

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Video Klip Sebagai Medium Komunikasi**

##### **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah proses pertukaran atau penyampaian informasi, gagasan, atau perasaan antara satu individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lainnya. Tujuan dari komunikasi adalah untuk memahami dan dipahami, serta untuk mempengaruhi atau memotivasi orang lain. Komunikasi tidak hanya terjadi melalui kata-kata, tetapi juga melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, tulisan, gambar, suara, dan berbagai bentuk media lainnya. Ini bisa bersifat verbal (dilakukan melalui kata-kata) atau non-verbal (dilakukan melalui ekspresi dan gerakan tubuh).

Ada beberapa elemen penting dalam komunikasi, yaitu: Pengirim (Sender), Pesan (Message), Saluran (Channel), Penerima (Receiver), Umpan Balik (Feedback), Konteks (Context), Gangguan (Noise), Umum (Feedback), dan Tujuan (Purpose). Komunikasi adalah aspek yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dan memainkan peran kunci dalam hubungan interpersonal, bisnis, pendidikan, dan banyak aspek kehidupan lainnya. Keterampilan komunikasi yang baik sangat berharga dalam berbagai konteks.

Komunikasi massa adalah proses penyebaran informasi, gagasan, dan pesan kepada khalayak yang besar dan heterogen melalui berbagai media massa. Berikut adalah beberapa macam-macam komunikasi massa, setiap bentuk komunikasi massa memiliki karakteristik, keuntungan, dan cara penyebaran yang berbeda. Kombinasi dari berbagai jenis media massa ini memungkinkan informasi untuk mencapai audiens yang beragam dengan cara-cara yang berbeda.

1). Surat Kabar (Newspapers): Surat kabar adalah salah satu bentuk komunikasi massa tertua. Mereka menyediakan berita dan informasi terbaru mengenai peristiwa lokal, nasional, dan internasional.

2). Majalah (Magazines): Majalah adalah publikasi periodik yang menawarkan berbagai jenis konten seperti artikel, wawancara, foto, dan ilustrasi tentang berbagai topik seperti gaya hidup, mode, kesehatan, dan banyak lagi.

3). Radio: Radio adalah bentuk komunikasi massa yang menggunakan gelombang suara untuk menyebarkan informasi, hiburan, dan program-program lainnya kepada pendengar. Radio bisa bersifat siaran lokal, nasional, atau internasional.

4). Televisi (Television): Televisi adalah media audio-visual yang menyediakan program-program dalam berbagai genre seperti berita, hiburan, olahraga, dan pendidikan.

5). Media Sosial (Social Media): Platform-platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, foto, video, dan berinteraksi dengan orang lain secara daring.

6). Internet: Internet menyediakan akses ke berbagai bentuk media dan konten, termasuk situs web berita, blog, video, dan forum diskusi.

7). Buku (Books): Buku adalah bentuk komunikasi tertulis yang bisa mencakup berbagai topik, mulai dari fiksi hingga non-fiksi, akademis, dan sebagainya.

8). Film dan Video: Film dan video adalah bentuk komunikasi massa audio-visual yang digunakan untuk menghibur, mendidik, dan menyampaikan pesan kepada penonton.

9). Media Elektronik (Electronic Media): Ini mencakup semua bentuk komunikasi massa yang memanfaatkan teknologi elektronik, termasuk televisi, radio, dan internet

10). Podcast: Podcast adalah bentuk media digital yang menyediakan konten audio atau video yang bisa diakses dan didengarkan secara online atau diunduh untuk didengar kapan saja.

11). Papan Informasi (Billboards): Papan informasi adalah bentuk komunikasi massa visual yang ditempatkan di lokasi strategis seperti jalan raya, pusat perbelanjaan, atau tempat-tempat umum lainnya.

12). Poster dan Pamflet (Posters and Flyers): Ini adalah bentuk komunikasi massa visual yang dapat ditempel di tempat-tempat umum atau disebarakan kepada khalayak luas.

