

## **Budaya Populer Dalam Pembuatan Video Klip (Studi Kasus Pada Video Klip ‘Merakit’ Oleh Yura Yunita)**

Jenny Ratna Sari, Roswita Oktavianti  
*jennyratnas@gmail.com , roswitao@fikom.untar.ac.id*

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

### **Abstract**

*Popular culture is dominated by the production and consumption of material goods whose creation is driven with the motive of profit. Video clips are also used to gain profit or profit for their creators. The study raised how popular culture is in the making of video clips. This research is a qualitative study with case study methods. The researcher conducted a case study of the video clip titled "Assemble" created by Yura Yunita. Data collection techniques are conducted with interviews to artists and creative teams. The result of this research is now that culture is no longer racing on the culture of existing and repeated standards. Visually, the video clip no longer has to be full-color but it can combine two identical colors that are black and white. Popular culture develops over time by adjusting the culture that was originally born and combined with things that don't usually happen. The cultural industry is directed by the need to realise value in the market. The advantage Motif determines the nature of various forms of culture. Video clips can now be combined with popular culture one of them is to use the disability as a model, combining traditional elements. The goal is to achieve a new target market in this case with disabilities.*

**Keywords:** *popular culture, standard culture, video clips*

### **Abstrak**

Budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang material yang penciptaannya didorong dengan motif laba. Video klip juga digunakan untuk mendapatkan keuntungan atau laba bagi penciptanya. Penelitian ini mengangkat bagaimana budaya populer dalam pembuatan video klip. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti melakukan studi kasus terhadap video klip berjudul “Merakit” yang diciptakan oleh Yura Yunita. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap artis dan tim kreatif. Hasil dari penelitian ini adalah kini budaya tidak lagi berpaku pada budaya standar yang ada dan berulang. Secara visual, video klip tidak lagi harus penuh warna melainkan bisa memadukan dua warna identik yaitu hitam dan putih. Budaya populer berkembang seiring waktu dengan menyesuaikan budaya yang awalnya sudah lahir dan dipadukan dengan hal yang biasanya tidak terjadi. Industri budaya diarahkan oleh kebutuhan untuk menyadari nilai di pasaran. Motif keuntungan menentukan sifat berbagai bentuk budaya. Video klip kini dapat dipadukan dengan budaya populer salah satunya adalah dengan menggunakan penyandang disabilitas sebagai model, memadukan unsur-unsur tradisional. Tujuannya untuk mencapai target pasar baru dalam hal ini penyandang disabilitas.

**Kata Kunci:** budaya populer, budaya standar, video klip

### **1. Pendahuluan**

Media massa dibutuhkan oleh pegiat industri sebagai alat untuk menyalurkan hasil karya yang telah diciptakan. Melalui media massa pegiat industri dapat

melakukan suatu upaya untuk mengenalkan dan memasarkan produk atau karya yang baru saja dibuat. Media massa memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap para penggunanya.

Industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu (Strinati, 2009). Industri budaya pada era ini membentuk kesadaran konsumen dengan cara mengikuti apa yang mereka inginkan dan yang menjadi tren pada saat ini dan bukan dengan kesadaran diri sendiri. Saat membuat suatu produk, penggiat memperhatikan target pasar karena dapat berpengaruh terhadap proses penjualan. Dengan memperhatikan target pasar dapat memberikan peluang berupa keuntungan bagi setiap penggiat industri karena dapat memenuhi keinginan pasar.

Raymond Williams mengamati cara televisi dan teknologinya telah menjadi medium dominan dari budaya populer (Burton, 2017). Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Menurut Bennet, budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa berkembang akibat dari kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi.

Seiring dengan berkembangnya zaman membuat definisi budaya populer menjadi semakin kompleks. Budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang material, manakala penciptaannya didorong dengan motif laba. Mengemas suatu karya dengan tepat penyampaian pesannya akan memberikan laba. Semua yang diproduksi semata hanya dorongan untuk mendapatkan laba dari karya tersebut (Strinati, 2009).

Berkembangnya teknologi dan definisi budaya populer semakin menjadi kompleks. Media sosial seperti internet menjadi pusat bagi setiap industri sebagai sarana untuk menaikkan target pasar. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah peggiat industri dalam melakukan pemasaran.

