

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Karya anak bangsa mendunia video musik bertajuk "*Wonderland Indonesia*" menarik perhatian jagat maya, berisikan lagu-lagu daerah, membuat merinding penontonnya dan menambah rasa cinta kepada Negara Indonesia. Awwalur Rizqi Al-firori yang memiliki nama panggung Alffy Rev, "*Wonderland Indonesia*" dipunggah bertepatan di hari kemerdekaan 17 Agustus 2021 dalam rangka memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia ke-76, di kanal *YouTube* nya Alffy Rev selalu mempersembahkan karyanya untuk Indonesia, berhasil memuncak trending pertama untuk kategori musik. Menggandeng penyanyi pendatang baru dari ajang pencarian bakat Indonesia idol Novia Bachmid.

Video berdurasi hampir 11 menit itu berhasil menarik perhatian warga lokal bahkan internasional, mengundang banyak reaksi positif dan takjub akan kekayaan alam juga keberagaman budaya yang ada di Indonesia. Terpantau mendapatkan 46 juta kali tonton sejak video *wonderland Indonesia* dipunggah, 3,4 juta like, dan 244,702 komentar

Video *Wonderland* ini telah di *reaction* kurang lebih 487 oleh para *YouTube*, yang merupakan warga Indonesia dan *YouTube* luar Negri. 485 video kreasi tari yang menggunakan *Wonderland Indonesia* sebagai latar musiknya. Event besar juga memakai karya Alffy Ref untuk mengisi acara nya, seperti Anniversary Metro TV yang ke-21, MNC Anniversary 32 , 12.12 Shopee dan lain sebagainya. Total produksi video *Wonderland Indonesia* mencapai 1 miliar lebih, dana tersebut didukung penuh oleh Doni Salmanan dan Kemendikbud Ristek. "*Wonderland kan memang harus menciptakan something yang ajaib juga, memang harus total atau tidak sama sekali,*" seperti yang dikatakan Alffy rev.

Penyebab keberhasilan video klip Wonderland Indonesia, karena kami warga Negara Indonesia merupakan hasil integrasi nasional yang memiliki rasa senasib dan seperjuangan yang diakibatkan oleh faktor sejarah, adanya ideologi dalam simbol Garuda Indonesia dan Semboyan Bhineka Tunggal Ika, adanya semangat persatuan dan kesatuan bahasa, bangsa, dan tanah air Indonesia, dan adanya rasa cinta tanah air. Video klip Wonderland Indonesia berhasil mewakili bentuk-bentuk kesatuan bangsa yang ada di Indonesia yang terdapat dalam simbol Bhinneka Tunggal Ika, yang memiliki arti “keberagaman itu satu” atau berbeda-beda tapi satu juga.

Video disuguhkan dengan narasi tentang Indonesia menggunakan bahasa Inggris “*Indonesia is not just wonderful. Indonesia is wonderland.*”. Pariwisata Indonesia sendiri sudah lama mengusung konsep *Wonderful Indonesia*, videonya pun ramai juga di kancah internasional karena begitu mempesona. Video *Wonderland Indonesia* menumbuhkan persepsi baru yang awalnya Indonesia luar biasa menjadi Indonesia Negeri yang ajaib.

Video hamper 11 menit itu memiliki alur yang membuat penonton takjub dan merinding, setelah lagu-lagu daerah Indonesia, Alffy Rev memasukan audio teks proklamasi Indonesia dan diakhiri dengan Bagimu Negeri. Berbaris menangis dan meletakkan tangan kanan di dada kiri, menggunakan baju putih sambil menyanyikan Bagimu Negeri, puncak keharuan dalam video Wonderland Indonesia menggambarkan ikatan jiwa anak muda akan cinta tanah air.

