

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Video Klip

2.1.1 Pengertian Video Klip

Tayangan video merupakan perpaduan hubungan antara aspek musikal dan visual pada mulanya berfungsi berperan sebagai media pemasaran musik agar musik yang di buat tersebut lebih luas di ketahui oleh semua masyarakat dan yang melihat dan mendengar tau arti atau makna dari video klip tersebut. Menurut Hovland, Janis & Kelly dalam (Ngalimun, 2020) komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan seseorang atau komunikator dalam menyampaikan stimulus verbal dengan tujuan memengaruhi atau membentuk perilaku khalayak. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa komunikasi mempunyai arti dan tujuan untuk mengubah atau mempengaruhi orang lain atau yang disebut sebagai khalayak melalui penggunaan pesan dan media perantara sehingga pesan dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan definisi tersebut, bentuk komunikasi yang dapat diterapkan adalah komunikasi massa, dimana komunikaor menyampaikan pesen melauai media perantara kepada khalayak dengan tujuan mempengaruhi atau mengubah pola pikir serta perilaku. Menurut (Ngalimun, 2020) komunikasi massa diartikan sebagai terjemahan dari istilah *mass communication*, yang merupakan kepanjangan yang mengacu pada istilah *mass media communication*, yaitu bentuk komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah massa merujuk pada sejumlah besar orang yang tidak mesti berada di satu wilayah yang sama, melainkan tersebar di beragam tempat pada waktu bersamaan.

Menurut Maletzke dalam (Rahmat, 2000) dampak dari penggunaan media massa adalah terjadinya komunikasi satu arah dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi satu arah dimaknai sebagai tidak adanya interaksi atau kontak langsung antara komunikator dan komunikan. Komunikasi massa didefinisikan sebagai

bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan maupun ungkapan secara terbuka yang dapat di akses oleh khalayak melalui media penyebaran yang bersifat secara tidak langsung. Maksud dari publik yang tersebar tersebut yaitu seorang yang menerima pesan yang tidak pada satu tempat melainkan tersebar di beberapa tempat. Video klip di promosikan melalui media sosial seperti YouTube dan di promosikan melalui televisi juga, visualisasi yang ditampilkan dalam video klip dianggap memiliki peran penting oleh para produsen karena berperan dalam memperkenalkan artisnya kepada masyarakat penonton.

Selain aspek visual, video klip juga memiliki alur cerita menyerupai sebuah film, yang bertujuan membantu masyarakat menyadari serta makna dari lagu yang ditonton maupun didengarkan. Tanpa disadari, video klip mendorong penonton untuk diputar lebih dari satu kali karena unsur visual dan alur cerita yang mampu memberikan hiburan sekaligus meningkatkan penghayatan terhadap karya musisi yang mereka sukai. Oleh karena itu, video klip diyakini memiliki efektifitas yang tinggi sebagai sarana memperkenalkan artis secara audio dan visual, serta berfungsi sebagai media alternatif dalam menyampaikan pesan yang terkandung dalam lagu.

Terdapat berbagai teknik dan gaya penceritaan yang dapat diterapkan dalam pembuatan video klip, seperti sinkronisasi ritme musik dengan unsur visual, pemanfaatan alur cerita yang disajikan secara berurutan serta penggunaan media sebagai elemen utama. Secara umum, video klip dapat diklasifikasikan kedalam dua jenis, video bergaya film dan fotografi video tayangan sinematik merupakan jenis video klip yang memberi penekanan pada penyajian jalan cerita secara terperinci. Sebaliknya, fotografi video tidak berfokus pada pengembangan cerita, sehingga cenderung mengabaikan kaidah penceritaan film pada dasarnya. Melainkan juga kedua jenis tersebut, terdapat pula bentuk video klip lain yang dikenal sebagai video penampilan dan progresif klip. Video penampilan semakin menekankan berkaitan dengan penampilan penyanyian atau komunitas musik, disisi lain progresif klip merupakan elemen dari video bergaya sinematik yang tidak terlaui bergantung pada alur cerita visual bersifat dramatis. Dalam progresif video, penyajian tidak bergantung pada alur cerita yang bersifat dramatis jenis video ini tidak

menampilkan jalan cerita secara eksplisit, melainkan menekankan pada perubahan waktu dan perpindahan lokasi.

Setiap teknik memiliki keunggulan tersendiri, dan masing-masing sutradara juga memiliki kecenderungan serta ciri khas dalam penerapannya. Pemilihan teknik dan gaya visualisasi tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor musik, mengingatkan setiap karya musik memiliki karakter atau ruh tersendiri, seperti genre music maupun konsep yang diusung oleh penyanyi atau musisi. Hal tersebut menjadi aspek khusus yang dipertimbangkan dalam proses memvisualisasikan karya musik tersebut ke dalam bentuk video. Sejalan dengan perkembangan zaman, video klip tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai alat promosi, melainkan berkembangnya menjadi bentuk karya seni yang tumbuh seiring dengan para pencipta lagu di berbagai belahan dunia. Video klip digunakan oleh pencipta lagu sebagai upaya untuk memperjelas dan menegaskan pesan yang hendak disampaikan melalui karya musik tersebut.

2.1.2 Fungsi Video Klip

Video klip memiliki sejumlah fungsi, antara lain:

1. Fungsi Utama

Karena keunggulannya dalam menyampaikan pesan melalui unsur audio dan visual, video klip dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif agar karya yang dihasilkan oleh musisi dapat dikenal oleh masyarakat luas.

2. Fungsi Artistik

Secara artistik video klip berfungsi sebagai media eksplorasi visual terhadap sebuah lagu. Video klip sengaja dirancang untuk merepresentasikan tema yang terkandung dalam lagu yang diciptakan. Namun, pada beberapa karya video klip tidak selalu menampilkan tema yang selaras dengan lagu tersebut, dan perbedaan ini justru menjadi bagian dari nilai estetika serta kebebasan artistik dalam penyajiannya.

Dengan keberadaan video klip, penikmat musik dapat menyaksikan bagaimana seorang penyanyi atau grup musik menampilkan dan membawakan sebuah lagu maupun sekadar membangun suasana atau nuansa yang ingin disampaikan melalui lagu tersebut. Selain itu, video klip juga berperan dalam membentuk citra seorang penyanyi atau grup musik. Hal ini menunjukkan bahwa video klip dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual antara musisi dan para penggemarnya, sekaligus menjadi sarana bagi industri atau produsen musik untuk mempromosikan karya mereka melalui media massa.

