

Analisis Semiotika Barthes dan Multimodalitas Dalam Narasi Visual *Mv Bouncy Ateez*

Marina Wardaya^{1*}, Shienny Megawati Sutanto²

¹ Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra Surabaya
CitraLand CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep, Surabaya, Indonesia

² Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra Surabaya
CitraLand CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep, Surabaya, Indonesia

e-mail: marina.wardaya@ciputra.ac.id¹, email shienny.megawati@ciputra.ac.id²

Received : September, 2025

Accepted : Desember, 2025

Published : Desember, 2025

Abstract

This study examines the narrative construction in the music video BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) by ATEEZ through Roland Barthes' semiotics and multimodality approaches. Data were collected using frame-by-frame observation to identify visual elements such as color, costume, setting, body expression, and the chili pepper symbol. The analysis using Barthes' semiotics unpacks meaning at the literal level, beyond literal representation, and the underlying ideology. The Grammar of Visual Design framework (Kress & van Leeuwen) was then employed to understand the interaction between semiotic modes visual, spatial, gestural, and auditory in shaping immersive narratives. The findings reveal that the use of dark palettes contrasted with green and red creates a dystopian atmosphere while simultaneously symbolizing resistance, costumes reflect fluid identities that challenge authority, dystopian settings emphasize themes of conflict and repression, explosive choreography and intense gazes convey solidarity with strong visual impact, while the green chili pepper functions as a metaphor of freedom and a cultural icon of Korea. All these elements are combined with dynamic music and rhythm, creating a compelling audiovisual experience that strengthens the video's global appeal. This study contributes an integrated semiotic-multimodal analytical framework that foregrounds visual design as a primary narrative force in K-pop music videos, offering a replicable model for visual communication and multimedia studies. Based on the findings, it is concluded that the popularity of BOUNCY does not rely solely on musical quality, but is largely determined by its visual-multimodal formulation that constructs strong narratives, cultural identity, and emotional resonance.

Keywords: music video, k-pop, barthes semiotics, multimodality, visual narrative

Abstrak

Penelitian ini mengkaji konstruksi naratif dalam video musik BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) oleh ATEEZ melalui pendekatan semiotika Roland Barthes dan multimodalitas. Data dikumpulkan menggunakan observasi frame-by-frame untuk mengidentifikasi elemen visual seperti warna, kostum, latar, ekspresi tubuh, dan simbol cabai hijau. Analisis menggunakan semiotika Barthes menjabarkan makna pada tataran literal, melampaui literalitas, serta ideologi yang membentang. Pendekatan Grammar of Visual Design (Kress & van Leeuwen) kemudian digunakan untuk memahami interaksi antar mode semiotik visual, ruang, gestural, dan auditori dalam membentuk narasi imersif. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan palet gelap yang kontras dengan hijau dan merah mencipta suasana distopia sekaligus simbol resistensi, kostum mencerminkan identitas cair yang menentang otoritas, ruang distopia

This an open access article CC BY-NC-SA License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

menegaskan tema konflik dan represi, koreografi eksplosif dan tatapan tajam menyampaikan solidaritas dengan kekuatan visual tinggi, sementara cabai hijau menjadi metafora kebebasan sekaligus ikon budaya Korea. Semua elemen ini dikombinasikan dengan musik dan ritme dinamis, menciptakan pengalaman audiovisual yang mengena dan memperkuat daya tarik global video tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi metodologis berupa kerangka analisis integratif semiotika dan multimodalitas yang menempatkan desain visual sebagai kekuatan utama pembentuk narasi dalam video musik K-pop, serta dapat direplikasi pada kajian media audiovisual lainnya. Berdasar temuan disimpulkan bahwa popularitas BOUNCY tidak hanya bergantung pada kualitas musikal, tetapi lebih ditentukan oleh formulasi visual-multimodal yang membangun narasi kuat, identitas kultur, dan resonansi emosional.

Kata Kunci: video musik, k-pop, semiotika barthes, multimodalitas, narasi visual

1. PENDAHULUAN

Fenomena K-Pop telah berkembang melampaui batas industri musik dan menjelma menjadi bagian penting dari budaya populer global [1]. Salah satu aspek yang menonjol adalah video musik (MV) yang tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap lagu, tetapi juga sebagai medium naratif dan visual yang kompleks [2]. MV K-Pop memadukan kekuatan estetika, simbolisme budaya, dan strategi *storytelling* multimodal untuk mendorong penonton menafsirkan pesan melalui elemen-elemen visual, auditori, dan performatif [3].

ATEEZ, sebagai salah satu grup K-Pop generasi ke empat, dikenal dengan gaya performatif ekspresif serta konsep visual sinematik yang konsisten ditampilkan dalam setiap *comeback*. MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) yang dirilis tahun 2023 menampilkan narasi distopia dengan simbol utama berupa cabai hijau. Ateez mengusung karakter berambiguitas moral, serta koreografi penuh energi yang menggambarkan resistensi dan kebebasan [4]. Popularitasnya, dengan jumlah penayangan mencapai lebih dari 147 juta tayangan di YouTube, menunjukkan penggunaan visual sebagai faktor yang mendorong keterlibatan audiens global.

