

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Joseph A. Devito menyebutkan bahwa komunikasi massa diartikan sebagai bentuk komunikasi yang diperuntukkan kepada masyarakat luas, melibatkan pengetahuan yang sangat luas. Definisi kedua dari komunikasi massa merujuk pada komunikasi yang menggunakan media pemancar audio dan visual sebagai perantaranya. Komunikasi massa tidak hanya mempelajari media massa itu sendiri, tetapi juga pesan yang disampaikan, audiens yang diincar, dan efek yang timbul pada audiens. Bidang komunikasi massa termasuk dalam kajian ilmiah yang relatif baru bila dibandingkan dengan beberapa disiplin ilmu lainnya, seperti sosiologi dan psikologi. Saat ini, komunikasi massa telah menjadi bagian integral dari disiplin ilmiah yang menyelidiki dinamika media massa dan dampaknya pada masyarakat (Nurudin, 2007).

Sedangkan menurut (Effendy, 2011) bahwa komunikasi massa dianggap sebagai bentuk komunikasi sekunder, di mana individu menyampaikan pesannya kepada orang lain melalui alat atau media kedua, seperti, telepon, telegram, televisi, radio, majalah, surat kabar dan berbagai media lainnya.

2.1.1 Unsur Unsur Komunikasi Massa

Dalam bukunya (Nurudin, 2007) menyebutkan bahwa elemen dari komunikasi massa terdiri dari:

a. Komunikator

Berbeda dengan komunikator dari kategori lain, komunikator yang dibahas dalam konteks ini memiliki perbedaan khusus. Mereka terlibat dalam berbagai bidang komunikasi yang terkait dengan program

televisi. Oleh karena itu, dalam konteks ini, komunikator merujuk kepada individu-individu yang aktif di berbagai segmen media massa.

b. Isi

Menurut Ray Eldon Hiebert dan rekan (1985), terdapat enam kategori konten yang melibatkan informasi dan berita, interpretasi dan analisis, sosialisasi dan pendidikan, persuasi dan hubungan masyarakat, penjualan dan periklanan lainnya, serta hiburan. Fokus pada kategori pertama, yakni informasi dan berita.

c. *Audience*

Dalam konteks media massa, audiens telah mengalami perkembangan yang signifikan baik dalam dimensi ruang maupun waktu. Fenomena ini disebabkan oleh kemampuan media massa untuk menyebarkan informasi secara serentak di berbagai lokasi dan pada waktu yang bersamaan. Oleh sebab itu, media massa dapat menjadi alat komunikasi massa paling efektif untuk terhubung dengan berbagai kelompok sasaran yang berbeda.

d. Umpan Balik

Terdapat dua feedback atau umpan balik, yaitu:

1. Umpan balik langsung

Dapat terjadi ketika dua orang atau sekelompok orang dapat berbicara satu sama lain secara tatap muka.

2. Umpan balik tidak langsung

Istilah “tidak langsung” mengacu pada komunikasi massa dimana tidak ada interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Umpan balik tidak langsung dapat berupa komentar dan rekomendasi atas konten media yang dibagikan oleh komunikator melalui email, misalnya, atau komentar dalam artikel berita yang dipublikasikan secara online. Namun, dalam hal ini, fitur komunikasi massa adalah umpan balik tidak langsung.

e. Gangguan

Terdapat dua jenis gangguan yaitu:

1. Gangguan Saluran

Gangguan pada saluran dapat timbul akibat berbagai faktor, seperti kesalahan pengetikan, penghapusan kata, dan masalah lainnya. Ketidakberfungsian gambar televisi yang tidak optimal merupakan contoh nyata dari gangguan yang dapat memperlambat pengiriman sinyal. Dalam konteks ini, seiring dengan kemajuan teknologi di masyarakat, dampak dari gangguan semakin meningkat.

2. Gangguan Semantik.

Semantik merupakan cabang linguistik yang memfokuskan pada studi struktur kalimat. Sebagai hasilnya, gangguan semantik memiliki perbedaan yang mencolok dibandingkan dengan gangguan saluran yang cenderung bersifat lebih teknis. Gangguan semantik lebih mungkin disebabkan oleh kesalahan dalam pemahaman atau penggunaan bahasa oleh komunikator atau audiens.

f. Gatekeeper

Gatekeeper adalah individu yang memantau dan mengatur proses aliran pesan melalui jalur komunikasi massa, sesuai dengan pandangan John R. Bittner (1996) seperti yang dikutip dalam Nurudin. Dalam konteks ini, gatekeeper memiliki peran penting dan tanggung jawab dalam dunia media. Wartawan, redaktur berita, dan redaktur film adalah contoh-contoh individu kunci di dalam industri media massa. Tugas mereka mencakup pengawasan terhadap komunikasi pesan, di mana mereka memiliki kekuasaan untuk menambahkan, mengurangi, menghentikan, atau bahkan menghapus pesan yang ingin disampaikan kepada publik. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab mereka dalam mengawasi distribusi informasi.

