

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **II.1 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa**

##### **II.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) ia mengatakan komunikasi yakni sebuah tahapan dimana ketika dua orang atau lebih banyak membuat atau bahkan melakukan penukaran sebuah informasi dari satu orang dengan orang lainnya, dan pada bagiannya akan terdapat sebuah tahapan saling pengertian yang mendalam. Lalu menurut Shannon dan Weaver (1949), komunikasi adalah interaksi antar manusia yang saling mempengaruhi, baik itu dalam kesengajaan maupun tidak disengaja, bentuk komunikasi tidak terbatas melalui bahasa verbal, komunikasi mencakup dari berbagai bentuk ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

##### **II.1.2 Macam-macam Konteks Komunikasi**

###### **1. Komunikasi Verbal**

Dalam komunikasi verbal, pesan disampaikan menggunakan kata-kata dan bahasa yang dikenali. Modus penyampaiannya ada dua jenis yakni secara lisan, disampaikan langsung melalui percakapan. Dan satu lagi yaitu disampaikan secara tertulis seperti surat, email, dan pesan teks. contoh dari komunikasi verbal adalah pidato, presentasi, diskusi, dan percakapan yang kita lakukan sehari-hari.

###### **2. Komunikasi Nonverbal**

Dalam komunikasi nonverbal, informasi biasanya disampaikan bukan melalui sebuah kata-kata, melainkan melalui berbagai elemen yang mencakup ekspresi wajah, gestur, postur tubuh, variasi intonasi suara, dan kontak mata. Ini terlihat jelas

dan dapat dilihat dengan contoh pada ekspresi wajah, isyarat tangan, atau bahasa tubuh yang menunjukkan ketidaktertarikan, ketidaksukaan dan ketidaksetujuan.

### 3. Komunikasi Formal

Komunikasi formal ialah komunikasi yang terjadi dalam situasi resmi atau profesional, misalnya dalam struktur organisasi atau hubungan bisnis. Terdapat norma-norma dan aturan yang harus diterapkan. Dalam komunikasi formal, pesan seringkali disalurkan melalui dokumen resmi seperti surat, laporan, atau presentasi. dan memiliki ciri khas adalah penggunaan bahasa yang baku serta terstruktur.

### 4. Komunikasi Informal

Komunikasi informal biasanya terjadi dengan cara spontan dan tidak resmi antar individu atau kelompok. komunikasi ini merupakan jenis komunikasi yang biasanya cenderung lebih santai dan tidak memiliki norma yang berlaku. Contohnya komunikasi yang digunakan sehari-hari, atau panggilan telepon dengan teman. Bahasa yang digunakan kadang menggunakan bahasa gaul yang mengikuti alur percakapan spontan.

### 5. Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh tujuan yang dikehendaki. Contohnya komunikasi kelompok di kuliah, rapat, briefing, workshop.

### 6. Komunikasi Organisasi

Komunikasi antarmanusia yang terjadi dalam hubungan organisasi, ini adalah proses komunikasi yang terjadi, baik secara resmi maupun tidak resmi, yang berada dalam sebuah sistem organisasi.

### 7. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi yang menggunakan media untuk menjembatani antara pengirim pesan dengan penerima yang jumlahnya sangat banyak. Penerima pesan ini umumnya bertempat tinggal sangat jauh dan memiliki latar belakang kehidupan yang sangat homogen, serta komunikasi ini menimbulkan efek atau pengaruh tertentu. Dengan tujuan menyampaikan sebuah pesan

kepada khalayak yang tersebar secara besar melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama tersebut dapat diterima secara serentak dan sesaat.

### **II.1.3 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa, menurut Defleur dan McQuail, adalah sebuah proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara konsisten dan menghasilkan makna yang dibutuhkan untuk mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam pada berbagai fase. Bittner kemudian mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang disebarkan ke khalayak luas melalui media massa. Dalam definisi terluasnya, komunikasi massa adalah segala upaya yang dilakukan untuk menyebarkan pesan ke khalayak luas dari sumber yang jelas. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat publik, disebarluaskan secara menyeluruh dan ditujukan untuk berbagai tujuan sesuai dengan siapa penerima pesan tersebut.

