

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini akan membahas bagaimana video musik “Love Epiphany” oleh grup band asal Indonesia Reality Club merepresentasikan konsep *Love Language* dengan menjelaskan berbagai cara seseorang untuk mengekspresikan perasaan cinta dan kasih sayang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teori semiotika Roland Barthes.

Manusia memiliki cara yang berbeda dalam mengungkapkan dan merasakan rasa kasih sayang, inilah konsep Love Language yang diciptakan oleh seorang konselor bernama Gary Chapman (Chapman, 2024). Dr. Gary Chapman merupakan seorang konselor keluarga yang berpengalaman dan seorang penulis buku yang sudah menulis lebih dari 40 buku, “The Five Love Language” merupakan judul miliknya yang paling laris di pasaran yang sudah dipublikasikan dengan lebih dari 50 bahasa dan terjual lebih dari 14 juta eksemplar, Dr. Chapman memiliki gelar sarjana dalam bidang antropologi dari Wheaton College dan gelar magister di bidang yang sama dari Wake Forest University. Ia meraih gelar Ph.D. dari Southwestern Baptist Theological Seminary dan telah menyelesaikan studi pascasarjana tambahan di University of North Carolina dan Duke University.

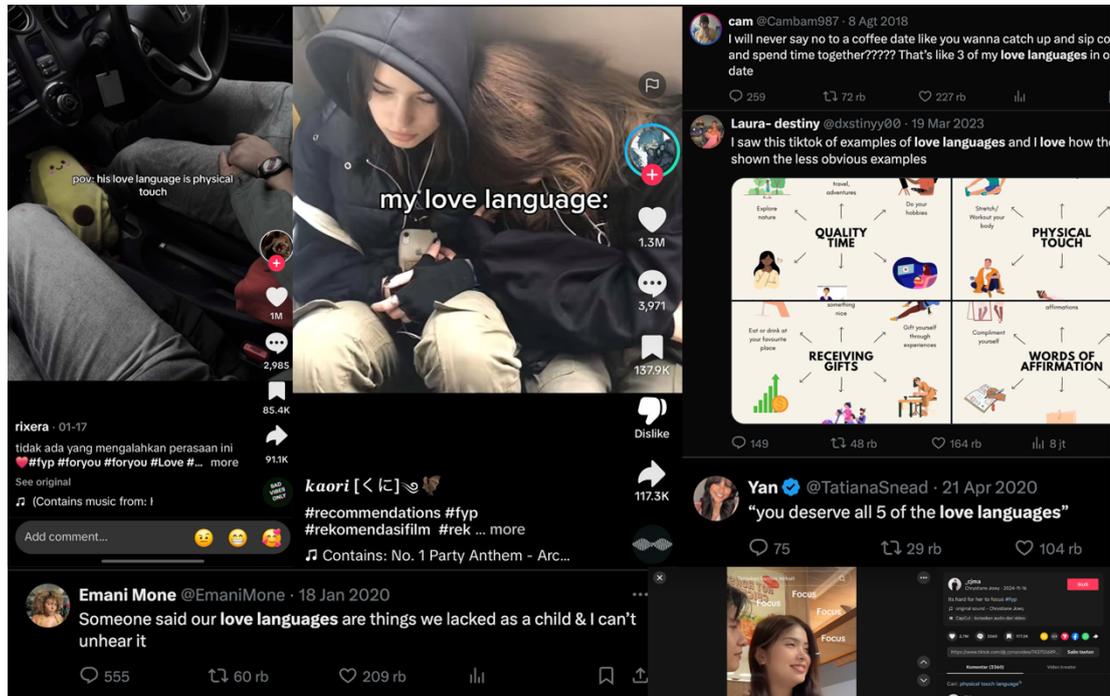
Love Language memiliki peran untuk membantu pasangan, keluarga, sahabat untuk saling mencintai dengan lebih mudah karena di konsep ini, ada 5 bahasa cinta dalam hubungan yaitu word of affirmation, quality time, receiving gifts, acts of service, dan physical touch. Love Language terbukti membantu dalam introspeksi diri tentang kebutuhan dan kemauan pasangan dalam hubungan karena kemudahan untuk mengkategorikan perilaku dalam hubungan (Pohan dll, 2021). Sebuah penelitian dari tahun 2020 melakukan validasi konstruk terhadap 5 Love Languages yang berkaitan dengan teori Love Language Chapman, Surijah dan Septiarly (2016) melakukan studi yang bertujuan untuk membuktikan secara empiris teori 5 Love Languages serta menegaskan aspek-aspek yang membangun teori tersebut, Penelitian ini melibatkan 400 mahasiswa di sebuah perguruan tinggi di Bali. Para peneliti menyusun instrumen dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 34 pertanyaan untuk mengukur apa yang membuat seseorang merasa dicintai. Instrumen ini kemudian dianalisis menggunakan analisis faktor eksploratori (EFA). Hasil analisis menunjukkan lima komponen love