Dalam konteks akademik, penelitian tentang MV K-Pop umumnya berfokus pada fandom, praktik konsumsi, strategi branding, dan makna kultural yang dibentuk melalui reaksi penonton [5]. Namun, kajian yang secara khusus menekankan pada konstruksi naratif visual yaitu pembacaan struktur tanda dalam music video menggunakan kombinasi semiotika naratif dan analisis multimodal masih terbatas. Roland Barthes menyediakan alat analitis untuk membongkar lapisan makna (denotasi, konotasi, mitos) dalam teks visual [6],

sementara pendekatan *Grammar of Visual Design* (Kress & van Leeuwen) memberi kerangka untuk membaca keterpaduan gambar, warna, komposisi, suara, dan gestur sebagai

sistem tanda multimodal [7]. Penggunaan keduanya relevan sebagai landasan teoritis untuk studi ini.

Berbeda dari penelitian terdahulu yang cenderung menempatkan video musik K-Pop sebagai objek kajian berbasis resepsi audiens, fandom, atau strategi pemasaran, penelitian ini memosisikan music video sebagai teks visual-multimodal yang memiliki struktur naratif dan ideologis internal. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang secara eksplisit menempatkan desain visual dan multimodalitas sebagai kekuatan utama pembentuk narasi, ideologi, dan identitas budaya dari dalam teks video musik itu sendiri. Kontribusi utama penelitian ini adalah pengembangan kerangka analisis integratif yang menggabungkan semiotika Roland Barthes dan *Grammar of Visual Design* sebagai model metodologis yang dapat diterapkan pada kajian video musik dan media audiovisual populer lainnya.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi naratif dalam MV BOUNCY dengan kerangka konseptual yang mengintegrasikan studi literatur, analisis isi visual, semiotika Barthes (denotasi, konotasi, mitos), dan multimodalitas. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap formulasi visual dan multimodal yang berperan dalam kesuksesan sebuah MV. Rumusan masalah yang diangkat adalah: bagaimana kombinasi semiotika dan multimodalitas dalam MV BOUNCY ATEEZ membangun narasi visual yang berkontribusi pada daya tarik estetis dan popularitas globalnya?.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa MV BOUNCY tampil menonjol dan memperoleh perhatian luas meskipun diproduksi oleh agensi dengan sumber daya promosi yang relatif terbatas. Dalam konteks penelitian ini, capaian popularitas tersebut tidak dipahami sebagai akibat langsung dari elemen visual semata, melainkan sebagai implikasi dari kekuatan naratif serta formulasi visual-multimodal yang membangun daya tarik estetis, resonansi emosional, dan *replay value* bagi audiens global. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam industri musik kontemporer, kualitas artistik dan kreativitas dalam perancangan visual dapat berfungsi sebagai strategi kultural yang memperkuat keterlibatan audiens dan daya saing MV di pasar global, tanpa harus bergantung pada dukungan promosi berskala besar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada analisis naratif visual. Objek penelitian adalah video musik (MV) BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) oleh ATEEZ yang dirilis pada tahun 2023 melalui kanal resmi KQ Entertainment. Pemilihan objek didasarkan pada kompleksitas visual, kepadatan simbol, serta popularitasnya di tingkat global. Pemilihan ATEEZ sebagai objek penelitian didasarkan pada posisi ATEEZ sebagai salah satu grup K-pop generasi empat. Meskipun KQ Entertainment, agensi mereka, tidak sepopuler "Big Four" seperti SM, YG, JYP, atau HYBE, ATEEZ telah membuktikan diri sebagai salah satu pemimpin generasi keempat K-pop. Grup ini bahkan dinobatkan sebagai "Next Generation Leaders" oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea pada tahun 2020 [8].

2.1 Studi Literatur

Tahap awal penelitian dilakukan melalui studi literatur, yaitu kegiatan sistematis untuk mengumpulkan, menelaah, dan mensintesis pengetahuan yang relevan dari berbagai sumber ilmiah, termasuk buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu, dengan tujuan membangun kerangka konseptual yang kokoh dan memperkuat landasan teoretis penelitian [9], [10].

Studi literatur memungkinkan peneliti untuk memahami sejauh mana teori perkembangan, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, serta

menyesuaikan pendekatan metodologis yang tepat dengan konteks kajian. Dalam penelitian ini, kerangka konseptual yang dibangun mengintegrasikan teori semiotika Roland Barthes, yang menekankan analisis tanda pada tiga level: denotasi, konotasi, dan mitos [11], serta teori multimodalitas melalui *Grammar of Visual Design* karya Kress & van Leeuwen, yang menyoroti cara berbagai mode visual seperti gambar, warna, framing, dan gerak berinteraksi untuk membentuk makna dalam media visual [12].

Dengan menggabungkan kedua teori ini, penelitian dapat menelaah video musik ATEEZ secara mendalam, tidak hanya dari segi simbol dan tanda, tetapi juga dari interaksi antar mode visual, sehingga menghasilkan analisis yang holistik mengenai strategi visual dan penyampaian makna dalam konteks budaya pop digital.

2.2 Analisis Elemen Visual

Data penelitian berupa elemen visual utama yang muncul dalam MV, meliputi:

- Warna dan palet visual,
- Kostum dan penampilan karakter,
- Latar dan ruang,
- Ekspresi dan gestur tubuh,
- Objek simbolik (misalnya cabai hijau).

Pemilihan lima elemen ini didasarkan pada prinsip Multimodal Discourse Analysis [13], [14], di mana warna, kostum, latar, tubuh, dan simbol dipahami sebagai sumber daya semiotik utama yang berkontribusi terhadap konstruksi makna dalam musik video. Identifikasi dilakukan dengan teknik observasi visual *frame-by-frame*, termasuk pencatatan deskriptif, tangkapan layar (*freeze frame*), dan klasifikasi awal elemen visual yang berulang dan signifikan [15].

