
Analisis Musikal pada Proyek Video Musik “SM Remastered”

EKSPRESI:
Indonesian Art Journal
13(1) 1-7
©Author(s) 2024
journal.isi.ac.id/index.php/ekspresi
DOI: <https://doi.org/10.24821/ekp.v13i1.11851>

Eugenea Gifka Yochanan¹

Abstrak

Dalam era industri musik kontemporer, *remastering* dipahami sebagai upaya mengemas ulang suatu video musik baik dari aspek audio maupun video dengan ide dan kreativitas yang baru. Sehingga video musik tersebut memiliki peningkatan kualitas dan dapat dinikmati oleh pendengar. Proyek *SM Remastered* mengemuka dengan banyaknya video musik dari artis-artis SM Entertainment yang dirilis pada tahun 1990-an hingga 2000-an. Hasil *remastering* dipublikasikan melalui media *platform* Youtube. Beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan SM Remastered mengarah pada bisnis musik. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan struktur musikal video musik antara versi sebelum *remastering* dengan sesudah *remastering*. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data-data berupa studi diskografi, studi literatur, pustaka, dan dokumen yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya kemasan berbeda dari video musik SM Remastered dari segi struktur musikal, yaitu bagian introduksi dan penutup dengan kontras yang menonjol. Pengolahan konsep dan penyuntingan yang mengedepankan kualitas merupakan indikator penentu bagi keberhasilan pemasaran yang dilakukan.

Kata kunci: video musik, *remaster*, *SM Remastered*, K-Pop

Abstract

In the era of the contemporary music industry, remastering is understood as an effort to repackage a music video from both audio and video aspects with new ideas and creativity so that the music video becomes more interesting and can be enjoyed by audiences around the world. The SM Remastered project emerged with many music videos from SM Entertainment artists released in the 1990s to 2000s being made in remastered versions and published via the YouTube platform. Some previous research related to SM Remastered focuses on the music business. This article aims to determine the differences in the musical structure of music videos between the versions before the remaster and after the remaster. The research uses qualitative methods by collecting data in the form of discography studies, literature studies, libraries and descriptive documents. The results of this research show that there is a different packaging for the SM Remastered music video in terms of musical structure, namely the introduction and ending parts with prominent contrast. Conceptualization and editing that emphasize quality are key indicators for successful marketing of works.

Keywords: music video, *remaster*, *SM Remastered*, K-Pop

¹ Program Studi Magister Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Indonesia.
Korespondensi: Jl. Suryodiningratan No. 8, Yogyakarta. Email: egifka@gmail.com

Pendahuluan

Industri musik Korea selatan seakan-akan tidak pernah kehabisan ide untuk memproduksi trend musik yang unik. Bermodalkan kreativitas dan inovasi, agensi hiburan di negeri gingseng berlomba-lomba untuk mempopulerkan bakat musik terbaik. SM Entertainment adalah salah satu agensi yang melahirkan *pop-star* Korea sejak tahun 1996. Sebut saja NCT, SNSD, SHINHWA, dan sebagainya adalah *boyband* dan *girlband* papan atas yang memiliki basis penggemar di seluruh dunia.

Belakangan ini, SM Entertainment memimpin proyek *remastering* video musik legendaris mereka selama 2 dekade terakhir. Secara umum, karya musik yang dirilis tahun 90-an hingga 2000-an masih bisa dinikmati. Ini berbeda dengan video musik dari *boyband* atau *girlband* K-Pop yang beredar secara luas di *platform Youtube* karena kurang memadai dari segi kualitas musik dan resolusi video. Proyek *remastered* tentu perlu menimbang dengan seksama apabila suatu video akan ditayangkan kembali. Pertimbangan tersebut meliputi ide, konsep, peningkatan resolusi video, peningkatan kualitas musik dan sebagainya (Staff, 2021).

