

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini, banyak orang yang menyebut dirinya sebagai konten kreator. Mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan *exposure* dengan membuat konten video yang sekiranya sedang *viral*. Bahkan hingga mengesampingkan estetika dan konteks dari video yang dibuat melalui *platform* digital di Internet. Dilansir dari situs web *buffer.com*, *platform* yang dapat mendukung audio visual dan media sosial lah yang paling diminati oleh masyarakat sekarang ini, baik itu dari pihak kreator maupun pihak penonton atau audiensi. Hal itu bisa disimpulkan oleh data yang dipaparkan tentang daftar jumlah *user* terbanyak berdasarkan MAU's (*Monthly Active Users*) atau pengguna aktif bulanan dan MUV's (*Monthly Unique Visitors*) atau pengguna baru bulanan di berbagai situs media sosial. Dari sekian banyak situs yang terdaftar, sepuluh situs teratas mendukung pengunggahan dan penyebaran audio visual atau video. Hal tersebut membuat persaingan antar konten kreator semakin ketat. (*buffer.com*, 2019)

YouTube merupakan salah satu situs web berbagi video yang dibuat pada 14 Februari 2005, yang menyediakan antarmuka sederhana yang mana pengguna situs tersebut dapat mempublikasi, mengunggah, serta menonton video tanpa harus memiliki tingkat intelektual yang tinggi dalam bidang IT pada saat itu. Seiring berjalannya waktu, situs berbagi video ini berubah menjadi lahan pekerjaan untuk konten kreator diseluruh dunia. Popularitas YouTube terus meningkat secara konstan, dan sejak tahun 2008 YouTube selalu mendapat peringkat sepuluh teratas pengunjung terbanyak dari seluruh dunia hingga sekarang memiliki lebih dari dua puluh tiga juta kanal dan lebih dari satu juta pengiklan. Youtube memiliki sistem monetisasi dimana pengiklan bisa menampilkan iklan mereka di video yang dibuat oleh konten kreator dan sang kreator mendapat bagian keuntungan dari penampilan iklan tersebut. Hal inilah yang menjadi ketertarikan tersendiri untuk kreator karena hanya bermula dari hobi, sistem monetisasi ini dapat memberikan pemasukan secara finansial kepada konten kreator. (Holland, 2016:53).

Berbagai macam konten telah beredar luas di YouTube seperti konten *vlog*, musik, edukasi, dan berbagai konten hiburan ataupun informatif lainnya. Masing-masing konten juga sudah memiliki pasar tersendiri dan dari setiap kategori video memiliki penontonnya masing-masing. Seiring berjalannya waktu manusia selalu berpikir kreatif yang membuat mereka menemukan metode-metode baru, konsep baru, pemahaman baru, penemuan baru dan tentu saja karya seni yang baru. (Rakhmat, Jalaluddin 2011:73).

Penulis menemukan sebuah fenomena dalam situs berbagi video YouTube yang dinamakan ASMR. Jika kita menuliskan kata kunci “ASMR” di kolom pencarian YouTube maka akan muncul video-video berupa kreator yang berusaha menghasilkan suara-suara yang sangat sensitif melalui berbagai macam media yang tidak terduga. Biasanya konten ASMR ini bertujuan untuk memberikan rasa senang atau sensasi menenangkan untuk penontonnya. *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR) adalah sebuah pengalaman dimana penikmatnya mendapatkan respon menggelitik yang memberikan rasa tenang, hangat dan menyenangkan di daerah kepala. Sensasi tersebut diperoleh dengan menonton video. Pemicu sensasi tersebut antara lain seperti orang yang berbisik sangat dekat dengan mikrofon, suara ketukan lembut ataupun sesederhana gerakan tangan. (Poerio, 2018:1).

Bayangkan suasana sunyi di suatu perpustakaan, ada orang-orang yang berbisik dengan lembut, ada juga suara ketikan *keyboard* komputer dan ada suara seruput orang yang sedang minum kopi ataupun suara lembar buku yang sedang dibalik menuju halaman selanjutnya. Untuk sebagian orang mungkin suara-suara tersebut terasa mengganggu karena bisa saja menjadi distraksi dalam berkonsentrasi. Tetapi untuk sebagian lagi, penampakan dan suara tadi adalah pemicu *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR).