2.3 Analisis Semiotika

Elemen visual yang teridentifikasi kemudian dianalisis dengan kerangka semiotika Roland Barthes, melalui tiga level:

- Denotasi: makna literal yang tampak,
- Konotasi: makna tambahan yang lahir dari budaya dan emosi,

- Mitos: ideologi atau pesan budaya yang tersembunyi di balik representasi visual.

Kerangka ini dikembangkan Barthes [16], di mana teori ini menekankan bahwa tanda tidak pernah netral, melainkan selalu membawa beban budaya dan ideologi tertentu. Dalam konteks video musik, pendekatan Barthes membantu membaca bagaimana elemen visual seperti warna, kostum, latar, gestur tubuh, dan simbol bekerja tidak hanya sebagai estetika, tetapi juga sebagai medium penyampai narasi, ideologi, dan citra budaya. Dengan demikian, semiotika Barthes relevan untuk mengurai relasi antara tanda visual non-verbal dengan konstruksi makna naratif yang lebih luas, serta membuka jalan bagi analisis multimodalitas yang menempatkan setiap mode semiotik sebagai bagian dari jaringan makna yang saling melengkapi. Analisis ini memungkinkan penguraian makna naratif yang dibentuk melalui tanda-tanda visual non-verbal [17].

2.4 Analisis Multimodalitas

Selain semiotika, penelitian ini juga menerapkan analisis multimodalitas dengan menggunakan konsep *Grammar of Visual Design*. Fokus analisis diarahkan pada interaksi antar mode semiotik yang membentuk makna, yaitu:

- Gambar, warna, dan komposisi visual,
- Teks dan tipografi (jika ada),
- Layout ruang dan framing,
- Suara dan musik,
- Gestur tubuh dan koreografi.

Analisis multimodalitas dalam penelitian ini mengacu pada kerangka *Grammar of Visual Design* yang dikembangkan oleh Kress & van Leeuwen [13]. Kerangka ini memandang gambar, warna, komposisi, teks, suara, dan gestur sebagai semiotic resources yang bekerja secara simultan untuk membangun makna. Prinsip multimodalitas ini diperkuat oleh Machin [14], yang menekankan pentingnya warna, tipografi, objek, latar, dan gestur tubuh sebagai elemen visual utama dalam konstruksi naratif musik video. Dengan demikian, fokus analisis diarahkan pada interaksi antar mode semiotik gambar, warna, komposisi, teks, layout, suara, serta koreografi untuk membentuk unsur imersif yang menarik dari MV

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Bagian ini memuat data hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi visual *frame-by-frame* terhadap MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) oleh ATEEZ.

3.1.1 Deskripsi Elemen Visual

Hasil observasi *frame-by-frame* pada MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) oleh ATEEZ menunjukkan bahwa konstruksi visualnya dibangun melalui kombinasi warna, kostum, latar, ekspresi, dan simbol yang saling mendukung. Setiap elemen berfungsi tidak hanya sebagai estetika, tetapi juga sebagai bagian dari narasi non-verbal.

Warna

Palet warna dalam MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) didominasi oleh nuansa gelap seperti hitam, abu-abu, dan biru tua yang membangun atmosfer distopia sekaligus menegaskan kesan dunia represif. Warna-warna gelap ini digunakan secara konsisten pada setting perkotaan malam hari, ring tinju bawah tanah, hingga lorong sempit, sehingga menciptakan suasana tegang dan penuh konflik. Kontras visual kemudian dihadirkan melalui aksentuasi warna terang terutama hijau neon pada simbol cabai dan papan reklame, serta merah darah pada pencahayaan panggung dan detail tertentu. Kehadiran warna hijau yang intens memusatkan perhatian penonton pada cabai sebagai simbol sentral resistensi, sementara aksentuasi merah menandai energi, bahaya, dan perlawanan [18]. Pada beberapa adegan, seperti ruang bernuansa putih monumental, warna cerah digunakan secara strategis untuk menghadirkan momen transisi dari kegelapan menuju kebebasan, seakan-akan menandakan kemungkinan lahirnya harapan di tengah distopia. Dengan demikian, penggunaan palet warna dalam MV ini tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga menjadi *semiotic resource* yang memperkuat narasi visual tentang pertarungan ideologis antara represi dan kebebasan [19].



Gambar 1. Palet Warna dalam MV “BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS)”

[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Kostum

Kostum dalam MV BOUNCY (K-Hot Chili Peppers) berperan penting sebagai penanda visual yang membangun representasi identitas dan struktur sosial dalam narasi. Polisi digambarkan dengan seragam formal namun flamboyan, menekankan otoritas yang berlebihan sekaligus satir terhadap kekuasaan. Sebaliknya, petarung bawah tanah ditampilkan dengan pakaian robek, bertato, dan berpenampilan liar, yang menegaskan posisi mereka sebagai oposisi dari tatanan resmi. Selain itu, terdapat pula kostum pembalap motor liar dengan dominasi warna hitam, putih, dan merah. Kombinasi warna kontras ini menciptakan citra agresif dan berenergi, menegaskan keberadaan kelompok subkultur yang bergerak di luar hukum. Sementara itu, anggota ATEEZ mengenakan kostum koboi modern dengan variasi kulit, fringe, dan aksesoris berkilau, menciptakan citra hibrida antara tradisi Barat dan estetika futuristik. Keseluruhan kombinasi ini menegaskan estetika distopia melalui penggabungan elemen gaya yang kontras: seragam flamboyan, pakaian robek petarung, kostum pembalap motor liar, hingga busana koboi modern. Estetika distopia [20], memanfaatkan kostum sebagai representasi krisis moral dan runtuhnya hierarki sosial. Dalam konteks MV ini, pakaian berfungsi sebagai perangkat simbolik yang memperkuat narasi dunia distopia: batas antara otoritas dan oposisi menjadi kabur, sementara identitas ditampilkan sebagai sesuatu yang cair, ambigu, dan terus dinegosiasikan melalui tampilan visual.



