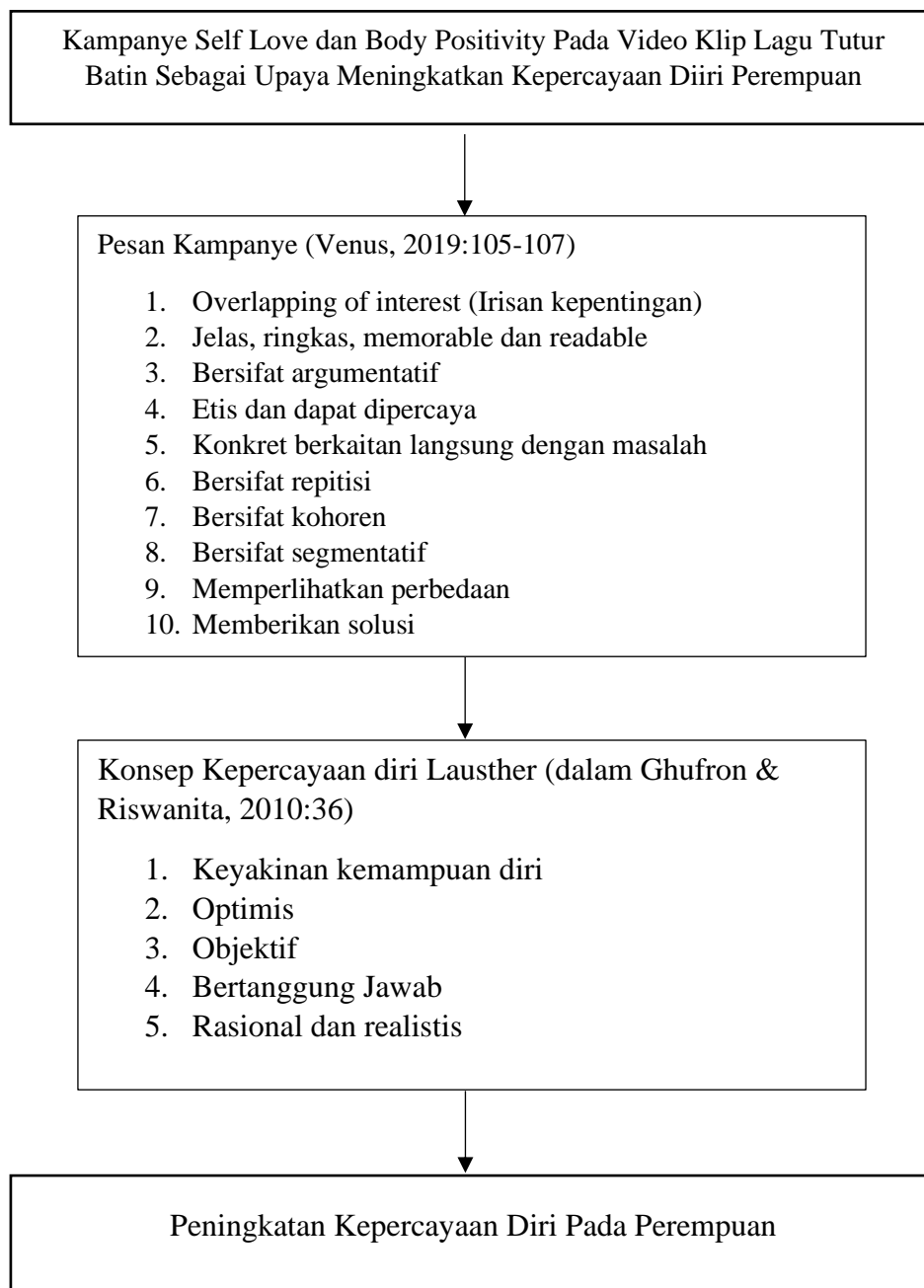
Subjek dari penelitian ini adalah perempuan yang memiliki rasa ketidakpercayaan diri yang berbeda berdasarkan standar kecantikan Indonesia yang kemudian akan dijadikan sebagai sumber data yang akan diteliti oleh peneliti.

### 2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah suatu permasalahan yang sering dialami oleh perempuan tentang ketidakpercayaan diri yang akan dijadikan sebagai pokok bahasan dalam penulisan untuk menyusun laporan tugas akhir. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kampanye *self love* dan *body positivity* pada video klip lagu tutur batin dapat meningkatkan kepercayaan diri.

