

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa dan Media Musik

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada audiens luas dan heterogen melalui media berbasis teknologi. Produksi pesan berlangsung terstruktur dan disebarakan serempak kepada khalayak yang terpisah ruang serta waktu. McQuail (2010) menegaskan ciri utama komunikasi massa meliputi jangkauan luas, audiens anonim, dan penggunaan media sebagai perantara utama. Media tidak sekadar berfungsi sebagai saluran, melainkan juga sebagai institusi yang turut membentuk realitas sosial. Karakter tersebut menempatkan komunikasi massa sebagai arena penting dalam produksi dan distribusi makna pada masyarakat modern. Pemahaman ini memperlihatkan bagaimana media berperan dalam memengaruhi cara individu memahami realitas sosial.

Perkembangan teknologi informasi memperluas bentuk komunikasi massa hingga melampaui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Media digital memungkinkan distribusi pesan berlangsung cepat, interaktif, dan menjangkau audiens tanpa batas geografis. McQuail (2010) menyatakan bahwa transformasi ini mengubah pola distribusi pesan sekaligus relasi antara produsen dan audiens. Audiens tidak lagi diposisikan sebagai penerima pasif, melainkan terlibat aktif dalam proses komunikasi. Dinamika tersebut menunjukkan bahwa komunikasi massa terus berkembang mengikuti perubahan teknologi. Perubahan itu turut memengaruhi cara pesan diproduksi, disebarakan, dan dimaknai oleh masyarakat.

Perluasan ini berdampak pada definisi media massa yang kini mencakup bentuk hiburan seperti musik. Musik tidak lagi sekadar dipahami sebagai karya seni, tetapi sebagai medium komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara luas. Lull (1992) menjelaskan bahwa musik memiliki fungsi komunikatif kuat karena mampu menghadirkan pesan emosional dan sosial secara simultan. Lirik dan melodi bekerja bersama membentuk pengalaman bermakna bagi pendengar. Kemampuan menjangkau audiens besar serta membentuk persepsi sosial memperkuat posisi musik sebagai bagian dari komunikasi massa. Karakter tersebut menjadikan musik efektif dalam menyampaikan pesan simbolik kepada masyarakat.

Kedekatan musik dengan kehidupan sehari-hari memperkuat perannya sebagai medium komunikasi yang reflektif dan dinamis. Pesan dalam musik sering berkaitan dengan pengalaman emosional, nilai kehidupan, dan dinamika sosial individu. Storey (2018) memandang budaya populer, termasuk musik, sebagai ruang produksi makna yang mencerminkan kondisi sosial. Proses pemaknaan tidak bersifat linear karena audiens menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang sosial dan budaya masing-masing, sebagaimana ditegaskan McQuail (2010). Lull (1992) menambahkan bahwa pengalaman mendengarkan musik melibatkan refleksi personal yang menghubungkan pesan dengan pengalaman individu. Interaksi ini menghasilkan pluralitas makna, sehingga musik tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga medium yang membentuk persepsi, emosi, dan identitas sosial audiens.

2.2 Musik sebagai Media Komunikasi dan Teks Budaya

Musik dipahami sebagai medium komunikasi yang menyampaikan pesan melalui perpaduan lirik, melodi, ritme, dan harmoni yang saling terhubung. Pesan yang dihadirkan tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga nonverbal melalui nuansa emosional yang dibangun oleh komposisi musikal. Lull (1992) menjelaskan bahwa musik memiliki kemampuan unik dalam menjangkau dimensi afektif audiens secara langsung. Pendengar tidak sekadar memahami pesan secara kognitif, tetapi juga merasakannya secara emosional. Karakter ini menjadikan musik sebagai medium yang kompleks dan multidimensional. Posisi tersebut menegaskan bahwa fungsi musik melampaui sekadar hiburan.

Sifat simbolik musik memperkuat kemampuannya dalam menyampaikan makna yang beragam. Setiap unsur musikal mengandung simbol yang dapat ditafsirkan berbeda oleh audiens sesuai pengalaman hidup masing-masing. Barthes (1977) menyatakan bahwa teks budaya, termasuk musik, tidak memiliki makna tunggal dan selalu terbuka terhadap interpretasi. Lirik dapat merepresentasikan pengalaman sosial, sementara melodi memperkuat suasana emosional yang ingin disampaikan. Interaksi antarunsur tersebut menciptakan ruang interpretasi yang luas bagi pendengar. Keberagaman ini menjadikan musik sebagai teks yang dinamis dan terus dimaknai ulang.

Pemahaman tersebut mengarahkan perhatian pada proses produksi dan konstruksi makna dalam budaya populer. Storey (2018) menjelaskan bahwa budaya populer merupakan arena produksi, distribusi, dan negosiasi makna

sosial. Musik sebagai bagian darinya mencerminkan kondisi sosial sekaligus membentuk cara pandang masyarakat. Lagu tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga memengaruhi cara audiens memahaminya. Interaksi ini menunjukkan bahwa musik berperan aktif dalam pembentukan makna sosial. Relasi antara musik dan audiens berlangsung secara berkelanjutan dan saling memengaruhi.