Umumnya budaya populer banyak diminati oleh generasi milenial melalui media massa. Berkembangnya teknologi dan definisi budaya populer semakin menjadi kompleks. Media sosial seperti internet menjadi pusat bagi setiap industri sebagai sarana untuk menaikkan target pasar. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah pegiat industri dalam melakukan pemasaran. Tak terkecuali peggiat industri musik dalam hal ini pembuat video klip.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, video klip diartikan sebagai kumpulan guntingan gambar hidup untuk ditayangkan lewat televisi atau sebuah layar. Menurut Smaldino, video merupakan salah satu media visual yaitu segala sesuatu yang mencakup segala apa yang bisa dilihat, sedangkan lagu termasuk dalam kategori audio yaitu segala sesuatu yang bisa didengar. Sedangkan menurut Arsyad, video merupakan gambar-gambar dalam suatu frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. (dalam Hartanti, Djatmika dan Setyosari, 2017).

Melalui video klip, biasanya musisi menuangkan ide-ide yang dapat diterima oleh publik dan ada ketertarikan bagi penikmat untuk mengetahui bagaimana karya yang selanjutnya akan dirilis. Sebagian dari generasi milenial akan menikmati hasil karya dengan melihat video klip terlebih dahulu. Penulis tertarik untuk meneliti budaya populer dalam pembuatan video klip berjudul Merakit oleh Yura Yunita.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif (Basrowi dan Suwandi, 2008: 20). Penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui tentang budaya populer dalam pembuatan video klip lagu Merakit oleh Yura Yunita. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus.

Studi kasus merupakan studi yang mendalam hanya pada satu kelompok orang atau peristiwa. Studi kasus adalah sebuah *puzzle* yang harus dipecahkan. Ada tiga langkah dasar dalam menggunakan studi kasus yaitu pengumpulan data, analisis dan menulis. Studi kasus adalah suatu proses pengumpulan data dan metode penelitian untuk mengontrol penelitian sehingga terfokus atau sesuai dengan konteks penelitian (Bungin, 2008). Penulis melakukan studi kasus terhadap video klip “Merakit” oleh Yura Yunita.

Subyek yang dipilih oleh penulis sebagai bahan penelitian yaitu Yura Yunita sebagai artis dan tim kreatif yang berperan dalam pembuatan video klip Merakit. Sedangkan yang menjadi obyek yang akan diteliti adalah proses pembuatan Story Board video klip Merakit. Dalam penelitian ini data-data yang diperlukan penulis diperoleh berdasarkan metode pengumpulan data dengan wawancara. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan narasumber yakni Yura Yunita selaku artis, Nuzulul Fajri selaku tim kreatif dari Majulantjar.

Penulis menggunakan metode observasi. Pada observasi penelitian ini penulis mengikuti kegiatan workshop yang diadakan untuk penyandang disabilitas sesuai dengan model video klip dan mengamati video klip Yura Yunita serta melakukan perbandingan terhadap lagu Merakit dengan video klip yang lain.

Penulis juga memanfaatkan berbagai buku dan jurnal penelitian berkaitan dengan bidang Ilmu Komunikasi, permasalahan dan metode penelitian sebagai landasan teori dan sumber data yang berguna dalam memperkuat penelitian.

Keabsahan data yang terkumpul merupakan bagian yang penting dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan melakukan wawancara kembali terhadap teman tuli Komunitas Tuli Pecinta Alam Jakarta (KOTUPAJA).

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Menurut Nuzulul Fajri lagu Merakit dikenalkan melalui media sosial terlebih dahulu.

“Pertama kali Yura ngenalin lagu ‘Merakit’ sih diakun Instagram ya, soalnya menurut tim mereka tuh target pasar adanya melalui itu. Mereka pasti kepoin terus akun Yura terutama penggemarnya sih biar bisa tau apa yang terbaru dari Yura terus biasanya abis itu baru cari tau di youtube channelnya atau bisa nyari di spotify (Nuzulul Fajri, Tim Kreatif, 2019).”

Menurut Yura proses *brain storming* yang dilakukan dengan melakukan diskusi serta evaluasi Yura dan tim dengan Majulantjar Labs mengenai bagaimana konsep yang mampu mengemas pesan dalam video klip dengan baik.

”Lagi dan lagi kita terus-terusan diskusi ya mengenai setiap konsep dan ide yang udah terbentuk suka atau nggaknya pas atau nggaknya. Ya begitulah, tapi dengan adanya diskusi gini kita jadi sama-sama tau bagaimana proses

perjalanannya dan bisa juga ambil pelajaran sedikit banyaknya tentang penempatan video klip yang jenisnya termasuk agak langka ya karena gak banyak musisi yang menggunakan konsep seperti ini (Yura Yunita, Penyanyi, 2019).”