Gambar 2. Kostum yang berbeda dalam MV “BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS)”

[Sumber: ateez.kqent.com]

Latar dan Ruang

Setting visual dalam MV BOUNCY (K-Hot Chili Peppers) menampilkan keragaman ruang yang sarat makna naratif. Pertama, fasad bangunan dengan cahaya lampu emas menciptakan kesan teatral sekaligus artifisial, seakan menandai pintu masuk ke dunia distopia. Kedua, jalanan kota gelap dengan papan neon cabai hijau berukuran besar. Menekankan icon utama dari lagu. Ketiga, interior bangunan dengan arsitektur monumental bergaya katedral menampilkan nuansa megah dan otoritatif, yang dihadirkan sebagai kontras estetis terhadap ruang kota bawah tanah. Seluruh latar ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang fisik, tetapi sebagai penanda ideologis yang menegaskan kompleksitas dunia distopia yang digambarkan. Dalam kerangka film dan media studies, Bordwell & Thompson [21] menegaskan bahwa setting bukan sekadar latar visual pasif, melainkan elemen naratif aktif yang mengarahkan makna cerita. Dengan demikian, latar dalam MV BOUNCY (K-Hot Chili Peppers) berfungsi sebagai penanda naratif.



Gambar 3. Background MV “BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS)”

[Sumber: hasil olah Penulis]

Ekspresi dan Gestur Tubuh

Ekspresi wajah intens dan koreografi khas dalam MV BOUNCY (K-Hot Chili Peppers)

memperlihatkan lapisan makna yang saling bertumpuk. Pada tingkat permukaan, tatapan tajam dan gerakan eksplosif seperti *knee break* atau formasi ular menegaskan energi konflik. Lebih jauh, gerakan yang dilakukan secara kolektif tersebut membangun citra solidaritas: sebuah kekacauan yang justru teratur, di mana tubuh para anggota menjadi alat komunikasi kebersamaan melawan tekanan.

Dari perspektif teori visual, gerakan tubuh dan ekspresi wajah dapat dipahami sebagai “tanda intensitas” (Marks, 2000) yang menyalurkan emosi langsung ke penonton, membangun pengalaman yang tidak sekadar naratif tetapi juga sensorik. Dalam konteks distopia, koreografi kolektif tersebut mencerminkan bagaimana individu bersatu menghadapi represi sebuah representasi khas dunia distopik di mana tubuh sering menjadi arena negosiasi antara kontrol dan resistensi (Booker, 1994). Dengan demikian, MV ini menghadirkan tarian bukan semata hiburan, melainkan sebuah bahasa visual yang memperkuat narasi dan penyampaian visual [22].



Gambar 4. Gerakan populer MV “BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS)”
[Sumber: youtube.com]

Dalam konteks ini, tubuh para *performer* tidak hanya berfungsi sebagai instrumen koreografi, tetapi sebagai medium ideologis. Koreografi kolektif dan gestur repetitif membangun bahasa visual yang merepresentasikan solidaritas dan resistensi, di mana tubuh menjadi ruang negosiasi antara kontrol dan kebebasan. Hal ini menegaskan bahwa dalam MV K-pop, tubuh bukan sekadar objek visual, melainkan subjek naratif yang aktif memproduksi makna.

Simbol Visual

Cabai hijau menjadi simbol sentral yang muncul berulang sebagai objek berharga, metafora kebebasan, sekaligus pemicu konflik. Kehadirannya konsisten membangun benang

merah naratif, menjadikan objek ini pusat perhatian visual dan simbol ideologis utama. Cabai hijau dalam MV BOUNCY (K-Hot Chilli Peppers) berfungsi sebagai simbol sentral yang tidak hanya mengikat alur naratif, tetapi juga memperkenalkan identitas budaya ATEEZ sebagai grup asal Korea. Cabai merupakan salah satu elemen yang sangat identik dengan kuliner dan kehidupan sehari-hari masyarakat Korea, sehingga kehadirannya diangkat ke dalam musik video memberi lapisan makna kultural. Simbol ini memperkuat citra ATEEZ sebagai representasi artis Korea yang membawa unsur lokal ke dalam format hiburan global.



Gambar 5. Ikonisasi K-HOT CHILLI PEPPERS
[Sumber: ateez.kqent.com]

Dengan strategi tersebut, cabai hijau berperan sebagai *cultural branding*, di mana objek sederhana diubah menjadi penanda energi, keberanian, sekaligus kebebasan. Teori tentang *cultural signifier* [23] dalam penyebaran K-Pop menjelaskan bahwa simbol populer sering dipakai oleh salah satu grup menjadi komunikasi identitas kelompok. Dalam konteks ini, ATEEZ tidak hanya menampilkan cabai sebagai properti visual, tetapi juga sebagai metafora global tentang “Korean spirit” yang berapi-api, menekankan keaslian mereka sebagai grup K-Pop yang berakar kuat pada budaya Korea namun tetap mudah diterima oleh penonton internasional.