Keterkaitan musik dengan pengalaman personal memperlihatkan kedalaman hubungan antara teks dan audiens. Pendengar sering mengaitkan lirik dengan pengalaman hidup sehingga menghasilkan makna yang subjektif. Lull (1992) menegaskan bahwa aktivitas mendengarkan musik melibatkan refleksi diri yang membantu individu memahami emosi secara lebih mendalam. Lagu kerap menjadi sarana untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diungkapkan secara langsung. Lingkungan sosial dan nilai budaya turut memengaruhi proses pemaknaan tersebut, sebagaimana ditegaskan Barthes (1977). Variasi interpretasi ini menunjukkan bahwa makna musik bersifat terbuka dan dipengaruhi oleh latar belakang sosial yang beragam.

Perkembangan musik sebagai bagian dari budaya populer memperkuat perannya sebagai medium komunikasi yang efektif. Storey (2018) menyatakan bahwa budaya populer terus berubah mengikuti dinamika sosial dan kebutuhan audiens. Musik mampu menciptakan keterhubungan emosional dan merepresentasikan pengalaman kolektif yang dirasakan bersama, sebagaimana dijelaskan Lull (1992). Pendengar tidak hanya membangun makna personal, tetapi juga merasakan keterikatan sosial melalui pengalaman yang serupa. Barthes (1977) menegaskan bahwa audiens berperan aktif dalam menentukan

makna dan menegosiasikan identitas melalui teks budaya. Kekuatan simbolik ini menjadikan musik berpengaruh dalam membentuk cara pandang, nilai, serta identitas sosial audiens.

2.3 Audiens dalam Komunikasi Massa

Audiens merupakan elemen sentral dalam komunikasi massa yang berperan sebagai penerima sekaligus penafsir pesan media. Keberadaannya tidak terpisahkan dari proses produksi dan distribusi pesan yang dilakukan oleh media. McQuail (2010) menjelaskan bahwa audiens bersifat heterogen, anonim, dan tersebar luas sehingga tidak dapat dipahami sebagai kelompok yang seragam. Latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman yang beragam memengaruhi cara mereka memahami pesan. Keragaman ini menjadikan audiens sebagai entitas yang kompleks dalam proses komunikasi. Posisi tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pesan tidak bersifat universal.

Perkembangan studi komunikasi massa mengubah cara pandang terhadap audiens dari pasif menjadi aktif. Pendekatan awal melihat audiens sebagai pihak yang mudah dipengaruhi oleh media tanpa kemampuan interpretasi, sebagaimana dijelaskan McQuail (2010). Model efek kuat menempatkan media sebagai aktor dominan dalam membentuk perilaku audiens. Kritik terhadap pendekatan ini menyoroti pengabaian terhadap peran interpretatif audiens. Perubahan perspektif kemudian menempatkan audiens sebagai subjek yang memiliki kemampuan memaknai pesan. Pergeseran ini membuka ruang bagi pemahaman yang lebih dinamis tentang relasi media dan audiens.

Paradigma baru menegaskan bahwa audiens berperan aktif dalam proses komunikasi melalui aktivitas decoding. Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman sosial dan budaya yang mereka miliki. Makna yang dihasilkan tidak selalu sejalan dengan maksud produsen media. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi massa bersifat interaktif dan tidak linear. Audiens bertindak sebagai produsen makna sekunder yang turut membentuk arti pesan. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa makna media bersifat terbuka dan beragam.

Keaktifan ini berkaitan erat dengan pengalaman personal dan posisi sosial audiens. Morley (1992) menyatakan bahwa interpretasi terhadap teks media dipengaruhi oleh pengalaman sehari-hari serta latar belakang sosial. Perbedaan tersebut menghasilkan variasi pemaknaan yang bersifat subjektif. Hall (1980) menambahkan bahwa audiens dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan media. Kebebasan ini menunjukkan adanya ruang negosiasi antara pesan dan interpretasi. Proses resepsi yang dijelaskan McQuail (2010) menegaskan bahwa audiens aktif dalam membangun makna berdasarkan pengalaman mereka.

Peran aktif audiens semakin terlihat dalam praktik penggunaan media dan perkembangan teknologi digital. Audiens tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga mengintegrasikan pesan ke dalam kehidupan sehari-hari serta membentuk identitas, sebagaimana dijelaskan Morley (1992). McQuail (2010) menekankan bahwa teknologi memperluas partisipasi audiens dalam memilih, membagikan, dan merespons konten. Hall (1980) menyatakan bahwa makna media selalu terbuka untuk ditafsirkan ulang oleh audiens. Interaksi ini

menunjukkan bahwa komunikasi massa bersifat timbal balik dan dinamis. Posisi audiens menjadi strategis dalam pembentukan makna dan realitas sosial.

2.4 Teori Analisis Resepsi

Analisis resepsi merupakan pendekatan dalam studi komunikasi dan budaya yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam memaknai pesan media. Pendekatan ini muncul sebagai kritik terhadap pandangan yang memposisikan audiens sebagai pihak pasif dalam alur komunikasi linear. Fiske (1987) menjelaskan bahwa makna media tidak sepenuhnya ditentukan oleh produsen, melainkan terbentuk melalui interaksi antara teks dan audiens. Setiap individu memiliki kebebasan untuk menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman serta latar belakang yang dimiliki. Media dipandang sebagai ruang terbuka yang memungkinkan munculnya beragam makna. Perspektif ini menegaskan peran sentral audiens dalam proses komunikasi.

