

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA KARYA

#### 2.1 Komunikasi Massa

Teori komunikasi massa merupakan salah satu kajian utama dalam ilmu komunikasi yang mempelajari proses penyampaian pesan dari sebuah sumber tertentu (komunikator) kepada *audiens* yang besar dan heterogen melalui media massa. Media massa mencakup berbagai platform, seperti film, musik video, televisi, radio, surat kabar, majalah, hingga media digital modern. Proses ini bertujuan untuk menyampaikan informasi secara luas dalam waktu yang relatif singkat, dengan potensi untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, dan opini publik. Menurut McQuail, (2010) komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi sebuah informasi akan tetapi juga berperan dalam membentuk sebuah kerangka acuan yang memengaruhi bagaimana individu dan kelompok memahami realitas sosial mereka.

Komunikasi massa memiliki karakteristik yang unik, di antaranya mampu menjangkau *audiens* yang luas, kemampuan untuk menjangkau audiens secara bersamaan, dan sifat pesan yang sering kali dirancang untuk tujuan tertentu, seperti edukasi, hiburan, persuasi, atau pengaruh sosial. Dalam konteks ini, media massa bertindak sebagai perantara yang memiliki kekuatan besar dalam menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat, sekaligus memberikan interpretasi terhadap peristiwa atau fenomena tertentu.

Teori komunikasi massa juga mengkaji bagaimana media berkontribusi terhadap sosialisasi, internalisasi prinsip sebuah budaya, dan pembentukan identitas kolektif. Media tidak hanya menyampaikan sebuah pesan secara netral, melainkan turut membingkai informasi sehingga membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu. McQuail, (2010) menekankan bahwa media memiliki kemampuan untuk menciptakan realitas melalui proses seleksi, penyaringan, dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu informasi.

Selain itu, komunikasi massa dipandang sebagai alat penting dalam proses modernisasi dan globalisasi. Media massa berfungsi sebagai penghubung yang memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya dan geografis untuk berbagi informasi, ide, dan pengalaman. Namun, dalam konteks ini, teori komunikasi massa juga mengangkat isu-isu kritis, seperti bias

media, kepentingan politik atau ekonomi di balik pesan yang disampaikan, serta dampaknya terhadap homogenisasi budaya.

Dengan demikian, teori komunikasi massa menawarkan kerangka teoretis yang komprehensif untuk memahami dinamika interaksi antara media, pesan, dan audiens dalam masyarakat modern. Studi ini tidak hanya relevan untuk menjelaskan peran media dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga untuk mengevaluasi dampaknya terhadap struktur sosial, nilai-nilai budaya, dan pola komunikasi antar individu maupun antar kelompok.

## 2.2 Musik Video

Musik video merupakan sebuah tayangan audio dan visual yang berdurasi berkisar 1-5 menit yang didalamnya menggambarkan isi dari lirik lagu tersebut. Dalam penelitian ini, yang akan dijadikan obyek penelitian adalah musik video. Musik video bagi musisi merupakan alat untuk promosi serta membantu mereka dalam menyampaikan pesan dalam lagu yang mereka inginkan. Dengan kata lain, musik video mampu menunjukkan atau mengkomunikasikan pesan yang di inginkan oleh musisi kepada audiensnya.

Menurut ahli Moller, (2011), musik video adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu. Lagu memiliki pengertian karya seni yang diciptakan dengan perpaduan melodi dan lirik. Melodi adalah serangkaian nada yang tersusun sedemikian rupa yang menciptakan pola teratur. Lirik merupakan serangkaian kata-kata atau isi pesan yang memiliki makna mendalam yang disampaikan oleh penyanyi atau musisi kepada para audiensnya. Musik video menghasilkan sensasi audio dan visual yang mendalam kepada khalayak untuk menceritakan sebuah pesan yang diinginkan oleh musisi atau penyanyi. Dalam lagu dan musik video tak cukup satu kata ini digunakan untuk menyampaikan keresahan atau masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan seseorang atau musisi itu sendiri.