g. Pengatur

Pengatur dalam konteks ini merujuk pada pihak-pihak yang secara langsung tidak terlibat dalam arus penyampaian pesan oleh media massa. Meskipun berada di luar lingkup perusahaan media, mereka memiliki pengaruh signifikan dalam mengontrol praktik redaksional di media massa. Pengadilan, pemerintah, pelanggan, pengiklan, dan entitas lain termasuk dalam kategori pengatur media massa. Regulator di suatu negara memiliki wewenang hukum untuk mengawasi konten atau struktur media, dan bukan hanya membatasi diri pada kebijakan media, contohnya dengan kemampuan untuk menghapus file media. Meskipun regulator ini melibatkan diri dalam tugas-tugas yang mirip dengan gatekeeper, keduanya memiliki perbedaan. Sementara gatekeeper berfokus pada pengawasan langsung terhadap arus informasi, regulator berperan sebagai pihak luar yang mengawasi konten atau struktur media secara lebih menyeluruh.

h. Filter

Dalam konteks ini, filter merujuk pada pertimbangan dari mana audiens menerima pesan. Filter berfungsi sebagai kerangka yang memungkinkan audiens melihat pesan dari perspektif mereka sendiri. Filter memainkan peran krusial dalam proses penyimpanan informasi di dalam ingatan. Aspek-aspek filter melibatkan faktor-faktor seperti psikologi dan elemen-elemen lain yang mempengaruhi cara audiens memproses dan menginterpretasikan pesan yang diterima.

2.1.2 Ciri Komunikasi Massa

Freidson menyebutkan kualitas komunikasi massa meliputi kemampuan komunikasi untuk mengirimkan pesan secara serentak kepada semua individu yang mewakili berbagai strata sosial. Karena komunikasi diterima secara bersamaan selama proses komunikasi massa (Romli, 2017).

2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut (Ardianto, 2007) komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yaitu:

a. Komunikator Terlembagakan

Komunikator menjadi aspek utama dalam ranah komunikasi berbasis massa. Dalam konteks ini, institusi atau lembaga yang terlibat dalam komunikasi massa beroperasi sebagai suatu organisasi kompleks, dan komunikator bekerja di dalam kerangka struktural tersebut. Dengan demikian, jumlah individu yang terlibat dalam proses, keragaman teknologi yang diperlukan, dan biaya yang terkait semuanya memiliki tingkat kompleksitas yang relatif tinggi. Perbandingan ini menunjukkan bahwa kompleksitas komunikasi massa secara jelas berbeda dengan sifat kesederhanaan relatif komunikasi antarpribadi.

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat umum, yang berarti ditujukan untuk semua kalangan tanpa batasan pada kelompok individu tertentu. Pesan yang ditujukan melalui media massa bersifat umum agar dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Fakta, peristiwa, atau opini dapat menjadi dasar dari pesan komunikasi massa. Meskipun begitu, tidak semua fakta atau kejadian di sekitar kita dapat menjadi berita dalam media massa. Sebagian besar komunikator perlu mencari cara agar pesan yang disampaikan melalui media massa dianggap penting atau menarik, atau bahkan keduanya, untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikasi massa dalam konteks ini berarti, komunikasi bersifat disamarkan tidak secara langsung dan beragam. Berbeda dengan interaksi interpersonal, di mana kedua pihak harus saling mengenali identitas, seperti nama, tempat lahir, gelar, pekerjaan, serta sikap dan

perilaku masing-masing, komunikasi massa tidak melibatkan tatap muka langsung. Oleh karena itu, komunikator tidak mengenal komunikan secara personal. Secara khusus, komunikan dalam media massa bersifat anonim dan beragam karena mencakup berbagai lapisan masyarakat. Komunikasi massa melibatkan penggunaan media dan tidak memerlukan interaksi tatap muka. Oleh karena itu, komunikan dalam konteks ini tidak dikenal secara personal. Mereka dapat mencakup berbagai faktor seperti umur, gender, tingkat pengetahuan, latar belakang daerah, profesi, kepercayaan, dan status, menciptakan diversitas dalam audiens media massa.

d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Komunikasi massa memiliki keunggulan dibanding dengan bentuk komunikasi yang lain, terletak pada kemampuannya untuk mencapai khalayak sasaran atau komunikan dalam jumlah yang hampir tidak terbatas. Selain itu, komunikasi massa memungkinkan beberapa komunikator secara bersamaan menerima pesan yang sama. Hal ini menciptakan potensi distribusi pesan secara luas dan efisien, memungkinkan pesan yang sama disampaikan kepada audiens yang besar atau bahkan global dengan cepat dan secara serentak.

