

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki daya tarik wisata yang beragam dan memikat, membuatnya menjadi salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia. Karena letak geografisnya yang menguntungkan hal ini disebabkan Indonesia berada di tiga samudra, Asia, Australia/Pasifik, dan Hindia, Indonesia memiliki lebih dari 17.508 pulau. Akibatnya, baik wisatawan lokal maupun manca negara menganggap Indonesia sebagai destinasi yang menarik. Karena letak geografisnya yang berada di antara dua benua dan dua lautan, serta suhu tropisnya, Indonesia menjadi tujuan wisata yang sangat disukai wisatawan dari negara lain (Moenir et al., 2021). Dengan kata lain, Indonesia memiliki banyak ruang untuk berkembang dalam industri pariwisata. Keragaman sumber daya alam yang terdiri dari lautan, matahari, pantai dan daratan yang kalau dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara. Selain itu, keberagaman budaya yang kaya juga menjadi daya tarik utama. Indonesia memiliki lebih dari 300 suku bangsa dengan kebudayaan yang unik, seperti tari tradisional, seni ukir, dan seni batik, yang memikat wisatawan yang tertarik dengan keanekaragaman budaya.

Peran sektor pariwisata dalam perekonomian juga dinilai penting, sebagai sumber devisa dan peluang ekonomi lainnya. Pariwisata menguntungkan perekonomian Indonesia dalam dua cara: sebagai sumber pendapatan dan sebagai lokasi pertumbuhan usaha dan pekerjaan baru. Suatu wilayah atau pertumbuhan ekonomi total suatu negara mendapat manfaat yang signifikan dari pariwisata. Selain itu, Indonesia menggunakan pariwisata sebagai salah satu cara untuk mentransfer budaya daerah ke daerah lain. Tingkat kunjungan wisatawan ke Indonesia dari tahun ke tahun cenderung terus meningkat. Ini membuktikan bahwa sektor pariwisata merupakan industri yang digerakan oleh pasar, sehingga begitu banyak peluang untuk memasarkan produk wisata yang ada di Indonesia. Tentu dalam memasarkan produk wisata ini tidak bisa menyendiri melainkan perlu adanya

keterlibatan semua pihak, mulai dari pengelola wisata, pemerintah dan masyarakat setempat.

Upaya dalam memasarkan destinasi wisata yang telah tersedia di alam dapat dilakukan melalui *branding* dan *promotion*. bagi daerah yang memiliki keunikan dapat menciptakan keunikan tersebut menjadi ikon wisata di daerah tersebut. Salah satu upaya pemerintah untuk memasarkan pariwisata Indonesia adalah dengan membuat video Wonderland Indonesia. Wonderland Indonesia karya Alffy Rev lebih ditekankan pada unsur keragaman budaya, karena dengan adanya keragaman budaya yang ada di Indonesia bisa digunakan sebagai alat dalam mempersatu bangsa, yang dimana nasionalisme memiliki dasar berupa kecintaan dari sekelompok masyarakat yang mempunyai latar budaya pada wilayah yang sama (Satria, 2022). Video musik yang digagas oleh Alffy Rev bersama Dewatlantis Studios & REV Production ini menampilkan lagu-lagu daerah dari berbagai provinsi di Indonesia, seperti Jawa, Kalimantan Barat, Sumatera Utara, Maluku, Sulawesi Selatan, Sasak Lombok Timur, Madura, dan lagu nasional "Mengheningkan Cipta".

Video musik ini menceritakan tentang seorang putri dari kerajaan Nusantara yang sedang berpetualang untuk mencari kekuatan untuk melindungi kerajaannya dari serangan musuh. Dalam perjalanannya, sang putri bertemu dengan berbagai makhluk ajaib dari berbagai budaya di Nusantara. Mereka membantu sang putri untuk mengalahkan musuh dan menyelamatkan kerajaan. Video musik ini mendapat sambutan yang sangat positif dari masyarakat Indonesia. Video musik ini telah ditonton lebih dari 100 juta kali di YouTube. Video musik ini juga telah mendapatkan banyak penghargaan, termasuk penghargaan "Video Musik Terbaik" di ajang Anugerah Musik Indonesia 2023.

Dalam video Wonderland Indonesia dapat diidentifikasi simbol-simbol kebudayaan Indonesia. Kebudayaan memiliki batas wilayah di mana sekelompok orang mencari makna dari simbol-simbol. Simbol-simbol ini disepakati bersama untuk digunakan, dan makna yang terkandung dalam setiap simbol tersebut merupakan hasil kesepakatan bersama. Dengan kata lain, simbol dan maknanya merupakan kesepakatan bersama dari suatu masyarakat atau komunitas. Simbol-simbol yang sudah memiliki makna ini menjadi panduan bagi tingkah laku anggota

masyarakat atau komunitas tersebut. Identitas budaya suatu masyarakat atau komunitas terbentuk dalam konteks ini. Simbol dan tingkah laku masyarakat dapat dimaknai melalui analisis konteks di mana simbol-simbol tersebut dikembangkan. Oleh karena itu, suatu simbol tidak hanya memiliki satu makna tetap, melainkan memiliki berbagai makna yang bergantung pada kelompok sosial yang menggunakannya (Mills, 2020).