### 2.3 Musik Video Sebagai Komunikasi Media Massa

Musik video adalah salah satu jenis komunikasi massa yang menggunakan kolaborasi antara unsur audio dan visual untuk menyampaikan sebuah pesan yang ingin disampaikan secara efektif kepada khalayak luas. Media audio visual seperti musik video memiliki kemampuan untuk menyebarkan ide dan makna yang terkandung di dalamnya, menurut Creeber, (2013)

Musik video adalah alat media massa yang sangat baik untuk menyampaikan pesan dan makna. Menurut McQuail, (2010) media massa memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan secara luas. Dengan daya tarik visual dan emosionalnya, musik video memenuhi ketiga tujuan ini sekaligus menambah dimensi estetika yang lebih dalam ke pengalaman musik. Musik video tidak hanya menghasilkan suara, tetapi juga membuat audiens terlibat dengan pesan visual yang diperkuat melalui cerita atau simbol-simbol tertentu yang digambarkan dalam sebuah gambar visual.

Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah berkembang menjadi media massa dengan musik video. Menurut Burgess, (2018) dengan menjadi salah satu platform terbesar untuk distribusi musik video, YouTube telah mengubah cara audiens mengonsumsi konten musik, memungkinkan distribusi musik di seluruh dunia dalam hitungan detik. Musik video di media sosial bukan hanya alat untuk menikmati musik, melainkan menjadi alat untuk membangun personal branding atau identitas artis dan membangun ikatan emosional dengan penggemar mereka.

Musik video, sebagai alat komunikasi massa, sangat mempengaruhi cara pandang audiens melihat lagu, artis, dan bahkan masalah sosial yang disampaikan. Menurut Hall, (1997) menyatakan bahwa representasi sangat penting untuk memahami bagaimana pesan dibangun dan diterima. Musik video menggunakan representasi visual untuk membentuk makna dan memberikan interpretasi tertentu atas lagu. Ini sering mengarahkan audiens ke makna yang lebih dalam daripada yang dapat disampaikan oleh audio saja. Misalnya, musik video yang menyajikan narasi visual tentang cinta, kehilangan, atau perlawanan sosial sering kali memperkuat makna lagu, sehingga audiens dapat lebih terlibat secara emosional. Selain itu, efek visual seperti warna, pencahayaan, dan editing digunakan untuk menambahkan lapisan emosional, memperkuat pesan yang diinginkan oleh pembuat video. Hal ini memungkinkan musik video juga dianggap sebagai komponen komunikasi media massa yang mempunyai target yang luas dalam penyampaian sebuah pesan, terutama dengan munculnya platform sosial

media seperti Youtube, Instagram dan Tiktok yang berperan penting dalam menyebarkan musik video kepada khalayak luas, Musik video, sebagai bentuk komunikasi massa, tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dan membentuk persepsi audiens.

#### 2.4 Peran,Fungsi dan Tanggung Jawab Sutradara

Dalam produksi audio visual diperlukan seorang pemimpin yang bertanggung jawab atas semua proses kreatif yang dimulai dari pra produksi,produksi dan pasca produksi, dimana ini tugas seorang sutradara. Dalam pendekatan ilmu komunikasi, sutradara dapat dilihat sebagai seorang komunikator utama yang dimana harus mampu menyampaikan pesan dari sebuah produk audio visual terutama musik video kepada audiensnya secara efektif. Menurut Rahmat, (2018) proses sebuah komunikasi dalam pembuatan produk audio visual melibatkan penggunaan tanda serta simbol visual yang di dukung oleh audio dan saling terintegrasi untuk menciptakan makna yang mampu dipahami oleh audiens atau penonton.

Peran sutradara tidak hanya berfokus pada koordinasi teknis dilapangan, tetapi juga mencakup kemampuan menginterpretasikan naskah secara visual dan membentuk karakter tokoh sesuai dengan visi misinya agar dapat diterima oleh audiens. Sutradara bekerja sama dengan divisi lain seperti penata kamera, penata audio dan penata artistik untuk membantunya dalam pembuatan suatu karya audio visual. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi visual yang berfokus dalam pentingnya penyampaian suatu pesan secara efektif melalui media visual Smith, (2020).





