

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, kehidupan sehari-hari berlangsung dengan cepat dan kompleks. Terutama di kota-kota besar, setiap orang sibuk dengan kehidupan pribadi masing-masing untuk mengikuti tuntutan perkembangan zaman pada kehidupan yang tengah dijalani. Tuntutan hidup yang berat merupakan faktor utama seseorang untuk bekerja keras guna memenuhi kebutuhan diri sendiri serta kebutuhan orang-orang di sekitarnya. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa tuntutan hidup yang berat juga dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental seseorang dan menyebabkan seseorang lebih rentan terhadap tekanan dan stres (Putri et al., 2015).

Tekanan hidup yang terus-menerus dan tingkat stres yang tinggi dapat berkontribusi terhadap kondisi kesehatan mental yang tidak stabil. Kondisi kesehatan mental ini dapat disebabkan oleh banyak faktor, antara lain tekanan dalam finansial, hubungan sosial, lingkungan pekerjaan serta budaya dan gaya hidup. Pada lingkungan pekerjaan, salah satu budaya yang cukup dikenal saat ini yaitu *hustle culture*. (Oates, 1971) berpendapat bahwa *hustle culture* adalah sebuah gaya hidup di kalangan generasi muda yang beranggapan bahwa kesuksesan dapat diraih dengan melakukan pekerjaan secara terus menerus dan memiliki sedikit waktu untuk beristirahat. Meskipun tujuan *hustle culture* untuk mencapai kesuksesan merupakan suatu hal yang positif namun bila dilakukan

secara terus-menerus hingga dijadikan sebagai gaya hidup maka akan membawa dampak negatif seperti stres, kelelahan, *overthinking* dan gangguan kesehatan mental lainnya.

Hustle culture dapat menimpa siapa saja di berbagai macam generasi. Namun budaya *hustling* ini disebut paling banyak menimpa generasi muda kisaran usia 20-35 tahun terutama yang berada di kota-kota besar. Generasi muda mengalami kontaminasi *hustle culture*, yaitu berusaha meningkatkan produktivitas dan berlomba-lomba menjadi yang paling sibuk dengan memiliki berbagai aktivitas secara terus menerus (McCrindle & Fell, 2019). Generasi muda dianggap sebagai generasi yang kreatif, unggul dan sangat mudah beradaptasi dengan teknologi, namun semua kemudahan tersebut didapatkan dengan serba instan hingga menjadikan seseorang menjadi pribadi yang rapuh, gampang sakit hati, cenderung rentan dan mudah menyerah (Kasali, 2018). Sebagai generasi yang memiliki keterkaitan erat dengan teknologi, generasi muda cenderung bergantung lebih nyaman bersosialisasi dan berkomunikasi di dunia sosial dibanding tatap muka secara langsung. Kritik, curahan hati serta pengalaman hidup yang dialami seringkali disampaikan melalui berbagai media pop untuk memvalidasi perasaan seseorang seperti media sosial maupun musik.

Musik bisa menjadi salah satu media yang membantu individu untuk meluapkan perasaan dan memvalidasi pengalaman emosional yang dialami. Musik adalah salah satu bentuk seni yang kuat dan sering kali digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan positif dan membantu individu mengatasi kesulitan tersebut. Lirik lagu merupakan salah satu bagian di dalam

musik berupa alat komunikasi verbal yang memiliki makna di dalamnya (Nugraha, 2016).

Melalui sebuah lagu, pendengar dapat menikmati alunan lagu serta arti lirik lagu yang ada. Terkadang seseorang menyukai suatu lagu tidak hanya karena musiknya yang enak didengar, namun karena liriknya yang dianggap mirip ataupun berhubungan dengan kehidupan pribadi yang dialami. Para musisi dan pencipta lagu kerap kali menggunakan musik dan lirik lagu untuk berkomunikasi dengan pendengarnya agar dapat dinikmati sebagai bentuk ungkapan dari apa yang akan disampaikan. Sebagai sarana penyampaian pesan, suatu lagu memberikan “*message*” melalui liriknya (Nanda, 2023).