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. Data Kominfo 2013 pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang, 95% untuk mengakses jejaring sosial media. 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. 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 society*) (Heryanto, 2018)

Penggunaan internet di Indonesia terus tumbuh dengan pesat, bahkan hingga pelosok desa, dan media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang digunakan oleh masyarakat. Hal ini mencerminkan bahwa cara masyarakat Indonesia berkomunikasi telah berubah, tidak lagi terpaku pada saluran komunikasi tradisional

seperti media cetak, media elektronik, atau komunikasi tatap muka. Kehadiran media sosial melalui perangkat Ponsel (Nurudin, 2010). Ponsel saat ini bukan lagi alat komunikasi tetapi sudah menjadi gaya hidup dalam masyarakat, karena sistem sosial sekarang mengharuskan dan mau tidak mau harus melibatkan ponsel. Era digital memberi kemudahan pada pengguna, media sosial bisa memangkas jarak jauh komunikasi. Komunikasi terjadi bisa secara langsung, (Rohmah, 2020)

Klasifikasi media sosial ada enam jenis, (a) *Collaboration Project*, dimana situs memberikan izin dengan bebas kepada pengguna untuk mengubah, menambah, dan mengurangi konten-konten yang sudah ada, contoh Wikipedia. (b) *Blog dan Micro blog*, situs dokumentasi untuk catatan pribadi. (c) *Content Share*, situs yang memberikan layanan yang bisa untuk berbagi konten dengan sesama pengguna, berupa foto, *video*, gambar, juga *teks*. (d) *Sosial Network Site*, aplikasi yang bisa menghubungkan satu dengan lainnya salah satu contohnya Facebook. (e) *Virtual Game World*, dunia digital yang bisa memperlihatkan visual (3 dimensi). (f) *Virtual Social World*, dunia digital memperlihatkan kehidupan nyata manusia Kaplan dan Haelein (2010) Dalam jurnal (Chandra, 2017) Peningkatan ke enam sosial media terjadi pasca tahun 2010 bersamaan berkembangnya situasi sosial masyarakat dunia. Salah satu nya yaitu *Video sharing YouTube* sebagai media sosial *content*. Penggunaanya dari berbagai kalangan, yang tertarik juga dari berbagai umur, bermodalkan jaringan internet dan ponsel android, penggunaanya semakin berkembang. Data penggunaan sosial media paling aktif di Indonesia pada tahun 2017, bahwa *YouTube* 49% menjadi aplikasi urutan pertama setelah Facebook 48% dan Instagram 39%.

Tak heran jika *YouTube* menjadi sosial media favorit masyarakat karena penggunaannya lebih fleksibel bisa dimana saja dan kapan saja, durasi iklanya 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 *YouTube* nya, jika sudah

mencapai persyaratan YouTube maka akunya bisa di magnetisasi, konten YouTube sangat beragam. Salah satunya bisa untuk mengunggah konten musik yang dikemas menarik dalam bentuk video klip. Video klip adalah salah satu bentuk media komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar dalam industri musik dan budaya populer secara umum.

## **2.2. Video Klip Sebagai Industri Musik**

Industri musik merujuk pada seluruh aktivitas ekonomi yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi musik. Ini mencakup segala hal mulai dari pembuatan rekaman, promosi, penjualan, hingga pertunjukan langsung. Industri musik terdiri dari berbagai pihak yang bekerja sama untuk menghasilkan dan memasarkan karya musik. Industri musik adalah industri yang sangat dinamis dan dipengaruhi oleh tren budaya, teknologi, dan preferensi konsumen. Seiring dengan kemajuan teknologi, cara industri musik beroperasi terus berubah, termasuk cara musik diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi.

