

SKRIPSI

**ANALISIS RESEPSI LIRIK LAGU “33x” DARI PERUNGGU
(STUDI KASUS PADA BASIS PENGGEMAR *MERUNGGU*)**

OLEH :

MUHAMMAD SALIM ANHAR

E021191042



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

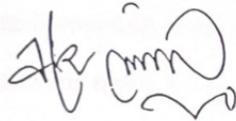
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Analisis Resepsi Lirik Lagu "33x" Dari Perunggu
(Studi Kasus Pada Basis Penggemar *MERUNGGU*)
Nama Mahasiswa : Muhammad Salim Anhar
Nomor Pokok : E021191042

Makassar, November 2023

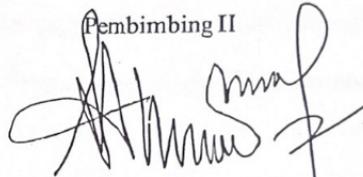
Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Arianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197307302003121002

Pembimbing II



Dr. St. Murniati Muhtar, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 196610132000032001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Salim Anhar
NIM : E021191042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

**Analisis Resepsi Lirik Lagu 33x Dari Perunggu
(Studi Kasus Pada Basis Penggemar Merunggu)**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Januari 2024

Yang menyatakan,


Salim Anhar

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayahnya-lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Analisis Resepsi Lirik Lagu “33x” Dari Perunggu (Studi Kasus Pada Basis Penggemar Merunggu)”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kendala dan tidak akan berjalan tanpa adanya pengorbanan, dukungan, maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, *Idham Hayat S.H* dan *Suryawati Ningsih Daiman S.Pd., M.Pd.* Terima kasih atas segala-galanya. Jikalau bukan karena doa, dukungan, serta jerih payah keduanya, penulis yakin bahwa penulis tidak bisa berada pada posisi sekarang. Segala bentuk doa dan harapan-harapan kecil penulis pasti dikabulkan Allah melalui mereka. Terima kasih, abah-ummi! Akhirnya sadam berhasil menuntaskan kewajiban sadam di Makassar ini.
2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi dan Bapak Nosakros Arya, S.Sos.,M.I.Kom. selalu Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi serta dosen pengajar dan staff Departemen Ilmu Komunikasi atas segala petunjuk dan bimbingannya.

3. Bapak Dr. Arianto S.Sos, M.Si selaku pembimbing pertama dan Ibu Dr. Sitti Murniati Muhtar S.Sos M.I.Kom selaku pembimbing kedua atas segala waktu dan kesabarannya dalam membimbing penulis sehingga penulis bisa melalui semua ini.
4. Bapak Nosakros Arya, S.Sos, M.I.Kom. dan Rahmatul Furqan S.I.Kom, MGMC selaku tim penguji atas waktu, masukan dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
5. Ketujuh informan penulis, Kak Artorius, Kak Nabila, Kak Ardimas, Kak Safrina, Kak Andini, Kak Dina, dan Kak Siti. yang sudah bersedia meluangkan waktu, membagikan informasi untuk membantu menyelesaikan penelitian ini.
6. Perunggu. Lagu-lagu kalian —Memorandum dan Pendar— menjadi sumber penyemangat dan ‘obat’ penulis ketika menyelesaikan apa-apa yang telah penulis mulai. “Perunggu juga a?” untuk semua manusia di bumi ini.
7. Semua saudara-saudari penulis, Kak Indra, Kak Ima, Kak Ari, Kak Preschian, Kak Monic, Kupu, dan anggota terbaru kami; Musa. Berkat mereka semualah penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan dan kebahagiaan akan selalu menyertai kita semua sekeluarga. Terkhusus untuk Musa, si bocil emoticon yang menggemaskan, terima kasih yang penulis ingin berikan kepadanya sangat besar, terima kasih karena sudah menambah kebahagiaan kepada keluarga ini, salam rawr metal kecil dan *bombastic side eyes!*

8. Teman-teman semasa kuliah penulis, Faishal, Dhila, Rifqi, Tori, Owen, Citra, Wildan, Nole, Rania, Didi, Rafly, Nocha, Dina, Wawan, Sein, Adit, Aziz, Pitto, Rey, Faiq, Ucup Smile, dan semua lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu. Intinya terima kasih karena telah cukup mewarnai hidup penulis semasa perkuliahaan dan perantauan.
9. Seluruh Pengurus Kosmik periode kepengurusan Kaisar Agus Rafiul Anwar. Terima kasih telah memberikan pembelajaran keorganisasian dan ilmu lainnya yang sangat berguna untuk penulis hingga saat ini. Sehat dan bahagia selalu.
10. Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik), Lembaga tempat penulis menerima ilmu dan mengembangkan ketertarikan pada dunia fotografi penulis. Terima kasih telah menjadi 'rumah' yang cukup menyenangkan. Tetaplah tumbuh.
11. Teman-teman rumah; Raka, Adam, Kaka, Ojo, Lana. Teman SD yang masih saling bertukar sapa; Ayu, Imam, Biyu. Teman SMA: Bilal, Luthfi, Daud, Reza, Farraz, Rayhan, Imam, Beryl, Aar, dan lainnya yang lagi-lagi tidak bisa penulis sebut satu persatu. Semoga sehat dan Bahagia selalu menyertai.
12. Hibernasi beserta orang di dalamnya; Mario, Irgi, Ae, Tarisa, Fira, Bill, Rifyal, Dimas, Alep, Fico, Lippo. Terima kasih sudah menjadi tempat bertumbuh yang seru dan menyenangkan. Semoga berkarya lebih niat dan program-program baru diadakan. Semangat bareng-bareng bray supaya gak 'mati'.

13. Teman rahasia penulis. Terima kasih karena selalu menjadi pendengar yang baik, tempat pelampiasan emosi yang gak jelas, perasaan abu-abu penulis, dan segala bentuk kekecewaan juga rasa bahagia penulis kepada dunia. Setrongin terus bray!

14. Terakhir, untuk penulis sendiri. Terima kasih sudah menyelesaikan kewajiban yang diamanahkan. Semoga masa depan menyambutmu dengan baik.

Akhir kata, penulis ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan, yang tidak dapat dituliskan satu persatu. Semoga segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlimpah. Penulis menyadari hasil penelitian ini tentu saja jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti dengan senang hati menerima kritik dan saran yang dapat membangun. Terima kasih

Makassar, Januari 2024

Muhammad Salim Anhar

ABSTRAK

MUHAMMAD SALIM ANHAR. Analisis Resepsi terhadap Lirik Lagu '33x' oleh PERUNGGU (Studi Kasus pada Basis Penggemar Perunggu). (Dibimbing oleh Dr. Arianto, S.Sos., M.Si dan Dr. Sitti Murniati Muhtar S.Sos., M.I.Kom)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana basis penggemar Merunggu menangkap dan menginterpretasikan pesan yang disampaikan dalam lagu '33x' oleh Perunggu? (2) Apa faktor pendukung yang mempengaruhi basis penggemar Merunggu dalam resepsi terhadap lagu '33x' oleh Perunggu. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis resepsi. Data yang diperoleh dari wawancara akan dikategorikan berdasarkan jenis-jenis dekoding berikut: a) Posisi Hegemonik-Dominan. b) Posisi Negosiasi. c) Posisi Oposisional. Hasil wawancara akan dianalisis dan digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan penelitian ini.

Hasil penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan resepsi basis penggemar Merunggu terhadap isi pesan lagu '33x' oleh Perunggu dan mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang mempengaruhi resepsi basis penggemar Merunggu terhadap lagu '33x' oleh Perunggu. Analisis resepsi Stuart Hall mengklasifikasikan resepsi ke dalam tiga model: posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisional. Posisi dominan sejalan dengan pesan lirik, posisi negosiasi sejalan tetapi dengan pemahaman pribadi, dan posisi oposisional menentang pesan lirik. Beberapa faktor memengaruhi resepsi informan terhadap lirik lagu, termasuk faktor budaya, pengalaman pribadi, pendekatan musik yang digunakan, dan faktor agama. Melalui kedua poin ini, diharapkan dapat memberikan data berharga untuk penelitian serupa dan menjelaskan bagaimana Perunggu dapat memahami bagaimana basis penggemarnya menerima pesan dalam lirik lagunya.

Kata kunci: Resepsi, Lagu, Lirik, Perunggu, Merunggu, Basis Penggemar

ABSTRACT

MUHAMMAD SALIM ANHAR. *Reception Analysis Of The Lyrics '33x' By PERUNGGU (A Case Study On The Perunggu Fan Base). (Supervised by Dr. Arianto, S.Sos., M.Si and Dr. Sitti Murniati Muhtar S.Sos., M.I.Kom)*

This study aims to find out (1) How does the Merunggu fan base perceive and interpret the messages conveyed in the song '33x' by Perunggu?. (2) What are the supporting factors influencing the Merunggu fan base in their reception of the song '33x' by Perunggu. In this research, data analysis is conducted utilizing the reception analysis method. Data obtained from interviews will be categorized based on the following decoding types: a) Hegemonic-Dominant Position. b) Negotiated Position. c) Oppositional Position. The interview results will be analyzed and employed as the foundation to draw final conclusions in this study.