languages, yang mengonfirmasi konsep awal Chapman (Suriyah dan Kirana, 2020). Hal ini membuktikan bagaimana konsep *Love Language* membantu suatu hubungan. Maka dari itu konsep *Love Language* layak untuk dibahas lebih lanjut.

Love Language merupakan suatu bentuk dari komunikasi Interpersonal secara verbal/non-verbal untuk mengekspresikan kasih sayang dan rasa cinta kepada pasangan sehingga terciptalah komunikasi yang efektif karena Menurut De Vito (2013), komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai umpan balik yang ditujukan untuk membantu individu meningkatkan efektivitas pribadi dan efektivitas dalam berhubungan dengan orang lain (Widiyawati dan Wulandari, 2021). Dengan komunikasi yang baik, kita dapat memahami pasangan dengan lebih baik untuk hubungan romantis.

Konsep *Love Language* telah diadopsi secara luas oleh masyarakat Indonesia sebagai cara untuk memahami dan menjaga hubungan romantis. Menurut data dari Populix dengan lebih dari 4000 responden, mayoritas masyarakat Indonesia menyukai *Love Language Physical Touch* dengan presentase 33%, di posisi kedua, 29% responden menyatakan bahwa mereka menikmati menghabiskan waktu bersama pasangan. Berikutnya, 22% responden menunjukkan bahwa tindakan pelayanan atau *Act of Service* dari pasangan adalah love language mereka. Sementara itu, 11% responden menyampaikan rasa cinta dan kasih sayang melalui kata-kata afirmasi, atau *Word of Affirmation* dan di posisi terakhir, 5% responden merasa senang menerima hadiah dari pasangan yang disebut dengan *Receiving Gift* (Adel Andila Putri, 2023). Hal ini mengimplikasikan bahwa masyarakat Indonesia banyak yang menerapkan konsep *Love Language* dalam kehidupan hubungan romansa mereka.

Love Language juga menjadi topik perbincangan yang menarik dan populer dalam berbagai artikel media besar CNN Indonesia, Detik, Tribun Trends, Bahkan situs jual beli OLX mempublikasikan artikel tentang *Love Language*. Diskusi antar pengguna di sosial media juga ramai, seperti dalam salah kumpulan *post* di sosmed berikut :



Gambar 1. 1 Konten tentang Love Language
Sumber *Internet* (Diakses pada 29 September 2024, Pukul 02.49 WIB)