## II.4 Alur Pikir

Alur pikir merupakan dasar pemikiran peneliti yang disusun berdasarkan fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Berikut merupakan alur pemikiran atau kerangka pikir penulis,



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **III.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini berformat deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menjabarkan secara se jelas jelasnya berdasarkan fenomena dan masalah yang ada. Menurut Lexsy J. Meleong (2014) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata baik secara lisan atau tulisan (Ansori, 2019:9). Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan makna, maka peneliti harus mampu memberikan makna atau interpretasi terhadap fakta yang diperoleh (Sugiyono, 2022:9).

Penelitian deskriptif kualitatif ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu fenomena. Hasil dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola fenomena yang sedang dibahas (Kusumastuti dkk, 2020:4). Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa jenis penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian sistematis yang digunakan untuk meneliti atau mengkaji suatu subjek pada latar yang alamiah tanpa mengubahnya atau menguji hipotesis hipotesis. Hasil penelitian dari metode alamiah diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan kuantitas tetapi dari segi makna (kualitas) dari fenomena yang diamati.

#### **III. 2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan oleh penulis adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihasilkan atau diperoleh dari informan secara langsung. Yang termasuk kedalam data primer adalah hasil wawancara dan hasil dari temuan-temuan yang ditemukan saat melaksanakan proses penelitian.

## 2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data mendukung data primer yang sumbernya berasal dari jurnal, buku dan dokumen lainnya yang masih berkaitan dengan masalah penelitian

### **III.3 Informan Penelitian**

Pada penelitian kualitatif menggunakan kata informan atau tidak menggunakan istilah populasi. Informan tersebut nantinya akan diwawancarai secara mendalam secara mendalam yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Informan pada penelitian ini ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Informan yang dipilih harus benar-benar memahami dan dapat memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Informan tersebut merupakan individu perempuan dengan memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki usia remaja dengan rentan usia 17-25.
2. Memiliki bentuk tubuh yang kurus dan tidak kurus.
3. Memiliki kulit putih dan tidak putih.
4. Memiliki postur tubuh tinggi dan tidak tinggi.

5. Memiliki kulit wajah berjerawat dan tidak berjerawat.
6. Informan yang memiliki rambut lurus dan tidak lurus.
7. Memiliki bentuk tubuh yang berbeda (Disabilitas).
8. Informan yang sedang berada pada fase toxic relationship.

Klasifikasi informan tersebut memiliki bentuk penampilan yang berbeda beda. Klasifikasi atau kriteria informan tersebut didapatkan dari berbagai sumber. Sumber tersebut didapatkan dari berbagai website yang berisi hasil survei mengenai ketidakpercayaan diri Indonesia, artikel yang menyebutkan standar kecantikan di Indonesia, artikel berisi klasifikasi umur remaja, sumber buku yang menyebutkan bahwa seseorang memiliki penampilan yang berbeda (Disabilitas) yang merasa dirinya tidak percaya diri dan berdasarkan contoh tokoh pada video klip lagu Tutur Batin.

Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* (Sampel Pertimbangan) dan bukan dipilih secara acak. Teknik *Purposive Sampling* ini merupakan pemilihan untuk menentukan subjek penelitian yang dianggap tepat dan sesuai untuk kebutuhan penelitian. Dimana subjek penelitian tersebut dipilih untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Keuntungan menggunakan *purposive sampling* ini adalah akan lebih mudah tanpa harus menggunakan kerangka sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih sebanyak 12 Informan dengan berdasarkan kriteria yang telah disebutkan untuk dapat memberikan informasi.

Informasi tersebut akan dihasilkan dari wawancara yang dilakukan dengan proses tanya jawab yang searah.

### **III.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk menfapatkan data. Sehubungan dengan penelitian ni makan untuk memperoleh data peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya,

#### **1. Observasi**

Tujuan data observasi adalah untuk mendeskripsikan latar yang di observasi yang dilakukan dengan suatu pengamatan yang disertai dengan pencatatan terhadap suatu keadaan pada objek sasaran. Oleh karena itu melalui teknik observasi ini peneliti berpartisipasi untuk terjun langsung ke lapangan dan mengamati apakah video klip lagu tersebut memberikan dampak untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang setelah menonton dan mendengarkan video klip lagu tersebut.

