

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Harus kita akui bahwa sekarang musik telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Hal ini disebabkan karena musik adalah sebuah karya seni yang tidak hanya sekedar dinikmati saja, namun musik mampu menyampaikan pesan – pesan komunikasi melalui lirik dan video klip yang cukup emosional di dalamnya. Musik sendiri didefinisikan oleh David Ewen dalam (Hasbillaah, 2022) ialah sebagai sebuah kombinasi berupa ritmik dan beberapa nada, baik vocal serta instrumental yang membentuk seni dan ilmu pengetahuan. Dalam arti ini ilmu berisikan melodi dan harmoni di dalamnya, yang berfungsi sebagai ekspresi dari semua hal yang akan diungkapkan, terutama dalam segi emosional. Selain elemen nada dan harmoni, juga digunakan untuk memperkuat lagu untuk menyampaikan isi pesan dari penulis. (Reza & Irfan, 2024)

Menurut Pratik (1987), pemikiran dan pendapat yang merupakan suatu jenis pesan penafsiran. Melalui simbol-simbol komunikasi yang menjangkau hingga khalayak, pesan-pesan tersebut dapat mengambil berbagai bentuk dan juga muncul. Dijelaskan bahwa pesan kode, pesan isi, dan pesan wujud merupakan komponen faktor dalam terjadinya pesan. Yang pertama dijelaskan dalam hal pesan kode, yaitu kumpulan simbol yang muncul dan dapat diartikan serta diterima oleh khalayak atau penerima pesan. Pesan isi adalah materi yang digunakan oleh sumber untuk menggambarkan karya seni. Pesan wujud adalah keputusan sumber untuk menentukan cara terbaik dalam memberikan bentuk pesan tertentu. Oleh karena itu, penyampaian pesan melalui musik tidak hanya melibatkan aspek lirik, tetapi juga elemen-elemen musikal lain seperti melodi dan harmoni yang secara kolektif (Riadi, 2019).

Video klip sendiri merupakan salah satu media komunikasi massa. Proses komunikasi massa merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang saling terhubung, mulai dari proses pembuatan pesan hingga reaksi dari khalayak (Morissan, 2013). Dengan kata lain ialah proses individu dalam memahami sebuah pesan dan bagaimana terbentuknya sebuah pesan moral dalam proses komunikasi. Sehingga

202110040311464

Muhammad Rivaldo Hariyadi

Prodi Ilmu Komunikasi

dalam lagu sendiri, dapat dijelaskan bahwa lirik lagu merupakan pesan yang dibuat oleh sang penulis (Dennis, 2008).

Video klip berfungsi sebagai media promosi yang dimanfaatkan oleh produser musik guna memperkenalkan serta memasarkan produk musik (lagu) melalui saluran televisi dan platform YouTube. Dengan demikian, grup band atau penyanyi yang menginterpretasikan lagu tersebut dapat memperoleh pengenalan luas di kalangan masyarakat, yang pada akhirnya diharapkan mendorong pembelian kaset, CD, serta DVD dari grup band atau penyanyi yang bersangkutan (Effendy, 2009). Beragam genre musik telah diadaptasi menjadi karya video klip yang layak untuk diteliti, di antaranya video klip lagu “O, Tuan” yang dibawakan oleh Baskara dari band Feast, dengan lagu yang penuh dengan kandungan pesan moral.

.Feast, adalah band rock alternatif dari Indonesia, yang berhasil menjadi salah satu grup musik yang mengobinasikan karya seni dengan fenomena dan isu-isu sosial yang *relate*. Band Feast ini dibentuk pada tahun 2012, .Feast tidak hanya hadir sebagai penyedia hiburan tetapi juga sebagai penggerak dialog publik melalui lagu-lagu mereka yang sarat akan pesan politik, sosial, dan budaya.



