# BAB II

# KAJIAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN

## Kajian Literatur

### Review Penelitian Sejenis

Sebuah review penelitian sejenis, yang juga dikenal sebagai literature review atau tinjauan pustaka, adalah analisis dan sintesis dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik atau pertanyaan penelitian yang sedang dibahas. Review penelitian sejenis membantu peneliti memahami konteks dan latar belakang topik penelitian mereka. Ini membantu peneliti mengidentifikasi kerentan yang masih belum diteliti atau pertanyaan penelitian yang belum terjawab. Melalui tinjauan pustaka, peneliti dapat melihat bagaimana pengetahuan dalam bidang tertentu telah berkembang dari waktu ke waktu. Mereka dapat mengidentifikasi tren penelitian dan temuan-temuan kunci.

Review penelitian sejenis dapat membantu mengidentifikasi area atau aspek dari topik yang masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Ini dapat membantu peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan. Melalui review penelitian sejenis, peneliti dapat membangun dasar konseptual untuk penelitian mereka. Mereka dapat mengidentifikasi teori-teori yang relevan, variabel-variabel yang relevan, dan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian mereka.

Peneliti dapat melihat metode penelitian yang telah digunakan dalam studi-studi sebelumnya dan mengevaluasi apakah metode ini cocok untuk penelitian mereka sendiri. Mereka juga dapat mempelajari pelajaran dari kelemahan atau kendala dalam metode penelitian sebelumnya. Review penelitian sejenis membantu peneliti untuk menghindari penelitian yang redundan atau duplikasi. Mereka dapat melihat apa yang telah dilakukan sebelumnya dan mencoba untuk memberikan kontribusi yang baru dan berharga.

Berdasarkan hasil tinjauan pustaka, peneliti dapat mengembangkan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang lebih terfokus dan relevan. Setelah mengumpulkan studi-studi sebelumnya, peneliti dapat menyintesis temuan-temuan ini untuk menyusun pemahaman yang lebih komprehensif tentang topik penelitian mereka. Review penelitian sejenis juga berguna untuk memberikan dasar rasional kepada pembaca tentang mengapa penelitian ini penting dan relevan.

Dalam tinjauan pustaka, penting untuk mencakup berbagai sumber, termasuk jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan artikel-artikel online yang sah. Review penelitian sejenis harus bersifat kritis, objektif, dan mengikuti metode yang sistematis untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menyintesis literatur yang relevan.

Sumber-sumber yang dirujuk dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan arahan dalam penelitian, khususnya penelitian terdahulu. Dengan mengkaji dan mendalami penelitian-penelitian sebelumnya, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang penelitian mengenai semiotika. Tinjauan pustaka berfungsi untuk mendapatkan gambaran penelitian sejenis baik dari segi metode, objek penelitian yang digunakan dan temuan-temuan yang dihasilkan peneliti lain.

Peneliti juga menjadikan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk bahan referensidan perbandingan dengan penelitian ini antara lain:

Haridzar Muslim (2021) meneliti terkait Analisis Semiotika pada Video Klip Lathi oleh Weird Genius featuring Sara Fajira. Tujuan dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui keterkaitan antara pemaknaan lirik dan visual dalam video klip Lathi. Lirik dan visual video klip musik tersebut juga memiliki keterkaitan karena masing-masing memiliki unsur gabungan antara budaya dari luar Indonesia dan budaya daerah Indonesia, yaitu Jawa.

Putri Ainsyah Said (2019) melakukan penelitian terhadap video klip Rehat oleh Kunto Aji. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan semiotika Roland Barthes dengan mengacu pada teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Survei ini juga menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya : penelusuran kepustakaan, observasi, dan wawancara mendalam.

Penelitian yang dilakukan oleh Rina Septiana (2019) terkait analisis semiotika dengan judul “Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher (Suatu Analisis Semiotik)” dilakukan karena dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak terlepas dari makna. Makna berfungsi untuk menyampaikan pikiran dan maksud atas apa yang diutarakan oleh seseorang. Denotasi digunakan untuk menyampaikan apa yang dikendakinya secara langsung. Sementara konotasi digunakan untuk menyampaikan isi pikirannya secara tidak langsung.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Anggy Rusidi (2019) tentang Video Klip Man Upon The Hill oleh Stars and Rabbit. Video Klip Man Upon The Hill penuh dengan konten grafik komunikasi visual yang unik seperti munculnya simbol-simbol dalam klip ini yang berpengaruh pada jumlah penonton, dengan alur yang non linear. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi simbol yang terdapat pada video klip dan mengetahui makna dari visual video klip Man Upon The Hill.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama, Tahun dan Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| 1. | *Haridzar Muslim (2021) “*ANALISIS SEMIOTIKA LIRIK DAN VISUAL VIDEO KLIP MUSIK “*LATHI*” OLEH WEIRD GENIUS *FEATURING* SARA FAJIRA” | Penelitian Kualitatif menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes. | Hasil penelitian ini menemukan video klip musik “*Lathi*” mengisahkan tentang seorang wanita yang menjadi korban dalam hubungan yang tidak sehat *(toxic relationship)* dan perlawanannya untuk terlepas dari hubungan tersebut.Lirik lagu tersebut bermakna seseorang yang berbuat salah akan mendapatkan karma tanpa menjelaskan bagaimana karma tersebut. Namun, visual video klip tersebut menampilkan balas dendam dari wanita yangmenjadi korban sebagai bentuk karma. Lirik dan visual video klip musik tersebut juga memiliki keterkaitan karena masing-masing memiliki unsur gabungan antara budaya dari luar Indonesia dan budaya daerah Indonesia,yaitu Jawa. | Teori yang digunakan merupakan Teori Semiotika Roland Barthes. | * Video klip yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu “Lathi” oleh Weird Genius featuring Sara Fajira sementara pada penelitian ini adalah video klip “Shelter” oleh Porter Robinson dan Madeon.
* Penelitian tersebut tidak menggunakan teknik

wawancara, sedangkan penelitian ini akan menggunakannya. |
| 2.  | *Putri Ainsyah Said (2019)*“ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA VIDEO KLIP REHAT OLEH KUNTO AJI” | Penelitian Kualitatif menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes. | Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah pada video klip “Rehat Oleh Kunto Aji” memiliki beberapa *scenes* yang mengandung pemaknaan realitas sosial dalam penggambaran hidup manusia yaitu, harapan, motivasi, perjalanan hidup, melewati masalah, menghadapi *overthingking* dan apresiasi yang di kemas dalam bentuk video klip / video musik. | Teori yang digunakan merupakan Teori Semiotika Roland Barthes. | * Video klip yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu “Rehat” oleh Kunto Aji sementara pada penelitian ini adalah video klip “Shelter” oleh Porter Robinson dan Madeon.
* Penelitian tersebut membahas mengenai pemaknaan realitas sosial sementara penelitian ini membahas mengenai representasi hubungan antara ayah dan anak dalam video klip “Shelter” oleh Porter Robinson dan Madeon.
 |
| 3.  | *Rina Septiana (2019)*“MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS DALAM FILM *WHO AM I KEIN SYSTEM IST SICHER* (SUATU ANALISIS SEMIOTIK)” | Penelitian Kualitatif menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes. | Makna denotasi dalam film ini adalah seorang anak muda yaitu Benjamin yang genius dan berbakat dalam bidang komputer yang sedang duduk di sebuah ruangan introgasi menceritakan permasalahan hidup yang membuat dirinya dalam posisi berbahaya.Makna konotasi dalam film ini adalah sebuah manipulasi sosial tingkat tinggi. Pemanfaatan informasi teknologi tidak hanya untuk meretas program dengan tingkat keamanan yang sangat tinggi tapi juga berguna untuk meretas psikologi manusia sehingga dapat tertipu. Setiap detail dalam rekayasa sosial akan mempengaruhi tingkat keberhasilan rekayasa sosial tersebut | Teori yang digunakan merupakan Teori Semiotika Roland Barthes. | * Objek penelitian berbentuk film sementara pada penelitian ini menggunakan video klip.
* Film yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu Who Am I Kein System Ist Sicher sementara pada penelitian ini adalah video klip “Shelter” oleh Porter Robinson dan Madeon.

- Penelitian tersebut tidak menggunakan teknik wawancara, sedangkan penelitian ini akan menggunakannya |
| 4. | *Anggy Rusidi (2019)* “ANALISIS SEMIOTIKA PADA VIDEO KLIP “MAN UPON THE HILL” STARS AND RABBIT” | Penelitian Kualitatif menggunakan analisis teori semiotika RolandBarthes. | Video klip Man Upon the Hill ini secara keseluruhan menghadirkan makna tentang spiritual manusia dengan alam yang dihadirkan dalam berbagai simbol beserta elemen-elemen alam pendukung; air, api, dan bumi (tanah), yang dihadirkan melalui visual video klip ini. | Teori yang digunakan merupakan Teori Semiotika Roland Barthes. | - Video klip yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu “Man Upon The Hill” oleh Stars and Rabbit sementara pada penelitian ini adalah video klip “Shelter” oleh Porter Robinson dan Madeon |

### Kerangka Konseptual

#### Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, gagasan, atau perasaan antara individu atau kelompok melalui berbagai media atau cara untuk menciptakan pemahaman bersama. Ini adalah elemen kunci dalam interaksi manusia dan menjadi pondasi bagi hubungan sosial, pengambilan keputusan, dan berbagi pengetahuan.

Berikut adalah beberapa elemen penting dalam konsep komunikasi:

1. Pesan: Pesan adalah informasi, gagasan, atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini dapat berupa kata-kata lisan atau tertulis, gambar, sinyal, atau bentuk komunikasi lainnya.
2. Pengirim: Pengirim adalah individu atau entitas yang mengirim pesan. Mereka adalah orang atau kelompok yang memulai proses komunikasi.
3. Penerima: Penerima adalah individu atau entitas yang menerima pesan dari pengirim. Mereka adalah orang atau kelompok yang ditujukan untuk menerima dan memahami pesan.
4. Media atau Saluran: Media atau saluran adalah cara atau medium yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Ini bisa berupa bicara langsung, tulisan, telepon, email, media sosial, dan banyak lagi.
5. Konteks: Konteks adalah situasi, lingkungan, atau latar belakang di mana komunikasi terjadi. Konteks dapat mempengaruhi pemahaman pesan dan respons terhadapnya.
6. Feedback: Feedback adalah respons atau tanggapan yang diberikan oleh penerima kepada pengirim. Ini membantu memastikan bahwa pesan telah dipahami dengan benar dan dapat memulai siklus komunikasi yang berkelanjutan.
7. Noise (Gangguan): Noise adalah gangguan atau hambatan yang dapat mengganggu proses komunikasi. Ini bisa berupa gangguan fisik (seperti suara bising), gangguan semantik (misunderstanding), atau gangguan lainnya.
8. Kode: Kode adalah sistem yang digunakan untuk mengartikan pesan. Ini termasuk bahasa, simbol, atau tanda-tanda yang digunakan dalam komunikasi.
9. Tujuan Komunikasi: Tujuan komunikasi adalah alasan mengapa pengirim mengirim pesan. Ini bisa untuk memberi informasi, meminta bantuan, mempengaruhi pendapat, atau menciptakan ikatan sosial, antara lain.
10. Interaksi: Komunikasi seringkali terjadi dalam bentuk interaksi sosial, di mana individu atau kelompok berinteraksi satu sama lain dalam konteks tertentu.

Komunikasi adalah proses yang kompleks dan dinamis, dan sering kali melibatkan pemahaman bersama, interpretasi, dan respon. Keberhasilan komunikasi tergantung pada seberapa baik pesan dapat disampaikan dan dipahami oleh penerima. Kesalahan atau ketidakjelasan dalam komunikasi dapat mengarah pada kebingungan, konflik, atau ketidaksepahaman. Oleh karena itu, kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif merupakan keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dan dalam berbagai bidang seperti bisnis, politik, pendidikan, dan hubungan antarpribadi.

#### Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi adalah komponen-komponen dasar yang membentuk proses komunikasi. Memahami unsur-unsur ini membantu dalam memahami bagaimana komunikasi bekerja dan bagaimana pesan disampaikan dari pengirim ke penerima. Berikut adalah enam unsur utama dalam komunikasi:

1. Pengirim (Sender): Pengirim adalah individu atau entitas yang memulai proses komunikasi dengan menghasilkan, merencanakan, dan mengirimkan pesan kepada penerima. Pengirim bertanggung jawab untuk memilih kata-kata, simbol, atau media yang sesuai untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif.
2. Pesan (Message): Pesan adalah informasi, gagasan, atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat berupa kata-kata lisan atau tertulis, gambar, tanda-tanda, atau bentuk komunikasi lainnya. Pesan ini merupakan inti dari komunikasi dan membawa informasi yang ingin disampaikan.
3. Penerima (Receiver): Penerima adalah individu atau entitas yang menerima pesan dari pengirim. Mereka adalah orang atau kelompok yang ditujukan untuk menerima, memproses, dan memahami pesan. Kemampuan penerima untuk memahami pesan tergantung pada keterampilan mereka dalam mendengarkan, membaca, atau menafsirkan pesan.
4. Media atau Saluran (Channel): Media atau saluran adalah cara atau medium yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim ke penerima. Ini bisa berupa bicara langsung, tulisan, telepon, email, media sosial, pesan teks, dan lain sebagainya. Pilihan saluran dapat memengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima.
5. Konteks (Context): Konteks adalah situasi, lingkungan, atau latar belakang di mana komunikasi terjadi. Konteks dapat mencakup waktu, tempat, budaya, norma, nilai, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemahaman pesan. Konteks sangat penting dalam menafsirkan pesan dengan benar.
6. Feedback: Feedback adalah respons atau tanggapan yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima pesan. Ini adalah bagian penting dari komunikasi karena membantu pengirim memastikan bahwa pesan telah dipahami dengan benar dan memungkinkan perbaikan jika diperlukan. Feedback bisa berupa pertanyaan, komentar, atau reaksi lainnya.

