

FORMAL POSSIBILITIES DALAM VIDEO MUSIK *BOYBAND* DAN *GIRLBAND* INDONESIA 2010 HINGGA 2012

Ilona Meritsheba L.F., Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
Ilona_meritsheba@hotmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *formal possibilities* yang ada dalam video musik *boyband* dan *girlband* Indonesia 2010 hingga 2012. *Formal possibilities* adalah macam-macam kemungkinan bentuk dalam video musik yang mengacu pada 2 bentuk dasar yaitu *performance oriented* dan *conceptual oriented*. Peneliti meneliti *formal possibilities* sebagai gambaran bagi produser dan penonton video musik tentang apa saja *formal possibilities* yang telah dan yang belum ditampilkan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan menggunakan 13 video musik *boyband* dan *girlband* Indonesia sebagai unit analisis. Peneliti menggunakan 2 indikator *formal possibilities* yaitu *performance* yang memiliki 6 sub-indikator yaitu *the anti-performance*, *the pseudo-reflexive performance*, *the performance documentary*, *the special effect extravaganza*, *the song and dance number*, *the enhanced performance* dan *conceptual* yang memiliki 5 sub-indikator yaitu *narrative form*, *categorical form*, *argumentative form*, *associational form*, dan *abstract form*. Hasil penelitian ini adalah *performance* yang paling banyak muncul yaitu *the song and dance number* dan *conceptual* yang paling banyak muncul yaitu *narrative form*. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran tren jenis *performance* yang ditampilkan pada video musik *boyband* dan *girlband* Indonesia. Video musik yang dulunya mementingkan penampilan musik (*the enhanced performance*) kini lebih mementingkan penampilan dalam menari (*the song and dance number*) bahkan video musik justru menghindari penampilan musik (*the anti performance*). Dominasi tarian dalam video musik *girlband boyband* Indonesia 2010-2012 ini tak lepas dari pengaruh *Korean wave* yang menampilkan video musik *girlband boyband* Korea dengan ciri khas 'dance point'. Untuk *conceptual*, pada penelitian ini paling banyak menampilkan *narrative form*.

Kata Kunci: *formal possibilities*, video musik, *girlband*, *boyband*.

Pendahuluan

Di dalam video musik terkandung apa yang disebut *visual rhetorical*/ retorika visual. Retorika visual adalah tindakan simbolis melalui sarana visual yang dilihat dan dimaknai berdasarkan budaya dan digunakan untuk mempengaruhi publik yang beragam. Macam sarana visual yaitu film, iklan, televisi, fotografi, singkatnya semua bentuk komunikasi dan media yang ditangkap terutama melalui penglihatan (Olson, 2008).

Menurut Gow (1992) dalam penelitiannya yang berjudul *Music Video as Communication*, untuk memahami dimensi retorik dari video musik, kita harus menganalisa *video form*. Yang dimaksud dengan *form* adalah pola konstruksi keseluruhan hubungan antara elemen audio dan visual yang tersusun sebagai *blueprint* dalam video musik. Contoh elemen audio dalam video musik adalah suara *Boyband Sm*sh* “Kenapa hatiku cemat-cemat tiap ada kamu...” dan instrumen yang mengiringi. Sedangkan contoh elemen visual adalah personel *Boyband Sm*sh* menari dan bernyanyi menggunakan jas dan celana hitam dengan *background* putih.



Gambar 1. bungan elemen audio dan visual pada video music *Boyband Sm*sh* – I Heart You

Sumber: www.youtube.com

Form dari video musik dapat diamati menggunakan konsep *formal possibilities*. *Formal possibilities* adalah macam-macam kemungkinan bentuk dalam video musik yang mengacu pada 2 bentuk paling dasar yaitu *performance oriented* (orientasi pada penampilan) dan *conceptual oriented* (orientasi pada konsep). Merujuk pada Gow (1992), yang dimaksud dengan *performance* yaitu tampilan gambar dari penyanyi atau band *lip-sync* musik di *soundtrack*, biasanya menggunakan *setting* tempat studio rekaman disertai alat rekaman atau alat musik. Contoh video klip *performance oriented* terlihat dari video musik *Girlband Indonesia, 5 Bidadari* dengan judul lagu “Jadikan Aku Sahabatmu” di bawah ini.



