

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam praktik komunikasi, khususnya dalam produksi dan distribusi pesan audiovisual. Salah satu bentuk media yang berkembang pesat adalah musik video yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi visual yang kompleks dalam membangun makna. Musik video menggabungkan berbagai elemen seperti gambar bergerak, warna, pencahayaan, serta ekspresi tokoh yang secara simultan membentuk pengalaman estetis dan emosional bagi audiens. Dalam konteks ini, musik video dapat dipahami sebagai teks visual yang bekerja melalui sistem tanda dalam menyampaikan makna (Sevilla & Wahyuningratna, 2022).

Sebagai media komunikasi visual, musik video tidak hanya menyampaikan pesan melalui lirik lagu, tetapi juga melalui tanda-tanda visual yang bersifat nonverbal dan simbolik. Elemen visual seperti komposisi gambar, gestur tubuh, ekspresi wajah, serta relasi antar tokoh berperan dalam membentuk makna yang dapat ditafsirkan oleh audiens. Salah satu bentuk makna yang sering direpresentasikan dalam musik video adalah emosi, khususnya emosi romantis. Emosi romantis mencakup berbagai pengalaman afektif seperti cinta, kerinduan, kesedihan, kehilangan, dan keintiman emosional yang tidak selalu disampaikan secara eksplisit, melainkan dikonstruksikan melalui rangkaian tanda visual (Pandeya et al., 2021).

Musik video sebagai media audiovisual memiliki kemampuan untuk memperkuat pengalaman emosional audiens melalui integrasi antara unsur visual dan audio (Yu, 2021). Unsur visual berfungsi sebagai penguat konteks emosional yang ditangkap dari sinyal audio, sehingga membentuk pengalaman yang lebih imersif. Namun demikian, representasi emosi romantis dalam musik video seringkali diterima secara intuitif oleh audiens tanpa pemahaman kritis mengenai bagaimana makna emosional tersebut dibentuk. Audiens pada umumnya

merasakan emosi yang disajikan, namun tidak selalu menyadari proses pembentukan makna yang terjadi. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji secara lebih mendalam proses pembentukan makna emosi romantis dalam musik video secara sistematis dan ilmiah (Khafi & Febriana, 2024).

Permasalahan tersebut menjadi penting untuk dikaji karena musik video memiliki pengaruh dalam membentuk cara pandang dan interpretasi audiens terhadap relasi romantis. Representasi emosi romantis yang ditampilkan secara berulang dapat memengaruhi persepsi audiens mengenai cinta, kehilangan, dan keintiman emosional. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konstruksi emosi romantis dalam musik video menjadi penting dalam kajian komunikasi visual dan studi media (Auralia & Rifani Khoirunnisa, 2023).

Untuk mengkaji permasalahan tersebut, pendekatan semiotika digunakan sebagai kerangka analisis. Semiotika memandang musik video sebagai sistem tanda yang sarat makna dan dapat dianalisis secara ilmiah (Nabawi & Makkuraga, 2025). Charles Sanders Peirce menawarkan konsep triadik semiosis yang meliputi representamen, objek, dan *interpretant*, yang memungkinkan analisis terhadap proses pembentukan makna secara lebih mendalam. Melalui pendekatan ini, tanda-tanda visual dalam musik video tidak hanya diidentifikasi, tetapi juga ditafsirkan melalui relasi yang membentuk makna emosional (One Albert Jelita Laoli et al., 2025).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan semiotika telah banyak digunakan dalam kajian media visual, termasuk musik video. Analisis Charles Sanders Peirce mampu mengungkap pesan emosional dan simbolik dalam musik video (Abdullah & Yusuf, 2021). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada identifikasi tanda atau klasifikasi semiotik seperti ikon, indeks, dan simbol, serta pada representasi makna secara umum. Sementara itu, kajian yang menekankan pada proses semiosis melalui relasi representamen, objek, dan *interpretant* secara mendalam masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks konstruksi emosi romantis (Anggraheni & Budiman, 2022).

Selain itu, sebagian penelitian semiotika cenderung memandang makna sebagai sesuatu yang bersifat statis, sedangkan dalam media visual, makna dapat bersifat dinamis dan mengalami perubahan seiring perkembangan naratif. Dalam musik video yang memiliki struktur cerita tertentu, makna yang dibangun pada awal *scene* dapat mengalami reinterpretasi setelah munculnya informasi baru, hal ini menunjukkan bahwa proses semiosis bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan seiring perkembangan konteks naratif (Damayanti et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi tanda, tetapi juga menekankan pada perubahan *interpretant* yang terjadi akibat struktur naratif yang menyebabkan makna emosi romantis tidak bersifat statis.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, musik video “*Blue*” karya Yung Kai dipilih sebagai objek penelitian. Musik video ini menampilkan visual yang kuat dalam merepresentasikan emosi romantis melalui penggunaan warna, pencahayaan, ekspresi tokoh, serta ritme visual yang melankolis. Selain itu, musik video ini juga memperoleh perhatian luas dari publik yang ditunjukkan melalui tingginya jumlah penayangan pada platform YouTube, yang telah mencapai lebih dari 262,1 juta penayangan (diakses pada April 2026). Tingginya angka tersebut mengindikasikan bahwa musik video ini memiliki daya tarik visual dan emosional yang kuat, serta mampu membangun keterlibatan audiens secara luas. Namun demikian, popularitas tersebut tidak serta-merta menjelaskan bagaimana makna emosi romantis dikonstruksikan melalui tanda-tanda visual yang ditampilkan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk memahami proses pembentukan makna tersebut secara ilmiah. Fenomena ini terlihat jelas dalam musik video “*Blue*” karya Yung Kai yang menampilkan rangkaian *scene* romantis yang pada bagian akhirnya direkontekstualisasi melalui sebuah *twist*, mengungkap bahwa interaksi yang sebelumnya tampak mutual sesungguhnya merupakan konstruksi imajinatif tokoh utama. Hal ini menjadikan musik video “*Blue*” menarik untuk dikaji karena menghadirkan dinamika makna yang tidak bersifat statis (Zahra, 2025).

Dalam penelitian ini, emosi romantis tidak hanya dipahami sebagai perasaan cinta yang ideal, tetapi juga mencakup bentuk-bentuk emosi seperti kerinduan,

keseharian, keintiman semu, serta cinta yang tidak terbalas, yang dikonstruksikan melalui tanda-tanda visual dalam musik video. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah kajian semiotika dalam musik video, khususnya dalam memahami bagaimana proses semiosis yang dinamis dapat membentuk, mempertahankan, dan pada akhirnya mendekonstruksi makna emosi romantis melalui struktur naratif yang strategis dan reflektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konstruksi emosi romantis dalam musik video “*Blue*” melalui proses semiosis triadik Charles Sanders Peirce (representamen, objek, dan *interpretant*)?
2. Bagaimana perubahan *interpretant* yang terjadi dalam struktur naratif musik video “*Blue*”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis konstruksi emosi romantis dalam musik video “*Blue*” melalui proses semiosis triadik Charles Sanders Peirce.
2. Mengidentifikasi perubahan *interpretant* dalam struktur naratif musik video “*Blue*”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian semiotika, khususnya dalam penggunaan pendekatan triad semiosis Peirce dalam menganalisis media visual. Selain

itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai konstruksi emosi dalam komunikasi visual.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa komunikasi, peneliti media visual, dan praktisi kreatif dalam memahami konstruksi makna visualisasi emosi romantis. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan rujukan metodologis dalam kajian semiotika musik video atau media audiovisual lainnya.