Selain keenam unsur utama ini, ada dua elemen tambahan yang juga dapat memengaruhi proses komunikasi:

1. Noise (Gangguan): Noise adalah gangguan atau hambatan yang dapat mengganggu proses komunikasi. Ini bisa berupa gangguan fisik seperti suara bising, gangguan semantik seperti ketidakjelasan dalam pesan, atau gangguan lainnya yang menghalangi pemahaman pesan.
2. Kode (Code): Kode adalah sistem atau bahasa yang digunakan untuk mengartikan pesan. Kode bisa berupa bahasa verbal, simbol, tanda-tanda, atau bentuk komunikasi lain yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

Secara keseluruhan, unsur-unsur komunikasi saling terkait dan kompleks. Untuk komunikasi yang efektif, penting bagi pengirim untuk memilih pesan dengan cermat, mempertimbangkan konteks, memilih saluran yang sesuai, dan menerima dan menghargai feedback dari penerima. Memahami unsur-unsur ini membantu meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbagai konteks dan situasi.

#### Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan, informasi, atau konten kepada audiens yang sangat luas dan beragam melalui berbagai saluran atau media massa. Ini adalah bentuk komunikasi yang tujuannya adalah untuk mencapai sebanyak mungkin orang dalam satu waktu. Komunikasi massa mencakup berbagai jenis media seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, media online, dan media sosial. Seperti komunikasi pada umumnya, komunikasi massa melibatkan proses pengiriman pesan dari pengirim kepada penerima. Pesan tersebut dapat berupa berita, hiburan, iklan, atau pesan lainnya. Salah satu karakteristik utama dari komunikasi massa adalah tujuannya untuk mencapai audiens yang sangat luas, seringkali mencakup ribuan bahkan jutaan orang. Ini berbeda dari komunikasi antarpribadi yang biasanya terjadi dalam interaksi satu-satu atau dalam kelompok kecil.

Komunikasi massa menggunakan berbagai saluran atau media massa sebagai sarana penyampaian pesan. Ini bisa berupa cetak (seperti surat kabar dan majalah), siaran (televisi dan radio), media digital (situs web, blog, podcast), dan media sosial (seperti Facebook, Twitter, dan Instagram). Pesan dalam komunikasi massa seringkali diformalisasi, yang berarti mereka dirancang dengan cermat dan diproduksi oleh profesional. Pesan ini dapat berupa berita yang disusun oleh jurnalis, program televisi yang diproduksi oleh tim produksi, atau iklan yang dibuat oleh perusahaan pemasaran.

Komunikasi massa selalu beroperasi dalam konteks sosial dan budaya tertentu yang mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima. Budaya lokal dan nilai-nilai sosial dapat memengaruhi cara pesan diinterpretasikan oleh audiens. Media massa memiliki dampak besar pada budaya, masyarakat, dan politik. Mereka memengaruhi opini, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap berbagai isu dan topik.

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini dan pandangan publik. Ini dapat melibatkan laporan berita, editorial, iklan, atau program-program televisi yang mengangkat isu-isu tertentu. Di banyak negara, media massa memiliki peran penting dalam menjaga kebebasan pers dan memberikan ruang untuk eksposur yang adil terhadap berbagai pandangan dan opini.

Perkembangan teknologi informasi dan digital telah mengubah cara komunikasi massa beroperasi, dengan munculnya platform online dan media sosial yang memungkinkan interaksi lebih besar antara pengirim dan penerima pesan.

Komunikasi massa memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi, membentuk budaya populer, dan memengaruhi masyarakat modern. Definisi ini mencerminkan pentingnya media massa dalam menyediakan akses ke informasi dan pengaruh sosial, budaya, dan politik yang besar dalam masyarakat.

#### Konteks Komunikasi Massa

Konteks komunikasi massa adalah yang menyasar khalayak dalam jumlah besar. Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan, informasi, atau pesan kepada khalayak yang luas melalui berbagai media dan saluran komunikasi. Konsep ini mencakup berbagai aspek yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi informasi atau pesan oleh sejumlah besar orang.

Salah satu karakteristik utama komunikasi massa adalah bahwa pesan atau informasi disampaikan kepada sejumlah besar orang atau khalayak yang beragam. Khalayak ini bisa sangat luas dan tidak memiliki interaksi langsung dengan pengirim pesan. Komunikasi massa memiliki potensi untuk memengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku khalayaknya. Ini dapat terjadi melalui berbagai mekani sme, seperti persuasi, sosialisasi, atau perubahan persepsi.

Produsen media atau organisasi memiliki kendali atas jenis pesan yang disampaikan, kapan pesan disiarkan, dan kepada siapa pesan ditujukan. Ini bisa memengaruhi bagaimana masyarakat memahami topik tertentu. Media massa memiliki peran penting dalam memutuskan berita atau konten apa yang akan disampaikan kepada khalayaknya. Editor, produser, dan pemilik media memiliki kekuatan untuk memilih berita atau konten mana yang akan dipublikasikan dan mana yang tidak.

Salah satu isu yang sering muncul dalam komunikasi massa adalah bias. Bias bisa muncul dalam pemilihan berita, penyajian informasi, atau sudut pandang yang diambil oleh media. Globalisasi dan kemajuan teknologi telah mengubah cara komunikasi massa berfungsi. Sekarang, pesan dapat menyebar dengan cepat di seluruh dunia melalui internet dan media sosial, sehingga memengaruhi cara informasi dan budaya disebarkan dan diterima. Meskipun komunikasi massa tradisional bersifat satu arah dari pengirim pesan ke khalayak, dengan perkembangan teknologi, khalayak sekarang memiliki kemampuan untuk memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam diskusi melalui media sosial dan platform interaktif lainnya.

Komunikasi massa adalah elemen kunci dalam budaya kontemporer, memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran dan tindakan individu serta masyarakat secara keseluruhan. Sebelumnya, media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video CD-ROM, komputer, TV, radio dan sebagainya. Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi. Walaupun komunikasi massa merujuk pada surat kabar, video, CD-ROM, dan radio, pembahasan melebar hingga media baru (*new media*) yang terdiri atas teknologi berbasis komputer. Teknologi komunikasi ini termasuk *e-mail*, internet, televisi kabel digital, teknologi video sepeti DVD, pesan instan (*instant messaging*/IM) dan telepon genggam.

Konteks komunikasi massa juga unik. Konteks ini memberikan kemampuan baik pada pengirim maupun pada penerima untuk melakukan kontrol. Sumber-sumber seperti editor surat kabar atau penyiar televisi membuat keputusan mengenai informasi apa yang akan dikirim, sedangkan penerima memiliki kendali terhadap apa yang mereka baca, dengarkan, tonton dan bahas (West & Lynn, 2008: 41).

#### Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi yang penting dalam masyarakat modern. Fungsi-fungsi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari memberikan informasi hingga memengaruhi persepsi publik. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari komunikasi massa:

1. Informasi: Salah satu fungsi utama dari komunikasi massa adalah menyediakan informasi kepada masyarakat. Media massa seperti surat kabar, televisi, radio, dan situs web berita mengumpulkan, menyusun, dan menyebarkan berita, laporan, dan informasi lainnya tentang peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi di seluruh dunia. Ini membantu masyarakat untuk tetap up-to-date tentang apa yang terjadi di dunia.
2. Hiburan: Komunikasi massa juga berfungsi sebagai sumber hiburan. Film, acara televisi, musik, dan media hiburan lainnya memberikan hiburan kepada audiens mereka. Fungsi hiburan ini penting karena membantu orang melepaskan stres, merasa terhibur, dan menikmati waktu luang mereka.
3. Pendidikan: Media massa dapat berperan sebagai alat pendidikan yang efektif. Program-program pendidikan televisi, dokumenter, dan artikel-artikel edukatif di surat kabar dan majalah dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat tentang berbagai topik, termasuk ilmu pengetahuan, sejarah, budaya, dan banyak lagi.
4. Pengaruh Opini Publik: Komunikasi massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini dan pandangan publik. Melalui editorial, laporan berita, iklan, dan wawancara, media massa dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk politik, sosial, dan ekonomi. Ini dapat memengaruhi kebijakan pemerintah dan sikap publik terhadap berbagai masalah.
5. Kontrol Sosial: Media massa dapat berperan dalam mengawasi pemerintah, perusahaan, dan individu dengan mengekspos tindakan-tindakan yang tidak etis atau ilegal. Ini dapat memainkan peran penting dalam menjaga akuntabilitas dan transparansi dalam masyarakat.
6. Keterlibatan Masyarakat: Komunikasi massa dapat memobilisasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas sosial, politik, atau amal. Misalnya, media sosial dapat digunakan untuk menggalang dana untuk amal atau untuk mengorganisir protes sosial.
7. Budaya dan Identitas: Media massa memiliki peran dalam membentuk budaya populer dan identitas budaya. Mereka menciptakan tren, memengaruhi gaya hidup, dan mempromosikan seni dan budaya populer. Ini memainkan peran penting dalam membentuk bagaimana masyarakat mendefinisikan diri mereka sendiri.
8. Iklan dan Pemasaran: Media massa adalah platform utama untuk iklan dan pemasaran produk dan layanan. Iklan yang efektif dapat memengaruhi perilaku konsumen dan membantu perusahaan mencapai pasar mereka.

Dalam era digital, peran dan fungsi komunikasi massa terus berkembang dengan munculnya platform online, media sosial, dan konten digital. Kekuatan dan pengaruh media massa dalam masyarakat modern sangat besar, dan pemahaman tentang fungsi-fungsi ini dapat membantu masyarakat secara kritis menganalisis dan menginterpretasikan informasi yang mereka terima melalui media massa.

#### Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa mencakup berbagai aspek yang membedakannya dari komunikasi antarpribadi atau komunikasi kecil yang terjadi dalam konteks individu atau kelompok kecil. Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari komunikasi massa:

1. Tujuan Publik: Salah satu karakteristik utama komunikasi massa adalah bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa ditujukan untuk audiens yang luas, yang seringkali mencakup ribuan bahkan jutaan orang. Ini berbeda dari komunikasi antarpribadi yang biasanya terjadi dalam interaksi satu-satu.
2. Tidak Ada Interaksi Langsung: Dalam komunikasi massa, tidak ada interaksi langsung antara pengirim pesan (misalnya, media) dan penerima pesan (audiens). Penerima pesan hanya menerima dan mengkonsumsi pesan yang disampaikan tanpa kemampuan untuk merespons secara langsung kepada pengirim.
3. Asimetri Informasi: Ada asimetri dalam komunikasi massa, di mana pengirim pesan memiliki kontrol penuh atas apa yang disampaikan, sementara audiens memiliki peran yang lebih pasif dalam menerima pesan. Dalam komunikasi antarpribadi, informasi seringkali saling bertukar dengan cara yang lebih simetris.
4. Saluran Massa: Komunikasi massa menggunakan saluran atau media massa untuk menyebarkan pesan. Ini bisa berupa televisi, radio, surat kabar, majalah, situs web, media sosial, dan lain-lain. Saluran ini memungkinkan pesan untuk mencapai audiens yang sangat luas dan dalam jumlah besar.
5. One-to-Many: Komunikasi massa seringkali merupakan "one-to-many," di mana satu pengirim atau media dapat mencapai banyak penerima atau audiens sekaligus. Ini berbeda dari komunikasi antarpribadi yang bersifat "one-to-one" atau "one-to-few."
6. Sifat Tertunda: Pesan-pesan dalam komunikasi massa seringkali bersifat tertunda. Artinya, pesan yang disiarkan atau diterbitkan dalam media massa mungkin tidak langsung sampai ke audiensnya. Ini berbeda dari komunikasi antarpribadi yang biasanya bersifat real-time.
7. Beragam Konten: Media massa dapat menghasilkan berbagai jenis konten, termasuk berita, hiburan, iklan, pendidikan, dan lainnya. Ini memenuhi berbagai kebutuhan dan minat audiens yang beragam.
8. Dampak Sosial dan Kultural: Komunikasi massa memiliki dampak besar pada budaya dan masyarakat. Media massa membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat dalam berbagai isu, dan juga mempengaruhi tren budaya populer.
9. Ketidakaktualan: Media massa seringkali tidak dapat memberikan informasi yang selalu aktual. Beberapa jenis berita atau informasi mungkin sudah usang ketika mencapai audiensnya, terutama dalam dunia berita yang berubah cepat.
10. Kemampuan Reproduksi: Pesan-pesan dalam komunikasi massa dapat direproduksi dan didistribusikan secara massal dengan relatif mudah. Ini memungkinkan penyiaran ulang, pencetakan, atau penggandaan pesan dengan cepat.

Karakteristik-karakteristik ini membedakan komunikasi massa dari komunikasi antarpribadi dan menunjukkan bagaimana media massa dapat memiliki pengaruh besar dalam masyarakat modern. Perkembangan teknologi informasi dan digital telah memperluas cakupan dan dampak media massa, sehingga menjadi semakin penting untuk memahami karakteristik dan potensi pengaruhnya.

#### Media

Media merujuk pada berbagai sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan, informasi, atau konten kepada audiens atau khalayak tertentu. Media adalah alat komunikasi yang memungkinkan pengirim pesan untuk berinteraksi dengan penerima pesan atau audiensnya. Media mencakup berbagai bentuk, mulai dari media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi, hingga media digital seperti situs web, blog, media sosial, dan platform streaming.

Media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, baik dalam bentuk teks, gambar, suara, atau kombinasi dari semuanya. Pesan dalam media dapat berupa berita, hiburan, informasi, iklan, atau pesan lainnya. Media memfasilitasi proses komunikasi di mana pesan dikirim dari pengirim kepada penerima. Ini mencakup semua langkah yang terlibat dalam membuat, mengirim, dan menerima pesan.

Setiap pesan dalam media ditujukan kepada audiens atau penerima pesan yang merupakan kelompok orang atau individu yang diharapkan akan menerima dan menginterpretasikan pesan tersebut. Media dapat beroperasi melalui berbagai saluran atau platform. Ini termasuk media cetak (seperti surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi), media online (situs web dan blog), serta media sosial dan aplikasi berbasis internet.

