E-ISSN: 2964-6723

JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Homepage: https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM
Vol. 2 No. 03, Oktober (2023)



Persepsi Ekspresi Hugh Jackman Di Video Klip "Never Enough" Bagian Dari Film The Greatest Showman

Edi Wijaya[1], Taqwa Sejati[2]
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika
Email : ediwijayarochman@gmail.com, taqwasejati87@gmail.com

Abstrak

Sudah menjadi suatu hal yang sangat lumrah jika saat ini sebuah video klip merupakan alat komunikasi yang efektik menyampaikan maksud dari lirik lagu. Penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif dengan yang menggunakan pendekatan pendekatan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi massa. Metode pengumpulan data yang pada penelitian ini merupakan teknik wawancara mendalam *(depth interview)*, observasi juga dokumentasi. Sumber-sumber data penelitian ini berasal buku-buku teori milik pribadi, hasil berselancar pada laman web yang terkonfimasi dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Selanjutnya, pengolaan data dan analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang sudah peneliti siapkan untuk ditanyakan kepada audien yang dipilih kemudian data disiapkan untuk nantinya diolah. Adapun analisis data pada penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.
Kata kunci: Persepsi, Video Klip, Film, Kualitatif

Abstract

It has become a very common thing for now that a video clip is an effective communication tool to convey the meaning of song lyrics. This research is a descriptive analysis research using a communication science approach, especially in mass communication. The data collection method in this study was an in-depth interview technique, observation as well as documentation. Sources of research data come from privately owned theoretical books, surfing results on confirmed web pages and documents related to the topic raised by the researcher. Furthermore, data processing and data analysis are carried out to answer questions that the researcher has prepared to ask the selected audience, then the data is prepared for later processing. The data analysis in this study includes data reduction, data presentation and drawing conclusions.
Keywords: *Perception, Video Clip, Movie, Qualitative*

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

PENDAHULUAN

Komunikasi ada 4 (empat) tingkatan komunikasi menurut Jhon Vivian (2008) yaitu: *Intrapersonal Communication* (komunikasi dengan diri sendiri), *Interpersonal Communication* (komunikasi antar pribadi), *Group Communication* (komunikasi kelompok) dan *Mass Communication* (komunikasi massa). Pada penelitian ini peneliti hanya membahas tingkatan pada komunikasi massa saja. Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa seperti: televisi, radio, bioskop, surat kabar, majalah[1]. Seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan teknologi dalam berkomunikasi, banyak cara yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan. Melalui dari sebuah lagu, buku, syair, puisi, video klip dan film. Seperti yang dikutip dari sebuah jurnal yang mengatakan: "Film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Film juga dianggap sebagai media komunikasi massa yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, film mampu bercerita banyak dalam waktu yang singkat. Ketika menonton film, penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi khalayak"[2].

Komunikasi massa Sebuah film biasanya akan menggunakan sebuah lagu atau soundtrack sebagai penguat suasana bahkan sebagai instrumen promosi. Tidak jarang video klip pada sebuah lagu terdapat potongan-potongan adegan bahkan adegan film itu sendiri jika memang film yang dimaksud merupakan sebuah musikalisasi film. Jika di Indonesia ada beberapa film yang pernah dibuat oleh sineas Tanah Air seperti film Petualangan Sherina, Joshua Oh Joshua, Cahaya Merah dan beberapa lainnya.

Jika melirik film musikal Holywood tentu saja jumlahnya lebih berkali lipat jika dibandingkan dengan Indonesia. Sebut saja yang paling lawas ada film Mary Poppin, The Sound of Music, Grease dan yang kekinian ada film La La Land, Less Miserabless dan yang dipilih dalam penelitian ini adalah film The Greatest Showman.

Cerita yang memiliki latar belakang seorang yang miskin dan jatuh cinta kepada seorang gadis yang kaya raya maka dengan usaha yang keras akhirnya Phineas Taylor

[1] Nawiroh Vera, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Renata Pratama Media, 2010 hal. 9-10

[2] Dikutip dari laman website https://www.e-jurnal.com/2014/01/film-sebagai-media-komunikasi-massa.html

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Barnum atau dikenal dengan Tuan Barnum akhirnya menjadi seorang pengusaha sukses dan berhasil menikahi teman kecilnya dulu. Kesuksesannya diraih tentu tidak mudah namun ketika hendak melebarkan sayap usahanya terjadi sebuah konflik yang menjadi ujung tombak penelitian ini. Garis besar penelitian ini pada ekspresi PT Barnum saat melihat Jenny Linn menyanyi sebuah lagu yang berjudul "Never Enough".

