

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Fenomena kerusakan alam terjadi di hampir seluruh belahan dunia tak terkecuali negara Indonesia. Kerusakan alam yang sering terjadi akibat ulah manusia memberikan dampak yang sangat signifikan bagi kelangsungan kehidupan manusia. Masalah fenomena tersebut berdampak pada perubahan iklim yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Perubahan iklim tidak terjadi jika manusia sebagai makhluk sosial tidak merusak habitat yang ada di alam semesta.

Akan tetapi, tidak semua umat manusia di penjuru dunia ini berniat untuk merusak ekosistem hingga mengakibatkan perubahan pada bumi ini. Masih banyak manusia di muka bumi yang ingin mempertahankan serta menjaga alam dari kerusakan lingkungan karena dampak yang dihasilkan dari kerusakan tersebut tidak dapat disepelekan begitu saja. Oleh karena itu, manusia yang masih berusaha untuk mempertahankan kesejahteraan alam dunia memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi yang ada. Hal tersebut bertujuan guna mempermudah mereka mempersuasi masyarakat yang lain agar memahami penyampaian informasi yang mereka lakukan.

Dikarenakan hal itu, komunikasi lingkungan hadir sebagai salah satu upaya persuasi kepada masyarakat sekitar guna sadar mengenai fenomena lingkungan yang ada. Komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat, seperti halnya hubungan kita dengan alam semesta. Ini merupakan sebuah media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respon terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi (Arkansyah et al. 2021).

Istilah lainnya adalah komunikasi lingkungan digunakan untuk menciptakan kesepahaman mengenai permasalahan lingkungan. Manfaat komunikasi lingkungan terlihat dengan jelas melalui peran dalam advokasi

lingkungan, pengelolaan serta perlindungan lingkungan melalui komunikasi, komponen dan mekanisme pendukung program lingkungan yang ada.

Di samping itu, keterbukaan era komunikasi informasi dari media sosial khususnya telah menjadi suatu hal yang tidak dapat tertolak dikalangan generasi muda. Nilai-nilai yang disampaikan oleh media cenderung bebas dan dapat tersebar dengan sangat luas dan cepat. Oleh karena itulah media sosial cenderung digunakan oleh semua orang. Komunikasi melalui media massa hadir dan diyakini sangat mampu dalam menyebarkan pesan serta informasi dengan cepat. Apalagi di era saat ini media dianggap sebagai pelopor. Maksud dari komunikasi melalui media massa tersebut adalah media massa dapat menyajikan segala hal yang dapat dibutuhkan oleh kalangan manusia.

Komunikasi yang disampaikan oleh berbagai media sosial tersebut yang mampu mempersuasi atau mengendalikan suatu kalangan maupun individu. Berbagai jenis komunikasi baik non verbal, verbal, satu arah, dua arah, dan sebagainya tetap memiliki pengaruh-pengaruh tersendiri. Seperti halnya yang dilakukan oleh para musisi atau penyanyi. Mereka dapat mengkomunikasikan seni yang mereka hasilkan melalui lirik lagu, musik, ataupun video klip yang mereka mainkan.

Musik juga seringkali dikatakan sebagai salah satu dari berbagai kesenian yang ada. Terdapat beberapa kalangan manusia yang menjadikan musik sebagai hiburan dalam hidup karena musik dianggap dapat mewarnai kehidupan mereka dengan senandung nada yang dialunkan. Oleh karena itu, selain dapat berfungsi sebagai sarana hiburan, musik dapat menyampaikan pesan yang dibawakan oleh para musisi yang dapat tertuang dalam lirik, nada, maupun video. Terdapat pengertian musik menurut beberapa ahli, sebagai berikut (Utami 2023):

1. Plato

Menurut Saraf Whitfield dalam *Music: Its Expressive Power and Moral Significance* (2010), Plato mengungkapkan musik adalah instrumen pendidikan yang paling berdaulat karena ritme dan

harmoni menemukan jalan ke jiwa terdalam dan memegangnya dengan kuat.