Salah satu musisi yang sering menceritakan kehidupannya, perjuangan dalam karirnya serta isu-isu kesehatan mental lainnya melalui lagu dan lirik-liriknya adalah BTS atau yang dikenal sebagai *Bangtan Sonyeondan*, musisi asal Korea Selatan yang beranggotakan 7 orang. BTS didirikan pada tahun 2013 di bawah naungan Big Hit Entertainment. BTS juga dikenal sebagai salah satu “*self-produced Idol*” yang memproduksi musiknya sendiri baik dari lirik lagu, aransemen musik hingga turut serta terhadap rangkaian produksi lagu tersebut (Miftahurrezki & Anshori, 2021). Di dalam lirik lagunya, BTS seringkali berbicara mengenai beragam tema antara lain perjalanan karir yang dijalani, kehidupan sehari-hari atau bahkan isu-isu sosial yang sedang marak dibicarakan.

Di tahun 2019, media barat CNN menyampaikan bahwa BTS adalah *boyband* terbesar di dunia atas keberhasilannya memiliki 3 album dengan penjualan nomor 1 di tangga lagu *Billboard* dalam kurun waktu kurang dari 12

bulan, sejajar dengan The Beatles dan The Monkees (Hollingsworth, 2019). Salah satu lagu yang cukup populer di kalangan penggemarnya adalah lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” yang dirilis pada tahun 2020 melalui album yang berjudul “*MAP of The Soul: 7*”. Lirik lagu ini menggambarkan tentang perasaan emosional yang umum dirasakan oleh banyak orang seperti rasa lelah, kebingungan, keraguan dan rasa ingin menyerah dari ketidakpastian akan kehidupan dan masa depan serta cara untuk melewati masa-masa sulit tersebut.

Korea Selatan sendiri memiliki sebuah budaya yang disebut “*Gwarosa*” yang berarti “bekerja keras hingga mati”. Budaya ini menggambarkan lingkungan yang menuntut seseorang agar bekerja keras hingga lembur dengan asumsi bahwa bekerja lebih lama berarti semakin baik dan produktif (CNN Indonesia, 2018). Pada tahun 1997-1998, Korea Selatan mengalami krisis ekonomi yang disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain banyaknya utang luar negeri yang dimiliki serta penurunan pendapatan hasil ekspor Korea Selatan yang berpengaruh pada cadangan devisa negara (Kaloka et al., 2019). Beberapa tindakan dilakukan untuk dapat keluar dari krisis ekonomi tersebut seperti meminta bantuan kepada IMF untuk melakukan restrukturisasi secara ekonomi serta meningkatkan jam kerja.

Pemerintah Korea Selatan meningkatkan jam kerja menjadi 68 jam dalam seminggu. Namun, di tahun 2017, ditemukan hampir seratus kasus kematian yang disebabkan akibat jam kerja yang terlalu panjang di Korea Selatan (Kwon & Field, 2018). Menyikapi hal tersebut, pemerintah Korea Selatan menerbitkan regulasi pada tahun 2018 yang memangkas jam kerja dari 68 jam seminggu menjadi 52 jam seminggu. Peraturan ini juga diharapkan dapat menaikkan tingkat

kelahiran di Korea Selatan yang cukup rendah pada waktu itu. Hingga saat ini Pemerintah Korea Selatan masih menggunakan peraturan waktu kerja selama 52 jam dalam seminggu yang dibagi menjadi 40 jam waktu kerja normal dan mengizinkan 12 jam lembur (*overtime*) dalam seminggu (Song & Lee, 2021). Menurut data dari OECD (*The Organization of Economic Co-operation and Development*), Korea Selatan menempati posisi ke 5 dengan jam kerja terlama dalam periode 1 tahun yaitu 1901 jam di tahun 2022 (OECD, 2023). Berdasarkan hal tersebut, jam kerja di Korea Selatan masih dianggap jam kerja terlama jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia dan Eropa lainnya.