Dilansir dari Koreaboo.com (2021), salah satu proyek dari *SM Entertainment* berinisiatif membuat beberapa video musik menjadi versi *remastering* dengan berbagai alasan. Tujuan dari *SM Remastered* selain untuk meningkatkan kualitas video musik juga diharapkan menarik para penggemar di seluruh dunia dan tercatat dalam sejarah K-Pop di masa sekarang.

Beberapa video musik SMTOWN yang telah dirilis beberapa dekade lalu menimbulkan perdebatan di kalangan penggemar. Dilansir dari mixbutton.com (2024), versi *remastering* suatu karya

musik dapat menurunkan kualitas dari lagu orisinalnya, seperti dilakukan pengurangan kebisingan, mengkompres audio, bahkan membuat suara/audio dari salinan lagu tersebut lebih keras oleh *sound engineer* (teknisi suara). Mengapa hal tersebut dapat terjadi? Sebagian besar dari penggemar selain menganggap nuansa dari video musik hasil *remastering* tersebut berbeda dengan versi originalnya bahkan dinilai lebih buruk. Matt Diehl (2016) mengutarakan opini bahwa penggunaan volume audio secara berlebihan dapat menurunkan kualitas dari karya musik itu sendiri tanpa memandang perubahan dinamika sehingga terdengar kuno atau ketinggalan zaman. Begitu pula pada proyek video musik *SM Remastered*, dimana diantara intro dan ending dari lagu Idol K-pop *SM Entertainment* seakan-akan terdengar lebih keras/dominan dari struktur musik lainnya. Hal tersebut mengakibatkan ketidak seimbangan antara lagu dan struktur musikalnya. Sebaliknya pada video musik versi *remastering* dengan kualitas yang tinggi, menghasilkan perubahan resolusi video menjadi 4k serta gradien warnanya semakin terlihat sehingga nuansa musiknya dinilai lebih modern di bagian intro dan endingnya.

SM Remastered termasuk dalam proyek *SM Culture Universe*. Selain *remastering* video musik, produk dalam proyek tersebut juga meliputi konten *re-masterpiece* yaitu lagu dari idol K-Pop yang diaransemen ulang dan dibawakan kembali oleh idol-idol K-Pop yang sedang naik daun seperti lagu 'Candy' dibawakan oleh *Boyband* NCT Dream dan 'Dreams Come True' dibawakan oleh *Girlband* Aespa. *iScream* berisikan beberapa lagu K-Pop *SM Entertainment* dibuat dalam versi EDM sejak tahun 2016. Selain itu ada pula layanan streaming konser idol K-pop

secara daring maupun luring yakni *Beyond Live*.

Riset terdahulu dilaporkan oleh Dikky et. al. (2022) yang mengungkapkan bahwa beberapa konten video musik remastered digunakan sebagai media promosi melalui media sosial instagram. Hal yang sama dikatakan oleh Permatasari (2022) bahwa konten-konten dari SMCU termasuk *SM Remastered* sebagai marketing dari inovasi bisnis merek dagang *SM Entertainment* melalui *Platform* bernama '*Kwangya*'. Berbeda dengan kedua riset sebelumnya, artikel ini menganalisis konten video musik *SM Remastered* dari aspek perubahan struktur musikal sebagai bagian dari kemasan industri musik populer Korea.

Kajian ini hendak menyorot bagaimana strategi SM Entertainment melalui proyek SM Remastered dilakukan sebagai upaya mereproduksi ulang budaya massa dengan konsep penyuntingan dan unsur intramusikal yang baru. Hasil kajian akan mengurai kebaruan yang diproduksi melalui proses remastered sebagaimana indikator penentu yang penulis jabarkan sebelumnya.

Landasan Teori

Remaster merupakan proses pembuatan master untuk album musik, film atau karya lainnya. Kumpulan karya rekaman baik dalam bentuk audio maupun video bertujuan untuk memperbaiki atau memodifikasi agar suatu produk memiliki kualitas yang lebih baik dari sebelumnya (Steward, 2023). Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin maju juga semakin canggih akan produksi pembuatan video musik. Dimulai pada peningkatan resolusi video, digitalisasi audio dari versi analog menjadi digital dengan kualitas lebih tinggi.