Akar pendekatan ini berada pada kajian budaya yang melihat media sebagai bagian dari praktik sosial yang lebih luas. Hall (1980) menegaskan bahwa teks media tidak memiliki makna tetap karena selalu terbuka terhadap berbagai interpretasi. Audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga mengolahnya menggunakan kerangka referensi sosial dan budaya yang dimiliki. Faktor pengalaman individu turut memengaruhi proses interpretasi yang berlangsung. Makna yang dihasilkan bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Pandangan ini menunjukkan bahwa komunikasi massa tidak dapat dipahami sebagai proses yang sederhana.

Keragaman interpretasi menjadi ciri utama dalam analisis resepsi yang menempatkan audiens pada posisi berbeda dalam memahami pesan. Morley

(1992) menjelaskan bahwa teks yang sama dapat menghasilkan makna yang beragam bergantung pada latar belakang sosial audiens. Perbedaan ini tidak menunjukkan kesalahan, tetapi mencerminkan kekayaan makna yang terkandung dalam media. Audiens berperan dalam membentuk makna yang relevan dengan kehidupan mereka. Fiske (1987) menambahkan bahwa konsumsi media merupakan praktik aktif yang melibatkan pemaknaan berkelanjutan. Proses ini menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai sumber dalam membangun identitas dan memahami realitas sosial.

Pemaknaan tersebut tidak terlepas dari pengaruh faktor sosial yang melingkupi audiens. Hall (1980) menekankan bahwa posisi sosial seperti kelas, pendidikan, dan pengalaman hidup memengaruhi cara individu memahami pesan. Morley (1992) menyatakan bahwa interpretasi merupakan hasil interaksi antara teks media dan kondisi sosial audiens. Perbedaan latar belakang menghasilkan variasi makna yang bersifat situasional. Fiske (1987) menambahkan bahwa aspek emosional juga berperan dalam proses pemaknaan media. Audiens tidak hanya memahami pesan secara rasional, tetapi juga mengaitkannya dengan pengalaman emosional yang dimiliki.

Interaksi antara faktor sosial, budaya, dan emosional memperlihatkan kompleksitas hubungan antara media dan audiens. Hall (1980) menjelaskan bahwa interpretasi melibatkan berbagai dimensi yang saling berinteraksi dan menghasilkan makna yang personal. Morley (1992) menegaskan bahwa audiens menegosiasikan pesan sesuai dengan pengalaman hidup mereka. Fiske (1987) melihat audiens sebagai produsen makna yang aktif dalam proses komunikasi. Makna yang terbentuk tidak selalu sejalan dengan maksud

produsen media. Analisis resepsi menempatkan proses negosiasi ini sebagai inti dalam memahami komunikasi massa.

2.5 Teori Encoding–Decoding Stuart Hall

Teori encoding–decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall merupakan kerangka penting dalam kajian komunikasi massa dan studi budaya. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi tidak bersifat linear, melainkan melibatkan tahap encoding dan decoding. Encoding merujuk pada proses produksi pesan oleh media, sedangkan decoding berkaitan dengan cara audiens menafsirkan pesan tersebut. Hall (1980) menegaskan bahwa makna tidak ditransmisikan secara langsung, tetapi dikonstruksi melalui interaksi antara teks dan audiens. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi bersifat kompleks dan terbuka terhadap berbagai kemungkinan makna. Pemahaman ini menjadi dasar dalam melihat posisi audiens terhadap pesan media.

Tahap encoding menekankan peran produsen dalam membentuk pesan menggunakan kode tertentu seperti bahasa, simbol, dan struktur naratif. Hall (1980) menjelaskan bahwa produksi pesan dipengaruhi oleh ideologi, nilai sosial, dan struktur kekuasaan yang melingkupi produsen media. Pesan yang dihasilkan mencerminkan cara pandang tertentu terhadap realitas sosial. Tujuan dari proses ini adalah menghadirkan makna dominan yang diharapkan diterima oleh audiens. Produksi pesan tidak bersifat netral karena selalu terkait dengan kepentingan tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa media berperan dalam membentuk representasi realitas.

Makna dominan yang dihasilkan tidak selalu diterima secara utuh oleh audiens pada tahap decoding. Hall (1980) menegaskan bahwa audiens

memiliki peran aktif dalam menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan latar belakang sosial. Proses decoding melibatkan interpretasi yang dapat berbeda dari maksud produsen. Audiens memahami pesan sesuai kerangka referensi yang mereka miliki. Situasi ini menunjukkan bahwa makna bersifat terbuka dan tidak tetap. Perbedaan interpretasi menjadi fokus utama dalam memahami relasi antara media dan audiens.

Variasi interpretasi tersebut melahirkan konsep posisi resepsi yang terdiri dari tiga bentuk utama. Hall (1980) mengemukakan posisi dominant-hegemonic ketika audiens menerima makna dominan secara utuh. Posisi negotiated muncul saat audiens menerima sebagian makna sambil menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi. Posisi oppositional terjadi ketika audiens menolak makna dominan dan membangun interpretasi alternatif. Ketiga posisi ini menunjukkan beragam cara audiens memaknai pesan media. Konsep ini menjadi dasar penting dalam analisis resepsi audiens.