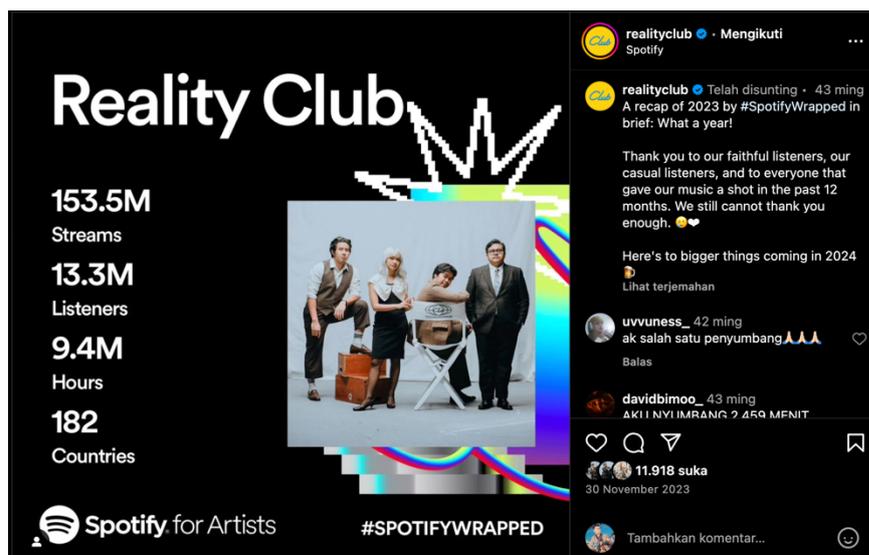
Beberapa konten tentang *Love Language* mendapatkan puluhan ribu *engagement* dengan jutaan likes. Berdasarkan konten yang ramai tersebut, dapat diketahui bahwa topik *Love Language* menarik, jumlah komentar dan *retweet* mengimplikasikan masyarakat merasa *relate* dan suka dengan konten tersebut. Dengan ini bisa dikatakan bahwa konsep *Love Language* oleh Gary Chapman sudah diaplikasikan ke hubungan romantis masyarakat Indonesia.

Musik memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan manusia. Di era saat ini, hampir tidak mungkin menemukan aktivitas yang sama sekali tidak melibatkan musik, karena di berbagai tempat, orang mendengarkan musik baik secara sadar maupun tanpa disadari. (Sihabuddin dkk, 2023). Musik dan video klip selalu punya peran penting dalam menyampaikan pesan kepada para audiens. Tidak hanya menjadi media hiburan semata, tetapi video klip musik juga menjadi sarana bagi para musisi untuk mengekspresikan perasaan, emosi, dan ideologi tertentu yang tersurat maupun tersirat. Artikel yang dipublikasikan oleh The Harvard Crimson menyatakan bahwa lagu-lagu

cinta telah menjadi bagian penting dari budaya di seluruh dunia, bahkan sering berperan sebagai alat perlawanan terhadap norma-norma yang menekan dengan mendorong kebebasan dan kemandirian individu, maka dari itu topik tentang cinta dalam lagu sangat relevan (Julia Hynek, 2024).

Video musik memengaruhi audiens dengan membentuk persepsi mereka tentang identitas, peran gender, dan tubuh ideal, serta memengaruhi cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sosial (Thomas dan Olayinka, 2014). Salah satu tema yang sering muncul dalam video musik di adalah cinta, lagu bertema cinta juga masih mempertahankan popularitasnya hingga saat ini. Sebuah penelitian pada tahun 2019 mengungkapkan bahwa antara tahun 1960 hingga 2010, 67,3 persen lirik dari lagu-lagu top-40 mengacu pada hubungan dan cinta, sementara 29,9 persen menyinggung seks dan hasrat seksual (Christenson dkk, 2019). Melalui berbagai simbol, tanda, dan narasi, video musik dapat merepresentasikan konsep cinta yang ideal, unik, kompleks, dan bahkan kontradiktif.

Banyak musisi yang mengekspresikan pengalamannya dalam cinta dan kasih sayang dengan lagu yang mereka ciptakan. Reality Club menjadi salah satu band dari itu. Dilansir dari artikel yang dipublikasikan IDN Times, Reality Club yang dibentuk pada awal tahun 2016 ini dimulai oleh 3 Mahasiswa Universitas Indonesia yaitu Mayo sebagai pemain bass, Fathia Izzati sebagai vokalis, dan Era Patigo sebagai drummer (Sierra Citra, 2023).