Video klip memegang peran yang sangat penting dalam industri musik. Video klip adalah gabungan antara elemen musik dan visual yang dirancang sesuai dengan tujuan video klip tersebut. Fungsi video klip dapat mencakup penggunaannya sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan serta sebagai sarana promosi. Dalam video klip, seringkali terdapat narasi visual yang mirip dengan film, yang membantu penontonnya untuk lebih memahami dan merasakan makna dari musik yang ingin disampaikan oleh musisi.

Ada beberapa teknik gaya bercerita dan visualisasi yang digunakan dalam sebuah video klip. Sinkronisasi ritme musik dengan *visual*, dipaparkan secara berurutan sesuai konsep cerita. Dua tipe yang dapat dijabarkan pada suatu prinsip dalam video klip. Cinematic Video dan Photographic Video adalah dua jenis video yang memiliki perbedaan mencolok dalam hal narasi dan plotnya. Cinematic Video menekankan pada narasi dan plot yang kuat, sementara Photographic Video cenderung kurang memperhatikan cara ceritanya, bahkan mungkin mengabaikannya dalam video klip.

Dalam video klip, ada juga dua tipe yang dapat diidentifikasi sebagai Performance Clip dan Progresif Clip. Performance Clip lebih menitikberatkan pada penampilan para musisi, sementara Progresif Clip termasuk dalam Cinematic Video yang tidak harus mengandalkan cerita atau visual yang dramatis. Progresif Video tidak memiliki narasi tetapi mengandalkan perubahan waktu dan perpindahan tempat yang dicapai melalui teknik editing.

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, beranekaragam 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.

### **2.2.1. Video Klip dalam Ilmu Komunikasi**

Video klip merupakan media audio visual yang memiliki potensi besar untuk mengkomunikasikan pesan dalam bentuk visual dan auditif, dalam ranah ilmu komunikasi, video klip dianalisis dari berbagai aspek, seperti :

1. Isi Pesan: Isi pesan yang disampaikan dalam video klip dapat dianalisis dari berbagai aspek, seperti tema, narasi, gaya bahasa, atau symbol-simbol yang digunakan. Analisis ini dapat memberikan pemahaman tentang pesan apa yang ingin disampaikan oleh pembuat video klip kepada penonton.
2. Konteks Sosial dan Budaya: Video klip dapat merefleksikan dan mempengaruhi konteks sosial dan budaya dimana video klip tersebut diproduksi dan ditayangkan. Analisis konteks sosial dan budaya ini dapat

memberikan pemahaman tentang bagaimana video klip dapat merepresentasikan nilai, Norma atau budaya di suatu masyarakat.

3. **Kualitas Produksi:** Kualitas produksi video klip, seperti penggunaan teknologi, penggunaan pencahayaan, atau editing, dapat mempengaruhi cara penonton menerima pesan yang disampaikan. Analisis kualitas produksi ini dapat mempengaruhi cara penonton menerima pesan yang disampaikan dalam video klip.
4. **Audience Reception:** penonton atau target audients dari video klip juga dapat menjadi focus analisis dalam ranah ilmu komunikasi. Dalam hal ini, video klip dapat dianalisis dari cara penonton menerima pesan yang disampaikan, seperti respon emosional atau tingkat partisipasi penonton dalam sosial media.
5. Dengan menganalisis video klip dari berbagai aspek tersebut, ilmu komunikasi dapat memberikan pemahaman yang lebih tentang cara video klip dapat berkomunikasi dengan penonton dan merepresentasikan nilai dan budaya di suatu masyarakat.