Perbedaan posisi resepsi tidak terlepas dari pengaruh faktor sosial yang melingkupi audiens. Morley (1992) menjelaskan bahwa latar belakang sosial, pengalaman hidup, dan nilai budaya memengaruhi cara audiens memahami pesan. Hall (1980) menambahkan bahwa interpretasi juga dipengaruhi oleh struktur kekuasaan dan ideologi yang berkembang dalam masyarakat. Audiens tidak hanya menafsirkan pesan, tetapi juga bernegosiasi dengan nilai-nilai tersebut. Makna yang dihasilkan mencerminkan posisi sosial audiens dan kondisi yang melingkupinya. Teori encoding–decoding menegaskan bahwa komunikasi massa merupakan interaksi antara produksi pesan dan interpretasi yang dinamis.

2.6 Posisi Resepsi Audiens dalam Perspektif Encoding–Decoding

Posisi resepsi audiens merupakan konsep kunci yang menjelaskan bagaimana individu menempatkan diri saat memaknai pesan media. Gagasan ini berangkat dari pemikiran Stuart Hall yang menegaskan bahwa audiens bersifat aktif dalam proses interpretasi. Hall (1980) menjelaskan bahwa makna tidak sepenuhnya ditentukan oleh produsen media, tetapi terbentuk melalui interaksi antara pesan dan pengalaman audiens. Posisi resepsi menggambarkan pola penerimaan serta penafsiran terhadap makna yang dikodekan dalam teks media. Variasi posisi menunjukkan bahwa makna bersifat plural dan terbuka. Pemahaman ini menjadi dasar untuk melihat perbedaan respons audiens terhadap pesan.

Proses decoding menjadi fondasi dalam memahami posisi resepsi audiens. Hall (1980) menjelaskan bahwa decoding melibatkan kemampuan individu membaca simbol sekaligus menggunakan kerangka sosial dan budaya yang dimiliki. Setiap individu membawa pengalaman hidup yang berbeda sehingga menghasilkan interpretasi yang beragam. Variasi ini menegaskan bahwa tidak ada makna yang bersifat mutlak. Posisi resepsi muncul dari cara audiens menafsirkan pesan sesuai referensi mereka. Kebebasan ini memperlihatkan bahwa audiens memiliki kendali dalam menentukan makna.

Posisi dominant-hegemonic mencerminkan penerimaan penuh terhadap makna dominan yang dikodekan oleh produsen. Hall (1980) menjelaskan bahwa kondisi ini terjadi ketika audiens memiliki kesamaan nilai dan pengalaman dengan pesan yang disampaikan. Audiens memahami pesan tanpa perubahan signifikan dan menganggapnya relevan dengan kehidupan mereka.

Morley (1992) menyatakan bahwa keselarasan dengan struktur sosial memperkuat penerimaan tersebut. Pesan diterima sebagai sesuatu yang wajar tanpa banyak pertanyaan. Situasi ini menunjukkan keberhasilan penyampaian makna dominan.

Posisi negotiated menunjukkan adanya kompromi antara makna dominan dan pengalaman pribadi audiens. Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens menerima sebagian pesan sambil menyesuaikannya dengan kondisi yang mereka alami. Interpretasi yang muncul bersifat campuran antara penerimaan dan penyesuaian. Morley (1992) menyatakan bahwa posisi ini mencerminkan praktik keseharian audiens dalam memahami media. Audiens tidak sepenuhnya tunduk, tetapi juga tidak menolak secara total. Proses ini memperlihatkan fleksibilitas dan dinamika dalam pemaknaan.

Posisi oppositional mencerminkan penolakan terhadap makna dominan serta munculnya interpretasi alternatif. Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens memahami pesan, tetapi menafsirkannya berdasarkan kerangka yang bertentangan. Sikap kritis menjadi ciri utama dalam posisi ini. Morley (1992) menyatakan bahwa perbedaan pengalaman dan nilai mendorong audiens membangun makna baru. Faktor sosial dan psikologis turut memengaruhi posisi resepsi yang diambil audiens. Variasi ini menunjukkan bahwa pemaknaan media bersifat kompleks dan tidak seragam.

2.7 Musik Populer dan Generasi Muda

Musik populer merupakan bentuk budaya yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Kehadirannya tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium yang memuat nilai, ide, dan

pengalaman sosial. Storey (2018) menjelaskan bahwa budaya populer, termasuk musik, menjadi arena produksi makna yang mencerminkan dinamika masyarakat. Akses yang luas membuat musik mudah dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Karakter ini menjadikannya efektif dalam menyampaikan pesan sosial dan emosional. Posisi tersebut menunjukkan pentingnya musik populer dalam kehidupan generasi muda.

Kedekatan ini terlihat dari kemampuan musik dalam merepresentasikan pengalaman hidup generasi muda. Lagu-lagu populer sering mengangkat tema identitas, relasi sosial, dan tekanan kehidupan sehari-hari. Bennett (2000) menyatakan bahwa musik menjadi sarana untuk memahami diri dan lingkungan sosial. Lirik dan melodi memungkinkan individu mengekspresikan perasaan yang sulit disampaikan secara langsung. Proses ini menunjukkan fungsi reflektif musik dalam kehidupan individu. Relasi tersebut menjadikan musik sebagai bagian integral dari pengalaman generasi muda.