Dengan segala ide kreatif dari para seniman, membuat karya-karya versi remaster ini menjadi lebih kreatif dalam bidang produksi. Beberapa proyek musik maupun video musik yang telah dirilis beberapa dekade lalu dapat kita temukan di media *platform* musik digital.

Kajian ini melihat bahwa konten digital dari SM Entertainment merupakan produk budaya massa. Sebagaimana yang didefinisikan oleh Kurniawan (2017) budaya massa merupakan bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat urban maupun kehidupan modern. Adapun budaya massa mendapat kekuatan untuk menjangkau konsumen melalui media massa dalam berbagai bentuk baik berupa surat kabar, majalah, televisi, dan percepatan dunia digital yang didukung oleh internet. Budaya massa mendorong terjadinya homogenisasi. Ada kesepakatan tak tertulis yang didasari simbol-simbol media untuk memberi pengakuan dan kepercayaan mengenai kualitas maupun kebenaran atas hal-hal yang mengemuka di media.

Sebagai produk dari budaya massa, proyek *SM Remastered* merupakan bentuk upaya untuk menjangkau kembali konsumen yang menggemari artis-artis yang diorbitkan oleh SM Entertainment. Ada konsensus pasar yang berbunyi bahwa kualitas proyek video yang baik adalah faktor penting dalam meraih popularitas. Mereka berusaha untuk menjawab tantangan zaman dan tetap relevan dengan melakukan perbaikan kualitas rekaman, berikut pengolahan audio dan visual demi kepuasan para penikmat yang mengkonsumsinya.

Metode dan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang berisikan sumber-sumber berupa studi diskografi, studi pustaka, dan dokumen yang bersifat deskriptif. Maksud dari penelitian ini untuk mengamati serta menganalisa musik latar di bagian intro maupun ending pada proyek video musik *SM Remastered*. Data-data penelitian yang akan dikumpulkan peneliti berupa studi diskografi dengan transkrip narasi musikal pada proyek video musik *SM Remastered* baik yang dirilis beberapa tahun silam maupun dirilis tahun 2021 hingga 2023.

Tahapan-tahapan penelitian yang harus peneliti lakukan berdasarkan teori (Cresswell, 2013) dan (Mills, 2019). Peneliti mengumpulkan sumber-sumber literatur terkait dengan topik musik latar pada proyek *SM Remastered*. Selanjutnya, peneliti melakukan observasi secara daring untuk mengetahui perbedaan struktur musik latar, konsep musik dan interpretasi di dalam proyek video musik *SM Remastered*. Tahap berikutnya peneliti menganalisa data-data video musik idol Korea legendaris asal *SM Entertainment* dengan dua versi yang telah dipaparkan sebelumnya, disertai dengan pembahasan mengenai analisa dan intepretasi data penelitian. Hasil dari penelitian ini, dapat berupa konklusi atas analisa musik latar pada proyek video musik *SM Remastered* secara runtut. Pembahasan akan disajikan dalam bentuk uraian diskusi yang mempertemukan hasil kajian ini dengan kajian terdahulu. Kajian akan menjalin dialog dan menemukan persamaan sebelum tiba di penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis Musik Latar Video Proyek *SM Remastered*

Dari 58 video musik di dalam proyek *SM Remastered*, peneliti menganalisa lima contoh video musik dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan komposisi musikal antara versi sebelum di remaster dengan versi setelah di remaster melalui *platform* Youtube.

