

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Lirik Lagu Sebagai Pesan Komunikasi Massa

Komunikasi adalah proses di mana individu atau kelompok saling bertukar informasi, gagasan, pikiran, atau perasaan melalui berbagai media atau saluran. Hal utama yang ingin dicapai adalah menyampaikan pesan secara jelas dan efektif agar diterima oleh penerima dengan baik. Selain menggunakan kata-kata, komunikasi juga dapat terjadi melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, tulisan, dan simbol-simbol lainnya. Ini dapat bersifat verbal, dilakukan melalui kata-kata, atau non-verbal, dilakukan melalui ekspresi dan gerakan tubuh. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, diperlukan partisipasi aktif dari kedua belah pihak serta kemampuan untuk mendengarkan, memahami, dan merespons dengan tepat.

Effendy (2002, hal. 15) menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari istilah latin komunikasi yang berasal dari kata *communis* yang berarti umum. Hal ini menunjukkan adanya saling pengertian, yang berarti bahwa setiap upaya komunikasi bertujuan untuk membangun makna bersama bagi komunikator dan orang yang dikomunikasikan. Selain itu, Hovland sebagaimana dikutip dalam Effendy (2002, hal. 30), mendefinisikan komunikasi sebagai “Proses dimana seorang individu (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (komunikan).” Menurut interpretasi Hovland, komunikasi memerlukan penyampaian pesan terutama melalui sarana verbal atau tertulis untuk mempengaruhi perilaku.

Interaksi yang terjadi antara dua individu atau lebih dapat diartikan sebagai komunikasi. Dalam arti yang lebih luas, komunikasi adalah suatu proses berbagi pengalaman antar individu. Jika kita membahas komunikasi antar manusia, ada lima komponen penting yang saling berkaitan: pihak yang mengirimkan informasi, isi yang disampaikan, cara penyampaiannya, pihak yang menerima informasi, dan

dampak yang ditimbulkan dari proses tersebut. Sekitar tahun 1960, seorang ahli bernama David K. Berlo mengembangkan konsep komunikasi yang lebih sederhana. Model ini dikenal dengan singkatan SMCR, yang menguraikan empat elemen dasar dalam proses komunikasi: Sender, Message, Channel, dan Receiver. Tahapan utama dalam proses ini adalah sebagai berikut:

1) Source (Sumber)

Sumber dalam komunikasi adalah pihak yang menyampaikan pesan, yang dalam istilah lain disebut sebagai komunikator. Meskipun sering kali individu menjadi sumber, dalam konteks tertentu, seperti dalam organisasi atau lembaga, sumber bisa merujuk pada banyak orang. Misalnya, dalam sebuah partai politik atau organisasi besar, sumber dapat disebut juga sebagai pengirim (sender) atau pengkode (encoder). Berdasarkan teori Berlo, baik sumber maupun penerima pesan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemampuan berkomunikasi, tindakan yang dilakukan, pengetahuan yang dimiliki, serta sistem sosial dan budaya di lingkungan mereka.

2) Message (Pesan)

Pesan dalam komunikasi merujuk pada informasi atau makna yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima. Pesan ini bisa memiliki berbagai tujuan, seperti untuk menghibur, memberikan informasi, mendidik, membujuk, atau bahkan untuk menyebarkan propaganda. Cara penyampaian pesan dapat dilakukan secara verbal (melalui kata-kata) atau nonverbal (melalui isyarat tubuh, ekspresi wajah, dsb.), baik secara langsung melalui interaksi tatap muka atau melalui media komunikasi. Pesan tersebut bisa juga disebut sebagai konten atau informasi yang dikomunikasikan, yang disusun berdasarkan elemen, struktur, dan kode tertentu. Saluran komunikasi yang digunakan biasanya berkaitan dengan panca indera, melihat, mendengar, menyentuh, mencium bau, atau merasakan rasa (Wijayani, 2022).

3) Channel (Media dan saluran komunikasi)

Saluran komunikasi biasanya dibagi menjadi tiga kategori: lisan, tertulis, dan elektronik. Media, dalam hal ini, merujuk pada alat yang digunakan

untuk menyampaikan pesan. Dalam komunikasi pribadi (interpersonal), saluran komunikasi dapat menggunakan panca indera atau alat komunikasi pribadi seperti telepon, telegram, atau ponsel. Sedangkan dalam komunikasi massa, media yang digunakan lebih luas, seperti media cetak (koran, majalah) atau media elektronik (televisi, radio). Internet adalah media yang fleksibel karena dapat digunakan untuk komunikasi pribadi maupun massa, tergantung pada bagaimana dan untuk tujuan apa media tersebut digunakan.

4) Receiver (Penerima Pesan)

Penerima adalah pihak yang menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui saluran komunikasi. Peran penerima pesan sangat krusial dalam proses komunikasi, karena merekalah yang menjadi sasaran pesan. Penerima juga sering disebut sebagai khalayak, khalayak, atau masyarakat. Aspek yang mempengaruhi penerimanya antara lain kemampuan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial dan budaya .

Pesan dalam komunikasi dapat bersifat verbal dan nonverbal. Verbal adalah pesan yang disampaikan melalui kata-kata, baik lisan maupun tulisan, sedangkan nonverbal meliputi pesan yang disampaikan melalui gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, jarak, intonasi, dan gaya berbicara. Secara keseluruhan, pesan merupakan salah satu unsur penting dalam komunikasi, yang berfungsi sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, melalui berbagai cara antara lain kata-kata, intonasi, gerak tubuh, dan ekspresi wajah. Pesan komunikasi dalam konteks lirik lagu adalah makna atau informasi yang ingin disampaikan oleh penulis lagu kepada pendengar melalui penggunaan kata-kata dan simbol dalam liriknya. Pesan tersebut dapat berupa emosi, gagasan, pandangan hidup, kritik sosial, atau cerita yang disampaikan secara kreatif. Lirik lagu berfungsi sebagai sarana komunikasi antara pencipta lagu (pengirim pesan) dan pendengar (penerima pesan), dengan musik sebagai media yang memperkuat penyampaian pesan tersebut.