Media memiliki pengaruh yang signifikan pada budaya, masyarakat, dan pandangan dunia. Mereka dapat membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap berbagai isu dan topik. Media mendukung prinsip kebebasan ekspresi, yang memungkinkan individu dan kelompok untuk menyuarakan pendapat dan pandangan mereka secara terbuka.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara media beroperasi. Media digital dan teknologi baru memungkinkan pengiriman pesan secara cepat dan efisien, serta interaksi yang lebih besar dengan audiens. Media dapat mencakup berbagai jenis konten, seperti berita, hiburan, pendidikan, seni, budaya, dan banyak lagi. Diversifikasi konten ini memenuhi berbagai kebutuhan dan minat audiens yang beragam.

Dalam keseluruhannya, media adalah komponen integral dalam komunikasi modern. Mereka memungkinkan penyampaian pesan, penyebaran informasi, hiburan, dan interaksi dalam masyarakat. Penggunaan media mencerminkan peran pentingnya dalam memengaruhi budaya dan dinamika sosial, serta menyediakan akses ke pengetahuan dan wawasan yang luas dalam masyarakat.

#### Media Baru

*New media* terdiri dari 2 kata yaitu *new* dan media. *New* yang berarti baru dan Media yang berarti perantara. Jadi *new media* merupakan media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet (McQuail, 2012). Seperti contoh, web, blog, *online social network*, koran digital, dan lain- lain. Istilah *new media* barumuncul pada akhir abad 20-an yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital yang biasanya memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak, Beberapa contoh produk media baru, seperti internet, *website*, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROM, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas, tetapi penggabungan antara teknologi telekomunikasi, teknologi komputer, dan teknologi media massa merupakan konvergensi media adalah ruang lingkup *new media* (Djamal dan Andi, 2011: 37).

Media baru atau "new media" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk-bentuk media yang muncul dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Media baru ini berbeda dari media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi yang lebih berfokus pada cetakan dan penyiaran fisik.

Penanda dari ciri media baru itu bisa dilihat dari munculnya media dalam jaringan. Koneksi antarjaringan melalui komputer atau lebih popular dengan internet memberikan pilihan bagi khalayak tidak hanya dalam mencari dan mengonsumsi informasi semata, tetapi khalayak juga bisa memproduksi informasi itu. Internet juga mentransformasikan dirinya sebagai tempat penyimpanan virtual, sehingga khalayak bisa mengakses informasi yang dibutuhkan kapan pun dan tentu saja melalui perangkat apa pun (Nasrullah, 2014: 2).

Ciri utama media baru diantaranya adalah digital, dimana media baru sepenuhnya berbasis digital. Konten dan informasi disampaikan melalui format elektronik yang dapat diakses secara online. Interaktif, salah satu aspek kunci dari media baru adalah interaktivitas. Pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam pengalaman media ini, seperti memberikan komentar, berbagi, berinteraksi dengan konten, dan bahkan berkontribusi dengan membuat konten mereka sendiri. Konten Multimedia: Media baru menggabungkan berbagai jenis media, termasuk teks, gambar, audio, dan video dalam satu platform atau konten. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih kaya kepada pengguna. Media baru umumnya dapat diakses dengan mudah melalui perangkat yang terhubung ke internet, seperti komputer, ponsel cerdas, tablet, dan perangkat lainnya. Pengguna memiliki kontrol lebih besar atas konten yang mereka konsumsi. Mereka dapat memilih konten yang ingin mereka lihat atau dengar, membuat daftar putar, dan mengatur preferensi mereka.

Media baru memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan pengguna lain melalui platform media sosial, forum online, dan komunitas daring. Ini menciptakan kesempatan untuk berbagi ide, pendapat, dan pengalaman. Media baru memberikan kemampuan kepada individu dan organisasi untuk menjadi produsen dan penyiar konten. Ini memungkinkan siapa pun untuk membuat dan mendistribusikan pesan mereka sendiri melalui platform seperti blog, vlog, podcast, dan saluran YouTube. Berkat internet, informasi dan konten media baru dapat menyebar dengan cepat di seluruh dunia, baik melalui viralitas atau berbagi melalui jejaring sosial. Media baru sering dilengkapi dengan alat analitik yang memungkinkan pemantauan dan pengukuran kinerja konten, memungkinkan pengiklan dan pemilik platform untuk memahami lebih baik perilaku dan preferensi pengguna.

*New media* atau media baru adalah tempat seluruh pesan komunikasi dapat terdesentralisasi dengan distribusi pesan melalui satelit dengan penggunaan jaringan kabel dan komputer. Media baru ini proses komunikasi yang informasinya mudah dan dapat diakses dimanapun. Adanya media baru membantu manusia untuk berkomunikasi secara jarak jauh baik secara audio maupun video. Adapun beberapa komponen dalam media baru yaitu handphone, internet, dan komputer.

Dalam perkembangan new media atau media baru tersebut, media sosial menjadi salah satu media yang paling populer digunakan oleh para pengguna atau user. Secara terminologi, istilah media sosial merujuk kepada penggunaan teknologi mobile dan berdasarkan web untuk mengubah komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif (Baruah dalam Sujoko, Muchtar & La Ode, 2020: 64).

Kaplan dan Haenlein (dalam Sujoko, Muchtar & La Ode, 2020: 65), mengungkapkan bahwa setidaknya hingga saat ini media sosial dapat dibedakan ke dalam enam jenis, yaitu proyek kolaboratif seperti Wikipedia, blog dan microblogging seperti Twitter, content communities seperti YouTube, situs jaringan sosial seperti Facebook, dunia permainan virtual seperti World of Warcraft dan dunia sosial virtual seperti Second Life. Tidak jauh berbeda, Mayfield (dalam Sujoko, Muchtar & La Ode, 2020: 66) juga berpendapat dengan membedakan media sosial menjadi enam jenis, yaitu *social networks* seperti Facebook, *blogs* seperti Wordpress, *wikis* seperti Wikipedia, *podcasts* seperti iTunes, *forums* seperti *mailing list* dan *website, content communities* seperti Youtube dan *microblogging* seperti Twitter.

Contoh media baru meliputi platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok, situs web berita daring, blog pribadi, podcast, streaming video, dan berbagai aplikasi dan layanan daring lainnya. Media baru telah mengubah cara kita berkomunikasi, mengonsumsi informasi, hiburan, dan budaya secara keseluruhan, serta memberikan peluang baru dalam berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, dan aktivisme.

#### Media Massa

Media massa adalah sebuah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan pesan, informasi, dan konten kepada audiens yang luas dan beragam melalui berbagai saluran atau platform. Media massa mencakup berbagai bentuk seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, film, media online, dan media sosial.

Media massa digunakan untuk menghasilkan dan menyebarkan pesan atau konten kepada audiensnya. Pesan ini bisa berupa berita, hiburan, iklan, pendidikan, dan berbagai jenis informasi. Media massa bertujuan untuk mencapai audiens yang luas dan beragam. Ini berbeda dari komunikasi antarpribadi yang terjadi dalam konteks individu atau kelompok kecil. Media massa menggunakan berbagai saluran dan platform untuk menyampaikan pesan, termasuk cetak (seperti surat kabar dan majalah), siaran (televisi dan radio), dan media digital (situs web, media sosial, dan aplikasi streaming).

Dalam komunikasi massa, terdapat asimetri informasi di mana pengirim pesan memiliki kontrol penuh atas pesan yang disampaikan, sementara audiens memiliki peran yang lebih pasif dalam menerima pesan.

Media massa memiliki dampak besar pada budaya, masyarakat, dan politik. Mereka mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap berbagai isu dan topik. Pesan dalam media massa dapat direproduksi dan didistribusikan secara massal dengan relatif mudah. Ini memungkinkan penyiaran ulang, pencetakan, atau penggandaan pesan dengan cepat. Sebagian besar media massa juga memiliki fungsi komersial, yaitu mereka menghasilkan pendapatan melalui iklan, penjualan, atau berlangganan. Bisnis media bergantung pada model pendapatan ini.

Perkembangan teknologi informasi dan digital telah mengubah cara media massa beroperasi. Media online dan media sosial memungkinkan interaksi lebih besar antara pengirim dan penerima pesan. Media massa selalu beroperasi dalam konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima.

Definisi media massa mencerminkan perannya yang sangat penting dalam masyarakat modern sebagai sumber utama informasi, hiburan, dan pengaruh sosial. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk cara kita memahami dunia dan interaksi sosial kita.

#### Youtube

Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim adalah tiga pemuda brilian yang menciptakan situs YouTube. Ketiganya bertemu saat masih menjadi karyawan PayPal. Pertemuan ketiganya terjadi ketika mereka frustrasi saat berusaha mengirim e-mail yang berisi video klip. Mereka kemudian menyempurnakan infrastruktur platform video sharing mereka selama beberapa jam. Inilah awal terbentuknya situs YouTube berawal dari ketiga pemuda tersebut berhasil mengubah kesulitan teknis menjadi sesuatu yang bernilai komersial (Wardhana & Nuraksa, 2010: 168-169).

YouTube adalah sebuah platform berbagi video. Situs web ini memiliki lebih dari 1 miliar pengguna, dengan 300 jam video diunggah setiap menitnya (YouTube, 2015). Selain itu, antara Maret 2014 dan Maret 2015, situs web mengalami pertumbuhan 40% dalam jumlah pengguna yang menonton per hari (YouTube, 2015). Untuk skala, YouTube menjangkau lebih banyak orang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di Amerika Serikat (YouTube, 2015).

YouTube didaftarkan pertama kali dengan domain YouTube.com pada 15 Februari 2005. Situsnya sendiri baru mulai dibangun beberapa bulan kemudian. Sebagai tempat sementara, dipilih garasi di Menlo Park milik satu di antara ketiga pemuda itu. Tiga bulan kemudian, pada Mei 2005, YouTube akhirnya diluncurkan ke publik. Awalnya hanya sekadar situs preview saja. Enam bulan kemudian barulah YouTube memulai debut resminya (Heriwibowo, 2008: 3)

Dijalankan oleh Google, YouTube adalah situs berbagi video berbasis online dan layanan streaming secara gratis, tidak terbatas dan mudah diakses bagi komunitas pembuat konten video terbesar di dunia. Layanan ini memiliki lebih dari 1 miliar pengguna dan terus bertambah, perpustakaan konten video sesuai permintaan bagi masyarakat untuk menonton, belajar dan menikmati.

Sebagai komunitas online, YouTube memperbolehkan siapa pun untuk memproduksi dan mengunggah konten video dan kemudian menyebarkannya pada dunia dalam forum publik. Setiap penyedia konten, seperti seorang anak berumur 16 tahun, sebuah perusahaan yang memasarkan produknya, sebuah televisi atau studio film, seorang pembuat film tunggal, seorang musisi profesional atau amatir, seorang penyair, seorang penampil atau publik figur, bisa membuat kanal YouTube yang unik dan membangun sejumlah pengikut online dari penonton setia (Rich, 2016: Chapter 6).

Ada beragam cara yang bisa dilakukan untuk mendengarkan musik yang sedang menjadi hits, baik lewat televisi, radio maupun internet. Beberapa tahun lalu, untuk dapat selalu mendengarkan lagu dan video musik kesayangan, harus membeli kaset dan CD. Namun, sekarang dengan mudah dapat mengunduh secara gratis maupun berbayar melalui situs-situs penyedia lagu di internet.

#### Video Klip Musik

Produksi audio video atau video klip adalah salah satu media penyampaian informasi yang sangat ideal dalam menyampaikan sebuah ide, pesan dan citra sebuah lagu kepada para penontonnya. Video klip adalah kumpulan potongan- potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset, CD, DVD (Margareta, 2014).

Pada paruh era 1970-an, TVRI bereksperimen dengan menampilkan lagu yang ber-setting outdoor agar terlihat lebih natural. Boleh jadi, ini merupakan cikal bakal munculnya era video klip yang marak era 1980-an hingga 1990-an di Indonesia. Budi Schwarzjrone (dalam Sakrie, 2015), yang saat itu menjabat sebagai pengarah acara di TVRI, mengungkapkan bahwa video klip pertama muncul di TVRI adalah lewat penampilan penyanyi Ernie Djohan pada 1972 dengan menggunakan kamera Éclair 16mm. Namun, yang bisa dianggap video klip utuh dengan memakai playback atau lipsynch adalah video klip kelompok Panbers tahun 1974 dengan memakai kamera Arriflex 16 BL. Para pembuat video klip, kemudian lebih memperlihatkan kreativitas yang lebih modern pada 1990-an seperti karya-karya Rizal Mantovani, Jay Subiakto, Dimas Djajadiningrat, Garin Nugroho, Ria Irawan dan beberapa nama lainnya (Sakrie, 2015).

Goodwin (dalam Dodig, 2014: 26), menyatakan bahwa video musik yang baik adalah klip yang merespon kenikmatan musik, dan menekankan keberadaan hubungan visual. Pete Fraser (dalam Dodig, 2014: 26) menunjukkan bahwa suara (*sound*) adalah dasar dari proses visualisasi yang berfungsi untuk meningkatkan, bukan membatasi, efek suara musik pop asli. Dengan pemikiran ini, ia menunjukkan terdapat lima aspek utama yang khalayak harus sadari ketika menonton video musik.