Atas penjabaran di atas makan penelitian ini diberi judul "Persepsi Ekspresi Hugh Jackman Di Video Klip "Never Enough" Bagian Dari Film The Greatest Showman". Peneliti ingin mengetahui persepsi apa yang audien tangkap saat melihat video klip tersebut. Tentu hal ini akan menjadi sebuah pelajaran baru mengenai sebuah persepsi dengan teori-teori yang digunakan nantinya.

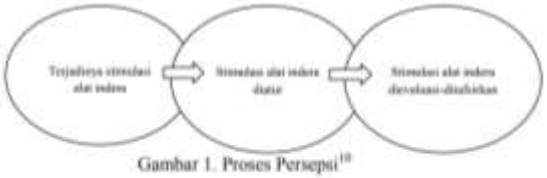
KAJIAN PUSTAKA

Persepsi

Jika dikutip dari beberapa buku dan ahli, pengertian persepsi adalah:

Pada buku yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar berkata: "Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau penafsiran atau informasi yang kita peroleh dari salah satu indera kita[3].Persepsi adalah "Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau penafsiran atau informasi yang kita peroleh dari salah satu indera kita. Namun kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung; melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Norwood Russell Hanson, seorang filosof pengetahuan, mendukung karakteristik pengamatan manusia ini. Ia percaya bahwa kita tidak pernah dapat sekedar mengamati dan bahwa pengamatan "murni" tidak mungkin kita lakukan [4].

Proses Persepsi



Gambar 1. Proses Persepsi[10]

Dari gambar di atas adalah proses persepsi terbentuk melalui beberapa tahapan yang bermula dari sebuah stimulus yang dapat berupa: penglihatan, suara dan bau. Kemudian stimulasi tersebut diolah ataupun

[3] Ardianto, Dkk., *Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2005:169.

[4] Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2014), 169-170

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

diatus dampai dengan akhirnya dari sensasi kemudian menjadi sebuah pemberian arti berubah menjadi tanggapan sampai akhirnya muncul sebuah persepsi. Sedangkan melalui indra penerima seperti melalui mata, hidung, lidah dan lainnya terdapat empat langkah yaitu munculnya sebuah perhatian, intrepretasi, tanggapan kemudian baru tercipta sebuah persepsi.

Kesimpulan dari dua ahli di atas adalah proses terbentuknya persepsi merupakan sebuah stimulus yang diterima oleh panca indera kemudian melalui beberapa tahapan cerna seperti perhatian, interpretasi kemudian muncul sebuah tanggapan/respon sampai akhirnya mengeluarkan sebuah pernyataan maupun pendapat/persepsi.

Dedy Mulyana (2015:184) menyebutkan bahwa jenis-jenis persepsi ini terbagi atas dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:

a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggap sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).

c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Video Klip

Video klip merupakan salah satu kegiatan komunikasi, karena didalamnya terdapat proses penyampaian pesan dari pembuat video klip[5]. Video klip juga merupakan satu media promosi sebuah film atau hal lainnya yang disampaikan dalam gambar bergerak. Umumnya durasi video klip berdurasi antara 2.30 – 5 menit namun semua bukan ketentuan yang baku. Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah video klip dari sebuah film musikal yaitu The Greatest Showman. Film yang diproduksi oleh industri Holywood ini cukup banyak mendapat penghargaan dan

[5] Dina, Budi, Isnani," *Analisis Semiotik Video Klip Bts "Blood, Sweat And Tears" Sebagai Representasi Masa Muda", Estetika, Vol. 2 No. 1, 2019, hal. 4*

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

juga menjadi *box office* di beberapa negara. Dibintangi oleh Hugh Jackman sebagai Phineas Taylor Barnum atau dikenal dengan P.T. Barnum, Michelle Williams, Zac efron, Zendaya, Rebbeca Ferguson dan sederet pesohor Holywood lainnya.