Gambar 1. 2 Statistik Spotify Reality Club 2023
Sumber [Instagram Post Reality Club](#)
(Diakses pada 29 September 2024, Pukul 05.08)

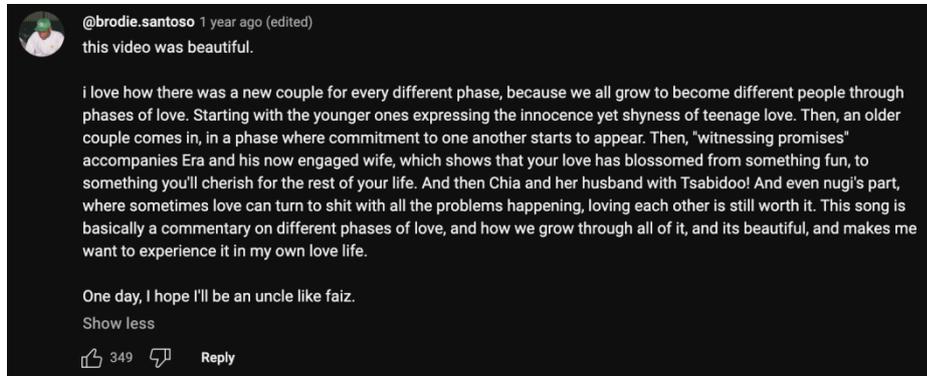
Pada tahun 2023 Reality Club mendapatkan lebih dari 13 juta pendengar dari 182 negara. Walaupun Reality Club adalah band yang berasal dari Indonesia, tapi semua lagu milik mereka memiliki lirik berbahasa Inggris, hal ini dikarenakan sang vokalis Fathia dan Faiz yang dibesarkan di negara Amerika Serikat sehingga mereka lebih nyaman berbicara dengan bahasa Inggris. Hal ini juga pernah dijelaskan saat konferensi pers album ke-3 mereka yang berjudul Reality Club Presents... jika lirik mereka semua menggunakan bahasa Inggris karena tujuan utama Reality Club yaitu memiliki eksistensi di kancah internasional (Melvina Tionardus, 2023).

Rommel Utungga Pasopati dari Universitas Dr. Soetomo Surabaya dalam artikel jurnal yang berjudul "The Interpretations of Eternalism in Reality Club's 2112" menyatakan bahwa lagu 2112 oleh Reality Club merepresentasikan eternalisme cerita cinta dalam hal kenangan, bukan sebagai pemahaman masa lalu, melainkan sebagai masa depan yang terbuka terhadap segala bentuk determinisme, menunjukkan bahwa setiap peristiwa (Rommel Utungga Pasopati dkk, 2024). Dan dalam Thesis yang berjudul "Eros And Thanatos In Reality Club's Album What Do You Really Know?" menyatakan bahwa karya Reality Club mengandung unsur eros dan thanatos melalui bahasa kiasan yang mencerminkan hasrat sang penulis, Studi ini menemukan bahwa bahasa kiasan digunakan sebagai medium untuk mengekspresikan dorongan kehidupan (eros), dorongan kematian (thanatos), dan kontradiksi antara keduanya (Sesillia dan Salsa Ivanka 2024) Dari penelitian tentang Reality Club yang sudah ada menunjukkan bahwa band ini dapat menjadi objek penelitian karena liriknya yang mengandung berbagai makna.

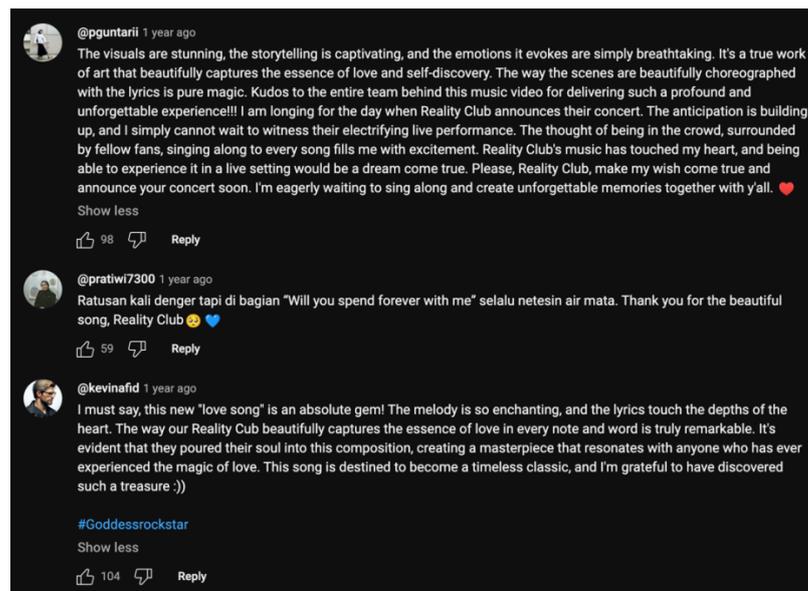
Reality Club sejauh ini sudah merilis 3 album yaitu, Never Get Better (2017), What Do You Really Know? (2020), dan yang terbaru Reality Club Presents... (2023). Semua lagu mereka membahas tentang Hubungan romantis dan cerita cinta, khususnya pada album ke-3 dimana mereka menarasikan cinta dengan slogan "*Every love story deserve its own movie, and every movie has its own soundtrack*". Album ini juga mendapat nominasi album terbaik dalam AMI (Anugerah Musik Indonesia) Awards 2023, dan memenangkan penghargaan AMI Awards untuk Album Alternatif Terbaik di tahun 2023.