Gambar 2. Contoh *performance oriented* pada video musik *Girlband 5 Bidadari* – Jadikan Aku Sahabatmu

Sumber: www.youtube.com

Sementara yang dimaksud dengan video klip yang berorientasi pada konsep atau *conceptual oriented* yaitu gambar-gambar dalam video musik yang memiliki narasi (*narrative*), urutan cerita (*plot*), dan gambar yang saling berkaitan (*associative imagery*). Video musik *conceptual oriented* tidak menampilkan

gambar pertunjukan musik melainkan memanfaatkan gambar-gambar yang berhubungan dengan lirik lagu. Contoh *conceptual oriented* terlihat di video musik *Girlband Cherrybelle* dengan judul lagu Dilema.



Gambar 3. Contoh *conceptual oriented* pada video musik *Girlband Cherrybelle-Dilema*

Sumber: www.youtube.com

Kemudian Joe Gow dalam penelitiannya membagi *performance* video musik ke dalam 6 formula yaitu *The Anti-Performance Piece*, *The Pseudo-Reflexive Performance*, *The Performance Documentary*, *The Special Effects Extravaganza*, *The Song and Dance Number* dan *The Enhanced Performance*. Penjelasan masing-masing formula, peneliti cantumkan pada Bab 2.

Penelitian ini memiliki kesamaan objek dengan penelitian sebelumnya yang berjudul *Music video as Communication: Popular Formulas and Emerging Genres* (1992), namun penelitian yang akan dilakukan peneliti berbeda dengan penelitian yang terdahulu. Bila penelitian Gow mencari *formal possibilities* dalam video musik yang ditayangkan oleh MTV Amerika pada dekade 1980an, dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mendalami *formal possibilities* dalam video musik-video musik *girlband boyband* di Indonesia.

Kiprah video musik di Indonesia dimulai dengan munculnya MTV Indonesia (*Music Television Indonesia*) di salah satu televisi swasta pada Januari 1993. Pada era tersebut, MTV Indonesia mulai berkembang dan sukses menjadi tontonan anak muda. Kehadiran MTV membawa perubahan drastis industri musik. Perusahaan rekaman dan musisi yakin video klip menjadi senjata andalan guna meroketkan popularitas. Sejak kehadiran MTV, lahir video-video musik karya anak bangsa seperti video musik karya Jay Subiakto bertajuk *Pergilah Kasih* oleh Chrisye yang menjadi video musik Indonesia pertama yang ditayangkan di *channel* MTV Asia.

Sayangnya jam tayang MTV Indonesia terus menurun sejak 2006 hingga akhirnya tidak lagi tayang sejak awal tahun 2012. Penyebaran video musik kemudian beralih selain melalui televisi juga melalui internet. Penyebaran video musik melalui internet yang lebih mudah dan cepat ini dimanfaatkan juga oleh *boyband* dan *girlband* Indonesia .

Industri musik tanah air kedatangan musisi atau penyanyi baru berkonsep *boyband* dan *girlband*. Arus K-Pop yang berdampak pada kemunculan *boyband* dan *girlband* di Indonesia mulai marak sejak kemunculan SM*SH dan 7icon pada

akhir tahun 2010. Keduanya bisa dibilang sebagai pelopor munculnya tren *boyband* dan *girlband*. Sebelum kehadiran mereka, musik Indonesia didominasi band yang mengusung corak melayu. Perlahan tapi pasti, tren musik melayu tergeser oleh era *boyband girlband*. Gejala menguatnya tren *boyband* dan *girlband* bisa dilihat dari tiap bulan ada saja *boyband* atau *girlband* baru yang siap bersaing di industri ini.