Pertama adalah ide ketukan atau sinestesia yang meliputi proses psikologis yang membayangkan suara dalam pikiran, atau dikenal sebagai kemampuan melihat suara. Musik memiliki kekuatan untuk menciptakan hubungan visual dalam rangka untuk menghubungkan dengan penonton dan memberikan kesenangan. Dalam penciptaan satu video musik adalah penting untuk memulai dengan musik dan suara; tidak ada kebutuhan untuk analisis rinci dari lirik. Puisi yang dipilih agak dipertimbangkan dalam perasaan umum atau suasana hati, menciptakan rasa materi subjek. Ini melibatkan struktur lagu seperti refrein (*chorus*) dan sajak (*verses)* misalnya, di mana kita benar-benar melihat musik itu sendiri untuk memulai. Dengan kata lain kita bisa ‘melihat’ suara menyanyi dari awal, dan sebuah band yang bermain di latar belakang. Suara artis disajikan secara unik dan ini memungkinkan lagu untuk membentuk identifikasi atau merek dagang (*trademarks*). Butir suara (*grain of voice*) dari seorang seniman benar- benar unik, diibaratkan sebuah sidik jari. Misalnya dengkingan Michael Jackson telah menjadi menonjol dan menetapkan dia berbeda dari seniman lain. Pelabelan seperti ini bekerja dalam mendukung gambar bintang individu, dan membantu kita untuk mengingat artis. Lagu dapat dilihat sebagai cerita dan artis sebagai pendongeng, membuat video musik sebagai perangkat komunikasi dengan target audiens mendengarkan cerita. Jika lirik lagu adalah narasi, video musik akan menjadi narasi untuk lirik. Hal ini membuat video menonjol dengan artis yang tampil sebagai narasi orang pertama. Oleh karena itu, Goodwin membandingkan penyanyi pop dengan *stand-up* komedi, sebagai ciri pribadi yang mendominasi perfoma. Itu dimungkinkan karena musik biasanya bekerja dengan lirik dan butir suara. Sebagai manusia kita menyambungkan gambar dari memori kita ke semua indra. Intertekstualitas membantu kita untuk mengumpulkan gambar tersebut ke sebuah bank memori di mana kita semua mengasosiasikan hal yang sama dengan indra kita. Dari bank memori ini, musik dapat menarik keluar ingatan berulang kali, orang, tempat, perasaan, situasi yang semua mengarah ke narasi kecil.

Kedua adalah narasi dan performa. Kita terbiasa untuk melihat musik sebagai bagian dari dunia perfilman dan kita mengharapkan perkembangan narasi dari representasi lagu. Sebaliknya, lagu sering gagal untuk memberikan narasi lengkap. Bahkan, lagu hanya menginformasikan audiens target dari sejumlah kecil apa artinya lagu, dan itulah alasan mengapa video menciptakan cerita untuk menekankan makna. Ada alasan penting lain mengapa video musik harus menghindari narasi umum dan membuat lebih, dan itu adalah peran video musik dalam iklan. Video musik harus dapat diulang untuk menciptakan penonton yang akan dapat menonton video secara berulang-ulang tanpa kehilangan minat mereka. Dari sudut pandang itu, yang lebih penting dari narasi adalah perfoma dalam video musik. Dengan demikian, artis meningkatkan keaslian video ketika ia menggabungkan narasi dan sisi perfoma video. Goodwin (dalam Dodig, 2014: 27) mengatakan bahwa musik pop adalah seni romantis, semua tentang kebenaran, bakat, dan gaya tarik, jadi kita perlu percaya pada keaslian perfoma pertama dan terutama. Oleh karena itu dalam melakukan performa, meniru, lip-syncing dari artis ini masih sangat penting dalam video musik dan itu membuat kita percaya, bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah nyata.

Ketiga adalah gambar sang bintang. Ini menyangkut bagaimana artis muncul ke hadapan penonton. Industri musik dan label rekaman mengandalkan artis mereka yang dapat menghasilkan pendapatan yang cukup untuk industri ini. Artis atau band cenderung untuk menarik khalayak tertentu melalui pakaian yang mereka kenakan dan sikap mereka selama gaya musik mereka ciptakan. Sekarang ini, para bintang memainkan peranan penting dalam video musik, karena merupakan salah satu cara utama mengembangkan merek/label sang artis. Mereka tampil di acara televisi musik tertentu, sehingga mereka harus berpakaian dengan cara yang sesuai dengan gaya mereka. Goodwin menunjukkan beberapa fakta menarik di industri musik. Bahkan, ada banyak yang gagal dalam “membuat bintang” dalam bisnis musik.

Keempat adalah video musik menghubungkan visual untuk lagu. Musik menggambarkan cara video menggunakan gambar untuk menunjukkan arti dari lirik. Ada hubungan antara apa yang kita lihat di layar dan lirik yang terdengar. Ini hanyalah tentang cara bahwa video yang difilmkan dan diedit dan efek apa yang dihasilkan kepada penonton dalam kaitannya dengan lagu. Makna dan efek dimanipulasi dan ditampilkan di seluruh video dengan cara bahwa itu tercetak di pikiran kita, visi dan memori. Namun, video dapat memperkuat makna dari lagu tersebut atau sama sekali mengabaikan arti dari lagu tersebut sama sekali. Video musik bisa menjadi ilustrasi dari sebuah lagu oleh interpretasi lirik, meskipun sering bisa ada penjajaran yang kuat antara sifat lagu dan sifat video. Akhirnya, itu tergantung bagaimana video musik ditafsirkan, apa yang penonton dapat lihat dan mengiklankan artis. Ada tiga cara di mana video musik berhubungan visual untuk lagu tersebut. Pertama adalah ilustrasi. Video musik dapat menggambarkan arti dari lirik dan aliran (*genre*) musik yang menyediakan beberapa dari letak literal gambar. Ini adalah teknik yang paling sederhana dan contoh klasik dari visualisasi. Kedua adalah amplifikasi yang dipandang sebagai tanda dari sutradara video musik yang benar dan cara yang semakin umum untuk melihat video musik dengan cara yang kreatif. Apa yang membedakan amplifikasi dari disjungsi atau terputus adalah kenyataan bahwa mempertahankan hubungan dengan lagu dan bekerja untuk meningkatkan video musik atau mengembangkan ide-ide daripada secara fundamental mengubah mereka. Ketiga adalah disjungsi atau terputus yang merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan video musik yang bekerja pada dasar untuk mengabaikan lagu asli dan menciptakan satu letak baru dari makna. Ini adalah teknik yang cukup radikal dan digunakan oleh seniman untuk mempromosikan perbedaan dan orisinalitas mereka. Biasanya, jenis video terputus ini tidak banyak masuk akal dan mungkin didasarkan pada citra abstrak.

Kelima adalah aspek teknis video musik. Aspek-aspek berikut menahan video secara bersama melalui penggunaan kerja kamera, gerakan, sudut, ‘mise en scene’, editing, sound dan efek khusus yang digunakan. Hal-hal yang penonton akan perhatikan adalah panggung, alat peraga dan kostum karena itu merupakan dampak visual langsung.

#### Animasi Musik

Animasi musik adalah gabungan antara musik dan elemen-elemen visual animasi. Ini menciptakan pengalaman audiovisual yang unik di mana elemen-elemen animasi seperti gambar bergerak, karakter animasi, efek visual, dan animasi grafis digunakan untuk memvisualisasikan dan memperkuat pesan musik atau lagu. Animasi musik dapat dihasilkan dalam berbagai gaya dan teknik, dan seringkali digunakan untuk menciptakan video musik atau memperkaya penampilan panggung.

Animasi musik memungkinkan pencipta untuk menggambarkan secara visual elemen-elemen musik seperti melodi, irama, harmoni, dan lirik. Ini dapat membantu penonton untuk lebih memahami dan merasakan musik dengan cara yang lebih mendalam. Karakter animasi seringkali digunakan dalam animasi musik untuk mewakili penyanyi atau band, atau untuk menciptakan narasi visual yang mengiringi musik. Karakter-karakter ini dapat berinteraksi dengan lingkungan animasi atau berpartisipasi dalam cerita yang berkembang.

Animasi musik dapat memanfaatkan berbagai efek visual dan animasi grafis untuk meningkatkan pesan musik. Ini termasuk penggunaan efek seperti transisi animasi, perubahan warna, gerakan, dan lain-lain yang mengikuti irama atau emosi musik. Animasi musik seringkali menciptakan dunia visual yang khusus untuk menggambarkan cerita atau konsep yang terkait dengan lagu. Dunia ini dapat berupa lingkungan fisik yang dianimasikan atau gambaran simbolis dari narasi lagu. Animasi musik dapat membantu dalam menyampaikan pesan atau emosi yang terkandung dalam musik dengan cara yang lebih kuat dan kreatif. Ini memungkinkan untuk menyampaikan cerita atau pesan yang kompleks melalui medium visual.

Banyak video musik adalah bentuk animasi musik di mana lagu dinyanyikan oleh artis atau band yang dianimasikan atau muncul dalam lingkungan animasi. Video musik ini dapat menjadi karya seni visual yang berdiri sendiri dan seringkali menjadi bagian integral dari promosi musik. Animasi musik memberikan kesempatan kepada para seniman dan pembuat film untuk berkreasi dan mengekspresikan diri mereka melalui medium visual. Ini memungkinkan mereka untuk menjelajahi berbagai gaya dan teknik animasi.

Animasi musik sering melibatkan kolaborasi antara seniman musik, pembuat film animasi, dan animator. Ini adalah gabungan seni dua media yang menciptakan pengalaman audiovisual yang kuat. Animasi musik bisa menjadi alat yang sangat kuat untuk memperkuat pesan musik dan memberikan dimensi visual yang mendalam. Hal ini memungkinkan audiens untuk terlibat dalam pengalaman yang lebih lengkap dan merangsang indra secara bersamaan.

#### Representasi

Representasi merupakan salah satu cara untuk mempresentasikan sesuatu kepada orang lain menggunakan bahasa. Representasi diwujudkan melalui gambar, sekuen, cerita dan sebagainya untuk mewakili ide, emosi, fakta, dan sebagainya. Jika dipahami secara budaya dalam pembelajaran bahasa dan penandaan, representasi tergantung terhadap tanda dan citra yang ada. Melalui pandangan-pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru, representasi dapat juga diartikan sebagai upaya untuk mengkontruksi. Inilah yang disebut sebagai proses penandaan, yang membuat suatu hal bermakna sesuatu. Menurut Hall, berpikir dan merasa merupakan system representasi. Keduanya sama-sama berfungsi memaknai sesuatu. Oleh sebab itu diperlukan pemahaman latar belakang yang sama antara konsep, gambar, dan ide untuk memaknai sesuatu. Dalam kelompok masyarakat yang berlainan pemaknaan terhadap suatu hal sangat dimungkinkan berbeda, karena mereka memiliki cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Suatu makna yang dimiliki kelompok masyarakat tertentu tidak akan mudah dipahami oleh kelompok lain yang tidak sama dalam mengartikan kode- kode tertentu.

Representasi adalah proses atau hasil dari menggambarkan, menggambarkan, atau menciptakan gambaran tentang sesuatu, baik itu objek, ide, konsep, atau kelompok manusia, melalui kata-kata, gambar, simbol, atau media lainnya. Representasi adalah cara kita memahami dan menyampaikan informasi tentang dunia di sekitar kita, dan ini memiliki dampak yang signifikan pada pemahaman kita tentang realitas, identitas, dan budaya.

Representasi memiliki beberapa poin penting, diantaranya adalah : Pemilihan dan Penyajian: Representasi melibatkan pemilihan apa yang akan digambarkan dan bagaimana hal itu akan disajikan. Ini termasuk pemilihan kata, gambar, bahasa tubuh, atau elemen lainnya yang digunakan untuk mengkomunikasikan ide atau objek.

Konstruksi Realitas: Representasi memungkinkan kita untuk mengonstruksi pemahaman tentang dunia di sekitar kita. Ini berarti bahwa cara sesuatu direpresentasikan dapat memengaruhi pandangan kita tentang hal tersebut.

Identitas dan Kelompok: Representasi juga sangat relevan dalam konteks identitas individu dan kelompok. Bagaimana suatu kelompok manusia atau budaya direpresentasikan dalam media atau budaya populer dapat memengaruhi persepsi dan citra publik tentang mereka.

Kekuasaan dan Kontrol: Representasi sering kali terkait dengan isu-isu kekuasaan dan kontrol. Kelompok atau individu yang memiliki kontrol atas media atau narasi sering memiliki pengaruh besar dalam cara sesuatu direpresentasikan.

Stereotip: Representasi yang tidak akurat atau dangkal dapat mengarah pada pembentukan stereotip, yang merupakan gambaran umum atau klise yang mungkin tidak mencerminkan kenyataan.

Kritik dan Analisis: Pengkajian kritis terhadap representasi adalah bagian penting dalam studi budaya dan media. Ini melibatkan pertanyaan tentang siapa yang memiliki kendali atas representasi, siapa yang diwakili, dan bagaimana konstruksi ini memengaruhi pemahaman sosial dan politik.

Budaya Populer: Media massa, film, televisi, dan budaya populer secara umum memiliki peran penting dalam menciptakan representasi yang tersebar luas dan memengaruhi cara orang melihat dunia.

Perubahan dan Evolusi: Representasi dapat berubah seiring waktu dan dengan perkembangan budaya dan teknologi. Pemahaman kita tentang representasi dapat berubah seiring pergeseran sosial, budaya, dan politik.

Kreativitas dan Ekspresi Seni: Di sisi lain, representasi juga bisa menjadi bentuk kreativitas dan ekspresi seni. Seniman, penulis, dan pembuat media sering menggunakan representasi untuk menyampaikan ide, emosi, atau pesan mereka.

Penting untuk diingat bahwa representasi bukanlah refleksi langsung dari realitas, tetapi adalah interpretasi subjektif dari realitas. Oleh karena itu, penting untuk memiliki pemahaman yang kritis tentang bagaimana sesuatu direpresentasikan dan siapa yang memiliki kendali atas narasi dan gambaran tersebut. Hal ini penting dalam konteks media, budaya populer, politik, dan sosial untuk memahami bagaimana representasi memengaruhi pandangan dan tindakan kita dalam masyarakat.

#### Film

Menurut Jowett dan Linton (Irwanto, 1999: 11) film tidak lagi dimaknai hanya sekedar karya seni tetapi lebih sebagai komunikasi massa. Dari sudut pandang komunikasi massa, film merupakan transmission of message dan productions and exchange of meanings. Transmission of message berarti, komunikasi merupakan proses yang dilakukan oleh komunikator yang mengerimkan pesan untuk mengubah tingkah laku komunikannya. Berikutnya adalah productions and exchange of meanings yang berarti, komunikasi adalah aktivitas produksi dan pertukaran makna-makna. Hal ini berkaitan dengan seperti apa pesan dan teks berpengaruh dalam pembuatan makna.