Lagu "Love Epiphany" memenangkan penghargaan AMI Awards Duo/Grup/Kolaborasi Alternatif sebagai lagu terbaik dalam album *Reality Club Presents*. Lagu ini merangkum seluruh spektrum cinta pada seluruh tahapan kehidupan dari sudut pandang seorang paman yang gagal dalam cinta. Reality Club merilis video

klip Love Epiphany satu minggu setelah rilisnya album *Reality Club Presents...* Yaitu tanggal 5 Juni 2023. Video klip ini mengundang banyak tanggapan dari para pendengar di kolom komentar.



Gambar 1. 3 Tanggapan tentang “Love Epiphany”
Sumber [Kanal Youtube Reality Club](#)
(Diakses 1 Oktober, 2024 pukul 13.51)



Gambar 1. 4 Tanggapan tentang “Love Epiphany”
Sumber [Kanal Youtube Reality Club](#)
(Diakses 1 Oktober, 2024 pukul 13.51)

Dilihat dari gambar 1.3 dan gambar 1.4, banyak tanggapan positif dari penonton video klip “Love Epiphany” Reality Club. Mereka berpendapat bahwa lagu dan video klip ini memiliki makna yang sangat kuat dan menarik dengan instrumental orkestral ala-ala Disney. Reality Club sukses membuat banyak pendengarnya merasa *relate* dengan interpretasi berbagai fase dalam cinta. Di dalam video klip “Love Epiphany” terdapat banyak gerakan non-verbal yang menandakan cinta, hal ini berkesinambungan dengan konsep *Love Language* oleh Gary Chapman, dimana ada

berbagai cara untuk mengekspresikan cinta. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti video klip berjudul “Love Epiphany” oleh Reality Club.

Dibanding lagu Reality Club lainnya, “Love Epiphany” merupakan lagu utama yang memimpin album ke-3 Reality Club (Anastasya Lavenia 2023). Reality Club adalah band yang berada di bawah naungan Universal Music Indonesia, label musik dengan *market share* terbesar di industri music dengan angka 31,9% (Sisario, 2024). NIKI merupakan musisi yang berasal dari Indonesia, semua lagu NIKI mempunyai lirik dengan bahasa inggris seperti Reality Club, namun NIKI berada di bawah naungan 88rising yang merupakan label asal Amerika Serikat. Hal ini mengimplikasikan bahwa Reality Club lebih relevan secara lokal dan Lagu “Love Epiphany” adalah lagu yang tepat untuk diteliti dari lagu yang lain karena “Love Epiphany” adalah lagu yang memimpin album terbaru Reality Club.