Fenomena *boyband* dan *girlband* di Indonesia ini memperoleh kritik-kritik dari berbagai pihak tentang kualitas musik mereka. Seperti yang diungkapkan Satriyo Yudi Wahono, pencipta lagu sekaligus produser musik dan gitaris grup PADI, tentang *boyband* dan *girlband* Indonesia yang tidak memiliki masa depan karena belum memenuhi syarat untuk menjadi artis musik. *Boyband* dan *girlband* kebanyakan masih *lip-sync* dan hanya pengekor yang mengandalkan *dance*. Kritik juga disampaikan oleh grup vokal Tangga yang menganggap *boyband* dan *girlband* di Indonesia yang masih harus belajar menyanyi.

Bicara soal video musik, Youtube memainkan peran penting dalam penyebaran video musik dari berbagai genre. Dewasa ini, artis dan perusahaan rekaman memanfaatkan Youtube untuk mempromosikan musik dan *band* baru (Susri, 2010, p.9). Hal ini juga dilakukan oleh *boyband* dan *girlband* Indonesia yang tergolong pendatang baru di ranah industri musik. *Boyband* dan *girlband* menyebarkan video musik mereka melalui Youtube. Demikian tenarnya Youtube, hingga digunakan jadi barometer popularitas untuk para artis dan selebriti dunia, termasuk di Indonesia. Orang akan dengan mudahnya jadi populer sebatas meng-*upload* video karyanya ke Youtube. Beraneka popularitas telah ditimbulkan oleh portal video Youtube ini. Mereka adalah Norman Kamaru, Sinta Jojo, dan Ayu Ting Ting.

Menurut Joe Gow (1992), pada masa itu di dalam video musik elemen yang lebih dominan adalah musik daripada bentuk visual. Gambar visual dan komponen lain seperti efek suara dipakai untuk meningkatkan musik lagu dan bukan sebaliknya:

Because the music in these promotional clips is created long before any other material is considered, it is the dominant formal element. visual imagery and other formal components (for example: sound effect) are used to enhance the musical soundtrack rather than the other way around (Joe Gow, 1992, p.45).

Karena musik dalam klip promosi dibuat jauh sebelum bahan lainnya, maka musik adalah elemen formal yang dominan. Citra visual dan komponen formal lainnya (misalnya: efek suara) digunakan untuk meningkatkan musik pada *soundtrack* dan bukan sebaliknya.

Namun dugaan hal yang sebaliknya justru ditemukan pada video musik – video musik khususnya *boyband* dan *girlband* Indonesia saat ini. Hal ini dapat terlihat dari definisi *boyband* dan *girlband* sendiri yang dalam pemilihan personel lebih mengutamakan penampilan daripada kemampuan musiknya. Selain itu, menurut Russell Mulcahy, pembuat klip pertama MTV yang berjudul “Video Killed The Radio Star” mengatakan “*You don't have to explain why you do something. If it looks good, go for it.*” Yang berarti dalam pembuatan video musik tidak harus

dijelaskan mengapa kamu melakukan sesuatu. Selama hal itu terlihat/ kelihatan bagus, teruskan saja. Hal ini menunjukkan bahwa pembuat video musik mengutamakan elemen visual.

Fenomena video musik *boyband* dan *girlband* Indonesia menjadi menarik diteliti karena konten video musik mereka berpotensi lebih mengutamakan visual daripada auditori, yang mana bertentangan dengan yang seharusnya. Menurut Joe Gow, seharusnya yang lebih dominan dalam video musik adalah musiknya. Karena adanya dugaan faktor visual lebih dominan, maka perlu diketahui bentuk-bentuk visual apa yang ada di dalam video musik.

Video musik yang dipilih adalah video musik milik *boyband* dan *girlband* Indonesia karena konsep *boyband* dan *girlband* tergolong baru dan sedang merajalela sejak akhir tahun 2010 hingga 2012 di Indonesia. Alasan memilih seluruh tahun 2010 hingga 2012 karena dengan memakai seluruh populasi yang ada akan menambah keobjektifan dan kredibilitas hasil data untuk digeneralisasikan dalam penelitian kuantitatif ini.

Apa saja *formal possibilities* yang ada dalam video musik *Boyband* dan *Girlband* Indonesia?