#### **2. Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan antar dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab secara lisan untuk menciptakan makna tentang suatu topik tertentu. Dengan menggunakan beberapa pertanyaan, metode wawancara ini akan memungkinkan peneliti untuk berbicara secara mendalam dan mendapatkan informasi secara langsung dari informan. Wawancara yang dilakukan dalam

penelitian ini ditunjukkan kepada subyek penelitian yakni individu perempuan yang akan dijadikan sebagai informan langsung.

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen seperti dokumen tertulis, gambar, dan elektronik. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian akan lebih kredibel dan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumentasi bersama narasumber. Dalam penelitian ini dokumentasi yang akan digunakan berupa foto bersama informan yang bertujuan sebagai pelengkap data.

## **III. 5 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam jenis penelitian kualitatif dilakukan pada saat mengumpulkan data secara langsung dan pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam menganalisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya penuh. Aktivitas analisis data menurut Miles and Huberman (Sugiyono, 2022:322-325) adalah sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Kegiatan mereduksi data mentah yang sudah dikumpulkan dari observasi dan wawancara lalu diklasifikasikan dan kemudian diringkas agar lebih mudah untuk dipahami. Reduksi data ini merupakan suatu analisis

yang bertujuan untuk memilih, memfokuskan, mempertajam, membuang data yang tidak perlu dan menyusun data dengan semdemikian rupa hingga dapat menarik kesimpulan akhir. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan kedalam berbagai macam cara, yakni: dengan melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian, menggolongkan dalam pola yang lebih luas dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini hasil wawancara dengan informan individu perempuan dicatat dan diuraikan kemudian akan menghasilkan data yang mudah dapat dipahami.

## 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian, bagan dan hubungan antar kategori. Yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang mudah diraih atau dipahami. Data yang dihasilkan langsung dari informan akan disajikan kedalam bentuk uraian yang mudah dipahami.

## 3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum ada sebelumnya. Kesimpulan awal yang dikemukakan sebelumnya masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten pada saat penelitian kembali



maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Pada kesimpulan penelitian ini memuat berupa fakta yang terjadi yang dihasilkan dari proses pengumpulan data.

### **III.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran secara langsung dari keseluruhan penelitian, maka dapat dibuat sistematika penelitian. Sistematikan penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan merupakan garis besar dari keseluruhan pola berpikir yang dituangkan kedalam konteks yang jelas, meliputi:

I.1 Latar Belakang

I.2 Rumusan Masalah

I.3 Tujuan Penelitian

I.4 Manfaat Penelitian

BAB II Tinjauan Pustaka merupakan tinjauan mengenai teori yang digunakan dan gambaran umum, meliputi:

II.1 Kerangka Teori

II.2 Penelitian Terdahulu

II.3 Definisi Konseptual

II.4 Alur Pikir

BAB III Metode Penelitian menjelaskan mengenai metode penelitian , meliputi:

### III.1 Jenis Penelitian

### III.2 Sumber Data

### III.3 Informan Penelitian

### III.4 Teknik Pengumpulan Data

### III.5 Teknik Analisis Data

### III. Sistematika Penulisan

BAB IV Berisi Deskripsi Objek Penelitian, pada BAB ini menjelaskan tentang objek penelitian yang peneliti ambil agar dapat memudahkan pembaca mengetahui secara jelas mengenai objek penelitian.

#### IV.1 Profil penyanyi

#### IV.2 Lagu Tegur Batin

#### IV.3 Video Klip Lagu Tegur Batin

BAB V Hasil Penelitian, pada BAB ini berisi hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan berdasarkan instrumen yang peneliti lakukan.

#### V.1 Hasil Penelitian

#### V.2 Informasi Informan

#### V.3 Temuan Peneliti

BAB VI Pembahasan, pada BAB ini berisikan mengenai deskripsi pembahasan dari hasil penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang sudah ditentukan.

VI.1 Teori Konsep Pesan kampanye

VI.2 Hasil Wawancara Berdasarkan Teori Konsep Kepercayaan diri

BAB VII Penutup, pada BAB ini berisi tentang kesimpulan dan ringkasan yang diperoleh dari hasil pembahasan penelitian. BAB ini juga terdapat kritik dan saran agar dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

VII.1 Kesimpulan

VII.2 Saran

## BAB IV

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### IV.1 Profil Penyanyi

Gambar IV. 1 Gambar Penyanyi Yura Yunita



Yunita Rachman atau yang biasa dikenal sebagai Yura Yunita merupakan penyanyi solo wanita dan pencipta lagu yang berasal dari Indonesia. Wanita kelahiran Bandung, 9 Juni 1991 ini memiliki hobi bernyanyi dan memainkan piano sedari kecil. Yura merupakan alumni dari Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Saat berusia 23 tepatnya pada tahun 2014, Yura sudah menjadi duta dari portal musik Bagus Indonesia yang dibuat oleh mendiang Glenn Fredly ([https://id.wikipedia.org/wiki/Yura\\_Yunita](https://id.wikipedia.org/wiki/Yura_Yunita), 8 Juni 2024).