Deden tidak merasa bahwa teman disabilitas dikomersilkan.

“Saya senang, karena teman disabilitas nggak dianggep remeh dan bisa berkarya. Saya juga tadinya kayak dijauhin masyarakat tapi semenjak saya suka naik gunung dan gambar mural gitu teman-teman jadi bisa tau cara mendekat dengan saya, sebetulnya kita teman tuli bisa diajak bicara dengan cara deketin dulu atau biasanya kita bakal nunjukin kalo kita itu tuli. Adanya video klip itu nggak ngebuat saya merasa dijual atau buat ambil untung tapi malah bisa jadi keuntungan buat temen disabilitas itu sendiri (Deden Sutrisna, Ketua KOTUPAJA, 2019).”

Menurut Fajri, video klip merakit lebih spesifikasi terhadap lirik karena dapat menyampaikan makna sesuai dengan judul dan video klip hanya sebagai perantara untuk menyampaikan maksud dan tujuan merakit ini sebagai kelengkapan penjelasan dari lagu tersebut.

“Kalo menurut kami lebih spesifik lirik tapi videonya hampir sinkron sih soalnya orang lebih mendalami sesuatu lewat membaca pasti pendengar juga cari liriknya bisa aja denger lagunya dulu abis itu dia cari video klipnya cuma buat perdalam penghayatan ajasih ya atau bisa jadi orang itu langsung cari liriknya sih untuk memperdalam penghayatan tergantung si dia biasanya lebih mendalami lewat mana (Nuzulul Fajri, Tim Kreatif, 2019).”

Menurut hasil wawancara untuk menarik pendengar maka lagu Merakit pertama kali dikenalkan di akun Instagram Yura Yunita karena menurut tim kreatif, khalayak akan mencari tahu apa yang terbaru dari Yura dan sudah tayang atau dapat dinikmati di media apa saja. Lagu Merakit memiliki spesifikasi terhadap lirik karena dapat menyampaikan makna sesuai dengan judul. Video klip sebagai perantara untuk menyampaikan maksud dan tujuan Merakit ini sebagai kelengkapan penjelasan dari lagu tersebut.

Lagu Merakit memiliki keunggulan yaitu pembelajaran terutama bagi penyandang disabilitas, menunjukkan bahwa mereka masih dapat menggali potensi dalam diri dan mendapatkan kehidupan yang lebih baik lagi. Lagu ini tercipta atas bentuk rasa syukur Yura terhadap Tuhan dan teman disabilitas yang berhasil menggerakkan hatinya untuk bangkit kembali dan terus berkarya.

Budaya populer yang terdapat dalam video klip “Merakit” adalah yang digunakan sebagai model adalah penyandang disabilitas. Sedangkan pada umumnya untuk menjadi model harus berkriteria fisik yang prima dan kecantikan yang digunakan untuk menarik konsumen. Dengan menggunakan penyandang disabilitas Yura dapat mencapai target pasar baru. Video klip versi kedua dengan bahasa isyarat yang dibuat Yura dapat menjadi target pasar baru dan dengan atau tanpa disadari dapat memberikan keuntungan karena Yura memiliki penikmat dari teman tuli yang selama ini hanya bisa melihat tanpa mendengar.

Menurut Wulan, konflik budaya yang disebabkan oleh budaya pop Korean Wave yang menjadi trend di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya para wanita. Para wanita Indonesia berlomba untuk menjadikan dirinya semakin mirip dengan

idolanya, yang mempunyai kulit putih bersih merona. Padahal secara genetik hal ini tidak mungkin dilakukan, karena mayoritas wanita Indonesia berasal dari ras melayu yang memiliki ciri berkulit coklat. Oleh karena itu, produk pemutih kulit di Indonesia sangat banyak dan laris. Para produsen produk pemutih kulit dengan gencar melakukan kampanye pemasaran, salah satunya dalam bentuk iklan (Sari, Wulan Purnama, 2015).