Tinjauan Pustaka

Formal Possibilities dalam Video Musik

Menurut Joe Gow dalam jurnalnya yang berjudul *Video Music as Communication* (1992), *formal possibilities* adalah macam-macam kemungkinan bentuk dalam video musik yang mengacu pada 2 bentuk paling dasar yaitu *performance oriented* (orientasi pada penampilan) dan *conceptual oriented* (orientasi pada konsep).

Performance Oriented

Performance oriented adalah gambar-gambar dalam video musik yang berorientasi pada *performance*/penampilan. *Performance oriented* dibagi menjadi 6 formula yaitu:

- *The Anti-Performance Piece*
Di formula ini, hal yang signifikan adalah bukan apa yang ditampilkan dalam video, namun apa yang tidak ditampilkan. Formula ini, menghindari penggunaan *musical performance*/penampilan musik. Bukan berarti penyanyi tidak tampil di video. Mereka tampil, namun penonton tidak melihat adanya penyanyi *lip-sync* atau memainkan alat musik.
- *The Pseudo-Reflexive Performance*
Di formula ini, video musik menampilkan kegiatan seputar proses produksi (merekam dan mengedit) atau kegiatan *backstage*. Penyanyi terlihat sedang *lip-sync* dan memainkan alat musik, sambil melihat ke arah

kamera pada proses produksi video musik. Hal ini dilakukan secara sengaja dan bertujuan untuk direkam.

- *The Performance Documentary*
Di formula ini, video musik menunjukkan gambar konser dan penampilan di studio rekaman dengan gaya dokumenter. Yang dimaksud secara dokumenter adalah membuat penonton percaya bahwa kejadian yang direkam adalah kejadian asli tanpa disengaja untuk rekaman. Seakan-akan penyanyi tidak menyadari keberadaan kamera. Formula ini membuat penonton merasa sedang melihat kejadian langsung yang sesungguhnya bukan fiksi/buatan.
- *The Special Effects Extravaganza*
Di formula ini, video musik menampilkan manusia di dalamnya didukung dengan latar tempat, kostum, dan properti yang luar biasa dengan manipulasi gambar. Video menampilkan gambar latar tempat, kostum, dan properti tidak nyata, yang dimanipulasi menggunakan *special effects*. Contoh: efek hujan, angin, dan salju. Mengesankan bahwa apa yang penonton lihat hanya bisa diciptakan dengan kemampuan khusus media visual elektronik. Yang menarik perhatian penonton bukan apa yang ditampilkan namun bagaimana *effect* itu bisa dibuat. Yang paling penting dalam formula ini adalah teknik visualnya.
- *The Song and Dance Number*
Di formula ini, video musik menampilkan talenta penyanyi dalam menari. Selain penyanyi *lip-sync*, penyanyi juga menggerakkan badan dengan energik dan berpola mengikuti irama lagu. Hal yang menarik pada video ini terletak pada kemampuan manusia untuk bergerak fisik menjadi satu dengan musik. Menyanyi dan menari adalah hal utama pada formula ini, oleh karena itu video ini menggunakan properti minimal untuk memfokuskan pandangan penonton pada tarian.
- *The Enhanced Performance*
Di formula ini, video musik menampilkan artis *lip-sync* atau memainkan alat musik. Kemudian diselingi gambar yang bercerita atau memiliki asosiasi dengan lirik lagu.

Conceptual Oriented

Conceptual oriented adalah hubungan dari satu set gambar-gambar dalam video musik. Menurut *Bordwell and Thompson (2001)*, *conceptual oriented* dibagi menjadi 5 kategori, yaitu:

- *Narrative form*: menampilkan rangkaian gambar yang memiliki hubungan sebab-akibat (*cause-effect*) dan kronologi (*chronology*). Bercerita menggunakan sudut pandang orang pertama (*first person narration*) atau sudut pandang orang ketiga (*third-person narration*).
- *Categorical form*: dalam *categorical form*, pola yang digunakan biasanya sederhana. *Form* ini diawali dengan mengidentifikasi subjek. Kemudian

menyampaikan informasi berdasarkan kategori dan subkategori, contohnya dari hal yang kecil ke besar, lokal ke nasional, pribadi ke publik, dan seterusnya. Tantangan dalam menggunakan form ini adalah mengenalkan variasi dan mengatur ekspektasi penonton.