The results of the study is describe the reception of the Merunggu fan base regarding the message content of the song '33x' by Perunggu and identify the supporting factors influencing the Merunggu fan base in their reception of the song '33x' by Perunggu. Stuart Hall's reception analysis classifies reception into three models: dominant position, negotiated position, and oppositional position. The dominant position aligns with the lyrical message, the negotiated position aligns but with a personal understanding, and the oppositional position opposes the lyrical message. Several factors influence informants' reception of the song lyrics, including cultural factors, personal experiences, the musical approach used, and religious factors. Through these two points, it is hoped to provide valuable data for similar research and to illustrate how Perunggu can understand how their fan base receives the messages in their song lyrics.

Keywords: Reception, Song, Lyrics, Perunggu, Merunggu, Fan Base,

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kerangka Konseptual	10
E. Defenisi Konseptual	14
F. Metode Penelitian	15
BAB II TUNJAUAN PUSTAKA	17
A. Komunikasi Massa	17
B. Musik	21
C. Teori Analisis Resepsi.....	25
D. Teori Message Design Logic	31
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	35
A. Mengenal Perunggu	35
B. Album Memorandum	37
C. 33x.....	44
D. Merunggu	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Insight Lagu 33x Perunggu di Spotify	6
Gambar 2.1 Model Teori Analisis Resepsi Stuart Hall.....	26
Gambar 2.2 Model <i>Encoding & Decoding</i>	28
Gambar 3.1 Personel Grup Musik Perunggu	36
Gambar 3.2 Tarung Bebas di Youtube.....	38
Gambar 3.3 Canggih di Youtube	39
Gambar 3.4 Pastikan Riuhi Akhiri Malammu di Youtube.....	39
Gambar 3.5 Membelah Belantara di Youtube.....	40
Gambar 3.6 Haru Paling Biru di Youtube.....	40
Gambar 3.7 Ini Abadi di Youtube.....	41
Gambar 3.8 Biang Lara di Youtube	41
Gambar 3.9 Per Hari Ini di Youtube.....	42
Gambar 3.10 Kalibata, 2012 di Youtube	42
Gambar 3.11 Prematur di Youtube	43
Gambar 3.12 33x di Youtube	43
Gambar 3.13 Media Sosial Merunggu	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kerangka Konseptual.....	13
Tabel 4.1	Daftar Informan	49
Tabel 4.2	Frasa Menarik dan Pesan Lirik Lagu ‘33x’	56
Tabel 4.3	Emosi Ketika Mendengarkan ‘Lagu 33x’	61
Tabel 4.4	Relevansi Lirik Lagu ‘33x’ dengan Pengalaman Pribadi	65
Tabel 4.5	Relevansi Lirik Lagu ‘33x’ dengan Budaya Sosial dan Agama	68
Tabel 4.6	Pendekatan Musik Pada Lagu ‘33x’	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah (1) ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan; (2) nada atau suara yang disusun demikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu). Asal-usul kata "musik" dapat ditelusuri dari sebutan untuk dewi-dewi dalam mitologi Yunani Kuno, yang dikenal sebagai *Muse*. Para *Muse* bertanggung jawab atas kemajuan dalam seni dan ilmu pengetahuan. Musik dapat didefinisikan sebagai seni mengatur dan menggabungkan sekumpulan nada-nada menjadi suatu suara yang memiliki makna (Raja, 2021)

Sekumpulan nada-nada yang menjadi cikal bakal sebuah musik berasal dari beberapa alat yang dapat menghasilkan bebunyian. Musik menjadi sebuah kesatuan dari beberapa unsur pokok yang hadir di dalamnya. Musik dapat didefinisikan sebagai sebuah karya seni yang berupa suara dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pemikiran dan perasaan dari penciptanya melalui unsur-unsur utama musik seperti irama, melodi, harmoni, serta bentuk atau struktur lagu (Jamalus, 1988).

Dalam buku "The Enjoyment of Music" unsur-unsur musik meliputi ritme, melodi, harmoni, dinamika, tekstur, bentuk, dan warna suara. Ritme berkaitan dengan pola irama dan durasi suara, sementara melodi merupakan susunan bunyi

secara horizontal yang membentuk garis melodi. Harmoni melibatkan kombinasi suara secara vertikal, sedangkan dinamika menentukan tingkat keras atau lembutnya suara. Tekstur merujuk pada bagaimana cara suara-suaranya disusun dalam hubungannya satu sama lain, dan bentuk mengacu pada struktur keseluruhan komposisi musik. Terakhir, warna suara menggambarkan karakteristik kualitas suara yang unik. Keseluruhan unsur-unsur ini bekerja bersama-sama untuk membentuk pengalaman musik yang kaya dan mendalam (Machlis, J., dan Forney, K. 2011).

Bukan hanya itu, adapun lirik lagu juga menjadi salah satu unsur pembangun dalam musik. Dalam konteks lagu atau musik, lirik dapat dianggap sebagai elemen yang berperan dalam membangun karya tersebut, dan secara konseptual, lirik dapat diklasifikasikan sebagai puisi dalam konteks karya sastra. Lirik memiliki dua pengertian, yaitu sebagai karya sastra (puisi) yang mengungkapkan perasaan pribadi, dan sebagai susunan dalam sebuah nyanyian (Moeliono, 2003). Dalam menggunakan lirik, seorang penyair atau pencipta lagu harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengolah kata-kata. Lirik lagu memiliki makna sebagai kombinasi suara yang berirama. Lagu sendiri merupakan hasil dari gabungan seni suara dan seni bahasa, dengan melibatkan unsur melodi dan warna suara dari penyanyinya. Lirik memberikan dimensi ekspresif dan naratif dalam menyampaikan pesan, emosi, dan cerita yang seseorang alami kepada pendengar.

Lagu dapat dipandang sebagai refleksi atau cerminan pengalaman manusia, yang terkait dengan konteks waktu dan peristiwa tertentu. Sebagai contoh, pada zaman Yunani kuno, musik digunakan sebagai sarana untuk

menyampaikan pesan-pesan ritual dalam penghormatan kepada sang pencipta serta menggambarkan tatanan harmoni yang mengatur alam semesta. Dalam konteks tersebut, lagu memiliki makna sebagai media komunikasi dan sebagai sarana untuk menceritakan hal-hal yang terkait dengan kehidupan manusia.

Lagu sebagai media komunikasi melibatkan penyampaian pesan dari penulis lagu kepada pendengar melalui saluran media tertentu. Sebagaimana konsep komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yang mencangkup "siapa yang berbicara", "apa yang dikatakan", "melalui saluran apa", "kepada siapa", dan "dengan efek apa" (Griffin, 2018). Dengan menggunakan pemikiran dan karya kreatif, manusia dapat mengkomunikasikan berbagai pemikiran kepada audiens dalam bentuk gagasan, ide, atau opini yang dapat dipahami dengan mudah. Saat karya musik diciptakan dan didengarkan, terjadi pertukaran gagasan, ide, dan opini antara pengarang dan pendengar. Pengarang menggunakan nada dan lirik untuk menyampaikan isi pikiran mereka agar pendengar dapat memahami pesan yang terkandung di dalamnya. Dalam proses pertukaran gagasan, ide, dan opini tersebut, komunikasi terjadi melalui simbol musik seperti nada, dan lirik yang berupa teks dalam sebuah lagu.

Sebuah pesan yang disebarkan secara masif terhadap khalayak besar dapat disebut sebagai komunikasi massa. Lagu merupakan salah satu bentuk pesan yang disampaikan oleh musisi dan didistribusikan secara luas kepada khalayak besar. Lagu memiliki berbagai fungsi, termasuk sebagai hiburan dan sumber motivasi bagi individu. Fungsi-fungsi komunikasi massa meliputi penyampaian informasi, sosialisasi, motivasi, topik diskusi, pendidikan, pengembangan budaya, hiburan, dan memperkuat integritas (Canggara, 2011). Oleh karena itu, pesan yang

disampaikan oleh musisi melalui lagu dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk komunikasi massa.