2. Aristoteles

Menurut Aristoteles, seni musik adalah curahan kekuatan dan penggambaran yang berasal dari gerakan rasa pada rentetan suara yang berirama. Lebih lanjut Aristoteles mengatakan bahwa musik memiliki kecenderungan untuk memengaruhi jiwa karena dalam diri manusia ada semacam kedekatan dengan mode dan ritme musik.

3. Thomas Clifton

Thomas Clifton mengatakan dalam *Music as Heard* (1983), musik adalah susunan suara dan keheningan yang teratur dan bersifat representatif daripada denotatif.

4. David Ewen

Menurut David Ewen, seni musik adalah ilmu pengetahuan dan seni mengenai kombinasi ritmik dari nada-nada, baik vokal atau instrumental yang terdiri atas melodi dan harmoni yang mana sebagai ekspresi dari segala sesuatu yang ingin diungkapkan dalam aspek emosional.

5. Jamalul

Menurut Jamalul dalam *Panduan Pengajaran* buku *Pengajaran Musik melalui Pengalaman Musik* (1988), musik adalah bentuk suatu hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama melodi, harmoni, bentuk dan struktur lagu, dan ekspresi sebagai satu kesatuan.

6. Suhastjarja

Menurut Suhastjarja, seni musik adalah suatu ungkapan rasa indah manusia dalam bentuk konsep pemikiran yang bulat tentang bentuk wujud nada atau suara lainnya yang mengandung sebuah ritme dan harmoni serta memiliki suatu bentuk dalam ruang dan waktu yang

dikenal oleh diri sendiri dan manusia lain dalam suatu lingkungan hidupnya sehingga dapat dimengerti dan dinikmati.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa musik merupakan rangkaian suara dengan dibalut nada menjadi sebuah harmoni yang dapat dirasakan oleh indra pendengaran manusia dan dapat dirasakan dengan perasaan terdalam. Ketika sebuah musik dan lagu sudah mulai memasuki perasaan manusia disitulah titik dimana musisi berhasil meluapkan seni yang ia komunikasikan dapat mampu dirasakan oleh pendengar. Sehingga pendengar mampu mengekspresikan berbagai macam emosi yang ada dalam jiwanya.

Musik yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi juga terdapat pada media sosial Youtube. Media sosial Youtube merupakan media sosial yang menyajikan berbagai macam video klip musik, film, drama, musik beserta lirik lagu, dan konten video lainnya yang dapat dibuat oleh pengguna Youtube itu sendiri. Hal tersebut bermanfaat sebagai menarik minat, kesan, serta psikologis para penonton. Tak terkecuali dengan video klip di Youtube.

FEB 2022 MOST-VISITED WEBSITES: SEMRUSH RANKING
RANKING OF THE MOST-VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL MONTHLY WEBSITE TRAFFIC IN NOVEMBER 2021

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	583M	52.6M	23M 41S	6.06
02	YOUTUBE.COM	241M	37.6M	11M 52S	4.85
03	DETIK.COM	119M	21.1M	16M 37S	3.87
04	FACEBOOK.COM	103M	17.4M	20M 35S	6.74
05	TRIBUNNEWS.COM	102M	21.9M	10M 49S	2.87
06	KOMPAS.COM	91.6M	21.6M	22M 26S	2.65
07	BLOKSPOT.COM	83.9M	25.0M	10M 41S	2.20
08	WIKIPEDIA.ORG	72.0M	20.9M	10M 10S	2.12
09	GOOGLE.CO.ID	50.3M	13.7M	16M 40S	6.59
10	BRANLY.CO.ID	46.6M	12.5M	12M 23S	2.79
11	SHOPEE.CO.ID	46.1M	15.4M	23M 09S	4.98
12	TOKOPEDIA.COM	42.0M	14.0M	18M 28S	3.77
13	ZOOM.US	41.6M	13.3M	13M 51S	2.67
14	INSTAGRAM.COM	38.2M	10.3M	18M 09S	6.35
15	KIRKCA.COM	32.9M	3.98M	11M 07S	8.74
16	BITLY	31.8M	11.4M	10M 09S	1.39
17	TWITTER.COM	31.2M	7.55M	19M 37S	8.43
18	YAHOO.COM	30.6M	8.17M	17M 47S	3.66
19	LIPUTAN6.COM	30.2M	15.2M	5M 21S	2.01
20	SUARA.COM	30.0M	12.2M	6M 14S	1.60