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dimensi hubungan saat proses komunikasi mencerminkan cara penyampaian pesan, dan juga mengungkapkan hubungan antara para peserta komunikasi. Sementara dimensi isi menyoroti konten atau apa yang sebenarnya dikatakan dalam komunikasi, dimensi hubungan menunjukkan bagaimana pesan tersebut disampaikan. Faktor-faktor seperti nada suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan gaya berkomunikasi merupakan elemen-elemen yang membentuk dimensi hubungan, mempengaruhi persepsi hubungan antar-individu dalam proses komunikasi.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Walaupun komunikasi massa memiliki ciri-ciri yang membuat komunikasi massa lebih unggul dari jenis komunikasi lainnya, terdapat juga ciri-ciri yang membuatnya kurang efektif. Dalam komunikasi massa, interaksi langsung antara pengirim pesan dengan penerima pesan tidak terjadi dikarenakan proses komunikasi melibatkan media massa. Komunikasi massa yang memiliki sifat satu arah, di mana pengirim pesan secara aktif menyampaikan pesan dan penerima pesan secara aktif menerima pesan, akan tetapi tidak terjadi percakapan dua arah antara keduanya seperti dalam komunikasi interpersonal. Kendati informasi dapat disampaikan secara luas, kehilangan interaktivitas menjadi alasan penyebab terjadinya kekurangan ataupun kelemahan dalam komunikasi massa.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Stimulasi sensorik terbatas merupakan salah satu aspek dari komunikasi massa yang dapat dianggap sebagai kelemahannya. Dalam komunikasi interpersonal tatap muka, semua indera yang dimiliki baik oleh komunikator maupun penerima pesan dapat dimanfaatkan penuh. Komunikator dan komunikan dapat langsung menyaksikan, mendengarkan, dan mungkin saja dapat merasakan satu sama lain. Namun, dalam konteks komunikasi massa, rangsangan sensorik tergantung pada media apa yang akan digunakan. Pembaca hanya dapat melihat di koran dan majalah. Audiens hanya dapat mendengar di siaran radio dan melalui rekaman pendengaran. Namun, saat menonton film dan televisi maupun tayangan video lain, kita dapat menggunakan penglihatan dan pendengaran untuk mendapatkan rangsangan sensorik yang lebih lengkap. Meskipun demikian, keterbatasan stimulasi sensorik tetap menjadi salah satu tantangan dalam komunikasi massa ini.

h. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Proses komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa semuanya melibatkan unsur umpan balik, yang

sering disebut sebagai respons atau tanggapan. Umpan balik dari komunikasi seringkali menjadi penanda efektivitas komunikasi. Namun, umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tertunda dan tidak langsung. Hal ini berarti pihak yang bertanggung jawab atas komunikasi massa tidak akan secara langsung memprediksi ataupun mendapatkan respons instan untuk audiens yang dituju. Umpan balik ini mungkin memerlukan waktu untuk terjadi dan bersifat tidak langsung, sehingga mempersulit evaluasi instan terhadap efektivitas pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa.

2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa

Karena ada persamaan dan perbedaan di antara masing-masing fungsi komunikasi, para ahli berbeda pendapat mengenai keragamannya. Dalam (Ardianto, 2007) penjelasan Dominick tentang cara kerja komunikasi massa meliputi:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Dua kategori utama pengawasan komunikasi massa adalah:

1. Pengawasan peringatan (*Warning or beware surveillance*)
2. Pengawasan instrumental (*Instrumental surveillance*)

Memberitakan pesan yang memperingatkan publik terhadap potensi bencana, ancaman inflasi, atau serangan militer yang mungkin berdampak dalam jangka panjang, hal ini mencirikan fungsi pengawasan peringatan. Penyampaian atau penyebarluasan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari mencerminkan fungsi monitoring yang bersifat instrumental. Dalam konteks ini, media bertindak sebagai penyedia wawasan yang dapat membantu masyarakat untuk lebih waspada dan mempersiapkan diri menghadapi peristiwa yang berpotensi signifikan.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Peran interpretasi pada dasarnya serupa dengan fungsi pengawasan dalam kerangka kerja media massa. Media tidak hanya berperan sebagai saluran penyampaian informasi dan fakta, tetapi juga menyajikan analisis mendalam terhadap peristiwa-peristiwa krusial. Proses pemilihan dan penetapan program yang dipublikasikan atau disiarkan dilakukan oleh lembaga media atau entitas bisnis. Misi interpretasi media adalah menginspirasi pembaca atau penonton untuk memperluas pengetahuan mereka dan terlibat dalam dialog personal atau kelompok. Melalui penyajian analisis yang komprehensif, media tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga membantu audiens memahami konteks dan konsekuensi dari berbagai peristiwa. Hal ini menciptakan ruang untuk diskusi lebih lanjut dan memperkaya pemahaman masyarakat terhadap isu-isu yang sedang relevan.

c. *Linkage* (Ikatan)

Media massa memiliki kemampuan untuk membentuk ikatan antara individu-individu dari berbagai lapisan masyarakat berdasarkan kesamaan kepentingan dan hasrat. Media tidak hanya menghubungkan, tetapi juga menjalin koneksi di antara kelompok-kelompok yang memiliki minat serupa meskipun berada dalam lokasi geografis yang berbeda.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Sosialisasi dapat dianggap sebagai sinonim untuk fungsi ini. Sosialisasi adalah suatu proses di mana individu mengadopsi sikap dan perilaku yang tercermin dari kelompok mereka. Masyarakat membaca, menonton, dan mendengarkan media massa yang mencerminkan citra masyarakat. Media secara aktif menggambarkan perilaku dan harapan kolektif kepada kita. Dengan kata lain, media mengilustrasikan kita melalui contoh-contoh orang yang menjadi teladan yang dapat kita ikuti dan tiru.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Penonton memiliki beragam pilihan hiburan yang dapat ditemukan melalui berbagai tayangan televisi. Program siaran radio juga menyediakan alternatif hiburan yang menarik bagi banyak orang. Sementara itu, surat kabar menyampaikan hiburan melalui penyebaran cerita pendek, teka-teki silang, komik, dan berita berjenis minat insani.