3.1.2 Deskripsi Semiotika

Setiap elemen visual dalam MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) dapat dipahami sebagai sistem tanda yang terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dengan menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes, makna dalam MV ini dapat ditelusuri pada tiga level utama: denotasi, konotasi, dan mitos [24].

Pada level denotasi, MV menampilkan objek-objek visual secara literal seperti warna gelap dan terang, kostum karakter, latar distopik, ekspresi tubuh, dan simbol cabai hijau. Elemen-elemen ini tampak sebagai representasi visual yang konkret dan mudah dikenali.

Pada level konotasi, tanda-tanda tersebut mulai memunculkan makna tambahan. Warna tidak hanya sekadar estetika, tetapi juga menciptakan suasana represi dan perlawanan. Kostum menggambarkan fluiditas identitas dan ambiguitas moral, sementara gestur tubuh menandakan resistensi kolektif. Cabai hijau, sebagai simbol utama, berfungsi sebagai metafora energi dan kebebasan yang melampaui makna literalnya.

Pada level mitos, MV mengonstruksi ideologi yang lebih dalam. Kontras visual mengartikulasikan konflik antara kebebasan, latar distopik [25]. Simbol cabai hijau pada akhirnya mempresentasikan mitos keberanian dan identitas budaya yang diangkat ke panggung global.

Dengan demikian, semiotika Barthes memungkinkan pembacaan MV BOUNCY sebagai teks naratif non-verbal yang kaya makna, di mana tanda-tanda visual tidak hanya menghadirkan representasi, tetapi juga membangun lapisan konotatif dan mitologis yang memperkuat narasi resistensi.

Tabel 1: Identifikasi elemen visual utama dalam MV BOUNCY.
[Sumber: dokumentasi peneliti]

Elemen Visual	Representasi	Fungsi Naratif	Deskripsi Semiotika
Warna	Gelap (abu, hitam), hijau terang, merah	Membentuk atmosfer distopia dan menekankan simbol resistensi	Denotasi: Palet warna dominan gelap dengan aksen hijau dan merah. Konotasi: Gelap → represi, bahaya, hijau → energi, kebebasan, merah → agresi, perlawanan. Mitos: Konflik ideologis antara represi dan pembebasan.
Kostum	Polisi flamboyan, koboi modern, petarung	Menunjukkan ambiguitas moral dan perlawanan terhadap sistem	Denotasi: Variasi kostum karakter (polisi, koboi, petarung). Konotasi: Identitas cair, menantang otoritas. Mitos: Hierarki sosial dan moralitas konvensional bisa digugat.
Latar Belakang	Kota penuh asap, ring tinju, lorong rahasia	Menggambarkan dunia distopik dan arena perlawanan	Denotasi: Ruang kota berasap, ring tinju bawah tanah, lorong rahasia, katedral putih. Konotasi: Dunia represif, ruang konflik dan pelarian. Mitos: Ruang adalah metafora tatanan sosial yang menekan namun juga membuka peluang resistensi.
Ekspresi	Tatapan tajam, koreografi patah lutut, formasi ular	Menyampaikan emosi konflik dan solidaritas visual	Denotasi: Gestur tubuh intens dan ekspresi emosional. Konotasi: Resistensi, solidaritas, kekacauan terorganisir. Mitos: Tubuh adalah medium perlawanan, koreografi berfungsi sebagai bahasa kolektif yang melampaui otoritas.

Simbol	Cabai hijau	Metafora kebebasan, objek perebutan, simbol energi perlawanan	Denotasi: Objek cabai hijau muncul berulang dalam adegan. Konotasi: Energi, agitasi, kebebasan berekspresi. Mitos: Cabai sebagai metafora pembebasan, keberanian, serta identitas budaya Korea di panggung global
--------	-------------	---	---

3.2 Pembahasan Berdasarkan Multimodalitas

Konsep *Grammar of Visual Design* (GVD) yang dikembangkan oleh Kress dan van Leeuwen [13] menjadi salah satu kerangka utama dalam analisis multimodalitas. GVD memandang teks visual sebagai sistem tanda yang memiliki tata bahasa layaknya bahasa verbal. Setiap elemen visual seperti komposisi, warna, framing, tata letak, tipografi, hingga gestur tubuh tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja secara interaktif untuk menghasilkan makna.

Dalam kerangka GVD, makna visual dapat dianalisis melalui tiga metafungsi utama:

- *Representational metafunction*

menekankan bagaimana MV merepresentasikan dunia melalui *actional processes*, *reactional processes*, dan *circumstances of setting*. Gerakan koreografi eksplosif seperti *knee break* atau formasi ular menjadi *actional processes* yang menandai energi resistensi kolektif, sementara tatapan tajam para anggota ATEEZ terhadap kamera maupun objek cabai hijau mencerminkan *reactional processes* yang memperkuat intensitas emosional. Latar kota berasap, ring tinju, dan lorong bawah tanah menjadi *circumstances of setting* yang bukan sekadar latar, melainkan simbol distopia yang mengarahkan penonton memahami konflik [26].

- *Interactional metafunction*

Membahas relasi antara peserta visual dan penonton. ATEEZ membangun *offer* melalui adegan tatapan tidak langsung ke kamera, seolah menyajikan narasi kepada audiens tanpa menuntut interaksi. Namun, dalam beberapa adegan *demand*, anggota menatap langsung ke kamera, menciptakan ikatan emosional yang mengajak penonton untuk ikut serta dalam semangat resistensi. Variasi *social distance* melalui *close-up* menekankan kedekatan emosional, sementara *long shot* menampilkan solidaritas kelompok dalam dunia distopik [27].