Komunikasi melibatkan beragam konteks yang melingkupi situasi dan lingkungan di mana proses tersebut berlangsung. Ini termasuk konteks

interpersonal dimana interaksi komunikasi terjadi antara individu, konteks kelompok yang terlibat dalam komunikasi di dalam suatu kelompok tertentu, konteks organisasi yang menyangkut dinamika komunikasi dalam struktur organisasi, dan konteks publik yang menjangkau audiens yang lebih luas. Ada juga konteks massa yang melibatkan penyebaran pesan melalui media massa. Konteks budaya juga menjadi pertimbangan, mengingat pengaruh nilai dan norma budaya dalam proses berkomunikasi, serta konteks teknologi yang mencakup komunikasi yang dibantu oleh teknologi modern seperti internet dan media sosial. Pemahaman dan pengelolaan konteks-konteks ini sangat penting untuk menjadi komunikator yang efektif dalam berbagai situasi dan lingkungan.

Dari kemajuan zaman Komunikasi massa sangat populer di masyarakat sekarang karena proses penyaluran pesan atau informasi kepada audiens yang luas melalui beragam media massa. Ini melibatkan segala jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang besar, termasuk melalui televisi, radio, surat kabar, majalah, dan media sosial. Tujuan dari komunikasi massa dapat bervariasi, mulai dari memberikan informasi, hiburan, pengaruh terhadap opini publik, hingga promosi produk atau layanan. Proses komunikasi massa seringkali kompleks, meliputi produksi, distribusi, dan konsumsi pesan, yang dipengaruhi oleh banyak faktor lainnya. Komunikasi massa tergolong dalam komunikasi tidak langsung ketika pesan disampaikan kepada audiens. Salah satu ciri khasnya adalah sifat satu arah, di mana pesan dikirim dari pengirim kepada audiens tanpa adanya interaksi langsung. Dalam komunikasi massa, pesan bersifat terbuka dan tidak tertutup, sehingga audiens memiliki akses untuk menerima pesan tersebut tanpa adanya batasan tertentu.

Pemahaman mendalam tentang komunikasi massa memerlukan pengetahuan tentang lima elemen kuncinya, seperti yang diidentifikasi oleh Harold D. Lasswell. Unsur-unsur tersebut antara lain sumber (source) yang merupakan asal informasi, pesan (message) yang mewakili isi yang disampaikan, saluran (channel) sebagai media penyebaran informasi, penerima (receiver) yang merupakan sasaran khalayak, dan akibat (efek) yang menggambarkan dampak penyampaian pesan.

Kelima elemen ini membentuk kerangka dasar untuk menganalisis dan memahami proses komunikasi massa yang kompleks, memungkinkan kita menguraikan bagaimana informasi disebarluaskan dan mempengaruhi masyarakat secara luas. Dengan memahami interaksi dan peran masing-masing elemen tersebut, kita dapat mengevaluasi dengan lebih baik efektivitas dan dampak komunikasi massa dalam konteks sosial yang lebih luas.

Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, komunikasi massa menggunakan berbagai platform media sebagai sarana penyebarannya. Bagi sebagian besar masyarakat, media massa tidak hanya berperan sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai sarana utama hiburan. Hal ini tercermin dari kebiasaan masyarakat dalam mengikuti berbagai program televisi, mulai dari serial drama, kompetisi olah raga, hingga pertunjukan musik. Selain televisi, radio juga masih menjadi media populer untuk menikmati konten audio, khususnya program musik. Di era digital ini, media massa berkembang dengan format dan karakteristik yang beragam, memberikan pilihan konten yang semakin beragam kepada masyarakat. Kehadiran media massa sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian manusia modern, dengan jangkauan yang hingga ke pelosok. Dibandingkan dengan metode komunikasi konvensional, media massa memiliki sejumlah perbedaan mendasar dalam berbagai aspek.

Menurut Cangara (2010, hal. 74), media massa dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu:

- 1) media cetak

Media cetak mulai muncul pada tahun 1920-an, dengan penggunaannya oleh pemerintah untuk mengindoktrinasi masyarakat dan mengarahkan pembaca ke tujuan tertentu. Konsep jarum suntik dalam teori komunikasi sering dikaitkan dengan komunikasi massa pada masa itu. Saat ini, kebebasan jurnalistik cukup tinggi, dengan banyaknya masukan dari audiens yang menjadi fokus utama.

- 2) Media elektronik

Media elektronik merujuk pada alat komunikasi yang menggunakan perangkat dan teknologi elektronik, seperti televisi, radio, dan internet. Setelah media cetak, radio menjadi bentuk pertama dari media elektronik, menyampaikan pesan melalui suara. Siaran langsung memungkinkan pesan disampaikan dengan cepat dan tepat waktu, misalnya dalam menyebarkan informasi mengenai Proklamasi Kemerdekaan. Seiring berjalannya waktu, televisi dikembangkan untuk menayangkan konten visual, khususnya sebagai media massa audio-visual.

3) Media internet

Media internet mencakup berbagai jenis konten yang didistribusikan dan diakses melalui internet, termasuk website dan mesin pencari seperti Google yang mulai populer pada abad ke-21 setelah didirikan pada tahun 1997. Media internet memiliki potensi yang lebih besar dibandingkan media cetak dan elektronik. Konvergensi media memungkinkan akses informasi melalui website. Namun tantangan muncul dengan adanya risiko penipuan dan penyebaran konten eksplisit, mengingat tidak semua individu memahami potensi bahaya yang ada. Berbeda dengan media cetak dan elektronik yang dikelola oleh perusahaan, media internet bisa dikelola oleh perorangan. Seiring berjalannya waktu, platform ini semakin memperkuat perannya di media massa, dengan kinerja yang semakin baik dan menarik perhatian masyarakat yang kini bergantung pada media digital untuk mengakses informasi dan hiburan.