Gambar 2.1 Peran Sutradara ketika produksi

## 2.5 Media Baru

Dalam perkembangan komunikasi massa, musik video dalam konteks media baru, adalah contoh perkembangan pesat sebuah media komunikasi massa yang makin interaktif dan fleksibel. Di era digital, konsep komunikasi massa mulai lebih melibatkan interaksi dua arah dan personalisasi, media baru, yang mencakup internet, media sosial, dan layanan streaming, memungkinkan musik video menjadi alat komunikasi yang kuat dan lebih dinamis untuk menyampaikan sebuah pesan dari pada media tradisional seperti televisi. Dalam konteks media baru, menjadi salah satu bentuk konten audio-visual yang banyak dimanfaatkan di platform digital, terutama di era media sosial dan layanan streaming video seperti YouTube dan VEVO.

Menurut Siapera, (2012), media baru adalah konsep yang merujuk pada berbagai teknologi komunikasi yang dikembangkan pada abad ke-21, yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah serta personalisasi pengalaman audiens. Media baru bersifat interaktif, memungkinkan pengguna tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi berpartisipasi dalam penyebaran informasi dan menciptakan konten mereka sendiri, seperti penulis yang berperan sebagai sutradara menciptakan musik video Rizwan Fadilah "Tak Cukup Satu Kata".

Dalam konteks musik video, media baru telah mengubah cara musisi dan label musik mempromosikan karya mereka. Musik video tidak lagi hanya disiarkan melalui saluran televisi seperti MTV, tetapi kini dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform digital yang berbasis internet seperti Youtube, Instagram dan Tiktok. Menurut Bennett, (2014) musik video sebagai produk media baru memberikan ruang lebih besar bagi kreativitas visual dan naratif. Artis dan musisi memiliki kebebasan untuk bereksperimen dengan berbagai bentuk visual dan menceritakan kisah mereka melalui medium musik video.

## **2.6 Manajemen Produksi Musik Video**

Manajemen produksi musik video adalah sebuah proses yang melibatkan berbagai aktivitas untuk memastikan setiap elemen dari produksi berjalan dengan baik. Proses ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya, semuanya diarahkan untuk mencapai tujuan produksi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Dalam manajemen produksi musik video, sutradara memiliki tanggung jawab yang penuh sebagai pemimpin kreatif untuk bisa berkoordinasi dengan semua anggota kru. Dalam konteks pembuatan musik video Rizwan Fadilah "Tak Cukup Satu Kata", manajemen produksi dapat dibagi menjadi empat tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan pendistribusian.

### **2.6.1 Pra Produksi**

Tahap pra-produksi adalah proses di mana semua persiapan dilakukan sebelum pengambilan gambar dimulai. Dari proses awal ini tim produksi merencanakan berbagai aspek, seperti penulisan naskah, pengembangan konsep, dan pemilihan lokasi. Proses ini juga mencakup casting untuk menentukan siapa yang akan berperan dalam musik video.

Menurut Lunenfeld, (2017) tahap ini sangat penting karena keputusan yang diambil di sini akan mempengaruhi keseluruhan kualitas produksi. Pada tahap pra-produksi ini, sutradara bertanggung jawab untuk membuat naskah yang sesuai dengan lirik lagu, mood, dan makna yang ingin disampaikan musisi dalam musik video. Dalam musik video, Sutradara sangat kreatif, terutama dalam hal seni dan akting. Mereka memvisualisasikan naskah untuk mewujudkan visi mereka sesuai konsep. Selanjutnya, sutradara harus menganalisis naskah musik video. Analisis ini mencakup cerita, struktur dramatik, penyampaian informasi, dan tujuan artistik dan estetika musik video. Analisis ini digunakan sebagai dasar untuk berbicara dengan produser dan kepala departemen tentang konsep penyutradaraan untuk pembuatan musik video. Sutradara dan produser memilih pemeran utama dan pendukung, dari pihak label memberikan 4 opsi pemeran wanita untuk menjadi pemeran pendukung, yang dimana pada akhirnya terpilih satu pemeran wanita dengan karakter yang kuat serta jam terbang tinggi untuk beradu akting bersama Rizwan Fadilah. Sutradara mencari dan memilih lokasi untuk produksi musik video bersama dengan departemen penata kamera, penata artistik, asisten sutradara, dan