Perlunya sesuatu yang didalam dunia konten kreator YouTube. Sesuatu yang bisa dikomersialkan dan menjadi inspirasi untuk kreator lain membuat inovasi-inovasi baru kedepannya dengan pemanfaatan ASMR. *Storytelling* adalah salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk memperoleh unsur naratif. *Storytelling* terdiri atas dua kata yaitu *story* yang berarti cerita dan *telling* yang berarti penceritaan. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang fenomena ASMR yang tergolong baru ini membuat interpretasi dari masing-masing orang berbeda.

Peran sutradara dalam pembuatan video musik dengan pendekatan *storytelling* yang mengangkat sekaligus menambahkan unsur ASMR kedalam penelitian tentunya sangat penting dari merancang konsep penyajian naratif lalu ke awal hingga akhir produksi. Selain peran sutradara, Peran komposer lagu juga akan menjadi penting dikarenakan ASMR erat kaitannya dengan Audio. Penulis telah melakukan browsing pada situs YouTube dengan tujuan mencari keberagaman konteks dalam video ASMR yang disajikan para kreator YouTube. Namun, penulis belum menemukan sebuah video dimana ASMR di aplikasikan kedalam kategori video lain sebagai contoh kedalam *beauty vlogging*, wisata kuliner, ataupun suatu komposisi video musik.

Video musik sendiri definisinya masih simpang siur, bahkan kamus Merriam-Webster gagal untuk memberikan definisi untuk musik video. Menurut Moller (2011: 34) menjelaskan bahwa video musik adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik. Terdiri dari montase yang mendukung makna dari sebuah lagu. Fungsi utama musik video menurut Haqi dalam bukunya yang berjudul Musik Records Indie Label (Haqi, 2012: 32) adalah sebagai media promosi. dimaksudkan agar masyarakat luas semakin mengetahui karya yang dibuat musisi yang bersangkutan. Tetapi belum ada yang menyatakan bahwa musik video merupakan film pendek yang didalamnya terdapat dialog dan sebuah cerita yang memiliki eksposisi, komplikasi dan resolusi.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji fenomena ASMR dan menerapkannya kedalam sebuah video musik. Musiknya sendiri akan memilih genre pop yang merupakan sebuah genre yang bersifat paling komersil dalam industri musik Indonesia. Musik Pop sifatnya mudah diterima oleh banyak kalangan karena terdapat unsur standarisasi (Khadavi, 53:2014). Rasa keingintahuan penulis sebagai penikmat musik pop dan seseorang yang berhasil mendapatkan sensasi dari ASMR juga menimbulkan pertanyaan bagaimana jadinya bila kedua hal tersebut disatukan dan dikemas dalam bentuk karya audio visual dalam ranah penyutradaraan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Persaingan konten kreator di YouTube semakin ketat
2. Banyaknya konten kreator video yang mengesampingkan estetika dan konteks dari video yang dibuat hanya demi mengejar *trend* agar mendapatkan banyak *viewers*.
3. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR).
4. Belum banyak masyarakat yang pernah merasakan pengalaman dari *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR).
5. Kesadaran yang minim dari konten kreator untuk memanfaatkan *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR) menjadi sebuah konten yang baru.
6. Belum ada konten video di YouTube tentang ASMR dalam video musik yang menggunakan pendekatan *storytelling*.
7. Perlunya memanfaatkan musik sebagai media untuk memperkenalkan *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR) kepada masyarakat luas
8. Pentingnya konsep penyutradaraan kreatif dalam membuat sentuhan yang baru untuk konten di YouTube.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara memanfaatkan ASMR ke dalam sebuah video musik dengan pendekatan *storytelling*?
2. Bagaimana penerapan konsep penyutradaraan kreatif dalam video musik sebagai konten di YouTube?

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka ruang lingkup penelitian ditentukan sebagai berikut :

1. Apa (*What*)?
Fokus masalah dalam topik penelitian ini mengenai pemanfaatan ASMR dalam video musik dengan pendekatan *storytelling*.
2. Dimana (*Where*)?