Setiap negara memiliki identitas budaya yang dipengaruhi oleh manusia di dalamnya. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki identitas budaya yang kaya dan beragam. Identitas budaya Indonesia terdiri dari kekayaan budaya tradisional yang merupakan warisan budaya para leluhur dan juga terdapat kekayaan budaya hasil dari proses asimilasi. Menurut Bonn (2015), identitas budaya adalah signifikansi emosional yang dirasakan seseorang dalam memiliki atau berafiliasi dengan budaya tertentu. Masyarakat yang terbagi ke dalam kelompok-kelompok tersebut kemudian melakukan identifikasi budaya, di mana setiap individu menganggap dirinya sebagai representasi dari budaya tertentu. Identifikasi budaya ini menentukan individu yang termasuk dalam kelompok tersebut dan yang tidak. Bagaimana mereka berperilaku sebagian ditentukan oleh apakah mereka termasuk dalam budaya tersebut atau tidak (Sihabudin, 2022).

Charles Sanders Peirce. Peirce mengembangkan semiotika berdasarkan filsafat dan logika. Bagi Peirce, sebuah tanda adalah representamen, yang berarti makna sebenarnya dari tanda tersebut, sebagaimana yang dicetuskan. Sebuah tanda merujuk pada sesuatu (objeknya) bagi seseorang (interpretasinya), dan dalam suatu aspek tertentu atau pandangan (landasan). Hubungan triadis dari ketiga elemen ini menentukan ketepatan proses semiosis (Ramadhan et al., 2018).

Dalam hubungan tradisi, terdapat tiga konsep penting dalam pemikiran Peirce: ikon, indeks, dan simbol (Ramadhan et al., 2018). Secara sederhana, ikon dapat berarti hubungan antara tanda dan referensinya, karena adanya kesamaan (contohnya: sebuah foto memiliki hubungan ikonik dengan subjek foto tersebut). Indeks adalah hubungan yang muncul karena keberadaan yang dekat (contohnya: asap adalah indeks dari api), sedangkan simbol adalah hubungan yang terbentuk secara konvensional (contohnya: anggukan kepala berarti setuju, atau warna pada

bendera masing-masing negara). Selain itu, baik tanda verbal maupun non-verbal merupakan alat komunikasi yang memiliki makna.

Dalam video *Wonderland Indonesia* ini, sang putri mengenakan berbagai kostum tradisional dari berbagai daerah di Indonesia. Kostum-kostum ini mewakili budaya dan identitas daerah masing-masing. Misalnya, sang putri mengenakan pakaian adat Jawa saat bertemu dengan sosok dewi Sri. Hal ini menunjukkan bahwa sang putri berasal dari daerah Jawa. Kostum-kostum tradisional ini juga menunjukkan kekayaan dan keanekaragaman budaya Indonesia. Dengan demikian, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul "Pemaknaan Identitas Budaya Dalam Video Musik Indonesia (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Video Clip *Wonderland Indonesia: The Sacred Nusantara*)."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dipaparkan di atas maka rumusan masalah adalah "Bagaimana pemaknaan identitas budaya yang ditampilkan dalam Video Clip *Wonderland Indonesia: The Sacred Nusantara*?"

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah "Untuk menganalisis makna identitas budaya yang ditampilkan dalam Video Clip *Wonderland Indonesia: The Sacred Nusantara*."

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah kajian wawasan dalam ilmu pengetahuan yang sebagaimana mestinya dan juga menambah referensi literatur untuk program studi ilmu komunikasi yang terkhususkan dalam analisis semiotika.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kebaruan bagaimana identitas budaya dapat dikomunikasikan sebagai bagian dari strategi pemasaran situs pariwisata yang dianalisis secara mendalam pada makna filosofis komunikasinya. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini bisa memberikan pemahaman untuk generasi muda serta semua masyarakat umum terhadap nilai positif dan keberagaman budaya yang terdapat dalam video music Wonderland Indonesia.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini mencakup 5 bab yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan dasar-dasar penulisan skripsi seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori dasar yang digunakan dalam penelitian, yaitu: simbol, identitas budaya, semiotika Charles Sander Pierce, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang membahas tentang data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan temuan dari hasil analisis video musik Wonderland Indonesia terkait dengan simbol-simbol makna budaya yang terdapat dalam video dengan menggunakan semiotika Charles Sander Pierce.

BAB V

Penutup Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran- saran untuk pembaca.