

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era digital ini menjadi evolusi baru dalam teknologi media, dimana era digital tersebut sudah mengalami peningkatan yang begitu pesat. Hal ini dapat diperlihatkan dari banyaknya kebutuhan perangkat teknologi komunikasi yang dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sebab teknologi menjadi salah satu cara terbaik dalam menyelesaikan masalah karna tanpa adanya teknologi komunikasi manusia akan mengalami kemunduran seperti peradaban tradisional. Bahkan penggunaan media juga berdampak pada aktifitas dibidang pendidikan, ekonomi, sosial, budaya, dan politik dalam membantu penyebaran informasi secara cepat dan mudah dengan jangkauan yang luas.

Kehadiran media sosial tentu memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi siapa saja yang menggunakannya. Serta hampir dari seluruh lapisan masyarakat tidak terlepas dari terpaan media tersebut. Namun, dalam penggunaan media sosial juga memiliki pengaruh negatif dan positif dalam lingkungan masyarakat. Atau tanpa disadari informasi yang disampaikan dalam media dapat mempengaruhi pikiran, tindakan dan perubahan perilaku pada individu. Serta penyebaran informasi menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Oleh sebab itu media secara tidak langsung ikut merubah cara pandang seseorang akan kehidupannya (Sutabri, 2014).

Salah satu media sosial yang banyak dikunjungi dan memuat beragam informasi yakni YouTube. Sebagai media pilihan bagi semua orang dalam mencari informasi baik yang bersifat hiburan, edukasi, persuasi, dan kritik. Bahkan dari kemudahan fitur-fitur YouTube ini, mendorong para youtubers untuk menyalurkan hasil karyanya agar ditonton oleh pengguna lain melalui laman web akun YouTube mereka.

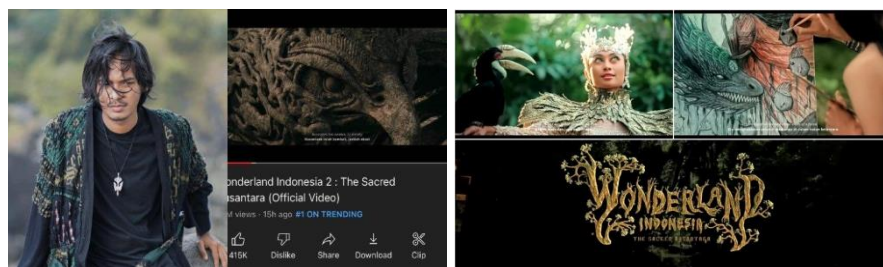
Penelitian ini mengambil kanal YouTube Alf Rev sebagai youtubers di Indonesia yang berani menyajikan beragam aransemen musik lagu tradisional maupun lagu barat. Selain itu, isi kontennya yang berbeda dengan YouTube pada umumnya menjadikan kanal YouTube tersebut menjadi pilihan menarik peneliti. Sebab tak banyak seseorang yang mampu mengembangkan berbagai lagu daerah dengan kolaborasikan alat musik modern *Launchpad* dan alat musik tradisional seperti gamelan dan gendang kedalam karya sebuah musik.

Karya yang dihasilkan Awwalur Rizqi Al-Firori atau sering disebut Alf Rev menekankan pada sisi nasionalisme dari aransemen musiknya. Selain itu, karya musik Alf Rev juga menyuguhkan rancangan audio visual yang menarik pada video musik. Keberadaan Alf Rev semakin dikenal oleh masyarakat ketika membuat proyek persembahan Hari Kemerdekaan Indonesia yang ke-76 yakni terciptanya *Wonderland Indonesia* dengan sajian proyek musik EDM (*Electronic Dance Music*) teknologi CGI (*Computer graphic Images*) yang digarap bersama dengan Rev Production dan Dewa Atlantis Studio.

Wonderland Indonesia sebagai salah satu karya unggulan dan paling membanggakan yang dibuat oleh Alf Rev. Karya pertama *Wonderland Indonesia* memiliki durasi video 10 menit 52 detik, yang menunjukkan keberagaman dari kebudayaan dan keindahan alam Nusantara. Serta mendapatkan banyak tanggapan positif dari masyarakat Indonesia. Maka dari itu, Alf Rev dan timnya mulai menggarap hasil karya baru dengan konsep serta visualisasi animasi 3D sebagai bentuk persembahan Hari Kemerdekaan Indonesia Ke-77 pada tahun ini dengan sebutan *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* yang diunggah di YouTube pada tanggal 17 Agustus 2022.

Pemilihan karya *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* sebagai penelitian ini, melihat dari penyajian unsur audio visual dalam sebuah karya film pendek yang mengandung pesan atau makna. Karya tersebut juga memiliki visualisasi dengan latar belakang gambar 3 dimensi yang menunjukkan pesona Indonesia mulai dari sabang sampai merauke yang kaya

akan berbagai keindahan alam meliputi bukit, gunung dan pantai. Selain itu, Alffy Rev juga memasukan unsur kebhinekaan dari video klip yang dibuat ini. Terlebih lagi melihat dari fenomena sosial saat ini pengaruh terpaan media sosial yang cepat, tentu juga berpengaruh pada pergesaran budaya yang seolah-olah mengikuti budaya luar negeri. Bahkan banyak dari anak muda di Indonesia sekarang lebih tertarik dengan budaya K-Pop dan budaya barat. Sehingga makin hilangkan budaya bangsa sendiri, maka dari itu perlunya promosi atau pelestarian kebudayaan agar terkenang oleh generasi selanjutnya walaupun dibarengi kemajuan teknologi.