Gambar 1. 1 MOST-VISITED WEBSITES: SEMRUSH RANKING

Sumber: datareportal.com

Dikutip dalam laporan data digital 2022: Indonesia oleh website DATAREPORTAL yang diunggah pada 15 Februari 2022 – SIMON KEMP menjelaskan bahwa Youtube berada di posisi kedua dalam media websites yang paling banyak dicari setelah website GOOGLE.COM. Total pengunjung sebanyak 241 juta, pengunjung unik sebanyak 37.6 juta, kunjungan per waktu

nya 11 menit 52 detik, serta kunjungan per halaman mencapai 4.85. Selain itu, menurut pembaruan yang dilakukan oleh periklanan Google, pengguna Youtube di Indonesia mencapai 139.0 juta pengguna pada awal tahun 2022. Hal tersebut menandakan bahwa 50.0% populasi di Indonesia adalah pengguna Youtube. Pada saat data tersebut diambil, persentase pengguna Youtube adalah 46.9% perempuan dan 53.1% laki-laki. Angka yang ditampilkan pada data di atas terhitung cukup fantastis, mengingat data tersebut berlaku pada segala basic pengguna internet websites atau media sosial Youtube di Indonesia.

Data tersebut dianggap relevan mengingat terdapat banyak hal yang dapat menghibur dalam website ataupun media sosial Youtube, seperti menonton drama, film, podcast, lirik lagu, maupun video klip. Audiens dapat lebih nyaman menonton video melalui Youtube karena penyampaian visual serta audio dapat ditayangkan dan diperdengarkan oleh seluruh kalangan masyarakat. Apalagi, video klip dalam media sosial Youtube juga dapat menampilkan lirik beserta penyampaian pesan yang disenandungkan oleh penyanyi. Hal tersebutlah yang menjadi daya tarik bagi audiens. Daya tarik besar yang dimiliki video klip mempunyai pengaruh yang luar biasa pula.

Istilah video klip biasanya digunakan artis sebagai media penyampaian lagu untuk pesan yang lebih mendalam. Video klip dapat menceritakan, menggambarkan, maupun memvisualisasikan pesan-pesan ke dalam suatu bentuk audio visual. Selain dapat berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan kepada audiens atau penonton, video klip dapat berfungsi juga sebagai sarana hiburan, edukasi, penyampaian informasi, serta persuasi. Hal-hal demikian yang menjadikan para orang-orang yang setuju untuk menjaga lingkungan alam berusaha menyampaikan pesan audio visual melalui video klip Youtube.

Seperti pada video klip Youtube Ghea dan Ghia dengan judul Jaga Bumi merupakan salah satu contoh dari komunikasi lingkungan yang coba disampaikan oleh penyanyi. Ghea dan Ghia merupakan duo kakak beradik penyanyi yang menyuarakan pesan (*campaign*) kebersihan dan mengajak masyarakat semua untuk lebih aktif dalam menjaga bumi melalui video karya

musik (video klip) dengan judul Jaga Bumi. Jaga Bumi adalah sebuah lagu yang dipopulerkan oleh Ghea dan Ghia pada 2 Juni 2018 yang dimana lagu tersebut berupa video klip yang diunggah dalam akun Youtube “Ghea & Ghia”. Akun tersebut memiliki 3.540 ribu *subscribers* serta video klip yang diunggah dengan judul Jaga Bumi telah dilihat sebanyak 45,317 penonton. Video klip tersebut berdurasi 3 menit 16 detik.



