



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 7587-7598

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Semiotika Pesan Moral Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal

Ardhia Ningtyas^{1✉}, Nina Kusumawati², Sultan Himawan³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina sarana Informatika

Email : sultan.stw@bsi.ac.id^{1✉}

Abstrak

Video klip menjadi salah satu wadah komunikasi yang menggunakan media massa untuk menyampaikan informasi maupun pesan yang ditujukan kepada banyak khalayak. Lewat video klip 'We Are Bulletproof: The Eternal' karya Bangtan Sonyeondan (BTS), melalui analisis semiotika Roland Barthes yang menjelaskan makna denotasi, konotasi dan mitos, penelitian ini mengungkapkan bagaimana BTS menggunakan tanda-tanda visual dan lirik lagu dalam video klip untuk menyampaikan pesan moral kepada penonton dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan studi pustaka, yaitu dengan melakukan penelusuran dan perolehan dari berbagai sumber yang terdapat data yang diperlukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat banyaknya pesan moral dari berbagai sudut pandang masyarakat khususnya para fans BTS selain pesan inti berupa perjalanan karir BTS selama tujuh tahun. Namun juga pesan moral berupa kejujuran, menjadi diri sendiri, bertanggungjawab, kemandirian, keberanian moral, kerendahan hati, dan kritis.

Kata Kunci: *BTS, Pesan Moral, Semiotika Roland Barthes, Video Klip*

Abstract

Video clips are one of the communication platforms that use mass media to convey information and messages addressed to many audiences. Through the music video 'We Are Bulletproof: The Eternal' by Bangtan Sonyeondan (BTS), through Roland Barthes' semiotic analysis that explains the meaning of denotation, connotation and myth, this study reveals how BTS uses visual signs and song lyrics in the music video to convey moral messages to the audience using qualitative research methods. This research uses data collection techniques in the form of observation, documentation and literature studies, namely by searching and obtaining from various sources that contain the necessary data. The results of this study show that there are many moral messages from various perspectives of society, especially BTS fans, in addition to the core message in the form of BTS's career journey for seven years. These moral messages include values like honesty, being true to oneself, taking responsibility, independence, moral courage, humility, and critical thinking.

Keyword: *BTS, Moral Message, Roland Barthes semiotics, Video Clip*

PENDAHULUAN

Komunikasi massa ialah bentuk komunikasi berdasarkan besaran sasarannya yang menggunakan media massa sebagai perantaranya. J.B Wahyudi (Vera, 2016 : 7) mengartikan media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang menyebarluaskan atau menyampaikan sebuah pesan yang sifatnya umum dan ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif banyak dan meluas. Dari segi makna, media massa menjadi sarana untuk menyampaikan secara meluas pesan baik berupa isi berita, opini, komentar maupun hiburan. Hiburan tersebut bisa berupa tayangan film, lagu, dan video klip. Video klip dapat menjadi media penyampaian pesan kepada khalayak luas (audience) yang dapat diakses lewat media massa seperti YouTube. Selain untuk menghibur, musik memiliki potensi besar sebagai sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan dan menyebarluaskan suatu pesan kepada khalayak (Folkerts & Lacy, 2004 : 287)

Pada suatu karya musik, selalu terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh para pemusik sebagai komunikator kepada komunikan melalui liriknya yang ditampilkan dalam sebuah bentuk video klip. Bahkan tidak hanya lewat lirik, video klip pun menyajikan visual, bahkan alur cerita layaknya film yang membuat khalayak akan kembali memutar kembali untuk mencerna makna dari lagu yang disampaikan. Salah satunya adalah boy band asal Korea Selatan yaitu BTS yang sering kali menggunakan video klip sebagai sarana menyampaikan pesan terhadap khalayak terutama para penggemarnya baik lewat lirik lagunya maupun lewat visual yang disajikan dalam video klip tersebut.