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kawl Gamble 1986 (dalam Nurudin, 2011: 8), mendefinisikan komunikasi massa mencakup sebagai hal-hal dibawah ini:

1. Komunikator dalam komunikasi massa menggunakan perangkat modern untuk mempercepat penyebarannya kepada khalayak yang luas. Pesan yang disebarkan melalui media modern ini seperti surat kabar, majalah, televisi atau gabungan dari saluran-saluran tersebut.
2. Komunikator melakukan penyebaran pesan kepada khalayak besar yang saling tidak kenal satu sama lain dan memiliki maksud untuk memberikan pemaknaan. Khalayak luas dalam komunikasi massa menjadi pembeda dengan unsur komunikasi lainnya. Pesan adalah milik publik yang berarti banyak orang yang menerima pesan tersebut tetapi memiliki makna yang liar. Dengan kata ini, pesan dimaknai sebagai milik publik
3. Komunikasi massa yang merupakan sumber pada umumnya memiliki organisasi formal seperti jaringan sebagai sumber alatnya. Hal ini diartikan dengan media itu tidak berasal dari seseorang, tetapi dari suatu organisasi dan dikontrol olehnya.

4. Komunikasi massa dikendalikan oleh *gatekeeper* (filter informasi). Artinya, orang yang terdapat pada organisasi tersebut pastinya sudah menguasai pesan yang akan disebarluaskan sebelum mereka mengirimnya ke media massa.
5. Umpan Balik yang terjadi dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. hal ini juga menjadi pembeda dari unsur komunikasi lainnya. maksud dari umpan balik dari media massa tertunda dikarenakan memerlukan waktu untuk mendapatkan mengetahui respon dari khalayak.

#### II.1.4 Macam-macam Media Komunikasi Massa

Media komunikasi adalah berbagai cara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan antara individu atau kelompok. Beberapa contoh media komunikasi meliputi:

1. **Media Cetak:** Ini termasuk surat kabar, majalah, buku, pamflet, dan brosur. Media cetak sering digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih mendalam dan terperinci. Surat kabar dan majalah biasanya terdiri dari artikel-artikel berita atau opini, sementara buku dapat mengambil bentuk naratif atau non-fiksi yang lebih panjang.
2. **Media Elektronik:** Ini meliputi televisi, radio, dan film. Media elektronik menggunakan teknologi elektronik untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Televisi dan film biasanya menggunakan gambar bergerak dan suara untuk menyampaikan informasi dan hiburan, sementara radio fokus pada audio tanpa visual.
3. **Media Sosial:** Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan menyampaikan pesan secara online. Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah antara individu atau kelompok, dan sering digunakan untuk berita, promosi, dan aktivitas sosial.

4. **Telekomunikasi:** Ini mencakup telepon, telekonferensi, dan pesan teks. Telekomunikasi memungkinkan komunikasi suara dan teks dalam waktu nyata antara individu yang berbeda lokasi atau dalam kelompok.
5. **Media Digital:** Termasuk website, blog, dan aplikasi berbasis internet. Media digital memberikan akses yang cepat dan luas terhadap informasi, berita, dan konten lainnya. Website dan blog dapat digunakan untuk berbagi informasi secara mendalam dan interaktif.
6. **Media Visual:** Gambar, grafik, dan infografik adalah contoh media visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan mudah dimengerti. Media visual sering digunakan dalam presentasi, media sosial, dan publikasi untuk menambah pemahaman visual tentang topik tertentu.
7. **Media Audio:** Podcast, lagu, dan rekaman suara lainnya adalah contoh media audio yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau hiburan melalui audio. Podcast, khususnya, telah menjadi populer sebagai bentuk media audio yang dapat diunduh dan didengarkan kapan saja.
8. **Media Interaktif:** Permainan komputer, simulasi, dan aplikasi interaktif adalah contoh media yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam pengalaman komunikasi. Media interaktif sering digunakan dalam pendidikan, pelatihan, dan hiburan untuk melibatkan audiens secara langsung.