- *Argumentative form*: dapat ditetapkan menggunakan 4 atribut dasar. Pertama, film mencoba menggerakkan seseorang ke pengertian yang baru. Kedua, subjek yang dibahas bukan soal kebenaran ilmiah tetapi soal pengarahannya. Ketiga, jika kesimpulan tidak dapat dibuktikan dengan bukti nyata, emosilah yang dimainkan. Keempat, mempengaruhi penonton mengambil keputusan yang akan mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka.
- *Associational form*: menunjukkan kualitas dan konsep dengan mengelompokkan gambar yang tidak memiliki kedekatan hubungan secara logika. Namun kenyataannya, gambar-gambar dan suara itu berasosiasi sehingga mendorong penonton untuk mencari kesamaan yang menghubungkan gambar-gambar dan suara-suara itu. Untuk memahami *associational form*. Gambar-gambar dikelompokkan bersama dalam beberapa set besar, yang mana tiap set memiliki perbedaan yang terpadu sebagai bagian dari film. kemudian *associational form* menampilkan motif berulang untuk memperkuat hubungan asosiasional.
- *Abstract form*: mementingkan kualitas keindahan gambar dalam video. Cara membedakan dengan *form* lainnya yang juga menampilkan keindahan gambar adalah dalam *abstract form*, keseluruhan gambar menampilkan keindahan hingga mengesampingkan tujuan lain seperti pada *narrative, argument, categories, dan associational*. *Abstract form* menampilkan gambar murni yang bisa merupakan gambar alam atau gambar buatan manusia dan menjauhkan mereka dari konteks sehari-hari, supaya muncul kualitas keindahannya. Misalnya sebuah kursi. kursi dibuat untuk diduduki, namun biasanya kita menghias rumah dengan kursi supaya terlihat menarik.

Boyband dan Girlband

Boyband dan *Girlband* dalam jurnal yang berjudul *The dilemma of Boybands*, adalah sekelompok laki-laki atau wanita muda yang direkrut oleh perusahaan rekaman untuk mendapatkan keuntungan. Mereka baik dalam berpenampilan namun sayangnya kemampuan musik tidak menjadi pertimbangan utama dan biasanya mereka tidak memainkan alat musik sendiri. Mereka dipilih terutama berdasarkan penampilan kemudian berdasarkan talenta. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan market anak muda (Hector Chapa Sikazwe, 2010). Anggota dari *boyband* dan *girlband* biasanya tidak memainkan instrumen musik sebagai bagian dari kinerja *boyband girlband*. Hal inilah yang membedakan antara *boyband* dengan grup *band* biasanya. Contoh *boyband*: Sm*sh, Hitz, XO-IX, contoh *girlband*: Cherrybelle, 7icons, Super Girlies, sedangkan contoh grup *band*: NOAH, Geisha, Wali.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis isi kuantitatif. 2 indikator yang dipakai untuk mengukur *formal possibilities* yaitu *performance* yang memiliki 6 sub-indikator yaitu *the anti-performance, the pseudo-reflexive performance, the performance documentary, the special effect extravaganza, the song and dance number, the enhanced performance* dan *conceptual* yang memiliki 5 sub-indikator yaitu *narrative form, categorical form, argumentative form, associational form, dan abstract form* (Joe Gow, 1992).

Subjek Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah 78 video musik resmi *boyband* dan *girlband* Indonesia yang di-*release* pada tahun 2010 hingga 2012 di Youtube. Untuk mengambil sampel, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini yaitu 13 video musik resmi *boyband* dan *girlband* Indonesia tahun 2010 hingga 2012 yang populer di Youtube. Kriteria populer didapat melalui mencari nilai rata-rata jumlah *viewer* 78 video musik tersebut di Youtube. Yang dianggap populer adalah video musik dengan *viewer* lebih dari nilai rata-rata, yaitu di atas 356.242 view.