Bertolak belakang pada kenyataan yang ada, di Maret 2023 Pemerintah Korea Selatan sedang mempersiapkan aturan baru mengenai batasan jam kerja yang sebelumnya 52 jam per minggu menjadi 69 jam per minggu (Rashid, 2023). Aturan baru tersebut menerima banyak protes dan kecaman dari rakyat Korea Selatan terutama generasi Z yang menganggap bahwa budaya tersebut tidak mempertimbangkan kesehatan fisik dan mental seseorang yang kelelahan akibat jam kerja yang sangat panjang dan tidak memiliki *work-life balance* yang baik.

Budaya “*gwarosa*” sendiri tidak hanya berdampak kepada pekerja kantoran, namun juga dialami oleh para pekerja seni di Korea Selatan antara lain artis atau musisi yang disebut sebagai “*Idol*”. *Idol* atau musisi di Korea Selatan terkenal memiliki kontrak budak (*slavery contract*) dimana para musisi tersebut dipaksa bekerja berjam-jam dengan bayaran sedikit bahkan terkadang tanpa menerima royalti (Ovina et al., 2019). Untuk dapat tampil secara resmi sebagai *entertainer*, seorang artis atau *Idol* harus menandatangani kontrak dan menjalani masa trainee

dan diwajibkan untuk berlatih belasan jam sehari, mengikuti diet yang sangat ketat, serta memiliki keterbatasan akan waktu pribadi. Hal ini dilakukan oleh agensi karena ekspektasi masyarakat Korea Selatan yang cukup tinggi terhadap penampilan fisik, visual serta *performance* dari para idola sehingga saat debut, para idola tersebut harus dalam kondisi yang prima dan menarik (Chase, 2023). Tuntutan tersebut menjadikan para musisi atau idola tersebut bekerja dengan waktu yang tidak tentu, mengabaikan kesehatan mental dan fisik diri demi mengejar impian dan cita-cita.

Salah satu isu kontrak budak (*slavery contract*) yang belum lama ini tengah ramai diperbincangkan di Korea Selatan yaitu kontrak antara EXO CBX dan agensinya SM Entertainment. EXO CBX yang terdiri dari 3 anggota yaitu Chen, Baekhyun, Xiumin melalui perwakilannya sempat mengungkapkan bahwa SM Entertainment meminta para member EXO CBX untuk menandatangani kontrak lanjutan dalam jangka waktu yang panjang tanpa batas atas durasi kontrak yang jelas. Selain itu, EXO CBX juga mempermasalahkan transparansi dalam pembagian hasil kerja dengan agensi (Dong, 2023). Namun setelah melakukan mediasi, akhirnya EXO CBX dan SM Entertainment telah mencapai kesepakatan dan memperbaiki kontrak lanjutan bersama agensi tersebut.

Kondisi yang terjadi pada EXO CBX maupun artis ataupun idola Korea Selatan lainnya sering kali memunculkan pertanyaan mengenai etos kerja dan perlindungan hak asasi manusia di dalam industri hiburan. Untuk mengatasi isu terkait dengan hal tersebut, Pemerintah Korea Selatan telah mengesahkan UU terkait industri *K-Pop* agar mampu mengurangi konflik idola dan agensi yang

timbul akibat perlakuan tidak adil. Selain itu beberapa agensi juga mengambil langkah perbaikan untuk memberikan lebih banyak keseimbangan dan juga hak yang sesuai kepada para artis dan idola.