2.1.3 Tipe Video Klip

Video klip pada dasarnya terbagi ke dalam dua jenis, yaitu:

1. Simbol

Simbol digunakan semata-mata sebagai penanda dalam penyajian visual gambar, tanpa keharusan adanya keterkaitan atau kesesuaian antara lirik lagu dan visual yang ditampilkan

2. Verbal

Verbal adalah bentuk visualisasi lagu yang berfokus pada kesesuaian makna lirik, di mana unsur gambar dan suara saling mendukung serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

2.1.4 Unsur Video Klip

Terdapat sejumlah unsur yang membentuk sebuah video klip, di antaranya meliputi:

1. Bahasa yang mengatur pola gerak dan ketukan

Dalam pembuatan video klip, dasar penggarapannya mengacu pada irama lagu. Terdapat tiga jenis ketukan yang umum digunakan yaitu tempo lambat, tempo cepat, dan tempo sedang. Ketiga ketukan tersebut kemudian disesuaikan dengan lirik lagu agar tercipta keselarasan irama dan tempo yang tepat.

2. Musikalisasi yang diekspresikan melalui bunyi dan permainan alat musik.

Pemahaman terhadap musik perlu diperhatikan secara cermat, terutama oleh pembuat video klip, baik dari segi jenis musik, instrumen yang digunakan maupun karakter atau profil band agar suasana yang dihasilkan selaras dengan pesan dan tampilan yang ingin disampaikan.

3. Bahasa Nada

Nada dalam suatu aransemen musik perlu diperhatikan secara cermat sehingga proses pembuatan video klip sebaiknya dilakukan melalui diskusi dan kerja sama dengan penata musik agar hasilnya selaras.

4. Bahasa lirik

Pembuatan video klip perlu memperhatikan lirik lagu yang digunakan. Seorang pembuat video klip dituntut memiliki kemampuan imajinasi visual yang baik agar mampu menerjemahkan makna lirik ke dalam bentuk visual secara tepat dan menarik.

5. Bahasa Penampilan dan Performance

Pendalaman terhadap karakter grup musik sangat penting untuk dilakukan. Hal ini mencakup pemahaman terhadap penyanyi dan para personel band baik dari gaya bermusik, penampilan fisik, maupun penataan busana, agar semuanya selaras dengan konsep dan lokasi yang telah ditentukan dalam pembuatan video klip.

2.1.5 Teknik Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar perlu menerapkan teknik yang disesuaikan dengan setiap adegan yang akan direkam. Hal ini bertujuan untuk membangun kesan dramatis sekaligus memperjelas pesan yang ingin disampaikan kepada penonton. Dalam prosesnya, terdapat beberapa teknik pengambilan gambar yang dapat digunakan.

1. *Bird eye view* adalah teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan menempatkan kamera pada posisi sangat tinggi di atas objek, menyerupai sudut pandang burung yang sedang terbang.

Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan gambaran umum atau posisi suatu lokasi secara menyeluruh.

2. *High angle* adalah teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan menempatkan kamera di posisi lebih tinggi dari objek yang direkam. Teknik ini digunakan untuk menampilkan kesan bahwa objek terlihat kecil, lemah, atau kurang berdaya.
3. *Low angle* adalah teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan menempatkan kamera di posisi lebih rendah dari objek. Teknik ini bertujuan untuk menampilkan kesan kekuatan, dominasi, dan kewibawaan pada karakter yang ditampilkan.
4. *Eye level* adalah teknik pengambilan gambar di mana posisi kamera sejajar dengan pandangan mata objek. Teknik ini bertujuan menghadirkan kesan alami dan netral, seolah-olah penonton berada pada posisi yang sama dan melihat langsung adegan tersebut.
5. Teknik *frog eye* adalah cara pengambilan gambar yang dilakukan dengan menempatkan kamera di posisi paling bawah objek. Teknik ini digunakan untuk membangun kesan dramatis dan menghadirkan karakter yang terlihat misterius.

Teknik pengambilan gambar dalam video pada dasarnya serupa dengan teknik yang digunakan dalam fotografi. Kamera juga menerapkan teknik framing dalam merekam objek. Framing adalah metode pengambilan gambar dengan menempatkan objek tertentu sebagai elemen latar depan yang berfungsi membingkai subjek utama, sehingga dapat menciptakan kesan kedalaman atau ruang tiga dimensi pada gambar yang dihasilkan

2.2 Komunikasi

2.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan sarana penting dalam menyampaikan pesan atau informasi. Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin

communicatus, yang berakar dari kata *communis* yang berarti sama. Makna tersebut merujuk pada kesamaan arti atau pemahaman. Dalam proses komunikasi yang efektif atau komunikatif, terdapat kesesuaian makna antara pesan yang disampaikan oleh pengirim dan pesan yang diterima oleh penerima, sehingga informasi dapat dipahami secara tepat. Komunikasi pada umumnya dipahami sebagai suatu proses yang mencakup pembentukan, pengiriman, penerimaan, serta pengolahan pesan yang terjadi pada individu atau antarindividu dengan tujuan tertentu. Proses komunikasi tersebut melibatkan beberapa tahapan, yaitu menciptakan pesan, menyampaikan pesan, menerima pesan, dan mengolah pesan secara berurutan. Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatus* yang bersumber dari kata *communis*, yang berarti sama. Makna ini menunjukkan adanya kesamaan arti atau pemahaman antara pihak pengirim dan penerima pesan. Dalam komunikasi yang efektif atau komunikatif, terdapat kesesuaian makna terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Seiring perkembangannya, berbagai ahli mengemukakan teori komunikasi. Menurut Littlejohn, konsep komunikasi merujuk pada pandangan atau pemikiran bersama yang mencakup sejumlah teori yang berkaitan dengan proses komunikasi. Beilerson dan Steiner dalam buku *Human Behavior* yang dikutip oleh Effendy dalam *Komunikasi: Teori dan Praktik* mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan unsur lainnya dengan memanfaatkan berbagai lambang, seperti kata-kata, gambar, angka, diagram, serta bentuk simbolik lainnya. Dengan demikian, komunikasi dipahami sebagai suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan.