Tabel 3.2 Sampel video musik populer *boyband* dan *girlband* Indonesia

Nama <i>Boyband / Girlband</i>	Judul Video Musik	Dilihat sebanyak
Cherrybelle	Dilema	4.351.335
Sm*Sh	I Heart You	4.296.209
7 Icons	Playboy	2.828.283
Princess	Jangan Pergi	2.354.550
Cherrybelle	Love Is You	1.962.911
Hitz	Na Wa Neo You And Me Falling In Love	1.751.013
Super Seven	Sahabat (Best Friend Forever)	1.592.751
Xo-Ix	Cukuplah Sudah	1.445.224
G-String	Honey Bunny Sweety	1.244.725
Super Girlies	Aw Aw Aw	475.689
Sm*sh	Ada Cinta	424.409
3c	Putri Impian	394.528
Lollipop	Aku Bukan Boneka	374.171

Analisis Data

Teknik analisa data menggunakan teknik distribusi frekuensi untuk mengetahui frekuensi kemunculan masing-masing kategori dengan cara meng-*capture* beberapa sampel *shots* yang mengandung *formal possibilities* kemudian dianalisa

dan ditarik kesimpulan yang mewakilinya. Pembuatan alat ukur atau kategori yang akan digunakan untuk analisis didasarkan pada rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, dan teori *formal possibilities*. Kemudian, pengumpulan/*coding data*, dilakukan dengan menggunakan *coding sheet* yang sudah dipersiapkan. “Pengkodean sendiri adalah suatu proses pengklasifikasian tanggapan atau jawaban menjadi kategori yang lebih bermakna. Setelah semua data diproses, kemudian diinterpretasikan maknanya” (Silalahi, 2009, p.322).

Temuan Data

Dari 13 video musik, pengumpulan data telah dilakukan dengan mengkodekan setiap sub-indikator pada lembar koding yang kemudian dilakukan penghitungan frekuensi dengan satuan *shot(s)*. Temuan data yang terkumpul adalah sebagai berikut:

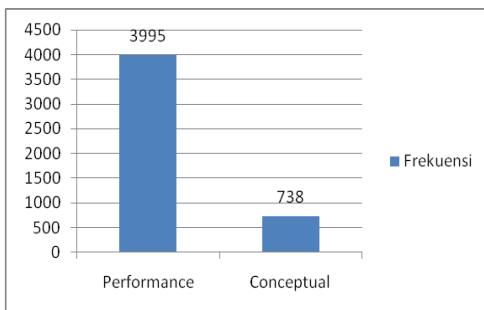


Diagram 1. Frekuensi variabel *formal possibilities* dalam 13 video musik

Berdasarkan Diagram 1 dapat diketahui bahwa dalam 13 video musik *girlband boyband* Indonesia terdapat 2 variabel dari *formal possibilities* yaitu yang tertinggi *performance* sebanyak 3995 *shots* dan diikuti *conceptual* sebanyak 738 *shots*.

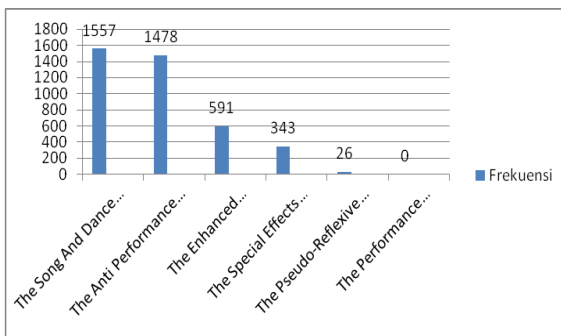


Diagram 2. Frekuensi indikator dari *performance* dalam 13 video musik

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa dalam 13 video musik *girlband boyband* Indonesia terdapat 6 indikator dari *performance*. Yang tertinggi yaitu *the song and dance number* sebanyak 1557 *shots*, lalu *the anti performance piece* sebanyak 1478 *shots*.