Lagu memiliki bentuk atau karakter yang serupa dengan komunikasi massa. Dalam lagu, komunikasi terjadi secara satu arah, dimana pesan disampaikan dari musisi kepada pendengar. Dalam hal ini, musisi juga melibatkan banyak pihak dalam satu lembaga, mulai dari proses produksi hingga distribusi lagu tersebut. Setelah lagu didistribusikan, musisi tidak lagi mengenal individu-individu sebagai pendengar, karena pendengar dapat berasal dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. Fungsi komunikasi massa sebagai sarana persuasi juga memiliki keterkaitan erat dengan fungsi lagu. Persuasi dalam lagu dapat berupa pengukuhan atau bahkan mengubah sikap dan nilai-nilai seseorang. Sebagai contoh, dalam lagu dengan tema refleksi diri, tujuan penciptaan lagu tersebut adalah untuk menggambarkan dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya mengintrospeksi diri terhadap kejadian yang telah dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Analisis resepsi sendiri adalah sebuah pendekatan baru dalam penelitian yang meneliti terkait khalayak media, bagaimana memaknai pesan yang diterima dari sebuah media. Awal kemunculan penelitian ini dengan adanya asumsi bahwa makna yang terdapat pada media massa bukan hanya ada pada teks. Teks pada media massa akan memperoleh makna pada saat audiens melakukan penerimaan. Analisis resepsi memiliki fokus pada bagaimana khalayak yang berbeda memaknai isi pesan dari media dikarenakan pesan media selalu memiliki banyak makna yang diinterpretasikan, dalam proses pemaknaan khalayak akan mendefinisikan informasi yang diterima menurut sudut pandangnya. (Toni &

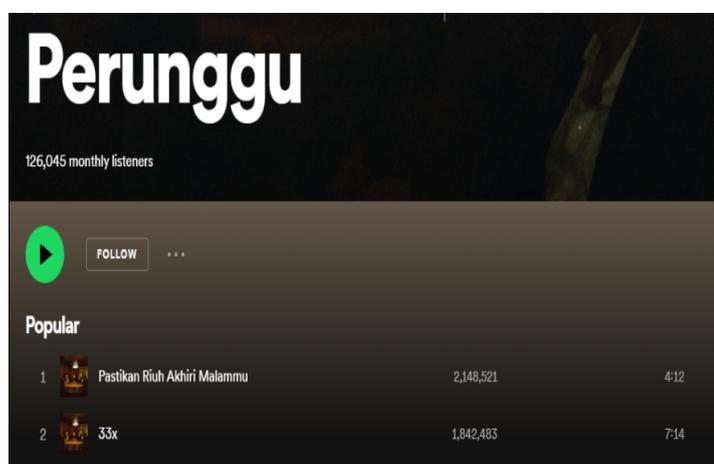
Fajariko, 2017.)

Melalui pemaknaan pesan, masyarakat bisa mendapatkan informasi bahkan bisa memberikan pengaruh tertentu bagi kehidupan. Memaknai sebuah pesan tergantung dari ciri-ciri struktural sebuah pesan tersebut dan proses interpretasi yang ada pada khalayak sebagai komunikan. Dalam konteks komunikasi, proses konsumsi lagu dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi karena pesan-pesan yang terkandung dalam lagu disampaikan melalui elemen-elemen lagu itu sendiri, yaitu musik dan teks atau lirik. Proses mendengarkan lagu melibatkan audiens dalam menerima dan memahami pesan yang terkandung dalam musik dan liriknya. Dengan demikian, lagu dapat dipandang sebagai medium komunikasi yang mengirimkan pesan-pesan kepada pendengar melalui kombinasi musik dan teks-liriknya.

Salah satu lagu dari band rock Indonesia yakni Perunggu, cukup memiliki makna dalam karyanya. Lagu Perunggu yang berjudul “33x” belakangan ini menjadi lagu yang cukup banyak menarik perhatian masyarakat dalam kancah permusikkan Indonesia. Perunggu merupakan grup musik rock pulang kantor asal Indonesia yang terbentuk pada tahun 2019 dengan tiga anggota grup yakni Adam Adenan (Bass, Piano, & Keyboard), Ildo Hasman (Drum), dan Maul Ibrahim (Vokal & Gitar). Mereka membentuk Perunggu sebagai upaya melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari, terutama pada pekerjaan masing-masing sebagai eksekutif di perusahaan-perusahaan yang berbasis di Jakarta. Pada awal karirnya, Perunggu telah merilis EP (Extended Play) dengan tajuk “Pendar” di tahun 2020.

Album perdana mereka bertajuk “Memorandum” ini rilis pada 11 Maret

2022 oleh Podium Records, berisikan sebelas trek lagu yang menjadi catatan realitas serta harapan kehidupan pekerja kota dari pengalaman ketiganya. “Memorandum” dibuka dengan trek berjudul “Tarung Bebas” dan “33x” menjadi bagian penutup dari keseluruhan rangkaian trek “Memorandum” ini. Lagu “33x” ini merupakan lagu yang ditulis oleh Maul Ibrahim sebagai perefleksian diri dari pengalaman hidupnya ketika berada di umur dua puluh sembilan tahun. Bagaimana penulis merenungkan pengalaman hidupnya melalui lirik lagu “33x” dapat membuka wawasan tentang bagaimana manusia mengelola emosinya, caranya meresapi pengalaman masa lalu, dan bagaimana penulis tumbuh dari pengalaman tersebut. Topik perefleksian diri dalam lirik lagu sangat pribadi, dan ini dapat membuat pendengar merasa terhubung dengan penulisnya. Hal ini menciptakan peluang untuk mengkaji bagaimana musik dan lirik lagu dapat menggerakkan perasaan individu dan menghasilkan pengalaman emosional yang dalam. Dengan berbagai macam latar belakang, budaya, dan pengalaman masyarakat menjalani kehidupan, pengkajian resepsi lirik lagu “33x” dapat memiliki diversitas perspektif pada masing-masing individunya. Data dari Spotify.id menunjukkan bahwa lagu “33x” telah diputar sebanyak 1,842,483-kali dari semenjak perilisannya hingga Juli 2023 ini.



Gambar 1.1 Insight Lagu 33x Perunggu di Spotify

Perunggu memiliki basis penggemar yang menamai diri mereka sebagai Merunggu. Merunggu terbentuk pada tahun yang sama, bersamaan dengan terbentuknya album “Memorandum” ini yakni tahun 2022. Merunggu terbentuk sebagai sarana penyampaian informasi terkait Perunggu itu sendiri, mulai dari penyampaian jadwal panggungan Perunggu, *merchandise*, rilisan fisik, hingga pencarian teman konser menjadi alasan awal terbentuknya basis penggemar Merunggu ini. Merunggu menjadi suatu bentuk titik pertemuan, dimana para pendengar lagu Perunggu ini dipertemukan satu dengan yang lainnya.

Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana basis penggemar Merunggu memaknai lagu “33x” dari Perunggu ini yang merupakan catatan personal penulis lagu sebagai pengingat untuk penulis lagu itu sendiri. Lirik lagu ‘33x’ memiliki bagian yang menarik untuk diteliti penerimaan pesannya oleh basis penggemar Merunggu, seperti pada bait Outro yang bunyinya “*Terus berenang, Lanjutlah Mendaki*”. Pada bagian ini penggalan lirik tersebut diulang sebanyak empat kali yang menandakan bahwa adanya penekanan pesan yang ingin disampaikan oleh penulis lagu terhadap pendengarnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji persepsi pendengar terhadap lirik lagu "Rehat" karya Kunto Aji dan "Ruang Sendiri" karya Tulus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendengar yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda memberikan pemaknaan yang beragam terhadap lagu tersebut. Perbedaan dalam pemaknaan ini dipengaruhi oleh keragaman latar belakang pendengar. Namun, penting untuk dicatat bahwa latar belakang tersebut tidak

secara langsung mempengaruhi pemaknaan individu karena terdapat aspek lain yang kompleks seperti pengalaman terkait isu kesehatan mental, preferensi musik, dan akses media sosial yang juga mempengaruhi proses pemaknaan individu (Prastiti, 2021).

Selain itu, penelitian sebelumnya juga telah mencoba mengkaji persepsi pendengar terhadap lirik lagu "Ruang Sendiri" karya Tulus. Hasil penelitian menunjukkan adanya dominasi pesan yang disampaikan dalam lagu tersebut dan pesan ini dianggap ideal dalam komunikasi transparan, di mana setiap individu bertindak sesuai dengan apa yang dirasakan mendominasi untuk memiliki kekuatan lebih pada kode lainnya (Sihombing, 2017). Dengan demikian, penelitian sebelumnya telah menggambarkan variasi pemaknaan yang terjadi di antara pendengar dalam menginterpretasikan lirik lagu, yang dipengaruhi oleh latar belakang individu dan faktor lain yang kompleks. Penelitian ini membantu memahami keragaman persepsi pendengar dan pentingnya konteks dalam memahami pesan-pesan yang terkandung dalam lirik lagu.

Perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini mencoba mencari tahu bagaimana pesan dalam lirik lagu "33x" dapat dimaknai oleh basis penggemar Merunggu. Sedangkan penelitian sebelumnya meneliti subjek berbeda yang pastinya memiliki pemaknaan yang berbeda pada liriknya. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memiliki ketertarikan dalam mengkaji lebih dalam terkait bagaimana basis penggemar Merunggu dapat memaknai pesan yang berada pada sebuah lagu dan menjadikan "Analisis Resepsi Lirik Lagu 33x dari Perunggu (Studi Kasus Pada Basis Penggemar Merunggu)" sebagai judul penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan sebelumnya, terdapat rumusan masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana resepsi basis penggemar Merunggu dalam memaknai pesan pada lagu 33x dari Perunggu?
2. Apa saja faktor pendukung yang mempengaruhi basis penggemar Merunggu dalam meresepsi lagu 33x dari Perunggu?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah peneliti paparkan sebelumnya, tujuan dan manfaat pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mendeksripsikan resepsi basis penggemar Merunggu terhadap isi pesan dari lagu 33x oleh Perunggu.
 - b. Untuk mengetahui factor pendukung yang mempengaruhi basis penggemar Merunggu dalam meresepsi lagu 33x dari Perunggu.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Dalam perspektif teoritis, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan teori di bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber bacaan bagi penelitian serupa, terutama dalam Analisis Resepsi yang bertujuan untuk memahami pemaknaan pesan oleh khalayak dari sebuah lagu dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi kehidupan khalayak tersebut. Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan pemahaman kita tentang

bagaimana komunikasi melalui lagu dapat mempengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan khalayak yang mendengarnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah yang berharga dalam memperkaya pemahaman kita tentang komunikasi melalui medium lagu.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini menjadi penelitian yang berguna dan dapat menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan analisis resepsi pada sebuah lagu. Pula penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual

1. Musik Sebagai Media Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan memberikan dampak atau efek sesuai yang diinginkan oleh komunikator. Proses komunikasi ini melibatkan unsur "who" (siapa), "says what" (mengatakan apa), "in which channel" (melalui saluran apa), "to whom" (kepada siapa), dan "with what effect" (dengan efek apa).

Konteks ini, manusia dapat menggunakan pemikiran dan kreativitas untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada khalayak dalam bentuk gagasan, ide, atau opini. Pesan ini diwujudkan dalam bentuk verbal atau non-verbal dan dikomunikasikan melalui berbagai lambang komunikasi, seperti suara, mimik, gerak, dan bahasa. Musik merupakan sarana yang efektif dalam proses komunikasi. Pesan dalam musik muncul karena keinginan pencipta untuk

memastikan bahwa karyanya didengar dan memiliki dampak pada perilaku pendengarnya. Musik, yang terdiri dari melodi dan vokal, seringkali disebut sebagai "lagu" (Marloysa dalam Shabir, 2020). Lagu merupakan sebuah karya seni yang menggabungkan ungkapan pikiran dan perasaan dengan irama dan bunyi, yang kemudian diwujudkan dalam lirik yang mencerminkan pengalaman hidup penciptanya (Adhani dalam Musbikhin, 2020).

Lirik lagu berfungsi sebagai ekspresi dari pengarang untuk mengungkapkan perasaan seperti kegundahan, kemarahan, cinta, atau kritik kepada pendengar sebagai penerima pesan. Dalam proses ini, terjadi pertukaran gagasan, ide, dan opini antara pengarang dengan pendengar melalui lambang musik (nada) dan lirik (teks) dalam lagu.

Pesan dalam lirik lagu diharapkan dapat dengan jelas disampaikan dan dipahami oleh pendengar, sehingga terjadi komunikasi yang efektif antara pengarang dan pendengar. Melalui proses ini, lagu menjadi sarana untuk menyampaikan makna, emosi, dan pesan yang bisa mempengaruhi pemikiran dan perasaan pendengar, serta mempererat hubungan antara komunikator dan komunikan.

2. Analisis Resepsi

Resepsi memiliki asal kata dari bahasa Latin "recipere" yang berarti menerima (Machmud, 2016: 219). Studi resepsi fokus pada analisis makna dan pengalaman khalayak dalam interaksi mereka dengan teks media. Khalayak memiliki kemampuan untuk bernegosiasi terhadap isi suatu teks, sehingga terbentuklah makna yang mendukung atau menolak terhadap isi teks tersebut. Dalam hal ini, khalayak tidak berperan secara pasif dalam menerima pesan dari teks media dalam aktivitasnya. Setiap khalayak memiliki latar belakang yang berbeda-beda, sehingga sebagai pembaca, khalayak akan memberikan penafsiran

yang setuju atau menolak terhadap apa yang mereka baca. Salah satu tokoh utama dalam teori resepsi adalah Stuart Hall, yang dalam penelitian komunikasi massa menjelaskan mengenai pengodean (encoding) dan penyandi balik (decoding) dalam wacana televisi. Penyandi balik adalah proses menerjemahkan pesan-pesan fisik ke dalam bentuk yang memiliki arti bagi penerima.

Menurut Stuart Hall (Machmud, 2016), khalayak melakukan penyandi balik terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan (Dominant-Hegemonic Position)

Posisi di mana khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media. Dalam situasi ini, media memastikan untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Media menyampaikan pesan yang bersifat umum kepada khalayak, dan khalayak menerima pesan berdasarkan makna yang ditawarkan oleh media. Pesan ini dapat mengandung nilai-nilai, sikap, keyakinan, dan asumsi. Dalam hal ini, khalayak yang membaca pesan media akan menerima dan sejalan dengan pesan yang disampaikan oleh media.

2. Posisi Negosiasi (Negotiated Code Position)

Posisi di mana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Ketika media menyampaikan pesan, khalayak setuju namun juga mengembangkan pemikiran mereka sendiri. Khalayak dapat menerima pesan media yang bersifat umum, tetapi juga melakukan pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya.

3. Posisi Oposisi (Oppositional Code Position)

Posisi di mana khalayak menolak makna pesan yang disampaikan oleh

media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri. Khalayak dalam posisi ini bersikap kritis dan tidak menerima pesan teks media secara mentah-mentah. Khalayak dapat menolak pesan karena perbedaan pandangan atau budaya yang dimiliki dengan pesan yang disampaikan oleh media.

Media memiliki tujuan tersembunyi dalam membingkai makna pesan yang disampaikan dengan upaya untuk membujuk khalayak. Namun, khalayak memiliki kemampuan untuk menghindari penyerapan mentah-mentah pesan media tersebut. Penelitian ini berfokus pada pengalaman khalayak dan bagaimana khalayak menciptakan makna melalui pengalamannya. Dalam penelitian ini, khalayak akan dikelompokkan berdasarkan posisi mereka.

Berdasarkan uraian di atas dapat disederhanakan dalam bentuk kerangka konseptual sebagai berikut:

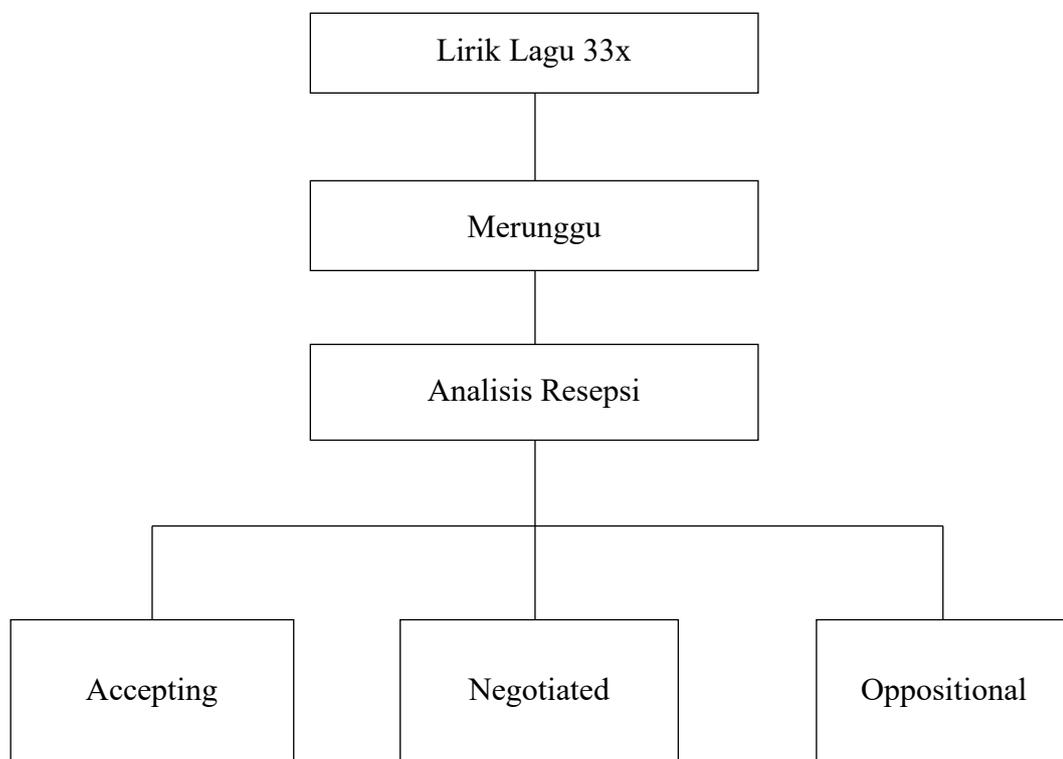


Table 1.1 Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual disini hadir untuk menyamakan persepsi terhadap konsep-konsep yang nantinya akan digunakan untuk mendukung data penelitian ini. Oleh karenanya, peneliti memberikan Batasan pengertian sebagai berikut:

1. Analisis Resepsi

Analisis Resepsi dalam hal ini adalah suatu pendekatan dalam upaya mencari tahu cara khalayak atau penerima pesan dalam memahami sebuah pesan yang diterima dari media atau pembuat pesan. Analisis resepsi berupaya mencari tahu bagaimana kemampuan khalayak dalam memaknai pesan yang mereka terima. Pada penelitian ini analisis resepsi dilakukan pada lirik lagu “33x” dari grup musik Perunggu.

2. Merunggu

Merunggu merupakan basis penggemar perunggu yang menjadi pihak sasaran pemaknaan pesan yang dibentuk oleh komunikator.

3. Lirik Lagu

Lirik lagu merupakan ekspresi seseorang tentang pengalaman yang telah dilihat, didengar, atau dialaminya. Penyair atau pencipta lagu menggunakan permainan kata-kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dan kekhasan pada lirik atau syairnya

4. “33x”

33x merupakan sebuah judul lagu dari grup musik Perunggu yang tersusun dalam satu karya album Perunggu yakni Memorandum.

5. Perunggu

Perunggu merupakan grup musik *rock* pulang kantor asal Indonesia yang

terbentuk pada tahun 2019 dengan tiga anggota grup yakni Adam Adenan, Ildo Hasman, dan Maul Ibrahim.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama periode 2 bulan, yaitu dari bulan Agustus hingga Oktober 2023.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi. Metode analisis resepsi akan digunakan untuk mengkaji bagaimana khalayak memaknai pesan yang diterima dari media.

3. Teknik Penentuan Data

Dalam teknik penentuan data, peneliti akan menerapkan metode Triangulasi, yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Berbagai metode yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a) Observasi Partisipasi: Melibatkan pengamatan sistematis terhadap lagu “33x” dari Perunggu
- b) Wawancara: Melakukan wawancara langsung dengan tujuh hingga sebelas anggota basis penggemar Merunggu yang mendengarkan lagu “33x”.
- c) Dokumentasi: Mengumpulkan berbagai sumber data tertulis, seperti tulisan, gambar, jurnal, dan literatur yang relevan dengan penelitian ini.

4. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dilakukan melalui observasi langsung (purposive sampling). Kriteria untuk pemilihan informan adalah sebagai berikut:

- a. Berusia 17-30 tahun.
- b. Khalayak yang tergabung dalam basis penggemar Perunggu dan telah mendengarkan lagu “33x” dari Perunggu

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan metode analisis resepsi. Data yang diperoleh dari wawancara akan dikategorikan berdasarkan tipe decoding berikut:

- a) Posisi Hegemonik-Dominan.
- b) Posisi yang Dinegosiasikan.
- c) Posisi Oposisional.

Hasil wawancara akan dianalisis dan digunakan sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan akhir dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa, juga dikenal sebagai komunikasi melalui media massa, merupakan suatu proses penyampaian pesan melalui berbagai media kepada audiens yang luas. Istilah "komunikasi massa" sering digunakan secara singkat untuk merujuk pada "komunikasi media massa," yang pada intinya berarti media. Dalam konteks ini, media memainkan peran sentral dalam menjalankan komunikasi massa yang efisien dan efektif. Sebagaimana diungkapkan oleh Littlejohn (1992), komunikasi massa dan media komunikasi tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena media komunikasi adalah sarana utama yang menghubungkan sumber pesan dengan audiens, baik sebagai individu maupun institusi dalam masyarakat.

Secara sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari sumber kepada audiens melalui berbagai jenis medium. Komunikasi ini sering disebut sebagai komunikasi massa karena melibatkan transmisi informasi secara bersamaan kepada khalayak yang luas. Seperti yang dijelaskan oleh Wright, komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang bersifat heterogen dan anonim, ditujukan kepada publik yang beragam. Pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa juga bersifat terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat luas secara simultan.

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Denis McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa* (2011) menjelaskan

bahwa komunikasi massa memiliki beberapa ciri yang berbeda dari jenis komunikasi lainnya:

- a. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga (Institutionalized Communicator):

Dalam komunikasi massa, pesan-pesan tidak disampaikan oleh individu tunggal, tetapi oleh organisasi formal seperti lembaga media atau pers. "Sang pengirim" seringkali merupakan komunikator profesional yang bekerja dalam konteks lembaga ini. Lembaga media massa terdiri dari berbagai orang dengan peran yang telah ditentukan. Setiap individu yang terlibat dalam proses ini adalah bagian dari lembaga yang memiliki aturan dan tunduk pada sistem komunikasi massa yang sudah ada.

- b. Komunikan Bersifat Anonim, Heterogen, dan Dalam Jumlah Besar:

Komunikan dalam komunikasi massa adalah audiens yang besar, anonim (tidak dikenal secara personal oleh komunikator), dan heterogen. Mereka berasal dari beragam latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan, dan agama. Keheterogenan audiens ini membuat penyampaian pesan dalam komunikasi massa harus mempertimbangkan keragaman dan preferensi individu yang berbeda.

- c. Pesan Bersifat Umum, Universal, dan Ditujukan kepada Khalayak Luas:

Pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan untuk individu atau kelompok masyarakat tertentu. Sebaliknya, pesan-pesan ini bersifat umum dan universal, dapat mencakup berbagai topik, dan ditujukan kepada khalayak luas. Hal ini membuat media massa menjadi sarana yang kuat untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan pesan sosial kepada masyarakat umum.

d. Komunikasi yang Disampaikan Bersifat Satu Arah:

Komunikasi massa bersifat satu arah, di mana pesan disampaikan dari media massa kepada audiens. Audiens memiliki keterbatasan dalam memberikan respons langsung kepada media massa, dan jika pun ada respons, sifatnya seringkali tertunda atau tidak langsung. Ini berbeda dengan jenis komunikasi interaktif yang memungkinkan dialog langsung antara komunikator dan audiens.

e. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan (Simultaneous) dan Kesenjangan (Instantaneous):

Komunikasi massa menciptakan keserempakan dalam kontak antara media massa dan audiens. Audiens yang jumlahnya besar dapat menanggapi pesan secara bersamaan. Kesenjangan juga terkait dengan kemampuan media massa untuk menyampaikan pesan hampir secara bersamaan kepada audiens yang berbeda, walaupun dalam wilayah yang berbeda.

f. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis:

Karena kecepatan dan keserempakan penting dalam komunikasi massa, media massa bergantung pada peralatan teknis canggih. Contohnya, media televisi memerlukan satelit untuk menyiarkan acara secara global, sedangkan media radio memerlukan pemancar untuk mencapai pendengar dalam radius tertentu. Peralatan ini memungkinkan penyampaian pesan yang efisien.

g. Komunikasi Massa Dikontrol oleh Gatekeeper:

Gatekeeper, seperti reporter, manajer pemberitaan, dan kameramen, memiliki peran kunci dalam mengontrol dan mengatur informasi yang disebarkan melalui media massa. Mereka menentukan bagaimana pesan-pesan disajikan, dipilih, dan disederhanakan sehingga dapat dipahami oleh audiens. Kualitas dan

jenis informasi yang disampaikan sangat bergantung pada peran gatekeeper ini.