- *Compositional metafunction*

Mengkaji bagaimana elemen visual disusun dalam frame. *Information value* terlihat ketika simbol cabai hijau kerap ditempatkan di pusat frame, sehingga tampil sebagai inti naratif. *Saliency* dibangun melalui kontras warna hijau terang dengan latar gelap, diperkuat oleh pencahayaan yang menyorot objek secara konsisten. Sementara itu, *framing* membagi dunia visual ke dalam ruang-ruang berbeda kota berasap, ring tinju, atau lorong rahasia yang menandakan fragmentasi sosial sekaligus medan konflik [11].

Interaksi antar mode dalam MV ini menunjukkan bahwa makna tidak dihasilkan secara aditif, melainkan secara sinergis. Gerakan koreografi yang eksplosif memperoleh intensitas makna ketika diselaraskan dengan tempo musik yang agresif dan komposisi visual berkontras tinggi. Dengan demikian, pengalaman naratif yang dihasilkan bersifat *embodied*, di mana tubuh, suara, dan visual bekerja bersama untuk membangun keterlibatan emosional yang melampaui pemahaman kognitif semata.

3.3 Formulasi Visual dan Multimodalitas dalam Popularitas MV

Pembacaan *multimodal* memperlihatkan bahwa MV BOUNCY tidak dapat dipahami hanya dari aspek visual, tetapi dari sinergi antar mode. Warna, kostum, ruang, gestur, dan simbol bekerja bersamaan dengan musik serta tata panggung untuk menciptakan narasi non-verbal yang padat makna dan resonan bagi penonton global [7].

Analisis melalui semiotika Barthes dan *Grammar of Visual Design* (Kress & van Leeuwen, 2006) memperlihatkan bahwa popularitas MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) tidak hanya ditentukan oleh aspek musikal, tetapi juga oleh strategi formulasi visual dan multimodalitas yang terintegrasi. Beberapa temuan utama dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Simbolisasi cabai hijau diposisikan secara konsisten sebagai pusat naratif melalui strategi visual berupa warna kontras, pencahayaan, dan penempatan pada pusat *frame*. Pengulangan simbol ini baik dalam *background*, lirik maupun gerakan tari

menjadikannya mudah diingat, dibicarakan, dan berfungsi sebagai metafora kebebasan sekaligus identitas kultural Korea, yang memperkuat daya tarik global ATEEZ.

2. Kombinasi identitas visual melalui kostum menghadirkan narasi ambiguitas moral. Seragam polisi flamboyan, busana koboi modern, pakaian petarung bawah tanah, hingga kostum pembalap motor liar membentuk citra dunia dengan fluiditas identitas. Representasi ini memberi ruang interpretasi luas bagi audiens internasional, sekaligus memperkuat karakter MV sebagai teks visual yang terbuka bagi beragam pemahaman dan mengundang pengulangan tonton.
3. *Background* MV yang mengusung atmosfer distopia yang ditampilkan melalui kota berasap, ring tinju bawah tanah, dan lorong rahasia menegaskan narasi konflik dan represi. Namun, estetika visual yang kuat melalui pencahayaan, *framing*, dan komposisi ruang justru meningkatkan *replay value*, menjadikan MV menarik tidak hanya bagi penggemar tetapi juga audiens non-fans.
4. Ekspresi wajah dan gestur tubuh berfungsi sebagai medium komunikasi emosional yang efektif. Koreografi eksplosif seperti *knee break* atau formasi ular memvisualisasikan resistensi kolektif dan solidaritas. Tubuh para anggota ATEEZ menjadi sarana *multimodal* yang menghubungkan musik, gerakan, dan emosi, hal ini juga didukung dengan gerakan yang ikonik serta mudah direplikasi dalam budaya digital melalui *dance challenge*.
5. Penggabungan musik dan visual menjadi strategi utama dalam membangun pengalaman imersif. Tempo musik yang tinggi, perpaduan warna kontras, dan dinamika konflik visual menciptakan resonansi emosional yang memperkuat potensi viralitas. MV ini membuktikan bahwa popularitas tidak hanya ditentukan oleh aspek musikal, tetapi juga oleh sinkronisasi visual-auditori yang dirancang untuk melibatkan ketertarikan penonton global.

Dengan demikian, formulasi visual dan multimodalitas dalam BOUNCY (K-Hot Chilli Peppers) dapat dipahami sebagai strategi kreatif yang menjadikan MV ini populer. Unsur simbol sentral, identitas cair, atmosfer distopia estetis, tubuh sebagai media, dan integrasi musik–visual berperan penting dalam membangun daya tarik global. Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengklaim bahwa strategi visual secara langsung menyebabkan popularitas global MV BOUNCY. Sebaliknya, analisis ini menunjukkan bahwa kekuatan visual dan multimodalitas berperan sebagai faktor kultural dan estetis yang membentuk pengalaman menonton, memperkuat keterlibatan audiens, serta membuka ruang bagi penyebaran dan penerimaan global.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa narasi visual dalam MV BOUNCY (K-HOT CHILLI PEPPERS) ATEEZ dibangun melalui kombinasi tanda semiotik dan strategi multimodalitas yang saling melengkapi. Dengan kerangka semiotika Roland Barthes, elemen-elemen visual seperti warna, kostum, latar, ekspresi tubuh, dan simbol cabai hijau dapat dibaca pada tiga level makna. Pada tingkat denotasi, MV menampilkan tanda-tanda visual secara literal sebagai bagian dari estetika. Pada level konotasi, elemen-elemen tersebut mengartikulasikan makna tambahan seperti resistensi, ambiguitas moral, hingga solidaritas. Pada level mitos, MV membentuk ideologi yang lebih luas, yakni tentang kebebasan, perlawanan terhadap represi, dan identitas budaya Korea yang diangkat ke panggung global.