Album pertama Yura terpilih sebagai 6 besar Album Indonesia terbaik menurut Rolling Stone Indonesia. Selain itu, Yura juga menjadi salah satu kandidat dari 4 kandidat best *female singer* versi HAI Magazine. Sukses dengan album pertamanya, Yura membuat konser tunggal pertamanya yang memiliki tema balada sirkus. Yura Yunita semakin dikenal dengan karakternya yang lincah saat

menyanyikan lagu, berbeda dengan penyanyi wanita lainnya. Konser tersebut sukses tiketnya terjual habis. Konser pertamanya berhasil dijadikan yura sebagai motivasi untuk terus berkarya dan maju (<https://www.viva.co.id/siapa/,-yura-yunita>, 8 Juni 2024).

Yura Yunita memiliki 3 Album sejak tahun 2014 hingga yang terakhir tahun 2021, saat ini Yura belum merilis lagu album barunya. Ketiga album tersebut, antara lain;

### **Album Yura (2014)**

Memiliki 9 lagu, diantaranya;

1. Balada Sirkus
2. Keruh Di Air Jenuh
3. Cinta Dan Rahasia
4. Jester Suit
5. Superlunar
6. Get Along with You
7. Itu kamu
8. Kataji
9. Berawal Dari Tatap

### **Album Merakit (2018)**

Memiliki 12 lagu, diantaranya;

1. Takkan Apa
2. Apakah Kamu

3. Buka Hati
4. Kata Hilang Makna
5. Dekap
6. Intuisi
7. Harus Bahagia
8. Merakit
9. Malam Sepi
10. Get Along With You (Versi studio live)
11. Get Along With You (Versi piano)
12. Cinta Dan Rahasia (Versi *Orchestra*)

**Album Tuter Batin (2021)**

Memiliki 11 lagu, diantaranya;

1. Dunia Tipu Tipu
2. Bandung
3. Hobi Ghosting
4. Mau Kemana
5. Sudut Memori
6. Tenang
7. Tuter Batin
8. Duhai Sayang
9. Hooalala
10. Mulai Melangkah

## 11. Andai Saja

(sumber: <https://www.deezer.com/en/artist/5716969>, 9 Juni 2024).

### IV.2 Lagu Tuter Batin

|               |                             |
|---------------|-----------------------------|
| Penyanyi      | : Yura Yunita               |
| Pencipta      | : Yura Yunita & Donne Maula |
| Genre         | : Pop                       |
| Durasi        | : 3.35                      |
| Tanggal Rilis | : 22 Oktober 2021           |
| Produser      | : Ari Renaldi               |
| Label         | : Merakit                   |

Lewat lagu tuter batin ini yura meraih penghargaan pada Anugerah Musik Indonesia sebagai artis solo wanita terbaik dan dinominasikan untuk karya produksi terbaik dan pencipta lagu pop terbaik. Lagu tuter batin merupakan single yura yunita dari album Tuter Batin.

Lirik lagu tuter batin menggambarkan perjuangan seorang perempuan yang selalu berjuang dan tidak menyerah dengan keadaannya. Lagu tersebut memiliki banyak makna salah satunya adalah untuk mengingatkan kita sebagai makhluk ciptaan Tuhan yang diciptakan dengan kesempurnaan dan memiliki keunikan yang berbeda-beda. Lagu ini juga diciptakan untuk memberikan energi positif bagi perempuan yang sedang terjebak pada rasa ketidakpercayaan pada dirinya. Tanpa disadari sebenarnya seseorang berharga dengan kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, Yura mengajak untuk selalu bersyukur dengan menerima diri sendiri

dengan baik dan menyakinkan bahwa perempuan bisa membuat atau membuka jalannya sendiri dari semua yang mencoba menutupi (<https://decode.uai.ac.id/love-yourself/>, 15 Juni 2024).

