

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

##### **2.1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

1. Analisis Semiotika Video Sal Priardi Mesra-Mesraannya Kecil-Kecilan Dulu (Khali, A. A. D., & Febriana, P. 2024)

Hasil Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Semiotika Charles Sander Peirce dengan tujuan mendapatkan pesan yang ada dalam video musik “Mesra-Mesraannya Kecil-Kecilan Dulu”. Hasil penelitian ini terutama di dalam video musik tersebut memiliki poin penting terkait sebuah tanggung jawab dan kebersamaan dalam keluarga, sehingga menekankan nilai refleksi dalam ikatan kekeluargaan.

2. *A Semiotics Analysis Found on Music Video of You Belong with Me by Taylor Swift* (Fitria, N. S. 2023)

Hasil Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure dengan tujuan mendapatkan gambaran tentang tanda-tanda yang terdapat dalam visual pada musik “You Belong with Me”. Hasil Penelitian ini adalah bagaimana seseorang mengekspresikan rasa cintanya kepada orang yang dicintai tetapi hasil yang ia berikan tidak diapresiasi yang pada akhirnya hanya mendapatkan rasa sakit.

3. Analisis Semiotika Representasi Rasa Kehilangan dalam Musik Video Klip Pulu Membiru Experience (Fazira, E., & Rahmawati, R., & Asnan, Z. 2021)

Hasil Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Semiotika Roland Barthes dengan tujuan mengobservasi data berupa gambar dan audio yang didalamnya terdapat unsur tanda yang menggambarkan rasa kehilangan. Hasil penelitian ini adalah bagaimana rasa kehilangan akan sesuatu bisa memberi dampak negatif dalam hidup, namun setiap individu pada akhirnya bisa merespon arti kehilangan dengan waktu.

### 2.1.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 1 Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Sebelumnya

NO	Judul Penelitian, Nama, Tahun Terdahulu	Judul, Nama, Tahun Peneliti Sekarang	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Semiotika Video Sal Priadi Mesra-Mesraannya Kecil-Kecilan Dulu (Khali, A. A. D., & Febriana, P. 2024)	Konstruksi Tanda-Tanda Pengorbanan Pada Ending Video Musik Animasi Jepang Analisis Semiotika Audio Visual Pada Animasi Attack on Titan Yang Berjudul A Child of Evil	1 Metode Penelitian 2 Teknik Pengumpulan Data	1. Objek yang diteliti 2. Pendekatan Penelitian 3. Variabel X1
2.	<i>A Semiotics Anlysis Found on Music Video of You Belong with Me by Taylor Swift</i> (Fitria, N. S. 2023)	Konstruksi Tanda-Tanda Pengorbanan Pada Ending Video Musik Animasi Jepang Analisis Semiotika Audio Visual Pada Animasi Attack on Titan Yang Berjudul A Child of Evil	1. Metode Penelitian 2. Objek penelitian sama, yakni menganalisa sebuah tanda dalam video musik 3. Teknik Pengumpulan Data	1. Pendekatan Penelitian 2. Variabel X1
3.	Analisis Semiotika Representasi Rasa Kehilangan dalam Musik Video Klip Pulu Membiru Experience (Fazira, E., & Rahmawati, R., & Asnan, Z. 2021)	Konstruksi Tanda-Tanda Pengorbanan Pada Ending Video Musik Animasi Jepang Analisis Semiotika Audio Visual Pada Animasi Attack on Titan Yang Berjudul A Child of Evil	1. Metode Penelitian 2. Pendekatan Analisis Semiotika	1. Objek yang diteliti 2. Variabel X1

Sumber: Firnanda, M. O. D, (2025)

### 2.2 Video Musik Animasi Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian dan pertukaran pesan, gagasan, informasi, maupun emosi antara dua pihak atau lebih, dengan tujuan utama mencapai saling pengertian. Proses ini dapat berlangsung secara lisan,

tulisan, atau melalui bahasa tubuh, baik secara langsung maupun menggunakan media perantara. Dalam kehidupan sosial, komunikasi memegang peranan penting sebagai dasar terbentuknya hubungan antarindividu dan kelompok. Tidak hanya menyampaikan pesan, komunikasi juga mencakup kemampuan untuk menerima, menafsirkan, dan merespons informasi dengan tepat. Komunikasi yang efektif mensyaratkan kejelasan isi pesan, pemilihan media yang sesuai, serta adanya umpan balik dari pihak penerima. Para ahli seperti *Wilbur Schramm* dan *Harold D. Lasswell* mengemukakan bahwa komunikasi adalah “proses yang dinamis dan melibatkan berbagai unsur, antara lain pengirim pesan, isi pesan, media atau saluran, penerima, serta efek yang ditimbulkan”. Oleh karena itu, komunikasi bukan sekadar kegiatan menyampaikan informasi, melainkan suatu keterampilan sosial yang kompleks dan fundamental dalam membangun interaksi serta keterhubungan antar manusia.

Komunikasi dilakukan untuk menyampaikan pesan secara jelas guna menciptakan kesamaan pemahaman antara kedua belah pihak. Selain sebagai alat berbagi informasi, komunikasi juga berperan dalam membangun koneksi sosial, mengarahkan sikap atau tindakan, memberi dorongan, serta mencegah terjadinya salah tafsir dalam hubungan interpersonal maupun kelompok. *Harold D Laswell* (2003) menguraikan bahwa Tujuan Komunikasi diciptakan untuk menghasilkan efek atau dampak tertentu pada penerima pesan. Efek ini bisa berupa pemahaman, perubahan sikap hingga tindakan.

Effendy (2002) menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari istilah latin komunikasi yang berasal dari kata *communis* yang berarti umum. Hal ini menunjukkan adanya saling pengertian, yang berarti bahwa setiap upaya komunikasi bertujuan untuk membangun makna bersama bagi komunikator dan orang yang dikomunikasikan. Selain itu, Hovland sebagaimana dikutip dalam Effendy (2002), mendefinisikan komunikasi sebagai “Proses individu (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (komunikan).” Menurut interpretasi Hovland, “Komunikasi memerlukan penyampaian pesan terutama melalui sarana verbal atau tertulis untuk mempengaruhi perilaku”.

Terdapat beberapa unsur kunci dalam komunikasi yaitu: Pengirim (*Sender*), Pesan (*Message*), Penerima (*Receiver*), Saluran Komunikasi (*Channel*), Umpan Balik (*Feedback*), Konteks (*Context*), Hambatan (*Noise*) dan Sasaran (*Goal*). Komunikasi memegang peran yang sangat penting dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hubungan interpersonal, dunia bisnis, pendidikan hingga musik. Kemahiran berkomunikasi yang baik sangat berharga dalam situasi dan konteks.

