



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## 1. LATAR BELAKANG

Musik video adalah sebuah karya seni audio-visual yang sudah menjadi bagian besar dalam industri musik. Pada awalnya musik video identik dengan dokumentasi penyanyi saat membawakan lagu tersebut di studio atau saat konser. Lalu seiring perkembangan teknologi, musik video menjadi lebih bervariasi dan menjadi ruang bagi musisi untuk mengekspresikan musiknya secara visual. Pada tahun 1981, tren *Music Television* (MTV) menjadi titik balik dari popularitas musik video. Dengan adanya MTV yang menjadi distributor musik video secara luas, secara tidak langsung telah memotivasi banyak musisi untuk memproduksi video klip yang artistik dan semakin inovatif.

Musik video memiliki dua unsur penting yaitu unsur audio dan unsur visual. Kedua unsur tersebut disusun dan diatur sedemikian rupa agar dapat memvisualisasikan alur cerita maupun pesan tertentu dari sebuah lagu. Dikutip dari (Shore, 1984, p. 99) musik video adalah bentuk dari komunikasi audio-visual yang dibuat untuk menghantarkan informasi melalui musik, lirik, dan gambar yang bergerak. Secara teknis pembuatan musik video tidak jauh berbeda dengan eksekusi produksi film. Bahkan di zaman sekarang tak sedikit musisi yang secara totalitas memproduksi musik video mereka, bukan hanya sebatas untuk media promosi, tetapi juga sebagai media mengekspresikan diri atau mengangkat suatu isu tertentu.

Di Indonesia sendiri musik video semakin populer dengan dukungan teknologi yang terus berkembang. Saat ini peringkat tiga besar musik video yang populer di platform YouTube Indonesia adalah Tak Ingin Usai karya Keisya Levronka dengan 151.011.740 penonton, diikuti oleh Hati-hati di Jalan karya TULUS dengan 102.381.273 penonton, dan Joko Tingkir Ngombe Dawet karya Yeni Inka ft Farel Prayoga dengan 95.892.282 penonton. (Mustajab, 2023)

Terinspirasi dari ketiga musik video di atas, penulis sebagai produser hendak menyampaikan pesan secara audio dan visual dari sebuah lagu karya Fredo Aquinaldo. Fredo merupakan penyanyi asal Indonesia yang pada tahun 2021 lalu telah merilis musik video untuk karya lagunya yang berjudul "Tak Apa" dan kini

hendak memproduksi musik video berikutnya untuk karya lagu terbarunya berjudul “Berjuang atau Menghilang”.

### **1.1 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi produser dalam negosiasi *win-lose solution* pada music video *Berjuang atau Menghilang*?

Batasan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah terbatas pada tiga pendekatan yakni pendekatan struktural, pendekatan strategis, dan pendekatan integratif dari teori negosiasi menurut William Zartman.

### **1.2 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian yang ingin penulis ketahui adalah strategi produser dalam melakukan negosiasi dan menerapkannya pada produksi musik video berjudul *Berjuang atau Menghilang* ini serta mengaplikasikan teori William Zartman yang dirasa penulis sangat berguna bagi profesi produser di masa mendatang.