Lagu tutur batin memiliki lirik sebagai berikut:

*Bagaimanakah kabar diriku? Baik-baik saja  
Sedikit ku takjub, namun, nyatanya sudah kuduga  
Kau yang ke sana-kemari, kau anggap aku tak cukup  
Semua kesempatan dan langkahku coba kau tutup*

*Tutur batinku tak akan salah  
Silakan pergi, ku tak rasa kalah  
Namun, percayalah, sejauh mana kau mencari  
Takkan kau temukan yang sebaik ini*

*Kau yang ke sana-kemari, kau anggap aku tak cukup  
Semua kesempatan dan langkahku coba kau tutup  
'Kan kubuat jalanku sendiri  
Tutur batinku tak akan salah  
Silakan pergi, ku tak rasa kalah  
Namun, percayalah, sejauh mana kau mencari  
Takkan kau temukan yang sebaik ini*

*Aku tak sempurna Tak perlu sempurna  
Akan kurayakan apa adanya  
Aku tak sempurna Tak perlu sempurna  
Akan kurayakan apa adanya Aku tak sempurna  
Tak perlu sempurna  
Akan kurayakan apa adanya...*



*Tutur batinku tak akan salah  
Silakan pergi, ku tak rasa kalah  
Namun, percayalah, sejauh mana kau mencari  
Takkan kau temukan yang sebaik ini  
Takkan kau temukan yang sebaik ini  
Jiwa yang terbaik itu hanya  
Aku*

### IV.3 Video Klip Lagu Tuter Batin

Gambar IV. 2 Gambar Musik Video Klip Lagu Tuter Batin



Tanggal Rilis : 7 Maret 2022

Eksekutif Produser : Yura Yunita , Merakit Company

Direktur : Gianni Fajri

Rumah Produksi : Miura Films

Pemeran :Shabrina Maharani (Riana), Vina Ngelina (Tata), Abriani Ori Ratnasari (Mutia), Gita maharani (kakang riana), Heny Shanti (ibu riana), Yan Karya (ayah riana), Yunia Dian (teman tata 1), Bianca Ayu (teman tata 2), Harindra Pasimpangan (suami mutia), Lavani (anak mutia), Oliv Talla, Lita Suarianti, Nasywa Lila, Indah Yani, Raniya Janmine.

Penyanyi perempuan asal Indonesia yang bernama Yura Yunita menciptakan sebuah lagu dan menyanyikannya untuk mengajak semua orang agar lebih mencintai diri sendiri dan menerima bentuk tubuh. Lagu tersebut berjudul Tutar Batin yang Yura Yunita tulis bersama suaminya Donne Maula. Lagu turtur batin menggambarkan bagaimana proses seseorang menjalani kehidupan dengan berbagai permasalahan hidup hingga dapat merayakannya. Tutar Batin merupakan lagu dari album ketiga yura yang memiliki judul yang sama yaitu Tutar Batin.

Yura merilis *music videonya* pada 7 Maret 2022 yang kebetulan bertepatan dengan hari perempuan sedunia. Video klip tersebut rilis setelah perilisan lagu Tutar batin pada oktober 2021. Pada hari perilisannya video klip lagu tutur batin sempat menempati posisi trending ke-8 di *Youtube*. Video klip tersebut diunggah di kanal *Youtube* Yura Yunita dan sudah ditonton sebanyak 27.227.264 disukai sebanyak 622.000 dan memiliki komentar sebanyak 14.791 sejak tanggal lirisnya pada 7 Maret 2022 hingga saat ini.

Melalui video klip ini, Yura menampilkan rasa tekanan batin yang dirasakan oleh perempuan dari berbagai persoalan mulai dari standar kecantikan, ketidaksetaraan antara perempuan dan laki-laki hingga mengalami kekerasan. Yura ingin mempersembahkan video musik "Tutar Batin" sebagai kado manis untuk para perempuan. Dalam mengerjakan musik video ini Yura menggandeng Gianni Fajri seorang sutradara perempuan. Yura memilihi Gian sebagai sutradara karena memiliki alasan bahwa video musik Tutar Batin dapat disampaikan melalui sudut pandang

dari perempuan. Selain itu saat yura bertemu gian, yura pun merasakan bahwa sutradara tersebut memiliki energi dan frekuensi yang sama (<https://hypeabis.id/read/11310/cerita-dan-proses-yura-yunita-buat-video-musik-tutur-batin>, 8 Juni 2024).