Maraknya konten ASMR bermunculan di situs berbagi video, khususnya di YouTube

3. Siapa (*who*)?

Target audiensi berdasarkan YouTube Analytics yang dituju pada perancangan ini adalah *emerging adulthood* (18-24 tahun) yang merupakan transisi antara masa remaja ke dewasa yang dicirikan dengan eksperimen dan eksplorasi.

4. Kenapa (*Why*)?

ASMR merupakan sebuah fenomena global yang sedang *happening* di seluruh dunia dan perlunya ide baru mengenai ASMR di YouTube

5. Kapan (*When*)?

Proses perancangan karya ini akan di produksi pada tahun 2019.

6. Bagaimana (*How*)?

Penulis sebagai sutradara akan membuat video musik dengan mengangkat fenomena ASMR yang akan dikemas dengan pendekatan *storytelling*.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Untuk memahami pemanfaatan ASMR ke dalam sebuah video musik dengan pendekatan *storytelling*.
2. Untuk memahami penerapan konsep penyutradaraan kreatif dalam video musik sebagai konten di YouTube.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Bagi Penulis

1. Mendapatkan apresiasi dari pengikut dan pelanggan di kanal YouTube penulis dan menjadi kebanggaan tersendiri mempunyai satu konten yang harus melalui perancangan Tugas Akhir.
2. Sebagai karya video musik sekaligus lagu orisinal yang bisa dikomersialkan kepada masyarakat luas.
3. Menambah pengetahuan bagaimana cara *mixing* dan *mastering* audio musik dengan ASMR

1.6.2 Bagi Akademik dan Masyarakat

1. Memberi informasi kepada akademik dan seluruh masyarakat bahwa ASMR dapat dimanfaatkan kedalam berbagai kategori video di YouTube.
2. Menjadi hiburan yang bisa diakses publik melalui situs berbagi video YouTube.
3. Memberikan wawasan tentang apa itu *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR).

1.7 Metode Perancangan

Sebelum melakukan perancangan pemanfaatan ASMR dalam video musik dengan pendekatan *storytelling*, Penulis terlebih dahulu melakukan penelitian. Penelitian yang digunakan menggunakan tipe kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 15:2011). Adapun pendekatan yang dipakai pada perancangan ini adalah pendekatan fenomenologi, definisi yang dikemukakan oleh Creswell dikutip Eddles-Hirsch (2015) yang menyatakan bahwa pendekatan fenomenologi adalah sebuah penelitian yang tertarik untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengalaman sebuah fenomena individu dalam dunia sehari-hari. (Helaluddin.7:2018) dan ini sangat erat kaitannya dengan ASMR karena merupakan sebuah pengalaman suatu individu. Adapun perancangan dalam metode ini sebagai berikut:

1.7.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan penulis untuk melengkapi kebutuhan informasi mengenai objek penelitian tentang pemanfaatan ASMR dalam video musik dengan pendekatan *storytelling* dilakukan melalui 3 tahap, yakni:

1. Observasi

Penulis mengumpulkan data melalui metode observasi. Observasi menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiono (2011:203), mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan pengamatan data yang ditampilkan oleh Google Trend dan YouTube Analytics melalui *Socialblade*. Hasil observasi ini digunakan untuk menambah data sebagai informasi perancangan yang akan dibuat.

2. Wawancara

Dalam tahapan pengumpulan data, penulis melakukan wawancara tidak terstruktur. Menurut Moleong (2014: 186-191) Pelaksanaan tanya jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari. Penulis mewawancarai beberapa ahli dalam bidang audio juga video:

- Produser musik Lunatic Parfait Records, Rahadyan Yudhistira.
- Rapper, sekaligus konten kreator YouTube dan juga juara music performance Korean World Festival di Korea Selatan, Alphiandi
- Sutradara sekaligus pendiri *Production House Pavana Films*, Jo Satrianie.

3. Studi Literatur

Data dan informasi yang diperoleh melalui literatur pustaka dan visual.