### **2.1.2. Media Baru**

Era modern, terutama yang dimulai pada abad ke-19 hingga saat ini, telah dicirikan oleh fenomena budaya massa. Ini mengacu pada produksi, distribusi, dan konsumsi bahan budaya oleh masyarakat luas. Budaya massa sering kali dihasilkan dalam skala besar, dengan tujuan untuk mencapai audiens yang luas. **Pop Kultur:** Budaya massa sering kali terkait dengan pop kultur atau hiburan populer. Ini termasuk musik, film, acara televisi, dan selebriti yang memengaruhi banyak orang dan memiliki daya tarik yang luas. **Komersialisasi:** Budaya massa sering kali didorong oleh kepentingan komersial. Industri hiburan mencoba memproduksi konten yang akan mendatangkan keuntungan finansial melalui penjualan tiket, iklan, atau penjualan produk terkait. Perlu diingat bahwa budaya massa memiliki dampak besar pada cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan memahami dunia di sekitar kita dalam era modern. Namun, juga penting untuk menyadari bahwa ada berbagai jenis budaya,

termasuk budaya rakyat, budaya tinggi, dan budaya alternatif, yang terus berkontribusi pada kekayaan dan keragaman kehidupan manusia.

Media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media, dengan teknologi ini, pengguna memiliki kemampuan untuk secara aktif membuat pilihan dan memberikan berbagai respons terhadap produk. Media baru dapat dibagi menjadi empat kategori. Pertama, terdapat media komunikasi interpersonal seperti telepon, ponsel, dan email. Kedua, ada media interaktif seperti komputer, permainan video, dan permainan online. Ketiga, terdapat media pencarian informasi seperti portal dan mesin pencari. Keempat, media partisipasi kolektif seperti pengguna internet yang berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, dan pengalaman melalui komputer, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat, tetapi juga dapat memicu perasaan afeksi dan emosional, Mc Quail.

Media baru menawarkan kapasitas volume informasi yang memungkinkan seseorang/individu memiliki kontrol yang besar atau kapasitas untuk menyeleksi informasi yang besar atau kapasitas untuk menyeleksi informasi tertentu yang mereka harapkan (Kurnia, 2005) Seperti yang dipaparkan jelas oleh Mc Quail dalam Kurnia (2000:119). komunikasi yang dilakukan bisa dua arah, interaktif yang memungkinkan pengumpulan sekaligus pengiriman informasi sehingga implikasinya bisa beragam.

New Media, yang juga dikenal sebagai media digital, sering disebut sebagai seni media baru karena mencerminkan tren seni yang menggunakan teknologi seperti kamera (foto dan film), internet, komputer, video, dan teknologi digital lainnya. (Gafar, 2008)

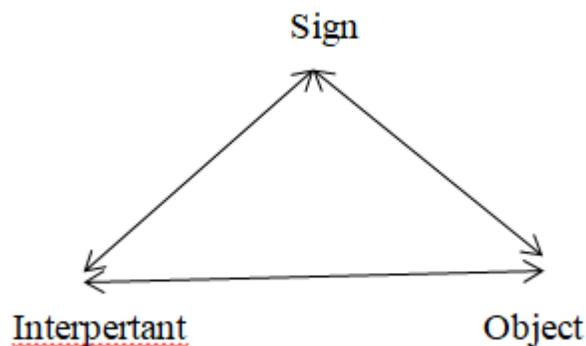
Percepatan perubahan teknologi ini membuat media massa ada yang gugur dan ada pula yang muncul. Zaman dulu buku, film, dan kaset/CD sangat mungkin punya daya jual yang tinggi, akan tetapi keserempakan tersebut sudah tergantikan dengan media internet yang berkembang ke media online salah satunya YouTube,

secara karakteristik sudah berbeda dengan komunikasi massa yang satu arah, YouTube bisa secara langsung komunikasi dua arah.