Media massa memiliki peran kunci dalam industri musik modern, menjadi saluran utama untuk menyebarkan dan mempromosikan karya-karya musik kepada audiens yang luas. Lewat radio, televisi, internet, dan platform digital, musik dapat diakses dengan mudah oleh pendengar di seluruh dunia. Radio dan televisi masih tetap menjadi platform yang penting, namun internet dan media sosial memberikan akses yang lebih fleksibel kepada penggemar musik untuk mendengarkan lagu, menonton video musik, dan berinteraksi langsung dengan artis. Di samping itu, majalah musik dan situs web musik juga memberikan liputan yang komprehensif tentang industri musik, termasuk ulasan album, wawancara dengan artis, dan berita

terkini tentang dunia musik. Dengan demikian, media massa berperan sebagai jembatan penting antara artis musik dan audiens, memfasilitasi pertukaran informasi dan pengalaman musik yang luas dan beragam.

Dalam penelitian ini, lirik lagu yang disampaikan melalui media musik sangat membantu musisi untuk menyampaikan pesan melalui liriknya. Musik merupakan alat komunikasi yang efektif bagi individu untuk mengekspresikan dirinya, mulai dari mengungkapkan perasaan, pikiran, ide, hingga imajinasi. Musik dapat dinikmati melalui berbagai media massa seperti radio, televisi dan internet. Di era digital, batasan antara berbagai media semakin kabur, menciptakan lanskap komunikasi dan hiburan yang lebih kompleks dan terhubung. Internet kini menjadi platform utama yang menggabungkan berbagai bentuk media, seperti TV dan radio, sehingga menghasilkan pengalaman yang lebih personal dan terintegrasi. Pesan-pesan di media modern menjadi lebih dinamis dan interaktif, memungkinkan terjadinya dialog berlapis-lapis antara pencipta dan khalayak. Musik, sebagai media universal, telah berubah dalam cara musik diciptakan, didistribusikan, dan dikonsumsi, dengan peran penting yang dimainkan oleh streaming dan algoritma.

2.2 Musik Sebagai Industri

Industri adalah serangkaian kegiatan usaha sejenis yang menghasilkan barang atau jasa. Beberapa ahli telah memberikan definisi industri. Renner (2004, hal. 20) mendefinisikan industri sebagai seluruh kegiatan ekonomi manusia yang bersifat produktif, menghasilkan barang dan mempunyai nilai ekonomi. Sedangkan Sandi (2002, hal. 10) menawarkan pandangan yang lebih spesifik, yakni menggambarkan industri sebagai upaya mengolah bahan mentah menjadi produk jadi melalui proses produksi berskala besar. Tujuannya adalah menciptakan barang dengan harga terjangkau dengan tetap menjaga kualitas terbaik (Trisantoso Julianto, 2016). Kedua definisi tersebut menekankan aspek produktivitas dan penciptaan nilai kegiatan industri, sekaligus menjelaskan proses yang melibatkan transformasi bahan mentah menjadi produk akhir yang bernilai ekonomi.

Industri memiliki berbagai sektor, termasuk industri kreatif yang semakin menonjol di era digital. Ekonomi kreatif atau ekonomi kreatif telah menjadi sebuah konsep yang mengedepankan inovasi dalam dunia usaha, tidak hanya mempermudah kehidupan masyarakat namun juga mendorong kreativitas. Konsep ini mencakup proses ekonomi yang melibatkan produksi dan distribusi barang dan jasa, dengan mengandalkan ide-ide kreatif dan kemampuan intelektual sebagai landasan utama. Dalam konteks ini, industri musik menjadi komponen penting dalam ekonomi kreatif. Cakupannya luas, meliputi seluruh rangkaian proses mulai dari penciptaan, reproduksi, hingga pendistribusian karya musik dan lagu. Industri ini dihuni oleh beragam pelaku kreatif, mulai dari penyanyi, pencipta lagu, hingga komposer, yang bersama-sama membentuk ekosistem musik yang dinamis dan inovatif..

Industri musik adalah istilah yang merujuk pada semua pihak yang terlibat dalam penciptaan, pertunjukan, rekaman, promosi, dan pengelolaan bisnis musik. Industri musik juga bisa diartikan sebagai individu dan organisasi yang memperoleh uang dengan menjadikan musik sebagai sumber pendapatan utama mereka. Industri musik merupakan subsektor dari industri kreatif yang berkaitan dengan kreasi, komposisi, penulisan, penciptaan, produksi, hingga pemasaran sebuah karya musik.

Bidang usaha yang fokus pada perdagangan unsur-unsur musik, seperti komposisi dan rekaman, dikenal dengan industri musik. Ciri khasnya mencakup serangkaian proses mulai dari penciptaan hingga distribusi karya, yang melibatkan jaringan kolaborasi yang kompleks antara entitas perusahaan dan individu kreatif. Lanskap industri ini ditandai oleh beragam talenta seperti vokalis, penulis lagu, dan komposer, dan didukung oleh berbagai pemain kunci termasuk label rekaman, penerbit musik, fasilitas rekaman, produser, dan pakar audio. Seluruh elemen tersebut bersinergi dalam siklus produksi, mulai dari kreasi, reproduksi, hingga distribusi karya musik, sehingga tercipta ekosistem industri yang dinamis dan beragam dalam memproduksi dan memasarkan produk musik.

Industri musik adalah bisnis yang memperdagangkan komposisi, rekaman, atau aspek lain yang menghubungkan bisnis dengan musik. Perkembangan industri musik di Indonesia terbagi menjadi tiga periode utama: pertama, periode 1900-an, kedua, periode 1975-2005 dan ketiga, periode 2010 hingga sekarang. Pada tahun 1990-an, musik masih disajikan dalam bentuk piringan hitam atau vinyl, dengan proses produksinya terbatas karena menggunakan pita hitam. Pada era 1975-2005, industri musik mulai beralih ke teknologi digital, didukung oleh perkembangan alat rekaman dan perangkat lain seperti kamera. Musik di era ini dapat dinikmati baik secara audio maupun visual, dengan musisi menjual karya mereka dalam format album fisik. Sejak tahun 2010, industri musik memasuki era modern, di mana penggunaan pita hitam dan piringan hitam telah ditinggalkan, digantikan oleh DAW digital. Platform seperti YouTube, Spotify, dan iTunes menjadi sarana promosi, dan musisi sekarang lebih sering merilis lagu tunggal (single) daripada album seperti di masa sebelumnya.