Ratusan ribu komentar positif membanjiri kolom komentar di video *Wonderland Indonesia*, Fadil Jaidi “*KEREN BANGET BANGET!!!*”, Ogund Oddity “*KARYA LOKAL SAINGAN MANCANEGERA!! SALUT...KEREN*”, Idel Ajah “*6 bulan berlalu.. danger replay lagu ini.. sumpah gw nangis.. se cinta ini sama negara ku Indonesia. Terimakasih atas karya yang luar biasa ini*”, dan Novia Bacmid sebagai vokalis nya mengunggah potongan gambar video *Wonderland Indonesia* dengan caption “*Wonderland Indonesia tembus trending #1, Alhamdulillah jiwa nasionalisme bangkit dan menggerakkan masyarakat*

Indonesia bersatu bersinergi untuk mengangkat karya indah tentang indonesia, Indonesia is not just wonderful, indonesia ia a wonderland”.

Tujuan dibuatnya video klip Wonderland Indonesia adalah untuk memperkenalkan kembali budaya Indonesia, serta agar anak-anak muda kembali menghafal lagu-lagu daerah, dibawakan dengan aransemen music EDM (*Electronic Dance Music*) kemudian dipadukan dengan lagu-lagu daerah. Perkembangan Zaman menggerus nilai-nilai budaya padahal budaya merupakan aset penting dalam negara ini, yang seharusnya dijaga dan dilestarikan. Luntur nya nasionalisme bisa berdampak pada kehidupan bangsa bahkan bisa menghancurkan bangsa, hal tersebut terjadi karena ketahanan nasional lemah kemudian dengan mudah ditembus oleh pihak luar, diperlukan upaya strategi. Ketahanan Nasional, bertujuan untuk mengalokasikan semua potensi dan sumber daya nasional dengan penuh keuletan. Keuletan ini mencakup kemampuan untuk memperkuat kekuatan nasional (Tiara, 2020).

Cinta tanah air atau Nasionalisme semestinya dekat dengan warga Indonesia dari semua lapisan masyarakat, maka dari itu sedari duduk di sekolah dasar semua siswa dikenalkan tentang Indonesia, dari foto pahlawan yang dipajang di kelas, memajang foto lambang Negara serta presiden dan wakil presiden, serta menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, juga kegiatan hari senin upacara pengibaran bendera merah putih (Musdikin, 2021).

Namun realitas kehidupan tentang perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang berkembang dengan pesatnya dapat memicu sebuah perubahan. Pemerintah harus memperbaiki hal tersebut, pasalnya pendidikan Indonesia masih dinilai kurang dalam pendidikan moralnya, padahal salah satu indikator cinta tanah air masyarakat yang memiliki perilaku baik, namun fakta nya kasus intoleran dan imoral masih berjalan hingga saat ini, seperti *bullying* terhadap antar etnis suku dan agama, demo yang menyalahi aturan penjarahan kepada

fasilitas Negara, juga penggundulan hutan yang merupakan jantung dunia. Paling disayangkan kasus korupsi masih menjadi masalah besar di Negara Republik Indonesia (NKRI). Dilakukan oleh wakil-wakil rakyat, mereka yang seharusnya menjadi contoh baik malah membuat menurunnya rasa percaya akan cara pemerintah memimpin Negara ini.

Mengenai menurunnya nilai kesopanan di kalangan remaja Zaman sekarang, hal ini dapat dilihat dari anak Zaman sekarang, penggunaan bahasa yang kasar dan tidak sopan, dan diskriminasi yang terjadi melalui media sosial. Penurunan nilai kesopanan juga dapat dilihat dari rendahnya tingkat kepercayaan dan rasa hormat antar individu, yang berkontribusi pada kurangnya toleransi dan empati. Menurut Mischele Borba perilaku sopan santun merupakan cara tingkat rendah untuk meningkatkan empati, pribadi yang berempati disebut Borba akan tumbuh lebih bahagia, lebih sehat dan lebih tangguh, kemungkinan besar memiliki peluang lebih baik di lingkungan kerja.