Film adalah medium visual dan audio yang digunakan untuk menggambarkan cerita, ide, atau konsep melalui urutan gambar bergerak dan suara. Ini adalah bentuk seni, hiburan, dan komunikasi yang sangat kuat yang telah menjadi salah satu aspek penting dalam budaya manusia modern.

Film memiliki elemen-elemen penting yang ada di dalamnya, yaitu berupa : Gambar Bergerak: Film terdiri dari urutan gambar yang bergerak dengan cepat, biasanya pada kecepatan 24 atau 30 frame per detik. Ini menciptakan ilusi gerakan yang membuat gambar dan adegan tampak hidup. Audio: Selain gambar, film juga mencakup elemen audio, termasuk dialog, musik, efek suara, dan bunyi lingkungan. Suara adalah bagian penting dari pengalaman menonton film dan membantu dalam narasi, atmosfer, dan ekspresi emosi. Cerita atau Narasi: Film biasanya mengandung cerita atau narasi yang dijelaskan melalui adegan-adegan yang saling terhubung. Ini termasuk karakter, plot, konflik, resolusi, dan tema yang mengembangkan pengalaman penonton. Sinematografi: Sinematografi adalah seni dan teknik pengambilan gambar dalam film. Ini mencakup penggunaan kamera, pencahayaan, komposisi gambar, warna, dan efek visual untuk menciptakan efek estetika dan naratif. Pengarahan: Sutradara adalah individu yang bertanggung jawab atas pengarahan film. Mereka mengarahkan para aktor, kru produksi, dan mengambil keputusan kreatif tentang cara cerita akan diceritakan dalam bentuk visual dan audio. Editing: Editing adalah proses mengatur adegan-adegan yang diambil selama produksi untuk menciptakan aliran narasi yang kohesif. Ini juga mencakup penggunaan transisi, efek visual, dan pengeditan suara. Durasi: Film bisa berdurasi dari beberapa menit hingga beberapa jam, tergantung pada jenisnya. Ada film pendek, film fitur, dan berbagai format lainnya. Genre: Film dapat masuk dalam berbagai genre seperti drama, komedi, horor, fiksi ilmiah, aksi, dan sebagainya. Genre membantu dalam mengklasifikasikan dan mengidentifikasi jenis cerita dan suasana yang dapat diharapkan oleh penonton. Pengaruh Budaya: Film memiliki pengaruh budaya yang signifikan dan sering kali mencerminkan atau membentuk nilai, tren, dan pandangan masyarakat pada saat film tersebut dibuat.

Teks dalam film dapat diartikan sebagai Bahasa film, cara untuk menggabungkan ide-ide yang berubah menjadi lambang. Film bisa menjadi sarana untuk menyampaikan ide. Menurut Sobur (2001: 122) film terkait dengan komunikasi merupakan sebuah sistem tanda yang berarti setiap bagain-bagaian dalam film merupakan tanda-tanda yang tersampaikan dengan penerima akan memproduksi makna. Saat penonton film menonton film, saat itulah terjadi proses komunikasi terjadi.

Film adalah sebuah media, bisa dikatakan, sebuah karya seni, dan keberadaannya merupakan fenomena di masyarakat saat ini. Film ini memiliki pengikut yang cukup tinggi, dan sebagai sarana hiburan untuk semua lapisan masyarakat, tidak membatasi kelas, status sosial, jenis kelamin dan usia. Kemampuan film untuk mencapai level ini menjadikan film sebagai media dengan penonton yang cukup tinggi. Selain sebagai bentuk nasihat hiburan, film juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penonton.

Film juga berfungsi sebagai alat baru untuk menyebarkan hiburan yang telah menjadi kebiasaan sejak dahulu dengan menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, komedi, dan segala sajian teknis lainnya kepada masyarakat. Film sangat erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat. Sejak kemunculannya saat pertama kali yang berupa gambar bergerak berwana hitam putih, hingga saat ini film diproduksi dengan konsep tiga dimensi (3D) kemudian memanfaatkan canggihnya teknologi.

Film sebagai media komunikasi mampu merepresentasikan realitas. Menurut Turner, film adalah representasi realitas yang ada di masyarakat. Film sebagai representasi realitas, membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi dan ideologi dari kebudayaan. Film merepresentasikan realitas akan terpengaruh dengan lingkungan social dan budaya yang dimiliki pembuat film tersebut dan memiliki pengaruh terhadap kondisi masyarakat. Film memiliki kemampuan unik untuk mengangkat isu-isu sosial, politik, dan budaya, serta memberikan hiburan dan pengalaman artistik. Film juga dapat menjadi media yang kuat untuk menyampaikan pesan dan membentuk opini. Seiring dengan perkembangan teknologi, film telah menjadi bagian integral dari budaya global dan terus berkembang dalam bentuk dan format yang berbeda.

#### Karakteristik Film sebagai Media Massa

Film sebagai media massa memiliki karakteristik-karakteristik khusus yang membedakannya dari bentuk-bentuk media lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari film sebagai media massa:

1. Audiovisual: Film adalah media audiovisual yang menggabungkan elemen-elemen visual dan suara. Ini memungkinkan penyampaian pesan dan cerita dengan cara yang sangat dinamis dan imersif.
2. Narratif: Sebagian besar film memiliki narasi atau cerita yang menyusun peristiwa dalam urutan tertentu. Ini membantu dalam pengembangan karakter, plot, dan tema yang dapat memengaruhi emosi dan pemahaman penonton.
3. Visual dan Estetika: Sinematografi, pengaturan kamera, pencahayaan, dan desain produksi merupakan aspek-aspek visual yang kuat dalam film. Karakteristik ini memengaruhi estetika dan atmosfer film.
4. Dampak Emosional: Film memiliki kemampuan untuk memicu reaksi emosional yang kuat dari penonton. Ini dapat menciptakan perasaan gembira, sedih, takut, terkesan, atau marah, yang membuat pesan film lebih melekat dalam ingatan penonton.
5. Penggunaan Musik dan Suara: Musik dan efek suara dalam film dapat memberikan nuansa emosional tambahan dan meningkatkan pengalaman penonton. Skor musik dan penggunaan suara berperan besar dalam menciptakan atmosfer dan ketegangan dalam film.
6. Durasi Terbatas: Film memiliki durasi terbatas yang dapat bervariasi dari beberapa menit hingga beberapa jam. Ini memungkinkan penonton untuk mengkonsumsi pesan dalam waktu relatif singkat.
7. Budaya dan Konteks Lokal: Film sering mencerminkan budaya dan konteks sosial di mana film tersebut diproduksi. Ini dapat memengaruhi gaya, bahasa, dan pesan yang disampaikan dalam film.
8. Kesempatan Kolaborasi: Film adalah hasil dari kolaborasi berbagai profesional, termasuk sutradara, produser, penulis skenario, aktor, editor, dan banyak lagi. Kolaborasi ini menghasilkan karya yang kompleks dan banyak dimensi.
9. Kemampuan untuk Mendistribusikan Pesan: Film dapat disebarkan melalui berbagai saluran, termasuk bioskop, televisi, media streaming, dan platform online. Ini memungkinkan pesan dalam film untuk mencapai audiens yang luas dan beragam.
10. Pengaruh Sosial dan Kultural: Film memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini, sikap, dan budaya di masyarakat. Mereka dapat mengangkat isu-isu sosial, politik, dan kultural yang penting.
11. Kebebasan Kreatif: Film memberikan kepada pembuatnya kebebasan kreatif yang besar untuk mengekspresikan visi mereka. Ini memungkinkan inovasi dan eksperimen dalam seni dan cerita.
12. Media Hiburan: Banyak film diproduksi dengan tujuan hiburan. Mereka dapat memberikan kesenangan dan pelarian dari rutinitas sehari-hari.
13. Format dan Genre Beragam: Film memiliki berbagai format dan genre, termasuk film naratif, dokumenter, animasi, film eksperimental, horor, komedi, drama, dan lain-lain. Ini menciptakan keragaman dalam pengalaman penonton.
14. Potensi Pengaruh Luas: Film dapat memengaruhi pandangan dan persepsi orang terhadap berbagai isu dan topik. Mereka dapat menjadi alat untuk menyebarkan pesan sosial, budaya, atau politik.

Dengan karakteristik-karakteristik ini, film memiliki kemampuan yang unik untuk memengaruhi, menghibur, dan memberikan pesan kepada audiensnya. Sebagai salah satu bentuk media massa yang paling kuat dan berpengaruh, film memiliki peran penting dalam budaya modern.

#### Film Animasi Jepang

Film animasi atau yang lebih dikenal juga sebagi film kartun adalah salah satu kategori film. Animasi diambil dari Bahasa latin ‘anima’ yang berarti jiwa, hidup dan semangat. Film animasi memanfaatkan gambar-gambar, lukisan dan benda mati yang dibuat hidup dengan Teknik animasi. Menurut Ramadianto (2008: 93) animasi merupakan gambar dua dimensi yang seolah-olah bergerak karena kelemahan mata yang selalu menyimpan di otak imaji yang pernah dilihat sebelumnya. Film animasi memiliki prinsip yang sama dengan film yang menggunakan objek hidup, semua sama-sama terdiri dari frame atau gambar yang menumpuk untuk menciptakan ilusi gerak. Menurut Marselli (1996: 16) sedikit banyaknya frame atau gambar menentukan kasar atau halusnya ilusi gerak yang tercipta.

Salah satu negara yang cukup banyak memproduksi animasi adalah jepang. Film animasi Jepang, yang dikenal sebagai "anime" (アニメ) dalam bahasa Jepang, adalah genre film animasi yang berasal dari Jepang dan memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari animasi dari negara-negara lain. Anime telah menjadi salah satu aspek penting dalam budaya populer Jepang dan mendapat pengakuan internasional. Di luar jepang, anime lebih dikenal sebagai animasi yang berasal dari jepang atau gaya animasi yang berwarna-warni, karakter yang mencolok dan tema yang cukup unik. Gaya anime yang abstrak bisa memungkinkan orang dari luar jepang bisa memproduksi anime. Walau anime hanya berupa gaya dan teknik produksi yang umum digunakan di jepang, namun anime masih dianggap oleh sebagaian orang sebagai produk animasi hasil jepang saja. Karya diluar jepang yang menggunakan gaya anime masih sering dianggap bukan anime.

Anime mencakup berbagai gaya seni yang beragam, mulai dari yang sangat realistis hingga yang sangat stilistik dan ekspresif. Gaya ini dapat berkisar dari yang cocok untuk anak-anak hingga yang lebih serius dan dewasa. Banyak anime diadaptasi dari manga, yang merupakan versi komik atau novel grafis dari cerita aslinya. Mangaka adalah penulis dan ilustrator manga. Ini sering menjadi sumber inspirasi utama untuk banyak seri anime.

Anime mencakup berbagai genre, termasuk aksi, petualangan, komedi, drama, fantasi, horor, fiksi ilmiah, romansa, dan masih banyak lagi. Ini membuat anime dapat menarik berbagai jenis penonton. Beberapa anime terkenal untuk mengambil genre konvensional, seperti anime mecha (robot), dan melakukan "dekonstruksi" atau pengubahan besar terhadap genre tersebut untuk memberikan perspektif yang unik.

Aktor suara, yang dikenal sebagai "seiyuu" di Jepang, memainkan peran penting dalam anime. Mereka memberikan suara dan kepribadian karakter, dan beberapa seiyuu sangat terkenal di kalangan penggemar anime. Banyak anime memiliki cerita yang kompleks dan karakter yang berkembang dengan baik. Ini sering kali memiliki elemen filosofis, moral, atau etis yang mendalam. Anime sering mencerminkan unsur-unsur budaya Jepang dalam pengaturan, karakter, dan cerita. Beberapa anime juga menyelipkan aspek-aspek seperti mitologi Jepang, sejarah, atau tata krama Jepang. Anime sering menonjolkan ekspresi emosi yang kuat dan karakter-karakter dengan karakteristik visual yang khas. Mata besar, rambut berwarna-warni, dan ekspresi wajah yang dramatis adalah contoh ciri khas.

Anime telah meraih popularitas internasional dan memiliki penggemar yang besar di luar Jepang. Ini menghasilkan pengalihan bahasa, dubbing, dan subtitel untuk membuat anime dapat diakses oleh penonton non-Jepang. Beberapa studio produksi anime terkenal di Jepang, seperti Studio Ghibli, Toei Animation, Kyoto Animation, Madhouse, dan lainnya, telah menciptakan karya-karya berpengaruh dalam dunia anime.

#### Hubungan Antar Manusia dalam Komunikasi

Hubungan manusia dalam komunikasi merujuk pada interaksi antara individu atau kelompok manusia saat mereka berkomunikasi satu sama lain. Ini mencakup bagaimana manusia berinteraksi, bertukar pesan, berbagi informasi, dan berkomunikasi dalam berbagai konteks dan situasi. Hubungan manusia dalam komunikasi dapat sangat beragam dan kompleks, dan berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia.

Hubungan manusia dalam komunikasi membentuk dasar interaksi sosial, hubungan personal, dan dinamika sosial dalam masyarakat. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif, mendengarkan dengan baik, memahami sudut pandang orang lain, dan mengekspresikan diri dengan jelas adalah keterampilan penting yang membantu membangun hubungan yang sehat dan produktif dalam berbagai konteks.

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi antarpersonal. Komunikasi antarpersonal merujuk pada proses komunikasi yang terjadi antara dua individu atau lebih dalam lingkungan yang lebih pribadi dan langsung. Ini adalah bentuk komunikasi yang mendalam dan terfokus pada interaksi antara individu-individu tertentu, yang sering kali melibatkan pertukaran pesan verbal dan non-verbal, serta ekspresi emosi dan pendapat.

Komunikasi antarpersonal memiliki beberapa karakteristik seperti partisipan terbatas, dimana komunikasi antarpersonal melibatkan sejumlah kecil partisipan, biasanya dua orang atau lebih. Ini memungkinkan interaksi yang lebih intim dan mendalam daripada komunikasi dalam kelompok yang lebih besar. Dalam komunikasi antarpersonal, individu terlibat secara pribadi dengan lawan bicara mereka. Mereka dapat berbagi pemikiran, perasaan, pengalaman, dan pandangan dengan lebih bebas daripada dalam komunikasi yang lebih formal.

