

BAB I

PENDAHULUAN

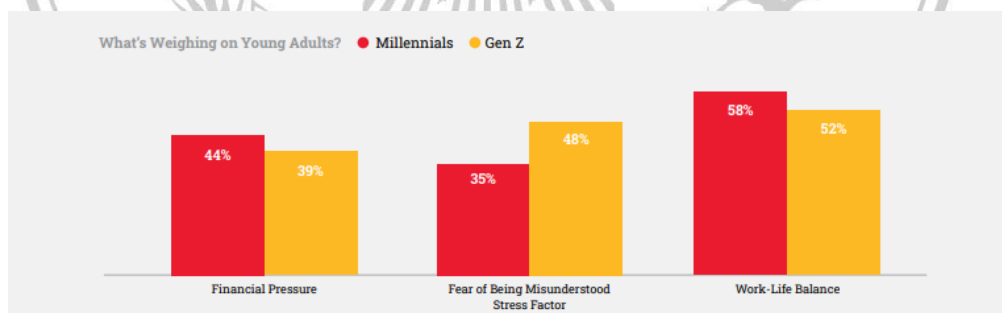
1.1 Latar Belakang

Dalam era digitalisasi modern saat ini, perkembangan media telah mengubah perspektif masyarakat dalam memahami dan menyimpulkan pesan-pesan komunikasi yang ada. Media pada saat ini tidak lagi berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, akan tetapi juga berfungsi sebagai sarana dalam pembentukan makna, nilai, dan identitas sosial. Salah satu media yang biasa digunakan dalam era modern pada saat ini adalah video klip, hal ini dikarenakan video klip memiliki kekuatan dalam menyampaikan suatu pesan dengan perpaduan musik, narasi, dan visual yang ditampilkan. Fungsi dari video klip saat ini pada umumnya tidak hanya sebagai sarana promosi saja, namun dapat menjadi media komunikasi visual yang efektif, mudah, dan cepat untuk menyampaikan sebuah pesan, nilai dan makna sosial secara simbolik melalui media massa. Maka dari itu, kini suatu video klip dapat dilihat sebagai bentuk representasi budaya populer yang mencerminkan nilai-nilai tertentu yang ada dalam masyarakat (Basyid & Firmansyah, 2023).

Salah satu isu sosial yang sering muncul dalam media populer adalah tentang konsep keluarga ideal. Keluarga memiliki posisi yang penting pada kehidupan sosial masyarakat karena menjadi unit terkecil untuk pembentukan nilai, moral, dan identitas pada seseorang. Rahmatullah & Sunarto (2025) menjelaskan bahwa dengan berkembangnya zaman, pemaknaan terhadap bentuk keluarga saat ini mengalami perubahan. Dalam era digitalisasi yang modern sekarang ini telah menimbulkan konsep keluarga baru yang tidak lagi terikat pada konsep tradisional.

Jika pada zaman dahulu sebuah keluarga ideal identik dengan keberadaan ayah, ibu dan anak yang berada dalam satu rumah dengan memiliki peran gender masing-masing, ayah sebagai pencari nafkah dan ibu sebagai pengasuh dari anak-anak mereka yang dimana pada saat ini konsep tersebut telah berubah (Tounbama, 2022). Hal ini menjelaskan bahwa keluarga ideal tidak lagi dilihat dari struktur saja, namun dari bagaimana fungsi, kedekatan emosional, hingga dukungan antar anggota keluarga (Fathia, dkk., 2023)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2026), menyatakan bahwa konsep keluarga ideal pada saat ini telah mengalami perubahan yang cukup signifikan, terutama pada generasi Milenial (usia 29-44 tahun) dan Gen Z (usia 13-28 tahun). Sebanyak 1.500 responden yang tersebar di 12 kota besar Indonesia, mengatakan bahwa Gen Z lebih menekankan nilai-nilai personal seperti keseimbangan emosional, kemampuan dalam beradaptasi, dan pencarian makna hidup dibandingkan dengan fokus pada kesuksesan materi.



Gambar 1.1 Survei IDN Millennial & Gen Z Report 2026

Sumber : [IDN Research Institute] Indonesia Millennial Gen Z Report 2026

Keluarga dipandang sebagai sebuah ikatan yang disadari oleh diri sendiri, dengan munculnya tren “*strawberry parenting*” yang mendorong pola asuh penuh kasih sayang dan membangun persahabatan sebagai sebuah komunitas. Hal ini mendukung pandangan bahwa keluarga ideal di era modern saat ini tidak lagi bergantung pada struktur tradisional, melainkan pada peran emosional dan saling mendukung antara anggota keluarga, seperti yang tercermin dalam nilai-nilai keluarga Indonesia yaitu gotong royong.