### 2.3. Tanda – Tanda Nasionalisme Dalam Video Klip Musik

Berdasarkan objeknya, Pierce membagi tanda menjadi tiga jenis utama: ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang menyerupai objek yang mereka wakili, indeks adalah tanda yang memiliki hubungan langsung dengan objeknya, dan simbol adalah tanda yang memiliki makna yang diakui secara sosial. Dalam teori segitiga makna Pierce, elemen-elemen ini berinteraksi dalam pemikiran seseorang saat mereka menggunakan tanda untuk berkomunikasi. (Fiddiyan, 2019)

Gambar 2.3. Gambar segitiga makna



Teori segitiga makna adalah konsep yang mengubah cara kita memahami bagaimana makna dihasilkan dari sebuah tanda ketika tanda tersebut digunakan dalam komunikasi. Teori ini berfokus pada tiga unsur utama yang dikenal sebagai segitiga makna atau triangle of meaning, yang mencakup:

1. Tanda (Sign): Bagian dari tanda yang merujuk pada sesuatu sesuai dengan kapasitas tertentu.
2. Objek (Object): Sesuatu yang diacu oleh tanda, biasanya objek adalah apa yang dirujuk oleh tanda itu sendiri. Dalam teori ini, ada dua jenis objek:

- a) Objek representasi, yang adalah objek sebagaimana yang direpresentasikan oleh tanda.
  - b) Objek dynamite, yaitu objek yang tidak bergantung pada tanda; objek ini yang merangsang pembuatan tanda.
3. Interpretan: Efek yang dihasilkan oleh proses tanda atau interpretasi, ini adalah bagaimana tanda diserap oleh pikiran kita. Ini adalah hasil dari interaksi kita dengan tanda itu sendiri.

Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis video klip "Wonderland Indonesia" dengan fokus pada bagian konstruksi tanda-tanda Nasionalisme menggunakan teori segitiga makna Pierce, yang mencakup Sign (tanda), Object (objek), dan Interpretan (interpretasi). yang peneliti susun dalam bentuk tabel seperti gambar dibawah ini :

Tabel 2.3. Tabel Analisis Penelitian Berdasarkan Teori Segitiga Makna Pierce

Object	Interpertand
Sign (Tanda)	

Dalam analisis video klip "Wonderland Indonesia," aspek visual atau potongan gambar yang mencerminkan simbol-simbol Nasionalisme akan diidentifikasi dalam bagian Sign. Penjelasan mengenai potongan-potongan gambar ini secara fakta akan diuraikan dalam bagian Object. Pada bagian Object, juga akan disertakan narasi atau voice over yang mendampingi gambar-gambar dalam video klip tersebut. Sementara itu, penjelasan mengenai bagaimana Nasionalisme direpresentasikan melalui elemen visual dan audio akan dijabarkan dalam bagian Interpretan. Setelah melakukan analisis ini dalam format bagan, kami akan memberikan sedikit penjelasan tambahan untuk memahami konteksnya.

Menurut Shafer dalam Adisusilo, nasionalisme memiliki beberapa makna yang beragam. Nasionalisme dapat merujuk pada patriotisme, yaitu perasaan cinta terhadap tanah air, suku, bahasa, ras, atau budaya dalam suatu negara. Selain itu, nasionalisme juga mencakup keinginan untuk mencapai kemerdekaan dalam politik dan menjaga keamanan negara. Doktrin cinta terhadap tanah air berpendapat bahwa seseorang harus siap untuk hidup dan mati demi membela bangsanya, bahkan bisa bersikap agresif dan menegaskan bahwa negaranya lebih istimewa dibandingkan dengan negara-negara lain.

Dalam mempertahankan eksistensi negara seseorang harus memiliki jiwa cinta tanah air, merupakan simbol patriotisme. Sebagai masyarakat yang cinta tanah air, memang seharusnya memiliki kesetiaan terhadap bangsa tercinta dan ada pengabdian dari seseorang tersebut (Yuwita, 2018).