Anak Zaman sekarang dinilai lebih kasar dan tidak sopan dibandingkan generasi orang tua Zaman dahulu, faktor pudarnya nilai kesopanan di kalangan remaja, ada dari keluarga, teman atau pergaulan, dan media massa (sosial media). Meskipun ada indikasi mengenai penurunan nilai kesopanan, hal tersebut tidak berarti bahwa semua orang di Indonesia mengalami penurunan dalam hal tersebut. Banyak orang yang masih memegang teguh nilai-nilai kesopanan dan etika dalam berkomunikasi, dan melakukan usaha untuk meningkatkan tingkat kesopanan dalam

Jiwa Nasionalis yang seharusnya dimiliki dari segala lapisan masyarakat, namun malah tipisnya moral dan peduli NKRI dilakukan juga dari masyarakat atas hingga lapisan bawah. Pengaruh sosial media pada tahap ini membentuk generasi baru cara berfikir yang banyak dipengaruhi oleh adanya sosial media, zaman sekarang, teladan anak muda seringkali dipengaruhi oleh media sosial dan budaya pop. Beberapa hal yang mungkin menjadi teladan bagi anak muda di era digital ini antara lain:

1. Kemampuan menggunakan teknologi: Anak muda zaman sekarang dikenal sebagai generasi yang lahir dan besar bersama teknologi, sehingga mereka dikenal sebagai generasi yang sangat ahli dalam hal teknologi.
2. Berkolaborasi dan bekerja sama: Anak muda zaman sekarang memiliki kemampuan untuk bekerja sama dan berkolaborasi dengan teman dan rekan dalam proyek atau tugas bersama.
3. Berkontribusi sosial: Anak muda zaman sekarang lebih peduli terhadap isu-isu sosial dan memiliki keinginan untuk berpartisipasi dalam memecahkan masalah sosial dan lingkungan.
4. Berfikir kreatif dan inovatif: Anak muda zaman sekarang memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan masalah dan menemukan solusi baru.
5. Memiliki jiwa entrepreneur: Anak muda zaman sekarang lebih memiliki jiwa kewirausahaan dan berinovasi dalam membangun bisnis dan menciptakan lapangan kerja.

Namun, perlu diingat bahwa teladan bukan hanya terdiri dari hal-hal positif saja, beberapa perilaku negatif juga dapat menjadi teladan bagi anak muda, seperti kecanduan media sosial, bullying, dan lain-lain. Oleh karena itu, penting bagi anak muda untuk memilih teladan yang positif dan baik untuk diterapkan dalam hidup mereka. Pentingnya meminimalisir dampak sosial media di kalangan anak muda, terkhusus pada generasi Z yang lahir dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2009 dan generasi Alfa. Pasalnya merekalah Gen Z generasi emas 2045 yang perlu disiapkan sejak saat ini, generasi anak muda dan anak kecil juga yang belum lahir, merekalah yang akan memimpin bangsa 22 tahun mendatang, bahwasanya perlunya peran pemerintah serta seluruh masyarakat saat ini untuk mempersiapkan bibit unggul yang akan berguna bagi keberlangsungan hidup yang lebih baik untuk bangsa ini.

Rasa Nasionalisme, toleransi hendaknya harus dimiliki sejak dini, harus mengerti bahwa Indonesia merupakan Negara multikultural yang memiliki beragam budaya, bahasa, suku, ras dan agama rasa saling menghargai dan menjaga satu sama lain adalah kewajiban bagi seluruh rakyat Indonesia. Seperti terdapat dalam pasal 28J Undang-Undang Dasar Tahun 1945 (“UUD 1945”) bahwa “*Setiap orang diharuskan untuk menghormati hak asasi orang lain dalam tertib bermasyarakat, berbangsa dan bernegara*”.

