

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi telah menjadi kegiatan manusia untuk saling mengerti dan memahami terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada pendengarnya atau yang disebut komunikan, yang menghasilkan sebuah efek komunikasi. Komunikasi antarmanusia dapat berupa lambang-lambang atau tanda-tanda yang merupakan simbol untuk menyamakan makna antara komunikan dan komunikator. Komunikasi dianggap berhasil jika komunikator dan komunikan telah mencapai persamaan atas makna yang ingin disampaikan. (Caropeboka, 2017)

Batasan ruang lingkup komunikasi oleh Theodornoson dan Theodornoson (1969) adalah berupa penyebaran sikap, informasi, emosi atau ide-ide dari sekelompok orang atau seseorang untuk yang lain, terutama melalui simbol-simbol. Garbner (1967) mendefinisikan komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan-pesan. Komunikasi menurut Onong Uchayana merupakan proses komunikasi yang pada hakekatnya merupakan proses penyampaian perasaan atau pikiran dari seseorang (komunikator) kepada orang lainnya (komunikan). (Bungin, 2017)

Onong Uchjana Effendy membagi dua sisi proses komunikasi, yaitu komunikasi primer dan sekunder. Proses penyampaian pesan berupa pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan simbol atau lambang sebagai media disebut

komunikasi primer. Hal ini jika di ilustrasikan di kehidupan sehari-hari adalah pada saat seseorang berbicara secara langsung kepada orang lain dimanapun tempatnya.

Komunikasi sekunder merupakan penyampaian pesan menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua. Seseorang yang berbicara atau mengobrol menggunakan telepon atau alat sejenisnya, dikategorikan sebagai komunikasi sekunder. (Hikmat, 2010)

Komunikasi primer digunakan oleh para musisi untuk menyampaikan pesan melalui musik. Musik dilengkapi dengan mode pertandaan yang natural atau magis sehingga setiap mode pertandaan itu menjelaskan ekspresi yang dikodekan atau dirasakan.

Musisi menggunakan musik sebagai media penyampaian pesan dengan mengganti gambaran sederhana untuk tempo puitis dengan berbagai jenis predikat emosional yang begitu jelas untuk memperjelas gambaran kode-kode yang di pakai serta memperlihatkan bahwa aktivitas prediksi ini semakin bebas, biasa atau merakyat. (Barthes dan Heath, 2010)

Musik diciptakan untuk mengiringi lirik-lirik atau syair lagu dengan harapan menjadi sebuah hiburan sekaligus media dalam penyampaian pesan. Lagu adalah sebuah kisah, pengalaman dari suatu keadaan yang tertumpahkan dalam sebuah lirik yang diiringi oleh musik. Lirik dalam sebuah lagu merupakan ungkapan isi hati tentang keresahan yang sedang di alami penulisnya. Di dalam sebuah lagu, penulis akan menyampaikan pesan-pesan yang dikemas dengan indah dan diiringi berbagai alat musik.

Lagu menjadi sebuah media komunikasi paling menyenangkan, pesan dari lirik yang ingin disampaikan oleh penulis sebagai komunikator dan ditujukan kepada penikmat lagu sebagai komunikannya, disampaikan dengan iringan musik dan video klip. Video klip atau secara modern disebut video musik merupakan penyajian potongan gambar atau visual berupa video pendek yang telah disunting dan diselaraskan dengan musik dan lirik dalam sebuah lagu.

Musik adalah penghayatan isi hati manusia yang dinyatakan sebagai bunyi teratur dengan melodi atau ritme dan dengan unsur-unsur atau harmoni yang indah. Istilah musik dikenal dari kata Yunani *musike*. Secara musikal, itu berasal dari kata *muse-muse*, yang berarti sembilan dewa Yunani di bawah dewa Apollo yang melindungi seni dan ilmu pengetahuan.

Dalam metodologi Yunani kuno, romantisme kemurahan hati para dewa yang diwujudkan oleh Pythagoras memiliki arti bahwa musik bukan hanya anugerah (bakat) para dewa dan dewi, tetapi musik melayani nalar manusia dalam merumuskan teori. (Widhyatama, 2012)

Di zaman modern yang semakin canggih saat ini, banyak orang menggunakan musik untuk menyampaikan pesan-pesan sosial yang disebarkan melalui video klip. Secara sederhana, makna pesan sosial adalah gerakan atau gambaran penyampaian informasi penting yang disampaikan melalui interaksi langsung maupun tidak langsung. Pesan sosial pada dasarnya dibantu oleh kemampuan membaca bahasa simbolik atau non-verbal. (Marsyeilina, 2020)

Video klip menjadi salah satu media massa untuk menyebarkan pesan non-verbal dari penyanyi kepada pendengarnya. Pesan simbolik yang terdapat dalam video klip memberikan ketertarikan tersendiri bagi para penikmat musik. Sebagian dari pendengar yang mengamati video klip akan menyimpulkan pesan-pesan baik tersirat ataupun yang disampaikan secara terang-terangan dalam sebuah video klip. Pesan-pesan media massa sangat menarik dari segi semiotik, karena sebagian besar terdiri dari campuran simbol-simbol yang disusun secara spasial dan kronologis untuk menciptakan kesan, menyampaikan gagasan atau menciptakan interpretasi bagi publik.