### **II.1.5 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa**

Musik adalah kebutuhan secara komprehensif bagi manusia, merupakan bagian seni yang dapat memperindah untuk kehidupan dan dapat membentuk watak asli manusia. Musik sangat populer di antara seluruh generasi mau yang muda sampai yang tua. Musik sebagai bentuk seni yang konkret, musik merupakan manifestasi bunyi fisika yang kaya akan keuntungannya.

Istilah musik dapat diartikan dengan salah satu kebutuhan mendasar dari setiap makhluk hidup, sebab musik bisa dijadikan sebagai penambah mood seperti senang, gembira dan nyaman. Musik dapat menghapus kebosanan dan menghalau gangguan

kebisingan dari luar maupun dalam diri. Musik Juga bisa memberikan kita energi, meningkatkan rasa percaya diri, mengurangi kesendirian, menghilangkan kemarahan, meredakan stres, serta mengurangi rasa takut dan cemas.

Musik Berasal dari negara Yunani yaitu Mousikos, yang dilambangkan sebagai dewa keindahan bangsa Yunani yang menguasai seni dan ilmu pengetahuan. Musik merupakan nada yang sangat indah saat dipadukan oleh lirik serta irama yang sesuai dan masuk ke dalam hati serta telinga pendengar sehingga bisa diterima oleh setiap orang yang mendengarnya yang memiliki perbedaan latar belakang, serta budayanya. Perpaduan kedua hal tersebut antara musik dan lirik disebut dengan lagu.

Plato menyatakan pandangannya terhadap musik *“Musik is a moral law. It gives soul to the universe, wings to the mind, flight to the imagination, and charm and gaiety to life and to everything”*. Musik adalah bentuk hukum moral yang menganugerahkan jiwa pada alam dan lingkungan. Ia merupakan luapan dari imajinasi serta emosi manusia. Meskipun tak kasat mata, musik mampu menghadirkan ketenangan, semangat, dan keceriaan bagi para penikmatnya.

Dalam lagu pastinya terdapat unsur lirik yang mengandung pesan, hal ini tentu menjadi klasifikasi bahwa lagu merupakan produk media massa. Produk skala besar yang melekat pada media massa adalah ciri utama budaya populer. Dengan melihat lagu yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia, ini menjadi pertimbangan bahwa lagu berfungsi sebagai salah satu media komunikasi massa dengan daya sebar yang signifikan dan pesat. Sementara itu, konsep komunikasi tidak mudah dipahami sebab ia selalu hadir di setiap celah kehidupan kita.

Dua aliran pemikiran dapat digunakan untuk menggambarkan pengertian komunikasi, yang menjadi alasan mengapa pengertian ini sulit didefinisikan. Aliran pertama memandang komunikasi sebagai sarana penyampaian pesan, sedangkan aliran kedua memandangnya sebagai sarana penciptaan dan pertukaran makna (Fiske, 1990, hlm. 3). Ada beberapa komponen proses penggunaan media untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan dari komunikator kepada komunikan dalam aliran pertama ini.

Beberapa aspek signifikansi pesan yang akan disampaikan hadir dalam aliran kedua. Jelas dari kedua aliran pemikiran ini bahwa pesan merupakan komponen penting dari gagasan komunikasi.

Hal ini menunjukkan pentingnya pesan dalam gagasan komunikasi, yaitu tindakan mendengarkan musik yang dapat diartikan sebagai media komunikasi. Lagu mengandung lirik, sebagaimana yang telah dinyatakan oleh penulis, dan pesan yang ingin dikomunikasikan oleh lagu tersebut diungkapkan dalam lirik tersebut. Komponen lagu yang sebenarnya—musik dan teks—dapat menginspirasi kata-kata ini, yang merupakan sesuatu yang dihasilkan. Hal ini memunculkan gagasan komunikasi musik.