- Literatur Pustaka

Literatur pustaka didapatkan melalui buku, jurnal, dan artikel, yang bersangkutan, tentang fenomena terkait penelitian ini.

- Literatur Visual

Kemudian, penulis melakukan literatur visual, yaitu dengan menganalisis karya audio visual sejenis, sebagai referensi perancangan karya, mengenai Pemanfaatan ASMR dalam sebuah video musik dengan pendekatan *storytelling*.

4. Kuesioner

Penulis menggunakan kuesioner sebagai salah satu pengumpulan data. Kuesioner yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan fitur “*Ask me a question*” dan “*Poll*” yang ada pada Instagram *Instastory*. Hasil Kuesioner ini digunakan untuk menyesuaikan kepada pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan fenomenologi.

1.7.2 Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data dengan beberapa metode di atas, adapun langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data dan visual yang sudah ada. Analisis tersebut, yakni:

a. Analisis Objek

Penulis melakukan analisis objek berdasarkan data yang telah diperoleh dari pendekatan fenomenologi. Metode yang dipakai adalah metode fenomenologi *Bracketing* Husserl. Teknik *bracketing* merupakan teknik fenomenologi kontemporer dalam sosiologi. Peneliti harus mampu mengidentifikasi dan menyimpan sementara asumsi, keyakinan, dan pengetahuan yang telah dimiliki tentang fenomena diteliti agar mampu berkonsentrasi pada setiap aspek fenomena. (Barnawi,2018:164).

b. Analisis Visual

Pengumpulan data dengan analisis visual. Penulis melakukan analisis visual terhadap karya sejenis yang berhubungan dengan musik, *storytelling*, dan ASMR. Penulis berusaha untuk mencari celah bagaimana ketiga unsur tersebut dapat disatukan menjadi satu karya audio visual video musik. Untuk itu, karya sejenis digunakan sebagai referensi dalam perancangan sebuah karya yang akan dibuat.

1.7.3 Sistematika Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data dan analisis pada objek penelitian, tahap selanjutnya adalah perancangan. Maka dari itu, diperlukan sistematika perancangan karya audio visual pemanfaatan ASMR dalam video musik dengan pendekatan *storytelling* diantaranya: Pra produksi, produksi dan pascaproduksi.

1. Pra Produksi

Pra Produksi berawal dari perancangan ide dan gagasan, lalu dituangkan pada naskah. Selain membuat naskah untuk cerita, Penulis juga akan menulis sebuah komposisi musik pop menggunakan unsur ASMR. Selanjutnya adalah mempercayakan tim videografer untuk bersama-sama melakukan *brainstorming* berdasarkan konsep yang telah dibuat.