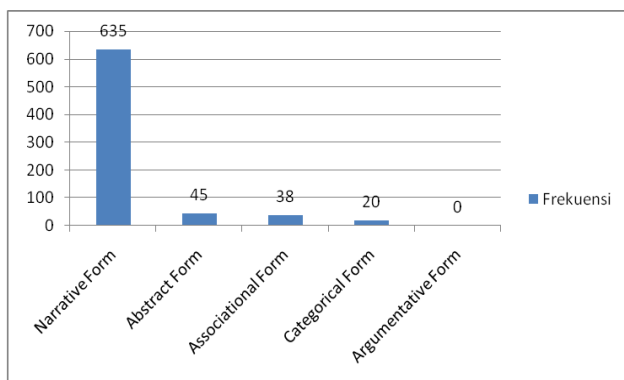


Diagram 3. Frekuensi tiap indikator dari *conceptual* dalam 13 video musik

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa dalam 13 video musik *girlband boyband* Indonesia terdapat 5 indikator dari *conceptual*. Yang tertinggi yaitu *narrative form* sebanyak 635 *shots*, lalu *abstract form* sebanyak 45 *shots*.

Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang *formal possibilities* yang dilakukan Gow pada video musik paling populer di era 1980an, didapat hasil bahwa video musik dominan menampilkan *performance* daripada *conceptual* (Gow, 1992). Hal yang sama juga terbukti pada penelitian video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010-2012 ini. Hal ini membuktikan *conceptual* digunakan untuk mendukung *performance* penyanyi. Gambar-gambar *conceptual* ditampilkan sebagai pendukung penampilan penyanyi, bukan justru menggeser penampilan penyanyi. Walaupun sama menyatakan bahwa *performance* lebih dominan daripada *conceptual*, terdapat perbedaan jenis *performance* yang lebih banyak digunakan.

Performance the song and dance number yang pada penelitian ini paling banyak digunakan melebihi *the enhanced performance*, dapat dijelaskan dengan melihat kembali definisi *girlband boyband* yang adalah sekelompok laki-laki atau wanita yang direkrut perusahaan rekaman dan dipilih terutama berdasarkan penampilan dan talenta namun kemampuan musik tidak menjadi pertimbangan utama dan biasanya mereka tidak memainkan alat musik sendiri (Sikazwe, 2010). Hal ini juga sesuai dengan ajang pemilihan Boy and Girl Band Indonesia 2011 yang salah satu persyaratan mengikuti ajang ini adalah kemampuan menyanyi dan menari serta berpenampilan menarik dan unik. Jadi, penampilan musik memang tidak ditonjolkan dalam video musik *girlband boyband* mengingat sejak perekrutan awal, kemampuan musik dan memainkan alat musik tidak dijadikan syarat utama. Sebaliknya, penampilan dalam bentuk tarian lebih ditonjolkan karena tarian adalah tawaran baru dari penyanyi *girlband boyband* ke penonton.

Dominasi *the song and dance number* dan *the anti performance* pada video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010-2012 ini menggambarkan adanya perubahan tren apa yang ditampilkan dalam video musik *girlband* dan *boyband*.

Girlband dan *boyband* Indonesia terdahulu seperti AB Three, Bening, dan Tiga Dara sebagian besar menampilkan penyanyi sedang *lip-sync* tanpa menari yang mana termasuk dalam *the enhanced performance*. Dominasi *the enhanced performance* pada video musik-video musik terdahulu juga dibuktikan oleh Gow pada penelitiannya terhadap video musik-video musik era 1980an (Gow, 1992). Namun sekarang, justru musikalitas dalam video musik yang tergolong dalam *the enhanced performance* ini tergeser oleh penampilan penyanyi dalam menari yang tergolong dalam *the song and dance number*. Bahkan, penampilan musik justru dihindari oleh video musik-video musik *girlband* dan *boyband*. Hal ini terbukti dari *the anti performance* yang menduduki posisi kedua terbanyak, yang mana *the anti performance* adalah menghindari penampilan musik oleh penyanyi.