Lirik lagu sebagai pesan yang disampaikan melalui media musik merupakan sarana komunikasi yang kuat dan kompleks antara pencipta lagu dan pendengarnya. Berfungsi sebagai media narasi dan ekspresi emosi, lirik dapat menyampaikan ide, perasaan atau pengalaman pribadi secara ringkas dan puitis. Konteks sosial dan budaya seringkali tercermin dalam lirik, menjadikannya alat yang potensial untuk kritik sosial atau komentar budaya. Interpretasi lirik bersifat personal, dipengaruhi oleh pengalaman pendengar, dan berinteraksi dengan elemen musik lainnya untuk menciptakan makna yang lebih dalam. Aspek puitis dari liriknya, termasuk penggunaan bahasa kiasan dan simbol, menambah kompleksitas dan daya tariknya. Lirik juga dapat memiliki pesan tersembunyi, mempengaruhi budaya pop, dan berfungsi sebagai media pendidikan atau persuasi. Keunikan lirik terletak pada kemampuannya memadukan kekuatan kata dengan emosi yang ditimbulkan oleh musik, sehingga menciptakan bentuk komunikasi yang kuat dan multidimensi.

2.3 Konstruksi Tanda -Tanda Nilai Semangat Hidup dalam Lirik Lagu

Semangat hidup merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang mencapai tujuan, mengatasi rintangan, dan menjalani hidup dengan penuh tekad.

Perspektif mengenai semangat hidup dapat berbeda-beda antara satu individu dengan individu lainnya, tergantung pada pengalaman hidup, nilai, dan keyakinan masing-masing orang. Seringkali para pendengar menyukai lirik lagu yang bertemakan semangat kehidupan karena pesan-pesannya yang inspiratif dan memotivasi. Mereka menyampaikan pesan-pesan positif tentang mengatasi rintangan, mengejar impian, dan tekun menghadapi tantangan hidup. Lirik semacam ini mampu membangkitkan semangat dan energi positif pendengarnya, sehingga membantu mereka lebih termotivasi dalam menghadapi berbagai situasi dalam kehidupan sehari-hari.

Musik yang menginspirasi hidup seringkali didasarkan pada unsur-unsur yang membangkitkan semangat dan optimisme di antara pendengarnya. Hal ini dicapai melalui lirik-lirik yang mendorong, melambungkan ketekunan, dan menyajikan gambaran tentang keberanian dalam menghadapi berbagai tantangan. Ritme yang dinamis dan penuh semangat juga dapat memberikan energi positif kepada pendengar, sementara melodi yang ceria bisa meningkatkan semangat dan kebahagiaan.

Tema-tema yang diangkat dalam lirik lagu semangat hidup sering kali mencakup keberanian, tekad, dan keyakinan diri. Pesan-pesan yang memberi inspirasi dan mendorong semangat untuk terus bertahan dan mengatasi rintangan sering menjadi fokus utama. Terkadang, lagu semangat hidup juga mengisahkan tentang kesuksesan, ketekunan, dan perjalanan menuju impian, yang mampu memotivasi pendengar untuk terus berjuang mencapai tujuan mereka.

Dalam hal musik, lagu semangat hidup sering mengandalkan instrumen dan aransemennya yang enerjik. Ini bisa termasuk penggunaan gitar listrik, drum yang kuat, dan elemen-elemen musik lain yang membangkitkan semangat. Tidak jarang, lagu semangat hidup juga memanfaatkan paduan suara atau vokal yang menggelegar untuk menambahkan dimensi emosional dan kekuatan pada pesan yang disampaikan. Secara keseluruhan, lagu semangat hidup diciptakan untuk memberikan dorongan positif kepada pendengarnya, menyajikan energi yang

membara, dan mengilhami mereka untuk menghadapi kehidupan dengan semangat dan keteguhan hati.

Dalam lirik lagu, konstruksi berperan penting dalam menciptakan narasi, emosi, dan makna yang menggerakkan semangat hidup. Konstruksi dalam lirik lagu mencakup berbagai elemen seperti penggunaan bahasa, imaji, metafora, ritme, dan nada, yang bersama-sama membentuk pengalaman mendengarkan yang mendalam dan mempengaruhi perasaan serta pemikiran pendengarnya.

Pesan dalam penyusunan lirik lagu dapat disampaikan melalui beragam cara. Ini bisa meliputi penggunaan kata-kata yang tepat, metafora, atau gambaran yang kuat untuk menggambarkan ide, emosi, atau pesan tertentu kepada pendengar. Selain itu, pesan dalam lirik lagu juga dapat tercermin melalui pengaturan aspek musikal seperti nada, ritme, dan ekspresi vokal yang dipilih oleh penyanyi. Tak hanya itu, tema yang diangkat dalam lirik juga memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan pesan kepada pendengar, baik itu terkait dengan cinta, kehidupan, perjuangan, semangat hidup atau topik lainnya. Semua elemen ini bekerja sama untuk menciptakan pengalaman yang mendalam bagi pendengar dan menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta lagu.

Dalam lirik lagu, nilai semangat hidup sering kali tercermin melalui penggunaan kata-kata yang memberikan dorongan dan motivasi kepada pendengar agar tetap optimis dan bersemangat menghadapi segala aspek kehidupan. Sebagai contoh, mari kita lihat lirik lagu “Manusia Kuat” oleh Tulus :

*Kau bisa patahkan kakiku
Tapi tidak mimpi-mimpiku
Kau bisa lumpuhkan tanganku
Tapi tidak mimpi-mimpiku*

Untuk menggapai semua impianku lagu tersebut mengekspresikan semangat pantang menyerah dan keinginan kuat untuk bangkit kembali setelah

menghadapi kesulitan. Dengan demikian, lirik lagu semacam ini mampu menginspirasi pendengar untuk menemukan kekuatan dalam diri mereka sendiri dan terus berjuang dalam menghadapi segala tantangan kehidupan.