Melalui kerangka *Grammar of Visual Design* (Kress dan van Leeuwen), penelitian ini juga menunjukkan bahwa konstruksi makna dalam MV tidak hanya bertumpu pada satu mode, melainkan hasil interaksi antar mode semiotik. Warna gelap dan aksentuasi hijau serta merah menegaskan atmosfer distopia, kostum menghadirkan identitas cair, latar kota berasap hingga ring tinju bawah tanah berfungsi sebagai penanda naratif aktif, ekspresi dan koreografi ikonik memperkuat komunikasi emosional, sementara simbol cabai hijau berperan sebagai pusat narasi sekaligus *cultural branding*. Sinergi ini memperlihatkan bagaimana seluruh elemen bekerja bersama untuk menghasilkan pengalaman visual yang imersif.

Kesimpulan penting dari penelitian ini adalah bahwa strategi visual dan multimodal yang digunakan dalam MV berkontribusi langsung terhadap daya tarik estetis sekaligus *replay value*, karena narasi simbolik yang padat, visual yang kaya, dan multimodalitas yang terjalin rapi mendorong audiens untuk menonton ulang. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan MV tidak hanya terletak pada hiburan semata, melainkan juga pada bagaimana desain komunikasi visual berperan dalam membentuk pengalaman kultural yang mendalam serta citra global grup ATEEZ.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus analisis yang menitikberatkan pada teks visual dan multimodalitas internal video musik tanpa melibatkan data resepsi audiens atau statistik keterlibatan digital secara empiris. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat mengombinasikan pendekatan semiotik-multimodal dengan studi audiens atau analisis data digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai relasi antara strategi visual dan popularitas media audiovisual.

Dengan demikian, studi ini memperkaya kajian desain komunikasi visual dengan menawarkan kerangka analisis naratif yang dapat diaplikasikan pada media populer lain, khususnya dalam menjelaskan bagaimana visual dan multimodalitas menjadi faktor utama dalam membangun popularitas global. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa analisis semiotika dan multimodalitas dapat menjadi metode efektif untuk memahami peran desain visual dalam membentuk makna, memengaruhi persepsi audiens, serta memperluas jangkauan budaya populer di ranah internasional.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi praktik desain komunikasi visual, khususnya bagi desainer video musik, sutradara visual, dan kreator konten audiovisual. Pemanfaatan simbol budaya lokal, pengelolaan identitas visual yang cair, serta integrasi multimodalitas yang konsisten terbukti mampu membangun narasi yang kuat dan relevan secara global. Dengan demikian, desain visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen pendukung musik, tetapi sebagai strategi utama dalam membangun makna, identitas, dan daya saing karya audiovisual di tingkat internasional.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

This an open access article CC BY-NC-SA License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Ciputra yang telah menjadi penyandang dana riset sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan juga diberikan kepada Program Studi Visual Communication Design (VCD) Universitas Ciputra yang telah memberikan kesempatan, dukungan akademik, serta fasilitas dalam proses penyusunan artikel ini. Tisak lupa, penulis juga berterima kasih kepada tim peneliti yang telah memberikan masukan konstruktif selama proses penelitian dan penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. B. T. Saeji, "Making icons: the rise of the K-pop adjacent industries," *Inter-Asia Cultural Studies*, vol. 25, no. 6, pp. 874–895, Nov. 2024, doi: 10.1080/14649373.2024.2365594.
- [2] R. J. H. Raharjo, R. S. Budiharseno, and T. M. Quy, "Hitting the right notes: Exploring the relationship between youtube music videos and digital user engagement," *Global Business & Finance Review (GBFR)*, vol. 29, no. 1, pp. 44–56, 2024, doi: 10.17549/GBFR.2024.29.1.44.
- [3] M. Diyorova, "MULTIMODAL HYPE AND TRANSCULTURAL TRENDS IN DIGITAL MEDIA," *Russian - Uzbekistan Conference*, pp. 55–58, Jul. 2025, Accessed: Sep. 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.wosjournals.com/index.php/ruconf/article/view/3287>
- [4] I. Lee and Y. Son, "A comparative analysis of musical changes in K-Pop male idol groups," *Rast Musicology Journal*, vol. 9, no. 2, pp. 2917–2942, Dec. 2021, doi: 10.12975/RASTMD.20219212.
- [5] E. Flinchum, E. Roy, and R. Arif, "Displays of Parasocial Interaction in K-Pop: A Content Analysis of YouTube Comments on BTS's Music Videos," *Korean Journal of Communication*, vol. 1, no. 2, pp. 77–109, Jun. 2024, doi: 10.1353/KJC.2024.A932421.
- [6] A. Ningtyas, N. Kusumawati, and S. Himawan, "Analisis Semiotika Pesan Moral Video Klip BTS 'We Are Bulletproof: The Eternal,'" *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol.