Jean Baudrillard, seorang peneliti Prancis, percaya bahwa tanda memang terpisah dari objek yang ditandakannya dan media telah mendorong proses ini ke titik di mana tidak ada yang nyata. Awalnya, tanda adalah representasi visual sederhana dari suatu objek atau situasi. Tanda-tanda memiliki hubungan yang jelas dengan apa yang diwakilinya. Baudrillard menyebut tahap ini tatanan simbolik (*symbolic order*) yang lazim dalam masyarakat feodal. (Littlejohn and Foss, 2018:408)

Banyak musisi yang menggunakan video klip untuk memperjelas isi pesan yang ingin disampaikan kepada para penggemarnya. Video musik memiliki fungsi sebagai alat promosi dalam memasarkan sebuah lagu atau album rekaman. Selain itu video musik juga berfungsi sebagai magnet penarik penonton melalui cerita-cerita pendek yang termuat didalamnya. Semakin kreatif penyajian video musik ditambah alunan musik yang indah maka semakin banyak penonton yang mengulang untuk menonton video musik tersebut.

Hal tersebut sangat menguntungkan mengingat mudahnya promosi album di masa modern sekarang ini, para musisi menggunakan *Youtube* sebagai alat komunikasi sekunder dalam mempromosikan lagu atau album. Fenomena ini juga dimanfaatkan oleh *boygroup* asal Korea Selatan BTS yang mengeluarkan album berjudul *Butter* pada tanggal 9 Juli 2021, dengan *Permission to Dance* sebagai *comeback song* mereka. Sebelumnya pada April 2021 BTS juga telah merilis *single* dari album yang sama berjudul *Butter*.



Gambar 1.1 Poster BTS *Official Permission to Dance*

Sumber: Youtube Hybe Label <https://www.youtube.com/watch?v=Cuk1Ib9d3fI>

Dari cuplikan video klip tersebut terlihat hampir keseluruhan video musik memperlihatkan orang-orang dengan berbagai karakter mengenakan masker tanda bahwa pandemi masih melanda dunia. Tentang dampak-dampak pandemi, serta orang-orang yang paling terdampak saat pandemi ini terjadi. Namun jika tanpa adanya pemahaman, video musik tersebut hanya akan terlihat sebagai hiburan pengiring musik.

Terkadang pesan dalam sebuah lagu memang tidak dapat tersampaikan dengan sempurna karena tidak terlalu diperhatikan oleh penikmatnya. Pendengar hanya akan terfokus pada musik dan gerakan tarian yang terlihat lebih menarik untuk di perhatikan. Padahal, jika diperhatikan secara lebih seksama, banyak video klip yang menyertakan pesan-pesan moral yang dapat menginspirasi penontonnya.

Dalam video musik *Permission to Dance*, BTS menyajikan fakta fenomena sosial terbaru yang terjadi yang ingin disampaikan kepada penontonnya. Dasar tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk memahami lebih lanjut tentang makna dari simbol yang ada dalam video musik *Permission to Dance*. Sangat penting untuk memahami makna semiotika dari lirik dan video klip *Permission to Dance* supaya masyarakat dapat memahami makna-makna baik dalam artian sebenarnya atau makna kiasan dalam sebuah film atau video musik.

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis penelitian sebelumnya dalam melakukan analisis. Salah satu penelitian sebelumnya adalah penelitian dari Yuniar Marsyeilina (2020) yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui pesan sosial dari makna konotasi, denotasi serta mitos dari objek yang diteliti.

Penelitian sebelumnya ini menggunakan landasan teori komunikasi massa dan menggunakan metode penelitian kualitatif interpretif. Penelitian sebelumnya ini juga menggunakan semiotika Roland Barthes mengenai konotasi, denotasi dan mitos. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah video klip dari lagu BTOB berjudul "*It's Okay*". Dari penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa sosialisasi di lingkungan

sekitar harus dimulai dengan peduli, lebih menghargai dan mau menerima keadaan sekitar. (Marsyelina, 2020)

BTS menyuarakan kerisauan mereka dalam video klip *Permission to Dance* mengenai beberapa sektor yang bisa jadi paling terdampak oleh pandemi. Dari sektor pendidikan, baik murid dan sekolah. Dari sektor jasa, perkantoran, pihak ekspedisi dan rumah makan. Serta dari sektor hiburan yaitu penyanyi itu sendiri.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berkonsentrasi pada fenomena sosial yang disampaikan dalam video klip *Permission to Dance*. Memaknai video klip dari lagu tersebut dalam menghadapi pandemi Covid 19. Penulis akan memfokuskan pada makna semiotika cuplikan video musik yang berhubungan dengan fenomena sosial yang sedang terjadi.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana representasi mitos dari dampak Covid 19 yang terdapat dalam video klip lagu *Permission to Dance* oleh BTS?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui representasi mitos dari dampak Covid 19 yang terdampak dalam video klip lagu *Permission to Dance* oleh BTS.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah kegunaan penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dalam hal ini ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang semiologi atau pemaknaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tambahan tentang penggunaan simbol dalam keadaan tertentu.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adalah manfaat yang dapat diperoleh peneliti atau pembaca dari penelitian tersebut. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada peneliti dan pembaca tentang makna lagu baik secara nyata maupun tergambar dengan menganalisis secara langsung proses penyampaian pesan yang terkandung dalam lagu tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Sosial

Bertujuan agar masyarakat dapat membedakan tontonan yang mendidik dan penuh inspirasi bagi para penerus bangsa demi terciptanya keselarasan antara pemahaman dan keterbukaan dalam inspirasi, serta ikut serta memajukan pemikiran bangsa melalui bagaimana memahami semiotika.