Selain itu, Effendy dalam (Ardianto, 2007) menjabarkan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

a. Menyebarkan Informasi

Dalam kasus ini media massa bertujuan untuk memberikan layanan informasi kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Bergantung pada minat individu, audiens media massa memiliki kebutuhan informasi yang bervariasi. Sebagai makhluk sosial, masyarakat selalu merasa tertarik dengan perkembangan peristiwa terkini. Karena mereka ingin memahami peristiwa global, ide atau pandangan orang lain, dan aktivitas serta opini orang lain, Pengguna media massa sering berlangganan koran, radio, majalah maupun menonton televisi.

b. Tujuan Pendidikan

Khalayak dapat menerima pendidikan melalui media massa, dikarenakan media menyuguhkan berbagai informasi bersifat informatif. Salah satu cara untuk mendidik khalayak melalui media massa adalah dengan mengajarkan nilai-nilai, etika, dan aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media mencapai hal ini melalui berbagai bentuk seperti drama, percakapan, dongeng, dan artikel.

c. Fungsi Pengaruh

Pengaruh media massa dapat dipahami melalui berbagai elemen seperti editorial, fitur, iklan, cerita, dan konten lainnya. Iklan dalam televisi dan surat kabar, khususnya, memiliki kekuatan yang signifikan dalam mempengaruhi khalayak.

2.2 Pesan

Istilah pesan terbentuk dari komunikator yang dihantarkan kepada penerima pesan, entah itu lewat tatap muka atau melibatkan media. Pesan tersebut tidak jarang dibarengi oleh dorongan atau maksud yang mendorong komunikator. Ini mengindikasikan bahwa setiap pesan yang sengaja disampaikan menyimpan tujuan tertentu. Sasaran tersebut bisa diarahkan untuk meraih kekuasaan, baik dalam ranah sosial, politik, ekonomi, atau keberlanjutan budaya. (Purwasito, 2017).

Pesan yang terdapat pada lagu selalu memberikan makna yang berbeda tergantung bagaimana si penulis lagu membungkusnya. Pesan pada lirik lagu juga dapat berkembang sesuai dengan interpretasi dari pendengar. Interpretasi merupakan suatu penafsiran mengenai istilah sesuai dengan bagaimana kita memahami suatu pengalaman.

2.3 Lagu

Lagu adalah rangkaian suara atau suara yang diatur sedemikian rupa sehingga membentuk pola yang menyenangkan didengar atau mampu menyampaikan suasana hati maupun emosi. Dengan menggunakan melodi, ritme dan harmoni, musik memiliki kaya akan dimensi untuk diekspresikan melalui berbagai instrumen dan variasi bunyi (Nurdiansyah, 2018).

Manusia sangat terpengaruh oleh musik karena merupakan bentuk hiburan yang menyenangkan dan memiliki kekuatan untuk membentuk karakter serta jiwa manusia. Hal ini terlihat melalui variasi tarian di berbagai genre dan pada anak muda yang diajarkan untuk menjadi lebih lincah melalui gerakan tubuh yang serasi. Dalam tarian dan senam yang disertai musik, kegiatan hiburan ini bahkan telah berkembang menjadi alat untuk kemajuan manusia dan pemenuhan spiritual (Nurdiansyah, 2018).

Definisi yang diberikan menggambarkan lagu sebagai rangkaian bunyi yang diorganisir dalam suatu pola spesifik yang melibatkan bunyi-bunyian

dan keheningan dalam suatu konteks ruang dan waktu. Komponen-komponen seperti irama, melodi, warna nada, dan harmoni hadir dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal yang berkelanjutan. Sumber bunyi ini dapat berasal dari alat musik atau suara manusia. Lagu, sebagai hasilnya, memiliki potensi untuk menyenangkan telinga dan menjadi medium untuk pengeskpresian diri.

2.3.1 Lagu Sebagai Pesan Komunikasi Massa

Dalam konteks komunikasi massa, pesan disampaikan secara massal dari pengirim ke penerima pesan melalui media massa. Lagu adalah suatu bentuk pesan yang dihadirkan kepada audiens, atau sekelompok besar pendengar, melalui media tertentu. Beberapa ciri khas komunikasi massa mencakup sifat satu arah, kelembagaan, pesan umum, terpadu, dan bersifat umum. Lagu juga memperlihatkan karakteristik yang serupa dengan komunikasi massa, di mana hubungan antara musisi dan pendengar bersifat satu arah. Fungsi komunikasi massa sebagai alat persuasif memiliki keterkaitan erat dengan fungsi lagu. Persuasi dapat mencakup perubahan sikap, nilai, atau bahkan inisiasi dalam diri seseorang. Pembuatan lagu seringkali juga menjadi ekspresi dari kesadaran terhadap ketidaksetaraan sosial atau ketidakadilan, yang kemudian dihadirkan kepada media sebagai bentuk kesadaran terhadap realitas sosial di mana lagu tersebut berasal (Yuliarti, 2015).

2.3.2 Lagu Sebagai Media Penyampaian Pesan

Lagu merupakan salah satu bentuk seni yang memegang peran komunikatif yang kuat. Sebagai bagian dari media komunikasi massa, lagu memiliki kemampuan unik untuk menyampaikan pesan, emosi, dan nilai-nilai kepada audiens yang luas. Pertama-tama, lagu memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah diingat dan dapat diulang-ulang. Lirik lagu dapat mengandung pesan politik, sosial, atau emosional yang signifikan. Melalui penggunaan kata-kata yang memikat

dan melodi yang dapat diingat, lagu mampu menciptakan kesadaran, mempengaruhi opini, dan bahkan menginspirasi perubahan sosial (Hidayat, 2014).