Keterkaitan musik dengan identitas memperlihatkan bahwa konsumsi musik bersifat personal dan bermakna. Storey (2018) menjelaskan bahwa budaya populer memberi ruang bagi individu untuk membangun identitas melalui media. Pendengar mengaitkan lagu dengan pengalaman hidup sehingga menghasilkan makna subjektif. Musik tidak hanya dikonsumsi, tetapi juga digunakan untuk membentuk cara pandang diri. Bennett (2000) menambahkan bahwa musik dapat merepresentasikan afiliasi sosial dan identitas kelompok. Proses ini menunjukkan bahwa musik memiliki fungsi sosial yang kuat dalam kehidupan generasi muda.

Peran musik juga terlihat dalam aspek emosional yang berkaitan dengan keseharian generasi muda. Lagu digunakan untuk mengekspresikan berbagai perasaan seperti kebahagiaan, kesedihan, dan kecemasan. DeNora (2000) menjelaskan bahwa musik dapat memengaruhi suasana hati dan membantu individu mengelola emosi. Generasi muda memanfaatkan musik sebagai sarana coping terhadap tekanan hidup. Pemilihan lagu dilakukan sesuai dengan kebutuhan emosional yang dirasakan. Proses ini menunjukkan bahwa musik memiliki fungsi terapeutik dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi digital semakin memperkuat peran musik dalam kehidupan generasi muda. Akses terhadap musik menjadi lebih mudah melalui platform streaming yang memungkinkan konsumsi tanpa batas ruang dan waktu. Storey (2018) menyatakan bahwa teknologi memperluas jangkauan budaya populer dan mempercepat distribusi musik. Bennett (2000) menambahkan bahwa kemunculan genre seperti musik indie menawarkan ekspresi yang lebih personal dan autentik. Relevansi tema dalam musik memperkuat keterikatan emosional antara pendengar dan lagu. Kondisi ini menunjukkan bahwa musik populer memiliki peran strategis dalam membentuk kehidupan sosial dan emosional generasi muda.

2.8 Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai resepsi audiens terhadap musik populer telah menjadi perhatian penting dalam studi komunikasi dan budaya karena musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyampai pesan yang sarat makna sosial dan emosional. Musik sebagai teks budaya memungkinkan audiens melakukan proses decoding yang beragam sesuai

dengan latar belakang pengalaman dan nilai yang dimiliki. Penelitian oleh Adzkiya dan Asrita (2024) mengenai resepsi penonton terhadap video musik “Tutur Batin” karya Yura Yunita menunjukkan bahwa mayoritas audiens berada pada posisi dominant dan negotiated reading. Audiens pada posisi dominant menerima pesan utama yang berkaitan dengan penerimaan diri dan keberagaman, sementara posisi negotiated memperlihatkan adanya penyesuaian makna dengan pengalaman personal. Temuan ini menegaskan bahwa posisi resepsi audiens terbentuk melalui interaksi antara pesan media dan pengalaman individu. Variasi ini menunjukkan bahwa makna media tidak pernah bersifat tunggal.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu et al. (2024) memperlihatkan keragaman posisi resepsi audiens terhadap soundtrack film “Air Mata di Ujung Sajadah” dengan menggunakan pendekatan encoding–decoding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens menempati posisi dominant, negotiated, dan oppositional dalam memahami pesan emosional yang disampaikan. Posisi dominant terlihat pada penerimaan penuh terhadap makna haru dan konflik batin, sedangkan negotiated menunjukkan penyesuaian makna berdasarkan pengalaman pribadi seperti kehilangan dan relasi keluarga. Posisi oppositional muncul ketika audiens menolak pesan emosional karena tidak sesuai dengan nilai yang mereka miliki. Penelitian ini menegaskan bahwa posisi resepsi tidak bersifat seragam dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman sosial serta kondisi psikologis audiens. Variasi posisi tersebut memperlihatkan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam memaknai pesan media.

Pendekatan serupa terlihat dalam penelitian Hamdani dan Suranto (2020) yang mengkaji resepsi audiens terhadap lagu “Peradaban” karya .Feast. Lagu tersebut mengandung kritik sosial yang kuat terhadap kondisi masyarakat dan realitas politik kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar audiens berada pada posisi dominant reading, di mana mereka menerima pesan kritik sosial secara utuh dan memaknainya sebagai refleksi kondisi nyata. Audiens dalam posisi ini tidak hanya memahami makna eksplisit, tetapi juga menginternalisasi pesan sebagai bentuk kesadaran sosial. Temuan ini memperlihatkan bahwa keselarasan antara pengalaman audiens dan pesan media dapat memperkuat posisi dominant. Situasi ini menunjukkan bahwa posisi resepsi sangat dipengaruhi oleh relevansi pesan terhadap realitas sosial audiens.

Isu kesehatan mental dalam musik populer juga menjadi perhatian dalam penelitian Raudha dan Abrian (2023) yang mengkaji lagu “Satu Kali” karya Tulus. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa lagu dapat berfungsi sebagai medium validasi emosional bagi audiens, khususnya kalangan remaja dan mahasiswa. Pendengar memaknai lirik lagu sebagai ruang untuk mengekspresikan emosi yang sulit diungkapkan secara langsung. Proses ini memperlihatkan bahwa audiens cenderung berada pada posisi negotiated, di mana mereka menerima pesan namun mengaitkannya dengan pengalaman personal. Lagu tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga dirasakan secara emosional. Temuan ini menunjukkan bahwa posisi resepsi sangat berkaitan dengan kondisi psikologis audiens.