Semangat nasionalisme di Indonesia tercermin dengan jelas dalam semboyan "Bhinneka Tunggal Ika," yang mengartikan bahwa meskipun berbeda-beda, kita tetap satu. Untuk menyatukan masyarakat yang beragam, diperlukan tingkat toleransi yang tinggi antar berbagai budaya, saling menghargai di antara kelompok, serta kemampuan untuk mengenal dan menghargai budaya-budaya lainnya. Ini seharusnya menjadi bagian dari norma yang diterapkan. Keberagaman, yang sering dikenal sebagai Multikultural Indonesia, memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari negara-negara lain. Sebagai negara Multikulturalisme sebenarnya hal tersebut bisa menjadikan acuan munculnya konflik besar yang terjadi antar suku bangsa, salah satu contohnya pada tahun 2021 BBC News Indonesia menerbitkan berita mengenai konflik di Kabupaten Yahukimo, Papua, ada sekitar 255 suku di Provinsi ini, dan jika terjadi konflik tindakan kekerasan hingga perang antar suku kerap dilakukan sebagai bentuk penyelesaian masalah. Sebagai masyarakat multikultural seharusnya harus memegang teguh kebinekaan, dan juga menanamkan prinsip yang sejak sekolah dasar di ajarkan bahwa bersatu kita tegus bercerai kita berantakan.

Faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan jiwa nasionalisme dapat ditemukan dalam analisis tentang integrasi nasional. Kesimpulan dari integrasi nasional di Indonesia merupakan keinginan dan kesadaran untuk bersatu sebagai satu bangsa, dengan tujuan kesatuan bangsa yang diakui secara resmi, yang kemudian diwujudkan dalam sebuah kesepakatan nasional yang tertuang dalam Sumpah Pemuda pada tanggal 28 Oktober 1928.

Faktor-faktor yang memengaruhi integrasi nasional dapat digolongkan ke dalam tiga kategori:

1. Faktor Pendorong Terhadap Integrasi Nasional:

- a. Keberadaan rasa persatuan dan pengorbanan yang timbul dari sejarah bersama.
- b. Adanya ideologi nasional yang tercermin dalam simbol-simbol negara seperti Garuda Pancasila dan semboyan Bhinneka Tunggal Ika.
- c. Tekad dan keinginan bersama untuk bersatu, seperti yang dinyatakan dalam Sumpah Pemuda.
- d. Ancaman dari luar yang memicu semangat nasionalisme di kalangan masyarakat Indonesia.

2. Faktor Pendukung Integrasi Nasional:

- a. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa Nasional.
- b. Semangat persatuan dan kesatuan dalam aspek bangsa, bahasa, dan tanah air Indonesia.
- c. Kesamaan kepribadian dan pandangan hidup nasional yang tercermin dalam Pancasila.
- d. Keberadaan semangat gotong royong, solidaritas, dan toleransi keagamaan yang kuat.
- e. Rasa persaudaraan akibat penderitaan semasa penjajahan.

3. Faktor Penghambat Integrasi Nasional:

- a. Kurangnya penghargaan terhadap keragaman yang bersifat heterogen.
- b. Kurangnya toleransi antar kelompok.
- c. Kesadaran yang kurang mengenai ancaman dan gangguan dari luar.
- d. Ketidakpuasan terhadap ketidakmerataan hasil pembangunan.

Upaya untuk mencapai integrasi nasional dapat dilakukan dengan menjaga harmoni antar budaya. Hal ini dapat terwujud melalui kerjasama antara pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat.



Gambar 2.3. potongan scene dalam video 1

Gambar di atas adalah potongan *scene* dalam *video klip Wonderland Indonesia* yang diiringi lagu Padamu Negeri, dengan adegan tangan seluruh talent menggunakan baju berwarna putih sambil menangis dan meletakkan tangannya di dada kiri yang merupakan letak organ jantung. Makna lagu Padamu Negeri menyiratkan semangat rela berkorban demi negerinya. Seperti pengorbanan para pejuang kemerdekaan kita, baik berkorban jiwa maupun raganya.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis yang mempelajari tentang tanda. Banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini, manusia dengan

perantara tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Signs, seperti yang dikemukakan oleh Lee Joon pada tahun 1956, adalah dasar dari semua komunikasi. Dalam konteks sosial, tanda-tanda menciptakan hubungan antara individu. Manusia menggunakan tanda-tanda ini untuk berkomunikasi satu sama lain. Terdapat dua elemen dalam tanda-tanda: penanda, yang mencakup aspek citra dalam bentuk kata atau tanda visual, dan petanda, yang merupakan konsep abstrak atau makna yang dihasilkan oleh tanda itu sendiri. *Saussure* dalam (Sobur, Semiotika Komunikasi, 2013)