Dalam penelitian ini, video musik yang disampaikan melalui sebuah media sangat membantu dalam menyampaikan pesan melalui visual maupun audio. Video musik merupakan alat komunikasi yang menyampaikan makna tertentu kepada penonton melalui penggunaan suara dan gambar. Melalui penggunaan melodi, lirik, dan gambar, video musik dapat menyampaikan konsep, emosi, serta pesan sosial atau budaya. Media ini tidak hanya menghibur tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif, menjangkau dan memengaruhi khalayak luas. Di era digital yang serba cepat ini, video musik telah berkembang dari sekadar hiburan menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Kami menggunakannya sebagai musik latar untuk bekerja, untuk mengkomunikasikan perasaan dan interaksi sosial kami, dan untuk bersantai. Seperti makanan pokok peradaban modern, video musik telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari.

Video musik juga berkembang menjadi media komunikasi yang kuat. Dengan kombinasi suara yang memukau dan visual yang memikat, video musik dapat menyampaikan tema-tema mendalam seperti cinta, kecemasan sosial, gejala pribadi, harapan kolektif, atau kritik terhadap keadaan dunia. Setiap elemen pertunjukan, termasuk lirik lagu, warna, fotografi, dan ekspresi wajah karakter, berfungsi sebagai bahasa tersendiri yang terbuka untuk interpretasi penonton. Video musik menjadi lebih dari sekadar hiburan di dunia digital kita yang serba cepat; mereka menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari. Video musik telah menjadi alat yang berharga untuk menggambarkan dinamika kehidupan di tengah arus cepat media sosial dan kelebihan informasi. Mereka menyoroti isu-isu terkini, mencerminkan pergeseran budaya, dan membantu seniman serta audiens yang lebih luas berkomunikasi. Tidak mengherankan jika media modern seperti ini

telah menjadi pusat interaksi sosial, berfungsi sebagai penonton pasif sekaligus bagian dari wacana sosial yang dinamis dan terus berkembang.

### **2.2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses fundamental dalam kehidupan manusia dan semua makhluk sosial. Komunikasi adalah tindakan mengirim dan menerima pesan atau informasi. Kata itu sendiri berasal dari kata Latin *communis*, yang berarti "dibagi" atau "umum". Akibatnya, komunikasi dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menumbuhkan saling pengertian atau persatuan antara pihak-pihak. Penyebaran data, persuasi (mengubah keyakinan atau tindakan orang lain), ekspresi emosional, serta pengembangan dan pemeliharaan ikatan sosial hanyalah beberapa dari banyak fungsi komunikasi. Selama proses ini, hambatan atau gangguan bisa bersifat linguistik, mental, atau fisik. Ini adalah bagian umum dari komunikasi dan seringkali menjadi hambatan yang harus diatasi untuk memiliki percakapan yang bermanfaat. Singkatnya, komunikasi adalah fondasi interaksi manusia, berfungsi sebagai jembatan vital antara pikiran, perasaan, dan tujuan bersama orang-orang.

Komunikasi melibatkan beragam konteks yang melingkupi situasi dan lingkungan di mana proses tersebut berlangsung. Ini termasuk konteks interpersonal di mana interaksi komunikasi terjadi antara individu, konteks kelompok yang terlibat dalam komunikasi di dalam suatu kelompok tertentu, konteks organisasi yang menyangkut dinamika komunikasi dalam struktur organisasi, dan konteks publik yang menjangkau audiens yang lebih luas. Ada juga konteks massa yang melibatkan penyebaran pesan melalui media massa. Konteks budaya juga menjadi pertimbangan, mengingat pengaruh nilai dan norma budaya dalam proses berkomunikasi, serta konteks teknologi yang mencakup komunikasi yang dibantu oleh teknologi modern seperti internet dan media sosial. Pemahaman dan pengelolaan konteks-konteks ini sangat penting untuk menjadi komunikator yang efektif dalam berbagai situasi dan lingkungan.

Dari kemajuan zaman Komunikasi massa sangat populer di masyarakat sekarang karena proses penyaluran pesan atau informasi kepada audiens yang luas melalui beragam media massa. Ini melibatkan segala jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang besar, termasuk melalui televisi, radio, surat kabar, majalah, dan media sosial. Tujuan dari komunikasi massa dapat bervariasi, mulai

dari memberikan informasi, hiburan, pengaruh terhadap opini publik, hingga promosi produk atau layanan. Proses komunikasi massa sering kali kompleks, meliputi produksi, distribusi, dan konsumsi pesan, yang dipengaruhi oleh

Komunikasi massa merupakan suatu bentuk komunikasi yang menggunakan media massa untuk menjangkau khalayak luas. Banyak orang menganggap media massa sebagai sumber utama hiburan. Misalnya, mereka mungkin menonton televisi untuk menonton acara favoritnya, seperti sinetron, pertandingan sepak bola, atau bahkan pertunjukan musik. Musik disiarkan di radio. Saat ini, media massa hadir dalam berbagai bentuk dan ukuran, sifatnya bervariasi, serta menawarkan informasi dan hiburan yang berlimpah. Media sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan kita, bisa diakses dimana saja, termasuk di pelosok desa (Rubani, *Communication Psychology*, p. 233). Media massa berbeda dari metode komunikasi tradisional dalam beberapa aspek utama.

Komunikasi jenis ini cukup berbeda karena memiliki ciri-ciri kunci sebagai berikut:

- Pelaku adalah Lembaga: Pesan tidak dibuat oleh individu, melainkan oleh sebuah organisasi yang kompleks (ada reporter, editor, teknisi, dll.).
- Pesan untuk Publik: Informasi yang disampaikan bersifat terbuka, ditujukan untuk masyarakat umum, dan relevan bagi banyak orang.
- Khalayak Luas dan Beragam: Penerima pesan sangat banyak, tersebar di mana-mana, dan memiliki latar belakang sosial, ekonomi, atau pendidikan yang berbeda-beda.
- Serempak dan Satu Arah: Pesan diterima oleh banyak orang secara bersamaan, tetapi prosesnya cenderung searah, di mana umpan balik dari khalayak sering kali tidak langsung dan tertunda.

Fungsi utama komunikasi massa adalah memberi informasi (pengawasan), menafsirkan peristiwa (korelasi), mewariskan nilai dan budaya, serta menyediakan hiburan. Di era digital saat ini, media massa mencakup platform online dan media sosial, yang kini memiliki kekuatan besar, namun juga menghadapi tantangan serius seperti penyebaran berita palsu (hoax) dan misinformasi.