Berbagai penelitian tentang cinta dan kasih sayang yang berkelanjutan dengan Love Language dengan metode penelitian analisis semiotika sudah pernah diteliti. Yaitu penelitian dengan judul "Musik sebagai Media Komunikasi Ekspresi Cinta (Analisis Semiotika Lirik Lagu 'Rumah ke Rumah' Karya Hindia)" yang diteliti oleh Serafina Iubikrea Arsegi Cahya dan Gregorius Genep Sukendro tahun 2022 dari Universitas Tarumanegara, penelitian tersebut menggunakan Menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini menemukan bahwa lagu tersebut dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan cinta dan emosi manusia. Melalui liriknya, musisi menggambarkan berbagai bentuk cinta, termasuk cinta terhadap pasangan, ibu, dan orang-orang di sekitarnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa musik dapat menjadi media komunikasi yang efektif untuk mengungkapkan perasaan (Cahya dan Sukendro, 2022).

Berbagai penelitian tentang cinta dan kasih sayang yang berkelanjutan dengan *Love Language* dengan metode penelitian analisis semiotika sudah pernah diteliti. Dan juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh Venda Kurnia Pramesti dan Sri Oemiati pada tahun 2022 dari FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia yang berjudul “Makna Lirik Lagu Kataomoi: Analisis Semiotika Roland Barthes” yang menjadikan lirik lagu Kataomoi oleh Aimer sebagai objek penelitiannya dan dianalisis dengan semiotika Roland Barthes, hasil dari penelitiannya adalah ditemukan makna dari lagu ini yaitu mencerminkan emosi yang dirasakan oleh penulisnya, yaitu perasaan cinta yang mendalam terhadap pasangannya, rasa frustrasi karena berharap pasangannya

lebih peka, dan keinginan untuk merasakan cinta yang bersifat saling memberi dan menerima (Venda Kurnia Pramesti dan Sri Oemiati, 2022).

Begitu juga pada penelitian yang berjudul “Representasi Love Language Dalam Video Musik Cincin Karya Hindia” yang diteliti oleh Naja Kayra Rahim dengan video musik “Cincin” karya Hindia sebagai objek penelitiannya yang juga dianalisis dengan analisis semiotika Roland Barthes, hasil penelitiannya Kelima dimensi Love Language terepresentasikan baik secara verbal maupun nonverbal dalam beberapa bagian lirik dan adegan visual (Naja Kayra Rahim dan Freddy Yusanto, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Luthfan Wagas Wiratirta yang berjudul “Makna Cinta Kasih Sayang pada Video Musik Lagu Kirana-Dewa 19” dengan objek penelitian video musik “Kirana” oleh band Dewa 19 dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan hasil penelitian ditemukannya Cinta kasih sayang direpresentasikan melalui kombinasi simbol tradisional dan modern, dengan Dewi Kirana sebagai simbol utama yang menggambarkan cinta kasih. Ungkapan cinta kasih sayang ditampilkan melalui penggunaan bahasa yang puitis. Pada masa remaja, cinta kasih sayang sangat penting karena kurangnya hal ini dapat menyebabkan perasaan kehilangan arah, frustrasi, dan mendorong perilaku negatif. Cinta kasih sayang muncul dari hati individu dan dapat dirasakan melalui emosi positif serta pengendalian diri. Sebaiknya, ungkapan cinta kasih sayang disampaikan secara universal dan artistik, menggunakan bahasa yang lembut dan puitis, bukan dengan cara dogmatis atau memerintah (Luthfan Wagas Wiratirta dan Adrio Kusmareza Adim, 2023).

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan, sudah dibahas bagaimana konsep cinta dan kasih sayang serta *Love Language* direpresentasikan dalam video klip musik dan lirik lagunya, tetapi belum ada penelitian semiotika tentang lagu dari band Reality Club. Reality Club sebagai band lokal yang sedang naik daun menarik untuk menjadi objek penelitian karena pada album *Reality Club Presents...* terdapat berbagai lagu dengan cerita cinta yang unik dan *relatable* pada remaja. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis secara lebih mendalam dari sebuah video musik dan lirik lagu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep *Love Language* direpresentasikan di dalam sebuah video musik dan bagaimana pengaruh budaya penulis lagunya mempengaruhi pandangan tentang cinta.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui bagaimana konsep *Love*

Language direpresentasikan dalam video klip “Love Epiphany” karya Reality Club sebagai objek penelitiannya. Metode ini menggunakan cara untuk menganalisis tanda-tanda dalam suatu karya dengan membedakan antara dua tingkatan makna: denotasi dan konotasi. Denotasi mengacu pada makna harfiah atau langsung dari suatu tanda, sementara konotasi merujuk pada makna yang lebih dalam, seringkali terkait dengan nilai-nilai, budaya, atau ideologi tertentu. Dan adanya konsep mitos, di mana sebuah tanda atau simbol dalam masyarakat sering kali sudah dipahami sebagai sistem komunikasi yang mapan. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana video musik berkomunikasi dengan audiensnya, tidak hanya pada level literal, tetapi juga pada level budaya dan emosional.