Perubahan *performance* yang ditampilkan dalam video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010 - 2012 ke *the song and dance number* ini tidak terlepas dari pengaruh arus K-Pop (Korean Pop) atau *korean wave*. Kemunculan *boyband* dan *girlband* di Indonesia sendiri juga terinspirasi dari tren *girlband* dan *boyband* asal Korea yang sedang mendunia. *Girlband* dan *boyband* Korea menonjolkan 'dance point' pada video musiknya. Hal ini juga diikuti oleh *girlband* dan *boyband* Indonesia yang didominasi tarian pada video musiknya. Bertolak belakang dengan *the song and dance number*, *the performance documentary* sama sekali tidak ditampilkan dalam video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010-2012.

Conceptual yang paling banyak ditampilkan dalam video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010-2012 adalah *narrative form*. Dominasi *narrative form* dibandingkan *argumentative form* dapat terjadi karena lagu *girlband* dan *boyband* Indonesia selalu mengangkat tema cinta. 85% lagu *girlband* dan *boyband* Indonesia adalah lagu-lagu cinta. Karena itu, gambar-gambar konseptual yang digunakan untuk mendukung lagu cinta juga 86% adalah gambar-gambar yang bercerita tentang kisah cinta. Bertolak belakang dengan *narrative form*, *argumentative form* sama sekali tidak digunakan dalam video musik *girlband* dan *boyband* Indonesia 2010-2012. Menurut Brodwell and Thompson (p.123), *Argumentative form* biasanya muncul dalam film dokumenter yang mana dalam penelitian ini adalah sesuai dengan *performance documentary*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam video musik *girlband* *boyband* Indonesia 2010-2012 ini, sama sekali tidak menggunakan *performance documentary*, maka *argumentative form* juga tidak ditampilkan.

Simpulan

Terdapat *formal possibilities* dalam video musik *girlband* *boyband* Indonesia 2010-2012 yang terbanyak didominasi oleh *performance* kemudian *conceptual*. *Performance* yang paling banyak ditampilkan yaitu: *the song and dance number*. Sedangkan untuk jenis *conceptual* yaitu: *narrative form*. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran tren jenis *performance* yang ditampilkan pada video musik *boyband* dan *girlband* Indonesia. Video musik yang dulunya mementingkan

penampilan musik (*the enhanced performance*) kini lebih mementingkan penampilan dalam menari (*the song and dance number*) bahkan video musik justru menghindari penampilan musik (*the anti performance*). Dominasi tarian dalam video musik *girlband boyband* Indonesia 2010-2012 ini tak lepas dari pengaruh *Korean wave* yang menampilkan video musik *girlband boyband* Korea dengan ciri khas 'dance point' yang diikuti oleh *girlband boyband* Indonesia 2010-2012. Untuk *conceptual*, pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya, sama-sama paling banyak menampilkan *narrative form*.

Daftar Referensi

- Brodwell, D., & Kristin T. (1986). *Film Art: An Introduction*. 2d ed. New York: Knopf.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Eriyanto, (2011). *Analisis isi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Gow, J. (1992). Music Video as Communication: Popular Formulas and Emerging Genres. *Journal of Popular Culture*. Fall 26 (2), p.41-70 Retrieved November 17, 2012, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0022-3840.1992.260241.x/abstract>
- Hadi, S. (1990). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Keazor, H., & Thorsten W. 2010. *Rewind, Play, FastForward: The Past, Present and Future of the Music Video*. Verlag: London.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis isi :Pengantar teori dan metodologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Music Videos. Retrieved November 17, 2012, from <http://darrenarcher.name/ftv/PDF%27s/Music%20Videos.pdf>
- Sikazwe, H. (2010). *Dilemma of Boybands*. New Castle. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.scribd.com/doc/39633011/Dilemma-of-Boybands-2nd-ed>
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Stewart, C. & Kowaltzke, A. (2007). *Media: new ways and meanings*. Australia:Jacaranda
- Sugiyono. (2002). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Wimmer, R.D., & Dominic, J.R. (2002). *Mass Media research: An introduction*. New York: Wadsworth Publishing Company.