Di tahun 2020, tepatnya 21 Februari, BTS kembali merilis studio album keempat mereka yang bertajuk 'MAP OF THE SOUL: 7'. Yang di mana album tersebut menceritakan tentang

kisah dari perjalanan karir dan perjalanan mereka dalam menemukan jati diri mereka yang sebenarnya. Dalam album tersebut, terdapat track atau lagu yang berjudul 'We Are Bulletproof: The Eternal' yang di mana lagu ini menceritakan kilas balik diskografi BTS di masa lalu dari awal debut hingga sampai saat ini yang dirilis pada tanggal 11 Juni 2020 sebagai sebuah persembahan hadiah hari jadi BTS yang ke-7 tahun yang jatuh pada tanggal 13 Juni 2020 kepada fans mereka, yaitu ARMY. Selain itu, video klip ini juga menyoroti hubungan istimewa yang dibangun antara BTS dan penggemarnya. Ada banyak momen emosional yang menggambarkan rasa terima kasih BTS kepada ARMY atas dukungan yang tak tergantikan.

Pesan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berbentuk verbal dan non-verbal yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan (Nurudin, 2016). Sedangkan moral dalam bahasa Latin adalah 'Mores' yang berasal dari kata mos yang artinya kesusilaan, tabiat atau kelakuan. Sehingga pesan moral merupakan suatu ajaran mengenai perilaku baik dan buruk yang dikomunikasikan melalui pengirim pesan atau komunikator terhadap penerima pesan atau komunikan yang memiliki tujuan sebagai bentuk pembelajaran yang bermanfaat yang dapat digunakan sebagai titik tumpu atau landasan dalam melakukan suatu hal.

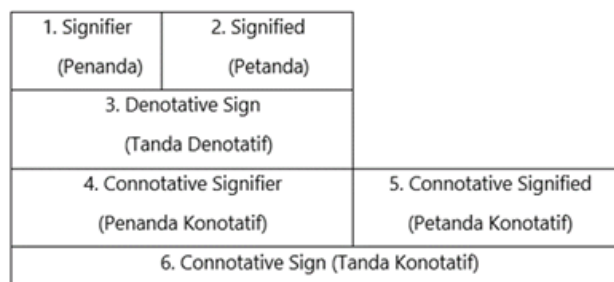
Penulis menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang semiotika Roland Barthes melalui analisis pesan moral apa saja yang ada dan yang ingin disampaikan kepada komunikan atau khalayak di dalam video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' ini, yang di mana video klip 'We Are Bulletproof: The Eternal' menjadi pembuktian kepada khalayak luas bahwa selama 7 tahun berkarir, banyak pencapaian-pencapaian yang telah diraih oleh BTS dan hal tersebut juga dikarenakan adanya dukungan dari para fans-nya yaitu ARMY.

KAJIAN LITERATUR

Van Zoest berpendapat mengenai semiotika bahwa semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign) dan segala hal yang berhubungan dengan tanda tersebut, baik dari fungsinya, hubungannya dengan kata lain, cara pengiriman atau menyampaikannya dan cara penerimaannya bagi yang mempergunakan (Sobur, 2013 : 96).

Semiotika menurut Barthes (Vera, 2014 : 26) merupakan konsep yang menelaah bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Konsep "memaknai" pada pandangan Barthes tidak dapat disamakan dengan konsep "mengkomunikasikan". Memaknai berarti bahwa objek-objek tersebut ingin berkomunikasi dan pada saat yang sama membentuk sistem terstruktur dari tanda. Barthes menyadari bahwa sebuah kalimat

dapat memiliki makna yang berbeda bagi orang-orang tergantung dengan situasinya, konsep ini dikenal sebagai sistem denotasi dan konotasi atau Order of Significations. Menurut Sobur (2013 : 262) makna denotasi merupakan suatu tanda yang maknanya bisa dijumpai di dalam kamus, makna denotasi merujuk pada arti yang umumnya dipahami oleh kebanyakan orang atau akal sehat, yaitu makna yang diamati dari sebuah tanda. Tingkat pertandaan ini menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda atau hubungan antara tanda dan realitas yang menghasilkan makna yang jelas, langsung dan pasti. Sedangkan makna konotasi terbentuk oleh tanda-tanda (kesatuan antara penanda dan petanda) dari sistem denotasi. Konotasi adalah interaksi yang terjadi ketika suatu tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca dan juga nilai-nilai kebudayaannya (Wibowo, 2013 : 21). Menurut Roland Barthes, terdapat konsep yang harus dimengerti dalam memahami makna konotatif, yakni mitos. Mitos yang dimaksud oleh Barthes (Rusmana, 2014 : 206) bukanlah sebuah realitas, tetapi sebuah sistem komunikasi atau pesan yang bertujuan memberitahu dan memberikan pembenaran terhadap nilai-nilai dominan yang berlaku.