### **2.2.2 Macam Macam Media Massa**

Menurut Cangara (2010:74), klasifikasi media massa mempunyai tiga kategori berbeda. Topik pembahasannya yaitu:

#### **1. Media Cetak**

Kemunculan media ini dapat ditinjau kembali pada tahun 1920. Saat ini, penggunaan media massa oleh pemerintah terutama dimaksudkan untuk mendorong partisipasi publik, dengan tujuan mempengaruhi masyarakat umum untuk mendukung tujuan yang telah ditetapkan. Hipotesis suntik dalam teori komunikasi sering dibahas sehubungan dengan komunikasi massa. Saat ini, ada standar jurnalistik yang sangat tinggi, seperti menggunakan masukan audiens sebagai faktor pendorong.

#### **2. Media Elektronik**

Mengacu pada metode komunikasi yang menggunakan teknologi elektronik. Hal ini dapat mencakup berbagai media, termasuk radio, televisi dan internet. Platform ini mengizinkan menyusul era Media Cetak. Pemanfaatan siaran langsung secara signifikan meningkatkan penyebaran berita sangat difasilitasi dengan pemanfaatan media massa radio yang berperan penting dalam memberikan informasi tentang Proklamasi Kemerdekaan. Selanjutnya, terjadi pengembangan model televisi canggih yang mampu menayangkan konten visual. Khususnya media massa Audio Visual.

#### **3. Media Internet**

Mengacu pada berbagai bentuk konten media yang disebarluaskan dan diakses melalui internet. Ini mencakup berbagai media, termasuk namun tidak terbatas pada situs web Raksasa mesin pencari, Google, yang mendapatkan popularitas signifikan di abad ke21, didirikan pada tahun 1997. Media internet mempunyai potensi melampaui kemampuan baik dari media cetak maupun media elektronik. Konvergensi media dan internet memungkinkan terjadinya potensi pengaksesan jaringan online melalui website. Jumlah yang signifikan

Manfaat komparatif media massa internet dalam kaitannya dengan platform media alternatif. Meskipun demikian, ketersediaan konektivitas internet yang tidak terbatas dapat menimbulkan risiko bagi individu yang kurang memahami potensi bahayanya. Misalnya saja aktivitas penipuan dan distribusi konten eksplisit.

Media Internet dapat dikelola oleh individu, bukan dikontrol secara eksklusif oleh perusahaan seperti media cetak atau media elektronik. Seiring berjalannya waktu, terlihat bahwa laju kemajuan terus meningkat, mengarah ke dimensi ketiga. Platform media ini terus memperkuat kehadirannya di ranah media massa. Kinerja media massa semakin membaik, menunjukkan supremasinya dan secara konsisten mampu menarik perhatian seluruh masyarakat. Jelas terlihat bahwa masyarakat saat ini sebagian besar mengandalkan media digital sebagai sarana utama mereka mengakses informasi dan hiburan.

Peran animasi dalam media arus utama telah berubah secara dramatis, terutama seiring dengan kemajuan teknologi digital. Saat ini, animasi digunakan untuk berbagai hal, termasuk hiburan, kampanye sosial, iklan produk, dan penyebaran informasi edukasi. Dalam situasi ini, animasi adalah alat komunikasi visual yang kuat, menawan, dan efisien.

McQuail (2010) menegaskan bahwa peran media adalah untuk “Menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi opini publik”. Dalam hal ini, animasi berfungsi sebagai alat yang secara kreatif dan adaptif mendukung tujuan-tujuan ini sesuai dengan tuntutan audiens modern. Contoh mudah, “Menggunakan karakter yang mudah diingat dan menarik atau penceritaan visual dalam iklan komersial dapat meningkatkan citra produk dan menarik minat konsumen”.

Situs media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok* telah menjadi semakin penting sebagai saluran distribusi untuk animasi di era digital modern. Animasi yang singkat namun padat informasi lebih mudah dibagikan dan memiliki potensi untuk menjadi viral, yang akan memungkinkan pesan tersebut cepat menjangkau audiens yang luas.

Akibatnya, animasi dalam media massa berfungsi sebagai “Alat bantu visual dan alat taktis” untuk menyampaikan konten yang menghibur dan mendidik. Kekuatan animasi terletak pada kemampuannya untuk secara efektif menyampaikan makna melalui gaya visual yang kreatif dan menawan.

### 2.3 Video Musik Animasi Sebagai Industri

Industri adalah sekelompok usaha komersial terkait yang menghasilkan produk atau layanan. Industri telah didefinisikan oleh sejumlah ahli: Industri, menurut George T. Renner (2004), “Setiap aktivitas ekonomi manusia yang menghasilkan barang dan memiliki nilai moneter”. Pandangan yang lebih terfokus diberikan oleh I Made Sandi (2002), yang mendefinisikan industri sebagai usaha untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi melalui proses produksi yang luas. Tujuannya adalah untuk memproduksi barang-barang berkualitas tinggi dengan biaya yang wajar (Trisantoso Julianto, 2016). Kedua definisi tersebut menggambarkan proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi yang memiliki nilai ekonomi, sambil menyoroti pentingnya produktivitas dan penciptaan nilai dalam operasi industri.

Industri memiliki berbagai sektor, termasuk industri kreatif yang semakin menonjol di era digital. Ekonomi kreatif atau *creative economy* menjadi sebuah konsep yang mengutamakan inovasi dalam dunia bisnis, tidak hanya memudahkan kehidupan masyarakat, tetapi juga mendorong kreativitas. Konsep ini mencakup suatu proses ekonomi yang melibatkan produksi dan distribusi barang dan jasa, dengan mengandalkan ide-ide kreatif dan kemampuan intelektual sebagai fondasi utamanya.

Animasi adalah teknik yang digunakan untuk memberikan kesan gerak pada objek dengan cara menampilkan rangkaian gambar secara berkesinambungan dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks penelitian ini, animasi digunakan sebagai bahan dari penayangan Video Musik. Menurut Pratista (2008), “Animasi merupakan aktivitas merekam serta menayangkan kembali gambar-gambar diam secara berurutan sehingga menciptakan kesan seolah-olah objek tersebut bergerak. Gambar tersebut dapat berupa hasil gambar tangan, model tiga dimensi, maupun hasil rancangan digital berbasis komputer”. Sedangkan menurut Susilowati (2013), animasi adalah “Media komunikasi visual yang bersifat dinamis, yang dapat menyampaikan informasi atau pesan secara atraktif melalui gerakan objek atau gambar”. Penggunaan animasi saat ini tidak hanya terbatas pada sektor hiburan seperti film dan video game, melainkan juga telah banyak dimanfaatkan dalam dunia pendidikan, periklanan, hingga simulasi.

Dengan demikian, animasi memiliki peran penting tidak hanya dari segi visual dan estetika, tetapi juga dalam aspek teknis dan penceritaan, untuk mendukung efektivitas penyampaian pesan secara menyeluruh.