Fenomena pergeseran nilai keluarga di era modern ini tercermin dalam meningkatnya tren penundaan pernikahan dan perubahan konsep rumah tangga di kalangan generasi muda di Indonesia demi pendidikan dan karir yang dianggap lebih penting daripada sebuah ikatan formal (Mau, 2024). Generasi milenial dan Gen Z kini cenderung mendefinisikan ulang makna rumah dan keluarga ideal berdasarkan pengalaman emosional dan relasional, bukan hanya sekadar formalitas struktural.

Dalam konteks kehidupan pada masyarakat Indonesia, keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam aspek sosial maupun emosional. Nilai-nilai kekeluargaan seperti kebersamaan, rasa hormat kepada orang tua, dan saling menjaga sudah menjadi landasan utama dalam perilaku sosial. Menurut Putri (2025) (dalam Koentjaraningrat, 2009) menjelaskan bahwa budaya Indonesia menjunjung tinggi semangat gotong royong dan solidaritas keluarga sebagai pedoman dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, ikatan emosional dalam keluarga cenderung kuat dan memengaruhi cara seseorang dalam mengekspresikan perasaannya.

Media memiliki peran yang cukup besar dalam proses pembentukan makna tentang keluarga ideal. Melalui representasi visual, media sering memperlihatkan citra tertentu mengenai bagaimana keluarga seharusnya bersikap dan berinteraksi dalam kehidupan (Rahastine, 2023). Video klip menjadi salah satu media komunikasi yang menarik untuk diteliti karena di dalamnya terdapat kombinasi antara teks, gambar, simbol, dan makna yang saling berkaitan satu sama lain. Setiap elemen visual yang muncul memberikan makna yang dapat menggambarkan nilai-nilai sosial tertentu.

Salah satu video klip yang mengangkat tema keluarga adalah lagu “Kita Usahakan Rumah Rumah Itu” karya Yandy Laurens yang dikenal sebagai sutradara yang biasa menghadirkan karya-karya dengan nuansa humanis dan penuh emosional. Video klip ini merupakan hasil kolaborasi antara Sal Priadi dan Yandy Laurens dengan OCBC Indonesia yang merupakan sebuah grup perbankan yang berasal dari Singapura. Kolaborasi ini menjadi bagian dari kampanye yang dilakukan OCBC yang bertajuk “Nyala” dengan tagar #FUNanciallyFIT, kampanye ini bertujuan untuk memberikan inspirasi kepada masyarakat terutama anak muda dalam mengusahakan dan mewujudkan mimpi mereka, salah satunya memiliki sebuah rumah impian. Melalui video klip ini, Yandy Laurens tidak hanya ingin menampilkan lagu dengan visual yang indah, tetapi juga membangun narasi tentang kehidupan keluarga, rumah, dan bagaimana perjuangan untuk membangun kebersamaan. Video klip ini dirilis pada tanggal 9 Juni 2025 melalui akun YouTube Sal Priadi yang diadaptasi dari lagu karya Sal Priadi. Lagu Kita Usahakan Rumah Itu dirilis pada tahun 2022 dan lagu ini merupakan bagian dari album *MARKERS AND SUCH PENS FLASHDISK*. Dilansir dari [kompas.com](https://www.kompas.com) oleh penulis (Lova &

Pangerang, 2024), Sal Priadi menceritakan bahwa album ini terinspirasi dari sebuah rak yang ada di dalam studio miliknya. Sal juga menceritakan bahwa album ini berisi tentang keluarga kecil yang bahagia yang penuh harapan, kisah romantis nyata yang terasa seperti mimpi bertahun-tahun, hingga perasaan kehilangan dan proses berdamai dengan kenyataan-kenyataan baru yang ada di depan mata.

Yandy Laurens selaku sutradara ingin menceritakan kisah sederhana namun penuh makna tentang seorang perempuan yang kembali ke rumah masa kecilnya yang dituangkan di dalam video klip ini. Sebuah rumah yang ia datangi bukan sekadar bangunan lama, tetapi tempat yang menyimpan banyak kenangan indah bersama keluarganya, terutama dengan ayahnya sendiri. Video klip ini menghadirkan berbagai simbol visual yang menggambarkan nilai-nilai kekeluargaan. Rumah menjadi simbol dari masa lalu yang penuh kehangatan dan kasih sayang. Dalam video klip ini, penonton seakan diajak mengikuti perjalanan emosional dari tokoh utama yang seolah bertemu kembali dengan masa lalunya. Ia mengingat hal-hal kecil pada setiap sudut ruangan seperti perabotan rumah, ruang makan, ruang saat keluarga sedang berkumpul, dan momen-momen kebersamaan yang dulu terasa hangat bersama ayahnya. Setiap sudut rumah memberikan kenangan tersendiri, seakan membawa kembali suasana masa kecil yang akrab dan penuh kasih sayang. Semua simbol tersebut berperan dalam membentuk makna tentang keluarga ideal, sebuah keluarga yang tidak diukur dari kemewahan materi, akan tetapi dari usaha, cinta, dan komitmen sebuah pasangan untuk saling melengkapi.