Pada video klip yang berdurasi 3 menit 27 detik ini terdapat beberapa ekspresi dari pemeran utamanya yaitu Tuan Barnum yang menyiratkan berbagai persepsi. Video klip atau potongan film ini mengandung beberapa persepsi. Alur cerita dari video klip tersebut dibuka dengan tirai yang super megah terbuka dan berdiri seorang wanita yang disorot dari belakang. Ini merupakan sebuah debut Jenny Lind bernyanyi di depan khayalak ramai dengan maksud akan direkrut oleh P.T. Barnum. Tuan Barnum merupakan seorang pengusahan yang memiliki 'show' atau 'pertunjukan' yang diramaikan oleh orang-orang dengan 'keistimewaan' sejak lahir. Kemudian kamera mengarah medium shot ke arah Jenny dan terlihat jelas kecantikannya. Jenny menyapu pandangan kemudian melihat ke arah kiri dan kanan diakhiri dengan tolehan sedikit ke atas.

Kamera berpindah ke Tuan barnum yang nampak gelisah sambil menggenakan jas hitamnya. Tidak lama musik mengalun dan Jenny mulai menyanyi. Sorotan selanjutnya adalah ekspresi senang bercampur tegang Charity yang dikonfirmasi ke anak pertamanya. Cerita terus berjalan beberapa shot pindah ke Jenny, Tuan Barnum, Charity dan beberapa shot yang tidak dijabarkan karena tidak termasuk dalam penelitian ini. Saat mendengar kepiawaian Jenny Lind dalam bernyanyi secara tunggal dalam konser yang megah tersebut maka Tuan Barnum bertekad bulat ingin memfasilitasi Jenny dengan pertunjukan tunggal lainnya dari kota ke kota.

Insting seorang pengusaha Tuan Barnum muncul dan semakin menggebu setelah mendengar Jenny menyanyi dengan talenta di atas rata-rata. Kekaguman inilah yang menyiratkan beberapa persepsi pada setiap orang atau penonton. Hal inilah yang menjadi fokus utama penelitian kali ini.

METODE

Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini berfokus pada daerah Jakarta Barat sebab peneliti memang berdomisili di daerah tersebut. Hal ini tentunya untuk memudahkan penelitian dan efisiensi waktu pengerjaan jika ada data yang tertinggal atau kurang. Selain itu penelitian ini juga dilakukan di PT Integra Visi Performa di mana peneliti juga bergabung dalam perusahaan tersebut. Alamat lengkap penelitian ini di Apartemen Neo Soho unit 1103 Jakarta Barat. Dengan menggambil tiga (3) orang audien yang sangat paham dengan film dan video klip yang sudah dijelaskan

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

diharapkan penelitian ini memberikan sebuah informasi baru dan berguna untuk pendidikan khususnya ilmu komunikasi.

Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data yaitu data primer dalam penelitian ini adalah dengan *depth interview* sedangkan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan diperoleh melalui studi literatur yang relevan dengan masalah, buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, beberapa jurnal dan skripsi yang dipublikasi pada jaringan internet dan yang tersedia di perpustakaan sebagai referensi, materi dan hasil wawancara dari para responden.

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pengertian pendekatan kualitatif menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

"Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositifisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sample sumber dan data di lakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi"[6]

Penelitian ini melibatkan informan dengan kriteria yang telah peneliti rangkum. Informan akan dilihat bagaimana pemaknaannya terhadap masalah penelitian ini. Sampling pemilihan informan adalah secara *purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu[7]. Beberapa kriteria di bawah ini menjadi dasar pemilihan informan secara *purposive* dalam penelitian ini. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)." Sedangkan menurut pengertian menurut Suharsimi Arikunto (2006:2) objek penelitian adalah : "Sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.".

Rachmat Kriyantono menjelaskan bahwa setiap penelitian harus bisa dinilai. Ukuran penelitian sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data yang dikumpulkan selama riset diperlukan pengujian kebenaran dan kejujuran subjek yang diteliti. Dalam menilai kevaliditasan

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, 2011:15

[7] Ibid. 85

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

dan kualitas sebuah riset terletak pada kesahihannya atau validitas data yang dikumpulkan selama riset. Riset kualitatif dimana penilaian riset ini biasanya terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisis-interpretasi data yatitu a) Kompetensi Subjek Riset, b) *Trustworhiness*, c) *Intersubjectivity Agreement*, d) *Conscientization*. Menurut Dwidjono ada beberapa macam triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

   Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Waktu

   Berkaitan dengan perubahan suatu proses dan prilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu periset perlu mengadakan observasi tidak hanya satu kali.

3. Triangulasi Teori

   Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisa data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

4. Triangulasi Periset

   Menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing periset mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena maka hasil pengamatannya bisa berbeda-beda meski fenomenanya sama. Pengamatan dan wawancara dengan menggunakan dua periset akan membuat data lebih absah. Sebelumnya, tim perlu mengadakan kesepakatan dalam menentukan kriteria atau acuan pengamatan dan wawancara. Kemudian hasil masing-masing pengamatan ditentukan.