Gambar 1. 1 Video Klip “O,Tuan” Feast

(Sumber: Youtube .Feast)

“O,Tuan” merupakan salah satu Video klip yang menarik perhatian peneliti. Video klip tersebut tayang dalam *platform youtube* FeastID. yang dirilis pada 25 Oktober 2025 Video klip ini sampai saat ini telah ditonton sebanyak 15 juta penonton. Sejak dirilis, lagu ini mendapat banyak *respons* positif di media sosial. Banyak juga yang menyuarakan bahwa lagu “O, Tuan” sebagai lagu .Feast paling menyentuh secara emosional. Banyak pendengar merasa terhubung secara pribadi

dengan pesan yang disampaikan dalam lagu ini, terutama mereka yang pernah merasakan ketakutan kehilangan orang tersayang.

Lagu “O, Tuan” karya .Feast menjadi fenomena baru dalam lanskap musik populer Indonesia karena menampilkan narasi kejujuran dan refleksi mendalam tentang ketakutan manusia menghadapi kematian secara lugas, tidak sekadar metaforis. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya konsumsi lagu-lagu bertema duka dan kematian oleh masyarakat Indonesia, seiring banyaknya pengalaman kolektif akan kehilangan, baik akibat pandemi, penyakit, maupun bencana yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Lagu ini mengangkat dua tema besar: Waktu dan Kematian.

Gagasan utama penelitian ini adalah mengkaji bagaimana pesan moral lagu “O, Tuan” karya .Feast sebagai pengalaman eksistensial yang penuh rasa takut, cemas, tetapi sekaligus mengandung unsur penerimaan dan religiulitas, serta bagaimana pesan tersebut berfungsi sebagai ruang refleksi psikososial bagi pendengar muda urban. Lagu ini diposisikan bukan hanya sebagai karya estetika, tetapi sebagai teks budaya yang memuat konstruksi pesan moral dan sebagai refleksi diri tentang kematian, waktu, dan keterbatasan manusia, yang dapat dibaca melalui pendekatan analisis isi dalam kerangka kajian budaya dan komunikasi. Arfanda, M. F., & Muzakka, M. (2020).

Menurut Nurgiyantoro (dalam Kurniasari, 2013:19), mengatakan bahwa karya fiksi yang memuat nilai-nilai moral atau pesan moral memiliki keragaman bentuk dan jenis yang sangat luas. Variasi jenis moral dalam karya sastra bersifat tak terbatas, baik yang berkaitan dengan aspek kehidupan maupun yang melibat kehormatan dan martabat manusia, sehingga semuanya bisa dijadikan ajaran moral dalam kehidupan. Aspek kehidupan manusia tersebut diklasifikasikan menjadi tiga ranah utama, yakni hubungan manusia dengan dirinya sendiri, hubungan manusia dengan sesama, serta hubungan manusia dengan Tuhan-Nya.

Relevansi penelitian ini juga tampak nyata dalam konteks kehidupan manusia di Indonesia. Masalah karena kebanyakan anak muda urban pada saat ini lirik ataupun video klip lagu bisa mempresentasikan pesan dakwah yang mengingatkan kematian. Dalam hal ini Video klip sebagai media yang dekat dengan kehidupan

manusia dapat menjadi sarana refleksi dan pembelajaran moral yang kuat. Melalui pesan-pesan yang terkandung di dalam Video klip O,Tuan (Feast) mampu menggerakkan manusia untuk lebih peduli untuk mengingat serta menumbuhkan kesadaran dalam kehidupan yang sementara ini (Sobur, 2014).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini memiliki arti penting untuk mengkaji bagaimana hubungan pesan moral manusia dengan tuhan, manusia dengan diri sendiri, dengan manusia lain dan dengan Alam. digambarkan dalam Video klip O,Tuan (Feast). Melalui analisis ini, diharapkan dapat terlihat cara Video klip tersebut menyampaikan pesan moral melalui alur cerita, karakter, serta simbol-simbol visual yang digunakan. Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya kajian dalam bidang komunikasi massa, sementara secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran manusia akan mengingat kematian yang datang kapan saja dan tak bisa di hindari.

Berdasarkan hasil kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat sejumlah kesenjangan research gap yang menjadi landasan penting bagi penelitian ini. Penelitian ini membedakan gap antara analisis isi pesan moral pada video klip O, Tuan dengan tiga penelitian sebelumnya melalui empat dimensi utama: konteks objek, pendekatan analitis, dimensi pesan, dan dampak pembaca/audiens.