Penggambaran Nasionalisme diantaranya melestarikan kebudayaan indonesia, Cinta produk dalam Negri, menjaga nama baik bangsa, menjaga kerukunan dalam ber sosial di tengah masyarakat multikultural, menjaga alam, dan memiliki rasa toleransi dan juga sudah diatur dalam UUD 1945 dalam pasal 27 ayat 3 yang berisi tiap-tiap warga Negara berhak dan wajib ikut serta dalam pertahanan dan keamanan Negara, dengan demikian setiap warga Negara indonesia harus memiliki rasa cinta tanah air seperti yang digambarkan dalam video klip yang berjudul “*Wonderland Indonesia*” yang di punggah *YouTube* Allfy Rev.

Media massa menyediakan informasi dan hiburan, dalam tujuan utamanya media massa di Amerika untuk menghasilkan uang. Komunikasi massa beserta alat komunikasi massa mengalami revolusi juga perkembangan teknologi. Perkembangan penggunaan media internet di Indonesia berkembang cepat sampai ke pelosok desa juga menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, fenomena ini bisa dikatakan, bahwa masyarakat indonesia dalam melakukan komunikasinya tidak lagi memakai saluran komunikasi massa, seperangkat media cetak dan elektronik, tatap muka (*interpersonal communication*). Kehadiran media sosial melalui perangkat Ponsel (Nurudin, 2010)

Komunikasi yang dilakukan masyarakat indonesia saat ini lebih besar menggunakan jaringan internet, media komunikasi yang digunakan *Hand Phone* (HP)/ Telepon Seluler (Ponsel) dalam bentuk digital, yang di dalamnya terdapat aplikasi yang bisa untuk berkomunikasi yang terhubung oleh jaringan

internet . Data global digital headlines pada februari 2022 pengguna internet di Dunia mencapai 4.95 billion, di Indonesia 204.7 million orang mengakses internet. Menurut data tiga urutan ter atas orang indonesia menggunakan internet 80,1% menemukan informasi, 72,9% mencari inspirasi, dan 68,2% untuk saling berhubungan dengan keluarga.

Pandemi Covid-19 juga menambah penggunaan media sosial karena aktifitas banyak dilakukan secara online, hal tersebut juga membuat perubahan kebiasaan dalam ber sosial di masyarakat perubahan positif maupun negatif. Meminjam istilah Van Dik bahwa kita hidup di dalam "dunia yang terhubung" (*connected world*), atau "Zaman ber jejaring" (*the age of networking*) " jaringan-jaringan manusia " (*human wab*), dan " masyarakat internet" (*a wab soiety*) (Heryanto, 2018)

Salah satu nya yaitu *Video sharing YouTube* sebagai media sosial *content*. Penggunanya dari berbagai kalangan, yang tertarik juga dari berbagai umur, bermodalkan jaringan internet dan *ponsel android*, penggunanya semakin berkembang. Data penggunaan sosial media selalu naik sampai saat ini, *website* yang paling banyak dikunjungi 2022, Google 583 M menjadi aplikasi urutan pertama setelah *YouTube* 241 M dan Detik.com 119 M.

YouTube menjadi sosial media nomor dua menurut data kunjungan *website* setelah *google* tak heran jika masyarakat banyak yang menggunakannya karena lebih fleksibel bisa dimana saja dan kapan saja, durasi iklannya pun terlampau kecil dibandingkan yang ada di Televisi. Pemilihan video yang ditonton juga sesuka pengguna *YouTube*. Tidak hanya sebagai penonton, pengguna *YouTube* juga bisa menjadi konten *Creator* langsung di akun pribadinya, jika sudah mencapai persyaratan *YouTube*, maka akunya bisa di *monetizes*, konten pun sangat beragam. Salah satunya bisa untuk mengung gah konten musik yang di kemas menarik dalam bentuk video klip.

Video klip juga sebagai media Komunikasi merupakan penggabungan antara musik dan visual yang di konsep sesuai tujuan video klip itu sendiri. Bisa untuk alat komunikasi penyampaian pesan, kemudian juga untuk media promosi. Terdapat alur cerita seperti film, menjadikan penikmat nya lebih memahami dan merasakan apa maksud dari musik yang ingin musisi sampaikan.