Selain itu, musik juga memiliki daya tarik untuk menjalin hubungan emosional antara penyanyi dan pendengar. Kekuatan musik mampu membangkitkan perasaan, memori, dan menggugah sentimen yang mendalam. Lagu bukan hanya sekadar alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi wadah ekspresi emosi pribadi atau bersama yang sulit diungkapkan melalui kata-kata biasa. Dengan cara ini, musik menjadi sarana untuk menyampaikan empati, mempererat ikatan sosial, dan membantu masyarakat merasakan keterhubungan satu sama lain. Namun, perkembangan teknologi juga telah memberikan dampak besar pada peran musik sebagai alat komunikasi massa. Inovasi dalam platform streaming musik dan jejaring sosial telah memberikan kemampuan kepada lagu untuk dengan cepat menyebarluaskan dan mencapai khalayak global. Lagu-lagu yang menjadi viral di media sosial atau terdapat dalam playlist populer di platform streaming musik dapat dengan cepat dikenal oleh jutaan orang dalam waktu singkat. Fenomena ini memberikan peluang bagi lagu untuk menjadi bagian dari budaya yang mencerminkan tren, minat, dan dinamika masyarakat saat ini. Meskipun demikian, kita perlu menyadari bahwa musik juga dapat disalahgunakan sebagai alat komunikasi massa. Lirik yang tidak sesuai, konten yang merendahkan, atau lagu-lagu yang mempromosikan kekerasan dan diskriminasi dapat memiliki dampak negatif pada masyarakat.

Oleh karena itu, lagu sebagai alat komunikasi massa juga membutuhkan tanggung jawab dari pencipta, penyanyi, dan industri musik untuk mempromosikan pesan yang positif, inklusif, dan mendukung kesejahteraan sosial. Secara keseluruhan, lagu sebagai perantara melakukan proses komunikasi massa memiliki peran yang luar biasa dalam menyampaikan pesan, menciptakan ikatan emosional,

merefleksikan nilai-nilai sosial, dan mempengaruhi masyarakat luas. Melalui melodi, lirik, dan kekuatan musik itu sendiri, lagu dapat merangkul perbedaan, menginspirasi perubahan, dan menciptakan pengalaman yang kuat bagi audiens. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, lagu terus menjadi sarana yang penting dalam memperkuat komunikasi massa dan membentuk budaya serta identitas sosial kita.

2.3.3 Fungsi Lagu

Merriam (1964) dalam (Wiflihani, 2016) menjelaskan bahwa ada sepuluh fungsi dari lagu yaitu:

- a. Fungsi Hiburan
- b. Fungsi Komunikasi
- c. Fungsi Perlambangan
- d. Fungsi Reaksi Jasmani
- e. Fungsi Penghayat Estetis
- f. Fungsi Pengungkapan Emosional
- g. Fungsi Pengesahan Lembaga Sosial.
- h. Fungsi Pengintergrasian Masyarakat.
- i. Fungsi Kesenambungan Kebudayaan.
- j. Fungsi Yang Berkaitan Dengan Norma-Norma Sosial

Lagu memiliki tujuan yang lebih dalam selain digunakan dalam konteks tertentu dan menjadi bagian dari masyarakat. Kelangsungan dan pelestarian kelompok biologis dapat dipandang sebagai tujuan musik jika seorang pecinta menggunakan lagu untuk kekasihnya. Mereka menggabungkan mekanisme khusus dengan mekanisme lain, seperti tarian, doa, ritual terencana, dan aktivitas seremonial, ketika pemohon menggunakan musik untuk berkomunikasi dengan dewa. Di sisi lain, musik memiliki tujuan religius yang dapat dipahami untuk menanamkan rasa aman (Wiflihani, 2016).

2.3.4 Elemen-Elemen Lagu

Lagu merupakan gabungan dari elemen yang bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman musik yang utuh. Berikut ini adalah elemen penting dalam sebuah lagu.

1. Lirik

Lirik adalah kata-kata atau teks yang menyampaikan pesan atau cerita dalam lagu. Lirik dapat menggambarkan emosi, narasi, atau pemikiran yang ingin disampaikan oleh pencipta atau penyanyi lagu. Lirik memberikan struktur dan fokus pada lagu, dan dapat menciptakan makna yang dalam dan dapat dirasakan oleh pendengar.

2. Melodi

Melodi adalah serangkaian nada ataupun bunyi yang dimainkan secara berkelanjutan dan membentuk inti dari sebuah lagu. Melodi terdiri dari urutan nada yang terorganisir, dan merupakan elemen yang paling mudah dikenali dalam sebuah lagu. Melodi memainkan peran sentral dalam menentukan suasana lagu dan menghasilkan efek emosional pada pendengar.

3. Instrumen

Instrumen adalah suara dalam lagu yang biasanya dihasilkan oleh alat musik. Ini bisa berupa instrumen musik seperti gitar, piano, drum, bass, atau bisa juga berupa instrumen vokal manusia. Instrumen memberikan karakteristik dan warna unik ke dalam lagu, serta menambah dimensi suara.

4. Aransemen

Aransemen melibatkan pengaturan dan pengorganisasian elemen-elemen musik dalam sebuah lagu. Ini melibatkan pemilihan instrumen, harmoni, ritme, dan melodi yang cocok untuk menciptakan keseluruhan musik yang seimbang dan harmonis (Mubarak, 2021).