Penelitian oleh Aulia dan Rahmadhani (2025) mengkaji peran musik Hindia dalam memberikan makna hidup bagi generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik-lirik Hindia memiliki resonansi emosional yang kuat karena bersifat reflektif dan dekat dengan pengalaman sehari-hari. Audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga menggunakannya sebagai sarana refleksi diri dan pemahaman kondisi psikologis. Posisi resepsi yang muncul cenderung berada pada dominant dan negotiated karena adanya keselarasan antara pesan dan pengalaman hidup audiens. Musik diposisikan sebagai medium terapeutik yang membantu individu menghadapi tekanan hidup. Temuan ini memperlihatkan bahwa posisi resepsi dipengaruhi oleh kedekatan emosional antara teks dan audiens.

Penelitian Narti et al. (2022) mengenai pemaknaan lagu Bugis “Alosi Ripolo Dua” menunjukkan bahwa resepsi musik sangat dipengaruhi oleh identitas budaya dan pengalaman sosial audiens. Mahasiswa perantau memaknai lagu tersebut sebagai simbol kerinduan terhadap kampung halaman dan identitas lokal. Proses ini memperlihatkan bahwa audiens cenderung menempati posisi negotiated karena mengaitkan pesan lagu dengan pengalaman merantau. Musik berfungsi sebagai medium yang mengaktifkan memori dan emosi yang berkaitan dengan pengalaman hidup. Temuan ini menegaskan bahwa latar belakang sosial budaya memiliki peran penting dalam membentuk posisi resepsi. Variasi makna yang muncul menunjukkan kompleksitas dalam proses decoding.

Kondisi tersebut memiliki relevansi dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang juga menghadapi pengalaman merantau dan

tekanan akademik. Lagu Secukupnya berpotensi dimaknai sebagai refleksi pengalaman hidup yang penuh tantangan dan tekanan emosional. Lirik yang mengangkat tema kelelahan, penerimaan diri, dan kebutuhan akan jeda memberikan ruang bagi audiens untuk melakukan refleksi personal. Audiens dapat menempatkan diri pada posisi dominant ketika pesan dirasakan relevan, atau negotiated ketika disesuaikan dengan pengalaman masing-masing. Proses ini menunjukkan bahwa posisi resepsi bersifat dinamis dan bergantung pada kondisi individu. Relasi antara teks dan pengalaman menjadi kunci dalam memahami makna lagu.

Penelitian Anindyaguna dan Santosa (2021) mengenai lagu “Kami Belum Tentu” karya .Feast menunjukkan bahwa interpretasi audiens terhadap musik sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan pengalaman hidup. Penelitian tersebut menemukan bahwa audiens menghasilkan pemaknaan yang beragam terhadap pesan kritik sosial yang disampaikan. Sebagian audiens menerima pesan sebagai kritik terhadap pemerintah, sementara yang lain menafsirkannya secara berbeda atau bahkan mempertanyakannya. Variasi ini menunjukkan adanya posisi dominant, negotiated, dan oppositional dalam resepsi audiens. Perbedaan interpretasi memperlihatkan bahwa audiens memiliki kemampuan kritis dalam memahami media. Situasi ini menegaskan bahwa makna media bersifat terbuka.

Kajian oleh Arfian Suryasuciramdhan et al. (2024) terhadap lagu “Membasuh” karya Hindia menunjukkan bahwa musik dapat berfungsi sebagai cermin psikologis bagi mahasiswa. Audiens mengidentifikasi diri dengan narasi yang disampaikan dalam lagu, sehingga menghasilkan keterikatan

emosional yang kuat. Proses ini memperlihatkan bahwa audiens tidak hanya memahami pesan, tetapi juga menempatkan diri dalam pengalaman yang diceritakan. Posisi resepsi yang muncul cenderung *negotiated* karena adanya proses penyesuaian antara teks dan pengalaman personal. Musik menjadi sarana untuk memahami dan mengelola emosi. Temuan ini menunjukkan bahwa makna lagu bersifat personal dan dinamis.

Aspek psikologis dalam resepsi musik juga diperkuat oleh penelitian Indraswari dan Sofyaningrum (2025) yang menunjukkan bahwa musik memiliki pengaruh positif terhadap kesejahteraan emosional. Penelitian tersebut membuktikan bahwa musik mampu meningkatkan relaksasi dan menurunkan kecemasan pada lansia. Temuan ini memperlihatkan bahwa musik memiliki fungsi universal dalam memengaruhi kondisi psikologis individu. Meskipun objek penelitian berbeda, pola besar yang muncul menunjukkan bahwa musik dapat menjadi *medium* regulasi emosi. Hal ini relevan dengan pengalaman mahasiswa yang menggunakan musik sebagai sarana *coping*. Musik berperan dalam membentuk kondisi emosional audiens.

Pendekatan resepsi sebagaimana dijelaskan oleh Natonis et al. (2025) menegaskan bahwa audiens merupakan subjek aktif yang melakukan proses interpretasi secara selektif. Audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga melakukan *negosiasi* dan *resistensi* berdasarkan pengalaman hidup mereka. Faktor seperti latar belakang pendidikan, lingkungan sosial, dan pengalaman emosional memengaruhi posisi resepsi yang diambil. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki pengalaman yang kompleks terkait *perantaraan*, tekanan akademik, dan pencarian identitas. Pengalaman tersebut

membentuk cara mereka memaknai pesan dalam lagu “Secukupnya”. Proses ini menunjukkan bahwa posisi resepsi bersifat kontekstual dan berlapis.