Meraih kesuksesan sebagai seorang *Idol* bukanlah hal yang mudah untuk dicapai. Berlatih tanpa henti, diet yang ketat, jadwal tur dan syuting yang padat sehingga jarang bertemu dengan keluarga ataupun teman harus dilalui oleh seorang *Idol* demi mencapai kesuksesan di dalam karir nya. Namun terkadang rasa jenuh dan lelah akibat produktivitas yang tinggi tentu saja tidak bisa dihindari. Salah satu member BTS yaitu V menceritakan pengalamannya setelah bekerja tanpa henti selama 10 tahun menjadi *Idol*. Ada satu waktu dimana ia merasa kehilangan kepercayaan diri diatas panggung. *“Pada saat itu, saya tidak bisa merasakan kegembiraan dan semangat saat tampil, dan jantung saya tidak berdebar kencang seperti dahulu. Dan terkadang saya merasa takut saat naik keatas panggung”* ucap V saat bercerita mengenai apa yang dialami saat BTS menjalankan tur dunia (TVN, 2023). Hal tersebut dirasakan V ditengah kesuksesan yang ia alami, dan membuat ia bertanya apakah semua kesuksesan yang ia kejar ini membuatnya bahagia.

Idol lainnya yang mengalami gangguan kesehatan mental dalam karirnya yaitu Jae, mantan pemain gitar dari band Day6. Melalui interview nya di Allure, Jae bercerita mengenai pengalamannya dibawa ke rumah sakit setelah menyelesaikan syuting salah satu video klip nya yang berjudul *“Truman”*. Saat itu Jae merasakan seluruh tubuhnya terasa kaku, mengalami kesulitan bernafas dan jantungnya berdebar kencang. Saat diperiksa oleh dokter, Jae dinyatakan

mengalami serangan panik. Menurut Jae sebelum kejadian tersebut, ia sering kali mengalami rasa cemas dan gangguan tidur namun ia mengabaikan hal tersebut dan terus menenggelamkan diri di dalam pekerjaan hingga akhirnya ia sadar bahwa penting untuk lebih memperhatikan kesehatan mental nya. Hal ini merupakan salah satu dampak dari *hustle culture* dimana seseorang tidak menyadari bahwa produktivitas yang ia kejar mengakibatkan efek negatif kepada kesehatan fisik dan mental nya.

Di Indonesia, *hustle culture* tanpa disadari telah menjadi sebuah gaya hidup yang kian populer seiring dengan berkembangnya media sosial. Hal ini disebabkan oleh penetrasi internet yang luas di Indonesia dengan kehidupan sehari-hari yang banyak dipengaruhi oleh penggunaan teknologi dan sosial media, khususnya oleh generasi muda (Aziz & Adnans, 2023). Berdasarkan data ADB pada tahun 2021 mencatat bahwa sekitar 10,1 persen penduduk Indonesia hidup di bawah garis kemiskinan yang menjadi pendorong utama bagi banyak individu untuk bekerja keras agar mampu bertahan hidup (Universitas Airlangga, 2023). Dalam upaya ini, penggunaan media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi mengenai budaya kerja. Media sosial cenderung menampilkan gambaran kehidupan yang sangat produktif dan sukses sehingga menciptakan tekanan pada generasi muda untuk mengejar standar tersebut. Hal ini dapat menyebabkan normalisasi budaya kerja berlebihan, dimana individu merasa perlu untuk terus-menerus menunjukkan produktivitas dan keberhasilan mereka. Selain itu, *hustle culture* dapat bertransformasi menjadi *imposter syndrome*, terutama di kalangan generasi muda. Berada dalam lingkungan yang menekankan pencapaian

dan prestasi, individu cenderung meragukan kemampuan dan pencapaian diri sendiri. Media sosial menjadi salah satu faktor utama yang menguatkan keraguan tersebut karena seringkali hanya menampilkan sisi glamor dan kesuksesan, tanpa memperlihatkan perjuangan dan ketidakpastian yang mungkin dialami oleh individu tersebut (Universitas Airlangga, 2023)