Interaksi dalam komunikasi terjadi ketika terdapat unsur komunikator sebagai penyampai pesan, pesan sebagai informasi yang disampaikan, serta komunikan sebagai penerima pesan, yang disertai dengan adanya umpan balik. Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) yang kemudian memungkinkan terjadinya interaksi timbal balik di antara keduanya. Lasswell berpendapat bahwa komunikasi diawali melalui suatu proses yang menjelaskan unsur-unsur utama, yaitu “siapa” yang menyampaikan pesan, “apa”

yang disampaikan, “melalui saluran apa” pesan tersebut disalurkan, “kepada siapa” pesan ditujukan, serta “dengan dampak atau hasil apa” yang dihasilkan. Sementara itu, Schramm, sebagaimana dikutip oleh Effendy dalam karyanya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, menyatakan bahwa penyebab utama terciptanya situasi komunikasi yang efektif adalah adanya *frame of reference* (kerangka acuan) dan *field of experience* (pengalaman) yang dimiliki oleh para pelaku komunikasi. Kerangka acuan dan pengalaman tersebut menjadi faktor penting yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi secara komunikatif. Dalam konteks ini, istilah yang digunakan untuk pihak yang menyampaikan pesan adalah komunikator, sedangkan pihak yang menerima pesan disebut sebagai komunikan. Komunikasi tidak hanya sebatas proses menyampaikan informasi semata. Pemahaman mengenai komunikasi dapat lebih mudah dipahami sebagai proses membangun kembali ide atau gagasan informasi di dalam diri publik, terutama ketika disertai dengan panduan berupa simbol, topik, atau slogan yang telah disusun sebelumnya. Komunikasi tidak hanya sekadar berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi. Pemahaman mengenai komunikasi dapat dilihat sebagai proses penciptaan kembali ide atau gagasan informasi oleh khalayak, terutama apabila disertai dengan panduan berupa simbol, topik, atau slogan yang telah ditentukan. Selain itu, pengalaman juga menjadi faktor penting dalam proses komunikasi. Apabila komunikator dan komunikan memiliki latar pengalaman yang serupa, maka interaksi pesan akan berlangsung lebih mudah sehingga potensi terjadinya kesalahpahaman dapat diminimalkan.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas dengan karakter audiens yang beragam. Proses komunikasi ini dilakukan dengan memanfaatkan media massa sebagai sarana pendukung penyampaian pesan. Media massa yang digunakan dapat berupa media audio, audio visual, media cetak, maupun media luar ruang. Secara terminologis, komunikasi massa atau *mass communication* dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa, atau yang dikenal dengan istilah

communicating with media. Istilah komunikasi massa merupakan singkatan dari komunikasi media massa, sedangkan media massa sendiri merupakan kependekan dari media komunikasi massa.

Menurut Gerbner, komunikasi massa merupakan proses produksi dan distribusi pesan yang berlandaskan pada teknologi kelembagaan melalui aliran pesan yang bersifat berkesinambungan. Gerbner juga menyatakan bahwa komunikasi massa mampu menghasilkan berbagai bentuk produk pesan komunikasi. Produk komunikasi massa tersebut kemudian disebarluaskan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam rentang waktu yang teratur, misalnya setiap minggu atau setiap bulan

2.2.3 Video Klip Sebagai Media Massa

Definisi komunikasi massa secara sederhana dapat dijelaskan sebagai proses pertukaran ide, gagasan ataupun makna melalui media massa. Media massa meliputi segala macam media komunikasi yang dapat mencakup penonton ataupun massa secara luas dengan jenis pesan yang sama. Media perantara dalam komunikasi massa antara lain televisi, radio, video, film, majalah, dan koran. Pengertian massa meliputi penonton yang berjumlah banyak dan tidak diketahui berapa jumlahnya, berasal dari berbagai latar belakang dan bersifat heterogen.

Kehadiran internet dengan segala kecanggihannya sebagai media komunikasi massa memudahkan beberapa bentuk media komunikasi untuk disebarluaskan, salah satunya adalah video musik atau yang biasa disebut sebagai video klip. Pengertian video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band. Pada era 2000, keeksisan video klip dapat diakses dengan mudah melalui internet, sebut saja media sosial seperti Youtube. Kemudahan akses, ide kreatif serta pesan 20 dalam suatu lagu dikemas sedemikian rupa sehingga pendistribusian pesan sampai kepada komunikan dengan mudah dan cepat.

Seiring berjalannya waktu, video klip bukan hanya menjadi alat promosi saja, melainkan sebuah seni yang maju bersama para pelaku musik seluruh dunia. Video klip ini banyak digunakan oleh para pelaku musik untuk memperkuat pesan yang ingin mereka sampaikan lewat lagunya. Seperti band Bali Navicula dalam video klip nya yang berjudul “Kartini”, yang dimana video klip tersebut menceritakan potret para ibu-ibu petani yang menolak atas didirikannya pabrik semen di desanya yaitu di Pegunungan Kendeng (Rembang, Blora, Pati, Groboga, Kudus) Jawa Tengah. Navicula menggunakan video klipnya untuk mengkritik PT. Semen Indonesia. Video klip telah menjadi media berekspresi antara pelaku musik dan sineas untuk menyampaikan pesan yang dituliskan lewat lagu, dan ditampilkan secara visual.

2.3 Semiotika Roland Barthes

Semiotika berakar dari Bahasa Yunani *Semeion* yang diartikan tanda atau isyarat. (Sudjiman dalam Sudjiman & Zoest, 1992). Semiotika memerlukan teks sebagai kumpulan dari tanda-tanda dengan semiotika bisa diketahui cara kerja dan bisa tau juga fungsi tanda itu sebagai apa. Sehingga dalam makna suatu teks atau objek penelitian itu dapat terungkap (Ali Romadhoni, 2020). Semiotika bertujuan untuk mengungkapkan dan memahami bagaimana makna dibentuk oleh realitas yang dipresentasikan melalui tanda-tanda dalam suatu objek penelitian. Dibandingkan dengan pendekatan analisis lainnya, semiotika memiliki keunggulan karena mampu menafsirkan makna secara lebih mendalam, termasuk aspek-aspek yang bersifat detail dan tersembunyi dalam bentuk sinyal atau tanda. Objek kajian dalam studi semiotika dapat berbentuk kata, elemen visual dan gerakan tubuh, maupun objek komponen seperti ritual.

Roland Barthes merupakan seorang intelektual, kritikus sastra dan ahli dalam semiotika di Prancis. Barthes dalam (Sobur, 2003) menyebutkan bahwa Barthes yaitu sebagai tokoh yang memegang peran utama dalam struktur tahun 1960 dan pada tahun 70-an. Roland Barthes merupakan tokoh yang menerapkan dan bisa mengembangkan *semiology* dan *Ferdinand de Saussure*. Barthes

berpendapat bahasa didefinisikan sebagai suatu rangkaian tanda yang mencerminkan pandangan pada lapisan masyarakat tertentu konteks periode waktu tertentu (Sobur, 2003). Barthes menekankan adanya interaksi antara teks dan budaya, serta konvensi-konvensi yang dialami dan diharapkan oleh para penggunanya. Menurut Sobur (2013:262), makna denotasi merupakan makna sebuah penanda bersifat literal dan tersedia dalam kamus. Makna denotatif dapat ditangkap secara langsung oleh indra pengelihatan sebagai makna yang sebenarnya. Dengan demikian, denotasi merupakan tingkat signifikasi pertama, di mana makna tersebut dapat diamati secara langsung dan diyakini kebenarannya.

Gambar 2. 1 Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Connotatove Sign</i> (Tanda Konotatif)	

(Sumber: Sobur, 2013:69)

Berdasarkan peta diatas bisa dilihat bahwa makna denotatif terdiri dari penanda dan pertanda. Jadi pada saat semua itu bersamaan tanda denotatif juga menjadi konotatif yang bisa di bilang bahwa hal tersebut merupakan unsur material yang, ketika dipahami sebagai tanda, mengandung makna konotatif, contohnya saja seperti harga diri dan juga sebuah keberanian. (Cobley dan Jansz. 1999:51 dalam Sobur, 2003:69). Dalam semiotik Ronald Barthes, terdapat lima kode pembacaan makna suatu tanda yang digunakan untuk mencapai signifikasi tingkat kedua atau makna konotatif. Kelima kode tersebut berisikan kode teka-teki atau yang diketahui sebagai *hermeneutic code*, kemudian ada kode konotatif atau *connotative code*, yang ketiga merupakan kode simbolik atau dapat disebut juga *symbolic code*, yang ke-empat adalah kode tindakan atau logika tindakan *proairetic code*, dan yang terakhir adalah kode budaya atau yang dikenal juga sebagai *cultueal code*. Kode

teka-teki itu tergantung kepada harapan pembaca agar bisa mendapatkan suatu kebenaran bagi pertanyaan yang muncul pada teks. Kode konotatif yaitu pembaca menamati bahwa konotasi kata dalam sebuah teks dapat di kelompokkan dengan konotasi lain yang mempunyai kata yang mirip. Simbol atau atribut tertentu yang melekat pada sebuah nama memungkinkan seseorang mengenali tokoh tersebut. Kode simbolik merujuk pada aspek kode yang bersifat fisik dan memiliki karakter struktural, yang oleh Barthes dipahami dalam kerangka pasca struktural. Hal itu berdasarkan gagasan jika makna berasal dari beberapa perbedaan. Kode logika tindakan yaitu bahwa suatu tulisan bersifat naratif Barthes melihat semua aktifitas dapat dikodifikasi. Yang terakhir kode budaya yaitu kode yang mempunyai acuan tulisan ke benda-benda yang sudah diketahui oleh budayanya.

2.4 Representasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi merupakan perilaku atau kondisi yang bersifat mewakili. Selain itu, representasi dapat dimaknai sebagai suatu proses yang melibatkan keadaan tertentu untuk menghadirkan simbol, gambar, serta unsur-unsur lain yang mengandung makna. Dalam konteks ini, penggambaran yang dimaksud dapat berupa deskripsi mengenai bentuk perlawanan yang dianalisis melalui pendekatan semiotika.

Istilah Representasi memiliki dua pengertian utama. Pertama, representasi dipahami sebagai suatu proses sosial. Yang kedua yakni representasi dimaknai sebagai hasil atau produk dari proses sosial tersebut. Perbedaan keduanya terletak pada fokusnya, dimana pengertian pertama merujuk pada proses pembentukan makna, sedangkan pengertian kedua mengacu pada produk atau hasil dari pencapaian tanda yang membawa makna tertentu (Noviana, 2002). Pemaknaan suatu tanda dapat berbeda pada setiap kelompok masyarakat dan budaya. Masyarakat dengan latar budaya yang berbeda memiliki cara tersendiri dalam menafsirkan suatu makna, sehingga sebuah tanda dapat memiliki makna yang beragam sesuai dengan budaya yang dianut. Tanda atau simbol yang diciptakan dalam suatu budaya tertentu belum tentu dapat dipahami oleh budaya lain, demikian

pula sebaliknya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa proses representasi sangat dipengaruhi oleh latar belakang penulis, khususnya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki.

Chris Baker menyatakan bahwa representasi ialah dengan memberika fokus utamanya dalam kajian cultural studies. Representasi juga bisa di pahami sebagai sebuah cara dunia dibentuk secara sosial dan tentunya disampaikan kepada berbagai pihak manusia melalui proses pemakaian tertentu. *Cultural studies* berfokus pada bagaimana proses pembentukan makna dalam representasi tersebut berlangsung. Representasi memanfaatkan bahasa sebagai sarana guna mengungkapkan atau menghadirkan makna kepada orang lain dan terdapat wujud gambar, narasi maupun bentuk lain yang mempresentasikan ide, emosi serta fakta. Representasi juga bergantung kepada simbol ataupun gambaran yang telah ada, dan patutnya bisa dimengerti secara kultural. Proses ini melibatkan proses pembelajaran bahasa dan berbagai sistem penandaan dalam relasi timbal balik dengan sistem tekstual. Melalui fungsi tanda yang mempresentasikan pengetahuan yang dimiliki representasi membantu memahami realitas yang dipelajari.

Representasi dipahami sebagai kegunaan sebuah tanda. Menurut Marcel Danesi, representasi didefinisikan sebagai berikut proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik yang disebut representasi yang dapat didefinisikan lebih tepatnya sebagai kegunaan dari sebuah tanda yang tentunya berfungsi untuk menggambarkan, menyatukan atau meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan, dan atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik yang dapat di bilang dikarakterisasikan sebagai proses konstruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada suatu yang secara material yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik Y, $X = Y$. Danesi mengemukakan konsep representasi melalui sebuah contoh konstruksi X yang dapat berfungsi mewakili atau memberikan bentuk terhadap suatu materi atau konsep Y. Sebagai contoh yang dapat di ilustrasikan adalah konsep kecantikan seorang perempuan dapat direpresentasikan melalui konstruksi tertentu.

Representasi tersebut diwujudkan melalui gambar, seperti penggambaran seseorang perempuan yang ditampilkan berupa bagian dari tubuhnya dengan warna kulit yang putih sebagai simbol kecantikan. Konsep representasi digunakan bertujuan untuk sebagai sarana dalam menjelaskan hubungan antara teks iklan media dan realitas yang dikonstruksikan. Representasi dapat juga dipahami sebagai proses di mana anggota suatu budaya menggunakan bahasa sebagai saran pembentukan makna. Dalam pengertian ini, bahasa dipahami secara umum dimaknai sebagai setiap sistem yang mengandalkan tanda, baik bersifat verbal maupun nonverbal (Winarni, 2009).

Representasi pada dasarnya merupakan suatu proses sosial dalam kegiatan mempresentasikan makna, Istilah *representing* merujuk pada prose pemaknaan tanda, sekaligus pada upaya mengubah konsep atau ideologi yang bersifat abstrak ke dalam bentuk yang konkret. Representasi juga dengan menggunakan aneka sistem penandaan, seperti dialog, teks film dan fotografi serta bentuk lainnya. Secara ringkas, representasi dapat dimaknai sebagai proses produksi sebuah makna melalui bahasa. Menurut Stuart hal representasi dapat dikatakan sebagai salah satu praktik yang krusial dalam pembentukan budaya. Budaya sendiri merupakan konsep yang luas dan berkaitan dengan pengalaman bersama. Seseorang diasumsikan berasal dari budaya yang sama apabila individu individu dalam lingkungan tersebut berbagai pengalaman, kode-kode budaya, bahasa serta konsep yang serupa. Dengan merujuk pada berbagai pengertian kepercayaan diri yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan sebuah sikap individu yang memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya sendiri, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain, memiliki rasa tanggung jawab, serta mampu menyelesaikan tugas dengan baik sesuai dengan potensi ataupun kemampuannya yang dimiliki.

2.5 Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dapat dikatakan sebagai salah satu unsur kepribadian yang berkaitan dengan keyakinan seorang individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, sehingga individu tidak akan mudah terpengaruh oleh orang lain dan

mampu bertindak sesuai dengan keinginannya secara positif, optimis, toleran, serta bertanggung jawab (M. Nur Ghufroon & Rini Risnawita S., 2019). Selanjutnya, Lauster dalam (D. H. Gulo, 2012) mengemukakan bahwa kepercayaan diri adalah sikap atau dapat disebut sebagai perasaan yakin pada kemampuan diri sendiri, yang tentunya dapat membuat seseorang merasa bebas dalam bertindak, bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil, serta memiliki dorongan untuk mengenali kelebihan dan juga kekurangan yang ada di dalam dirinya.

Menurut Surya (Aristiani, 2016) kepercayaan diri merupakan sikap optimis dan penuh semangat yang ditandai dengan keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhannya serta mampu menyesuaikan diri dengan kondisi yang dihadapi. Sementara itu Hakim (2005) mengemukakan bahwa kepercayaan diri juga bisa dipahami sebagai sebuah keyakinan terhadap kelebihan yang dimiliki individu, sehingga ia merasa mampu meraih berbagai tujuan dalam kehidupannya. Individu yang memiliki rasa percaya diri mampu mengenali dirinya serta memahami potensi yang dimilikinya, sedangkan kelemahan atau keterbatasan yang ada dijadikan sebagai dorongan untuk semakin bersemangat dan termotivasi dalam mencapai tujuan hidup.

2.6 Faktor Penyebab Tidak Percaya Diri

Rasa kurang percaya diri yang dimiliki seseorang dapat memengaruhi pencapaian tujuan hidup yang ingin diraihinya. Menurut Hakim (2005), terdapat berbagai faktor yang dapat menimbulkan rendahnya kepercayaan diri. Faktor tersebut antara lain kondisi fisik, yang meliputi penampilan tubuh, adanya cacat atau kelainan fisik, penampilan yang dianggap kurang menarik, serta gangguan dalam berbicara seperti gagap. Selain itu, faktor status sosial ekonomi juga turut berperan, mencakup kondisi ekonomi yang rendah, kedudukan sosial, serta status perkawinan. Pendidikan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan diri, seperti tingkat kecerdasan yang dirasakan kurang, rendahnya jenjang pendidikan, serta latar belakang pendidikan dalam keluarga.

Selanjutnya, Ghufron dan juga Rini (2019) menjelaskan bahwa diketahui kepercayaan diri ternyata dipengaruhi oleh berbagai factor. Di antara lainnya adalah adanya konsep diri, pengalaman hidup, juga adanya harga diri serta pendidikan yang ditempuh seseorang. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dipengaruhi oleh sejumlah faktor, meliputi kondisi fisik, status sosial, pengalaman, pendidikan, konsep diri, dan harga diri individu.

2.7 Perempuan

2.7.1 Kedudukan Perempuan

Perempuan merupakan sosok yang identik dengan kasih sayang serta memiliki kepekaan perasaan yang tinggi. Secara umum, karakter yang sering dilekatkan pada perempuan meliputi sifat lembut, keindahan, kerendahan hati, serta kecenderungan untuk merawat dan memelihara. Plato berpendapat bahwa perempuan jika dilihat dari aspek kekuatan fisik cenderung memiliki kondisi yang lebih lemah dibandingkan laki-laki. Meskipun demikian, perbedaan tersebut tidak menunjukkan adanya perbedaan dalam hal bakat atau potensi. Secara biologis, perempuan umumnya memiliki postur tubuh yang lebih kecil dibandingkan laki-laki, suara yang lebih lembut, serta mengalami perkembangan fisik yang lebih cepat. Sementara itu, laki-laki pada umumnya memiliki kekuatan fisik yang lebih besar dibandingkan perempuan, dan perbedaan-perbedaan lainnya yang bersifat biologis.

Menurut Holleman, posisi perempuan (ibu) dalam keluarga dipandang sebagai pasangan yang saling melengkapi dan saling menentukan satu sama lain. Peran tersebut dijalankan secara bersama-sama untuk membentuk kesatuan yang utuh demi terciptanya keharmonisan dalam keluarga. Dalam lingkungan keluarga, perempuan juga memiliki kedudukan yang setara dan bernilai tinggi, yang tentunya menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki memiliki peran serta fungsi masing-masing yang saling melengkapi. Dengan demikian, perempuan memiliki peran dan kedudukan, antara lain sebagai ibu, pasangan, maupun pendamping hidup. Hal

tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perlakuan diskriminatif di antara anggota keluarga, karena setiap individu memiliki posisi dan fungsi yang setara.

Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa perempuan memiliki peran yang tidak kalah sangat penting, baik perannya sebagai ibu, ataupun istri, saudara ataupun, anak, maupun sebagai bagian dari anggota masyarakat. Ajaran Islam juga terus menerangkan bahwa kedudukan manusia terdiri atas beberapa tingkatan, di mana laki-laki memiliki peran yang lebih tinggi dalam hal tanggung jawab pekerjaan dibandingkan perempuan. Adapun posisi perempuan dalam Islam tetap memiliki nilai dan peran yang jelas sesuai dengan kodrat serta fungsinya masing-masing.

2.7.2 Kedudukan perempuan sebagai seorang istri

Diketahui bahwa melalui ayat-ayat Al-Qur'an, Allah Kembali menegaskan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki peran yang tetap setara. Seorang suami tentunya memiliki tanggung jawab sebagai pemimpin didalam rumah tangganya, contohnya seperti memberikan perlindungan, dan serta merta memenuhi kebutuhan nafkah keluarga. Sementara itu, bagi seorang istri, maka dirinya akan berperan dalam mengelola dan mengatur rumah tangga dengan penuh tanggung jawab yang tentunya di bawah kepemimpinan suami. Selain itu, apabila ada sebuah beban yang dipikul istri terlalu berat sehingga dirinya tidak mampu untuk dikerjakan sendiri, seperti mencuci, memasak, mengasuh anak, dan pekerjaan lainnya, maka hal tersebut tidak serta-merta menjadi tanggung jawab istri seorang diri.

Dengan demikian, seorang istri tidak dituntut untuk menanggung seluruh pekerjaan rumah tangga seorang diri, karena dalam hal tersebut suami juga memiliki kewajiban untuk turut membantu. Apabila seorang istri memiliki kemampuan dalam mengelola dan memimpin urusan rumah tangga dengan baik, maka penghormatan dan penghargaan terhadap dirinya akan diberikan oleh suami. Selanjutnya, sikap tersebut juga akan tercermin dalam hubungan sosialnya di lingkungan masyarakat.

2.7.3 Kedudukan perempuan sebagai seorang anak

Peran perempuan tidak dapat pula dipisahkan dari posisi dan juga kedudukannya dalam dunia kerja. Adanya pembagian peran antara laki-laki dan juga perempuan umumnya dapat kita lihat dari adanya perbedaan aktivitas fisik yang dilakukan. Namun walaupun begitu, pekerjaan rumah tangga sebagai bagian dari kehidupan keluarga sering kali menjadi tanggung jawab yang penting. Dalam kedudukannya sebagai anak, perempuan memiliki peran yang signifikan dalam keluarga. Anak perempuan berhak memperoleh nafkah, pendidikan, serta pengasuhan hingga memasuki jenjang pernikahan. Anak merupakan anugerah dari Allah SWT bagi setiap orang tua, sehingga baik anak laki-lakinya maupun anak perempuannya tidak boleh diabaikan atau disia-siakan.

2.7.4 Kedudukan perempuan sebagai seorang ibu.

Perempuan memiliki tugas dan peran yang sangat penting berkaitan dengan kedudukannya sebagai seorang ibu. Dalam pandangan Islam, ibu menempati posisi yang paling mulia, sebagaimana yang di sabdakan oleh Rasulullah saw. dan diriwayatkan oleh Ahmad dari al-Qudha'i dimana menyatakan bahwa surga tempatnya berada di bawah telapak kaki ibu. Hadis tersebut menegaskan bahwa setiap muslim memiliki kewajiban untuk menghormati dan memuliakan ibunya sebagai bentuk penghargaan atas segala pengorbanan yang telah diberikan, mulai dari masa ibu mengandung, ibu melahirkan, ibu menyusui anak, merawat, hingga mendidik anak-anaknya.

Menjadi seorang ibu juga dituntut untuk memahami pentingnya pendidikan bagi kehidupan anak-anaknya, agar kelak anak dapat tumbuh menjadi pribadi yang saleh dan salehah serta memiliki masa depan yang baik. Oleh karena itu, kedudukan ibu sangatlah luhur karena perannya yang besar dalam mengandung, kemudian ibu membesarkan, dan mendidik anak sejak masih berada dalam kandungan. Dalam hal ini, peran ibu dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. "Ibu Sebagai pihak yang memenuhi kebutuhan dasar anak"
2. "Ibu sebagai figur teladan atau panutan bagi anak"

3. “Ibu sebagai pemberi rangsangan dalam mendukung perkembangan anak”

2.7.5 Kedudukan perempuan sebagai seorang pendidik.

Pada dasarnya, penyelenggaraan pendidikan bagi anak merupakan amanah besar yang diberikan oleh Allah SWT. Hal ini mengingat betapa besarnya tanggung jawab yang diemban oleh para pelaksana pendidikan, Allah Yang Mahasuci akan memberikan balasan yang setimpal atas usaha tersebut. Oleh karena itu, ketika seorang ibu yang menjalankan perannya sebagai pendidik, anak memiliki hak untuk memperoleh pembelajaran, bimbingan, serta pelayanan yang mampu mengembangkan potensi diri dan kehidupan sosialnya. Dengan demikian, seorang ibu sebagai pendidik memiliki peran penting dalam membentuk perkembangan dan masa depan anak. Seorang ibu sebagai seorang tenaga pendidik bagi anak-anaknya dapat menanamkan nilai-nilai tersebut dalam proses pengasuhan. Dalam perannya sebagai pengajar pertama, seorang ibu dituntut untuk memiliki sikap jujur, kemudian lemah lembut, sabar, dan adil, yang seluruhnya dapat diterapkan dalam mendidik serta membimbing perkembangan anak.

2.8 Peran Perempuan

Peran seorang perempuan dalam menunjang perekonomian keluarga memiliki arti yang sangat penting, baik dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rumah tangga maupun dalam kondisi tertentu ketika perempuan harus berperan sebagai kepala keluarga. Situasi yang mereka hadapi bukanlah semata-mata takdir, melainkan muncul akibat tuntutan kebutuhan rumah tangga yang belum terpenuhi. Perempuan yang memilih untuk bekerja di sektor publik demi menambah penghasilan keluarga tentunya tetap menjalankan perannya dalam ranah domestik sebagai seorang ibu rumah tangga. Peran seorang ibu memiliki kedudukan yang sangat sangat vital dalam keluarga, khususnya dalam mengurus suami dan anak-anak. Dalam konteks sosial, pembagian peran antara ranah publik dan domestik sering kali dibedakan berdasarkan konstruksi gender yang berlaku di masyarakat.

Istri sendiri merupakan salah satu kekuatan utama dalam kehidupan suami dan juga keluarganya. Disadari maupun tidak, istri memiliki peran yang sangat menentukan serta fungsi penting dalam mendukung keberhasilan suami dan masa depan anak-anaknya. Meskipun kerap dipersepsikan sebagai sosok yang lemah, istri sejatinya memiliki kekuatan dan energi yang luar biasa. Selain itu, istri juga menjadi sumber inspirasi tanpa batas yang mampu mendorong dan mengantarkan suami menuju kesuksesan yang sebelumnya mungkin dianggap sulit atau bahkan mustahil untuk diraih.

2.9 Perempuan Pekerja

Pada awal abad ke-20, Raden Ajeng Kartini tampil sebagai sosok yang teguh menentang adanya tradisi yang nantinya akan membatasi perempuan Jawa dalam memperoleh pendidikan. Dalam perjuangannya, Kartini secara konsisten menyuarakan pentingnya keterlibatan perempuan di ranah publik. Ia meyakini bahwa semua perempuan memiliki hak yang setara dengan laki-laki. Ketika mengarah dalam mengakses pendidikan. Menurut Kartini, pendidikan merupakan sarana utama untuk mengubah seorang individu dalam cara pandang masyarakat sekaligus meningkatkan kualitas hidup perempuan.

Kartini tentunya menentang adanya sistem feodalisme, praktik poligami, serta adat istiadat yang mengekang kebebasan perempuan. Ia percaya bahwa pemerataan pendidikan menjadi kunci utama bagi kemajuan perempuan. Melalui pendidikan, perempuan memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan pekerjaan serta mengembangkan kapasitas diri guna meraih jenjang karier yang lebih tinggi. Perempuan juga berhak memilih dan mengembangkan potensi yang dimiliki sesuai dengan minat dan kemampuannya.

Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh banyak perempuan untuk mengaktualisasikan diri dalam bidang-bidang produktif. Hal ini menandai keterlibatan nyata perempuan dalam proses pembangunan, baik di dalam sektor ekonomi, sektor sosial, maupun politik. Namun demikian, tidak ada sedikitpun

perempuan yang bekerja karena dorongan kebutuhan ekonomi, bahkan perempuan berperan sebagai tulang punggung keluarga.

2.10 Video Klip

Moller menyatakan, di dalam Octaningtyas (2017) video klip yaitu karya film yang berdurasi pendek atau video yang menceritakan atau sebagai penunjang dalam isi music yang ada di dalam sebuah lagu. Video klip yaitu sebuah penggalan-penggalan yang satu persatu di kumpulkan dan di rangkai satu persatu tanpa ngasih efek didalam video klip tersebut yang nantinya akan disesuaikan dengan nada atau irama lagu yang pas dengan lagunya. Lagu dalam media komunikasi yang dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat, sehingga banyak musisi menciptakan karya lagu yang mengangkat tema realitas sosial. pada kehidupan saat ni, karena kerap kali banget syair lagu tersebut berkaitan dari riwayat pengalamn pribadi dan akan berdampak bahwa lagu yang diciptakan itu membentuk pola piker manusia yang mendengarkan sesuai denga nisi lirik lagu tersebut. Dari lagu tersebut juga bisa mengubah pola piker manusia yang mendengarkan dari lirik lagu yang terkandung di dalamnya menjadi pada pendengar terbawa suasana dari lagu tersebut (Kanganga, 2021). Music yaitu karya seni yang memadukan bunyi secara sismetaik pada dalam kurun waktu tertentu. Adapun definisi music yaitu estetika yang mempunyai atau menjangkau seluruh elemen bunyi didalam music pasti ada ide, pikran, atau gagasan yang disampaikan oleh pencipta lagu kepada pendengarnya (Lobo. 2016).

Komunikasi merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap manusia. Sebagai bentuk pada konteks komunikasi sosial, komunikasi memiliki peran signifikan dalam membangun konsep diri, mengaktualisasikan diri, menjunjung ketahanan hidup mencapai kegembiraan serta mengurangi ketegangan dan tekanan. Langkah ini dapat ditempuh melalui berbagai bentuk komunikasi, termasuk komunikasi yang bersifat menghibur, serta untuk menjalin hubungan yang lebih lebar dengan pihak lain. Secara khusus, Komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi yang disampaikan melalui perantara media massa, baik media tertulis maupun digital.

Dalam fase awal perkembangan, komunikasi massa muncul dari pengembangan konsep media komunikasi massa. Media massa juga diketahui merupakan saluran komunikasi yang terbentuk melalui sebuah teknologi modern.

Komunikasi massa merujuk pada mekanisme komunikasi yang dijalankan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan dalam jumlah besar melalui media massa. Secara umum, video klip dapat dipahami sebagai pesan yang ditunjukkan kepada masyarakat guna memperkokoh makna lirik lagu melalui media massa, seperti televisi dan internet. Komunikasi massa memiliki beberapa ciri utama, antara lain: penyampaian pesan bersifat verbal atau audio, komunikator memiliki lembaga atau institusi, pesan yang disampaikan bersifat umum, mampu menciptakan keserempakan dalam penerimaan pesan, serta komunikan bersifat heterogen. Pesan dalam komunikasi massa dapat berupa lisan maupun tulisan, dan disalurkan melalui berbagai bentuk media massa.

Melalui media cetak dan elektronik, berbagai bentuk pesan dipilih dan disampaikan oleh musisi sebagai komunikator melalui lagu yang dapat dirilis dalam format vinyl, kaset atau CD, Pesan tersebut kemudian dipertegas melalui video klip yang kemudian menerjemahkannya ke dalam sebuah bentuk bahasa visual. Video klip juga dapat diklasifikasikan sebagai salah satu media komunikasi massa dikarenakan memiliki unsur dan juga adanya karakteristik tertentu serta fungsi yang sejalan dengan komunikasi massa. Dalam video klip, proses komunikasi berlangsung secara satu arah melalui media televisi maupun internet di kalangan Masyarakat. Proses produksi dan pendistribusian video klip melibatkan berbagai pihak sebagai komunikator, dan setelah karya tersebut disebarluaskan, komunikator tidak lagi mengetahui secara spesifik identitas komunikan atau ragam khalayak yang menerimanya.

2.11 Pengertian Video Klip Sebagai Semiotika Komunikasi Visual

Jika ditinjau melalui perspektif semiotika dan desain komunikasi visual, komunikasi visual dapat dipahami sebagai sebuah sistem tanda yang memiliki karakteristik tersendiri. Dalam sistem ini, komunikasi visual berperan sebagai

sarana penyampaian makna dengan memanfaatkan tanda-tanda yang disusun berdasarkan aturan atau kode tertentu. Proses tersebut melibatkan aktivitas komunikasi antara pihak pengirim dan penerima pesan, baik yang berlangsung secara satu arah maupun dua arah. Penyampaian pesan tersebut terjadi melalui media sebagai perantara yang memungkinkan pesan dapat diterima dan dimaknai oleh khalayak. Meskipun aspek komunikasi menjadi fungsi utama, komunikasi visual juga menjalankan fungsi signifikasi, yaitu kemampuan untuk merepresentasikan gagasan, konten, maupun makna tertentu. Fungsi ini menjadikan komunikasi visual berbeda dari bidang lain, seperti seni rupa, khususnya seni rupa modern, yang tidak secara khusus dirancang untuk menyampaikan pesan secara komunikatif kepada audiens. Meskipun tetap mengandung fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi merujuk pada proses ketika penanda yang bersifat konkret dimaknai melalui konsep atau makna yang bersifat abstrak, yang secara umum disebut sebagai petanda. Oleh karena itu, meskipun unsur komunikasi dalam komunikasi visual dihilangkan, bentuk visual tersebut tetap mengandung makna atau nilai signifikasi.

Efektivitas pesan merupakan salah satu aspek utama dalam desain komunikasi visual. Beragam bentuk komunikasi visual, seperti iklan, fotografi, poster, film, karikatur, program televisi, hingga video klip, berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan tertentu yang berasal dari pihak pengirim kepada khalayak atau penonton. Semiotika komunikasi mempelajari tanda dalam ranah komunikasi yang lebih luas yang mencakup elemen sauran, sinyal serta media dan pesan. Dalam semiotika komunikasi, penekanan diberikan pada pembentukan tanda dalam beragam rantai komunikasi, saluran serta media dibandingkan hanya pada sistem tanda itu sendiri. Dengan demikian, tanda memiliki peran penting dalam penyampaian pesan (Tinorbuko, 2008).

2.12 Kajian Pustaka

Penelitian ini didasarkan pada sejumlah kajian sebelumnya yang mengangkat representasi perempuan dalam media video klip. Salah satu penelitian

yang relevan berjudul “Pesan *Self-Love* dalam Lagu ‘Tutur Batin’ Karya Yura Yunita” yang dilakukan oleh Lisiana Dewi dan Mutiara Gustiyani dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana pada tahun 2023 (Gusti & Gustiyani, 2023). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengkaji bagaimana pesan self-love direpresentasikan dalam video klip lagu Tutur Batin karya Yura Yunita. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes yang berlandaskan pada paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan *self-love* dalam video klip tersebut disampaikan melalui berbagai bentuk metafora visual. Temuan utama penelitian mengungkapkan tiga pesan pokok, yaitu pentingnya mencintai diri sendiri sebelum mencintai orang lain, pemaknaan kebahagiaan yang bersumber dari dalam diri, serta pentingnya menjadi diri sendiri sebagai kunci untuk mencapai kebahagiaan. Penelitian ini memiliki kesamaan fokus dengan kajian tersebut, yaitu sama-sama menganalisis video klip Tutur Batin karya Yura Yunita sebagai objek penelitian. Namun demikian, penelitian ini dikembangkan dengan sudut pandang dan penekanan analisis yang berbeda sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Hasil kajian menunjukkan adanya makna serta tanda-tanda dominan yang merepresentasikan nilai-nilai feminisme pasca modern, yang bertujuan mendorong perempuan agar berani menampilkan diri di ruang publik secara bebas serta memiliki rasa percaya diri. Penelitian kajian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penulis karena keduanya mengkaji representasi perempuan. Namun, perbedaannya berbeda pada teknik analisis yang digunakan, yaitu penelitian tersebut menggunakan pendekatan semiotika John Fiske, sementara itu tentunya pada penelitian ini menerapkan analisis semiotika Roland Barthes.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Nadya Berlian Putri dan K. Y. S. Putri pada tahun 2020 dengan judul “Representasi *Toxic Relationship* dalam Video Klip KARD ‘*You in Me*’”. Penelitian tersebut merupakan karya dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta. (Putri & Putri, 2020). Tujuan penelitian tersebut adalah guna mengkaji representasi hubungan toxic yang

ditampilkan pada video klip terkait. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang penulis lakukan, yakni samasama membahas representasi dalam video klip. Perbedaan mendasar antara penelitian tersebut dan penelitian ini terletak pada fokus kajiannya. Penelitian oleh Nadya Berlian Putri dan K. Y. S. Putri menitikberatkan pada representasi *toxic relationship* dalam video klip *You in Me* milik KARD, sementara penelitian ini berfokus pada representasi kepercayaan diri perempuan dalam video klip Tuter Batin karya Yura Yunita. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi *toxic relationship* dalam video klip *You In Me* digambarkan melalui simbol, adegan, dan relasi visual yang merefleksikan hubungan yang tidak sehat. muncul melalui perilaku posesif yang ditandai dengan keinginan untuk memiliki kekuasaan berlebihan, sikap mengontrol, serta kecenderungan mendominasi terhadap pihak yang dicintai atau dimiliki.

Penelitian keempat dilakukan oleh Eno Ayu Damayanti pada tahun 2023 dengan judul “Representasi Budaya Patriarki dalam Film Yuni (2021)” yang berasal dari Universitas Jember (Damayanti, 2023). Penelitian ini dimaksudkan peneliti untuk mengkaji bagaimana bentuk itu sendiri pada budaya patriarki yang direpresentasikan dalam film Yuni. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dengan memanfaatkan penelitian ini menerapkan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Temuan menunjukkan keberadaan tanda maupun simbol, dan juga adanya pesan yang mencerminkan budaya patriarki yang berada didalam film Yuni, yang terutama diungkapkan melalui komunikasi antar dialog dan percakapan antar tokoh. Penelitian inilah memiliki kesamaan dengan kajian yang penulis lakukan yang keduanya mengkaji persoalan representasi. Namun, yang membedakan utamanya ada pada objek dan metode analisis yang digunakan. Penelitian tersebut berfokus pada film Yuni (2021) dengan pendekatan semiotika peirce, sedangkan penelitian ini menganalisis video klip Tuter Batin karya Yura Yunita menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.