Gambar 1. 2 Postingan Lagu Jaga Bumi

Sumber: Akun Instagram

@gheaghiaofficial



Gambar 1. 3 Postingan Lagu Jaga Bumi

Sumber: Youtube Music

Lagu “Jaga Bumi” selain diunggah melalui platform media sosial Youtube juga diunggah melalui platform media lain seperti Instagram dan Youtube Music. Data pertama pada gambar 1.2. postingan lagu Jaga Bumi melalui akun Instagram @gheaghiaofficial yang merupakan akun resmi dari

penyanyi menunjukkan bahwa penyanyi mengunggah lagu tersebut dan mempromosikan lagu mereka. Pada postingan tersebut diunggah pada 22 April 2019 dengan 1.436 tayangan dan terdapat 2 komentar. Cuplikan video yang diunggah melalui akun Instagram mereka berdurasi 0:24 detik saja.

Gambar 1.3. postingan lagu Jaga Bumi yang diunggah melalui platform media sosial Youtube Music. Di dalam platform tersebut menjadi media yang paling sedikit didengar atau ditonton oleh audiens yang menunjukkan angka 45 kali ditonton. Dalam platform tersebut lagu Jaga Bumi dapat dilihat juga videonya secara keseluruhan yang berdurasi 3 menit 16 detik.

Selain lagu Jaga Bumi, terdapat beberapa lagu mengenai peduli lingkungan yang dinyanyikan oleh vokalis-vokalis Indonesia yang dapat disaksikan dalam video klip di Youtube seperti:

1. Lagu berjudul Pohon untuk Kehidupan dipopulerkan oleh musisi legendaris Iwan Fals pada tahun 2010 untuk memperingati Hari Gerakan Satu Juta Pohon setiap tanggal 10 Januari. Lagu tersebut diunggah dalam akun Youtube Iwan Fals Musica pada 21 Agustus 2020 dengan jumlah suka sebanyak 224, 31.392 penayangan, serta 2 komentar. Dalam lagu yang bertemakan lingkungan tersebut Iwan Fals mengajarkan bahwa sejatinya pohon yang ada disekitar tempat manusia tinggal merupakan bagian dari bagian kehidupan untuk manusia itu sendiri. Lirik lagu yang dibawakan membuktikan bahwa pohon adalah paru-paru dunia yang dapat menolong kehidupan makhluk sosial.
2. Lagu Puisi Alam yang dinyanyikan oleh musisi Fourtwnty. Unggahan video klip Fourtwnty dapat dilihat pada akun Youtube resmi Fourtwnty dengan nama akun Fourtwnty Music. Terdapat dua jenis unggahan video klip mengenai lagu Puisi Alam. Pertama, video klip versi *unplugged* yang diunggah pada 20 Desember 2015, dengan mendapatkan 12rb suka, 1.236.067 penayangan, dan 538

komentar. Sedangkan, video klip versi lirik diunggah oleh akun yang sama pada 28 Desember 2018 dengan mendapatkan jumlah suka 12rb, 3.966.199 penayangan, serta 165 komentar. Lagu tersebut menceritakan tentang perasaan bahagia yang sangat sederhana ketika melihat lingkungan sekitar bersih dan terjaga dari polusi.

3. Lagu Alam Bukan Tempat Sampah diciptakan serta dinyanyikan oleh Fiersa Besari pada 27 Juni 2019 yang diunggah melalui kanal Youtube Indie Play ID. Tayangan tersebut mendapatkan 559 suka, 42.010 penayangan, dan 8 komentar. Menceritakan tentang penggambaran bahwa bumi bukan tempat sampah yang dapat dikotori dengan mudah dan sembarangan oleh kalangan masyarakat.
4. Lagu Up To The Sky oleh Abdul. Lagu tersebut diunggah melalui akun Youtube Ahmad Abdul pada 6 Maret 2020 dengan jumlah suka sebanyak 31rb, 518,175 penayangan, dan mendapatkan 3.072 komentar. Abdul merupakan salah satu penyanyi dari ajang pencarian bakat. Lagu tersebut diunggah oleh akun Dalam lagunya tersebut dia menceritakan tentang rasa cintanya terhadap lingkungan. Lirik lagu yang dinyanyikan menggunakan bahasa Inggris. Lagu tersebut dirilis pada tahun 2020 melalui label rekaman Universal Music Indonesia.