Dalam konstruksi tanda menurut Peirce, penting untuk disadari bahwa makna suatu tanda tidak semata-mata berasal dari korelasi langsungnya dengan objek yang ditandakan; tetapi juga tergantung pada penafsiran atau pemahaman pengguna terhadap tanda tersebut. Konsekuensinya, makna suatu tanda dapat berbeda-beda tergantung pada faktor kontekstual dan pengalaman individu dalam mengamati atau memanfaatkan tanda tersebut.

Konstruksi melibatkan proses pembentukan atau penciptaan sesuatu, termasuk gagasan, realitas, makna, atau struktur, yang terjadi melalui interaksi manusia atau aktivitas manusia dalam berbagai konteks. Dalam ilmu komunikasi, konstruksi sering dikaitkan dengan bagaimana makna, realitas, atau identitas dibangun dan dipahami oleh individu atau kelompok melalui interaksi sosial, media massa, atau budaya.

Proses konstruksi melibatkan tahap pemilihan, penyusunan, dan interpretasi informasi, simbol, dan tanda-tanda yang tersedia. Individu atau kelompok membentuk pemahaman tentang dunia mereka melalui representasi yang mereka buat menggunakan bahasa, simbol, dan tindakan. Selain itu, konstruksi sering terkait dengan pembentukan narasi atau cerita yang mempengaruhi persepsi dan pemahaman kita tentang sesuatu.

Tanda dapat diartikan sebagai sesuatu yang, berdasarkan konvensi sosial yang sudah ada, dianggap mewakili hal lain. Istilah semiotik pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Amerika, Charles Sanders Peirce, yang mengaitkan semiotik dengan logika. Peirce mengembangkan konsep semiotik dalam konteks filsafat pragmatisme. Dalam bukunya *How to Make Our Ideas Clear*, Peirce menggambarkan semiotik sebagai “doktrin formal mengenai tanda-tanda.” (Suherdiana, 2015).

Semiotika adalah studi atau teknik analisis yang digunakan untuk mempelajari tanda-tanda. Tanda-tanda merupakan alat yang digunakan dalam usaha untuk memahami realitas dunia, dalam konteks manusia dan interaksi antar manusia (Diputra & Nuraeni, 2022). Jadi Semiotika ini sangat penting untuk memahami sebuah tanda yang memiliki makna yang berbeda beda sesuai dengan penafsir yang memahami tanda tersebut.

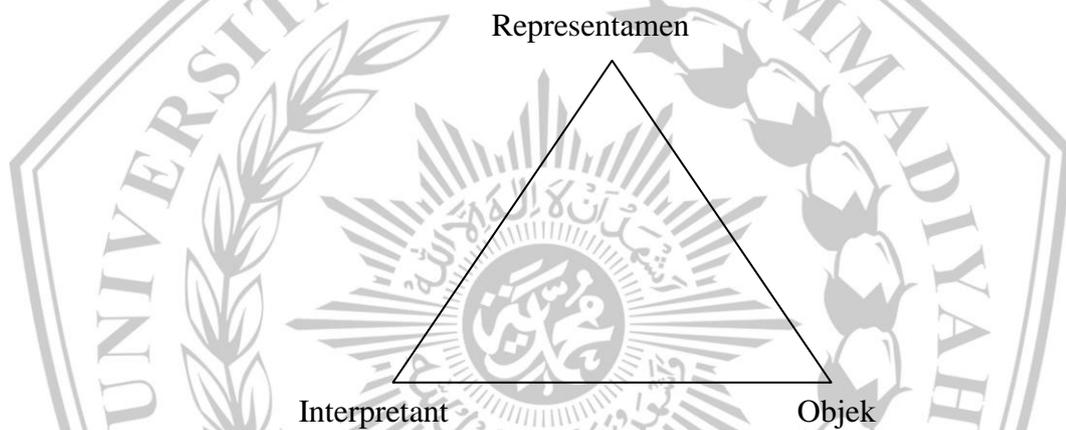
Secara etimologis, istilah “semiotika” berasal dari kata Yunani “simeon,” yang berarti “tanda,” atau dapat juga berasal dari istilah bahasa Inggris “semiotics.” Sinonim lain untuk semiotika adalah semiologi. Dari segi terminologi, semiotika digambarkan sebagai disiplin ilmu yang mempelajari tanda-tanda, yang dianggap sebagai konvensi sosial dasar dengan makna tertentu. Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis yang digunakan untuk mempelajari tanda-tanda, yang berfungsi sebagai alat untuk mencari makna dalam kehidupan manusia dan berinteraksi dengan sesama. (Diputra & Nuraeni, 2022).

Semiotika adalah cabang ilmu yang mempelajari tanda-tanda (signs) serta cara penggunaan tanda-tanda tersebut dalam komunikasi untuk membentuk makna dalam berbagai konteks budaya, sosial, dan bahasa. Konsep semiotika pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Charles Sanders Peirce pada abad ke-19, kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh ahli linguistik Ferdinand de Saussure. (Andari, 2023). Semiotika dapat dipahami sebagai ilmu yang menganalisis tanda-tanda atau kajian tentang cara sistem penandaan bekerja.

Menurut Charles Sanders Peirce (1991), manusia berpikir dalam tanda, dan itulah mengapa ia menciptakan ilmu tentang tanda yang disebut semiotika. Baginya, semiotika adalah sinonim dengan logika, dan ia menyatakan bahwa “kita berpikir dalam tanda.” Manusia sebagai Homo Significans selalu menciptakan tanda-tanda dan memberikan interpretasi terhadap mereka (Gerung et al., 2023). Teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce membagi konsep semiotika menjadi tiga bagian, yang dikenal sebagai trikotomi, yaitu

representamen, interpretant, dan objek. Teori ini menekankan pada hubungan trikotomi antara tanda-tanda dalam karya sastra. Dalam konteks karya sastra, hubungan trikotomi tersebut meliputi hubungan berdasarkan kemiripan unsur yang disebut ikon, hubungan sebab-akibat yang disebut indeks, dan hubungan tanda yang disebut simbol (Ansori et al., 2023).