Video musik yang pertama berjudul '*Jingle Bell*' merupakan Salah satu lagu dari proyek *SM Remastered* yang diangkat oleh agensi *SM Entertainment*, berisikan lima artis legendaris yakni *H.O.T*, *S.E.S*, *Yoo Young Jin*, *Shinhwa* dan *Fly To The Sky*. Lagu *Jingle Bell* ini diciptakan oleh *James Lord Pierpont* baik secara lirik maupun melodi orisinalnya kemudian diterjemahkan dalam bahasa Korea oleh *Ahn Myung-Won* dan terdapat penambahan lirik lagu beserta bagian rap oleh *Kangta* dan *Yoo Young-Jin* yang juga sebagai penggubah/komposer dan *arranger* dari lagu yang sudah dirilis pada tanggal 15 desember 1999. Menariknya, lagu ini memiliki video musik yang tidak kalah legendaris juga telah *remastering* oleh bagian produksi dan diunggah melalui *platform Youtube*. Peneliti melihat ada perbedaan yang signifikan di musikal pada bagian intro dan ending pada video musik *Jingle Bell* versi *Remaster*.

Pertama di bagian intro pada video musik *Jingle Bell*, pada versi sebelum *Remaster* terdapat instrumenal lagu '*Joy to The World*' dimainkan dalam format orkestra bernuansa sukacita di hari natal. Sedangkan di video musik versi *Remaster* terdapat sebuah lagu instrumenal yang sama-sama bernuansa natal tetapi memiliki perbedaan pada pengambilan nada dasar, tempo dan dinamika yang sedikit kontras dengan versi sebelum *remastering*.

Kedua, di bagian *ending* pada video musik *Jingle Bell* sebelum *remaster*

terdapat lagu instrumental yang nuansanya seperti lagu-lagu pujian umat katolik dimainkan oleh *electone*/organ elektronik dan bagian lagu tersebut bersifat damai. Sedangkan di versi *remaster*, terdapat lagu instrumental yang meriah karena berkaitan dengan tema natal di bulan Desember. Musik dimainkan dalam format orkestra dan berisikan beberapa alat musik gesek, tiup dan perkusi termasuk salah satu alat musik dimana menghasilkan bunyi seperti lonceng yakni *Tubular Bells*.

Video musik yang kedua merupakan salah satu video musik dan lagu yang populer di masanya menarik perhatian peneliti. Terutama pada bagian intro dan efek suara di video musik dari TVXQ. Salah satu lagu dan video musik dirilis pada tahun 2005 telah *diremastering* dan juga diunggah melalui *platform* Youtube pada awal tahun 2023. Lagu yang diciptakan oleh *Yoo Young-Jin* ini memiliki perbedaan komposisi musikal pada intro video musik berjudul '*Rising Sun*' baik dalam versi sebelum remaster maupun versi remaster.

Di versi sebelum *remaster*, terdapat musik latar yang sangat beragam. Dimulai dari efek suara seperti latihan tinju, lonceng gereja katolik, diskotik, suara angin dan ensambel perkusi yang akan membawa musik latar tersebut pada lagu *Rising Sun* seperti yang kita dengar. Sedangkan di versi remaster, sangat terlihat perbedaannya dengan versi sebelum remaster. Dapat didengarkan dan dilihat dari nuansa musik latar dengan komposisi musik yang dinilai kontras akan perbedaan permainan tempo dan dinamika di setiap adegan video musik tersebut.

Sorry-Sorry merupakan salah satu lagu dari *Boyband* terkenal di Korea dan mancanegara termasuk Indonesia. Negara Indonesia sering menjadi tempat konser setiap tahunnya, paling sedikit sekali

bahkan terkadang lebih dari dua kali dalam setahun. Sama dengan video musik lainnya, video musik *Sorry-Sorry* dirilis pada tahun 2009 silam juga dirilis dalam versi remaster di tahun 2022. Peneliti menemukan perbedaan yang signifikan pada bagian intro video musik baik dalam versi sebelum remaster maupun versi remaster.

Di versi sebelum *remaster*, Lagu yang paling populer hingga saat ini memiliki intro musikal yang dimainkan oleh gitar akustik elektrik dan diikuti dengan cuplikan singkat dari lagu *sorry-sorry* sebelum lagu tersebut dimainkan secara penuh. Konsep musikal ini seperti musik timur tengah dan nuansanya begitu artistik. Berbeda dengan versi *remaster*, intro musikal tersebut berisikan komposisi musik baru bergenre RnB, lebih bersifat kekinian, sederhana juga minimalis. Selain itu, peneliti juga menemukan perbedaan tempo yang sangat kontras di antara kedua versi tersebut.