Komunikasi antarpersonal sering terjadi dalam jarak fisik yang dekat antara partisipan, yang memungkinkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan kontak mata yang lebih mudah diamati. Pesan dalam komunikasi antarpersonal dapat disampaikan melalui berbagai saluran, termasuk ucapan, bahasa tubuh, kontak mata, sentuhan, dan bahkan tulisan atau pesan teks.

Komunikasi antarpersonal memerlukan tingkat pendengaran yang baik, di mana individu mendengarkan aktif dan mencoba memahami pandangan dan perasaan lawan bicara mereka. Ini membantu membangun hubungan yang kuat dan empati. Komunikasi antarpersonal sering kali memengaruhi hubungan antara individu tersebut. Kualitas komunikasi dapat memperkuat atau melemahkan ikatan interpersonal.

Dalam komunikasi antarpersonal, individu sering mengungkapkan emosi mereka dengan lebih terbuka. Ini bisa termasuk rasa cinta, marah, kebahagiaan, atau kekecewaan. Selain aspek emosional, komunikasi antarpersonal juga mencakup pertukaran informasi, gagasan, atau pandangan antara individu. Hal ini dapat membantu dalam pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan berbagi pengetahuan. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata memiliki peran penting dalam komunikasi antarpersonal dan dapat mengungkapkan banyak informasi tambahan selain dari kata-kata yang diucapkan.

Komunikasi antarpersonal sering ditekankan pada kejujuran dan kepercayaan. Orang-orang mencari untuk membangun hubungan yang kuat berdasarkan saling pengertian dan integritas. Komunikasi antarpersonal merupakan inti dari hubungan pribadi, termasuk hubungan percintaan, persahabatan, dan hubungan antara anggota keluarga. Kualitas komunikasi antarpersonal yang baik dapat membantu membangun hubungan yang sehat, memecahkan konflik, dan menciptakan rasa keintiman yang mendalam antara individu-individu yang terlibat.

#### Hubungan Ayah dan Anak

Hubungan antara ayah dan anak adalah salah satu hubungan paling penting dalam kehidupan seseorang. Hubungan ini memiliki karakteristik unik yang memengaruhi perkembangan fisik, emosional, sosial, dan psikologis anak. Pendidikan dan Pembelajaran: Ayah adalah salah satu model peran penting dalam kehidupan anak. Mereka dapat membantu anak belajar keterampilan baru, nilai-nilai, dan etika kerja. Hubungan ini menciptakan lingkungan di mana anak dapat tumbuh dan berkembang.

Ayah memainkan peran penting dalam memberikan rasa kepercayaan dan keamanan kepada anak. Kehadiran dan dukungan ayah membantu anak merasa dilindungi dan didukung dalam menjalani kehidupan mereka. Ayah sering berperan sebagai figur yang memberikan nasihat dan bimbingan kepada anak. Mereka dapat membantu anak mengatasi tantangan, mengambil keputusan, dan belajar dari pengalaman.

Hubungan dengan ayah juga memengaruhi cara anak berinteraksi dengan orang lain di lingkungan sosialnya. Interaksi yang sehat dengan ayah dapat membantu anak dalam membangun keterampilan sosial dan empati. Ayah membantu dalam pembentukan identitas anak. Mereka membantu anak memahami peran gender, budaya, dan nilai-nilai keluarga yang menjadi bagian penting dari identitas mereka. Ayah memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan penting dalam kehidupan anak, seperti pendidikan, karier, dan tujuan hidup. Pendapat ayah dapat menjadi pertimbangan yang berharga bagi anak dalam mengambil keputusan.

Kualitas hubungan antara ayah dan anak dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis anak. Hubungan yang positif dan kasih sayang dapat membantu anak merasa dicintai dan dihargai. Ayah membantu anak untuk berkembang sebagai individu yang mandiri. Mereka memberikan dukungan yang diperlukan saat anak mulai menjalani kehidupan yang mandiri. Ayah juga berperan dalam memberikan dukungan emosional kepada anak. Mereka dapat menjadi tempat bagi anak untuk mengekspresikan perasaan, mengatasi emosi, dan mendapatkan dukungan saat menghadapi stres atau kesulitan. Hubungan ayah dan anak dapat menjadi sumber kebahagiaan dan keintiman yang mendalam. Momen bersama antara ayah dan anak, seperti bermain, berbicara, atau berbagi minat yang sama, memungkinkan hubungan ini berkembang dengan lebih baik.

Ayah melakukan perannya untuk anak adalah bentuk kasih sayang ayah kepada anaknya. Ayah-ayah di Jepang yang memilih untuk menyediakan waktu untuk merawat anak merasa senang, istilah dalam Bahasa Jepang “atarimae de tannoshii” atau “natural and enjoyable” (Steger & Koch, 2017: 69). Lewat perannya untuk anak, ayah-ayah di Jepang menunjukan perasaan kasih sayangnya kepada anak.

Pekerjaan adalah salah satu faktor yang membuat ayah dan anak kekurangan waktu bersama. Tentu saja, Jepang bukan satu-satunya yang berpandangan seperti ini. Tapi pada 1980an, rata-rata pria menghabiskan 40 menit untuk berinteraksi dengan anak dalam sehari. Di jepang sendiri ayah berinteraksi dengan anak-anaknya sering terlihat berjarak dan memunculkan rasa hormat, bahkan rasa takut — dan ini tercermin dalam ungkapan "jishin, kaminari, kaji, oyaji" - "gempa, petir, api dan ayah" (Robson, 2018). Ayah dianggap oleh anak-anak sebagai sosok yang kaku bahkan menakutkan.

Namun di jepang stereotipe ayah yang kaku, menakutkan dan pecandu kerja perlahan mulai bergeser. Sosok ayah di media-media di jepangpun mulai berganti menjadi sosok ayah yang selalu bermain bersama anak, mengenakan pakaian yang senada dengan anak, terlihat simpatik dan sabar, bahkan ayah sering juga digambarkan sedang memasak dan mengerjakan pekerjaan rumah. Sosok ayah seperti ini disebut ikumen: kombinasi dari kata ikuji (merawat anak) dan ikemen (pria ganteng).

Ayah-ayah di Jepang tidak semua menjadi ayah rumah tangga, namun banyak ayah di Jepang sekarang sudah menemukan jalan untuk bersama anak dibandingkan dahulu. Konsep ikumen menjadi panduan ayah di Jepang untuk membina hubungannya dengan anak. Jadi sudah cukup wajar di Jepang kita melihat Ayah yang sering menghabiskan waktu bersama anaknya.

#### Shelter oleh Porter Robinson

Video Klip “Shelter” dapat dilihat di YouTube di kanal Porter Robinson dengan link https:/[/www](http://www.youtube.com/watch?v=fzQ6gRAEoy0).[youtube.com/watch?v=fzQ6gRAEoy0.](http://www.youtube.com/watch?v=fzQ6gRAEoy0) Video tersebut diunggah dengan judul Porter Robinson & Madeon - Shelter (Official Video) (Short Film with A-1 Pictures & Crunchyroll) dan durasi yang dimiliki video klip ini adalah enam menit enam detik (6:06).

Shelter adalah sebuah karya kolaborasi antara musisi EDM (Electric Dance Music) asal Amerika dan Perancis, Porter Robinson & Madeon dengan Studio Animasi (anime) asal Jepang, A-1 Pictures dan Perusahaan penyedia streaming anime secara legal, Cruchyroll. Film animasi pendek ini memiliki durasi 6 menit 6 detik. Kolaborasi ini di unggah lewat Youtube di kanal resmi milik Porter Robinson pada 18 Oktober 2016 dengan judul “Porter Robinson & Madeon - Shelter (Official Video) (Short Film with A-1 Pictures & Cruchyroll)”, tetapi judul film sekaligus music video ini adalah “Shelter”. Menurut data yang dilansir knowyourmeme.com (2017) menunjukan pada minggu pertama video ini dirilis, telah terkumpul 4 juta views, dan dalam jangka waktu 3 bulan telah terkumpul 12 juta views.

Lirik lagu Shelter mencerminkan tema-tema seperti nostalgia, kenangan, dan harapan. Lagu ini mengisahkan tentang seorang gadis muda yang hidup dalam simulasi virtual di mana ia menciptakan dunianya sendiri untuk menghindari kehancuran di dunia nyata. Tema-tema ini mengeksplorasi hubungan antara realitas dan fantasi, serta keinginan untuk menjaga kenangan-kenangan yang berharga. Porter Robinson dan A-1 Pictures bekerja sama untuk menciptakan sebuah film pendek animasi yang memvisualisasikan cerita latar belakang karakter utama dalam lagu ini. Film animasi ini mengikuti perjalanan seorang gadis bernama Rin yang hidup dalam simulasi virtual dan mengungkapkan kenangan-kenangan masa kecilnya. Animasi Shelter mendapatkan pujian karena animasi yang indah dan penggarapan cerita yang emosional.

Shelter memiliki elemen musik elektronik yang khas, dengan melodi yang menghipnotis dan vokal yang mendalam. Kolaborasi antara Porter Robinson dan Madeon menciptakan karya yang harmonis dengan elemen-elemen musik yang kuat. Musiknya menciptakan suasana yang emosional dan memikat yang mendukung tema cerita. Shelter mendapatkan popularitas yang besar di kalangan penggemar musik elektronik dan juga mencapai khalayak yang lebih luas melalui animasi yang menyertainya. Karya ini menerima banyak pujian dari kritikus musik dan pencinta seni.

Shelter mengandung pesan emosional tentang pentingnya menghargai kenangan, hubungan, dan realitas dalam kehidupan kita. Ini menyoroti perasaan nostalgia dan keinginan untuk tetap terhubung dengan kenangan masa lalu. Singkatnya film pendek ini menceritakan kisah Rin, gadis berusia 17 tahun yang hidup sendirian di Dunia Simulasi yang dia dapat kendalikan lewat tablet yang selalu dia bawa. Dalam Dunia Simulasi yang dia tinggali, Rin senang menggambarkan alam-alam, mensimulasikan laut untuk tepatnya bermain, di padang rumput, dan lain-lain. Namun Rin merasa kesepian di Dunia Simulasi karena tidak ada orang lain selain dirinya sendiri. Lambat laun dia menemukan rahasia dibalik asal muasal keadaan sulit dan masa lalunya. Di momen tersebutlah Dunia Simulasi dimana dia tinggal mengalami glitc h atau kesalahan jangka pendek dalam sistem komputer. *Glitch* tersebut membawa Rin ke ingatan masa lalunya, disitu dia mengingat ayahnya. Disaat itu juga Rin mengetahui bahwa dia dimasukan ke Dunia Simulasi di dalam *pod* penyelamatan darurat yang ada di film-film *sci-fi* oleh ayahnya agar terhindar dari bahaya yang mengancam bumi.

#### Semiotika

Secara terminologi, semiotika dapat diidentifikasikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Pada dasarnya, analisis semiotika memang merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh atau sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut dari narasi tertentu. Charles Morris (dalam Wahjuwibowo, 2018: 5) memudahkan untuk memahami ruang lingkup kajian semiotika yang menaruh perhatian atas ilmu tentang tanda-tanda. Menurutnya, kajian semiotika pada dasarnya dapat dibedakan ke dalam tiga cabang penyelidikan (*branches of inquiry*) yakni sintaktik, semantik dan pragmatik.

Sintaktik atau sintaksis, yaitu suatu cabang penyelidikan semiotika yang mengkaji “hubungan formal suatu tanda dengan tanda-tanda yang lain”. Dengan begitu, hubungan-hubungan formal ini merupakan kaidah-kaidah yang mengendalikan tuturan dan interpretasi. Pengertian sintaktik kurang lebih adalah semacam ‘gramatika’.

Semantik, yaitu suatu cabang penyelidikan semiotika yang mempelajari “hubungan di antara tanda-tanda dengan *designate* atau objek-objek yang diacunya”. Yang dimaksud *designate* adalah tanda-tanda sebelum digunakan di dalam tuturan tertentu.

Pragmatik, yaitu suatu cabang penyelidikan semiotika yang mempelajari “hubungan di antara tanda-tanda dengan para pemakainya”, pemakaian tanda-tanda. Pragmatik secara khusus berurusan dengan aspek-aspek komunikasi, khususnya fungsi-fungsi situasional yang melatari tuturan.

Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda, simbol, dan makna dalam komunikasi. Ini adalah disiplin ilmu yang mencoba untuk memahami bagaimana tanda-tanda digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dan makna dalam berbagai konteks komunikasi. Konsep semiotika memiliki relevansi yang besar dalam memahami proses komunikasi, terutama dalam pemahaman bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan oleh individu atau kelompok.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang digunakan dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes dalam Sobur, 2004: 15).

Semiotika adalah teori tentang produksi dan penafsiran terhadap makna. Semiotika merupakan prinsip dasar yang menerangkan bahwa makna yang dibuat melalui penyebaran tindakan dan objek berfungsi sebagai ‘tanda’ dalam hubungan dengan tanda-tanda lain. Sistem dari tanda-tanda ini dilembagakan oleh para pembuat dan penerima tanda, terutama hubungan kontras atau hubungan antar superordination dan subordination (antara seluruh dan bagian). Tanda-tanda ini menyebar di dalam ruang dan waktu. Makna-makna tersebut dapat diterangkan satu sama lain sekaligus menjelaskan hubungan antartanda-tanda yang digunakan (Liliweri, 2011: 217).