Empat dari judul lagu di atas merupakan contoh data lagu lain yang terdapat dalam video klip mengenai lingkungan pada media sosial Youtube yang berkisar tahun 2010 hingga tahun 2020. Oleh karena itu, berdasarkan data yang sudah diteliti oleh peneliti hanya lagu Puisi Alam oleh musisi Fourtwnty dan lagu Up To The Sky oleh Abdul yang di dalam video klip Youtube mereka mempresentasikan mengenai lingkungan, akan tetapi kedua video klip tersebut kurang menjelaskan secara terperinci mengenai komunikasi lingkungan itu sendiri. Berlandaskan pendahuluan diatas pula

menunjukkan bahwa jumlah video klip yang menceritakan mengenai tema lingkungan sangat sedikit.



Gambar 1. 4 Cuplikan Video Klip Youtube Pohon untuk Kehidupan – Iwan Fals

Sumber : Akun Youtube Iwan Fals Musica



Gambar 1. 5 Cuplikan Video Klip Youtube Puisi Alam (unplugged) – Fourtwnnty

Sumber : Akun Youtube Fourtwnnty Music



Gambar 1. 6 Cuplikan Video Klip Youtube Puisi Alam (lirik) – Fourtwnnty

Sumber : Akun Youtube Fourtwnnty Music



Gambar 1. 7 Cuplikan Video Klip Alam Bukan Tempat Sampah – Fiersa Besari

Sumber : Akun Youtube Indie Play ID



**Gambar 1. 8 Cuplikan Video Klip Youtube
Ahmad Abdul – Up To The Sky**

Sumber : Akun Youtube Ahmad Abdul



**Gambar 1. 9 Cuplikan Video Klip Youtube
Ghea dan Ghia – Jaga Bumi**

Sumber : Akun Youtube Ghea dan Ghia

Gambar 1.2 hingga Gambar 1.5 menunjukkan lagu mengenai tema lingkungan pada video klip yang mereka unggah melalui akun media sosial Youtube. Akan tetapi, terdapat kekurangan seperti pada gambar 1.2. , gambar 1.4. , serta gambar 1.5. yang hanya menampilkan video lirik saja tanpa adanya klip atau adegan yang membersamai dengan lagu tersebut. Sedangkan pada gambar 1.3. kekurangannya terdapat pada sang musisi yang hanya mengambil video menyanyi di alam tanpa adanya perubahan *scene* atau perpindahan tempat yang dilakukan oleh sang musisi.

Selanjutnya, mengutip dari akun Youtube Ahmad Abdul dalam cuplikan video klip Youtube Ahmad Abdul – Up To The Sky pada gambar 1.6. dan pada akun Youtube Ghea dan Ghia dalam cuplikan video klip Youtube Ghea dan Ghia – Jaga Bumi pada gambar 1.7. menunjukkan adanya perbandingan yang sangat signifikan jika dilihat dari kedua cuplikan video klip tersebut. Video klip Ahmad Abdul dengan judul lagu Up To The Sky hanya menunjukkan keindahan lingkungan yang ada di alam semesta, dimana Ahmad Abdul juga ikut berperan serta sebagai salah satu aktor pada video klip tersebut. Sedangkan, pada video klip Ghea dan Ghia dengan judul lagu Jaga

Bumi terdapat makna komunikasi lingkungan non verbal yang sangat mendalam melalui papan tulis yang terdapat kalimat “Ayo Pelihara Bumi Ini”. Ditambah pula dengan adanya dua bapak petugas kebersihan yang sedang melakukan pekerjaan mereka. Kedua kondisi tersebut cukup menjelaskan adanya komunikasi lingkungan yang tergambar dalam video klip Ghea dan Ghia.