5. Triangulasi Metode

Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber dikarenakan peneliti ingin menguji kebenaran data dengan cara mengecek data-data dari beberapa sumber yaitu dari *Key Informan* dan *Informan* lalu hasil pengamatan yang dilakukan dengan wawancara tersebut dibandingkan antara hasil data *Informan* dan *Key Informan.*[8]

HASIL DAN PEMBAHASAN

[8] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* Jakarta, 2012:72-73

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Untuk memudahkan penelitian maka dilakukan pemilihan audien untuk dijadikan informan maka terpilihlah 3 orang audien setelah melewati proses swawancara secara mendasar seperti apakah tahu film yang dimaksud? Tahu video klip yang dimaksud? Berikut adalah hasil analisa deskriptif kualitatif mengenai persepsi penonton pada video klip "Never Enough" yang merupakan bagian dari film musikal The Greatest Showman. Pada penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai prinsip persepsi responden terhadap video klip "Never Enough" yaitu pada poin: 1. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, 2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, 3. Objek tidak bereaksi adalah sebagai berikut:

Persepsi terhadap objek-objek melalui lambang fisik

Persepsi yang pertama kali akan dianalisa yaitu persepsi terhadap objek-objek melalui lambang fisik. Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan yang berkenaan dengan pemeran P.T. Barnum.

Pertanyaan: Apa yang terlintas oleh Anda saat melihat P.T. Barnum saat melihat Jenny Lind bernyanyi di menit pertama?

Responden 1:

"Kekaguman seorang laki-laki terhadap wanita"

Responden 2:

"Memperhatikan dengan baik dan mempelajari"

Responden 3:

"Akting melihat yang bagus dan terpukau karena kecantikan seorang artis"

Atas hasil di atas makan persepsi responden terhadap objek-objek melalui lambang fisik pada program ini semua mengatakan hal yang memiliki arti sama. Kemudian peneliti menyambungkan antara teori dengan video/gambar pada tayangan video klip tersebut yang sudah tayang kemudian didapatkan bahwa yang menjelaskan bahwa objek gambar mendapatkan persepsi yang sama hal ini membuktikan bahwa objek tidak beraksi dengan kata lain objek bersifat statis. Dapat ditarik kesimpulan bahwa hal ini menghasilkan persepsi yang sama. Adegan kagum/memperhatikan dan terpukau dari seorang pria kepada seorang wanita.

Persepsi yang disiratkan oleh audien akan ekspresi Hugh Jackman alias Tuan Barnum pada video klip Never Enough menimbulkan berbagai reaksi jawaban. Jika dilihat dari persepsi pada lambing fisik menyiratkan bahwa apa yang dipikirkan Hugh Jackman pada saat melihat Jenny Lind bernyanyi adalah: dia dapat membuktikan bahwa apa yang ditampilkan kali ini adalah sebuah seni pertunjukan dan bukan omong

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

kosong seperti usaha sebelumnya yaitu sirkus yang berisikan ‘orang-orang spesial’.

Namun audien 2 menilai bahwa Tuan Barnum seperti mempelajari bawah bisnis dan keuntungan sudah di depan mata. Berbeda dengan audien nomor 3 yang melihat Jenny adalah wanita yang cantik dan sepertinya akan menjadi sebuah cobaan dalam rumah tangga.

Persepsi terhadap objek menanggapi sifat- sifat luar

Memasuki aspek selanjutnya mengenai persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar yang terdapat pada tayangan video klip tersebut. Objek yang dimaksud berkaitan dengan scene Charity Barnum yang tidak lain adalah istri dari Tuan Barnum. Sifat luar yang dimaksud adalah ekspresi Charity terhadap sang suami yang memiliki pandangan lain. Banyak unsur yang dapat dijadikan penilaian persepsi tetapi peneliti hanya membatasi pada dua unsur tersebut.

Pertanyaan: Apa persepsi Anda ketika melihat Charity Barnum pada video klip “Never Enough” tersebut?