Menurut Pierce, analisis esensi tanda menunjukkan bahwa setiap tanda tergantung pada objek yang mewakilinya. Objek tersebut dapat memiliki sifat ikonik, yang berarti tanda tersebut mirip dengan objeknya. Di sisi lain, simbol adalah salah satu jenis tanda di mana hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrari, yang berarti tidak ada hubungan alami antara keduanya. Sebagai contoh, kita tidak dapat menjelaskan mengapa selembar kain tebal di ruang tamu disebut "karpet" dalam bahasa Indonesia daripada menggunakan nama lain seperti "kurpit" atau "Pipit parkit," karena pemilihan kata tersebut tergantung pada kesepakatan sosial dalam kode bahasa. Kode tersebut dibutuhkan agar pesan dapat dipahami dan diterima oleh komunitas pengguna bahasa yang sama.

Dalam bidang semiotika, terdapat dua kategori teks yang dikenal sebagai teks verbal dan teks visual. Teks verbal mencakup komunikasi melalui kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis, seperti puisi, novel, dokumen hukum, catatan, dan sertifikat. Teks visual, di sisi lain, melibatkan unsur-unsur visual seperti gambar, ilustrasi, foto, lukisan, grafik komputer, atau animasi komputer. Teks visual juga mencakup teks yang berkaitan dengan mode fashion, produksi televisi, seni (lukisan, patung, tari, dan teater), arsitektur, film, animasi, dan iklan. (Fiddiyan, 2019)

Sebagai sebuah bentuk teks dan karya seni yang mewakili budaya, video klip dapat dianggap sebagai teks visual karena menggabungkan unsur musik dan elemen visual yang dapat dianalisis menggunakan semiotika.

## **2.4. Bagaimana Tanda-Tanda Dikonstruksi Dalam Video Klip Musik Dalam Versi Peirce**

Berdasarkan klasifikasi Pierce, dalam mengkaji video klip sesuai dengan deskripsi yang diberikan, peneliti memahami video klip dengan menggunakan klasifikasi tanda yang berkaitan dengan objek. Ikon dalam konteks ini mencakup unsur suara dan gambar yang terdapat dalam video klip. Suara yang dimaksud mencakup latar musik, suara narrator, dan suara tokoh dalam video. Sedangkan gambar merujuk pada semua elemen visual yang bergerak, berwarna, dan menyerupai objek aslinya.

Simbol dalam analisis video klip melibatkan teks lisan dan tulisan yang muncul dalam video, seperti tagline atau elemen budaya seperti rumah adat, patung, pakaian adat, dan musik daerah. Menurut klasifikasi Pierce, elemen tanda bisa tumpang tindih, di mana suatu unsur yang awalnya dianggap ikon bisa berfungsi sebagai simbol untuk menyampaikan makna tertentu.

Teks visual dalam video klip memiliki potensi untuk menyiratkan ideologi yang tersembunyi. Pierce menekankan bahwa ideologi yang terkandung dalam teks seringkali bersifat konotatif dan perlu diamati, selain dari makna denotatif yang terkait dengan objek atau tanda itu sendiri.