Sumber: Paul Cobley & Litzza Jansz, 1999. *Introducing Semiotics*. Ny: Totem Books, p. 51 (Sobur, 2013 : 69)

Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes

Pesan moral meliputi beberapa elemen seperti yang dikemukakan oleh Suseno (Adi, 2013), yaitu :

- a. Kejujuran
Sikap jujur merupakan suatu sikap yang percaya dengan keyakinan hatinya sendiri tanpa menentang ataupun menutupi hal-hal yang kurang baik.
- b. Menjadi Diri Sendiri
Sikap yang tidak mudah terpengaruh dan dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat negatif dan berdampak merugikan diri sendiri maupun orang lain, sikap yang menunjukkan bahwa seseorang memiliki pendirian yang kuat terhadap suatu kebenaran yang berlandaskan aturan-aturan dan norma yang berlaku.
- c. Bertanggungjawab
Bertanggungjawab merupakan sikap yang memiliki kesediaan dalam melakukan dan

melaksanakan apa yang seharusnya dengan sebaik mungkin tanpa adanya rasa beban, kemalasan, acuh tak acuh, takut ataupun malu dalam melaksanakannya.

d. Kemandirian

Kemandirian merupakan bentuk sikap atau kekuatan batin dalam mengambil atau bertindak sendiri sesuai norma yang diberlakukan.

e. Keberanian Moral

Keberanian moral merupakan sikap yang memiliki kesetiaan dan keberanian terhadap apa yang kita pilih dan yang diyakini sebagai suatu kewajiban tanpa melanggar nilai-nilai moral walaupun hal tersebut memiliki resiko. Keberanian moral juga memiliki peran dalam membangun pribadi masyarakat agar tidak mudah mundur dan selalu melakukan tanggungjawab tanpa melanggar aturan atau norma yang berlaku dalam kehidupan.

f. Kerendahan Hati

Rendah hati merupakan sikap yang tidak berlebih-lebihan atau menyombongkan diri, tetapi bagaimana melihat diri sesuai dengan kenyataan yang ada.

g. Kritis

Sikap kritis merupakan sebuah tindakan yang dilakukan untuk memberikan saran baik terhadap kekuatan-kekuatan, kekuasaan dan pengaruh yang sekiranya bisa menimbulkan kerugian terhadap kehidupan individu ataupun kehidupan bermasyarakat secara keseluruhan.

Seperti yang dikemukakan oleh Carlsson, "music video is a form of audio-visual communication in which the meaning is created via carriers of information such as; the music; the lyrics and the moving images" (Widiandari et al., 2022 : 10) yang berartikan bahwa video klip merupakan bentuk komunikasi audio visual yang maknanya tercipta dengan membawa sebuah informasi seperti musik, lirik dan gambar yang bergerak. Video klip memiliki 5 (lima) bahasa yang universal atau umum (Rabiger, 2014), yaitu :

a) Bahasa Ritme (Irama)

Bahasa ritme merupakan bahasa visual yang ada pada video dan biasanya disesuaikan dengan tempo dari sebuah lagu tersebut. Ritme atau irama terbentuk dari pengulangan bunyi, panjang pendek kata dalam sebuah lagu atau bahkan karena pergantian tekanan kata-kata dalam syair sebuah lagu. Secara sederhananya, bahasa ritme atau irama merupakan penentu ketukan dalam musik.

b) Bahasa Musikalisasi (Instrumen Musik)

Bahasa musikalisasi atau instrumen musik pada video klip biasanya berkaitan dengan jenis musik, alat musik dan profil band.

c) Bahasa Nada

Bahasa visual yang disesuaikan dengan aransemen yang ada yang terdapat dalam video klip. Nada yaitu tinggi rendahnya bunyi ataupun ungkapan keadaan jiwa maupun suara hati.

d) Bahasa Lirik

Bahasa visual ini biasanya berkaitan dengan lirik lagu yang ada pada video klip. Bahasa lirik biasanya menjadi bentuk simbolisasi yang memiliki makna tersendiri dalam lirik lagu tersebut, seperti misalnya kesedihan yang bisa digambarkan dengan warna kelabu, hujan, suasana yang sunyi, dan lain halnya.