Beralih pada pembahasan Animasi. Dalam Industri musik kontemporer, Musik, lirik beserta video semuanya berkontribusi pada penciptaan pengalaman multimedia yang menarik bagi pendengar. Melodi, harmoni, dan ritme adalah elemen dasar musik yang memiliki dampak langsung pada emosi. Dengan menambahkan elemen lisan, menceritakan sebuah kisah, atau mengekspresikan emosi, lirik meningkatkan pengalaman ini. Melalui penampilan langsung, penceritaan visual, atau karya seni yang menggambarkan konsep lagu, video menambahkan komponen visual yang meningkatkan pengalaman mendengarkan.

Video, lirik, dan musik semuanya berkontribusi pada penciptaan pengalaman multimedia yang menarik bagi audiens di industri musik saat ini. Melodi, harmoni, dan ritme menyediakan fondasi yang secara halus mempengaruhi emosi. Dengan menggunakan isyarat verbal, mengekspresikan perasaan, atau mengungkapkan emosi, lirik dapat meningkatkan pengalaman ini. Namun demikian, video baik itu penampilan langsung, cerita visual, atau karya seni yang menggambarkan tema lagu bisa membawa elemen visual yang dapat meningkatkan pengalaman mendengarkan.

### **2.3.1 Pengertian Industri**

Secara umum, Industri merujuk pada kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan proses produksi barang dan/atau jasa dalam skala besar dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Industri biasanya melibatkan berbagai elemen seperti tenaga kerja, mesin, teknologi, bahan baku, serta sistem manajemen dan distribusi. Kata "Industri" berasal dari bahasa Latin *industria*, yang berarti "keuletan" atau "ketekunan". Dalam perkembangannya, industri tidak hanya dikaitkan dengan sektor manufaktur atau pabrik, tetapi juga dengan industri jasa, industri kreatif, dan industri digital.

Beberapa ahli telah memberikan definisi industri: Antony Giddens (2001) menyebut industri sebagai bentuk organisasi ekonomi modern yang mengacu pada sistem produksi barang dan jasa secara massal. Mubyarto (1989) menyatakan bahwa industri adalah "suatu kegiatan yang memiliki struktur, pelaku dan hubungan

yang kompleks, dimana hasil produksinya menjadi bagian dari sirkulasi pasar”. Kalimat tersebut menyimpulkan bahwa kedua pendapat tersebut membentuk satu pengertian yang koheren terkait makna industri.

Industri terdiri dari berbagai sektor, salah satunya adalah industri kreatif yang kini semakin menonjol di era digital. Ekonomi kreatif telah berkembang menjadi konsep yang menempatkan inovasi sebagai inti dari kegiatan usaha, tidak hanya memberikan kemudahan dalam kehidupan masyarakat, tetapi juga mendorong munculnya berbagai bentuk kreativitas baru. Konsep ini mencakup aktivitas ekonomi yang melibatkan proses penciptaan dan distribusi produk maupun jasa, dengan bertumpu pada gagasan orisinal dan kapasitas intelektual sebagai fondasi utamanya.

Dalam kerangka tersebut, industri musik menjadi salah satu bagian penting dari ekonomi kreatif. Ruang lingkupnya sangat luas, mencakup seluruh tahapan mulai dari proses penciptaan karya, reproduksi, hingga pendistribusian lagu dan musik. Di dalamnya terdapat berbagai pelaku kreatif seperti vokalis, penulis lagu, produser, hingga komposer, yang secara kolektif membentuk sebuah ekosistem musik yang terus berkembang secara inovatif dan dinamis.

Industri musik merujuk pada keseluruhan elemen yang terlibat dalam proses penciptaan, pertunjukan, perekaman, promosi hingga pengelolaan kegiatan komersial yang berhubungan dengan musik. Secara umum, industri ini mencakup individu maupun lembaga yang menjadikan musik sebagai sumber utama penghasilan mereka. Sebagai bagian dari sektor industri kreatif, industri musik berkaitan erat dengan aktivitas kreatif seperti mengarang lagu, menyusun komposisi, memproduksi audio, hingga mendistribusikan dan memasarkan karya musik kepada publik.

Pembahasan mengenai industri musik tidak dapat dipisahkan dari eksistensi industri animasi. Industri animasi merupakan salah satu sektor ekonomi yang bergerak dalam produksi serta distribusi konten visual bergerak (*motion graphics*) yang dihasilkan melalui teknik animasi, baik secara manual (tradisional) maupun digital (komputerisasi). Konten animasi tersebut mencakup berbagai bentuk, seperti film animasi, serial televisi, video edukasi, iklan, permainan video (*video game*), media sosial, hingga konten digital interaktif.

Secara umum, industri animasi meliputi seluruh rangkaian proses kreatif dan teknis dalam pembuatan animasi, mulai dari tahap pra-produksi yang mencakup pengembangan konsep, penulisan naskah, serta desain karakter; tahap produksi yang meliputi penggambaran gambar, animasi gerakan, dan perekaman suara; hingga tahap pasca-produksi yang melibatkan editing, penambahan efek visual, dan distribusi produk animasi kepada khalayak..

Oleh karena itu, materi audiovisual, terutama yang menggabungkan animasi dan lirik lagu menjadi cara yang sangat efisien untuk berkomunikasi dengan audiens yang besar. Menggabungkan suara, musik, teks (lirik), dan gambar bergerak (animasi) menciptakan pengalaman yang lebih menarik yang menarik emosi serta intelektualitas audiens. Media audiovisual menawarkan cara inovatif untuk mengkomunikasikan ide secara ringkas dan efektif di era digital kontemporer, di mana perhatian publik terkadang terbatas dan cepat berubah.

### **2.3.2 Genre Dalam Animasi**

Genre adalah kategori atau klasifikasi yang digunakan untuk mengorganisir film berdasarkan gaya penyajiannya, tema, alur cerita, karakter, dan suasana. Genre film, menurut Bordwell dan Thompson (2008), adalah refleksi dari pola tradisional yang memungkinkan penonton memiliki prasangka tentang sebuah film. Berikut adalah beberapa genre film yang sering digunakan, yaitu:

#### **1. Drama (*Drama*)**

Genre ini menekankan konflik emosional dan pengembangan karakter yang mendalam. Film drama sering membahas isu-isu sosial, psikologis, dan moral yang kompleks. Tujuan utamanya adalah membangkitkan perasaan dan menciptakan keterlibatan emosional dari penonton terhadap karakter-karakter tersebut.