Video klip “Jaga Bumi” oleh Ghea dan Ghia menarik untuk diteliti dengan menggunakan analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce dengan teori segitiga makna atau dikenal dengan *triangle of meaning*. Analisis semiotika dapat digunakan menganalisis makna tanda disertai dengan berbagai macam hal yang juga berkesinambungan dengan tanda itu sendiri. Selain mengenai tanda yang akan diteliti, peneliti juga akan meneliti mengenai objek, serta bagaimana cara penggunaan tanda (*interpretant*). Pengaplikasikan analisis semiotika yang digunakan oleh peneliti diperlukan guna mendapati adanya tanda dalam video klip Ghea dan Ghia dan pemaknaan yang hendak diutarakan oleh video klip tersebut.

Selain analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce juga terdapat beberapa analisis semiotika yang lain seperti analisis semiotika model buah oleh Roland Barthes dan analisis semiotika John Fiske. Analisis semiotika model buah oleh Roland Barthes menginterpretasikan makna denotasi, konotasi dan mitos. Sedangkan, analisis semiotika John Fiske yang diungkapkan oleh John Fiske dalam *codes of the television*, bahwa peristiwa yang ditampilkan dalam dunia televisi telah diencode oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga levels yakni level realitas (*reality*), level representasi (*representation*), level ideologi (*Ideology*) (Fiske et al. 2023).

Berlandaskan kedua contoh dari analisis semiotika yang telah dipaparkan di atas kurang menunjukkan kecocokan analisis dengan fenomena yang dikaji. Hal tersebut dikarenakan jika menggunakan analisis model buah yang digagas oleh Roland Barthes salah satunya menganalisis tentang mitos, yang dimana hal tersebut tidak selaras jika dikaji dengan fenomena komunikasi lingkungan melalui video klip oleh peneliti. Sejalan dengan

penjelasan tersebut, analisis semiotika oleh John Fiske juga kurang menunjukkan kecocokan dengan tema penelitian. Analisis semiotika John Fiske terdapat 3 level yang telah dipaparkan diatas. Ketiga level tersebut merupakan kode-kode sosial yang jika ditelusuri lebih dalam kurang mengkaji dengan tema penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Lebih lanjut dalam video klip Ghea dan Ghia “Jaga Bumi” peneliti memiliki hipotesis adanya pesan mengenai kebersihan yang kuat serta menjaga bumi yang menarik untuk dikaji dan diteliti lebih dalam. Penelitian ini akan berfokus pada semiotika dari video klip Jaga Bumi oleh Ghea dan Ghia yang terdapat makna pesan mengenai kebersihan. Peneliti memilih video klip tersebut sebagai sumber data penelitian karena di dalam video klip selain terdapat pesan dari lagu yang dinyanyikan juga terdapat penggambaran pesan kreatif sebagai penguat dari lagu yang dinyanyikan. Terdapat *opening* serta *closing* dalam video klip tersebut dan scene yang ada dalam video klip tersebut berjumlah 12 scene dengan 36 gambar.

Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA VIDEO KLIP “JAGA BUMI” OLEH GHEA & GHIA”**.

1.2.Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana makna simbol video klip “Jaga Bumi” oleh Ghea dan Ghia dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce?”

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini guna menganalisis makna simbol video klip “Jaga Bumi” oleh Ghea dan Ghia dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis/Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat untuk tambahan wawasan dan pengetahuan tentang makna simbol video klip “Jaga Bumi” oleh Ghea dan Ghia dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis

Hasil penelitian ini dapat dipakai atau digunakan publik, pemerintah, peserta didik, akademisi atau lembaga pendidikan, dan sebagainya untuk dilakukan penelitian yang lebih lanjut atau mendalam tentang makna simbol video klip “Jaga Bumi” oleh Ghea dan Ghia dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.