Keseluruhan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa resepsi audiens terhadap musik populer selalu melibatkan proses interpretasi yang aktif dan beragam. Audiens dapat menempati posisi dominant, negotiated, maupun oppositional dalam memahami pesan media. Variasi posisi tersebut dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan psikologis yang membentuk pengalaman individu. Lagu sebagai teks budaya tidak memiliki makna tunggal, tetapi selalu terbuka terhadap berbagai kemungkinan interpretasi. Temuan ini memperkuat relevansi pendekatan encoding–decoding dalam memahami resepsi audiens. Kajian ini memberikan landasan kuat bagi penelitian untuk menganalisis posisi resepsi mahasiswa terhadap lagu “Secukupnya” karya Hindia.

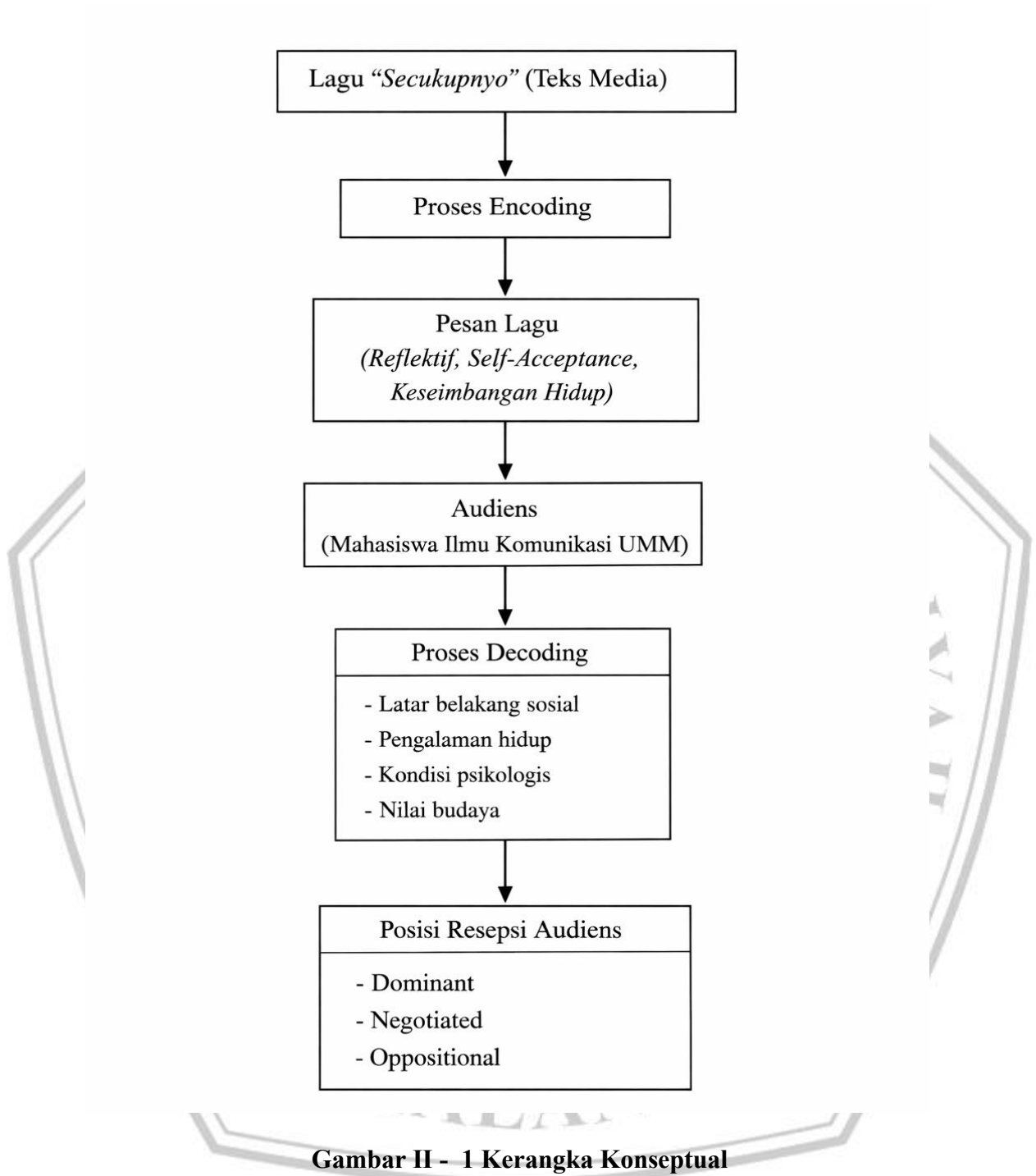
Beberapa penelitian terdahulu tersebut disajikan dalam tabel II - 1 penelitian terdahulu berikut:

Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Objek Penelitian	Fokus & Teori	Metode	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian Ini
1	Adzkiya & Asrita (2024)	Video musik “ <i>Tutur Batin</i> ” – Yura Yunita	Resepsi audiens; teori encoding–decoding Stuart Hall	Kualitatif	Audiens berada pada posisi <i>dominant</i> dan <i>negotiated reading</i> terkait isu penerimaan diri dan keberagaman fisik	Menunjukkan bahwa musik populer dimaknai secara aktif dan beragam oleh audiens
2	Ayu et al. (2024)	Soundtrack film <i>Air Mata di Ujung Sajadah</i>	Resepsi audiens; Stuart Hall	Kualitatif	Ditemukan tiga posisi decoding: <i>dominant</i> , <i>negotiated</i> , dan <i>oppositional</i> ; makna dipengaruhi pengalaman hidup	Menguatkan kerangka resepsi Stuart Hall pada teks musikal
3	Hamdani & Suranto (2020)	Lagu “ <i>Peradaban</i> ” – .Feast	Kritik sosial dalam musik; resepsi audiens	Kualitatif	Mayoritas audiens berada pada posisi <i>dominant reading</i> terhadap pesan sosial-politik	Relevan untuk melihat penerimaan pesan reflektif dan kritis dalam lagu
4	Raudha & Abrian (2023)	Lagu “ <i>Satu Kali</i> ” – Tulus	Kesehatan mental dalam lirik lagu	Analisis kualitatif	Lagu dimaknai sebagai ruang validasi emosional dan ekspresi perasaan	Menunjukkan fungsi terapeutik lagu bagi audiens muda
5	Aulia & Rahmadhani (2025)	Musik Hindia pada Gen Z	Makna hidup dan resonansi emosional	Kualitatif	Musik Hindia berfungsi sebagai media refleksi diri dan alat terapeutik	Sangat relevan karena objek penelitian sama-sama karya Hindia

No	Peneliti & Tahun	Objek Penelitian	Fokus & Teori	Metode	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian Ini
6	Narti et al. (2022)	Lagu Bugis "Alosi Ripolo Dua"	Identitas budaya dan resepsi mahasiswa perantau	Kualitatif	Lagu dimaknai sebagai pengikat identitas, nostalgia, dan memori kolektif	Paralel dengan kondisi mahasiswa perantau UMM
7	Anindyaguna & Santosa (2021)	Lagu "Kami Belum Tentu" – .Feast	Interpretasi makna & audiens aktif (Osgood)	Kualitatif	Tafsir audiens beragam sesuai latar sosial dan kedekatan isu	Menguatkan asumsi audiens sebagai subjek aktif
8	Arfian Suryasuciramdhan et al. (2024)	Lagu "Membasuh" – Hindia	Musik sebagai ekspresi diri mahasiswa	Kualitatif	Lagu Hindia menjadi cermin psikologis dan bagian pembentukan identitas	Mendukung pandangan lagu Hindia sebagai teks terbuka
9	Indraswari & Sofyaningrum (2025)	Musik keroncong pada lansia	Musik dan kesejahteraan psikologis	Eksperimen	Musik menurunkan kecemasan dan meningkatkan suasana hati	Menguatkan fungsi universal musik terhadap kondisi emosional
10	Natonis et al. (2025)	Resepsi media (konseptual)	Audiens aktif & resepsi media	Kajian teoretis	Pemaknaan media bersifat aktif, berlapis, dan personal	Menjadi landasan konseptual penelitian resepsi mahasiswa UMM

2.11 Kerangka Konseptual



Gambar II - 1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara teks media, audiens, dan proses pemaknaan yang menghasilkan posisi resepsi. Penelitian berangkat dari asumsi bahwa lagu tidak hanya menyampaikan pesan satu arah, tetapi membuka ruang interpretasi bagi pendengar. Lagu *Secukupnya*

karya Hindia diposisikan sebagai teks media yang memuat pesan reflektif tentang kehidupan, kelelahan mental, dan penerimaan diri. Pesan tersebut dikodekan melalui lirik dan unsur musikal yang sarat makna. Audiens tidak sekadar menerima, tetapi menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman hidup masing-masing. Relasi ini menunjukkan bahwa komunikasi bersifat dinamis dan terbuka terhadap beragam makna.

Proses pemaknaan dijelaskan melalui pendekatan encoding–decoding yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif. Tahap encoding merujuk pada pembentukan pesan oleh musisi, sedangkan decoding berkaitan dengan interpretasi audiens. Proses decoding dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman hidup, kondisi psikologis, serta nilai budaya. Faktor-faktor tersebut membentuk kerangka referensi yang digunakan audiens dalam memahami pesan. Perbedaan kerangka referensi menghasilkan variasi makna yang muncul. Situasi ini menunjukkan bahwa makna tidak bersifat tunggal.

Variasi pemaknaan tersebut menghasilkan posisi resepsi yang berbeda pada setiap audiens. Hall membagi posisi resepsi menjadi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional sebagai indikator analisis. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang diposisikan sebagai audiens dengan latar sosial dan pengalaman yang beragam. Kondisi akademik, pencarian identitas, serta dinamika sosial memengaruhi cara mereka memahami lagu. Lagu tersebut dapat dimaknai sebagai refleksi pengalaman hidup, terutama terkait kelelahan mental dan keseimbangan diri. Kerangka ini menempatkan lagu sebagai sumber pesan, mahasiswa sebagai audiens, serta decoding sebagai mekanisme pembentukan makna.