Pertama mengkaji PESAN MORALITAS DALAM LAGU HANYA RINDU KARYA ANDMESH KEMALENG dengan menitik beratkan pada makna moral yang terkandung dalam lirik lagu, sehingga penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek verbal dan emosional tanpa menelaah secara mendalam representasi visual. Kedua, penelitian tentang Video klip REPRESENTASI SPIRITUALITAS VIDEO KLIP DALAM LAGU O, TUAN KARYA BAND .FEAST (Analisis Semiotika Roland Barthes). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis representasi nilai spiritualitas yang terkandung dalam video klip lagu "O, Tuan" karya band .Feast sehingga gapnya adalah penelitian ini berfokus pada Lirik lagu penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek verbal dan emosional tanpa menelaah secara mendalam representasi visual. Ketiga, ANALISIS ISI PESAN MORAL DALAM FILM EGI MELODI fokus pada narasi film sebagai medium audio visual untuk menyampaikan norma sosial, tetapi gapnya terletak pada kurangnya kajian perbandingan moral pesan pada Video klip musik.khususnya

bagaimana dengan durasi berbeda memediasi nilai pemahaman etis di khalayak. Dengan memadukan titik fokus lirik, adegan *visual*, dan konteks budaya, penelitian ini berupaya mengisi celah perbandingan antara (Video klip & Film) serta menguji sejauh mana pesan moral pada klip Feast yang dipahami oleh berbagai kelompok penonton, sehingga menyoroti potensi perbedaan dampak antara Video klip yang mengandung irama dan simbol visual versus film yang tekanan alur naratif panjang (Rajendra & Srigati, 2021).

Secara metodologis, penelitian ini mengkombinasikan analisis isi (content Analylis) dari adegan visual, alur cerita, dan juga lirik dengan persepsi audiens melalui pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi moderasi seperti genre, target audiens, dan budaya lokal, sehingga gap praktisnya adalah kebutuhan data empiris tentang bagaimana pesan moral pada video klip Feast yang mempengaruhi sikap dan perilaku sosial audiens secara lebih luas daripada studi kasus (Setyawan & Probo, 2022).

Setelah mengidentifikasi berbagai kesenjangan penelitian yang ada, penelitian ini menghadirkan sejumlah kebaruan novelty baik dari sisi teori, metode, maupun konteks. Dari segi teoretis, penelitian ini termasuk salah satu yang belum ada penelitian yang membahas tentang pesan moral pada video klip O,Tuan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan teori.

Dari sisi metodologis, penelitian ini memiliki kebaruan karena berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya menggunakan pendekatan analisis naratif atau semiotika. Penelitian ini menerapkan analisis isi kualitatif dengan kategori kategorisasi yang menekankan pada penafsiran nilai moral. Proses analisis difokuskan pada adegan utama atau adegan terpilih yang mencerminkan pesan mendalam melalui video klip, sehingga hasilnya lebih sistematis dan didukung oleh data visual yang kuat.

Secara keseluruhan, kebaruan penelitian ini terletak pada kemampuan untuk mengintegrasikan teori, metode, dan konteks secara saling melengkapi. Penelitian ini tidak hanya memandang video klip sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana moral yang dapat membangun kesadaran manusia terhadap kefanaan hidup.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut pesan moral tersirat yang disampaikan oleh Video klip O,Tuan Karya Band Feast.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada Latar belakang tersebut maka Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Pesan Moral Apakah Yang Terkandung Dalam Video Klip O,Tuan Karya band Feast?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis konten video klip O,Tuan karya band Feast dengan melihat pesan moral yang terkandung dalam video klip tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya dalam analisis isi pesan moral yang terdapat dalam Video klip.
- Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang, terutama terkait dengan pesan moral dalam media massa.

2. Manfaat Praktis

- Mengingatkan pesan secara visual bahwa terkadang manusia lalai dan lupa akan kematian, padahal kematian senantiasa akan datang kapan saja pada setiap manusia
- Menjadi inspirasi bagi praktisi media dan sinema untuk lebih banyak menghadirkan karya yang mengandung nilai nilai moral serta pesan-pesan positif bagi masyarakat.