## **2.5. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merujuk pada studi penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dapat ditemukan dalam berbagai sumber ilmiah seperti skripsi, tesis, disertasi, atau jurnal penelitian. Berikut adalah studi-studi sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini:

1. Dixi Laxmana Putra 2018 yang berjudul Pesan Nasionalisme Melalui Karya Fotografi (Analisis Semiotika pada Buku Kilas Balik 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan

nasionalisme dalam buku Kilas Balik 2015, dari kantor berita nasional (LKBN) menyampaikan pesan-pesan yang dirangkap dalam satu tema yaitu “Jurnalisme Bencana dan Konflik” dan dicari sisi nasionalisme dalam semua peristiwa itu, dengan kesimpulan sebuah jiwa nasionalisme masih tinggi terlihat jelas dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Nasionalisme tidak harus selalu melulu tentang kemanapun harus membawa lambang Negara, namun dengan mensyukuri dan melindungi segala apa yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki jiwa cinta tanah air.

2. Dimas Setiawan Prilianto 2017 yang berjudul Representasi Nasionalisme pada Video Klip “Berbeda Merdeka” oleh band Blinsatan penelitian ini bertujuan mengetahui representasi nasionalisme terhadap Indonesia yang dimunculkan melalui teks dalam video klip. Memiliki kesimpulan dalam video klip ini menunjukkan sebuah solusi terhadap adanya konflik pada masyarakat yang dibelakangi oleh perbedaan budaya dan pendapat.

**Tabel 2.5. Relevansi Penelitian**

Relevansi antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis :

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil atau Temuan Penelitian	Relevansi Penelitian
1.	Penelitian yang dilakukan oleh Dixi Laxmana Putra pada tahun 2018 berjudul "Pesan Nasionalisme Melalui	Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa buku Kilas Balik 2015, dengan tema “Jurnalisme Bencana	Hasil dari penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan

	<p>Karya Fotografi: Analisis Semiotika dalam Buku Kilas Balik Tahun 2015." Penelitian ini membahas pesan-pesan nasionalisme yang terdapat dalam buku "Kilas Balik" edisi tahun 2015 sebagai studi kasus.</p>	<p>dan Konflik” buku ini dapat dicari sisi nasionalisme dalam semua peristiwa itu, dengan kesimpulan sebuah jiwa nasionalisme masih tinggi terlihat jelas dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Nasionalisme tidak harus selalu melulu tentang kemanapun harus membawa lambang Negara, namun dengan mensyukuri dan melindungi segala apa yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat indonesia memiliki jiwa cinta tanah air.</p>	<p>dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Secara umum, pembahasan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Kedua penelitian ini memiliki subjek yang sama, yaitu pesan nasionalisme dalam bentuk teks, namun perbedaannya terletak pada metode yang digunakan oleh Dixi, yaitu dalam bentuk teks tertulis atau buku, sementara peneliti akan memfokuskan analisis pada teks dalam bentuk video klip.</p>
	<p>Dimas Setiawan priliano 2017 berjudul Representasi Nasionalisme pada</p>	<p>Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Video Klip “Berbeda Merdeka”</p>	<p>Relevansi penelitian ini adalah Dimas meneliti</p>

<p>Video Klip “Berbeda Merdeka” studi kasus pada tanda yang mewakili bentuk-bentuk nasionalisme dalam Video Klip “Berbeda Merdeka”</p>	<p>oleh band Blinsatan yang bertujuan mengetahui representasi nasionalisme terhadap indonesia yang dimunculkan melalui teks dalam video klip. Memiliki dalam video klip ini menunjukan sebuah solusi terhadap adanya konflik pada masyarakat yang di latar belakang i oleh perbedaan budaya dan pendapat.</p>	<p>tentang Representasi Nasionalisme dengan mengambil subyek Video Klip, sama-sama menggunakan analisis semiotika untuk menganalisis <i>scene</i> yang sudah dipilih, yang membedakan dengan penelitian penulis, Dimas dengan judul video klip “Berbeda Merdeka” dalam bentuk jurnal, sedangkan penelitian penulis video klip <i>Wonderland Indonesia</i> dalam bentuk skripsi.</p>
--	---	---