Into The New World merupakan salah satu lagu debut dari salah satu *Girlband* populer dan legendaris di Korea yakni Girls' Generation/SNSD. Disamping komposisi dari lagu yang dirilis tahun 2007 dinilai sebagai lagu terbaik hingga saat ini juga makna lirik lagu tersebut sangat berhubungan dengan kehidupan kita. Namun, peneliti menemukan perbedaan secara jelas dari komposisi musikal pada video musik baik versi sebelum remaster maupun versi remaster yang dirilis pada tahun 2022.

Di versi sebelum *remaster*, lagu yang sering dibawakan di acara musik Korea dan di ajang pencarian bakat Korea memiliki komposisi musikal yang memiliki efek suara yang setara dengan skoring film pada umumnya. Hanya diiringi oleh beberapa alat musik gesek sudah bisa mewakili konsep musik latar tersebut. Sedangkan di versi *Remaster*, yang menjadi pembeda dari intro musikal ini

adalah, adanya komposisi musik baru beserta penambahan efek spesial dari komposisi musik tersebut dinilai minimalis namun memberikan kesan mewah di pemutaran intro musikalnya.

Salah satu lagu legendaris dari grup duo Fly To The Sky ini juga memiliki video musik yang diremaster pada tahun 2022. Konsep dari musikal pada video musik berjudul *'Missing You'* ini dinilai minimalis.

Di versi sebelum *remaster*, hanya terdapat suara kicauan burung, dan suasana di video musik tersebut digambarkan menghabiskan waktu kegiatan di sore hari. Berbeda dengan versi *remaster*, terdapat komposisi musik instrumental yang dimainkan oleh ensambel gitar, memberikan suasana santai ditemani dengan suara kicauan burung yang sangat merdu.

Pembahasan

Kecanggihan teknologi hari ini menawarkan kemudahan dalam mengakses begitu banyak produk media massa. Tidak adanya proses seleksi dan kurasi menyebabkan kebebasan tiada batas bagi produk budaya massa untuk masuk ke ruang-ruang yang dijamah oleh masyarakat industri sebagai konsumennya. Peneliti mencoba menghadirkan dialog antara gagasan soal budaya massa dengan perspektif analitis yang dituangkan melalui kajian pada aspek musikal. Tidak dapat dipungkiri bahwa pandangan bahwa musik merupakan alat pembebasan belum berlaku sebagaimana yang dicita-citakan oleh Adorno (2020). Meski begitu budaya massa yang mewujud lewat kehadiran SM Entertainment adalah produk kapitalistis yang patut dikaji dari wilayah analitik dan sistematis musik seni.

Penulis merelasikan visual dan musik yang berlaku selayaknya bahasa. Keduanya saling memberi arti dan

mendukung pemaknaan. Serupa dengan kajian ini, Swara (2022) melihat bahwa musik sebagai bahasa menciptakan aksentuasi suasana melalui dimensi linguistik yang dilibatkan dalam proses pembacaannya. Visual yang dialihwanakan dan diterjemahkan melalui medium bunyi musik maupun sebaliknya merupakan gagasan programatik yang juga pernah berlaku dalam bentuk lain. Penamaan judul, penulisan lirik, dan visualisasi melalui tayangan adalah bentuk penggambaran alternatif atas narasi maupun cerita yang dihadirkan. Sebagaimana SM Remastered yang hendak bertutur melalui pengalaman visual dan auditif yang diintegrasikan lewat konten video musiknya.