Menurut teori semiotika Charles Sanders Peirce, semiotika berlandaskan pada logika, karena logika mempelajari cara orang berpikir, sementara penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda (Sari Rahayu, 2021). Dalam teori Peirce, terdapat beberapa model terkenal yang terdiri dari tiga elemen dasar, yang biasa disebut triadic, dan konsep trikotomi yang meliputi hal-hal berikut:



Gambar 1.1 Model Semiotika Charles Sanders Peirce

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi model yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce, yang dikenal dengan sebutan Model Triadic Peirce. Model ini terdiri dari tiga elemen, yaitu Representamen, Objek, dan Interpretant.

Peirce juga mengklasifikasikan tanda menjadi tiga jenis berdasarkan hubungannya dengan Representamen, Objek dan Interpretant :

Representamen

- 1) Representamen: Dalam konteks musik, representamen mencakup nada, ritme, melodi, dan instrumen yang digunakan. Dalam lirik, representamen adalah kata-kata yang digunakan. Dalam lirik lagu, representamen bisa berupa kata-kata, gambar, gerakan, dan pengaturan visual lainnya. Dalam trikotomi, terdapat tiga elemen dari tanda, yaitu:

1. Qualisign : Tanda yang berfungsi berdasarkan kualitas atau sifat tertentu. Agar dapat berfungsi sebagai tanda, ia harus memiliki kualitas yang khas.
 2. Sinsign : Tanda yang menunjukkan kemiripan atau kesamaan. Sinsign bisa dikenali sebagai pernyataan individu yang belum dibakukan atau dilembagakan.
 3. Legisign : Tanda yang beroperasi berdasarkan aturan atau norma umum yang berlaku. Tanda ini sah karena diatur oleh peraturan atau norma yang diterima secara luas.
- 2) Objek: Objek dalam konteks ini adalah pengalaman atau konsep yang ingin disampaikan oleh pencipta musik, penulis lirik, atau sutradara video. Ini bisa berupa emosi, cerita, pesan, atau konsep lainnya yang ingin disampaikan melalui karya tersebut. Hubungan nyata dengan jenis dasarnya dibagi menjadi tiga, yaitu:
1. Icon: Dalam lirik lagu, deskripsi atau gambaran yang menggambarkan objek atau perasaan bisa berfungsi sebagai ikon. Sebagai contoh, dalam lirik “berjalan di bawah sinar matahari,” ini dapat dianggap sebagai ikon dari kehangatan atau kebahagiaan yang terkait dengan sinar matahari.
 2. Index: Tanda-tanda indeksial dalam lirik lagu bisa menunjukkan hubungan sebab-akibat atau kedekatan spasial antara elemen-elemen dalam lagu. Misalnya, dalam lirik “langkah-langkah terdengar di lorong gelap,” langkah-langkah tersebut dapat dianggap sebagai tanda indeks dari keberadaan seseorang dalam ruangan yang gelap.
 3. Simbol: Simbol-simbol dalam lirik lagu dapat mewakili konvensi sosial atau makna konvensional yang diterima secara luas. Contohnya, kata-kata seperti “cinta,” “kebebasan,” atau “kebahagiaan” sering digunakan dalam lirik lagu sebagai simbol untuk konsep-konsep abstrak yang memiliki makna yang mendalam dalam masyarakat.

3) Interpretant: Interpretant adalah bagaimana pendengar atau penonton menginterpretasikan atau memahami pesan atau makna dari musik, lirik, atau video tersebut. Interpretant bisa bervariasi antara individu, tergantung pada latar belakang budaya, pengalaman pribadi, dan konteks sosial mereka.

Terdapat tiga jenis hubungan dalam pemikiran tentang penanda :

1. Rheme, yaitu tanda yang bersifat pengganti sederhana. Rheme adalah tanda yang menggambarkan kemungkinan kualitatif mengenai objek tertentu.
2. Dicient, yaitu tanda yang mencerminkan kenyataan. Contohnya, jika suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka akan dipasang rambu lalu lintas di trotoar sebagai tanda bahwa jalan tersebut rawan kecelakaan.
3. Argument, yaitu tanda yang memberikan alasan atau penjelasan tentang sesuatu.

Konsep semiotika Charles Sanders Peirce menekankan pada hubungan trikotomi antara tanda-tanda dalam karya sastra, yaitu hubungan antara objek, representamen, dan interpretan. Dalam hubungan trikotomi ini, terdapat tiga bagian, yaitu: pertama, hubungan tanda yang dilihat berdasarkan persamaan antara unsur-unsur yang dirujuk, yang disebut sebagai 'ikon'; kedua, hubungan tanda yang dilihat dari adanya sebab-akibat antara unsur-unsur sebagai sumber acuan, yang dikenal sebagai 'indeks'; dan ketiga, hubungan tanda yang didasarkan pada konvensi antara sumber yang dijadikan acuan, yang disebut 'simbol'. (Siregar & Wulandari, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis lirik lagu "Secukupnya dan Evaluasi" dengan fokus pada bagian yang membangun konstruksi tanda-tanda semangat hidup, menggunakan teori segitiga makna Peirce, yang mencakup Representamen, Objek, dan Interpretant. Analisis ini akan disajikan dalam bentuk tabel seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:

Representamen	
Objek	
Interpretant	

Tabel 2.1 Tabel Analisis penelitian

Dalam analisis lirik lagu “Secukupnya dan Evaluasi,” setiap bait lirik akan diidentifikasi dalam bagian Representamen. Penjelasan terkait setiap bait lirik tersebut akan dijelaskan dalam bagian Objek, yang mencakup fakta-fakta yang ada. Di bagian Objek, juga akan disertakan narasi yang mendampingi lirik tersebut. Sementara itu, bagian Interpretant akan menjelaskan bagaimana semangat hidup direpresentasikan melalui setiap bait lirik. Setelah analisis dilakukan dalam format tabel, peneliti akan memberikan penjelasan tambahan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai konteksnya. Untuk memperkuat kredibilitas penelitian ini, peneliti juga akan menambahkan teori motivasi sebagai bagian dari pendukung analisis.

Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan atau tujuan yang menjadi kekuatan utama yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai atau memperoleh apa yang diinginkannya, baik dalam konteks positif maupun negatif. Kata “motivasi” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “motivation,” yang berakar dari kata “motive,” yang juga digunakan dalam bahasa Melayu sebagai “motif,” yang berarti tujuan atau usaha untuk mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu. Secara sederhana, motivasi merujuk pada perubahan dalam diri seseorang yang melibatkan perasaan, aspek psikologis, dan emosi, yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau aktivitas tertentu berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan tujuan mereka. Secara teoritis, motivasi dapat ditingkatkan melalui komunikasi, salah satunya melalui teori motivasi McClelland.

Teori Motivasi McClelland, yang dikembangkan oleh David McClelland, mengidentifikasi tiga kebutuhan utama yang mempengaruhi motivasi individu dalam konteks pekerjaan dan pencapaian. Ketiga kebutuhan tersebut adalah:

1) Kebutuhan Akan Prestasi (Need for Achievement):

Individu dengan kebutuhan prestasi yang tinggi memiliki dorongan kuat untuk mencapai tujuan-tujuan yang menantang dan berhasil. Mereka sering menetapkan standar tinggi untuk diri mereka sendiri dan berusaha menyelesaikan tugas dengan efisiensi dan keunggulan. Mereka lebih suka bekerja dalam situasi yang memungkinkan mereka untuk mengambil tanggung jawab pribadi atas hasil dan menerima umpan balik yang jelas tentang kinerja mereka.

2) Kebutuhan Akan Afiliasi (Need for Affiliation)

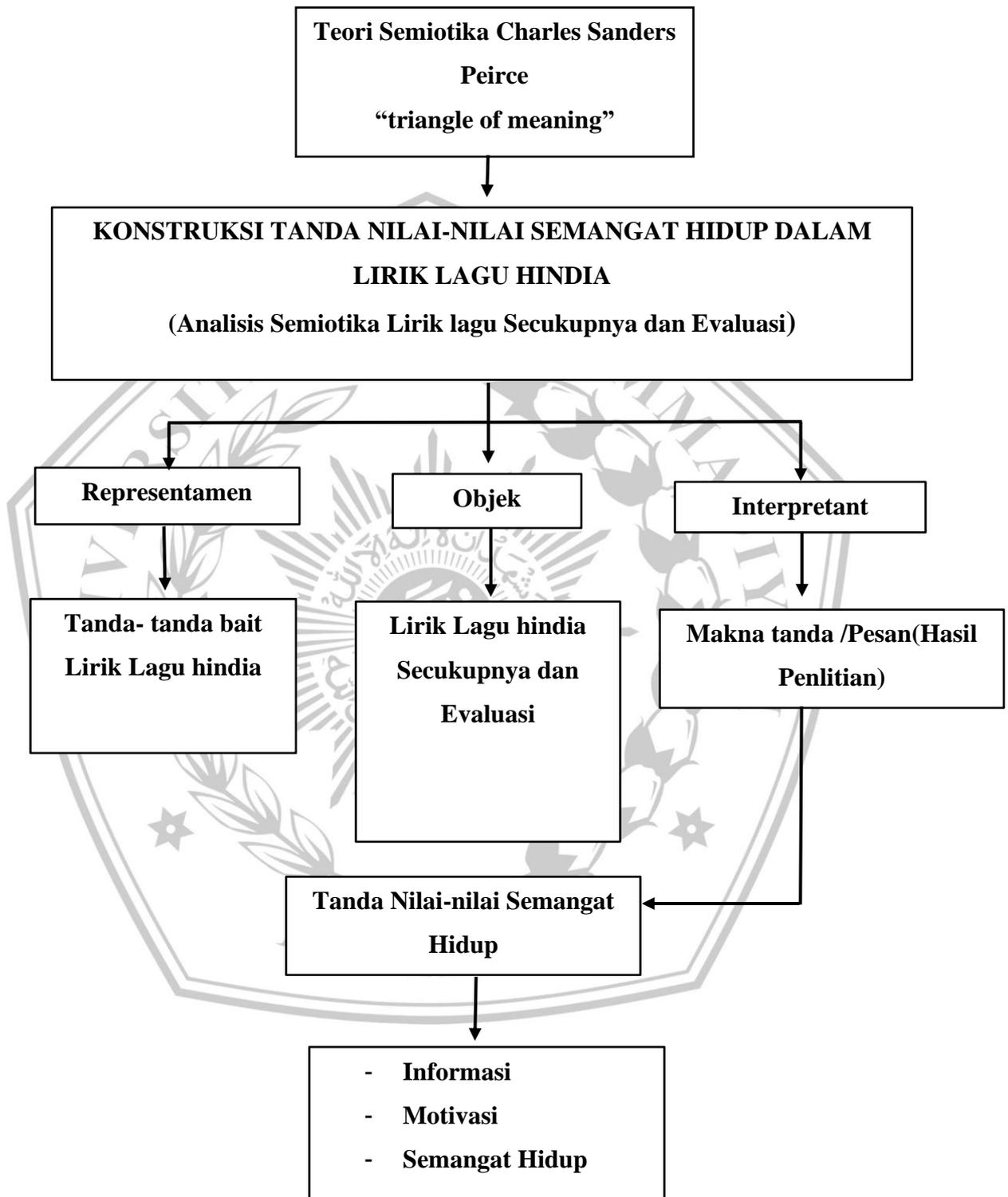
Orang dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi sangat menghargai hubungan sosial dan ingin diterima serta disukai oleh orang lain. Mereka lebih suka bekerja dalam lingkungan yang harmonis dan kooperatif serta sering mencari dukungan dan persetujuan dari rekan-rekan mereka. Mereka cenderung menghindari konflik dan lebih fokus pada menjaga hubungan baik dengan orang lain.

3) Kebutuhan Akan Kekuasaan (Need for Power)

Individu dengan kebutuhan kekuasaan yang tinggi memiliki dorongan untuk mempengaruhi, mengendalikan, atau memimpin orang lain. Mereka tertarik pada posisi kepemimpinan dan ingin memberikan dampak dalam organisasi atau komunitas mereka. Kebutuhan akan kekuasaan terbagi menjadi dua jenis: kekuasaan pribadi, yang berfokus pada kontrol diri sendiri, dan kekuasaan institusional, yang berfokus pada pengaruh dalam konteks organisasi atau kelompok.