Dalam proses komunikasi musik sulit untuk memunculkan proses timbal balik dari komunikator dan komunikan, dikarenakan komunikator menyebar pesan tersebut melalui media massa. Dan begitu juga yang terdapat dalam komunikasi musik, seseorang yang mendengarkan lagu, yakni orang yang menerima pesan tetapi belum tentu ia dapat memberikan *feedback* langsung kepada pencipta lagu tersebut, yakni berupa respon timbal balik yang diberikan kepada komunikator. Hal ini bisa dalam arti pencipta lagunya, penyanyinya atau penyampai lagu tersebut.

## **II.2 Musik Sebagai Industri Hiburan**

### **II.2.1 Pengertian Industri & Ciri-cirinya**

Industri merupakan sekumpulan usaha-usaha yang sejenis dalam menghasilkan sebuah produksi barang maupun jasa. ada beberapa pengertian industri menurut para ahli yaitu:

George T. Renner (2004) dalam (Feongsitanjoyo, 2016) menyatakan bahwa industri adalah setiap usaha manusia dalam bidang ekonomi yang menghasilkan uang dan barang.

I Made Sandi (2002) mendefinisikan industri sebagai suatu usaha untuk membuat barang dari bahan baku dengan menggunakan proses produksi dalam skala

besar untuk memperoleh barang dengan kualitas terbaik dengan harga serendah mungkin.

Ciri-Ciri industri adalah kombinasi dari beberapa perkembangan teknologi-teknologi terbaru (Kinzel, 2016) dalam (Fauzan, 2018), yaitu:

- Sistem siber-fisik, yang menggunakan sensor, robot cerdas, drone, printer 3D, dan perangkat lain untuk memantau dan mengendalikan proses fisik.
- Untuk mengintegrasikan semua sistem di seluruh rantai pasokan dan nilai serta memungkinkan agregasi data di semua tingkatan, teknologi informasi dan komunikasi melibatkan digitalisasi dan penyebaran. Setiap langkah siklus hidup produk, dari manufaktur hingga konsumsi, didigitalisasi, dan sistem di dalam dan di seluruh bisnis diintegrasikan untuk penerapan (Kinzel, 2016) dalam (Fauzan, 2018).
- Komunikasi jaringan mengacu pada fakta bahwa semua peralatan di fasilitas produksi, pemasok, dan distributor terhubung ke teknologi nirkabel dan internet (Kinzel, 2016) dalam (Fauzan, 2018). Karena persyaratan paling penting untuk industri 4.0 adalah jaringan komunikasi yang andal dan berkualitas tinggi, sangat penting untuk membangun infrastruktur jaringan internet di tempat yang membutuhkannya (Kagermann, 2013) dalam (Fauzan, 2018).
- Secara khusus, pemanfaatan big data dan komputasi awan untuk memodelkan, memvirtualisasikan, dan mensimulasikan barang dan proses produksinya. Jenis ini dikenal sebagai peralatan bayangan atau kembaran digital. Kembaran digital adalah versi terkomputerisasi dari aset fisik yang dapat digunakan untuk pemantauan, diagnosis, dan prediksi aset secara real-time.
- Ruang kerja manusia dilengkapi dengan peralatan TIK untuk penggunaan seiring kemajuan dalam realitas tertambah dan robotika cerdas, dan kemampuan peralatan yang ditingkatkan untuk interaksi dan kolaborasi

manusia-komputer digunakan untuk mengatur proses simulasi, virtualisasi, dan pemodelan.