Tanda-tanda adalah basis atau dasar dari seluruh komunikasi, kata pakar komunikasi Littlejohn yang terkenal dengan bukunya “Theories on Human Behavior” (1996). Littlejohn (dalam Wahjuwibowo, 2018: 9), menyatakan bahwa manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya dan banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini. Dalam semiotika, tanda adalah entitas yang memiliki dua komponen utama: bentuk fisik yang disebut "signifier" dan makna atau konsep yang disebut "signified." Sebagai contoh, kata tertulis "apple" adalah tanda di mana "apple" adalah signifier (bentuk fisik) dan buah apel itu sendiri adalah signified (makna atau konsep). Konsep triadik tanda adalah dasar dalam semiotika. Ini menggambarkan hubungan antara tiga elemen: objek dunia nyata yang diwakili oleh tanda (referent), tanda itu sendiri (sign), dan pemahaman atau makna yang diberikan oleh penerima pesan (interpretant). Triadik tanda ini menciptakan pemahaman bersama antara komunikator dan penerima.

Semiotika juga digunakan untuk memahami makna dalam gambar, visual, dan seni. Di sini, elemen-elemen seperti warna, bentuk, dan komposisi digunakan sebagai tanda-tanda yang membantu dalam menyampaikan pesan dan makna. Bahasa adalah sistem semiotik yang paling umum dan penting. Kata-kata, frase, dan kalimat dalam bahasa digunakan sebagai tanda-tanda untuk menyampaikan pesan verbal. Dalam semiotika, studi tentang bahasa melibatkan analisis terhadap bagaimana kata-kata dan frasa membentuk makna dan bagaimana mereka digunakan dalam konteks komunikasi.

Semiotika menekankan bahwa makna tanda-tanda adalah konvensi sosial. Ini berarti bahwa makna tanda-tanda dalam bahasa dan komunikasi adalah hasil dari perjanjian bersama dalam masyarakat tentang apa yang tanda-tanda tersebut wakili. Semiotika juga memahami bahwa interpretasi pesan dan tanda-tanda bersifat subyektif. Penerima pesan dapat memberikan makna yang berbeda-beda berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan konteks mereka sendiri. Semiotika menekankan pentingnya memahami makna dalam konteks yang lebih luas. Konteks komunikasi, budaya, sosial, dan sejarah dapat memengaruhi bagaimana tanda-tanda diinterpretasikan.

Studi semiotika juga penting dalam pemahaman terjemahan antar bahasa dan antar budaya. Penerjemahan adalah upaya untuk memindahkan makna dari satu sistem semiotik (bahasa asal) ke sistem semiotik lain (bahasa sasaran). Analisis semiotik adalah pendekatan yang digunakan untuk membedah tanda-tanda dalam pesan komunikasi. Ini melibatkan identifikasi tanda-tanda, signifier, signified, dan interpretant untuk memahami bagaimana pesan dibangun dan apa makna yang terkandung di dalamnya.

### Kerangka Teoritis

#### Teori Konstruksi Realitas Sosial

Teori konstruksi realitas sosial adalah kerangka kerja teoritis dalam sosiologi dan ilmu sosial yang mengemukakan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang ada secara objektif atau terlepas dari pemikiran manusia, melainkan sesuatu yang dibentuk dan dikonstruksi oleh individu dan masyarakat. Teori ini menekankan peran penting pemikiran, persepsi, dan interpretasi dalam membentuk pandangan dunia dan makna sosial.

Teori konstruksi realitas sosial berpendapat bahwa realitas sosial adalah produk dari konstruksi sosial, yakni hasil dari pemahaman, persepsi, dan interpretasi manusia terhadap dunia di sekitar mereka. Ini berarti bahwa apa yang dianggap sebagai "kenyataan" adalah hasil dari interaksi sosial dan representasi simbolik. Bahasa dan simbol memainkan peran sentral dalam konstruksi realitas sosial. Manusia menggunakan bahasa untuk memberikan makna pada pengalaman dan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Dalam proses ini, bahasa dan simbol-simbol seperti kata-kata, lambang, dan tanda-tanda membentuk pemahaman bersama tentang dunia.

Peter L. Berger adalah seorang sosiolog terkenal yang berperan penting dalam perkembangan teori konstruksi sosial. Dia bersama dengan Thomas Luckmann menulis buku berjudul "The Social Construction of Reality" (Konstruksi Sosial Realitas) pada tahun 1966, yang menjadi salah satu karya klasik dalam sosiologi modern. Dalam bukunya ini, Berger dan Luckmann mengembangkan gagasan tentang bagaimana realitas sosial dibentuk oleh individu dan masyarakat. Berger dan Luckmann berpendapat bahwa realitas sosial adalah konstruksi sosial. Mereka menekankan bahwa realitas sosial bukanlah suatu entitas yang ada secara inheren, melainkan hasil dari proses konstruksi yang melibatkan individu-individu dalam masyarakat.

Berger dan Luckmann mengemukakan bahwa individu mempelajari dan menginternalisasi norma-norma, nilai-nilai, dan pemahaman sosial melalui proses sosialisasi. Ini melibatkan pembentukan pemahaman bersama tentang dunia di sekitar mereka. Mereka menyoroti peran institusi sosial, seperti agama, keluarga, dan pendidikan, dalam membentuk pemahaman bersama tentang realitas sosial. Institusi-institusi ini memainkan peran penting dalam mengajarkan norma-norma dan nilai-nilai sosial kepada individu. Berger dan Luckmann juga menekankan bahwa individu membangun identitas sosial mereka sendiri melalui interaksi sosial dan internalisasi norma-norma sosial. Identitas sosial seseorang tidak ada begitu saja, melainkan merupakan hasil dari proses konstruksi. Mereka mengakui bahwa realitas sosial dapat berubah seiring waktu dan berdasarkan perubahan dalam masyarakat dan budaya. Konstruksi sosial realitas tidak tetap dan statis.

Buku "The Social Construction of Reality" oleh Berger dan Luckmann menjadi dasar bagi pemikiran konstruksi sosial dalam sosiologi dan ilmu sosial. Karya ini telah mempengaruhi banyak ilmuwan sosial dan mengubah cara kita memahami bagaimana individu dan masyarakat bersama-sama menciptakan dan memahami realitas sosial. Konsep-konsep yang dijelaskan dalam buku ini masih menjadi topik yang sangat penting dalam penelitian sosiologi kontemporer.

Konstruksi realitas sosial juga melibatkan interaksi sosial. Manusia berinteraksi satu sama lain untuk memahami dan menginterpretasikan dunia di sekitar mereka. Selama interaksi ini, konvensi sosial, norma, dan nilai-nilai dibentuk dan diteruskan. Konteks sosial dan budaya memainkan peran penting dalam konstruksi realitas. Cara individu dan masyarakat memahami dan menginterpretasikan dunia dapat bervariasi berdasarkan latar belakang budaya, nilai, dan pengalaman mereka.

Teori konstruksi realitas sosial mengakui pentingnya kebudayaan dan pengetahuan bersama. Kebudayaan mencakup sistem nilai, norma, dan simbol-simbol yang membentuk cara individu dalam masyarakat memahami realitas. Pengetahuan bersama adalah pemahaman bersama tentang makna dan norma yang diterima oleh masyarakat. Teori ini seringkali kritis terhadap pandangan realisme yang menganggap ada "kenyataan objektif" yang ada di luar pemikiran manusia. Sebaliknya, teori konstruksi realitas sosial berpendapat bahwa apa yang dianggap sebagai "kenyataan" selalu dipersepsikan dan dimediasikan oleh individu dan masyarakat. Teori ini menggarisbawahi bahwa individu tidak hanya "mengamati" realitas, tetapi juga "mengambil bagian" dalam proses konstruksinya. Mereka aktif terlibat dalam membentuk makna dan menginterpretasikan pengalaman mereka.

Teori konstruksi realitas sosial memiliki dampak yang besar dalam berbagai bidang ilmu sosial, termasuk sosiologi, antropologi, psikologi sosial, dan komunikasi. Ini membantu menjelaskan bagaimana pandangan dunia dan norma sosial berkembang, berubah, dan dipertahankan dalam masyarakat. Teori ini juga memiliki implikasi dalam analisis budaya, studi media, dan pemahaman interaksi sosial.

#### Semiotika Roland Barthes

Kancah penelitian semiotika tidak bisa begitu saja melepaskan nama Roland Barthes (1915-1980) ahli semiotika yang mengembangkan kajian yang sebelumnya punya warna kental strukturalisme kepada semiotika teks. Pada 1960-an ia seorang strukturalis dan sekaligus salah satu penganjur semiologi Saussure. Semiotika Roland Barthes adalah pendekatan dalam studi semiotika yang dikembangkan oleh seorang teoretikus Prancis bernama Roland Barthes. Barthes dikenal karena kontribusinya yang besar dalam analisis tanda-tanda dan simbol dalam budaya, sastra, dan media.

Sumbangan teorinya tersebar mulai dari semiotika teks, semiotika komunikasi visual, hingga semiotika kedokteran. Karya Barthes dapat dikelompokkan ke dalam dua fase. Pada fase pertama ia meneliti semiotika sistematis sedangkan pada fase kedua ia beralih ke tulisan-tulisannya yang bergaya esai mengenai sastra dan budaya (Nazaruddin, 2015: 51).

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi kunci dari analisisnya. Mengabaikan dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) sebuah ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya dengan (R) dengan *content* atau *signified* (C): ERC (Wahjuwibowo, 2018: 21)

Sebuah sistem tanda primer (*primary sign system*) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan memiliki makna yang berbeda ketimbang semula. Jika yang diperluas adalah elemen C, tanda primernya (E1R1C1) menjadi ekspresi dalam sistem tanda sekunder sehingga rumusnya:

E2=( E1R1C1)R2C2

Dengan begitu, tanda primer adalah denotatif sedangkan tanda sekunder adalah konotatif. Konsep konotatif inilah yang menjadi kunci penting dari model semiotika Roland Barthes. Lewat model ini Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (ekspresi) dan signified (konten) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Itu yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna nyata dari tanda (sign). Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya (Wahjuwibowo, 2018: 21-22).

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif yang di dalam karyanya yang berjudul “Mythologies” secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

Tabel 2.2 Tanda Roland Barthes

|  |  |
| --- | --- |
| 1. *Signifier* (penanda)
 | *2. Signified* (petanda) |
| 3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif) |
| 4. *Conotative Signifier* (penanda konotatif) | 5. *Connotative Signified*(petanda konotatif) |
| 6.*Connotative Sign* (Tanda Konotatif) |

Seperti dalam semiotika umum, Roland Barthes memulai dengan konsep tanda. Barthes memandang tanda sebagai entitas yang terdiri dari dua komponen utama: "signifier" (signifikasi) dan "signified" (yang disignifikasikan). "Signifier" adalah bentuk fisik atau visual dari tanda, sementara "signified" adalah makna atau konsep yang diwakili oleh tanda tersebut. Barthes mengidentifikasi dua tipe tanda yang berbeda: tanda indeks dan tanda simbol. Tanda indeks adalah tanda yang memiliki hubungan kausal atau fisik dengan objek yang diwakilinya. Sebagai contoh, asap adalah tanda indeks dari api karena hubungan fisik antara asap dan api. Tanda simbol, di sisi lain, adalah tanda yang memiliki makna konvensional dan disepakati oleh masyarakat. Bahasa adalah contoh tanda simbol.

Barthes memperkenalkan konsep "makna tersirat" (connotative meaning) yang berlawanan dengan "makna literal" (denotative meaning). Makna literal adalah makna yang terkandung dalam tanda itu sendiri, sementara makna tersirat adalah makna tambahan yang terkait dengan konteks sosial, budaya, dan konvensi. Barthes berargumen bahwa makna tersirat sering kali lebih penting dalam analisis semiotika karena itu mencerminkan pemahaman budaya yang lebih dalam.

Dalam tulisannya yang terkenal, "Mitologi Barthes," Barthes memeriksa bagaimana tanda-tanda dalam budaya populer, seperti iklan dan citra selebriti, dapat digunakan untuk mengungkapkan ideologi tertentu. Dia berpendapat bahwa tanda-tanda ini sering digunakan untuk mempromosikan nilai-nilai dan pandangan dunia tertentu yang dipegang oleh masyarakat. Salah satu kontribusi terpenting Barthes dalam semiotika adalah ide bahwa makna dapat terdestabilisasi atau diguncang. Dia menunjukkan bagaimana tanda-tanda dapat memiliki banyak makna yang berbeda tergantung pada konteksnya, dan ini dapat digunakan untuk memahami kompleksitas dan keragaman dalam budaya.

Barthes menggunakan pendekatan analisis tekstual dalam studi semiotiknya. Ini melibatkan dekonstruksi teks (termasuk teks sastra, iklan, gambar, dan sebagainya) untuk mengungkap makna-makna tersembunyi dan konvensi semiotik yang digunakan.

##### Makna Denotasi / Signified

Signifier adalah persepsi terhadap bentuk fisik tanda yang bisa terdiri dari material, akustik, visual, atau selera sedangkan signified adalah konsep mental yang dipelajari dengan mengasosiasikannya dengan objek. Hubungan tanda dengan referent-nya (objek aktual yang direpresentasikan tanda) adalah signifikasi (Ida, 2014: 76-77).

Makna denotasi adalah salah satu konsep penting dalam pemikiran semiotika Roland Barthes. Denotasi adalah tingkat makna dasar atau literal dari sebuah tanda atau simbol. Ini adalah makna yang dapat ditemukan secara langsung dalam tanda itu sendiri, tanpa perlu interpretasi yang mendalam. Dalam konteks semiotika, konsep denotasi adalah kontras dengan "makna tersirat" atau "konotasi," yang merujuk pada makna tambahan atau konsep yang mungkin terkait dengan tanda tersebut berdasarkan konteks sosial, budaya, atau konvensi.

Makna denotasi adalah makna yang dapat diukur secara objektif. Ini adalah makna yang dapat diidentifikasi dan disepakati oleh banyak orang tanpa perlu interpretasi yang dalam. Sebagai contoh, dalam bahasa, kata "meja" denotasi sebuah meja sebagai objek fisik yang digunakan untuk meletakkan barang. Makna denotasi berfungsi sebagai dasar komunikasi. Ketika kita menggunakan tanda-tanda dalam bahasa atau simbol-simbol dalam gambar, makna denotasi memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan cara yang efektif. Ini adalah dasar pemahaman bersama dalam komunikasi.