Menurut McClelland, setiap individu memiliki kombinasi unik dari ketiga kebutuhan ini, dengan satu kebutuhan seringkali lebih dominan daripada yang lain. Memahami kebutuhan-kebutuhan ini dapat membantu dalam merancang lingkungan kerja yang memotivasi individu sesuai dengan kebutuhan dominan mereka, serta dalam mengembangkan strategi kepemimpinan dan manajemen yang efektif.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka berpikir diolah oleh peneliti

2.5 Peneliti Terdahulu

NO	Penulis & Judul	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian	Metode penelitian
1	Risna Rosseliana – Universitas Pasundan – 2018 - “Pemaknaan Lirik Lagu Fana Merah Jambu yang dipopulerkan oleh Fourtwnty”	Skripsi – Universitas Pasundan Institutional Repositories & Scientific Journals	Lirik lagu “Fana Merah Jambu” mempunyai sebuah makna yang positif. Pemaknaan realitas eksternal pun akan mudah ditemui di dalam lirik tersebut.	Kualitatif dengan analisis wacana Norman Fairclough
2	Agung Dwi Prasetyo – UPN Veteran Surabaya – 2012 - Pemaknaan Lirik Lagu “Belanja Sampai Mati” Karya Band Efek Rumah Kaca	Skripsi – UPN Jatim Institutional Repository	Lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati adalah motivasi dan penggugah untuk tidak berperilaku konsumtif dan bergaya hidup boros.	Kualitatif Semiotika Ferdinand De Saussure
3	Asril Bayu Pradana – Universitas Islam Sultan Agung Semarang – 2022 - PEMAKNAAN LIRIK LAGU EVALUASI (Studi Analisis Semiotika	Skripsi – Unissula Institutional Repository	Lirik Lagu Evaluasi adalah pesan yang mempunyai isi pesan yang positif serta menekankan terhadap betapa pentingnya <i>self</i>	Deskriptif Kualitatif Semiotika Charles Sanders Peirce

	Pemaknaan Lirik Lagu Evaluasi yang Dipopulerkan Oleh Hindia)		<i>awareness</i> dan <i>mental health</i>	
4	Muhammad Alvin Maulana Bahrian Semarang – 2021 - PEMAKNAAN LIRIK LAGU SECUKUPNYA (Studi Analisis Semiotika Pemaknaan Lirik Lagu Evaluasi yang Dipopulerkan Oleh Hindia)	Skripsi – Unissula Institutional Repository	Lirik Lagu Secukupnya memiliki pesan-pesan yang berisikan pesan positif dan menekankan akan pentingnya self awareness tentang apapun yang sedang dialami dan dihadapi oleh kita sebagai manusia	Deskriptif Kualitatif Semiotika Charles Sanders Peirce

Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu

Yang membedakan penelitian saya dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah adanya perbedaan rumusan masalah dan metodologi penelitian yang digunakan. Investigasi ini memberikan penekanan yang lebih besar pada Representamen, objek, dan Interpretant dengan analisis teori Charles Sanders Peirce.

2.6 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan bagian penting dalam penelitian yang memberikan gambaran atau penjelasan mengenai sifat-sifat atau ciri khas dari masalah yang akan diteliti. Setelah mengkaji berbagai teori yang sudah dibahas sebelumnya, kita dapat merumuskan definisi konseptual untuk setiap variabel yang terlibat dalam penelitian.

1. Komunikasi Massa Melalui Lirik Lagu: Lirik lagu berperan sebagai sarana komunikasi massa, yang merupakan cara penyampaian informasi, ide, atau emosi kepada khalayak luas melalui berbagai media. Dalam hal ini, lirik lagu bukan hanya menyampaikan pesan verbal (melalui kata-kata) tetapi juga pesan non-verbal (melalui irama dan melodi) yang bertujuan untuk mempengaruhi atau menyentuh perasaan pendengar.
2. Industri Musik dalam Ekonomi Kreatif: Industri musik termasuk dalam ekonomi kreatif yang mencakup berbagai proses dari penciptaan, perekaman, hingga penyebaran karya musik. Industri ini bergantung pada kreativitas untuk menciptakan daya tarik dan menjadi sarana penting dalam menyampaikan pesan sosial, budaya, dan ekonomi kepada publik.
3. Konstruksi Tanda Semangat Hidup dalam Lirik Lagu: Pesan semangat hidup dalam lirik lagu merupakan konstruksi tanda yang mengandung dorongan dan inspirasi untuk menghadapi tantangan. Dalam kajian semiotika, tanda-tanda ini dapat berupa ikon (representasi pengalaman visual), indeks (hubungan sebab-akibat), atau simbol (makna umum yang diterima) yang berfungsi memotivasi pendengar melalui pilihan kata, melodi, dan ekspresi musik.
4. Model Triadik Peirce dalam Semiotika: Menurut teori semiotika Charles Sanders Peirce, tanda terbentuk dari tiga elemen utama yang saling berkaitan yaitu Representamen, Objek, dan Interpretant. Representamen adalah bentuk fisik dari tanda, seperti kata atau melodi dalam lagu, yang berfungsi sebagai penanda awal. Objek mewakili makna atau ide yang disampaikan oleh tanda, seperti perasaan atau gagasan yang ingin diungkapkan. Interpretant, yaitu pemahaman atau interpretasi yang

diberikan pendengar terhadap tanda tersebut, dipengaruhi oleh latar belakang dan konteks yang dimiliki setiap individu.

5. Motivasi dalam Musik: Berdasarkan teori motivasi David McClelland, kebutuhan akan pencapaian, hubungan, dan pengaruh memiliki peran dalam mendorong individu. Dalam konteks musik, motivasi ini terwujud melalui lirik yang menginspirasi pendengar untuk mencapai tujuan, merasa terhubung, atau memperoleh pengaruh, sehingga menjadikan lirik sebagai media yang menginspirasi perubahan positif.