### **II.2.2 Industri Musik**

Khususnya dalam bisnis kreatif, musik memiliki peluang yang signifikan dan tidak dapat dipisahkan. Kehadirannya memiliki dampak yang signifikan terhadap industri hiburan dan laju pertumbuhan ekonomi. Artinya, musik memiliki cakupan substansi yang cukup luas dan merupakan komponen kegiatan yang didominasi oleh penemuan, replikasi, distribusi, dan konsumsi. Seiring dengan perkembangan zaman, musik telah berevolusi dari sebuah karya yang hanya dapat diapresiasi secara langsung menjadi karya yang kini dapat dicetak melalui penerbitan musik dan dinikmati melalui cetakan, album, kaset, atau media lainnya.

Saat ini, bisnis musik mengandung komponen industri dan telah berkembang menjadi salah satu sektor dengan nilai tertinggi dalam penyebaran komposisi musik. Bisnis musik menggunakan layanan pemasaran dan promosi dalam proses penjualannya, seperti halnya sektor industri.

Selain menjadi jenis hiburan populer yang dibutuhkan dan diminati masyarakat, musik pada akhirnya berkembang menjadi usaha yang menguntungkan, sehingga melahirkan industri musik. Salah satu faktor penting dalam meningkatkan popularitas suatu negara dan memungkinkan pengelolaan pertumbuhan ekonomi makro yang efektif adalah nilai jual musik.

### **II.2.3 Macam-Macam Genre Musik**

1. **Musik Klasik** yang diartikan sebagai jenis musik yang intelektual dan estetis, serta dapat dinikmati oleh berbagai generasi. Musik ini awalnya berasal dari Eropa antara tahun 1750 hingga 1825. Biasanya, musik klasik dibagi berdasarkan periode tertentu. Lebih spesifik, terdapat tiga periode utama: Medieval dan Renaissance, Baroque, Klasik, dan Romantis, serta Modern dan Kontemporer.

2. **Musik Jazz** dianggap sebagai jenis musik yang hadir karena adanya penggabungan antara musik blues, ragtime, dan musik eropa, termasuk di dalamnya terdapat musik band. Genre musik jazz terdapat beberapa sub genre, termasuk dixieland, bebop, cool jazz, swing, hard bop, free jazz, jazz fusion, cafjazz, dan smooth jazz.
3. **Musik Blues** berasal dari Amerika Serikat, mencakup musik vokal dan instrumental. Aliran ini muncul dari musik pujian dan spiritual, yang berasal dari komunitas mantan budak Afrika di Amerika Serikat. Hal ini terbukti dari penggunaan lirik-lirik khas, blue note, dan penerapan pola call and response, di mana dua kalimat dinyanyikan oleh dua orang secara berurutan, dengan kalimat kedua dianggap sebagai "jawaban" atas "pertanyaan" di kalimat pertama.
4. **Musik Country** yakni musik dari amerika gabungan dari pegunungan Appalachia dan Amerika Serikat bagian selatan. Musik ini memiliki nada yang ceria dan pembawaan yang santai dan ringan.
5. **Musik Techno** merupakan genre musik yang alirannya menggunakan tema futuristik yang biasanya dimainkan oleh seorang DJ (disk jockey).
6. **Musik Reggae** dengan gaya ritmisnya yang khas dan kecepatan yang lebih lambat, musik reggae berasal dari Jamaika pada akhir tahun 1960-an dan dibangun di atas aksen sinkopasi atau off-beat.
7. **Musik R&B** "rhythm and blues" (disingkat "R&B") mencakup berbagai gaya musik, termasuk gospel, jazz, dan blues.
8. **Musik rap** adalah jenis musik hip-hop yang menggunakan pelafalan kata cepat sebagai gaya vokal. Rap biasanya dibawakan bersamaan dengan musik oleh band atau DJ.
9. **Musik death metal** awalnya berasal dari trash metal pada awal tahun 1980-an, dan merupakan subgenre dari heavy metal. Jenis musik ini dicirikan oleh liriknya, yang biasanya bertema kekerasan atau kematian.
10. **Musik Dangdut** salah satu gaya musik yang paling disukai di Indonesia adalah dangdut, yang dibedakan dengan penggunaan drum atau tabla.