Dalam video klip tersebut ditampilkan tiga cerita yang alami oleh tiga tokoh yang berbeda. Tokoh pertama bernama Riana,



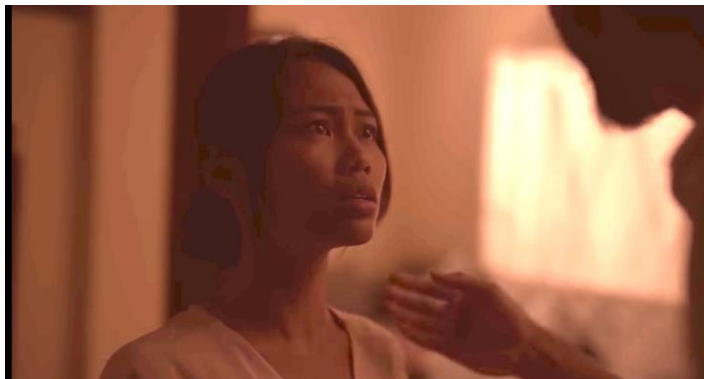
Seorang perempuan yang seringkali dibandingkan dengan saudara kandungnya oleh orang tuanya sendiri. Hal tersebut yang membuat Riana tidak percaya diri dengan kemampuan yang dimilikinya,

Tokoh kedua yaitu Tata,



Seorang perempuan yang memiliki permasalahan dengan bentuk tubuhnya. Tata kesulitan untuk mencari pakaian yang cocok dengan tubuhnya dan dia merasa tidak diterima dengan pada lingkungan pertemanannya. Teman-teman Tata tidak menerimanya dengan tulus, mereka tidak menyukai bentuk tubuh yang dimiliki oleh Tata.

Tokoh ketiga adalah Muti,



Muti merupakan seorang istri yang memiliki seorang anak perempuan. Dia adalah korban kekerasan rumah tangga yang dilakukan oleh suaminya sendiri. Muti mencoba bersuara dan bertahan untuk menjadi perempuan yang tangguh demi putrinya (<https://hypeabis.id/read/11239/kado-untuk-perempuan-yura-yunita-rilis-video-musik-tutur-batin>, 8 Juni 2024).

*Supporting Cast:*





Selain itu, video klip juga disampaikan Yura bahwa perempuan memiliki keistimewaan untuk disampaikan atau dituturkan. Yura berharap cerita yang disampaikan pada musik videonya dapat meneyentuh hati setelah mendengarkan dan menonton musik videonya. Yura Yunita berharap “Tutur Batin” berhasil untuk memberikan energi yang positif bagi siapapun yang mendengarkan lagu atau menonton video klip “Tutur Batin” (<https://www.antarane.ws.com/berita/2743237/yura-yunita-ajak-perempuan-merayakan-diri-dalam-video-tutur-batin>, 8 Juni 2024).

Video klip merupakan film atau video pendek yang mengandung cerita atau makna dibuat untuk mengilustrasikan lagu, yang biasanya berupa adegan visual, pemotongan cepat dan menggunakan efek kreatif untuk

meningkatkan pengalaman saat mendengarkan musik. Video klip dibuat oleh produsen musik sebagai sarana untuk menarik perhatian dan memasarkan lagu yang diproduksi melalui berbagai media terutama media sosial. Video klip berkembang identik dengan perkembangan industri musik. Jika pada suatu negara memiliki kondisi industri musik yang maju maka dapat dipastikan video musiknya juga berkembang dengan pesat.

Video klip memiliki fungsi sebagai media promosi agar khalayak luas dapat mengetahui karya yang dibuat oleh musisi yang bersangkutan. Selain itu fungsi lain dari video klip adalah sebagai alat untuk berekspresi dengan mengeksplorasi sebuah lagu. Video klip biasanya berkaitan langsung dengan lagu. Dengan adanya video klip, pendengar atau penikmat musik juga dapat melihat tampilan visual dari makna lagu dan wajah dari penyanyi yang membawakan suatu lagu atau musik.

Video klip ini memiliki kekuatan visual yang dapat memberikan sensasi visual yang memiliki sentuhan dan ingatan yang abadi. Dalam video klip terdapat gambar yang dimana seseorang dapat mengalami apa yang dilihat secara pribadi dan mengingat kejadian yang sedang berlangsung. Karya musik yang dilengkapi dengan video klip membantu untuk menyampaikan tujuan bagi pembuatnya. Penonton dapat menerima pesan dari lirik yang ditampilkan dalam video klip tersebut. Hal ini mencakup jenis komunikasi massa yang berbeda. Pesan yang disampaikan pada sejumlah besar kepada khalayak melalui media massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media.