Selanjutnya, generasi muda yang tercampur antara generasi milenial dan generasi Z menganggap *hustle culture* sebagai sebuah tren yang keren, dan berlomba-lomba membagikan aktivitas serta kesibukan untuk menunjukkan bahwa setiap menit harus dilalui dengan produktif. Generasi Z yang terdiri dari individu dengan kelahiran antara tahun 1997 hingga tahun 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa atau sekitar 27,94% dari total populasi. Sementara itu, generasi milenial atau Y yang meliputi individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa. Generasi milenial menduduki posisi kedua dalam dominasi penduduk dengan presentase sekitar 25,87% (Pierre Rainer, 2023). Keunggulan jumlah dari kedua generasi ini menciptakan sebuah harapan akan potensi kemajuan dan perubahan di masa mendatang. Namun, dominasi ini dalam struktur demografi Indonesia dapat memiliki dampak signifikan pada fenomena *hustle culture* di Indonesia, dimana lebih rentan terhadap pengaruh budaya kerja yang mendorong kegilaan kerja dan dedikasi yang tinggi.

Fenomena ini mencerminkan pola budaya kerja yang sangat menekankan produktivitas, kerja keras, dan peningkatan diri secara terus-menerus dalam lingkungan kerja di Indonesia (Lutfiputri, 2022). Meskipun rata-rata jam kerja di

Indonesia menurun sebesar 7,4% selama pandemi, data menunjukkan bahwa sebagian besar pekerja, terutama dari generasi X dan Y masih mengalami tekanan dan tuntutan kerja yang intens. Pada tahun 2019, BPS mencatat penurunan rata-rata jam kerja per tahun di Indonesia menjadi 2.133,88 jam, dan di tahun 2020 turun menjadi 1.975 jam atau 37,9 jam per minggu. Namun, data Februari 2021 menunjukkan bahwa 24,9% pekerja usia 17 tahun ke atas di Indonesia masih bekerja selama 35-44 jam per minggu yang merupakan persentase tertinggi di antara kelompok jam kerja lainnya (HIMIESPA: FEB, 2021). Hal ini ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ulfah & Nurdin, 2022) yang menemukan bahwa fenomena *hustle culture* di Indonesia banyak terjadi di kalangan pekerja lepas generasi milenial dan Z. Budaya *hustle* ini menyoroti kecenderungan para pekerja, terutama yang tidak memiliki status kontrak jelas untuk bekerja secara berlebihan sebagai cara untuk menunjukkan kesuksesan, terlepas dari peraturan kerja yang telah ditetapkan.

Ketentuan mengenai waktu kerja telah diatur dalam Pasal 81 angka 23 Perppu Cipta Kerja yang mengubah Pasal 77 UU Ketenagakerjaan yaitu 8 jam 1 hari dan 40 jam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu. Namun, sebagian besar pekerja tidak menentang atau meminta hak lebih dan menganggap *hustle culture* sebagai ukuran konsistensi dalam meraih sukses. Meskipun banyak yang menyadari dampak negatifnya, seperti *10tress*, kelelahan dan ketidakseimbangan hidup, sebagian besar generasi muda tetap terjebak dalam pola hidup ini. Menurut (Yasmin, 2023) sebagian besar individu menganggap *hustle culture* sebagai sesuatu yang positif. Hal ini juga mencerminkan adanya ketidakpahaman terhadap

dampak *hustle culture* dalam jangka panjang. Fenomena ini dapat berdampak pada kesehatan mental dan keseimbangan hidup seseorang, sehingga perlunya peningkatan kesadaran, edukasi, dan perubahan budaya untuk menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih seimbang dan berkelanjutan.

Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila Aziz & Adnans, 2023) juga menyoroti dampak negatif dari *hustle culture* terhadap kepuasan kerja pekerja di Indonesia. Fenomena *hustle culture* mewarnai budaya kerja di Indonesia yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan dalam *hustle culture*, semakin rendah kepuasan kerja yang dirasakan oleh pekerja. Artinya, adanya harapan untuk terus menunjukkan tingkat dedikasi dan produktivitas yang tinggi tanpa memedulikan kebutuhan keseimbangan kerja-hidup. Sebaliknya, fenomena ini justru memberikan kontribusi pada penurunan kepuasan kerja, dimana dapat terlihat dalam peningkatan jam kerja di luar jam kantor yang standar, bahkan hingga akhir pekan.

Di tengah dominasi generasi muda yang menganggap *workaholic* sebagai tren yang berbanding lurus dengan *hustle culture*, diiringi oleh sebuah norma dimana generasi muda berlomba-lomba membagikan kesibukan mereka untuk membuktikan produktivitas yang tinggi dan mengabaikan batas waktu yang telah ditetapkan. Selanjutnya, fenomena ini juga berpengaruh pada perubahan gaya hidup yang kemudian berkontribusi pada distress psikologis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yuningsih et al., 2023) menemukan bahwa budaya *hustle* memiliki dampak positif pada distress psikologis, dimana terdapat

keyakinan bahwa distress psikologis disebabkan oleh tekanan dari tuntutan kelas sosial dan perubahan gaya hidup tinggi.

Menurut (Ramadhanti et al., 2022), budaya *hustle* juga banyak dialami oleh karyawan yang merupakan *fresh graduate*. Hal ini disebabkan adanya tuntutan untuk segera mencari pekerjaan (Hill, 2020), dan membiayai hidup sendiri ataupun keluarganya (Balkeran, 2020). (Ramadhanti et al., 2022) menyatakan bahwa pekerja yang terlibat *hustle culture* akan merasa bersalah ketika beristirahat, bekerja sesuai dengan aturan jam kerja normal dan adanya ketidaknyamanan terkait kesehatan individu. Sebaliknya, kondisi lingkungan kerja sendiri dikatakan baik apabila karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman, dan nyaman (Ismawanti et al., 2021).

Penolakan terhadap *hustle culture* di Indonesia menjadi nyata dengan munculnya akun-akun di sosial media seperti Instagram yang membahas tentang budaya kerja di perusahaan startup ataupun perusahaan berbasis teknologi. Beberapa akun seperti @ecomurz, @taktekbun dan @hrdbacot banyak mengunggah konten humor yang berupa sindiran untuk mengkritik budaya *hustle* yang kerap terjadi di perusahaan-perusahaan tersebut (Lutfiputri, 2022). Konten-konten di dalam akun Instagram @ecomurz menyuarakan dan mengkritik beberapa masalah yang dialami dan dirasakan oleh para pekerja *hustle* seperti jam kerja yang panjang, magang yang tidak dibayar, serta hak dan kewajiban pekerja yang tidak dipenuhi perusahaan. Fenomena ini merupakan suatu bentuk kesadaran masyarakat khususnya para pekerja agar mampu menghindari budaya *hustle* yang kian marak.

Dalam konteks analisis terhadap lirik lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” dari album BTS, “*MAP of The Soul 7*” menunjukkan keterkaitan yang dalam dengan realitas budaya kerja yang terasa begitu intens dalam dunia modern. Melalui lagu tersebut, RM, salah satu member dan pencipta lagu tersebut berusaha menggambarkan perasaan cemas, sedih, sendiri serta mempertanyakan tujuan hidup seseorang di tengah kompetisi kehidupan yang sengit. Lagu tersebut juga menjadi sebuah gaung untuk tidak berhenti berharap untuk hari yang lebih baik sehingga akan datang hari-hari yang indah tanpa kesedihan dan membawa kebahagiaan (Nurwahida & Mustikawati, 2022).