manajer lokasi. Sutradara juga merencanakan pengambilan gambar untuk setiap adegan dalam naskah, yang disebut pengaturan *shot* atau pengaturan kamera sutradara.

### **2.6.2 Produksi**

Selama proses produksi musik video, seorang sutradara memikul banyak tanggung jawab penting. Sutradara berkomunikasi dengan asisten sutradara dan anggota kru utama lainnya untuk menentukan urutan pengambilan gambar untuk setiap adegan. Mereka menjelaskan dengan jelas bagaimana gambar akan diambil, untuk mengatur *blocking* talent atau posisi pergerakan para pemeran atau aktor di dalam set.

Musik video sering kali menggunakan pendekatan semiotik atau simbol-simbol di mana setiap elemen visual dan audio dalam musik video memiliki makna tertentu yang ditujukan untuk memperkuat pesan dari lagu itu sendiri menurut Zhao, (2017). Hal ini memerlukan kemampuan dari sutradara untuk memahami baik pesan musik maupun bagaimana pesan tersebut dapat diterjemahkan secara visual kepada audiens. Sutradara akan memberikan instruksi kepada asisten sutradara, jika ada kekurangan akting dari pemerannya. Selain itu, ketika mereka menghadapi masalah di lokasi syuting, sutradara harus dapat membuat keputusan kreatif dengan cepat dan tepat.

### **2.6.3 Pasca Produksi**

Setelah tahap produksi selesai, tugas seorang sutradara tidak berakhir, di tahap pasca produksi. Ketika materi klip musik video telah diedit dan mencapai tahap editing offline, yang mencakup cut kasar, sutradara berbicara dengan editor untuk memberikan pendapat dan masukan yang sesuai dengan visi sutradara. Selanjutnya, sutradara juga terlibat dalam proses editing online, yang mencakup mengubah warna saat musik video diwarnai dan memberikan efek dengan berbicara dengan produser. Setelah semua sesuai dengan visi sutradara, hasilnya dikirim segera kepada label musik untuk preview. Hasilnya menentukan apakah ada revisi atau tidak. Setelah itu, label musik langsung mendistribusikan musik video.

## 2.7 Teori Efek Media

Teori efek media digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir karya musik video ini. Menurut McQuail, (2010) media memiliki peran signifikan dalam membentuk realitas sosial. Dalam hal ini, media tidak hanya menyampaikan sebuah informasi, melainkan juga menciptakan kerangka referensi yang memengaruhi cara pandang *audiens* memahami dunia. Musik video, sebagai salah satu produk media massa, merupakan contoh yang nyata dari bagaimana media digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang estetis sekaligus strategis.

Musik video adalah alat komunikasi visual yang sangat efektif untuk membangun sebuah branding seorang musisi. Melalui serangkaian elemen visual seperti kostum, lokasi, dan sinematografi, musisi dapat membangun citra tertentu yang mencerminkan identitas musik mereka. Contohnya, seorang musisi yang memilih untuk menampilkan isu-isu sosial dalam musik videonya dapat memengaruhi *audiens* untuk melihatnya sebagai individu yang peduli pada masalah-masalah yang dekat dengan masyarakat. Efek media membentuk persepsi publik terhadap musisi, Musik video sering kali digunakan untuk membentuk cara *audiens* memandang musisi, genre musik, atau bahkan nilai-nilai tertentu. Pesan yang disampaikan melalui visual, lirik, dan narasi dalam musik video dapat memengaruhi opini *audiens* tentang topik tertentu atau identitas budaya di dalam visual musik video.