2.3.5 Lirik Lagu

Lirik lagu adalah ungkapan seseorang terhadap sesuatu yang dilihat, didengar, atau dialaminya (Awe, 2003). Penyair atau musisi menciptakan karya mereka dengan bermain kata-kata dan bahasa, sambil menggambarkan pengalaman pribadi untuk memberikan daya tarik dan keunikan pada puisi atau lirik mereka. Dalam penggunaan notasi dan melodi yang disesuaikan dengan lirik lagu menguatkan permainan bahasa ini, yang bisa melibatkan permainan suara, gaya bahasa, atau penyimpangan dalam penggunaan kata-kata. Hasilnya, pendengar semakin terpicat oleh pemikiran penulis dan terhubung dengan ekspresi artistik yang disampaikan. (Hidayat, 2014).

Puisi dapat dilihat dari definisi lirik atau lirik musik, dan sebaliknya. Selain itu, menurut Luxemburg (1984), teks puisi tidak hanya mencakup sastra tetapi juga peribahasa, pesan komersial, slogan politik, lagu populer, dan doa. Jika definisi lirik lagu sama dengan puisi, maka puisi perlu didefinisikan. Lirik adalah jenis komposisi penting yang merekam dan menafsirkan pengalaman manusia. (Nurdiansyah, 2018)

2.4 Kritik Sosial

Menurut (Abar, 1997), kritik sosial adalah gaya berkomunikasi yang digunakan dalam masyarakat untuk mempengaruhi perkembangan aktivitas sosial. Dalam konteks ini, kritik sosial memegang peran kunci dalam menegakkan tatanan sosial. Kritik sosial yang efektif dapat menghambat perilaku masyarakat dan individu yang melanggar standar moral atau etika dalam masyarakat. Kritik sosial juga dapat berfungsi sebagai alat untuk mempertahankan dan menyebarkan struktur sosial. Pentingnya kritik sosial ini terletak pada kepatuhannya terhadap standar atau hukum yang mengatur suatu sistem. (Kurniawan, 2011).

Inovasi sosial juga dapat dianggap sebagai bentuk kritik sosial. Dalam konteks ini, kritik sosial berkembang menjadi sarana untuk menyebarkan ide-ide segar sambil mengevaluasi dan mengkritisi ide-ide yang sudah mapan, dengan tujuan mendorong perubahan sosial. Dalam paradigma ini, kritik sosial

berperan dalam meruntuhkan sikap konservatif dan kepentingan pribadi dalam masyarakat, dengan maksud untuk memajukan perubahan sosial. (Abar, 1997). Dalam konteks ini, kritik sosial mengacu pada aspirasi akan penciptaan lingkungan yang baru, lebih berkembang dan lebih baik, atau dalam konteks politis, menciptakan lingkungan yang demokratis dan terbuka, baik oleh masyarakat umum, sekelompok individu, atau kelompok sosial tertentu. Dengan definisi ini, kritik sosial dianggap sebagai sarana komunikasi yang dimanfaatkan untuk mendorong perubahan sosial (Kurniawan, 2011).

2.4.1 Kritik Sosial Pada Lagu

Masalah sosial yang saat ini muncul tidak hanya terbatas pada wilayah politik pemerintahan, tetapi juga melibatkan permasalahan sosial yang timbul dalam ranah pendidikan, pergaulan remaja, dan isu-isu lingkungan, baik yang muncul dari faktor personal maupun lingkungan sekitar. Melalui karya sastra, sastrawan mengungkapkan berbagai perasaan seperti kasihan, kebanggaan, kemarahan, dan kekecewaan terhadap berbagai aspek tersebut. Kritik atau pujian dapat ditujukan kepada berbagai pihak, mulai dari pemerintah hingga masyarakat umum.

Musisi juga memiliki peran dalam memberikan kritikan terhadap masalah sosial melalui seni musik dan lirik lagu, baik secara audio maupun visual. Keunikan dalam musik terletak pada adanya ideologi yang tersemat dalam liriknya, memberikan kontribusi dalam berinteraksi dengan orang lain. Ideologi yang tercermin dalam lirik lagu dapat membantu menjelaskan kondisi dunia, namun disinilah terkadang juga dapat muncul ketegangan sosial (Qusairi, 2017).

2.4.2 Jenis-Jenis Kritik Sosial

Menurut (Safitry & Tjahjono, 2023) kritik sosial dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

- a. Kritik Sosial Politik

Politik merupakan sistem dalam menjalankan sebuah pemerintahan, sehingga harus dijalankan dengan adil dan bijaksana demi menciptakan pemerintahan yang baik dan layak bagi semua rakyatnya. Namun pada kenyataannya, masih banyak oknum yang menyalahgunakan jabatan dan kekuasaan demi kepentingan sendiri maupun golongan.

b. Kritik Sosial Ekonomi

Evaluasi kemajuan ekonomi Indonesia adalah kritik sosial ekonomi. Biasanya, kritik sosial-ekonomi dimulai dengan isu-isu sosial-ekonomi saat ini seperti kemiskinan dan isu-isu serupa lainnya.

c. Kritik Sosial Disorganisasi Keluarga

Disorganisasi keluarga merupakan perpecahan atau ketidakharmonisan sebuah keluarga yang disebabkan oleh anggota keluarga yang tidak bisa menjalankan kewajibannya dengan baik.