Makna denotasi adalah tingkat pemahaman awal terhadap tanda-tanda. Ini adalah makna yang kita pelajari saat kita belajar bahasa atau saat kita memahami tanda-tanda visual dalam gambar atau foto. Makna denotasi adalah dasar bagi makna tersirat atau konotasi. Ketika kita memahami makna dasar dari tanda, kita dapat lebih lanjut menggali makna tambahan yang mungkin timbul dari konteks atau asosiasi budaya. Makna denotasi memungkinkan komunikasi yang presisi dan tidak ambigu. Ini membantu kita untuk berkomunikasi dengan jelas dan efisien, terutama dalam bahasa lisan dan tertulis.

Denotasi merupakan tingkat pertandaan tentang petanda dan penanda atau hubungan tanda pada realitas. Makna yang dihasilkannya berupa makna eksplisit dan pasti. Pertandaan ini adalah tingkat paling konvensional yang makna pada elemen pada tanda cenderung disepakati secara sosial.

Denotasi beroperasi pada level pertama dari signifikasi. Denotasi adalah makna kamus dari sebuah kata, terminologi atau objek. Roland Barthes menyarankan bahwa tanda yang beroperasi pada level denotatif lebih mudah diartikan. Level konotasi beroperasi sebagai makna kultural yang melekat pada sebuah terminologi (Ida, 2014: 78).

##### Makna Konotasi / Signifier

Konotasi mempunyai makna intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya.

Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif sehingga kehadirannya tidak sadari. Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta denotatif. Karena itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca (misreading) atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda (Wahjuwibowo, 2018: 22).

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman dalam Sobur, 2004: 71).

Konotasi merujuk pada makna tambahan, makna tersembunyi, atau asosiasi emosional yang terkait dengan sebuah tanda atau simbol di luar makna denotatifnya. Dalam konsep ini, tanda-tanda dapat membawa lebih dari satu lapisan makna, tergantung pada bagaimana mereka diinterpretasikan dalam konteks sosial, budaya, atau pribadi.

Makna konotasi adalah makna yang melekat pada tanda atau simbol dan tidak selalu jelas terlihat atau teridentifikasi. Ini adalah makna yang muncul melalui asosiasi, pengalaman, atau pemahaman sosial yang lebih dalam.

Barthes menganggap banyak tanda dan simbol dalam budaya sebagai tanda konotatif yang dapat digunakan untuk menyampaikan makna tambahan di luar makna denotatif mereka. Misalnya, bendera nasional dapat denotatif mewakili sebuah negara, tetapi juga memiliki konotasi patriotisme, kesetiaan, dan nasionalisme. Makna konotasi sering kali terkait dengan asosiasi budaya tertentu. Misalnya, warna merah dalam budaya Barat sering dikonotasikan dengan cinta atau bahaya, sedangkan dalam budaya Asia, warna merah dapat mengandung makna keberuntungan atau kebahagiaan.

Konteks sosial memainkan peran penting dalam pengembangan makna konotasi. Misalnya, kata-kata atau gambar yang digunakan dalam konteks politik atau agama dapat memiliki konotasi yang sangat berbeda daripada penggunaan mereka dalam konteks sehari-hari.

Makna konotasi seringkali bersifat subyektif dan dapat berbeda antara individu atau kelompok. Persepsi dan pemahaman seseorang terhadap makna konotasi dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka dan latar belakang budaya. Dalam analisis semiotik, tugasnya adalah untuk mengidentifikasi dan menggali makna konotasi yang mungkin terkandung dalam tanda-tanda dan simbol-simbol. Ini melibatkan membongkar lapisan-lapisan makna yang lebih dalam di luar makna denotatif yang jelas.

Makna konotasi dapat memiliki pengaruh yang kuat dalam komunikasi. Mereka dapat digunakan untuk mempengaruhi perasaan, pendapat, atau sikap orang terhadap pesan yang disampaikan. Makna konotasi juga dapat digunakan untuk memengaruhi budaya dan persepsi kolektif. Misalnya, iklan sering menggunakan makna konotasi untuk menciptakan hubungan emosional dengan produk atau merek.

##### Makna Mitos

Roland Barthes menambahkan perangkat semiotik dengan definisi dan eksplorasinya tentang *myths* (mitos). Barthes peduli pada bagaimana tanda- tanda mengambil nilai-nilai dari sistem nilai dominan atau ideologi dari masyarakat tertentu dan membuat nilai-nilai ini seolah natural atau alamiah (Ida, 2014: 81).

Dalam esainya yang berjudul “Myth Today” (1967), Barthes menawarkan konsep *mythologies*. Dalam tulisannya itu, Barthes membuat formula model semiologi (ilmu tentang tanda) untuk membaca budaya popular. Barthes mengambil skema Saussure dan menambahkan dalam tingkatan signifikasi kedua **(**Ida, 2014: 81-82).

Makna mitos dalam pemikiran Roland Barthes mengacu pada penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol dalam budaya populer untuk menyampaikan pesan-pesan ideologis atau nilai-nilai tertentu yang diterima oleh masyarakat. Barthes menyatakan bahwa mitos adalah cara di mana budaya menciptakan pemahaman bersama tentang dunia, meskipun itu seringkali tidak disadari. Dalam pemahaman semiotika Barthes, mitos bukan hanya cerita kuno atau legenda, tetapi juga dapat ditemukan dalam konteks budaya kontemporer, seperti iklan, media massa, dan gambar-gambar populer. Bagi Barthes, mitos adalah suatu bentuk narasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan ideologis atau makna tertentu dalam budaya. Mitos bukan hanya kisah-kisah legendaris, tetapi juga dapat terwujud dalam berbagai bentuk tanda-tanda, simbol-simbol, dan citra-citra yang muncul dalam budaya sehari-hari.

Mitos sering kali menyembunyikan makna-makna tertentu di balik simbol-simbol yang tampak biasa. Ini dapat mengubah cara kita memandang atau memahami sesuatu tanpa kita sadari. Mitos berfungsi untuk memperkuat dan mereproduksi nilai-nilai budaya yang ada. Mereka dapat mengukuhkan norma-norma sosial, tatanan politik, dan pandangan dunia yang diterima oleh masyarakat. Barthes mendorong pembongkaran mitos atau dekonstruksi untuk mengungkap makna-makna tersembunyi dalam budaya. Ini melibatkan analisis kritis terhadap tanda-tanda dan simbol-simbol yang digunakan untuk membentuk mitos.

Barthes menunjukkan bahwa mitos seringkali digunakan dalam media massa, seperti iklan, untuk mempromosikan produk, merek, atau gagasan tertentu. Iklan dapat mengemas produk dalam mitos yang menggugah emosi atau mempengaruhi persepsi konsumen. Mitos terkait erat dengan ideologi. Mereka dapat digunakan untuk mendukung atau memperkuat ideologi tertentu. Barthes memperingatkan tentang bahaya ketika mitos digunakan untuk meredam kritik atau merubah pandangan kritis menjadi pandangan yang pasif. Untuk mengidentifikasi mitos, analisis semiotik digunakan untuk membongkar lapisan makna dalam tanda-tanda dan simbol-simbol budaya. Ini membantu memahami bagaimana pesan-pesan ideologis disampaikan melalui mitos.

Konsep mitos Barthes telah memiliki dampak besar pada studi budaya populer, teori media, dan analisis semiotik. Ini membantu peneliti dan pengamat budaya untuk memahami bagaimana pesan-pesan ideologis tertanam dalam budaya sehari-hari.

Barthes menjelaskan apa yang telah dilakukan Saussure bahwa signifier yang awalnya hanya merupakan makna denotatif mampu menjadi makna konotasi dengan mitos yang dibangun Barthes. Mitos milik Barthes ini adalah bagian dari sistem aturan kedua dari signifikasi atau makna, yakni makna konotasi dari tanda yang kita amati. Barthes mengartikan mitos-mitos adalah ideologi yang dipahami sebagai tubuh ide-ide dan praktik-praktik yang secara aktif mempromosikan nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan dari kelompok- kelompok dominan dalam masyarakat yang mempunyai struktur kekuasaan (Storey dalam Ida, 2014: 83).

### 2.1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah struktur konseptual yang digunakan untuk merancang, mengorganisasi, dan memandu sebuah penelitian atau kajian. Kerangka pemikiran membantu peneliti dalam memahami, menganalisis, dan menjelaskan fenomena yang sedang dipelajari serta menyediakan kerangka kerja konseptual yang mendefinisikan hubungan antara konsep-konsep utama dalam penelitian tersebut.

Kerangka pemikiran mengidentifikasi konsep-konsep kunci atau variabel-variabel yang relevan untuk penelitian. Konsep-konsep ini sering kali terkait dengan pertanyaan penelitian atau hipotesis yang diajukan. Kerangka pemikiran menjelaskan hubungan antara konsep-konsep utama. Ini mencakup apakah ada hubungan sebab-akibat, korelasi, pengaruh saling, atau jenis kaitan lainnya antara variabel-variabel tersebut. Kerangka pemikiran dapat merujuk pada teori atau model konseptual yang sudah ada dalam bidang studi yang relevan. Teori atau model ini membantu merumuskan dasar konseptual bagi penelitian.

Pada penelitian ini digunakan film animasi dalam video klip sebagai objek penelitian sebab dasar pemikiran dari film merupakan salah satu media massa yang paling banyak diminati dan dapat menarik perhatian banyak khalayak dari berbagai kalangan. Film animasi adalah bentuk seni dan hiburan yang menggabungkan gambar-gambar bergerak, karakter, objek, dan latar belakang yang diciptakan secara visual atau dengan komputer untuk menciptakan ilusi gerakan. Dalam film animasi, berbagai elemen visual disusun dalam urutan yang cepat, sehingga ketika ditonton secara berurutan, mereka menciptakan perasaan gerakan dan narasi.

Elemen utama dalam film animasi adalah karakter dimana karakter-karakter yang diciptakan secara visual digerakkan untuk berinteraksi dan berkembang dalam cerita. Karakter-karakter ini dapat berupa manusia, hewan, makhluk fantasi, atau objek. Latar belakang dalam film animasi menciptakan lingkungan dan suasana untuk cerita. Latar belakang ini juga dapat menjadi karya seni visual yang indah dalam dirinya sendiri. Ada berbagai teknik animasi yang digunakan dalam film animasi, termasuk animasi tangan (stop motion), animasi 2D (dibuat dengan menggambar tangan atau menggunakan perangkat lunak), dan animasi 3D (dibuat dengan komputer). Selain elemen visual, suara dan musik memainkan peran penting dalam menciptakan atmosfer dan emosi dalam film animasi. Pengisi suara memberi karakter suara dan kepribadian, sedangkan musik mengiringi dan meningkatkan perasaan dalam cerita.

Seperti film live-action, film animasi memiliki cerita dan skrip yang mendalam dan mengikuti alur tertentu. Cerita dalam film animasi dapat ditargetkan untuk berbagai kelompok usia, dari anak-anak hingga orang dewasa. Ada berbagai jenis film animasi, termasuk animasi kartun, film animasi komputer (CGI), film animasi berhenti (stop motion), dan lain-lain. Setiap jenis memiliki estetika dan gaya uniknya sendiri. Film animasi dapat ditargetkan untuk berbagai kelompok audiens, termasuk film animasi untuk anak-anak, film animasi untuk remaja, dan film animasi dewasa. Beberapa film animasi juga dirancang agar dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia.

Film animasi telah menjadi bentuk seni dan hiburan yang populer di seluruh dunia dan dapat mencakup berbagai genre, mulai dari komedi, petualangan, fantasi, hingga drama.

Shelter adalah sebuah video klip animasi musik yang dirilis oleh musisi elektronik Porter Robinson dan seniman animasi A-1 Pictures pada tahun 2016. Ini adalah kombinasi dari musik elektronik dan animasi yang mengisahkan kisah yang mendalam dan emosional.

Shelter tidak hanya menghadirkan cerita yang mendalam tetapi juga dikenal karena visual yang indah dan lagu elektronik yang kuat yang dibawakan oleh Porter Robinson. Animasi tersebut diproduksi oleh A-1 Pictures dan disutradarai oleh Toshifumi Akai. Visualnya menampilkan dunia virtual yang memukau dengan detail yang indah, yang dipadukan dengan musik Robinson, menciptakan pengalaman yang memukau.

Shelter menghadirkan pesan tentang arti kehidupan, keluarga, dan pencarian identitas. Ini juga menggambarkan bagaimana teknologi dan realitas maya dapat menjadi tempat pelarian yang kuat bagi individu. Animasi ini menggugah emosi dan memicu refleksi tentang apa yang benar-benar berarti dalam hidup.

Shelter adalah contoh unik dari kolaborasi antara musik elektronik dan animasi untuk menggambarkan kisah yang mendalam. Ini mendapat pujian luas dari penonton dan kritikus karena kualitas visualnya yang mengesankan dan pesan emosionalnya.

Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Representasi Hubungan Ayah dan Anak dalam Video Klip Shelter oleh Porter Robinson dan Madeon” guna meneliti pesan, makna serta tanda isu sosial yang terkandung di dalam video klip Shelter dengan mengkonstruksi nilai realitas sosial yang terdapat dalam video klip tersebut untuk mengetahui pandangan dan pola pikir yang tersimpan melalui Teori Konstruksi Realitas Sosial. Setelah itu peneliti akan menganalisis tanda-tanda yang terdapat dalam adegan-adegan animasi video klip Shelter melalui Analisis Semiotika Roland Barthes melalui denotasi, konotasi dan mitos yang mengarah pada representasi hubungan antarpersonal dan menghasilkan pesan moral.

Berdasarkan pembahasan dalam kerangka pemikiran di atas, berikut peneliti uraikan kerangka pemikiran lewat bagan dibawah. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti atau pembaca dalam menggambarkan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti agar tetap berada dalam ruang lingkup penelitian yang telah ditetapkan.

Gambar 1 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

REPRESENTASI HUBUNGAN

AYAH DAN ANAK DALAM

VIDEO KLIP SHELTER

Mitos

Konotasi

Denotasi

Analisis Semiotika Roland Barthes

Konstruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann