BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Di bagian ini, terdapat uraian mengenai kajian-kajian yang peneliti dapatkan dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, atau hasil penelitian terdahulu. Uraian tersebut menjadi asumsi yang mendukung penalaran dalam menjawab permasalahan penelitian.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitin sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama sebagai acuan.

Peneliti meninjau berbagai penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Ada penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis hermeneutika dan semiotik Roland Barthes. Hasil pencarian ini menjadi masukan bagi peneliti mengenai bahasan-bahasan tersebut, serta pendekatan analisis Semiotika Roland Barthes.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul / Tahun	Universitas	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Laila Mabruk Hidayat	"REPRESENTASI PESAN DAKWAH DALAM LIRIK LAGU BIMBO" (Studi Semiotika Roland Barthes Tentang Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu "Sajadah Panjang" Yang Dinyanyikan Oleh Bimbo) 2015	Universitas Komputer Indonesia	Kualitatif Analisis Semiotika	Mengetahui makna Representasi Dakwah dalam lirik lagu Bimbo yang berjudul Sajadah Panjang menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes. Makna denotasi terdapat dalam bait "Mencari Rejeki Mencari Ilmu". pesan dakwah yang ingin disampaikan pencipta lagu adalah ibadah tidak hanya solat, zakat, dan ibadah haji saja. Mencari rezeki adalah ibadah, mencari ilmu juga termasuk ke dalam ibadah. Makna konotasi pesan dakwah yang terdapat dalam lirik sajadah panjang adalah bahwasanya kita hidup didunia ini hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. Bahwa kata sajadah selalu menandakan ke arah shalat, sama dengan beribadah. Mitos yang terdapat dalam lirik ini adalah mitos yang beredar pada masyarakat sekarang adalah shalat merupakan tempat peraduan terakhir untuk kita berkeluh kesah terhadap sang pencipta.
Heri Wibowo	"Representasi Konsumerisme Pada Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati Karya Efek Rumah Kaca" (Analisis Semiotika	Universitas Komputer Indonesia	Deskriptif kualitatif dengan melalui pendekatan Semiotik Charles Sanders Pierce	Mengetahui makna Representasi Konsumerisme Pada Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati Karya Efek Rumah Kaca menggunakan Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce. Qualisignnya yaitu kepuasan, kebanggaan, keangkuhan,

	Charles Sanders Pierce Tentang Konsumerisme Pada Teks Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati Karya Band Efek Rumah Kaca) 2012			pembenaran. Sinsignnya yaitu akhir perjalanan, mendarat. Legisignnya yaitu korban keganasan, peliknya kehidupan urban. Tanda berdasar Objeknya diklasifikasikan menjadi ikon yaitu pertokoan, kepenatan, bujukan setan. Indeksnya yaitu belanja terus sampai mati, dan simbolnya adalah hasrat yang dijebak jaman, korban keganasan. Tanda berdasar interpretan adalah rheme yaitu pertokoan, bujukan setan. Dicentsignnya yaitu kehidupan urban. Argumentnya adalah belanja terus sampai mati.
Bima Agung Sanjaya	Makna Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu ”Bento” Karya Iwan Fals (Analisis Semiotika Roland Barthes) 2013	Universitas Mulawarman	Deskriptif Kualitatif Dengan Pendekatan Semiotik Roland Barthes	Mengetahui Makna Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu ”Bento” Karya Iwan Fals menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes. denotasi penggambaran lirik lagu “Bento” adalah seseorang pengusaha papan atas. Sedangkan makna konotasi dari lirik lagu “Bento” adalah gambaran riil dari kuatnya negara pada waktu Orde Baru. Orde baru merupakan suatu rezim yang telah memberikan berbagai catatan sejarah panjang dari kekuasaan otoriter masyarakat. Lagu “Bento” karya Iwan Fals merupakan kritik sosial yang dilakukan secara terselubung dapat berupa tindakan-tindakan simbolis yang menyiratkan penilaian maupun kecaman terhadap keadaan sosial suatu masyarakat secara tidak langsung.

Sumber : Peneliti, 2017

Berdasarkan penelitian terdahulu dalam analisis semiotik yang telah dilakukan, dibandingkan dengan penelitian ini memiliki beberapa perbedaan. Dari segi pengambilan objek penelitian yakni penelitian ini mengambil objek lirik lagu “Syair Manunggal” yang dipopulerkan oleh grup Musik Cupumanik dan terdapat di album mereka yaitu Menggugat pada tahun 2014. Meskipun sama-sama melakukan analisis semiotik terhadap lirik lagu namun penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang digunakan oleh Roland Barthes. Maka dari itu, peneliti meyakini bahwa penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya.

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

Sebagai makhluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi dalam berkomunikasi. Ketika manusia diam, manusia itu sendiripun sedang melakukan komunikasi dengan mengkomunikasikan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak manusia pasti selalu berkomunikasi. Manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi terhadap sesama manusia maupun lingkungan sekitar.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu sosial terapan dan bukan termasuk ilmu sosial murni karena ilmu sosial tidak bersifat absolut melainkan dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan jaman. Hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak dan perilaku manusia, sedangkan perilaku dan tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan maupun perkembangan zaman.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *"communicatio"*. Istilah ini bersumbe pada perkataan *"communis"* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna dan sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikatornya dan diterima oleh komunikan.

Harold Lasswell menyatakan, "Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *"Who says what in wich channel to whom with what effect?"* Menurut Lasswell dari pernyataan tersebut, unsur-unsur dalam komunikasi di atas dapat ditransformasikan menjadi sebuah model komunikasi yang cukup sederhana sebagai berikut:

a. Unsur sumber (*Who*)
b. Unsur pesan (*Says What*)
c. Unsur saluran pesan (*In wich channel*)
d. Unsur penerima (*To whom*)
e. Unsur pengaruh (*what effect*)

Model Komunikasi Lasswell dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Model Komunikasi Harold Lasswell



Dari model komunikasi Lasswell di atas, dapat dinyatakan bahwa komunikasi harus mengandung lima unsur tersebut.

a. Sumber/Komunikator

   Sumber atau pelaku utama merupakan pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

b. Pesan

   Pesan merupakan suatu kumpulan symbol yang terdiri dari lambang verbal maupun non-verbal. Lambang itu pada umumnya berbentuk bahasa, tetapi dalam hal tertentu, lambing-lambang tersebut dapat diwakilkan dengan non-verbal seperti gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. Dalam komunikasi bahasa, baik lisan maupun tulisan, disebut sebagai lambang verbal, sedangkan lambang-lambang lainnya selain bahasa dinamakan non-verbal.

c. Saluran Pesan / Media

   Dalam komunikasi massa, jenis media dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu media cetak dan media elektronik. Media adalah kumpulan berbagai media informasi yang dibuat dan disampaikan kepada khalayak sasaran (pembaca) melalui tulisan (cetakan) dan sering kali disertai gambar sehingga dapat dilihat dan dibaca. Sedangkan media elektronik terbagi menjadi dua kelompok

besar, yakni media yang bisa di dengar (audio), khusunya radio dan musik dan media yang dapat di dengar dan dilihat (audio-visual), seperti televise, film, klip music, dan lain sebagainya.

d. Penerima / Komunikan

Penerima adalah orang, satu atau banyak, yang menerima pesan dari sumber. Dengan kata lain bisa juga disebut sebagai tujuan atau pendengar (*listener*) atau khalayak (*audience*) atau penafsir (*decoder*).

e. Pengaruh

Pengaruh adalah dampak atau efek yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dan lain sebagainya. Selain kelima unsur komunikasi di atas. Dalam komunikasi juga terdapat gangguan yang menghambat sampainya pesan dari komunikator kepada komunikan. Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi, yaitu gangguan mekanik dan gangguan semantik.

Gangguan mekanik, adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau yang bersifat fisik dan teknis. Gangguan semantik adalah gangguan yang diakibatkan oleh penggunaan bahasa.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan dan upaya komunikasi yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari hari tentunya memiliki suatu tujuan,Gordon I.

Zimmerman dalam Mulyana (2007:4) merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar, yaitu :

a. Kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita, seperti untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup.
b. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan orang lain.

Thomas M. Scheidel dalam Mulyana (2007:4) menyatakan bahwa manusia berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Judy C. Person dan Paul E. Nelson dalam Mulyana (2007:5) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum, yaitu :

a. Untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi; keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencampai ambisi pribadi.
b. Untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat. Berbeda halnya dengan William I. Gorden yang membagi fungsi komunikasi berdasarkan 4 kerangka, yakni

komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental.

2.1.2.4 Komponen Komunikasi

Secara linier menurut Berlo (1960) dalam Mulyana (2007:162) agar komunikasi dapat berlangsung dengan baik setidaknya harus memiliki beberapa komponen yaitu:

1. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
2. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
4. Penerima atau komunikate (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.

Di samping keempat elemen tersebut diatas (lazim disebut sebagai model S-M-C-R atau *Source-Message-Chanel-Receiver*), ada tiga elemen atau faktor lainnya yang juga penting dalam proses komunikasi, yakni :

1. Umpan balik, yakni tanggapan balik dari pihak penerima atas pesan yang diterima (*feedback*)
2. Gangguan atau kendala komunikasi (*noise/barriers*)
3. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu

menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan dan perubahan perilaku. (Mulyana 2007:69)

2.1.2.5 Lingkup Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang memperlajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup nyaserta memiliki banyak dimensi.

Berikut ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

1. Bidang Komunikasi

   Yang dimaksud dengan bidang ini adalah pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

   a. Komunikasi sosial (*social communication*)
   b. Kounikasi organisasi atau manajemen (*organizational or management communication*)
   c. Komunikasi bisnis (*business communication*)
   d. Komunikasi politik (*political communication*)
   e. Komunikasi internasional (*international communication)*
   f. Komunikasi antar budaya (*intercultural communication*)
   g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
   h. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

2. Sifat Komunikasi ditinjau dari sifatnya bila diklarifikasikan sebagai berikut :
    1) Komunikasi verbal (*verbal communicaton*)
        a. Komunikasi lisan
        b. Komunikasi tulisan
    2) Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*)
        a. Kial (*gestural*)
        b. Gambar (*pictorial*)
    3) Tatap muka (*face to face*)
    4) Bermedia (*mediated*)
3. Tatanan Komunikasi

    Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut:
    1) Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)
        a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)
        b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
    2) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
        a. Komunikasi kelompok kecil(*small group communication*)
        b. Komunikasi kelompok besar (*big group communication*)

4. Fungsi Komunikasi

   Dalam buku Ilmu,Teori dan filsafat Komunikasi (2003:55) disebutkan beberapa fungsi komunikasi, yaitu :

   a. Menginformasikan (*to Inform*)
   b. Mendidik (*to educate*)
   c. Menghibur (*to entertaint*)
   d. Mepengaruhi (*to influence*)

5. Metode Komunikasi

   Istilah metode dalam bahasa Inggris *Method* berasal dari bahasa Yunani "*methods*" yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis.

Atas dasar pengertian diatas, Menurut Onong Uchjana effendi dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:56), metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisasi sebagai berikut:

1) Jurnalisme
   a. Jurnalisme cetak
   b. Jurnalisme elektronik
2) Hubungan masyarakat
3) Periklanan
4) Propaganda
5) Perang urat syarat
6) Perpustakaan

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Bila mendengar istilah komunikasi massa, biasanya secara spontan seseorang akan membayangkan tentang surat kabar, radio, televisi atau film. Namun, Banyak para ahli komunikasi mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang tertetu. Merujuk pada pendapat Bittner dalam buku Ardiyanto dan Komala yang berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar, memberikan definisi komunikasi massa secara sederhana yaitu :

> "Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasin melaluimedia massa pada sejumlah besar orang." (dalam Elvinaro dkk, 2007:3)

Secara lebih spesifik, Effendy mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan gedung-gedung bioskop. (Effendy, 2003:79)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus mennggunakan media massa. Jadi, meskipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka hal tersebut tidak bisa dikatakan sebagai komunikasi massa.

Definisi komunikasi massa dari Meletzke berikut ini memperlihatkan sifat dan ciri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. Dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pertanyaan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar. (dalam Rakhmat, 2003:188)

Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan dalam dua item, yakni:

> "Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/ atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefiniskan menurut bentuknya: televise, radio siaran, surat kabar, majalah dan film" (dalam Effendy, 1986: 26)

Lain halnya dengan yang dikemukan Wright, definisisinya sebagai berikut :

> *"This new form can be distinguished from older typed by the following major characteristic:it is directed toward relatively large, heterogenous and anonymous audiences; messages are transmitted publicly, of ten-times to reach most audience memberssimultaneously, and are transient in character;*

> *thecommunicator tends to be, or to operate within, a complex organization that may involve great expense"(dalam Rakhmat, 2003:189).*

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan Wright ini nampaknya merupakan definisi yang lengkap, yang dapat menggambarkan karakteristik komunikasi masa secara jelas. Menurut Wright, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: dirahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonym, pesan yang disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

Definisi Wright mengemukakan karakteristik komunikan secara khusus, yakni anonim dan heterogen.Ia juga menyebutkan pesan diterima komunikan secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio dan televisi).

Berdasarkan beberapa definisi komunikasi massa yang dipaparkan oleh para ahli diatas, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan, secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa dapat diketahui ciri-ciri komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi:

> “komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat” (Rakhmat, 2003:189).

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Beberapa karakteristik komunikasi massa dalam yang terdapat dalam buku Komunikasi massa sebagai suatu pengantar karangan Ardianto dan Komala adalah sebagai berikut :

1. Komunikator terlembagakan

   Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan bersifat umum

   Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunkasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenya, pesan komunkasi massa bersifat umum.

3. Komunikannya anonym dan heterogen

   Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komuniksinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Komunikasi massa heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat

dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

   Kelebihan komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

   Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan hubungan sekaligus. Pada komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

   Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan Atau melalui media massa. Karena dilalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulasi alat indra terbatas

   Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

   Komponen umpan balik atau lebih popular dengan sebutan Feedback merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun.Umpan balik ini bersifat langsung (*direct feedback*) atau umpan balik yang bersifat segera (*immediate feedback*).

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Effendy (1993) dalam buku Komunikasi massa suatu pengantar karangan Elvinaro dan Lukiati (Ardiyanto dan Komala, 2007:18), antara lain adalah :

1. Fungsi Informasi

   Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kebutuhannya.

2. Fungsi Pendidikan

   Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

3. Fungsi mempengaruhi

   Fungsi memparuhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya. Kalayak

dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Selanjutnya Devito (1996) menyebutkan fungsi komunikasi massa secara khusus, adalah :

4. Fungsi Meyakinkan

   Fungsi komnukasi massa secara umum natara lain memberikan hiburan kepada khalayaknya. Namun ada fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi meyakinkan atau persuasi.

   Menurut Devito (1996), persuasi bias datang dalam bentuk:

   a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
   b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
   c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.
   d. Memperkenalkan etika atau menawarkan system nilai tertentu.

5. Fungsi Menganugerahkan Status

   Penganugerahan status (*status conferral*) terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga prestise (gengsi) mereka (orang tersebut) mengkat.

6. Fungsi Membius

   Salah satu fungsi media massa yang paling menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya (*narcotization*). Hal

ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik. (Devito:1996)

7. Fungsi Menciptakan Rasa Kebersatuan

   Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita merasa menjadi anggota dari suatu kelompok.

8. Fungsi Privatisasi

   Privatisasi adalah kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri.Beberapa ahli berpendapat bahwa berlimpahnya informasi yang dijejalkan kepada kita telah membuat kita merasa kekurangan.Laporan yang gencar tentang perang, inflasi, kejahatan dan pengangguran membuat sebagian orang merasa begitu putus asa sehingga mereka menarik diri ke dalam dunia mereka sendiri.

2.1.4 Tinjauan Tentang Musik

2.1.4.1 Pengertian Musik

Menurut William I. Gorden dalam Mulyana (2007:5), fungsi komunikasi terbagi menjadi 4 bagian, salah satunya komunikasi ekspresif. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen

untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. (dalam Mulyana, 2007:24).

Emosi/perasaan tersebut dapat disalurkan melalui bentuk-bentuk seni salah satunya musik. Musik dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran, dan bahkan ideologi (dalam Mulyana, 2007:25).

Musik sendiri merupakan produk dari seni yang lahir dari sebuah kebudayaan. Usaha seorang seniman untuk mengkreasi sesuatu yang baru, adalah usahanya menyebar nilai pribadi yang masih diterimanya dan diharapkannya akan diterima dan dinilai positif oleh lingkungannya (dalam Susanto,1982:154).

Sejak zaman dahulu musik sudah diyakini sebagai media penyampai pesan yang efektif. Pada awal keberadaanya, musik digunakan dalam ritual agama sebagai salah satu alat berkomunikasi dengan sang pencipta. Nyanyian puji – pujian, contohnya pada waktu itu, musik dipakai menjadi salah satu media penyebaran agama untuk menerapkan konsep agamanya terhadap calon pengikut. Lagu Tombo Ati yang diciptakan oleh Sunan Bonang misalnya, lagu ini dipakai untuk menyampaikan nilai filosofis agama Islam didalamnya.

Definsi dari musik sendiri sangat beragam, hampir tidak ada definsi dari musik yang bias diterima secara mutlak. Pengalaman yang berbeda-beda dari tiap individu dalam memaknai musiklah yang menyebabkan lahirnya keberagaman ini. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Musik adalah:

> “Ilmu atau seni menyusun nada atau suara diutarakan, kombinasi dan hubungan temporal untukmenghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keseimbangan dan kesatuan, nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan (terutama yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu).

Sedangkan definisi musik berdasarkan kamus besar bahasa Inggris Oxford, menyatakan bahwa :

> *Art of making pleasing combinations in sound of rhytym, harmony and counterpoint, the sound and compositions so made, written or printed, sign, representing sound;*
> Musik adalah seni memadukan suara berdasarkan komposisi ritme, harmonisasi, sehingga tercipta sususnan suara berdasarkan yang terdengar indah bentuk representasi suara berupa tulisan atau tanda-tanda tercetak (Oxford Advanced Learners Dictionary Current English, 1986:557).

Banyak orang telah menggunakan sarana hiburan berabad-abad untuk tujuan propaganda. Selama revolusi Prancis misalnya digunakan juga musik,selain teater, permainan, dan surat kabar untuk menggalang kekuasaan. (dalam Mulyana, 2007:25)

Adolf Hitler pun sempat menjadikan musik sebagai alat propagandanya. Lewat mars dan nyanyian nasionalismenya, Hitlermampu menyihir anak muda dan seluruh rakyat Jerman untuk mengamini gagasan dan cita-cita politik nya. Musik dalam propaganda politik, membuat sebagian besar pemuda Amerika jenuh. Maka lahirlah musik semi kontrakultur. Istilah ini dimunculkan oleh Theodore Roszack, seorang penerbit, editor, dan pengarang asal AS, pada tahun 1969 dalam bukunya *Making of Conterculture* yang dikutip oleh Rien (1999:1) menyatakan:

> "Kontrakultur adalah gerakan kelompok-kelompok progresif dan libertarian yang bermaksud mengubah masyarakat Barat yang statis, dekaden, dan kurang menyenangkan. Maka, dengan gerakan ini munculah musik yang bukan hanya sebagai hiburan semata, namun musik yang memiliki gagasan di dalam nya Gerakan ini disebut gerakan underground. Istilah underground awalnya digunakan untuk menggambarkan jaringan-jaringan resistensi yang muncul selama Perang Dunia II. Istilah *underground* bisa juga menjadi sinonim dari gerakan kontrakultur"

Sementara itu, Atan Hamdju dan Armillah Windawati (1986:9) dalam Pengetahuan Seni Musik menyebutkan, "musik adalah cetusan ekspresi isi hati yang dikeluarkan secara teratur dalam bentuk bahasa bunyi (lagu)"

Musik merupakan sub-bagian dari sebuah lagu, walaupun batasan antara lagu dan musik sangat abstrak namun berdasarkan pengertian dari lagu yang dikutip dari kamus bahasa Inggris Oxford menyatakan bahwa lagu adalah :

> *"Singing: music for the voice; short poem number of verses set to musicand intended to be sing*. Bernyanyi; musik untuk manusia; puisi pendek atau serangkaian bait atau variasi bermusik yang dapat dinyanyikan oleh suara manusia. (Oxford Advanced Learner‟s Dictionary of Current English, 1986:822)".

2.1.4.2 Musik Sebagai Medium Komunikasi Massa

Secara mutlak musik tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa, karena tidak ada satu sumber pun mengatakan bahwa musik termasuk ke dalam komunikasi massa. Meskipun demikian, musik dapat dikelompokan ke dalam berbagai bentuk komunikasi, seperti komunikasi persona, ataupun komunkasi massa sekalipun. Musik dapat dikategorikan menjadi komunikasi persona (intra dan antar persona),

ketika musik disajikan untuk diri sendiri dalam rangka menghilangkan kejenuhan maka musik hadir sebagai komunikasi intrapersonal, namun ketika musik disajikan dalam rangka menyatakan perasaan kepada seseorang dapat dikelompokan kepada musik antar persona. Begitu juga dengan komunikasi kelompok ataupun komunikasi massa.

Merujuk kepada pendapat Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (dalam Elvinaro dkk, 2007:3). Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik dan surat kabar yang dikenal sebagai media cetak serta media film (film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop).

Namun seiring pesatnya perkembangan teknologi, maka definisi media massa kini tidak hanya berupa alat-alat mekanis yang mengirim dan menyimpan pesan (seperti kamera televisi, mikrofon, radio dan materi cetak), tetapi juga institusi yang menggunakan alat-alat tersebut untuk mengirim pesan. Menurut Dominick dalam buku *The Dynamic of Mass Comunications*, menyebutkan bahwa; Ketika kita berbicara tetang media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, *sound recording* (sr), dan film, kita juga akan membicarakan orang- orang, kebijakan organisasi dan teknologi yang memproduksi media massa tersebut. Tentu saja yang disebut media massa juga bukan hanya kedelapan macam elemen media diatas. Billboard, buku komik poster atau katalog juga termasuk didalamnya. Hanya saja, delapan macam media massa tadi memiliki

khalayak yang paling banyak dan juga dikenal oleh kita sebagai khalayak (Dominick, 1996; 25).

Sound Recording (SR), yang sudah diakui sebagai salah satu media massa tentu saja berkepentingan untuk mengirim pesan kepada khalayak. Salah satu produk dari SR adalah musik.Musik merupakan bentuk komunikasi yang auditif (ditangkap oleh indera pendengaran).

Ketika musik diawetkan dalam SR, musik menjadi sebuah pesan. Musik juga dapat menjadi sebuah media ketika pencipta lagu melalui penyanyi berusaha menyampaikan pesan yang berupa lirikkepada khalayak. Salah satu bentuk musik adalah lagu. Penelitian ini adalah penelitian bagaimana lirik lagu menjadi pesan penulis lagu kepada khalayaknya. Jadi musik dianggap sebagai media komunikasi penulis lagu, pesannya adalah liriknya.

Musik dalam komunikasi massa dapat dibuktikan dengan memenuhi delapan elemen komunikasi sampai komunikasi itu dikatakan komunikasi massa. Delapan elemen tersebut adalah sumber, proses *encoding*. Pesan, saluran, proses *decoding*, penerima, feedback dan noise.

Musik menjadi salah satu bentuk komunikasi massa karena dibuat oleh penciptanya, dibawakan oleh penyanyi, dikemas dan dijual oleh perusahaan rekaman. Komunikator dalam komunikasi massa memiliki sedikit detail informasi tentang khalayak. Sebuah kelompok musik, misalnya memiliki jumlah penggemar melalui keanggotaan klub pendengar (fans club), jumlah kaset dan CD yang terjual ataupun

banyaknya penonton yang hadir dalam acara pertunjukan. Proses encoding dalam komunikasi massa selalu memiliki tahapan tahapan tertentu.

Seorang pencipta lagu memiliki lagu, kemudian dibawakan (dinyanyikan) orang lain atau kelompok lain atau kelompok musik, kemudian direkam dalam bentuk kaset atau CD dengan bantuan mesin. Kemudian diperbanyak, didistribusikan dan dijual oleh perusahaan rekaman ke toko-toko kaset. Saluran komunikasi massa dalam mengiri pesannya menggunakan satu atau lebih alat bantu. Sebuah lagu kan membutuhkan kaset atau CD sebagai tempat rekaman agar bias diperdengarkan dan membutuhkan mesin (tape recorder) untuk merekamnya.

Pesan pada komunikasi massa sifatnya umum. Seseorang dapat mendengar lagu jika ia memiliki tape dan membeli kaset. Sebuah lagu mengandung pesan yang hendak disampaikan oleh pencipta lagu kepada pendengarnya.Pesan yang hendak disampaikan tersebut brupa lirik yang dinyanyikan oleh penyanyinya.

Komunikasi massa selalu melalui proses decoding yang bertahap sebelum pesan itu disampaikan. Sebuah pemutar kaset menguraikan pola-pola pertikel magnet menjadi gelombang suara dapat ditangkap indera pendengar. Setelah itu, sampai pada penerimanya, (khalayak). Sesuai namanya komunikasi massa memiliki khalayak yang banyak, dapat mencapai jutaan orang. Kemudian, khalayak komunikasi massa bersifat heterogen, terdiri dari banyak perbedaan umur, jenis kelamin, tingkat

pendidikan, suku, ras, dan lain-lain. Selain itu, khalayaknya pun tersebar pada wilayah luas; komunikator penerima dapat saja tidak bertemu secara fisik.

Feedback yang terjadi biasanya feedback yang tertunda karena komunikasi jenis ini berlangsung satu arah. *Noise* yang terjadi biasanya akibat kesalahan teknis pada mesin yang mengirim pesan. Berdasarkan pembuktian dengan delapan elemen diatas, lagu dapat disebut sebagai media komunikasi massa.

Bentuk media massa sangat banyak misalnya, surat kabar, majalah, radio, televisi, film buku juga sound recording. Lagu sebagai produk *sound recording* sering ditampilkan atau diputarkan dalam radio, televisi dan film dimana ketiganya tersebut jelas memenuhi kriteria media massa, yaitu menimbulkan keserempakan diantara khalayak yang sedang menyimak pesan yang disampaikan media massa tersebut. Terjadi simbiosis antara radio, televisi dan perusahaan rekaman yang menjual produknya berupa lagu, hal tersebut dikuatkan oleh Joseph R.Dominick (1996:27) sebagai berikut:

> *"Most radio station depended of recording to fill the air time; most record need air play to sell. MTV (Music Television) demonstrates a three way symbiosis; recorded companies as thei programming source; and radio station use a sounding board for new release* Sebagian besar stasiun radio bergantung rekaman untuk mengisi waktu udara; Sebagian besar rekaman kebutuhan bermain udara untuk dijual. MTV (Music Television) menunjukkan simbiosis tiga arah; perusahaan rekaman sebagai sumber pemrograman; dan stasiun radio menggunakan papan suara untuk rilis baru.*"*

Dengan begitu, musik juga memiliki fungsi yang sama dengan bentuk-bentuk komunikasi massa lainnya, yaitu fungsi menyampaikan informasi (*to inform*), fungsi mendidik (*to educate*), fungsi menghibur (*to entertain*) dan fungsi mempengaruhi (*to influence*). Fungsi menghibur (*to entertain*) nampaknya amat melekat dengan musik. Terutama lagu-lagu pop yang mudah dicerna dan disukai khalayak pendengar dan penikmatnya. Fungsi laainnya yaitu mempengaruhi (*to influence*), banyak di pendapatkan juga bias terdapat dalam pesan dalam lirik lagu. Lagu sebagai bentuk lain dari musik, melalui pesan dalam lirik-liriknya, diakui mempunyai pengaruh terhadap pendengarnya.

Seperti dikatakan Mulyana (2007:25), bahwa : "Harus diakui, musik juga dapat mengkespresikan perasaan manusia, kesadaran dan bahkan pandangan hidup (ideologi) manusia.Itu sebabnya pertunjukan musik Iwan Fals yang lirikliriknya bermuatan kritik atau sindiran terhadap penguasa sering dilarang pihak berwajib selama era Orde Baru."

2.1.5 Pengertian Lirik Lagu

Lirik lagu merupakan simbol verbal yang diciptakan oleh manusia. Manusia adalah makhluk yang tahu bagaimana harus bereaksi, tidak hanya terhadap lingkungan fisiknya, namun juga pada simbol-simbol yang dibuatnya sendiri. (Rivers, 2003:28). Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa lirik merupakan reaksi simbolik dari manusia yang merupakan respon dari segala sesuatu yang terjadi dan dirasakan oleh lingkungan fisiknya (yang dipengaruhi oleh akal sehat dan rasionalitas).

Simbol digunakan oleh manusia untuk memaknai dan memahami kenyataan yang tidak dapat dilihat secara langsung, namun kenyataan tersebut dapat terlihat dan dirasakan oleh indera manusia, stimulus ini kemudian diolah oleh pikiran, kemudian tercipta konsep atau penafsiran tertentu dan kemudian simbol yang diciptakan tersebut akan membentuk makna tertentu sesuai dengan apa yang akan diungkapkan.

> *"The lyrics is the commonest, and yet, in its perfection, the post modern; the simplest, and yet in its laws emotional association; and it all these because it express, more intimately, than other types of verse the personality of the poet.* Liriknya adalah yang paling umum, namun, dalam kesempurnaannya, post modern; yang paling sederhana, namun dalam undang-undang asosiasi emosional; dan semua ini karena ia mengekspresikan, lebih intim, daripada jenis ayat lainnya kepribadian penyair itu". (Hubbel, 1949:57).

Bisa diartikan sebagai berikut, yang berkenaan dengan lirik lagu adalah sesuatu yang paling umum, namun sempurna dan modern; selain itu yang paling sederhana namun sangat emosional, itu semua karena diekspresikan secara mendalam oleh penulis (penyair atau dalam hal ini penulis lirik) seperti halnya sajak.

Dapat diartikan lirik, membangun persepsi serta menggambarkan sesuatu yang kemudian diperkaya akan perasaan, kekuatan imaji, serta kesan keindahan. Dalam membuat lirik lagu terkait dengan bahasa, dan bahasa terkait dengan sastra. Karena kata-kata (lirik lagu) yang dibuat oleh pencipta lagu tidak semua dapat dimengerti oleh khalayak, karena itulah memerlukan suatu penelitian tentang isi lirik lagu tersebut.

Penentuan bahasa yang digunakan juga tergantung pada individual yang menciptakan lirik lagu, karena belum ada ketentuan bahasa dalam

membuat sebuah lirik lagu tetapi lirik yang dibuat dapat dipertanggung jawabkan isinya. Sedangkan tiap lirik yang dibuat oleh pencipta lagu pasti memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan kepada pendengarnya.

Definisi lirik sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah karya sastra (puisi) yang berisi curahan perasaan pribadi. Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa lirik merupakan bagian dari lagu dan merupakan pesan yang ingin disampaikan oleh penulis lagu dan lirik juga bias dikategorikan kedalam seni sastra karena merupakan sebuah puisi.

2.1.5.1 Lirik Lagu Sebagai Bagian dari Pesan Komunikasi

Melalui proses komunikasi, manusia dapat menyampaikan apa yang menjadi pemikirannya kepada orang lain (komunikan), baik itu berupa ide, gagasan, ajakan, opini atau apapun itu. Dalam sebuah proses komunikasi, hal yang paling utama adalah pesan.Definisi pesan sendiri secara umum adalah sesuatu baik verbal maupun non verbal, yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Jean Paul Starte (2001:96) dalam buku Psikologi Imajinasi mengungkapkan : Pada dasarnya bersifat abstrak, kemudian diciptakan lambang komunikasi berupa simbol dan kode sebagai media atau saluran dalam menghantarkan pesan berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan & tulisan yang dapat saling dimengerti sebagai alat bantu dalam berkomunikasi.

Proses pengolahan pesan sendiri menurut Jean Paul sartre dalam buku Psikologi Imajinasi merupakan bagian proses komunikasi yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Proses penginterpretasian pesan (*interpreting*) sebagai upaya mewujudkan dalam diri komunikator
2. Proses penyandian (*encoding*), yaitu usaha untuk mengubah pesan yang abstrak menjadi konkret, berupa proses pembentukan dan pemilihan lambang komunikasi yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan
3. Proses pengiriman (*transmitting*) pesan dalam bentuk lambang komunikasi oleh komunikator
4. Proses perjalanan pesan dalam bentuk lambang komunikasi dari komunikator ke komunikannya dengan atau tanpa media
5. Proses peneriman (*receiving*) lambang komunikasi pada diri komunikan
6. Proses penguraian (*decoding*) lambang komunikasi kembali kepada pesannya oleh komunikan
7. Proses penginterpretasian pesan (*interpreting*) denotative & konotatif sebagaimana dimaksud komunikator yang terjadi dalam diri komunikan.(Sartre, 2001:97-98)

Pesan merupakan peristiwa simbolis yang menyatakan suatu penafsiran tentang kejadian fisik, baik oleh komunikator maupun

komunikan. Proses penafsiran tersebut ialah, proses penyandian dan pengalihan sandi memberikan nilai pesan simbol.

Jean-Paul Sartre (2001:99) dalam buku Psikologi Imajinasi membagi dua persyaratan konsep pesan sebagai penafsiran, yakni:

1. Bahwa stimuli perilaku harus tersedia untuk dikaji, dalam hal ini menyatakan adanya stimuli untuk diterima oleh indra; ketika alat indra komunikan itu menerima stimuli, maka stimuli itu ditafsirkan.
2. Bahwa perilaku itu harus ditafsirkan berarti oleh setidak-tidaknya salah seorang diantara para anggota kelompok komunikasi yakni memberi makna.

Dalam kajian ilmu komunikasi dipelajari tentang bentuk pesan itu sendiri, makna pesan dan penyajian pesan kepada khalayak. Pola isyarat maupun simbol dalam pesan itu sendiri tidak mempunyai makna, karena hanya berupa perubahan-perubahan wujud perantara yang berguna untuk komunikasi makna pesan terbentuk berdasarkan hubungan antara lambang komunikasi, akal budi manusia penggunanya, serta apa yang dilambangkan.

Secara umum, dalam konteks linguistik, pengertian makna sendiri adalah pertautan yang ada diantara unsur-unsur bahasa itu sendiri (terutama kata-kata).Makna adalah sebuah tendensi yang bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat.

Sebagai penghubung bahasa dengan dunia luar, Alex Sobur dalam buku Semiotika Komunikasi, membagi makna menjadi tiga tingkat keberadaan, yakni: “(1) makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan, (2) makna menjadi isi dari suatu kebahasaan, (3) makna menjadi isi komunikasi yang mampu membuahkan informasi tertentu”. (Alex Sobur 2006:266).

Pada tingkat pertama dan kedua dilihat dilihat dari segi hubungannya dengan penutur, sedangkan yang ketiga lebih ditekankan pada makna di dalam komunikasi. Makna, menurut Kempson seperti yang dinukil oleh Alex Sobur dalam buku Semiotika Komunikasi dapat dijelaskan dari segi: “kata, kalimat, dan apa yang dibutuhkan pembicara untuk berkomunikasi”. (Alex Sobur 2006:256).

Bagi orang awam, untuk memahami makna kata tertentu ia dapat mencari nya didalam kamus, sebab di dalam kamus terdapat maknayang disebut makna leksikal. Dalam kehidupan sehari-hari, orang sulit menerapkan makna yang terdapat dalam kamus, sebab makna sebuah kata sering bergeser jika berada dalam satuan kalimat. Makna kata tidak lepas dari makna kata lain, yakni makna gramatikal yang merupakan hubungan antar unsur. Pada kenyataannya, banyak kata dengan bermacam ragam makna bila dihubungkan dengan kata yang lainnya. Mempelajari makna pada hakikatnya berarti bagaimana setiap pemakai bahasa dalam suatu masyarakat bisa saling mengerti. Untuk menyusun kalimat yang dapat dimengerti, sebagian pamakai bahasa dituntut agar menaati kaidah

gramatikal, sebagian lagi tunduk pada kaidah pilihan kata menurut sistem leksikal yang berlaku didalam suatu bahasa. Makna dalam sebuah kalimat biasanya tidak selalu bergantung pada system gramatikal dan leksikal saja, tetapi bergantung juga pada kaidah wacana dan ekstralinguistik (faktor sosial).

Dalam musik sendiri, terjadi pertukaran pikiran, ide, gagasan antara pencipta lagu dengan audiens sebagai penikmat musik. Pencipta menyampaikan isi pikiran dibenaknya berupa nada dan lirik kepada pendengar / audiens. Disinilah terjadi proses komunikasi melalui lambing musik berupa nada dan lirik berupa teks dalam sebuah lagu antara pencipta lagu dengan audiensnya.

Dibandingkan dengan pesan pada umumnya, lirik lagu memiliki jangkauan yang luas didalam benak pendengarnya.Konsep mengenai lirik memiliki karakteristik yang berbeda-beda, salah satunya adalah lirik sebagai kata dalam lagu. Lirik dapat ditulis sebagai musik yang menemani atau ditambahkan setelah musik itu sendiri.Makna dalam lirik dapat bersifat implisit atau eksplisit, atau kadang beberapa lirik bermakna abstrak atau tidak dapat dipahami. Sifat lirik yang berbeda dengan pesan pada umumnya, memerlukan pendekatan khusus dalam menginterpretasikan pesan bermakna didalamnya. Lirik lagu bisa dikategorikan sebagai seni karena merupakan bentuk dari sastra yang didalamnya terkandung nilai-nilai estetik. Sebagai salah satu karya sastra, lirik lagu memiliki nilai seni yang cenderung memiliki banyak makna dan

bersifat relatif bagi setiap orang. Menikmati sebuah lagu dapat menggunakan cara sederhana seperti pada orang kebanyakan, tetapi mencerna pesan-pesan didalamnya diperlukan keterampilan agar mampu menikmatinya lebih mendalam.

Melalui lirik lagu, manusia diajak untuk menginterprestasikan via otak yang menyimpan pengalaman dan pengetahuan, serta mengolahnya sebagai landasan dasar dalam mencerna keindahan lirik lagu. Dengan kata lain, lirik lagu mampu menimbulkan banyak persepsi yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepahaman seseorang yang berasal dari pengalaman hidup yang dimiliki serta aspe lingkungannya.

2.1.6 Tinjauan Tentang Semiotika

2.1.6.1 Pengertian Semiotika

Kata semiotika dan semiologi adalah istilah yang ada dalam sejarah linguistik, selain kedua istilah ini ada pula digunakan istilah lain seperti saemasiologi, sememik, dan semik untuk merujuk kepada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang. Sesungguhnya kedua istilah ini, semiotika dan semiologi, mengandung pengertian yang persis sama, walaupun penggunaan salah satu dari kedua istilah tersebut biasanya menunjukkan pemikiran pemakainya: mereka yang bergabung dengan Peirce atau mengacu pada tradisi Amerika menggunakan kata semiotika, dan mereka yang bergabung Saussure atau mengacu pada tradisi Eropa menggunakan kata semiologi. Namun yang terakhir, jika dibandingkan dengan yang pertama, kian jarang dipakai, ada

kecendrungan istilah semiotika lebih populer dari istilah semiologi sehingga para penganut Saussure pun sering menggunakannya.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa studi semiotika disusun dalam tiga poros. Poros horizontal menyajikan tiga jenis penyelidikan semiotika (murni, deskriptif, dan terapan); poros vertikal menyajikan tiga tataran hubungan semiotik (sintaktik, semantik, dan pragmatik); dan poros yang menyajikan tiga kategori sarana informasi (signals, signs, dan symbols).Secara etimoligis, kata semiotika berasal dari bahasa Yunani semeion, yang berarti ”tanda” atau sign dalam bahasa Inggris. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda yang menjadi segala bentuk komunikasi yang mempunyai makna antara lain: kata (bahasa), ekspresi wajah, isyarat tubuh, film, sign, serta karya sastra yang mencangkup musik ataupun hasil kebudayaan dari manusia itu sendiri. Tanpa adanya sistem tanda seorang tidak akan dapat berkomunikasi dengan satu sama lain.

Dari penjelasan tersebut dapat diuraikan bahwa setiap potongan gambar, sepenggal lirik musik akan mempunyai makna tersendiri. Melalui pendekatan ini peneliti akan berusaha menggali makna dari setiap tanda dalam lirik lagu “Syair Manunggal” yang dinyanyikann oleh grup musik Cupumanik. Menurut Alex Sobur, Semiotika adalah ilmu yang mempelajari mengenai tanda. Ilmu ini menjelaskan bahwa makna akan muncul setelah adanya hubungan antara yang ditandai (*signified*) dan yang menandai (*signifier*). Dan tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Maka, tanda

merupakan “bunyi yang bermakna” atau bisa juga “coretan yang bermakna”.Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api. Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Selain itu, semiotika adalah ilmu yang mempelajari fungsi tanda, dan produksi makna.

Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Semiotik mengkaji tanda, penggunaan tanda dan segala sesuatu yang bertalian dengan tanda. Dengan kata lain, perangkat pengertian semiotik (tanda, pemaknaan, denotatum dan interpretan) dapat diterapkan pada semua bidang kehidupan asalkan ada prasyaratnya dipenuhi, yaitu ada arti yang diberikan, ada pemaknaan dan ada interpretasi.

Mencari makna dan arti dari sesuatu yang berada di sekitar adalah sifat dasar dan kecenderungan manusia. Kemudian manusia berusaha memahami dan menggunakannya untuk dijadikan pertimbangan dalam bertindak. Setiap hal yangkita lihat di sekeliling kita disebut sebagai tanda, tanda tersebutlah yang kemudian akan diungkapkan melalui metode penelitian menggunakan teori semiotika. Bidang kajian semiotik adalah mempelajari fungsi tanda di dalam teks, yakni bagaimana sistem tanda yang terdapat dalam teks berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan kata lain,

semiologi berperan menginterogasi terhadap kode-kode yang di pasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang terkandung dalam sebuah teks. Seorang pembaca, ibarat pemburu harta karun yang bermodalkan peta, harus paham dengan sandi dan tanda-tanda yang menunjukan di mana “makna” itu di simpan dan kemudian dengan bimbingan tanda-tanda baca itu pintu makna dibuka.

2.1.6.2 Semiotika Dalam Musik

Dalam semiotika musik, adanya tanda-tanda perantara, yakni musik yan dicatat dalam partitur orkestra merupakan jalan keluar. Sistem tanda pada musi adalah Oditif. Untuk mencapai pendengaranya, penggubah musik mempersembahkan kreasinya dengan perantara pemain musik dalam bentuk tanda tertulis menjadi visual. Musik selalu memiliki simbol yang dikemas sedemikian rupa hingga menjadi media penyampai pesan yang efektif bagi masyarakat. Pesan yang terkandung dalam musik beragam, pesan tentang cinta, kerinduan hingga pesan perjuangan yang mengandung aspirasi tertentu demi perubahan. Hal ini terlihat dari beberapa karya musisi Cupumanik yang akan dibahas di bab selanjutnya. Cupumanik menyuarakan pesan-pesan ketuhanan melalui lirik lagu yang indah. Cupumanik dikagumi bukan hanya saja karena keindahan lagu-lagunya. Namun, ia juga disanjung sebagai musisi yang menggambarkan pemberontakan dan kritik sosial pada pemerintahan di tengah-tengah kondisi dunia saat ini.

2.1.7 Tinjauan Representasi

Representasi adalah konsep yang mempunyai beberapa pengertian. Ia adalah proses sosial dari 'representing'. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk yang kongkret. Jadi, pandangan-pandangan hidup tentang perempuan, anak-anak, atau laki-laki misalnya, akan dengan mudah terlihat dari cara memberi hadiah ulangtahun kepada teman-teman yang laki-laki, perempuan dan anak-anak. Begitu juga dengan pandangan-pandangan hidup terhadap cinta, perang, dal lain-lain akan tampak dari hal-hal yang praktis juga.

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, seni musik, video, film, fotografi, dan sebagainya. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997:15).

Menurut Stuart Hall (1997:20), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam 'bahasa' yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Bahasa adalah medium yang menjadi perantara dalam memaknai sesuatu, memproduksi dan mengubah makna.

Bahasa mempu melakukan semua ini karena ia beroperasi sebagai sistem representasi. Lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu. Makna sesuatu hal sangat tergantung dari cara individu merepresentasikannya. Dengan mengamati kata-kata yang digunakan dalam merepresentasikan sesuatu bisa terlihat jelas nilai-nilai yang diberikan pada sesuatu hal tersebut.

Untuk menjelaskan bagaimana representasi makna lewat bahasa bekerja, bisa dipakai tiga teori representasi sebagai usaha untuk menjawab pertanyaan : darimana suatu makna berasal, atau bagaimana individu membedakan antaramakna yang sebenarnya dari sesuatu atau suatu *image* dari sesuatu. Yang pertama adalah pendekatan reflektif. Di sini bahasa berfungsi sebagai cermin, yang merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Kedua adalah pendekatan intensional, dimana manusia menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang terhadap sesuatu. Sedangkan yang ketiga adalah pendekatan konstruksionis. Dalam pendekatan ini dipercaya bahwa individu mengkonstruksi makna lewat bahasa yang dipakai.

2.1.8 Tinjauan Tentang Theis

Theisme merupakan salah satu bagian dari kajian Theologi (harafiah: Theos= Tuhan, Logos= ilmu, pemikiran). Theisme sendiri merupakan suatu paham yang meyakini Tuhan itu Ada. Argumen-argumen yang dibangun untuk membuktikan bahwa Tuhan itu Ada , merupakan bagian dari upaya

yang dilakukan oleh Theologi natural. Theologi natural merupakan sebuah usaha untuk memperoleh kesimpulan-kesimpulan yang bermakna tentang eksistensi Tuhan yang didasarkan hanya pada pikiran manusia saja.

Theologi natural bersandar pada kemampuan-kemampuan kognitif manusia seperti: pengalaman, ingatan, instropeksi, penalaran deduktif, penalaran induktif, dan inferensi, untuk mendapatkan eksplanasi yang paling baik. Ini berbeda dengan theologi perwahyuan (revealed theology) yang mendasarkan arumentasinya pada pernyataan-pernyataan yang dinyatakan telah difirmankan oleh Tuhan atau atas dasar kejadian-kejadian yang dianggap suatu ungkapan dari Tuhan (Davis, 1997:9). Dengan demikian, per disiplin, theologi natural termasuk kajian filsafat, walau dalam sejarah dan perkembangannya ia juga menjadi bagian dari theologi perwahyuan. Yang dibicarakan dalam makalah kecil ini adalah theologi natural.

Theisme berpendapat bahwa alam diciptakan oleh Tuhan yang maha sempurna, sehingga antara Tuhan dan mahluk sangat berbeda. Menurut theisme, Tuhan berada di alam (*immanent*) dan Dia juga jauh dari alam (*trancendent*). Ciri lain dari theisme menegaskan bawa Tuhan setelah menciptakan alam, tetap aktif dan memelihara alam. Karena itu, theisme meyakini kebenaran mukjizat kendati menyalahi hukum alam, begitu juga doa seseorang akan didengar dan dikabulkan Tuhan karena Dia Maha Mendengar. Agama-agama besar pada dasarnya menganut paham theisme, seperti Islam, Kristen, Yahudi.

Kontribusi positif yang terdapat dalam Theisme, antara lain:

Pertama, sebagaian besar pemikir mengakui adanya suatu realitas tertinggi yang perlu dianut. Beda halnya dengan moral atheisme tidak bisa diidentifikasi dan diusut asalnya, yakni Tuhan. Tuhan theisme adalah puncak kesempurnaan moral dan pantas untuk disembah. Lagi pula, Tuhan theisme merupakan pribadi yang jelas, sehingga tidak heran ada penganut theisme yang rela mengorbankan dirinya untuk Tuhan theistik, seperti mati syahid.

Kedua, dalam kehidupan yang selalu berubah, theisme menawarkan suatu landasan yang kokoh. Theisme menegakkan standar moral yang universal untuk semua manusia, bahkan untuk semua ras. Standar nilai yang absolut ini mengungguli moral dan tingkah laku yang dibuat oleh manusia yang bersifat relatif dan berubah.

Ketiga, sebagian besar aliran pandangan menempatkan manusia dalam posisi tertinggi. Theisme meletakkan suatu dasar yang kokoh dalam menghargai manusia, dengan prinsip bahwa manusia adalah ciptaan Tuhan dan sekaligus wakilnya di muka bumi. Jadi, dasar ketinggian martabatmanusia karena Tuhan menciptakannya lebih tinggi daripada mahluk yang lain.

Keempat, ketika para penganut pandangan nihilisme yang menyimpulkan bahwa hidup adalah sesuatu yang tidak bernilai, theisme menawarkan suatu tujuan tertinggi bagi kehidupan. Theisme mempertegas

keberadaan manusia di dunia, dari mana, sedang ke mana, dan mau ke mana. Untuk itu, theisme menawarkan kehidupan yang abadi setelah mati.

2.2 Kerangka Pemikiran

Semiotik menurut Ferdinand de Saussure, adalah ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Ia mempelajari sistem-sistem, aturan, konvensi yang memungkinkan tanda–tanda tersebut memiliki arti (Ferdinand de Saussure dalam Sobur, 2003:43).

Roland Barthes merupakan seorang pemikir strukturalis yang mempraktikan model linguistic dan semiologi Sausserean. Barthes juga dikenal sebagai intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. (dalam Sobur, 2003:43).

Daniel Chandler dalam Semiotics for Beginners mengungkapkan bahwa denotasi merupakan tanda tahap pertama, yang terdiri dari penanda dan petanda. Sedangkan konotasi merupakan tanda tahap kedua, yang termasuk di dalamnya adalah denotasi, sebagai penanda konotatif dan petanda konotatif (Chandler, 2006).

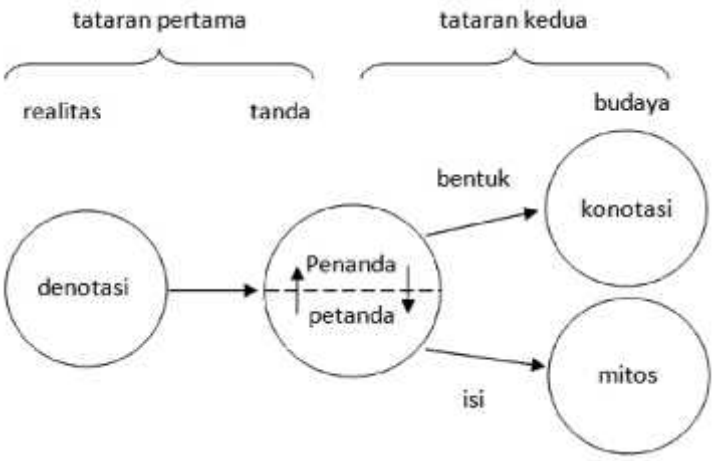
Barthes tidak sebatas itu memahami proses penandaan, tetapi dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos *(myth)* yang menandai suatu masyarakat. Mitos (atau mitologi) sebenarnya merupakan istilah lain yang dipergunakan oleh Barthes untuk idiologi. Mitologi ini merupakan level tertinggi dalam penelitian sebuah teks, dan merupakan rangkaian mitos yang hidup dalamsebuah kebudayaan. Mitos merupakan hal yang penting karena tidak hanya

berfungsi sebagai pernyataan (*charter)* bagi kelompok yang menyatakan, tetapi merupakan kunci pembuka bagaimana pikiran manusia dalam sebuah kebudayaan bekerja (Berger, 1982:32 dalam Basarah, 2006: 36).

Mitos ini tidak dipahami sebagaimana pengertian klasiknya, tetapi lebih diletakkan pada proses penandaan ini sendiri, artinya, mitos berada dalam diskursus semiologinya tersebut. Menurut Barthes mitos berada pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk system tanda-penanda-petanda, maka tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang konstruksi penandaan kedua merupakan mitos, dan konstruksi penandaan tingkatkedua ini dipahami oleh Barthes sebagai metabahasa *(metalanguage).* Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalian lebih jauh penandaan untukmencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat (Kurniawan,2001:22-23).

Dalam peta tanda Barthes mitos sebagai unsur yang terdapat dalam sebuah semiotik tidak nampak, namun hal ini baru terlihat pada signifikasi tahap kedua Roland Barthes.

Gambar 2.2
Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: John Fiske, Introduction to Communication Studies, 1990, hlm.88.dalam (Sobur,2001:12)

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atauemosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyaimakna subyektif atau paling tidak intersubyektif.

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos *(myth).* Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).

2.3 Alur Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka peneliti mengkaji menjadi alur pemikiran peneliti. Penelitian ini menganalisis **Representasi Theis dalam Lirik Lagu "Syair Manunggal"** dengan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah menentukan lirik lagu Cupumanik yang berjudul "Syair Manunggal" kemudian peneliti menganalisis lirik lagu tersebut dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

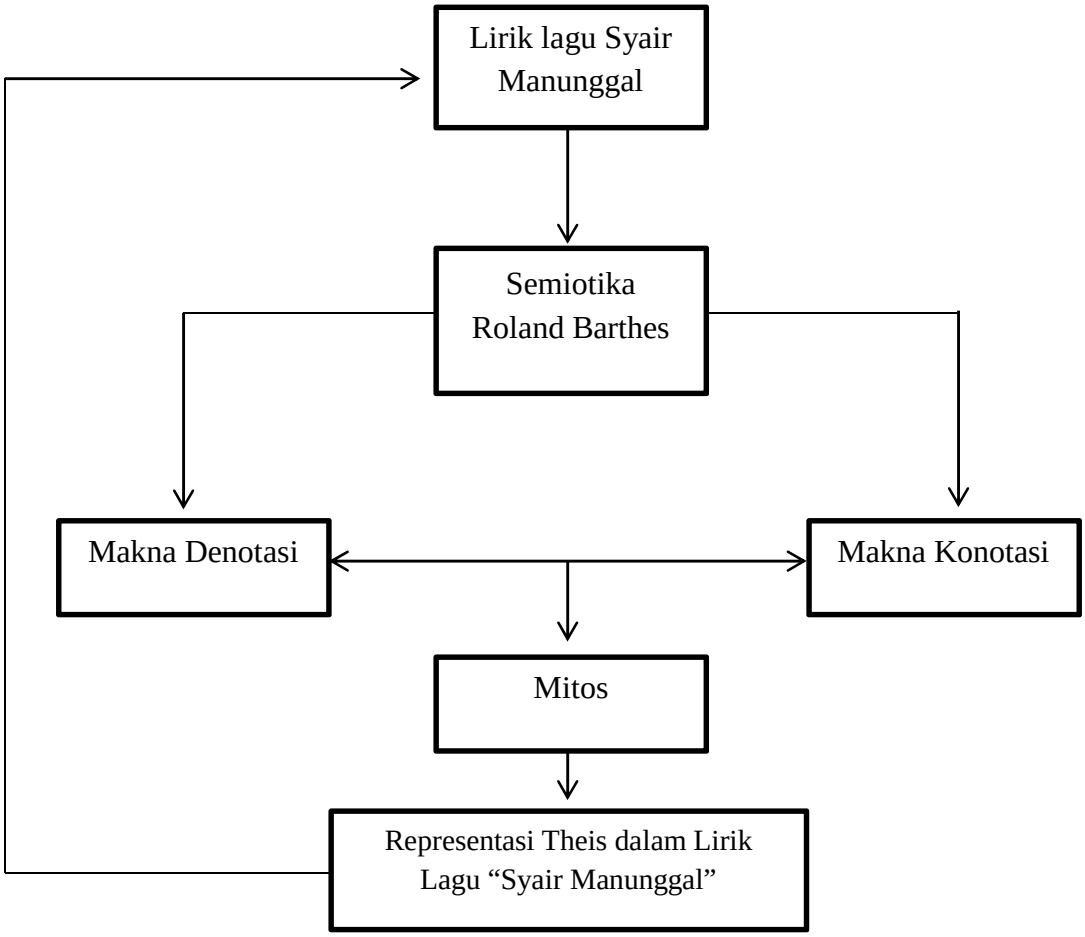
Melihat dari kejadian-kejadian yang terjadi sebagaimana dijelaskan di atas, maka peneliti meneliti lirik "Syair Manunggal" sebagai Representasi lirik lagu. Makna-makna yang terdapat di dalam lirik yang akan menjadi makna denotatif, konotatif hingga bisa menghasilkan sebuah mitos atau ideologi akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam lirik lagu "Syair Manunggal" terdapat beberapa bait yang akan dimaknai langsung oleh para khalayak. Dalam penelitian ini khalayak bisa memaknai pesan yang tersirat dalam sebuah bait dari lirik lagu "Syair Manunggal" karya grup musik Cupumanik.

Makna konotasi yang merupakan makna yang terkandung dalam tanda. Bahwa semua hal yang dianggap wajar di dalam masyarakat adalah hasil dari proses konotasi. Dalam penelitian ini tidak hanya makna denotatif dan konotatif yang akan diteliti. Roland Barthes yang dalam semiologinya membahas mengenai mitos menjadi salah satu ciri khas yang membuka ranah baru dalam penelitian semiotika. Mitos pun biasanya hadir dalam kehidupan sehari-hari yang hidup di dalam masyarakat. Berdasarkan konseptual di atas maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran sebagai berikut. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas,

maka untuk lebih jelas dalam menganalisis representasi theis dalam lirik lagu Syair Manunggal yang dinyanyikan oleh Cupumanik dapat dilihat pada alur pikir berikut ini:

Gambar 2.3

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2017