Media massa, termasuk musik video, memiliki kekuatan untuk menciptakan sebuah rasa kebersamaan atau identitas kolektif di antara *audiens*. Musik video yang mengangkat konsep tema universal, seperti cinta atau drama, dapat menyatukan *audiens* dari berbagai latar belakang budaya melalui pesan yang mudah dipahami dan diterima karena dekat dengan kehidupan sehari-hari. Menurut teori efek media, dampak dari produk musik video tidak selalu langsung terlihat. Akan tetapi ada efek jangka panjang yang terjadi melalui eksposur berulang terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Sebagai contoh, musik video yang terus-menerus menampilkan gaya hidup tertentu dapat memengaruhi aspirasi dan nilai-nilai *audiens* dalam jangka waktu yang lama. Menurut McQuail, (2010), teori efek media membantu kita memahami musik video lebih dari sekedar hiburan visual. Musik video memiliki kapasitas yang signifikan untuk mengubah perspektif publik, meningkatkan branding musisi, dan mengubah cara orang melihat dunia. Pencipta musik video dapat menggunakan teori ini untuk membangun hubungan emosional dengan *audiens* mereka dan menyampaikan pesan tertentu dengan menggunakan elemen visual secara bijak.

## 2.8 Macam Macam Media Massa

Media komunikasi massa adalah alat menyampaikan sebuah pesan atau metode untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas. Berikut adalah beberapa macam-macam media komunikasi massa:

1. Televisi : Televisi adalah media audio visual yang sangat populer yang menyampaikan pesan dalam bentuk gambar bergerak dan suara yang didalamnya meliputi program berita, hiburan, drama, dokumenter, dan iklan adalah jenis acara televisi.
2. Radio : Radio menawarkan konten audio kepada audiens melalui gelombang radio. Ini termasuk wawancara, podcast, musik, berita, dan siaran langsung.
3. Surat Kabar : Surat kabar adalah jenis media cetak yang berisi berita, artikel, iklan, dan kolom opini. Meskipun pengaruhnya telah berkurang karena digitalisasi, surat kabar tetap merupakan sumber penting informasi.
4. Majalah : Majalah adalah jenis media cetak yang berfokus pada topik tertentu, seperti hobi, kesehatan, fashion, atau gaya hidup. Majalah biasanya memiliki artikel yang lebih mendalam dan ilustrasi yang kaya.
5. Media Online : Ini mencakup berbagai platform online, seperti blog, situs berita, media sosial, dan platform streaming video. Platform online memungkinkan orang berinteraksi langsung dengan berbagai jenis konten.
6. Musik Video : Musik video adalah jenis produk audio visual yang menggabungkan visualisasi dan musik untuk meningkatkan sebuah pesan, emosi, atau tema dari lagu yang ditampilkan. Secara umum, musik video menampilkan visualisasi kreatif yang terhubung dengan lirik atau melodi musik, memberikan penonton pengalaman sensorik yang lebih dalam melalui perpaduan suara dan gambar bergerak. Ini juga merupakan ekspresi seni multimedia yang menggabungkan narasi, gaya, dan interpretasi visual dari musik itu sendiri.

7. Media Sosial : Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok memungkinkan individu dan organisasi untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan audiens yang lebih luas.

8. Film : Film adalah produk audio-visual yang menyajikan cerita atau informasi melalui kombinasi gambar bergerak (visual) dan suara (audio). Sebagai bentuk seni dan media hiburan, film menggabungkan elemen-elemen narasi, sinematografi, akting, suara, dan musik untuk menyampaikan tema, emosi, atau pesan kepada penonton. Film dapat berbentuk dokumenter, fiksi, atau gabungan keduanya, dan biasanya diproduksi dalam berbagai genre, seperti drama, komedi, aksi, atau horor. Film sering digunakan untuk hiburan, edukasi, atau ekspresi artistik.