- 4, no. 1, pp. 7587–7598, Jan. 2024, doi: 10.31004/INNOVATIVE.V4I1.8311.
- [7] G. A. Oyebamiji and G. O. Olutayo, “A multimodal discourse analysis of the music video ‘IBA,’” *Multimodal Communication*, vol. 14, no. 2, pp. 137–160, Jun. 2025, doi: 10.1515/MC-2024-0085/MACHINEREADABLECITATION/RIS .
- [8] “Boy band ATEEZ to promote Korean culture abroad : Korea.net : The official website of the Republic of Korea.” Accessed: Sep. 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=185394>
- [9] M. N. Adlini, A. H. Dinda, S. Yulinda, O. Chotimah, and S. J. Merliyana, “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka,” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, vol. 6, no. 1, pp. 974–980, Mar. 2022, doi: 10.33487/EDUMASPUL.V6I1.3394.
- [10] L. M.-(No Title) and undefined 1989, “Metodologi penelitian kualitatif,” *cir.nii.ac.jp*, Accessed: Feb. 20, 2024. [Online]. Available: <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000793890148864>
- [11] H. Grange and O. S. Lian, “‘Doors Started to Appear.’ A Methodological Framework for Analyzing Visuo-Verbal Data Drawing on Roland Barthes’s Classification of Text-Image Relations,” *Int J Qual Methods*, vol. 21, Mar. 2022, doi: 10.1177/16094069221084433/ASSET/97CFDE7D-36B0-402F-8630-FA18600EE09B/ASSETS/IMAGES/LARGE/10.1177_16094069221084433-FIG11.JPG.
- [12] A. T. Petra and D. M. Sari, “Analisis Makna Visual Poster Film Anime ‘Suzume,’” *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual.*, vol. 2, no. 2, pp. 158–169, Jul. 2025, doi: 10.62383/MISTERIUS.V2I2.745
- [13] G. Kress and T. van Leeuwen, “Reading Images: The *Grammar of Visual Design*,” *Reading Images*, Nov. 2020, doi: 10.4324/9781003099857.
- [14] Per Ledin and David Machin, *Introduction to Multimodal Analysis*. Bloomsbury Publishing, 2020.
- [15] N. K. D. Antari, “An analysis of the interpersonal meaning of lyric and video ‘zombie’ by day6,” *Journal of Language and Pragmatics Studies* , vol. 1, no. 1, pp. 16–24, Dec. 2022, doi: 10.58881/JLPS.V1I1.3.
- [16] “Visual Semiotics Theory,” *Handbook of Visual Communication*, pp. 249–264, Dec. 2004, doi: 10.4324/9781410611581-26.
- [17] S. Gunalan, Haryono, and M. Y. Putrajip, “Analisis Bahasa Visual dan Semiotika dalam Karya Affandi dari Perspektif Linguistik,” *Journal of Linguistics and Language Teaching*, vol. 1, no. 2, pp. 84–91, Jul. 2025, doi: 10.71094/JOLLT.V1I2.151.
- [18] Xavier Dapena and Joanne Britland, *The Political Imagination in Spanish Graphic Narrative*. Taylor & Francis, 2023.
- [19] P. McManus, “Critical theory and dystopia,” *Critical Theory and Dystopia*, pp. 1–217, Jan. 2022, doi: 10.7765/9781526139740.
- [20] R. Monticelli, R. Baccolini, G. Benvenuti, and C. Elefante, “Transmedia Science Fiction and New Social Humanities,” pp. 229–254, 2024, Accessed: Sep. 06, 2025. [Online]. Available: <https://cris.unibo.it/handle/11585/964582>
- [21] S. Lakra, “UNDERSTANDING THE LANGUAGE OF FILM APPRECIATION,” 2024.
- [22] C. Oh, “K-POP DANCE: Fandoming Yourself on Social Media,” *K-pop Dance: Fandoming Yourself on Social Media*, pp. 1–184, Jan. 2022, doi: 10.4324/9781003212188/POP-DANCE-CHUYUN-OH/RIGHTS-AND-PERMISSIONS.
- [23] Joowon. Suh and E. Sung. Park, *BTS and languages : K-pop transcending language and communication*. Routledge, 2025. Accessed: Sep. 06, 2025. [Online]. Available: <https://www.routledge.com/BTS-and-Languages-K-pop-Transcending-Language-and-Communication/Suh-Park/p/book/9781032625270>
- [24] F. M. Rais and D. Fadillah, “Semiotic Analysis of Roland Barthes on the Lyrics of ‘HOPE’ by XXXTENTACION,” *Jurnal Audiens*, vol. 6, no. 1, pp. 1–10, Jan. 2025, doi: 10.18196/JAS.V6I1.459.
- [25] Y. El and O. Hajji, “Analysis of the global-local-global strategy in K-pop music

- videos," *Treballs Finals de Grau (TFG)* - *Empresa Internacional*, 2021, Accessed: Sep. 07, 2025. [Online]. Available: <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/176497>
- [26] S. K. Doğaner and / Sorumlu, "THE NARRATIONAL ROLE OF LIGHTING DESIGN IN THE LIGHTS OF THE DARK CITY," *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, vol. 15, no. 3, pp. 1136–1161, Jul. 2025, doi: 10.7456/TOJDAC.1674124.
- [27] M. K. L. E and S. Tan, "Semiotic representations of neoliberal dystopia in Black Mirror," *Social Semiotics*, vol. 34, no. 4, p. 615, Sep. 2024, doi: 10.1080/10350330.2023.2166399.