Bergerak ke persoalan industri dan digitalisasi, penulis mengutip kajian Dewatara & Agustin (2019) yang menyorot fenomena pemasaran musik di era digitalisasi pada industri 4.0. Kajiannya mencatat bahwa ada pergeseran cara dan proses yang dilakukan oleh para pelaku industri musik. Alhasil penikmat musik dapat menikmati konten dengan kualitas yang terbilang sangat baik, resmi dan dengan biaya yang relatif terjangkau. Pemasaran juga turut berdampak dan menantang para pelaku untuk mendistribusikan dan menyampaikan hasil karya musik melalui media-media baru demi menjangkau target audiens. Pemanfaatan teknologi juga menjadi langkah konkrit bagi SM Remastered dalam merespons digitalisasi. Penulis melihat bahwa sebagai bagian dari industri yang kian bergerak pesat, pihak produksi SM Entertainment menjadi salah satu pelaku industri yang dengan cermat memanfaatkan celah di tengah gempuran kemajuan era digital. Perbaikan kualitas konten berlaku sebagai strategi pemasaran musik maupun bentuk respons terhadap pergerakan industri musik yang memasuki zona kematangan berkat

ketersediaan perangkat lunak, perangkat produksi, dan sumber daya manusia yang melekat dengan teknologi.

Simpulan

Kebaruan yang diproduksi SM Entertainment diperlihatkan melalui pengalaman auditif dan visual. Selaku produk budaya massa, SM Entertainment mengupayakan strategi yang ampuh untuk meraih hati konsumen. Mereproduksi ulang adalah langkah yang dikerjakan sekaligus bentuk respons atas era digitalisasi yang kian pesat. Pengolahan konsep dan penyuntingan yang mengedepankan kualitas merupakan indikator penentu bagi keberhasilan pemasaran yang dilakukan. Pembacaan penulis terhadap unsur intramusikal menemukan bahwa proses produksi mengupayakan kualitas suara yang maksimal, sekaligus melakukan penambahan komponen musikal sebagai bagian dari bentuk reproduksi.

Kaitan dengan industri, beberapa idol K-Pop legendaris yang masih aktif di dunia hiburan memperkenalkan karya-karya musik terdahulu sekaligus mempromosikannya ke pendengar baru melalui media sosial dan media *platform* musik seperti Spotify, Youtube dan Apple Music. Tahapan-tahapan inilah membuat para seniman harus memiliki strategi secara efektif dan efisien. Tidak lain dan tidak bukan yakni penggunaan media daring dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat di berbagai kalangan. Manfaat dari media daring ini untuk membantu memudahkan dalam segala aktifitas pemasaran, komunikasi dan sebagainya.

Daftar Pustaka

- Adorno, T. W. (2020). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Routledge.
- Cresswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among*

Five Approaches (3rd ed.). SAGE Publication, Inc.

- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). PEMASARAN MUSIK PADA ERA DIGITAL DIGITALISASI INDUSTRI MUSIK DALAM INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.729>
- Diehl, M. (2016). *Behind the Hype of Remastering Old Albums*. Popularmechanics.Con.
- Dikky, S. R. A. H., Andung, P. A., & Pietriani, I. G. A. R. (2022). Digital Marketing SM Entertainment Melalui SM Culture Universe Project. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 4(2), 37–45.
- Koreaboo. (2021). *SM Entertainment Is Giving K-Pop Fans A Chance To Learn More About K-Pop's Rich History Through A "Remastering Project."* Koreaboo.Com.
- Kurniawan, A. (2017). *Media dan Budaya Populer*. Jakarta: Prenada Media.
- Mills, G. E. . L. R. G. (2019). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*. Pearson.
- Permatasari, S. S. (2022). *A Study on The Business Model's Innovation of SM's Metaverse Brand, "Kwangya" Platform*.
- Staff, A. (2021). *300 SM Entertainment songs and music videos will be remastered through the "SM Remastering Project."* Allkpop.Com.
- Steward, I. (2023). *What Is Remastering? How to Remaster an Old Recording*. Izotope.Com.
- Swara, L. P. (2022). Memaknai Ungkapan Musik Melalui Dimensi Linguistik. *EKSPRESI*, 11(1).
- What does it mean when music is remastered?* (2024). Mixbutton.Com.