Visual dan alur cerita yang disampaikan melalui video klip ini menggambarkan bahwa makna rumah bukan sekadar bangunan, tetapi juga suatu

tempat yang memberikan rasa aman, perhatian, dan kebersamaan. Pesan yang ingin disampaikan dalam video klip ini cukup sederhana namun memiliki makna yang cukup dalam. Membangun sebuah rumah berarti juga mengusahakan keluarga yang harmonis dan ideal, bagaimana upaya untuk saling memahami, menjaga, dan tumbuh bersama dalam sebuah rumah.

Melalui pendekatan komunikasi visual, setiap simbol yang ditampilkan dalam video klip ini dapat dipahami sebagai tanda (*sign*) yang memiliki makna-makna tertentu. Oetomo & Kusumandyoko (2022) menjelaskan bahwa tanda tersebut biasa dikenal sebagai semiotika, tanda-tanda dalam semiotika dapat berupa dialog, suara, gambar, *gesture*, dan sebagainya. Menurut Azzahra, dkk. (2025) (dalam Ubaidillah & Mukhsin, 2024) menyatakan bahwa dalam hal ini menjadikan video klip tidak hanya berfungsi sebagai sebuah sarana hiburan saja, akan tetapi dapat menjadi suatu pengalaman intelektual penonton untuk membangkitkan pikiran dan perasaannya untuk merespon tanda-tanda yang ada.

Penelitian tentang simbol keluarga dalam video klip cukup penting untuk dilakukan karena media berperan dalam membentuk persepsi masyarakat tentang isu-isu sosial. Pemaknaan terhadap konsep keluarga yang ditampilkan melalui berbagai bentuk media seperti film, iklan, dan musik video seringkali menjadi acuan bagi masyarakat dalam memahami makna keluarga itu sendiri. Oleh karena itu, analisis yang dilakukan terhadap video klip “Kita Usahakan Rumah Itu” untuk memaknai keluarga ideal dan rumah dapat memberikan wawasan baru terhadap bagaimana media visual menampilkan dan menanamkan nilai-nilai keluarga di era modern saat ini (Marcella, dkk., 2025).

Sebuah tanda tidak selalu memperlihatkan ataupun menyampaikan sebuah kebenaran secara utuh. Tanda merupakan hasil dari proses representasi dan cara suatu hal yang direpresentasikan, dimana medium yang digunakan juga memengaruhi bagaimana tanda tersebut dimaknai oleh orang lain (Ikhsano, dkk., 2022).

Pemilihan semiotika Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini didasari oleh sifat triadik yang melihat hubungan antara tanda (*representamen*), acuan tanda (*object*), dan makna yang diterima (*interpretant*). Dalam hal ini memungkinkan peneliti untuk dapat memahami makna “rumah” yang terbentuk dalam pikiran penonton melalui proses semiosis yang dinamis, bukan hanya mengidentifikasi simbol-simbol ataupun tanda-tanda yang muncul dalam video klip tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang Makna Rumah dalam Video Klip “Kita Usahakan Rumah Itu” Karya Yandy Laurens dengan tujuan untuk mengetahui makna rumah yang ditampilkan di dalamnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dilakukan pada latar belakang diatas, dapat ditentukan rumusan masalah untuk menentukan titik awal peneliti melakukan penelitian lebih lanjut adalah Bagaimana makna rumah dijelaskan dalam video klip “Kita Usahakan Rumah Itu” karya Yandy Laurens?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang sudah diuraikan, bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna rumah yang ditampilkan dalam video klip “Kita Usahakan Rumah Itu” karya Yandy Laurens.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat bermanfaat secara:

a. Manfaat Akademis:

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang analisis semiotika dan komunikasi visual. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dalam penelitian dengan penggunaan teori semiotika dan konsep *pure relationship* untuk membentuk keluarga ideal dalam video klip maupun film pendek.

b. Manfaat Praktis:

Secara praktis, penelitian ini mampu memberikan wawasan kepada para praktisi industri kreatif, sutradara, bahkan pembuat konten dalam menyampaikan pesan yang bermakna. Selain itu, penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan masyarakat untuk dapat lebih kritis dan memahami pesan dan simbol yang disampaikan dalam media visual seperti video klip.