11. **Musik pop** memiliki nada dan lirik yang lugas dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga lebih mudah untuk dipahami dan dipelajari. Musik ini juga sangat mudah dinyanyikan setiap hari.
12. **Musik balada** karena penerimaannya yang luas, jenis musik ini dianggap universal. Balada adalah jenis musik dengan aliran lirik yang santai dan biasanya bertema romantis.

#### **II.2.4 Sifat Komunikasi Dalam Musik**

Pada dasarnya Musik merupakan salah satu contoh dari media komunikasi massa, karena musik memiliki bentuk komunikasi massa yang menggunakan media untuk berkomunikasi dan memuat sebuah ungkapan pikiran manusia, gagasan dan ide-ide dari pikiran yang mengandung sebuah sinyal pesan yang signifikan. Pesan atau ide yang disampaikan oleh musik juga merupakan sarana berkomunikasi antara pembuat pesan dan disampaikan ke penerima pesan, dan dikomunikasikan secara massal atau memiliki arti tersebar dimana-mana dalam ruang lingkup yang luas dan khalayaknya yang bersifat heterogen, dan pastinya memiliki efek tertentu sesuai dengan siapa si penerima pesan.

Musik juga merupakan salah satu media ekspresi yang mencerminkan penontonnya, baik secara visual maupun secara persepsi. Musik adalah bahasa dunia yang menyatukan orang-orang di seluruh dunia dengan berbagai latar belakang, musik juga berfungsi sebagai alat yang bermanfaat sebagai sarana berkomunikasi antarmanusia. Musik dapat membantu mereka yang mengalami kesulitan dalam berkomunikasi (manusia ke manusia), kerap sekali manusia susah dalam menyampaikan pendapatnya kepada manusia lain dan manusia akan mudah berbicara dalam ruang lingkup dimana mereka merasa nyaman.

Dalam komunikasi massa, komunikan tidak bernama dan beragam (anonim) Komunikator akan memperhatikan dan menyadari komunikan dalam komunikasi interpersonal, dan sebaliknya, dalam komunikasi massa yang menggunakan media daripada interaksi tatap muka, maka komunikator jarang atau bahkan tidak mengenal

baik siapa komunikannya. Khalayak dalam komunikasi massa cukup besar (heterogen) karena terdiri dari berbagai kelas sosial (Ardianto, dkk, 2007).

Manusia membuat musik dengan memikirkan manusia. manusia menciptakan musik dengan cara merangkai kata-kata indah yang menghasilkan lirik dan kemudian menjadi lagu serta menambahkan nada irama agar dapat terdengar indah dan dinikmati oleh pendengar. Unsur Komunikasi dapat ditemukan dalam musik karena seorang musisi juga merupakan seorang komunikator. Dan komunikasi dalam studi ini adalah pendengar yang menikmati lagu, sehingga lagu merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Musik memiliki banyak kesamaan dengan komunikasi massa karena memiliki tujuan dan mengandung aspek komunikasi. Selain itu, ada kesejajaran antara musik dan komunikasi manusia. (Ahmad Budi Sulistioyuwono, 2023).

Penonton akan memahami pesan yang disampaikan jika musik yang mengekspresikan suasana hati yang mereka rasakan dan sentimen dikomunikasikan dari pencipta ke pendengar, dan dibantu dengan kata serta nada. Pencipta dapat menyampaikan pemikiran dan pesan kepada audiensnya yang dituju melalui media musik sebagai komunikasi massa. “Musik adalah bentuk komunikasi interpersonal yang dilakukan bersama antar individu” (Nurudin, 2007). Media massa adalah alat lain yang digunakan untuk mempelajari bagaimana dampak musik bagi suatu negara ke seluruh negara lainnya. Jenis musik yang seseorang dengarkan pastinya bergantung pada gaya hidupnya. Kemampuan intelektual ini juga akan mempengaruhi bagaimana gaya hidup orang dalam hal berpakaian, lingkungan hidupnya, hobi, cara berpikir dan aspek lainnya.