2. Produksi

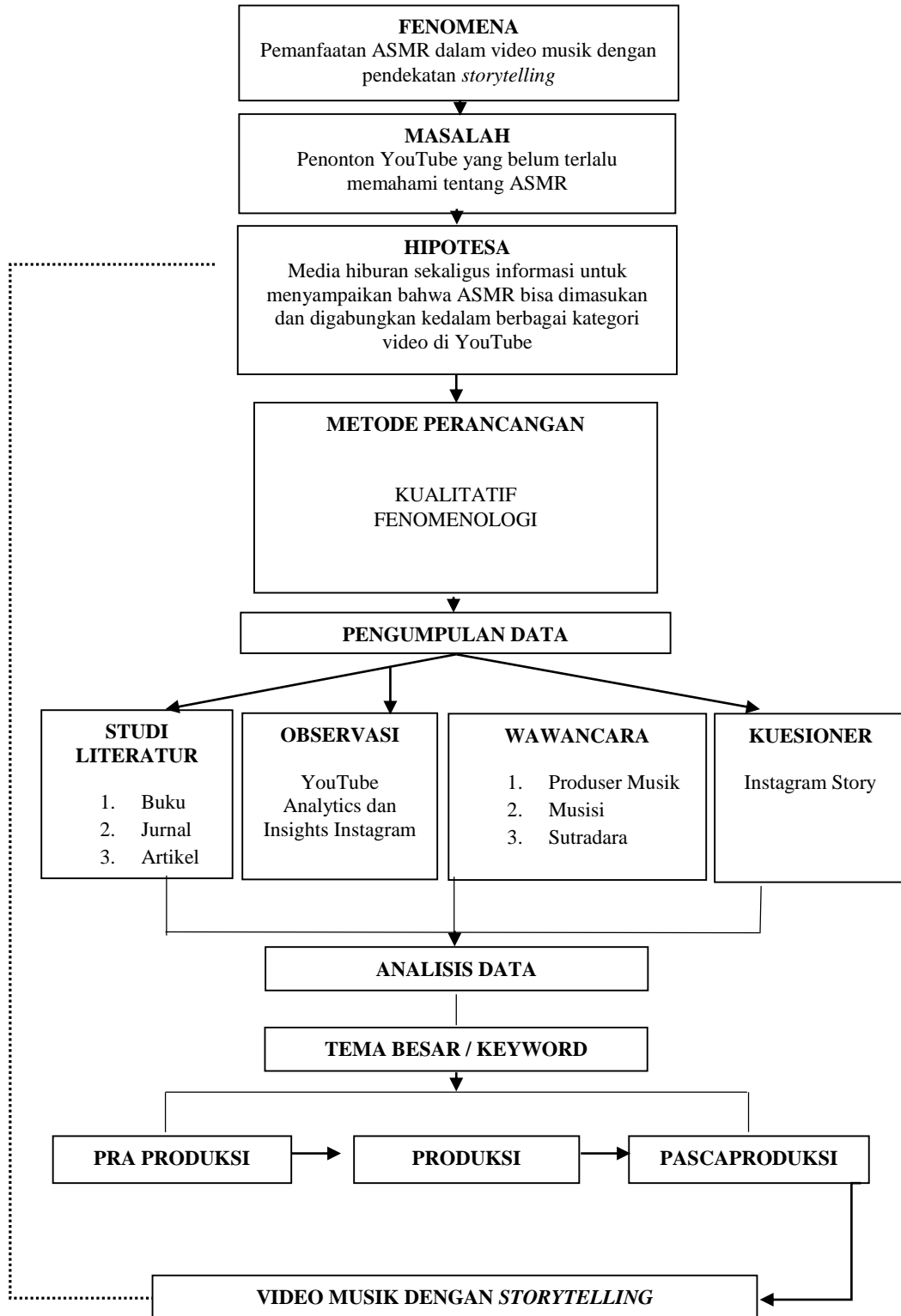
Penulis sebagai sutradara sekaligus pencipta lagu dan komposer akan langsung memproduksi bersama tim yang berbeda, yaitu tim videografer dan tim musik, untuk video penulis bekerjasama dengan Pavana Films, dan untuk produksi musik penulis bekerjasama dengan Lunatic Parfait Records. Pada tahap ini produksi musik harus selesai terlebih dahulu agar musiknya dapat digunakan dalam produksi video.

3. Pascaproduksi

Mendiskusikan serta mengevaluasi hasil shooting, lalu menuntun *editor* agar tetap sesuai dengan apa yang dikonsepsikan di awal. Selain itu juga akan ada penambahan ataupun perbaikan dari segi *mixing* dan *mastering* audio untuk mendukung visual yang telah diproduksi.

1.8 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan



(Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2018).

1.9 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Pada Bab I diuraikan mengenai pendahuluan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, menjelaskan tujuan dan manfaat dari perancangan yang dilakukan, dan penjelasan sistematika penulisan pada laporan perancangan tugas akhir.

2. Bab II Landasan Teori

Pada bab II berisi tentang teori-teori yang digunakan pada perancangan laporan. teori atau dasar pemikiran sebagai landasan untuk menganalisis atau menguraikan permasalahan yang diteliti.

3. Bab III Data dan Analisis

Bab III data dan analisis masalah yang berkaitan dengan perancangan dan analisa data sebagai acuan dalam pembuatan karya pada Bab IV.

4. Bab IV Konsep Perancangan

Bab IV berisi tentang perancangan konsep dalam pembuatan karya. Serta strategi pembuatan karya Tugas Akhir

5. Bab V Penutup

Bab V berisi tentang kesimpulan dan saran dari bab I, II, III dan IV.