Berdasarkan data dari Akun Resmi Youtube BigHit Entertainment, lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” sendiri telah diputar sebanyak 60,5 juta sejak Februari 2020. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi 60,5 interaksi melalui lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” kepada para pendengarnya. Melalui kolom komentar di akun Youtube lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)”, banyak fans BTS yang bercerita bagaimana lagu tersebut mewakili perasaan *fanbase* BTS, yaitu ARMY. Salah satu ARMY dengan username @slepyyri bercerita bagaimana ia mengalami depresi selama bertahun-tahun dan merasa begitu jauh dari kebahagiaan, namun setelah mendengarkan lagu tersebut, ia merasa seperti bangkit kembali dan mampu melewatinya dengan baik. ARMY lainnya melalui username @JM-rf8dd bercerita bahwa ia merasa lagu tersebut sangat personal baginya, seakan-akan lagu tersebut berbicara langsung kepadanya dan menceritakan hidupnya, dan dengan mendengarkan lagu tersebut, ia merasa kuat

untuk tersenyum dan melanjutkan hidup ditengah beratnya perjalanan yang ia alami (BANGTANTV, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan agar dapat memperkuat kajian yang sudah ada serta meneliti persamaan dan perbedaan hasil dan cara pandang penelitian sehingga bisa menjadi penelitian yang bersinergi dan saling melengkapi antara lain yakni penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Putri pada tahun 2021 yang berjudul “Analisa Semiotika Makna Kesendirian Dalam Lirik Lagu “*I Need Somebody*” Karya DAY6. Penelitian tersebut menggunakan teori semiotika Roland Barthes dalam menganalisis berdasarkan denotasi, konotasi dan mitos. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa lagu tersebut memiliki makna denotasi nya yaitu perlu adanya seseorang saat penulis lagu merasa sendirian. Makna konotasi nya yaitu seseorang yang pergi tanpa sebab membuat penulis merasa sepi, sendiri dan hampa.

Penelitian kedua yang relevan sebagai acuan penelitian terdahulu yaitu karya Maria Fransiska Larasati dkk, 2022 dengan judul “*Semiotic Analysis of the Love Myself Message in the BTS Song Lyrics ‘Epiphany’*”. Penelitian berikut memiliki kesimpulan bahwa lirik lagu *Epiphany* mengandung keempat aspek self-love. Dimulai dari kesadaran diri yang berasal dari proses berpikir secara individu. Tahap kedua yaitu menghargai diri sendiri ketika seseorang memiliki keyakinan pada dirinya sendiri. Tahap ketiga yaitu rasa percaya diri dimana seseorang merasa puas dengan dirinya sendiri dan nyaman dengan kondisi yang ada pada dirinya dan menerima dirinya apa adanya. Tahap terakhir adalah merawat diri sendiri yang dijelaskan bahwa seseorang harus menjaga dirinya sendiri dengan

tidak melukai diri secara fisik maupun psikologis. Maria dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif naratif teori semiotika dengan pendekatan Ferdinand de Saussure. Penelitian yang dilakukan oleh Maria dkk, memiliki perbedaan dengan penelitian ini, yakni penelitian sebelumnya meneliti tentang aspek *self-love* sedangkan penelitian ini mendalami aspek *hustle culture*.

Berdasarkan data di atas, maka topik penelitian ini serta didukung oleh penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan analisa agar dapat meneliti makna *hustle culture* pada lirik lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” karya BTS menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan oleh peneliti, maka disini penulis ingin mengetahui “Bagaimana makna *hustle culture* pada lirik lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” karya BTS?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui makna *hustle culture* yang ada di dalam lirik lagu “00:00 (*Zero O’Clock*)” karya BTS.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu dan pandangan akademisi tentang konsep dan teori *hustle culture* pada generasi muda dan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya metode edukasi dengan menggunakan pendekatan media musik melalui lirik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberi kontribusi secara langsung kepada subjek penelitian yaitu generasi Z tentang manfaat media musik untuk dapat membuka hati dan pikiran tentang budaya *hustle culture* bagi kehidupan dan masa depan individu kedepannya.