Musik Kerap Kali digunakan sebagai sarana dalam mengekspresikan emosi diri, baik dilakukan oleh pencipta lagu maupun pendengarnya, sarana ini juga menjadi alat yang kuat untuk menghubungkan perasaan manusia di berbagai situasi dan konteks yang sama. Pencipta lagu sering sekali membuat lagu yang menceritakan kisah hidupnya dan kadang situasi ini dapat dirasakan oleh para pendengarnya, dan bahkan

antara pencipta dan pendengar memiliki alur lagu yang sama dan mengalir di dalam lagu.

Emosi merupakan reaksi dari psikologi dan fisiologi yang muncul sebagai respon normal terhadap rangsangan tertentu. Rangsangan ini terjadi dari dalam diri seseorang maupun dari lingkungannya. Emosi melibatkan perasaan subjektif, perubahan tubuh (seperti detak jantung yang meningkat), serta perilaku dan ekspresi yang menyertainya. Beberapa contoh emosi yakni kebahagiaan, kesedihan, marah, takut, cemas, cinta, jijik, dan terkejut. Emosi berfungsi untuk membantu manusia dalam menanggapi situasi, beradaptasi dengan lingkungan, dan berinteraksi dengan orang lain. Mereka juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan dan pembentukan hubungan sosial.

Musik telah digunakan untuk mengekspresikan dan mempengaruhi psikologi seseorang dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk seperti ritual keagamaan, penyembuhan, peperangan, dan hiburan. Di banyak peradaban seperti Yunani, Mesir, dan Cina kuno, musik dipercaya memiliki kekuatan untuk menghubungkan manusia dengan alam gaib, menenangkan jiwa, atau membangkitkan semangat. Alat musik seperti drum dan terompet sering digunakan untuk menciptakan suasana tertentu, baik dalam perayaan, teater, maupun upacara spiritual. Musik juga berfungsi sebagai media ekspresi emosi kolektif, merefleksikan perasaan cinta, kesedihan, kegembiraan, dan keberanian dan kekuatan dalam kehidupan sehari-hari.

Musik juga sangat berpengaruh penting dalam memberikan motivasi dan kekuatan bagi kehidupan. berpengaruh yang dimaksud disini yaitu dapat mempengaruhi suasana hati dan emosi yang akan meningkatkan energi dan motivasi fisik dan memberikan kekuatan mental serta mengurangi stres. Dalam Penelitian jurnal Nature Neuroscience mengatakan bahwa musik tidak hanya mempengaruhi mood saja, tetapi juga dapat meningkatkan kinerja kognitif dan kreativitas. Hal ini disebabkan karena musik mampu meningkatkan fokus dan membantu mengurangi rasa cemas, sehingga menciptakan kondisi mental yang optimal.

## **II.3 Lirik Lagu Sebagai Pesan Komunikasi**

### **II.3.1 Pengertian Lagu**

Seperangkat not adalah sebuah lagu. Hanya butuh beberapa detik bagi seorang penulis lagu untuk mendapatkan inspirasi. Namun, mungkin butuh waktu berjam-jam atau bahkan berbulan-bulan untuk menulis lagu yang komprehensif dan siap dinyanyikan, yang tidak terlalu panjang atau terlalu pendek, dan tidak monoton jika dimainkan berulang-ulang. Meski begitu, komposer mungkin tidak selalu merasa puas. Seperti pekerjaan lainnya, menulis dan menyelesaikan lagu adalah proses yang membutuhkan keterampilan tertentu.