3. Fungsi Komunikasi Massa

Karakteristik Tujuan Komunikasi Massa Menurut Alexis S. Tan sebagaimana yang di kutip dalam buku Pengantar Komunikasi Massa (Nurudin, 2013)

a. Memberi Informasi:

Tujuan komunikasi massa dalam memberi informasi adalah untuk memberikan pemahaman kepada audiens tentang ancaman dan peluang, membantu mereka memahami lingkungan, menguji kebenaran, dan membuat keputusan yang berdasarkan informasi yang diberikan. Dalam konteks ini, media massa bertindak sebagai sumber informasi yang penting bagi masyarakat.

b. Mendidik:

Dalam konteks mendidik, komunikasi massa bertujuan untuk membekali komunikan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat digunakan secara efektif dalam kehidupan masyarakat. Hal ini termasuk memahami nilai-nilai, norma-norma, dan perilaku yang diperlukan agar individu diterima dan dapat berperan dengan baik dalam masyarakatnya.

c. Mempersuasi:

Tujuan komunikasi massa dalam mempersuasi adalah mempengaruhi komunikan untuk mengambil keputusan tertentu, mengadopsi perilaku, atau mengikuti aturan yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial dalam masyarakat. Dalam hal ini, media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini dan sikap individu.

d. Memuaskan Kebutuhan Komunikasikan:

Komunikasi massa juga memiliki tujuan untuk menyenangkan dan memuaskan kebutuhan komunikasi. Ini termasuk dalam konteks hiburan, mengendorkan ketegangan urat saraf, menghibur, dan memberikan pelarian dari masalah dan tekanan yang dihadapi oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. Media hiburan, seperti film, musik, dan program televisi, sering kali bertujuan untuk memenuhi tujuan ini.

Dalam komunikasi massa, berbagai tujuan ini dapat berjalan secara bersamaan atau saling tumpang tindih, tergantung pada jenis media dan konteksnya. Media massa memiliki peran yang penting dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat, serta memberikan informasi yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Musik

1. Pengertian Musik

Musik adalah bentuk seni yang berfokus pada manipulasi suara-suaranya menjadi pola-pola yang dapat dikenali dan dipahami oleh manusia (Banoe, 2003). Dalam perspektif Jamalus (1988), musik adalah hasil karya seni yang berbentuk lagu atau komposisi musik, yang mengungkapkan pemikiran dan emosi penciptanya melalui unsur-unsur musik seperti irama, melodi, harmoni, struktur lagu, dan ekspresi secara keseluruhan. Pendapat Soeharto (1992) sejalan, menggambarkan seni musik sebagai cara untuk mengungkapkan ide-ide melalui suara dengan elemen-elemen dasarnya seperti melodi, irama, dan harmoni, ditambah dengan aspek-aspek tambahan seperti bentuk, sifat, dan karakteristik suara. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2008). musik

merujuk pada susunan nada atau suara yang tersusun sedemikian rupa sehingga menghasilkan unsur-unsur seperti irama, lagu, dan harmoni, terutama jika menggunakan alat musik. Hardjana (2003) menggambarkan musik sebagai permainan dengan waktu, di mana bunyi-bunyi menjadi materi yang digunakan. Musik menciptakan ruang dalam waktu, di mana bunyi-bunyi bergerak dan berinteraksi.

Dalam rangkuman, musik adalah cabang seni yang berasal dari ekspresi pikiran dan perasaan manusia melalui manipulasi suara menjadi pola-pola yang mengandung unsur-unsur seperti irama, lagu, dan harmoni. Ini adalah bentuk ekspresi diri yang memanfaatkan bunyi sebagai materi dasarnya dan menciptakan dimensi waktu dalam seni tersebut.

2. Fungsi Musik

Alan P. Merriam (1964) dalam karyanya "The Anthropology Of Music" mengidentifikasi sepuluh fungsi utama musik dalam masyarakat, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Ekspresi Emosional

Musik digunakan sebagai medium untuk mengungkapkan perasaan dan emosi baik oleh pencipta maupun pendengarnya. Dalam konteks ini, musik menjadi bahasa untuk menyampaikan perasaan.

b. Penghayatan Estetis

Dianggap sebagai bentuk seni yang memancarkan keindahan, baik melalui melodi maupun aspek dinamisnya. Musik memungkinkan kita merasakan nilai-nilai estetis.

c. Hiburan

Musik sering digunakan untuk menghibur. Unsur-unsur menghibur dalam musik dapat ditemukan dalam melodi dan liriknya, dan ini menciptakan pengalaman positif bagi pendengar.

d. Komunikasi

Musik memiliki elemen-elemen komunikasi yang khusus untuk suatu kelompok budaya tertentu. Pesan-pesan dalam musik bisa tersirat melalui teks atau melodi yang hanya dimengerti oleh komunitas tertentu.

e. Perlambangan

Musik memiliki kemampuan untuk melambangkan atau menggambarkan berbagai hal. Misalnya, tempo musik yang lambat sering kali digunakan untuk menggambarkan kesedihan atau kedukaan.

f. Reaksi Fisik

Musik dapat merangsang reaksi fisik dalam tubuh manusia. Ritme dan tempo musik dapat mempengaruhi gerakan tubuh, menggerakkannya sesuai dengan irama musik yang dimainkan.

g. Norma Sosial

Musik dapat digunakan untuk mengajarkan norma-norma sosial dan peraturan-peraturan dalam masyarakat. Terkadang, pesan-pesan normatif ini disampaikan melalui teks-teks dalam lagu.

h. Pengesahan Lembaga Sosial

Musik dapat memiliki peran penting dalam upacara dan ritual sosial. Ini bukan hanya sebagai pengiring, melainkan juga sebagai bagian integral dari upacara tersebut.

i. Pemeliharaan Budaya

Musik dapat digunakan untuk menyampaikan ajaran dan nilai-nilai budaya kepada generasi berikutnya, sehingga mewujudkan kesinambungan dalam kebudayaan.

j. Pengintegritas Masyarakat

Ketika musik dimainkan bersama-sama, ini dapat menciptakan rasa kebersamaan dan pengintegritasan dalam masyarakat, menghubungkan individu-individu dalam pengalaman musik yang bersamaan.

3. Musik Sebagai Media Penyampaian Pesan

Musik merupakan sarana yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada pendengarnya. Pesan dalam musik muncul karena keinginan pencipta untuk memastikan bahwa karyanya didengar dan memiliki dampak pada perilaku pendengarnya. Musik, yang terdiri dari melodi dan vokal, seringkali disebut sebagai "lagu" (Marloysa dalam Shabir, 2020). Lagu merupakan sebuah karya seni yang menggabungkan ungkapan pikiran dan perasaan dengan irama dan bunyi, yang kemudian diwujudkan dalam lirik yang mencerminkan pengalaman hidup penciptanya (Adhani dalam Musbikhin, 2020).

Salah satu bentuk musik lainnya adalah lagu, yang secara khas memiliki komunikasi sehari-hari lirik yang dinyanyikan. Lagu memiliki fungsi yang serupa dengan bahasa dalam sehari-hari, di mana kata-kata disampaikan melalui melodi dan vokal yang menciptakan nuansa lagu yang unik. Gaya bahasa yang digunakan dalam lirik lagu dapat bervariasi tergantung pada bagaimana melodi dan vokalnya membawakan pesan yang ingin disampaikan kepada pendengar. Lirik lagu dianggap sebagai karya sastra karena merupakan ungkapan tertulis dari perasaan pencipta. Lirik ini adalah bentuk komunikasi verbal yang mengandung pesan yang

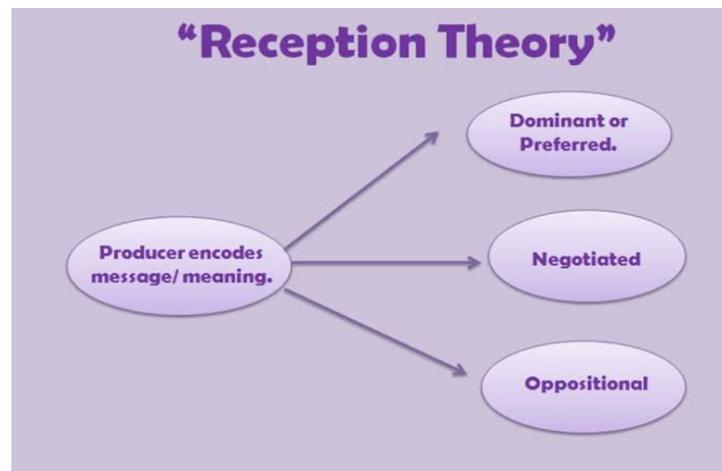
hendak disampaikan kepada pendengar dengan cara yang mendalam. Lirik lagu sering dibandingkan dengan puisi, menggabungkan elemen bunyi dengan bermain-main pada vokal dan konsonan untuk menciptakan irama yang mencerminkan perasaan penciptanya. Dengan melodi dan notasi yang sesuai dengan kata-kata atau kalimat, lirik lagu mampu memengaruhi pendengar, menciptakan berbagai makna dan membawa pendengar dalam sebuah imajinasi. Karena lagu berfungsi sebagai media komunikasi, ia mampu menginspirasi simpati terhadap realitas atau cerita imajinatif. Selain itu, lagu mampu menyentuh perasaan dan emosi pendengar dengan tujuan menanamkan sikap atau nilai yang dianggap wajar dan benar oleh mereka (Salsabila, 2022).