d. Kritik Sosial Hukum

Analisis sosiolegal merupakan tinjauan terhadap prosedur hukum Indonesia saat ini. Kesulitan hukum sosial seperti perselisihan hukum, pengambilan keputusan yang tidak adil, main hakim sendiri, dan masalah hukum sosial lainnya biasanya menjadi penyebab kritik hukum sosial.

e. Kritik Sosial Moral Masyarakat

Evaluasi sikap dan perilaku sosial yang berkontribusi pada masalah sosial adalah kritik sosial terhadap nilai-nilai masyarakat. Keprihatinan sosial dan masalah dalam kehidupan sosial adalah akar dari kritik moral sosial masyarakat ini.

f. Kritik Sosial Pendidikan

Masih banyak anak yang tidak bisa sekolah dengan layak. Hanya karena biaya pendidikan yang tinggi atau sarana prasarana yang tidak memadai. Hal ini berbanding terbalik dengan anak yang memang terlahir dari keluarga berada, mereka akan bisa bersekolah di mana saja.

g. Kritik Sosial Agama

Evaluasi terhadap isu-isu yang berkaitan dengan agama dikenal sebagai kritik sosial terhadap agama. Isu-isu sosial-keagamaan, seperti

tanda-tanda penggunaan agama, tekanan pada suatu agama, dan sebagainya, adalah tempat kritik sosial-keagamaan biasanya dimulai.

h. Kritik Sosial Gender

Dalam bermasyarakat perbedaan gender masih terlihat jelas. Walaupun sudah banyak yang menggaungkan tentang kesetaraan gender, tetapi perempuan dan lelaki seolah-olah masih dibedakan perannya dalam kehidupan sosial.

i. Kritik Sosial Teknologi

Teknologi menjadi hal yang saat ini saat dibutuhkan oleh manusia untuk membantu dan meringankan pekerjaan mereka. Teknologi berkembang sangat pesat, hampir semua kegiatan manusia didukung dan dibantu oleh teknologi. Akan tetapi masih banyak penyalah penggunaan dari fungsi teknologi tersebut.

2.4.3 Penggunaan Bahasa Kritik Sosial

a. Satire

Bahasa satire banyak digunakan saat ini, terutama di media sosial, dan dipandang sebagai media yang efektif untuk menyampaikan kritik dan sindiran. Hal ini menarik karena penggunaan kata yang menyindir ini menciptakan leksikon atau pemilihan kata, kalimat dan jargon viral yang mengagetkan di masyarakat. Menarik untuk dijelajahi lirik lagu di media sosial karena dapat digunakan untuk sindiran, kritik, dan hiburan dalam berbagai topic (Fajar, 2022).

b. Sarkasme

Sarkasme merupakan suatu acuan yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir. Sarkasme dapat juga bersifat ironi, dapat juga tidak, tetapi yang jelas bahwa gaya bahasa ini selalu akan menyakitkan hati dan kurang enak didengar dalam penggunaannya (Cahyo et al., 2020).

c. Sinisme

Sinisme merupakan sindiran yang berbentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati (Heru, 2018).

2.4.4 Bentuk Penyampaian Kritik Sosial

Menurut (Nurgiyantoro, 2010) bentuk penyampaian pesan (kritik) dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Bentuk penyampaian langsung

Pengarang mengungkapkan kritiknya melalui karya sastra dengan cara penggambaran eksplanatif, yang merupakan salah satu teknik penyampaian kritik secara langsung. Jika seorang penulis menggunakan pendekatan deskripsi untuk secara gamblang dan langsung menggambarkan kritik sosial yang disampaikan dalam karyanya, maka pembaca akan lebih mudah memahami kritik sosial yang disampaikan.

b. Kritik tidak langsung

Penulis atau seniman mengungkapkan kritiknya melalui karya dengan memanfaatkan makna tersirat yang harus dipahami terlebih dahulu oleh audiens. Karena kemungkinan besar pembaca tidak akan mengerti apa yang sebenarnya dimaksudkan oleh pengarang, jenis penyampaian tidak langsung dalam karya sastra ini dianggap kurang kumulatif. Namun dalam karya sastra, hal seperti itu sangat wajar bahkan diperlukan. Sastra, dengan kerumitan maknanya, muncul dari karakter fundamental ini. Sebenarnya, hal ini dapat dilihat sebagai keuntungan dari karya sastra yang terkadang memiliki banyak perbedaan interpretasi dari satu orang ke orang lain. Karena dapat melintasi batas ruang dan waktu, karya sastra seringkali bertahan.

2.5 Analisis Isi Kuantitatif

Analisis isi kuantitatif merupakan sebuah teknik kajian ilmiah, menurut Barelenson, Holsti, Krippendorff, dan Weber yang menggambarkan ciri-ciri isi dan menarik kesimpulan darinya. Analisis isi adalah metode untuk secara ketat mengidentifikasi isi komunikasi yang dapat direproduksi, valid, dan hadir (*manifest*) (Eriyanto, 2011).

Studi pengaturan agenda juga menggunakan analisis isi. analisis media yang relevan, menggunakan kepentingan isu berita ditentukan oleh isi. Dengan mengkaji keselarasan antara agenda media dan agenda

khalayak, analisis isi dapat digunakan untuk mempelajari khalayak (Wimmer & Dominick, 2014).