Gambar 1.1 Wonderland Indonesia 2

Sumber Gambar :

<https://www.tribunnews.com/seleb/2022/08/19/wonderland-indonesia-2-trending-alfy-rev-berterima-kasih-terbayar-sudah-237-hari-produksi>
(diakses pada 22 September 2022)

Hadiranya karya *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* menjadi musik modern yang bisa masuk diplaylist kalangan masyarakat terutama pada anak muda zaman sekarang. Hingga video musik tersebut sempat viral sebab ditampilkanya beberapa tampilan pakai adat, tarian, serta lagu tradisional yang diikuti oleh instrument musik gamelan. Bahkan sudah banyak ditonton dilihat lebih dari 11 juta penonton dan mendapatkan respon positif dari masyarakat Indonesia dan para youtubers luar negeri. Kebanyakan dari mereka baru menyadari akan keindahan alam, berbagai kepercayaan hewan yang dihormati dan kekayaan sumber alam yang ada di Indonesia ketika melihat video tersebut. Selain itu, karya video Wonderland Indonesia 2 ini menjadi karya anak bangsa yang diperwujudkan untuk menumbuhkan rasa cinta tanah air serta sebuah karya yang memadukan unsur fiksi serta muatan

budaya dan sejarah cerita kerajaan Majapahit yang diringi aransemen lagu daerah Nusantara dan penggunaan alat musik modern berupa piano dan *lauchpad*.

Segi visualisasi yang ditampilkan dalam video *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* sebagai bentuk ungkapan pesan yang diterangkan melalui bentuk audio visual. Penekanan pada unsur visual yang berbentuk 3D dengan berbagai tema berbeda pada setiap *scene* video yang ditampilkan. Selain itu, disajikan narasi serta latar musik dan setting tempat yang menarik dengan teknik kamera yang mendukung membuat karya tersebut menarik untuk ditonton hingga menjadi viral di kalangan masyarakat Indonesia dan luar negeri. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan unsur visual dalam menganalisis penelitian ini sebab penggambaran retorika tidak hanya terlepas dari penyampaian pesan secara lisan dan tulisan baik bersifat visual maupun audio visual. Pada dasarnya retorika visual tidak hanya desain atau gambar pada suatu media, tapi juga pada video, film, internet maupun iklan. Melalui video klip menggambarkan proses penyampaian pesan dari produser musik pada setiap *scene-scene* video kepada para audiens sehingga menciptakan situasi retorika visual.

Penelitian terdahulu yang menjelaskan tentang retorika visual sudah dilaksanakan oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain: Pertama, dari Surya Anantatama Sembiring (2022) berjudul Analisis Retorika Visual di Saluran YouTube Kementerian Kesehatan Pada Video Vaksinasi Bagian dari Jihad Oleh Ustadz Das'ad Latief, Jurnal Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains. Perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan judul Analisis Retorika Visual pada Konten Youtube Kanal Allfy Rev Berjudul *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*, adapun perbedaan dari kedua penelitian pada fokus penelitian antara program video vaksinasi dengan video yang bersifat menghibur. Video klip dari Allfy Rev ini lebih menarik perhatian sebab dari setiap *scene* mampu membuat audiens kagum akan visualisasi dan makna pesan yang disampaikan secara tersirat.

Kedua, penelitian oleh Syarifah Nur Aini dkk (2021) dengan judul Analisis Retorika Konten Youtube skinnyindonesia24 dengan judul “YouTube lebih dari tv”. Perbedaan dari penelitian ini mengenai teknik pengumpulan data hanya didapatkan dari *screenshot* pada konten video “YouTube lebih dari tv” dan beberapa narasi serta berfokus pada kritik media. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih bersifat nasionalisme dengan tampilan *scene-scene* akan berbagai pesona Indonesia yang menampilkan keindahan alam, budaya dan tarian tradisional.

Penelitian yang akan dilakukan penulis menggunakan kajian analisis visual *scene* video klip serta meliputi narasi yang disampaikan narator serta melihat respon dari dikolom komentar. Bahkan latar musik (background) menjadikan rangkaian utuh video klip dengan wujud audio visual. Dengan ini penulis ingin meneliti tentang “*Retorika Visual pada Konten YouTube Kanal Allfy Rev Berjudul Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*”. Adapun batasan yang diterapkan pada penelitian ini mengenai pesan audio visual video YouTube menggunakan kajian teori retorika visual Sonja K. Foss dan segitiga retorika Hesford dan Bruggemann, digunakan dalam membahas terkait media YouTube mengenai video klip dari *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang diatas, peneliti menarik fokus penelitian berkait dengan :

Bagaimana penyampaian pesan-pesan retorika visual dari video *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mendeskripsikan pesan dari video *Wonderland Indonesia 2 : The Sacred Nusantara* melalui analisis retorika visual.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan baik secara teoritis dan praktis. Adapun kedua manfaat tersebut sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam kajian retorika khususnya pada pembahasan retorika visual dalam bidang Ilmu Komunikasi

1.4.2 Manfaat Praktisi

a. Bagi peneliti,

Penelitian ini memberikan pengalaman bagi peneliti untuk mengkaji dan mengaplikasi teori teori retorika visual oleh Sonja K. Foss dan segitiga retorika visual milik Hesford dan Brueggemann dalam menganalisis teks media secara empiris.

b. Bagi masyarakat,

Hasil penelitian yang ditemukan dapat memberikan kesadaran bagi pengguna media sosial khususnya media Youtube untuk terus berkreasi membuat konten video menghibur dan mengedukasi. Kemudian memberikan pengetahuan pada masyarakat agar dapat mengimplentasikan retorika visual juga sebagai aspek komunikasi.