#### **2. Komedi (*Comedy*)**

Genre komedi dirancang untuk memberikan hiburan dengan menampilkan adegan lucu, dialog yang menggugah tawa, dan karakter yang unik. Humor dalam genre ini bisa berupa slapstick, satire, atau ironi. Genre ini juga sering digabungkan dengan elemen lain, seperti dalam komedi romantis atau komedi aksi.

### 3. Aksi (*Action*)

Genre aksi ditandai dengan adegan-adegan mendebarkan seperti pertarungan, ledakan, pengejaran, dan tantangan fisik. Karakter utama biasanya digambarkan memiliki kekuatan fisik yang tinggi atau keberanian. *Pace* narasi dan adegan-adegan intens adalah karakteristik utama dari genre ini.

### 4. Horor (*Horror*)

Genre horor bertujuan untuk menciptakan rasa takut atau ketegangan melalui cerita yang melibatkan hal-hal menakutkan seperti makhluk supernatural, pembunuhan, atau fenomena misterius. Sebuah suasana tegang dan efek suara sering digunakan untuk membangun intensitas ketakutan.

### 5. Romantis (*Romance*)

Genre romantis berfokus pada hubungan cinta antara karakter utama. Cerita dalam genre ini biasanya menggambarkan proses jatuh cinta, konflik dalam hubungan, dan penyatuan pasangan. Genre ini juga dapat digabungkan dengan drama atau komedi untuk memperkaya cerita.

### 6. Fiksi Ilmiah (*Science Fiction*)

Fiksi ilmiah menampilkan narasi yang berkaitan dengan dunia futuristik, teknologi canggih, kehidupan ekstraterestrial, atau perjalanan waktu. Genre ini menggabungkan imajinasi kreatif dengan konsep ilmiah dan sering kali menjadi media untuk menyampaikan isu-isu sosial.

### 7. Fantasi (*Fantasy*)

Genre fantasi menggambarkan dunia fiksi yang tidak ditemukan dalam kehidupan nyata, lengkap dengan elemen magis, makhluk mitologis, dan pengaturan dunia yang imajinatif. Film fantasi sering menyampaikan pesan moral melalui petualangan dan perjuangan karakter-karakturnya.

### 8. Dokumenter (*Documentary*)

Genre dokumenter adalah film non-fiksi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau menggambarkan realitas berdasarkan data dan fakta. Film ini biasanya mengangkat topik kehidupan nyata, tokoh masyarakat, atau peristiwa sosial, dan digunakan sebagai sarana pendidikan atau kritik sosial.

## **2.4 Macam Macam Sifat Pesan Komunikasi Dalam Video Musik Animasi**

Dalam proses komunikasi, pesan memiliki peran sentral sebagai media untuk menyampaikan informasi dari pengirim kepada penerima. Media audio-visual menyampaikan pesan melalui dua bentuk utama, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Kedua bentuk komunikasi ini saling melengkapi dalam memperkuat makna dan dampak pesan yang akan disampaikan kepada audiens. Tubbs dan Moss (2008) menyatakan bahwa “Efektivitas komunikasi dalam media audio-visual ditentukan oleh kejelasan pesan secara verbal dan kekuatan penyampaian secara visual dan emosional”.

### **2.4.1 Komunikasi Verbal dalam Video Musik**

Komunikasi verbal mengacu pada penggunaan kata-kata, baik lisan maupun tulisan, sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan. Dalam konteks media audio-visual, komunikasi verbal dapat ditemukan dalam bentuk dialog antara karakter, narasi suara, wawancara, atau elemen teks seperti tulisan di layar. Secara teoretis, mustahil memisahkan komunikasi verbal dalam media audiovisual dari retorika visual dan semiotika, karena kedua teori tersebut menjelaskan bagaimana tanda - kata dan gambar - menciptakan makna. Bahasa verbal adalah tanda linguistik yang memandu makna, sementara tanda visual memperkuat atau menambah makna. Karakteristik komunikasi verbal meliputi:

1. Bersifat Eksplisit

Pesan disampaikan secara langsung dan jelas, sehingga mudah dipahami oleh penonton

2. Tersusun secara sistematis

Bahasa yang digunakan mengikuti struktur gramatikal yang logis dan kohesif

3. Makna Literal

Menggunakan arti kata yang denotatif agar informasi tidak menimbulkan ambiguitas

4. Bentuk penyampaian naratif atau argumentatif

Pesan bisa berupa rangkaian cerita (Naratif) atau penyampaian pendapat secara logis (Argumentatif), seperti dalam iklan atau dokumenter

#### **2.4.2 Komunikasi Nonverbal Dalam Video Musik**

Komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, tetapi melalui simbol, gerakan tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, warna, pencahayaan, dan pengaturan visual secara keseluruhan. Dalam media audio-visual, elemen nonverbal memainkan peran penting dalam menyampaikan makna emosional dan simbolis. Berbeda dengan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal lebih mengandalkan isyarat visual dan auditori daripada bahasa tertulis atau lisan. Misalnya, dalam sebuah adegan film, perasaan tegang, takut, atau marah dapat diungkapkan tanpa kata-kata dengan menggunakan tatapan mata yang tajam, bahasa tubuh yang kaku, atau pencahayaan yang redup. Demikian pula, nada, tempo, dan pilihan musik dalam sebuah video dapat membangkitkan suasana hati tertentu yang langsung dirasakan oleh penonton, seperti bahagia, sedih, atau takut. Karakteristik pesan nonverbal adalah sebagai berikut:

1. Tidak langsung atau Implisit

Pesan disampaikan langsung secara tersirat melalui konteks visual dan simbolik

2. Bersifat Konotatif

Mengandung makna yang dapat ditafsirkan secara beragam tergantung pengalaman dan persepsi audiens

3. Unsur Emosional dan Estetika

Elemen elemen seperti musik latar, warna dan ekspresi tokoh digunakan untuk menciptakan suasana yang menggugah perasaan

#### **2.4.3 Paralinguistik Dalam Video Musik**

Paralinguistik adalah studi tentang komunikasi nonverbal, lebih peduli pada bagaimana daripada apa yang dikatakan. Agar media audiovisual (seperti film, video, serial TV, atau konten online) dapat menyampaikan makna, emosi, dan niat yang lebih dalam, paralinguistik sangat penting.

Suara adalah elemen penting saat memikirkan media audiovisual sebagai panggung. Paralinguistik adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala sesuatu yang diucapkan di luar teks naskah. Ini terdiri dari:

- Nada yang digunakan (misalnya bersemangat, datar atau mengancam)
- Kecepatan berbicara (terburu buru atau santai)
- Volume suara (berbisik atau berteriak)

- Suara emosial (seperti mendesah, tertawa atau terisak)

Intinya, paralinguistik mengubah teks acak menjadi teks yang kaya konteks dan emosi. Saya berkolaborasi dengan visual dalam film atau video untuk memastikan penonton menyadari tindakan dan kata-kata para karakter.

Pesan Audio Visual menjadi paling kuat ketika sifat Verbal dan Nonverbal bekerja dalam sinergi (saling menguatkan). Namun, jika ada kontradiksi (misalnya, ucapan "Saya senang" diikuti ekspresi wajah sedih), audiens cenderung akan lebih percaya pada pesan Nonverbal.

Secara ringkas, media audio visual efektif karena ia berbicara kepada kita melalui apa yang diucapkan dan ditulis (Verbal) serta bagaimana hal itu dilihat dan disuarakan (Nonverbal), menciptakan pengalaman komunikasi yang kaya dan mendalam.

## **2.5 Konstruksi Tanda Tanda Nilai Pengorbanan Dalam Video Musik Animasi**

Proses membangun atau menciptakan sesuatu termasuk konsep, realitas, makna, atau struktur terjadi melalui kontak atau aktivitas manusia dalam berbagai keadaan. Proses ini dikenal sebagai konstruksi. Istilah "konstruksi" dalam studi komunikasi sering merujuk pada cara-cara di mana orang atau kelompok menciptakan dan memahami makna, realitas, atau identitas melalui interaksi sosial, media, atau budaya. Langkah-langkah memilih, mengorganisir, dan menafsirkan data, tanda, dan simbol yang tersedia adalah bagian dari proses konstruksi. Melalui penggunaan kata-kata, simbol, dan tindakan, individu atau kelompok membangun representasi dunia. Selain itu, penciptaan narasi atau cerita yang mempengaruhi cara kita mempersepsi dan memahami sesuatu sering kali dikaitkan dengan konstruksi.

Dalam Audio Visual terutama konteks Video Musik, konstruksi berperan penting dalam menciptakan sebuah gambaran, emosi dan makna yang indah yang dapat menggerakkan sebuah imajinasi. Konstruksi memberikan audiens sebuah pembentukan sebuah makna atau pesan, hingga perwakilan realitas dalam sebuah representasi atas setiap sudut pandang yang berbeda.

Pengorbanan sering diwakili melalui simbol-simbol tertentu yang menggambarkan otonomi, ekspresi diri, dan pemberontakan terhadap otoritas. Menurut Ferdinand de Saussure, tanda-tanda bernilai pengorbanan tercipta melalui

interaksi antara penanda dan petanda. Dalam lingkungan audiovisual, tanda dapat berupa adegan, warna, pencahayaan, musik latar, atau intonasi vokal. Yang tersampaikan adalah makna emosional dan ideologis dari tanda tersebut, seperti ketidakegoisan, pengorbanan, ketulusan, atau penderitaan.

Misalnya, dalam adegan film di mana tokoh utama rela terluka demi menyelamatkan orang lain, noda darah, luka, dan tanda-tanda kesakitan merupakan simbol pengorbanan diri. Musik latar yang melankolis mempertajam perasaan penonton, membuat mereka percaya bahwa adegan tersebut merupakan tindakan heroik dan patut dikagumi secara moral.

### **2.5.1 Semiotika dan Pengertian**

Menurut (Wibowo, 2013), Semiotika secara etimologis berasal dari kata Yunani *semeion*. Ini berarti "Tanda", yang didefinisikan sebagai dasar praktik sosial yang telah diterapkan sebelumnya, dan dapat mewakili sesuatu yang lain. Semiotika meliputi beberapa tokoh, namun terdapat bapak semiotika yang menjadi teoritis terpenting dalam ilmu linguistik yakni Ferdinand de Saussure. Ialah yang mencetuskan gerakan strukturalisme yang terlahir di Prancis pada awal abad ke-20 (Fanani, 2013). Secara terminologis, semiotika dapat diidentikan sebagai ilmu yang mempelajari objek, peristiwa, serta semua budaya sebagai tanda (Wibowo, 2013).

Semiotika adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari tanda-tanda (signs) dan bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan untuk berkomunikasi dan menciptakan makna dalam berbagai konteks budaya, sosial, dan bahasa. Konsep semiotika pertama kali dikembangkan oleh seorang filsuf bernama Charles Sanders Peirce pada abad ke-19 dan kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh seorang ahli linguistik bernama Ferdinand de Saussure (Andari, 2023). Semiotika dapat diartikan sebagai ilmu analisis tanda atau study yang mempelajari tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Menurut Charles Sanders Peirce (1991).

Inti dari semiotika adalah asumsi bahwa manusia adalah *homo semioticus*, yaitu makhluk yang hidup dan berpikir di tengah "Lautan tanda" yang mengelilinginya. Bidang kajian semiotika sangat luas, tidak terbatas hanya pada bahasa verbal. Semiotika menganalisis berbagai sistem non-verbal seperti isyarat, gambar, musik, mode, arsitektur, ritual, bahkan makanan, karena semua ini memainkan peran penting sebagai alat komunikasi dan penciptaan makna dalam masyarakat.

### 2.5.2 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes (1977) mengembangkan teori semiotika dengan mengadaptasi pemikiran Ferdinand de Saussure, namun ia memperluas ruang lingkupnya ke dalam dimensi sosial dan ideologis. Dalam pandangan Barthes, sebuah tanda tidak hanya terbentuk dari relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), tetapi juga memiliki lapisan makna tambahan yang disebut sebagai konotasi dan mitos. Barthes menekankan bahwa dalam proses komunikasi, khususnya melalui media visual, makna tidak pernah sepenuhnya bersifat netral atau objektif. Sebaliknya, setiap bentuk representasi selalu sarat dengan nilai-nilai, ideologi, dan konteks budaya yang memengaruhi cara tanda dipahami oleh audiens.

Dalam struktur makna Barthes, ada tiga tingkat utama: denotatif, konotatif, dan mitologis. Tingkat denotatif merujuk pada makna permukaan atau makna harfiah dari sebuah representasi. Konotasi adalah makna yang muncul dari asosiasi emosional dan budaya dengan tanda tersebut. Sementara itu, mitos adalah makna ideologis yang terbentuk melalui sistem konotasi, dan sering dianggap sebagai sesuatu yang alami atau tidak lagi dipertanyakan. Barthes berpendapat bahwa mitos berfungsi untuk menormalkan nilai-nilai tertentu sehingga tampak universal dan alami di mata masyarakat.

Dalam konteks media audio visual, seperti film, iklan, atau animasi, pendekatan Barthes sangat berguna untuk memahami bagaimana tanda-tanda bekerja secara visual dan auditori. Jenis media ini menggabungkan elemen visual dan auditori, keduanya berperan aktif dalam menyampaikan pesan kepada penonton. Elemen visual—seperti sudut kamera, warna, kostum karakter, dan gerakan kamera—serta elemen audio seperti musik latar, efek suara, dan intonasi percakapan, semuanya bersama-sama membentuk sistem tanda yang kompleks dan berlapis.

Sebagai ilustrasi, sebuah adegan dalam film atau animasi yang menunjukkan seorang karakter berjalan sendirian di tengah kota dengan latar musik yang sedih dapat diinterpretasikan pada tiga tingkat. Denotatifnya, penonton melihat seseorang berjalan sendirian. Secara konotatif, adegan tersebut dapat diartikan sebagai simbol kesepian, pencarian makna hidup, atau perasaan kehilangan. Sementara itu, secara mitologis, narasi semacam itu dapat memperkuat gagasan tentang kerasnya

kehidupan perkotaan atau modernitas yang mengarah pada keterasingan. Analisis semacam itu menunjukkan bahwa tanda-tanda dalam media tidak berdiri sendiri, tetapi saling terhubung dan membawa lapisan makna yang lebih luas daripada yang terlihat. Tujuan Barthes dalam menggunakan teorinya, seperti yang terlihat dalam karyanya *Mythologies*, adalah untuk menguraikan muatan ideologis yang terkandung dalam objek-objek budaya massa seperti fotografi pers, iklan, dan gulat. Ia berpendapat bahwa representasi yang disajikan sebagai hal yang lumrah atau innocent sesungguhnya berfungsi untuk membenarkan dan memperkuat dominasi struktural dan sistem kekuasaan.

Melalui teori semiotika Barthes, studi media menjadi lebih mendalam karena tidak hanya menyoroti konten eksplisit tetapi juga mengungkapkan bagaimana struktur bentuk visual dan auditori menyampaikan pesan budaya dan politik secara implisit. Oleh karena itu, pendekatan ini sangat penting dalam mengkritik media, terutama dalam hal bagaimana media membentuk opini, citra sosial, atau membangun makna dari realitas tertentu dalam masyarakat.

### **2.5.3 Tiga Tingkat Makna: Denotasi, Konotasi dan Mitos**

Barthes menguraikan bahwa sebuah tanda memiliki tiga tingkatan pemaknaan, yaitu denotatif, konotatif, dan mitologis. Ketiganya berperan dalam menciptakan struktur makna yang kompleks dalam proses komunikasi modern.

#### **A. Denotatif**

Makna denotatif merupakan lapisan pertama dari sebuah tanda, yaitu makna literal atau langsung sebagaimana terlihat tanpa intervensi interpretasi budaya. Ini adalah makna yang dapat diterima secara umum oleh masyarakat luas karena sifatnya yang objektif dan nyata.

Contoh, “Dalam adegan film, jika terlihat seorang anak duduk sendirian di bawah pohon, maka secara denotatif adegan tersebut hanya menunjukkan keberadaan seorang anak yang sedang duduk, dalam keadaan diam dan berada di tempat terbuka”.

#### **B. Konotatif**

Konotasi adalah makna tambahan yang muncul akibat hubungan antara tanda dengan pengalaman sosial, budaya, dan emosional yang melekat pada masyarakat.

Makna ini bersifat subjektif dan berbeda-beda tergantung konteks serta latar belakang kultural penonton.

Melanjutkan contoh sebelumnya, “Anak yang duduk seorang diri di bawah pohon dapat dimaknai secara konotatif sebagai lambang kesendirian, keterasingan, atau perasaan kehilangan. Makna ini tidak bersumber dari objek visual itu sendiri, melainkan dari asosiasi simbolik yang dibangun oleh masyarakat terhadap adegan tersebut”.

### **C. Mitos**

Mitos menurut Barthes adalah sistem makna pada tingkatan ideologis yang tersembunyi di balik konotasi. Mitos bekerja untuk menaturalisasi makna—yaitu membuat makna tertentu tampak sebagai sesuatu yang alami dan tidak dapat digugat, padahal sebenarnya dibentuk oleh nilai-nilai budaya atau kekuasaan.

Dalam “Contoh” yang sama, apabila representasi anak yang duduk sendiri terus diulang dalam berbagai film dan selalu digambarkan sebagai pihak yang tertindas oleh dunia orang dewasa, maka secara mitologis terbentuk keyakinan bahwa anak-anak merupakan sosok murni yang kerap menjadi korban dunia yang penuh ketidakadilan. Ini mencerminkan cara media menyisipkan ideologi secara halus melalui simbol dan narasi yang seolah-olah netral.