Dalam hal unsur-unsur musik, seperti yang dipaparkan oleh Banoe (2013), musik memiliki tiga unsur utama, yaitu melodi, ritme, dan harmoni, sebagaimana dijelaskan oleh Dr. Mantlehood, DR. J. Kunst, dan Prof. Gehrels. Aaron Copland menambahkan unsur warna nada sebagai unsur keempat dalam musik. Drs. Suthasoma, seorang dosen di Akademi Musik Indonesia (AMI) Yogyakarta, mengungkapkan bahwa musik adalah bentuk interpretasi yang terdiri dari tiga unsur pokok, yakni aspek materil (seperti ekspresi, tempo, dinamika), aspek moral (meliputi ritme, melodi, teks atau kata-kata), dan aspek harmoni (Shabir, 2020).

C. Teori Analisis Resepsi

Resepsi, yang berasal dari bahasa Latin yang berarti "menyambut" atau "menerima," memiliki makna luas sebagai cara untuk memberi makna pada pesan yang disampaikan dan mengolah teks untuk mendapatkan respons darinya. Teori penerimaan komunikasi, pada dasarnya, berfokus pada bagaimana pembaca atau audiens menerima pesan, bukan hanya pada peran pengirim pesan. Dalam konteks

ini, makna yang diterima oleh audiens sangat dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan pengalaman hidup mereka sendiri (Machmud, 2018)



Gambar 2.1 Model Teori Analisis Resepsi Stuart Hall
Sumber: Stuart Hall (1976)

Secara sederhana, analisis resepsi dapat dijelaskan sebagai pertemuan antara audiens atau khalayak dengan teks atau pesan yang disampaikan. Awal dari analisis resepsi dimulai dengan kajian teori literasi, baik dalam sastra maupun bahasa, serta kritik terhadap posisi pembaca dan aktivitas membaca. Dalam konteks penelitian psikologi, fokus lebih pada respons yang diberikan oleh audiens terhadap pesan yang mereka terima (Nasrullah, 2019). Analisis resepsi secara mendalam menggali bagaimana audiens berkontribusi dalam memproduksi pemaknaan sosial dan pola budaya yang umumnya dilakukan oleh audiens sebagai bagian dari komunitas interpretif tertentu. Pendekatan ini dapat dianggap sebagai perspektif baru dalam wacana dan teori komunikasi sosial, mengakui bahwa pemahaman makna yang diterima oleh satu audiens mungkin berbeda dengan audiens lainnya. Selain itu, penting untuk diingat bahwa penerimaan pesan oleh audiens tidak selalu sesuai dengan niat atau harapan lembaga yang menghasilkan pesan tersebut, dan perbedaan dalam pemaknaan seringkali dianggap sebagai

kesalahpahaman.

Menurut Stuart Hall, audiens atau khalayak dapat melakukan proses "decoding" (pemberian makna pada pesan media) dengan tiga kemungkinan posisi yang berbeda:

1. Posisi Dominan/Hegemoni Dominan:

Dalam situasi ini, media menyampaikan pesannya dengan menggunakan metode kode dominan yang sudah ada dalam masyarakat. Audiens dalam posisi ini sejalan atau setuju dengan kode dominan yang telah ada sejak awal dalam pesan yang disampaikan.

2. Posisi Negosiasi:

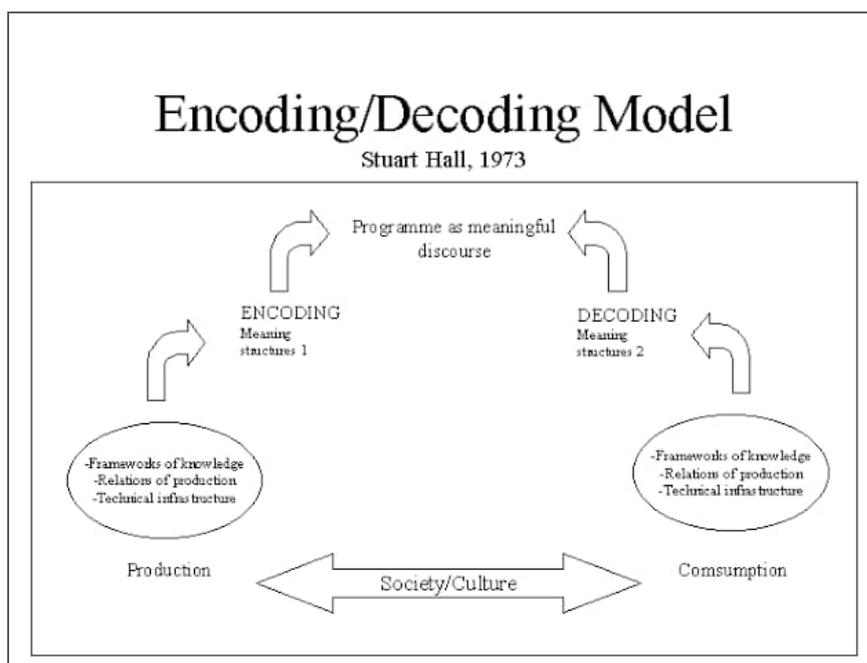
Pada posisi negosiasi, khalayak atau audiens menerima pesan secara umum, tetapi ada pengecualian atau penyesuaian. Dengan kata lain, mereka tidak menerima pesan tersebut secara mentah-mentah, melainkan melakukan interpretasi yang lebih nuansa atau melakukan modifikasi terhadap pesan.

3. Posisi Oposisi:

Posisi oposisi mencerminkan situasi di mana audiens menolak pesan yang telah dimaksudkan oleh pengirim pesan. Ini adalah tahap terakhir dalam proses decoding pesan media, di mana audiens secara aktif menolak atau menentang makna yang ingin disampaikan oleh media.

Teori resepsi bertujuan memberikan pemahaman yang luas terhadap bagaimana audiens atau pembaca meresepsi pesan media. Tujuannya adalah untuk memungkinkan audiens memiliki beragam pandangan dan perbedaan interpretasi terhadap suatu makna, menekankan bahwa pemahaman pesan media sangat

subjektif dan tergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup masing-masing individu.



Gambar 2.2 Model *Encoding & Decoding*
Sumber: Oleh Stuart Hall (2001)

Proses *encoding* dan *decoding* adalah aspek kunci dalam teori ini. *Encoding* adalah penyimpanan pesan oleh komunikator sebelum disampaikan melalui media, sementara *decoding* adalah proses di mana audiens mengkonsumsi isi media, menciptakan pesan, dan memberikan makna berdasarkan pemahaman mereka. Hal ini menghasilkan berbagai makna yang berbeda dari pesan yang sama, mengingat latar belakang sosial dan pengalaman yang berbeda dari setiap audiens. Proses *encoding* dan *decoding* menjadi awal dari siklus pembentukan makna oleh audiens terhadap pesan media. Media mengirimkan pesan dengan

berbagai tujuan, seperti menyampaikan konten atau ide tertentu. Namun, audiens memiliki peran aktif dalam memaknai pesan ini, yang mengarah pada beragam interpretasi.

Dalam konteks teori komunikasi massa, Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach menyelidiki interaksi antara anggota khalayak dan bagaimana mereka merespons isi media (Nurdin, 2004: Rakhmat, 1994). Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi cara khalayak memahami teks media. Faktor-faktor ini melibatkan:

1. Perspektif Perbedaan Individu:

Perspektif ini menekankan bahwa setiap individu memiliki cara unik dalam memilah rangsangan dari lingkungannya dan cara mereka memahaminya. Ini didasarkan pada gagasan dasar tentang respons terhadap stimulus. Perspektif ini mengasumsikan bahwa tidak ada dua anggota khalayak yang sama, sehingga pengaruh media massa terhadap individu sangat dipengaruhi oleh pengalaman psikologis individu tersebut. Dengan kata lain, setiap individu dalam khalayak merespons pesan media dengan cara yang berbeda, sehingga respons mereka dapat bervariasi.

2. Perspektif Kategori Sosial:

Dalam perspektif ini, khalayak dikelompokkan berdasarkan karakteristik sosial umum seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, keyakinan, tempat tinggal, dan faktor-faktor serupa. Setiap kelompok sosial ini cenderung memiliki norma sosial, nilai-nilai, sikap, dan perilaku yang serupa. Hal ini menyebabkan anggota kelompok sosial yang sama merespons pesan media dengan cara yang mirip satu sama lain. Dalam perspektif ini, pendapat dan kepentingan yang ada, serta norma-

norma kelompok sosial, mempengaruhi cara khalayak memilih dan menafsirkan isi media.