Analisis isi merupakan sebuah alat untuk mengamati dan mempelajari isi perilaku komunikasi terbuka dari komunikator yang dipilih. Di sisi lain, merupakan teknik sistematis untuk menilai isi pesan dan memproses komunikasi, menurut Budd (Kriyantono, 2010).

2.5.1 Prinsip-Prinsip Analisis Isi

a. Prinsip Sistematis

Untuk semua konten yang dianalisis, penanganan prosedural yang sama digunakan. Dengan kata lain, peneliti mempelajari semua materi yang telah ditugaskan untuk dipelajari karena tidak tepat hanya melihat materi yang menarik dan menarik perhatiannya.

b. Prinsip Obyektif

Hasil analisis ditentukan oleh metodologi penelitian, bukan oleh subjek. Outcome harus sama meskipun penelitiannya berbeda dalam analisis isi yang menggunakan kategori yang sama, isi yang sama, dan metodologi yang sama.

c. Prinsip Isi Yang Nyata

Konten eksplisit (terlihat) adalah apa yang dipelajari dan diperiksa, bukan makna yang dirasakan oleh peneliti secara pribadi. Meskipun temuan akhir penelitian mengungkapkan informasi yang tersembunyi, sebuah studi analisis isi selalu dimulai dengan pemeriksaan yang transparan. (Kriyantono, 2010).

Kegunaan analisis isi adalah untuk mendeskripsikan suatu teks dengan perbandingan diantaranya sebagai berikut:

- a. Bandingkan pesan dari waktu yang berbeda dari dokumen yang sama. Dengan informasi ini, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai tren konten.

- b. Membandingkan komunikasi dari sumber yang sama dalam berbagai konteks.
- c. Penelitian dilakukan pada sumber yang sama tetapi dengan khalayak lain untuk mengeksplorasi dampak karakteristik khalayak pada konten dan gaya komunikasi. (Kriyantono, 2010).

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti membutuhkan adanya penelitian terdahulu sebagai acuan ataupun referensi. Yang mana acuan referensi ini dilakukan agar terhindar dugaan persamaan yang ada pada penelitian yang tengah dilaksanakan penulis. Setelah menelaah tinjauan pustaka pada penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian mengenai kajian analisis isi yang memiliki karakteristik tersendiri. Berikut daftar judul penelitian yang digunakan sebagai acuan referensi peneliti yang berkaitan dengan penelitian penulis:

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
1	Anggraeni, Dyah UMM (2022)	Pesan Moral Dalam Film Drama (Analisis Isi Pada Series Layangan Putus Karya Benni Setiawan)	- Content Analysis/ Analisis Isi - Kuantitatif - Deskriptif - Teknik pengumpulan data akan diuji dengan realibilitas antar coder	Penelitian ini menghasilkan penyampaian pesan moral dari film Layangan Putus ditujukan kepada keluarga, Calon pengantin dan Remaja yang ingin menikah muda. Paling dominan frekuensi	Penelitian ini memiliki persamaan penggunaan metode penelitian dan teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya adalah objek yang diteliti

				<p>kemunculan dari pesan moral pada film ini yaitu mengenai kategori manusia dengan dirinya sendiri di ruang lingkup sosial yakni sabar, Bekerja keras, komitmen dan kesetiaan.</p>	
2	<p>Ardiansyah, Yahya UMM (2017)</p>	<p>Makna Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu (Analisis Hermeutika Dalam Lirik Lagu “Humaniora, Perahu Kota, dan Insan Loba” Karya Innocenti</p>	<p>- Analisis Hermeutika - Paradigma Kritis - Kualitatif - Deskriptif</p>	<p>Temuan penelitian menyoroti kritik sosial yang tersembunyi dalam lirik lagu Humaniora, Perahu Kota, dan Insan Loba, di mana ketidakadilan diidentifikasi sebagai akar masalah utama yang dihadapi oleh kelompok proletariat di kota Jakarta. Disajikan dalam</p>	<p>Persamaan penelitian tersebut adalah dalam penggunaan paradigma kritis. Sedangkan untuk perbedaannya dalam penggunaan metode penelitian</p>

				<p>berbagai bentuk, ketidakadilan ini diartikan sebagai hasil dari ketidaksetaraan dalam kepentingan, yang pada gilirannya memunculkan konflik dalam struktur sosial. Gangguan ini, yang mencakup ketidakseimbangan penilaian terhadap nilai-nilai sosial dan moral, menjadi pemicu sentral dari permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ini.</p>	
3	Nadyasyifa, Anggie UMM (2022)	Pesan Sosial Lirik Lagu BTS "Permissio	<ul style="list-style-type: none"> - Analisis Isi - Kuantitatif - Deskriptif - Teknik pengumpulan 	Hasil penelitian dengan dua kategori pesan sosial yakni pro sosial dan anti	Penelitian ini memiliki persamaan penggunaan metode

		n to Dance (Analisis Isi Pesan Sosial Pada Lirik Lagu Permissio n to Dance)	data akan diuji dengan realibilitas antar coder	sosial. Dari jumlah indikator pada kategori pro sosial diperoleh frekuensi kemunculan sebanyak 27 kali (55%). Selanjutnya pada indikator kategori anti sosial diperoleh frekuensi kemunculan sebanyak 22 kali (45%)	penelitian dan teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaanya adalah objek yang diteliti
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------