Dalam analisis video musik, pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi lapisan makna tersembunyi di balik lirik, visual, dan simbol-simbol yang digunakan. Dengan ini peneliti bisa memahami cara video musik berinteraksi dengan audiensnya, bukan hanya pada makna harfiah, tetapi juga pada tingkat budaya dan emosional. Pengumpulan data akan dilakukan dengan analisis langsung video klip “Love Epiphany” dan studi pustaka. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis dan menguji bagaimana konsep *Love Language* diterapkan dalam video musik berjudul "Love Epiphany" serta memahami bagaimana konsep tersebut direpresentasikan.

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis bagaimana konsep *Love Language* direpresentasikan dalam video klip dan lirik lagu “Love Epiphany” karya Reality Club.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana 5 *Love Languages* direpresentasikan dalam video musik “Love Epiphany” karya Reality Club

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat, khususnya untuk *Goddess Rockstar fanbase* Reality Club dan mahasiswa yang sedang melakukan penelitian, terutama yang berkaitan dengan representasi konsep *Love Language* dalam lirik dan video musik Reality Club, dengan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan studi Pustaka atau referensi bagi peneliti lain yang ingin mempelajari dan meneliti tentang penelitian terkait khususnya dalam analisis semiotika Roland Barthes dengan objek lagu dari band Reality Club. Dan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pengaruh konteks budaya, sosial, dan historis terhadap interpretasi dan pemahaman terhadap lirik lagu tersebut. Ini dapat membantu kita untuk memahami lebih baik bagaimana budaya dan konteks sosial memengaruhi cara kita mengartikan ekspresi cinta dalam konteks musik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pandangan tentang bagaimana bahasa dan gaya penyampaian dalam lirik lagu memengaruhi pemahaman kita tentang ekspresi cinta, serta dapat membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut tentang pengaruh musik sebagai media komunikasi dalam menyampaikan ekspresi cinta.

1.4.2 Aspek Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana konsep Love Language dapat diterapkan dan direpresentasikan dalam video musik, terutama pada lagu berjudul "Love Epiphany" karya Reality Club. Dan sebagai musisi, peneliti juga dapat menambah pengetahuan tentang musik dan berbagai makna didalamnya untuk membuat karya yang berarti di masa depan.

b. Bagi Akademik

Manfaat penelitian ini dalam bidang akademik adalah hasilnya dapat dijadikan referensi atau bahan kajian untuk penelitian selanjutnya terkait semiotika dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai konsep Love Language yang direpresentasikan melalui lirik lagu dan video musik. Penelitian ini juga akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep *Love Language* dalam konteks musik pop modern, khususnya melalui analisis lirik lagu "Love Epiphany" karya Reality Club. Hal ini dapat membantu dalam memperkaya pemahaman dan literatur tentang bagaimana *Love Language* digunakan dan dipahami dalam budaya musik Indonesia saat ini.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan Riset	Waktu				
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Penentuan Topik					
2	Mencari referensi riset					
3	Penyusunan Bab 1 hingga Bab 3					
4	Pengumpulan DE					
5	Hasil Revisi DE					
6	Penyusunan Bab 4 dan Bab 5					
7	Pengumpulan Skripsi					
8	Sidang Akademik					

1.5.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada adegan-adegan dalam video musik "Love Epiphany" karya Reality Club yang tersedia di kanal YouTube resmi mereka. Platform YouTube, yang dapat diakses dari mana saja selama terhubung dengan internet, berperan sebagai lokasi penelitian ini.