e) Bahasa Performance

Bahasa visual ini biasanya berhubungan dengan karakter pemusik, penyanyi, pemain band baik dari latar belakang bermusiknya hingga ke profil fisik seperti hidung, mata, style, fashion dan gerak tubuh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif yang di mana penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memberikan gambaran, memberikan pemahaman dan mengoptimalkan sebuah makna yang sumbernya berbentuk masalah sosial atau kemanusiaan yang dapat dijumpai dalam beberapa individu ataupun kelompok (Creswell, 2017 : 12). Dalam metode deskriptif, teks dan gambar merupakan bentuk data yang dikumpulkan, semua data yang sudah dikumpul menjadi kunci dalam melakukan penelitian ini dan analisis data dilakukan dalam bentuk aslinya (Moleong, 2017 : 11). Data primer merupakan data utama yang secara langsung memberikan data tentang objek penelitian yaitu video klip BTS yang berjudul 'We Are Bulletproof: The Eternal' yang di upload oleh BANGTANTV pada tanggal 11 Juni 2020. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari artikel maupun jurnal yang ada di internet.

Pengumpulan data dapat diperoleh dengan berbagai cara, baik berbagai sumber dan berbagai setting (Sugiyono, 2013 : 224) Pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

1. Observasi, dengan mengamati dan menganalisa video klip 'We Are Bulletproof: The Eternal' karya BTS lewat channel YouTube official BTS yaitu BANGTANTV.
2. Dokumentasi, dengan cara mendokumentasikan scene-scene yang terdapat dalam video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' yang dinilai mengandung makna pesan moral dengan cara meng-capture atau screenshot scene tersebut untuk diteliti kembali.
3. Studi pustaka, penulis menggunakan kepustakaan berupa data-data yang dapat dijumpai lewat internet seperti jurnal, artikel, thread para fans BTS, dan lain sebagainya.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika Roland Barthes yang di mana merupakan sistem tanda yang dibagi menjadi makna denotasi, makna konotasi dan mitos.

1. Denotasi

Aspek denotasi dalam video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' mengacu kepada pesan apa yang terlihat dalam video klip tersebut seperti teks, naskah atau lirik lagu, latar tempat, pakaian dan situasinya.

2. Konotasi

Aspek konotasi mengacu kepada makna atau pesan yang lebih dalam yang terbentuk dengan mengaitkan perasaan, emosi dan keyakinan yang ada di video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'.

3. Mitos

Aspek mitos mengacu kepada denotasi dan konotasi yang berkaitan sehingga menjadi pembenaran dan pesan moral yang didapat dari video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian terkait analisis semiotika Roland Barthes terhadap video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' berupa analisis tanda denotasi, konotasi dan mitos terhadap beberapa scene yang telah dipilih menjadi fokus dalam penelitian. Sebelum menyajikan scene-scene yang telah dipilih, adapun diskripsi tentang BTS dan video klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' sebagai berikut :

Profil BTS



Sumber: Pinterest

Gambar 2. Visualisasi BTS (Left to Right: V, Suga, Jin, Jungkook, RM, Jimin, J-Hope)

BTS merupakan boy band asal Korea Selatan yang dikelola dan dinaungi oleh agensi bernama Big Hit Entertainment, debut pada tanggal 13 Juni 2013 BTS dikenal sebagai nama Bangtan Sonyeondan atau Bulletproof Boy Scout (Bangtan Boys), BTS juga merupakan singkatan dari Beyond The Scene sebagai identitas barunya yang berarti "orang muda yang tumbuh melampaui realitas yang dihadapi dan maju" yang diresmikan pada Juli 2017. BTS beranggotakan tujuh orang yang di mana memiliki banyak talenta dan keunggulannya

masing-masing yaitu ada Kim Namjoon (Rap Monster atau RM), Kim Seokjin (Jin), Min Yoongi (Suga), Jung Hoseok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), Kim Taehyung (V) dan Jeon Jungkook (Jungkook).

Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'

Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal' dirilis sebagai bentuk pra perayaan momen BTS Festa, BTS Festa merupakan perayaan hari jadi BTS yang diselenggarakan tiap tahunnya pada tanggal 13 Juni. Di tanggal 13 Juni 2020, tepat hari jadi BTS yang ketujuh, Big Hit Entertainment merilis 'We Are Bulletproof: The Eternal' dari album terbaru BTS yaitu 'MAP OF THE SOUL: 7'. Di video klip ini, BTS ditampilkan dalam bentuk animasi yang di mana menunjukkan sejumlah cuplikan video klip BTS dari album-album yang sebelumnya seperti No More Dream, We Are Bulletproof Pt.2, N.O., Boy In Luv, Danger, Fake Love, Run, Blood Sweat & Tears, Spring Day dan Boy With Luv.

Di VLIVE (sekarang dapat dicari di platform Weverse), BTS melakukan siaran yang bertajuk "BTS Live Comeback Special: Let's Do a Viewable 'Purple' Radio" yang di mana BTS membahas tentang album keseluruhan MAP OF THE SOUL: 7 yang salah satu track-nya adalah We Are Bulletproof: The Eternal. Taehyung (V) mengungkapkan bahwa We Are Bulletproof: The Eternal akan menjadi akhir dari seri Bulletproof, yang di mana lagu sebelumnya berjudul We Are Bulletproof Pt. 1 dan We Are Bulletproof Pt.2. Dalam Press Conference yang berjudul "BTS Global Press Conference 'MAP OF THE SOUL: 7'" yang ditayangkan di YouTube channel BTS yaitu BANGTANTV, J-Hope mengatakan bahwa lagu We Are Bulletproof: The Eternal mengungkapkan keinginan mereka untuk terus maju bahkan dalam menghadapi segala bentuk cobaan atau tantangan. Menurut Adam Mishan, seorang pelatih vokal asal Kanada yang memberikan reaksi terhadap We Are Bulletproof: The Eternal di kanal YouTube-nya (Adam Mishan) memberikan pandangan terhadap lagu tersebut mencerminkan perjalanan BTS dan ikatan kuat yang mereka bagikan sebagai tujuh anggota, gambaran dari kisah mereka dan sangat bermakna bagi mereka. Mulai dari hanya tujuh individu, mereka kini telah berhasil mengumpulkan fansnya dari berbagai negara. Lagu ini merupakan lagu yang menyentuh hati bagi para fansnya yang ingin menjadi bagian dari perjalanan mereka, meyakinkan bahwa mereka semua bersama (menjadi bagian dalam BTS dan segala perjalanan karirnya) dan dapat mengatasi segala sesuatu antara BTS dan ARMY yang tetap tak terpisahkan.



Sumber: YouTube.com/BANGTANTV (2020)

Gambar 3. Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'

Scene-Scene Terpilih dalam Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'

1. Scene 1

Tabel 1. Scene 1 dari Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'

Visualisasi	Kode Waktu	Interpretasi Simbolik	Referensi Gambar
 <p>Gambar 4. Visualisasi Scene 1</p>	00:23	Visualisasi karakter <i>RM</i> dalam <i>Boy With Luv</i> era (pink) dan <i>No More Dream</i> era (hitam) yang sedang berhadapan di depan cermin dengan sorotan cahaya yang berbeda.	 <p>Gambar 5. Referensi Gambar Scene 1</p>

Sumber: YouTube.com/BANGTANTV (2020)

Denotasi : Di scene 1 menunjukkan RM dengan kostum pink (*Boy With Luv* era) sedang memandangi pantulan bayangannya di cermin, namun pantulan bayangannya mengenakan kostum berwarna hitam (*No More Dream* era) dengan sorotan cahaya di atasnya yang sangat kontras atau berbeda.



Konotasi : RM yang sudah dikenal banyak orang serta telah mendapatkan banyak cinta dan dukungan dari penggemarnya sedang memandangi pantulannya di cermin ketika RM masih belum dikenal banyak orang dan masih sedikit menerima cinta dan dukungan dari para penggemarnya.

Mitos : Walaupun sudah dikenal banyak orang, sudah menerima banyak cinta dan dukungan dari banyak orang atau penggemar, RM tetap tidak boleh melupakan dirinya sendiri

ketika dirinya masih berada di 0, di mana masih sedikit dukungan yang diterima. Karena dari titik 0 itulah yang mendorong dan menjadikan motivasi untuk RM untuk tetap maju menggapai segala mimpinya sehingga kini RM berhasil sukses, tumbuh, berproses dan berkembang berkat segala usaha dan dukungan-dukungan yang ia terima yang awalnya sedikit sekarang menjadi besar.