Kini budaya standar tidak lagi menjadi suatu hal yang tabu. Penggunaan penyandang disabilitas sebagai model video klip merupakan suatu revolusi baru dalam bidang musik. Tidak semua musisi melakukan hal tersebut karena beberapa faktor yang mungkin harus dipertimbangkan. Penggunaan disabilitas sebagai model video klip menunjukkan bahwa budaya standar tidak lagi berlaku. Budaya standar pada umumnya berkaitan dengan hal yang sudah ada dan berulang. Umumnya model untuk video klip selalu memiliki fisik yang prima.

Terbentuknya konsep pembuatan video klip atau *story board* yang seperti ini adalah dengan tujuan penyampaian pesan bahwa tidak semua penyandang disabilitas tidak dapat melakukan kegiatan secara normal ataupun terbatas. Motivasi diri yang harus diambil dari video klip Merakit sangatlah banyak, kita sebagai manusia yang tidak memiliki keterbatasan fisik harus lebih semangat lagi dalam menjalani hidup dan mencapai angan.

Kesulitan yang didapat dari komunikasi adalah susah berkomunikasi karena tidak semua orang bisa dan mengerti bahasa isyarat. Yura melakukan kolaborasi dengan bunda Galuh sebagai salah satu ahli terbaik dalam bahasa isyarat di Indonesia. Sedangkan penyandang disabilitasnya diambil dari panti yaitu teman disabilitas Wiyata Guna Bandung.

#### 4. Simpulan

Dalam budaya populer pembuatan video klip dapat menggunakan penyandang disabilitas. Sementara dalam budaya standar video klip biasanya menggunakan model yang memiliki fisik yang prima atau seperti pada umumnya. Video klip dibuat dengan penyandang disabilitas sebagai modelnya karena melihat keadaan sekitar dan ingin menyampaikan bahwa tidak semua yang mempunyai keterbatasan fisik juga terbatas dalam berkarya atau menggali kelebihan dalam diri. Video klip biasanya harus penuh warna (*colourfull*) akan tetapi pada video klip ini hanya identik dengan warna putih yang dipadukan dengan hitam, kuning dan senja sama seperti video klip versi bahasa isyarat yang dibuat oleh penyanyi hanya menggunakan konsep warna hitam dan putih.

Dengan berkembangnya jaman maka beberapa penyandang disabilitas mulai memunculkan diri dan kemunculannya dinikmati oleh beberapa masyarakat yang menyukai apa yang mereka lakukan. Budaya populer dalam pembuatan video klip dibuat dengan versi yang berbeda.

Versi kedua dari video klip tersebut dibuat dengan menggunakan bahasa isyarat dengan target pasar seperti penyandang disabilitas yang tuli. Video klip tersebut menggunakan bahasa isyarat dan diberi lirik agar dapat dinikmati oleh teman tuli. Teman tuli dapat menikmati musik berdasarkan dari gema dan getaran pengeras suara untuk mengetahui irama yang terdapat dalam sebuah musik. Dalam video klip tersebut yang lebih banyak ditampilkan adalah penyandang disabilitas dibandingkan dengan penyanyinya.

Dengan gaya khasnya penyanyi pun memunculkan beberapa tarian tradisional lagi dengan versi video klip bahasa isyarat. Terdapat tari tradisional yang dipadukan dengan irama tradisional yang sudah dicampur dengan musik pop sehingga penyanyi dapat menari dengan gaya khususnya. Dalam video klip penggunaan penyandang disabilitas adalah untuk mengemas isi pesan yang sesuai dengan lirik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dalam budaya populer, pembuatan video klip dua versi yakni versi khalayak umum dan versi bahasa isyarat juga merupakan cara untuk menggaet target pasar baru.

Penelitian ini diharapkan dilanjutkan dengan melihat sisi penyandang disabilitas. Dalam pembuatan video klip penulis berharap bagi semua praktisi video klip agar lebih memikirkan konsep pembuatan video klip agar dapat diterima oleh khalayak pada umumnya dan penyandang disabilitas.

## **5. Ucapan Terimakasih**

Terimakasih kepada narasumber penelitian : Yura Yunita, Nuzulul Fajri dan Deden Sutrisna.

## **6. Daftar Pustaka**

- Basrowi & Suwandi. (2008). Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: PT Kencana.
- Burton, Graeme. (2017). Media Dan Budaya Populer. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hartanti, Djatmika & Setyosari. (2017). Pengembangan Media Video Klip Sebagai Suplemen Pembelajaran Materi Keberagaman Budaya Bangsa. Jurnal Pendidikan.
- Sari, Wulan Purnana. (2015). Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa). Jurnal Komunikasi.
- Strinati, Dominic. (2009). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.