Seiring berjalannya waktu, video klip bukan untuk promosi saja, tetapi juga sebuah karya seni bentuk ungkapan ekspresi diri dalam yang memiliki arti pesan melalui lagunya yang ditampilkan secara visual. Seperti pelaku musik Allfy Rev dalam channel YouTube nya membuat sebuah karya video klip yang berjudul "*Wonderland Indonesia*". Video tersebut menceritakan tentang Indonesia sebagai Negri yang tidak hanya indah, namun juga Negri yang ajaib. Kekayaan alam yang mempesona, ber anekaragam perbedaan yang tumbuh rukun di Indonesia. Memperlihatkan bahwa di tengah-tengah perbedaan, tetapi semua bisa bergabung menjadi satu, hal tersebut memperlihatkan bangsa Indonesia merupakan Negri yang besar, masyarakatnya terikat jiwanya dalam satu Bhinneka Tunggal Ika.

Dengan itu peneliti memilih satu video klip "Wonderland Indonesia" dalam video tersebut banyak ditampilkan keberagaman budaya dan juga menunjukkan rasa cinta tanah air. Setelah melihat video klip tersebut penulis melihat bahwa masyarakat Indonesia memiliki rasa cinta akan tanah air dan didukung oleh antusias penonton dalam merespon video klip tersebut.

Bentuk-bentuk nasionalisme yang ada pada video klip tersebut dapat dilihat pada opening video dengan musik "Bagimu Negri jiwa raga kami" ditampilkan keindahan alam Indonesia serta keberagaman rumah adat nusantara dan didukung oleh narasi yang menggambarkan betapa kayanya Negri ini, dan kami bangga dengan apa yang dimiliki indonesia, dan seterusnya. Untuk itu penulis mencoba meneliti dan menganalisis representasi nasionalisme masyarakat indonesia dalam video klip tersebut melalui tanda, objek, dan makna yang tergambar pada visual, audio dan narasi video klip tersebut.

Peneliti menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce yang mengkaji bagian makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda tersebut digunakan untuk berkomunikasi. Melalui semiotika yang digunakan untuk menganalisis video tersebut maka akan diketahui symbol, ikon, dan indeks yang menandakan representasi nasionalisme.

Peneliti berharap melalui video tersebut *audience* yang menonton juga terinspirasi dan mengambil pesan penting terutama dalam hal menambah kecintaan terhadap Indonesia. Oleh karena itu, maka penulis bermaksud menyusun skripsi dengan judul :

“KONSTRUKSI TANDA-TANDA NASIONALISME DALAM VIDEO KLIP MUSIK” (Analisis Semiotika Charles Sander Peirce Dalam Video Klip Wonderland Indonesia By : Alffy Rev Ft. Novia Bachmid Chapter 1)



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana tanda-tanda Nasionalisme di Indonesia yang dikonstruksi dalam video klip *“Wonderland Indonesia”*”.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji konstruksi tanda-tanda Nasionalisme Indonesia melalui penciptaan tanda-tanda visual, verbal, non-verbal, musik dan bahasa yang digunakan di dalam video klip *“Wonderland Indonesia”*

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam perkembangan kajian media, yang masih berhubungan dengan tanda Nasionalisme dalam media. Selain itu kajian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru dalam kajian komunikasi pada konsep video klip *“Wonderland Indonesia”*, bagi mereka yang menggunakan analisis semiotika.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti harapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti-peneliti serupa, juga bisa guna untuk riset para konten kreator dalam membuat video yang konsepnya ke nasionalisme, peneliti berharap akan ada konten-konten kreator yang membuat karya yang memasukan simbol-simbol nasionalisme dalam karyanya. serta diharapkan dapat memberi informasi dan manfaat bagi pembaca agar menumbuhkan rasa cinta tanah air.