#### **2.5.4 Penerapan Teori Semiotika Barthes dalam Media Audio Visual**

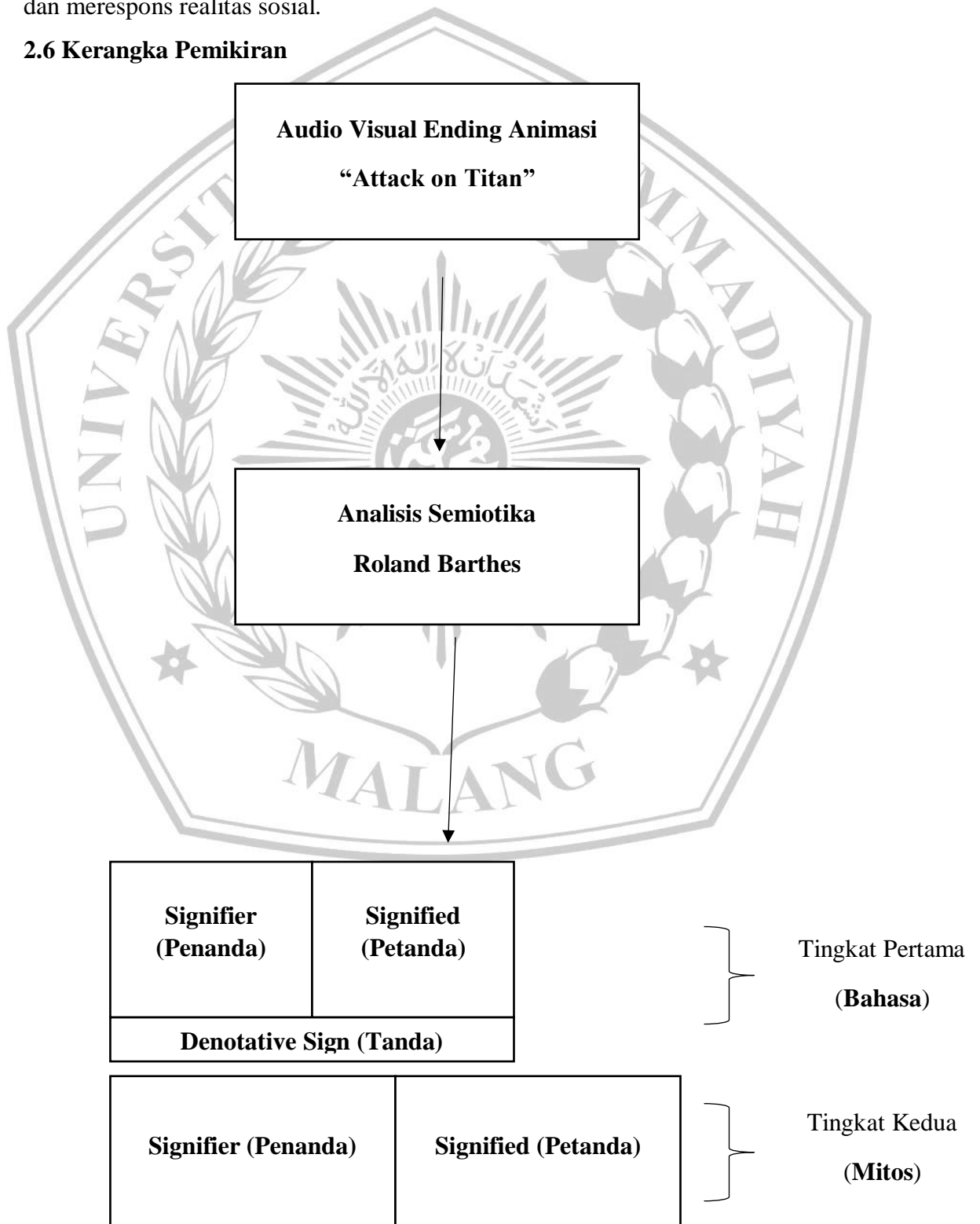
Pendekatan Semiotika Barthes kerap dimanfaatkan dalam studi media karena kemampuannya untuk mengungkap makna-makna tersembunyi dalam representasi visual yang kompleks. Media berbasis audiovisual seperti film, animasi, video musik, dan iklan, tidak hanya menyampaikan pesan melalui kata-kata atau dialog, tetapi juga lewat elemen-elemen visual seperti warna, pencahayaan, simbol, musik latar, dan ekspresi tokoh. Melalui teori Barthes, peneliti dapat menggali bagaimana tanda-tanda tersebut menyusun makna serta menelusuri nilai dan ideologi yang disisipkan oleh pembuat media.

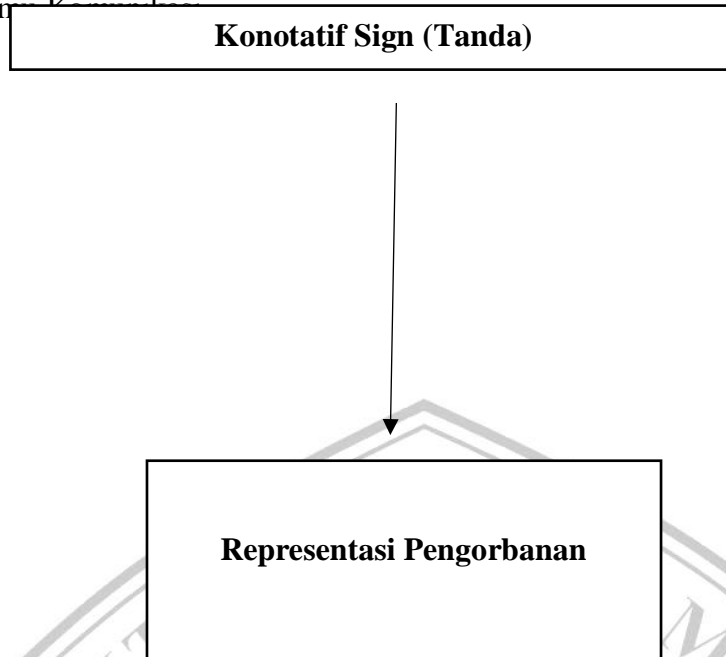
Sebagai ilustrasi, dalam outro sebuah animasi Jepang, simbol burung yang terbang tinggi sering diasosiasikan dengan kebebasan. Namun, apabila visual ini dipadukan dengan narasi karakter yang mengalami penderitaan atau konflik batin, maka simbol tersebut dapat bermakna lebih dalam sebagai mitos tentang

keterbatasan manusia dalam meraih kebebasan sejati di tengah struktur sosial yang mengekang.

Oleh karena itu, semiotika Barthes memberikan kerangka kerja teoritis yang tajam untuk menganalisis media, khususnya dalam memahami bagaimana representasi visual tidak hanya menyampaikan pesan eksplisit, tetapi juga menyimpan struktur ideologis yang dapat memengaruhi cara masyarakat berpikir dan merespons realitas sosial.

## 2.6 Kerangka Pemikiran





Gambar 2. 1 Kerangka berfikir di olah peneliti

## 2.7 Definisi Konseptual

Dalam pemikiran Roland Barthes, tanda-tanda memiliki tiga unsur utama: Denotasi, Konotasi dan Mitos. Prinsip ini dapat diterapkan dalam analisis penelitian ini sebagai berikut:

1. **Denotasi** (Makna Literal dan Tanda):

Makna dasar suatu tanda, yaitu apa yang terlihat atau terdengar secara langsung tanpa interpretasi tambahan.

(Contoh: Seorang anak dengan pakaian basah, air menetes di pipinya dan langit mendung)

2. **Konotasi** (Makna Tambahan yang bersifat Kultural atau Emosional):

Makna tambahan yang muncul karena asosiasi kultural, emosional atau subjektif dari penonton terhadap suatu tanda, bersifat interpretatif, tergantung pengalaman dan nilai-nilai yang dimiliki masyarakat.

(Contoh: Anak yang menangis dibawah hujan dapat diartikan sebagai simbol kesedihan, keterasingan, kehilangan atau trauma)

3. **Mitos** (Makna Budaya atau Ideologis Terselubung):

202010040311225  
Mochamad Ocky Dheo Firnanda  
Prodi Ilmu Komunikasi

Makna ideologis yang sudah dianggap wajar dan di alami oleh masyarakat. Mitos bekerja di tingkat konotasi yang lebih dalam, menciptakan narasi sosial atau poliik terselubung.

(Contoh: Anak anak korban tak berdosa dari sistem kekuasaan yang korup dan perang tak bekesudahan.

Pendekatan Semiotika Roland Barthes membantu melihat bahwa tanda visual atau audio tidak pernah netral. Makna selalu dibentuk dengan bertahap, dimulai dari yang literal (Denotasi) menuju interpretatif (Konotatif) hingga Ideologis (Mitos).

