

Media Consumption in Pandemic-Era Germany: A Critical Analysis of Rammstein's "Angst" Music Video = Konsumsi Media di Jerman Era Pandemi: Analisis Kritis Video Musik "Angst" oleh Rammstein

Calistha Azalia Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549262&lokasi=lokal>

Abstrak

Video musik adalah saluran bagi para musisi untuk merepresentasikan lagu-lagu mereka kepada khalayak luas secara visual. Rammstein, s band Neue Deutsche Härte dari Jerman, terkenal karena menggunakan video musik yang megah untuk menyampaikan pesan dalam lagu-lagunya kepada publik, "Angst" adalah salah satu dari beberapa lagu yang baru-baru ini dirilis. Penelitian ini membahas tanda-tanda semiotik yang menyinggung konsumsi media yang ditemukan dalam video musik "Angst" karya Rammstein dengan menggunakan mise-en-scène. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana teknik semiotika dapat merepresentasikan ide dalam media populer Jerman, khususnya video musik. Temuan dari penelitian ini dapat membantu lebih memahami peran teknik semiotika dalam menyampaikan makna yang ditemukan dalam media visual dan memberikan wawasan tentang bagaimana konsumsi media direpresentasikan dan diproblematikan.Music videos are channels for musicians to represent their songs to a large audience visually. Rammstein, a German Neue Deutsche Härte band, is notorious for using grandiose music videos to convey messages in its songs to the public, "Angst" being one of its more recent releases. This research discusses semiotic signs that allude to media consumption found in Rammstein's "Angst" music video using mise-en-scène. This research aims to show how semiotic techniques can represent ideas within German popular media, specifically music videos. Findings from this research can help better understand the role of semiotic techniques in conveying meanings found in visual media and provide insights into how media consumption is represented and problematized.