Responden 1:

“Awalnya senang dan tegang terus saat lagu yang dinyanyiin sama Jenny Lind dimulai beberapa kali dia melihat sang suami seperti ada yang aneh dengan pandangannya”

Responden 2:

“Khawatir suaminya bakalan selingkuh”

Responden 3:

“Menikmati lagu terus mulai seperti menilai suami. Kita diarahkan seperti itu”

Dari ketiga audien peneliti mendapatkan pernyataan ada sedikit perbedaan persepsi, baik persepsi positif maupun negatif. Hal ini dikarenakan bahwa persepsi mengenai sifat luaran seperti perasaan, motif dan harapan terhadap objek bergerak atau orang memiliki persepsi yang beragam. Persepsi yang tidak sama menimbulkan sebuah spekulasi terhadap penilaian setiap individu. Perubahan mood yang sedikit saja bias menimbulkan kesan yang sangat berbeda. Ketika di sisi lain Charity memperhatikan Jenny dan akhirnya melihat sang suami begitu terperangah terhadap kecantikan dan talenta sang mega bintang, muncul kekhawatiran

Berdasarkan hasil analisa deskriptif pada video klip tersebut menimbulkan sebuah persepsi yang beragam terhadap kali ini. Persepsi objek dan sifat-sifat luaran lain yang berkaitan dengan sudut pandang Charity, senyum dan kegelisahannya pun menyampaikan pesan memiliki beragam persepsi baik dan kurang baik. Hal ini seperti audien digiring untuk menilai apa yang akan terjadi kemudian saat tur kota berlangsung.

Jika dijabarkan dari semua mata audien dapat disimpulkan sepertinya akan

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

ada sesuatu yang besar yang akan terjadi di rumah tangga mereka. Hal ini terlihat jelas dari ekspresi Charity namun bisa jadi ini adalah aksi cemburu dari seorang istri atau hanya perasaannya saja.

5.2.3 Persepsi terhadap objek tidak bereaksi

Pada teori objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. Peneliti menanyakan mengenai tata panggung, wardrobe dan tata cahaya untuk mendukung penampilan video klip tersebuit, kemudian responden memberikan persepsinya sebagai berikut:

Pertanyaan: Bagaimana persepsi Anda terhadap tata cahaya di panggung tempat Jenny Lind bernyanyi?

Responden 1:
"Lampu yang nyorot Jenny Lind menggambarkan keanggunan dan aura bintang"
Responden 2:
"Cahayanya cenderung putih dan digambarkan seperti putri"
Responden 3:
"Lampu terasa berbeda saat menyorot ke Jenny sekaligus penggambilan gambar medium membuat Jenny terekspose dengan sempurna"

Pada teori persepsi yang ketiga menyatakan bahwa objek bersifat statis dan manusia bersifat dinamis (berubah) maka objek dalam pertanyaan dan penelitian ini adalah kepada tata cahaya yang menyorot Jenny Lind saat bernyanyi. Hal ini memang menjadi sebuah penggambaran yang sangat jelas bahwa Jenny ini adalah mega bintang dengan talenta yang luar biasa. Sorot lampu yang sangat jelas dan beberapa shot yang mengarah backlight menambah makna yang sangat luar biasa. Dengan teknik pengambilan gambar seperti itu membuat Rebecca Ferguson alias Jenny Lind semakin nyata.

Memang seperti apa yang diceritakan bahwa akhirnya pada malam Jenny Lind dan Tuan Barnum akan melakukan perjalanan tur yang dalam waktu yang lama karena ternyata apa masyarakat menyukai aksi dari Jenny lind pada malam itu.

KESIMPULAN

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahawa ekspresi Tuan Barnum yang tersirat saat di video klip Never Enough tersebut adalah sebuah ekspresi kekaguman dan ekspresi sebuah pencapaian cita-cita yang telah lama dipendam oleh Tuan Barnum. Jika dilihat dari sisi cerita awal

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

bahwa memang obsesi Tuan Barnum adalah menjadi orang yang kaya juga orang yang sangat optimis dan bekerja keras.

Tapi sebaliknya jika melihat ekspresi dari Charity pada video klip yang menjadi penelitian ini sudah jelas sebuah ekspresi yang menunjukan sebuah perasaan takut dan cemas akan terjadi sesuatu yang menghancurkan rumah tangganya (selingkuh) walaupun memang pada akhir cerita justru memang tidak terjadi apa-apa karena Tuan Barnum memang mencintai Charity dan kedua anak mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah, 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar. Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Mulyana, Dedy. 2014 *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Bandung: Alfabeta

Vera, Nawiroh. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Tangerang: Renata Pratama Media

LINK JURNAL

https://doi.org/10.36379/estetika.v1i1

https://www.e-jurnal.com/2014/01/film-sebagai-media-komunikasi-massa.html

Copyright © 2022, JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)