3. Perspektif Hubungan Sosial:

Pada perspektif ini, interaksi sosial informal memengaruhi bagaimana khalayak merespons media massa. Dampak komunikasi massa dapat mengalami perubahan yang signifikan ketika individu-individu yang memiliki hubungan sosial kuat dengan anggota khalayak terlibat. Dengan kata lain, hubungan sosial dapat memengaruhi cara pesan media diterima dan diinterpretasikan oleh khalayak.

Teori resepsi menggambarkan audiens sebagai subjek yang aktif dalam komunikasi, yang tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memaknainya dengan berbagai cara. Proses ini melibatkan tiga aktivitas yang berlangsung secara simultan: membaca, memahami, dan mengartikan pesan (Machmud, 2018).

Konsep *encoding* dan *decoding*, Stuart Hall menguraikan dua tahapan kunci dalam proses komunikasi ini: encoding dan decoding. Encoding merupakan tahapan di mana pesan media disusun dan disampaikan kepada audiens oleh komunikator atau media itu sendiri. Pesan tersebut dikodekan melalui berbagai simbol, bahasa, gambar, dan format tertentu yang telah ditentukan oleh komunikator. Encoding merupakan tindakan komunikator dalam mengemas pesan dengan harapan pesan tersebut akan dipahami dan diterima oleh audiens (Supriyatman & Nugroho, 2019).

Menekankan peran khalayak sebagai peserta aktif dalam proses interpretasi pesan media. Dalam kerangka analisis resepsi, khalayak dianggap sebagai agen kultural yang memiliki peran penting dalam mengkonstruksi makna

dari konten yang mereka baca, dengar, atau saksikan sesuai dengan konteks budaya mereka. Ini berimplikasi bahwa makna dalam pesan media tidaklah transparan, tetapi merupakan hasil interpretasi yang dilakukan oleh pembaca atau penonton.

Dalam konteks encoding, pesan disusun dan disampaikan oleh komunikator atau media kepada audiens melalui berbagai kode pesan yang telah ditentukan. Dalam tahapan decoding, audiens menerima pesan tersebut dan menerjemahkannya, menghasilkan makna berdasarkan pengalaman dan pemahaman pribadi mereka (Polla, 2018).

Hal yang menarik dalam teori ini adalah audiens memiliki kebebasan dalam memberikan makna pesan, yang dapat mengarah pada beragam pendapat, interpretasi, dan pemahaman yang berbeda. Dengan begitu, pesan yang disampaikan melalui media bisa diterima dengan beragam cara yang unik.

Dengan demikian, teori analisis resepsi Stuart Hall bertujuan untuk memahami bagaimana audiens secara aktif menghasilkan dan menghubungkan makna dari pesan media yang mereka terima. Hal ini menyoroti keragaman pemaknaan dalam komunikasi massa dan menjadi fokus utama dalam analisis resepsi.

D. Teori *Message Design Logic*

Barbara O'Keefe memaparkan konsep *Message Design Logics* dalam pembuatan pesan, yang mencerminkan pandangan bahwa setiap individu memiliki logika sendiri ketika memilih di antara berbagai pilihan tujuan yang berbeda dalam situasi interaktif. Pandangan ini menyoroti adanya perbedaan antara tujuan individu yang terkait dengan kebutuhan instrumental dan kebutuhan yang

sesungguhnya dihadapi (Miller, 2005). Dalam konteks ini, perbedaan arah tujuan ini dapat menyebabkan konflik, yang pada gilirannya dapat menghasilkan interpretasi komunikasi yang bervariasi. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa terdapat kesenjangan antara tujuan individu, dan perbedaan ini dapat menyebabkan ketidaksepakatan dalam makna komunikasi.

O'Keefe (1988), sebagaimana yang dikutip oleh Miller (2005), menyimpulkan bahwa terdapat pemahaman tentang variasi dalam strategi manajemen tujuan dalam komunikasi. Variasi ini muncul sebagai dasar untuk mengembangkan prinsip tertentu yang memberikan alasan tentang bagaimana proses komunikasi dapat diakhiri dan menciptakan perbedaan dalam pemahaman yang diterapkan oleh setiap individu.

Lebih lanjut mengenai konsep *Message Design Logic*, O'Keefe (1988), sebagaimana dikutip dalam Miller (2005), memaparkan tiga prinsip utama, yaitu *expressive design logic*, *conventional design logic*, dan *rhetorical design logic*. Prinsip-prinsip ini mencerminkan pendekatan yang berbeda dalam merancang dan mengelola pesan komunikasi. Dengan demikian, *Message Design Logic* memberikan kerangka kerja yang berharga untuk memahami bagaimana individu memilih dan membentuk pesan komunikasi mereka, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat mempengaruhi akhir dari proses komunikasi serta perbedaan dalam interpretasi yang mungkin muncul di antara individu-individu yang terlibat.

1. *Expressive Design Logic*

Expressive Design Logic memandang bahasa sebagai medium untuk mengekspresikan pemikiran dan perasaan. Dalam konteks ini, prinsip message

design logic ini menitikberatkan pada beberapa aspek, termasuk ekspresi diri individu, kejelasan ekspresi, keterbukaan, kejujuran, dan isyarat langsung. Meskipun fokus pada aspek ekspresif, prinsip ini cenderung kurang memperhatikan konteks komunikasi yang melibatinnya, sehingga dapat menciptakan hubungan relasi yang kurang mempertimbangkan nuansa kontekstual.

2. *Conventional Design Logic*

Conventional Design Logic menyatakan bahwa komunikasi dapat dianggap sebagai permainan yang dilakukan bersama dengan adanya peraturan sosial. Pesan diartikan sebagai respon yang terkunci dan bersifat tetap, dengan hubungan dalam komunikasi dipandang sebagai tindakan dan penentuan makna yang terikat pada konteks. Adanya norma kesopanan juga membatasi komunikasi, menciptakan lingkungan yang memungkinkan ketepatan, sumber yang terkontrol, dan kerjasama di antara pelaku komunikasi.

3. *Rhetorical Design Logic*

Rhetorical Design Logic menitikberatkan pada sifat komunikasi sebagai hasil kreasi dan negosiasi antara lingkungan sosial dan aspek sosial individu. Dalam kerangka ini, pesan diinterpretasikan sebagai konsensus sosial, di mana proses komunikasi berperan dalam membentuk konteks yang dapat memengaruhi pemahaman ulang terhadap komunikasi. Proses produksi pesan dalam prinsip ini berjalan secara fleksibel, erat terkait dengan interpretasi, dan mengarah pada pengalaman simbolik individu.

Beberapa prinsip dalam *Message Design Logic* yang disajikan oleh O'Keefe mengarah pada konteks khusus mengenai bagaimana komunikasi

diterapkan dalam berbagai situasi, termasuk perbedaan dalam konteks tempat dan waktu. Produksi pesan dalam komunikasi dibangun secara lebih luas dan interaktif, memungkinkan adanya perbedaan fungsi dalam komunikasi itu sendiri.

Message Design Logic, sebagai konstruksi gaya berkomunikasi, memiliki kemampuan untuk menganalisis bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan. Teori ini tidak mengusulkan model pesan mana yang terbaik dalam situasi tertentu, melainkan menyadari bahwa setiap model pesan memiliki kelebihan dan kegunaan yang berbeda. Oleh karena itu, individu dalam berkomunikasi diharapkan untuk dapat menyesuaikan dan menghargai berbagai desain pesan yang digunakan.

Pada aspek produksi pesan oleh komunikator, konteks pesan terkait dengan proses pemrosesan dan penerimaan pesan. Individu dianggap sebagai pihak yang memiliki kognisi dan emosi yang berperan secara integral dalam situasi kompleks (Miller, 2005). Dalam proses penerimaan dan pemrosesan pesan, individu menggunakan peran kognisi dan pikiran untuk memahami dan menginterpretasikan pesan yang diterima.

Namun, perbedaan pemaknaan dapat muncul antara produksi pesan dan penerimaan pesan, menunjukkan adanya kesenjangan yang tidak langsung terjadi dalam proses komunikasi. Konteks ini menegaskan bahwa pengirim pesan dan penerima pesan menggunakan perspektif dan pandangan masing-masing untuk mengirim dan memahami pesan informasi, menciptakan potensi untuk perbedaan pemahaman dalam proses komunikasi.

Dalam dinamika komunikasi, terdapat suatu proses penerimaan pesan yang terfokus pada konteks *message processing*. Proses ini terkait dengan bagaimana

suatu pesan, yang memiliki jenis tertentu, dapat diterima oleh penerima pesan (komunikan), direncanakan sedemikian rupa agar sesuai dengan sumber pesan, dengan tujuan untuk mengubah atau mempengaruhi perilaku individu komunikan. Oleh karena itu, perspektif dalam penerimaan pesan ini juga terhubung dengan konteks persuasi yang menjadi bagian integral dalam proses komunikasi (Miller, 2005).