2. Scene 4

Tabel 2. Scene 4 dari Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal'

Visualisasi	Kode Waktu	Interpetasi Simbolik	Referensi Gambar
 Gambar 6. Visualisasi Scene 4	00:46 - 00:48	Visualisasi gambar yang menunjukkan tulisan "shout" dengan lirik yang muncul yaitu "we shout without fear" setelah itu muncul sebuah jendela dan lirik yang bertuliskan "bring it all on".	-
 Gambar 7. Visualisasi Scene 4			

Sumber: YouTube.com/BANGTANTV (2020)

Denotasi : Tulisan besar "shout" dengan lirik yang ditampilkan yaitu "we shout without fear" lalu muncul gambar jendela yang dibaliknya ada ruangan yang lebih terang dengan lirik yang muncul "bring it all on".

Konotasi : "Shout" yang muncul dalam visualisasi merupakan teriakan akan semangat mereka yang sangat besar, mereka berteriak tanpa rasa takut yang maksudnya walaupun mereka merasa lelah, merasa semuanya sia-sia tetapi mereka tetap berteriak semangat karena mereka yakin mereka bisa. Dalam lirik "bring it all on" maksudnya sebanyak apapun rintangannya, mereka tidak akan takut dan terus maju ke tempat yang lebih cerah, lebih layak dan sepadan dengan apa yang mereka perjuangkan.

Mitos : Untuk meraih kesuksesan memang perlu dihadapi dengan banyak rintangan, namun sebanyak apapun masalah, cobaan dan rintangan yang dihadapi, jika terus semangat tanpa rasa lelah, rasa takut untuk gagal pasti akan ada jalan keluarnya, masa depan yang sepadan dengan apa yang telah dilewati.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika terhadap scene-scene yang mewakili dari video klip BTS 'We Are Bulletproof' dan ditemukannya makna denotatif, konotatif dan mitos yang menggambarkan perjalanan tujuh tahun BTS, ikatan yang terjalin antara BTS dan ARMY, pesan tersirat untuk para haters, industri musik Korea Selatan, serta orang-orang terdekat BTS termasuk para memebnyanya. Juga didapatkan scene-scene yang mewakili elemen pesan moral yang dikemukakan oleh Suseno yaitu terdapat dua scene yang mengandung pesan moral tentang kejujuran, delapan scene mengandung pesan moral tentang menjadi diri sendiri, lima scene yang mengandung pesan moral tentang bertanggungjawab, lima scene yang mengandung pesan moral tentang kemandirian, sebelas scene mengandung pesan moral tentang keberanian moral, delapan scene mengandung pesan moral tentang kerendahan hati, dan satu scene mengandung pesan moral tentang kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2020, March 20). *Vocal Coach reacts to BTS singing We Are Bulletproof: The Eternal*.
- Adi, S. (2013). *Pesan Moral dalam Novel Mencari Buku Pelajaran Karya Mama Mulyana* [Universitas Muhammadiyah]. <https://repository.ump.ac.id/5460/>
- BANGTANTV. (2020, February 25). *BTS Global Press Conference 'MAP OF THE SOUL: 7*.
- BANGTANTV. (2020, June 11). *[2020 FESTA] BTS (방탄소년단) "We are Bulletproof: the Eternal" MV #2020BTSFESTA*.
- BTS. (2020). *BTS Live Comeback Special {Let's Do a Viewable "Purple" Radio}*.
- Creswell, John. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Ketiga). Pustaka Pelajar.
- Folkerts, J., & Lacy, S. (2004). *The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication*.
- Pearson A and B. <https://books.google.co.id/books?id=o5bhAAAAMAAJ>
- Moleong, Lexy. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan ketiga puluh dua*. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, I. K. (2016). Ilmiah dan Populer. *Jakarta: Rajawali Pers*, xiv–268.
- Rabiger, M. (2014). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=pJ3cAwAAQBAJ>
- Rusmana, D. (2014). *Filsafat Semiotika*. CV Pustaka Setia.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi* (5th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=

Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (1st ed.). Ghalia Indonesia.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.

Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.

Widiandari, R. M., Belasunda, R., & Putra, W. T. G. (2022). Penataan Kamera Pada Video Klip *Narrative* Mengenai Kehidupan Penyandang *Obsessive Compulsive Disorder*. *E-Proceeding of Art & Design, 9, No.3*.