### **II.3.2 Fungsi Lagu**

Lagu memiliki berbagai fungsi yang penting dalam kehidupan manusia dan berbagai spesies lainnya. Lagu sering digunakan dalam konteks sosial untuk memperkuat hubungan antarindividu, seperti dalam upacara, perayaan, dan ritual. Lagu juga dapat membantu dalam menyampaikan pesan-pesan sosial dan budaya kepada generasi berikutnya (Samuel A. Mehr et al., 2018).

Selain itu, lagu memiliki kemampuan untuk menyampaikan dan mempengaruhi emosi. Misalnya, lagu pengantar tidur dapat menenangkan bayi, sementara lagu-lagu tertentu dapat membangkitkan semangat atau memberikan rasa nyaman bagi pendengarnya. Fungsi emosional ini juga penting dalam terapi musik, di mana lagu digunakan untuk membantu individu mengekspresikan dan mengelola emosi mereka (Mehrabian, 1981).

Lagu juga berfungsi sebagai alat edukatif yang efektif. Misalnya, dalam konteks pengajaran bahasa, lagu dapat membantu siswa mempelajari kosakata dan struktur bahasa dengan cara yang menyenangkan dan mudah diingat. Lagu juga dapat digunakan dalam pembelajaran berbasis masalah untuk membantu siswa memahami konsep-konsep akademis dengan lebih baik (Z. Chan, 2014). Dalam konteks biologi,

lagu memiliki peran penting dalam komunikasi antarspesies. Misalnya, burung jantan menggunakan nyanyian untuk menarik pasangan dan mempertahankan wilayah mereka. Nyanyian burung sering kali mencerminkan kualitas dan kesehatan burung tersebut, yang dapat mempengaruhi pemilihan pasangan oleh burung betina (D. Kroodsma & B. Byers, 1991).

Fungsi adaptif dan evolusioner lagu juga penting. Dalam banyak spesies burung, nyanyian yang kompleks dan bervariasi dapat menjadi indikator kemampuan kognitif dan kesehatan jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa nyanyian memiliki nilai adaptif dalam seleksi seksual dan dapat berfungsi sebagai sinyal kejujuran bagi kualitas genetik individu (S. Nowicki & W. Searcy, 2004). Selain itu, lagu berfungsi dalam komunikasi antar individu, baik dalam konteks manusia maupun hewan. Misalnya, paus bungkuk menggunakan nyanyian yang kompleks untuk berkomunikasi dengan individu lain dalam kelompok mereka. Nyanyian ini dapat berfungsi untuk menarik pasangan atau menandai wilayah mereka (Joshua N. Smith, 2009).

Secara keseluruhan, lagu memiliki berbagai fungsi yang signifikan dalam kehidupan manusia dan hewan. Dari memperkuat ikatan sosial hingga menyampaikan emosi dan pengetahuan, lagu memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Pemahaman yang lebih dalam tentang fungsi-fungsi ini membantu menghargai pentingnya musik dan nyanyian dalam kehidupan sehari-hari dan evolusi.

### **II.3.3 Lirik Lagu**

Lirik lagu memiliki berbagai fungsi penting dalam konteks komunikasi, emosi, dan budaya. Salah satu fungsi utama lirik lagu adalah menyampaikan pesan dan emosi secara langsung kepada pendengar. Lirik digunakan sebagai media untuk mengekspresikan perasaan, ide, dan pemikiran penulis lagu. Misalnya, dalam penelitian tentang lirik lagu "Hey Jude", analisis fungsional menunjukkan bahwa lirik dapat memainkan peran interpersonal melalui peran bicara, pertukaran informasi, suasana hati, modalitas, dan nada (Liu Biqian, 2007).

Selain itu, lirik lagu juga berfungsi dalam menyampaikan dan mempengaruhi emosi pendengar. Penelitian menunjukkan bahwa lirik dapat meningkatkan intensitas emosi dalam musik sedih dan marah, sementara musik instrumental lebih dominan dalam mempengaruhi emosi dalam musik yang bahagia dan tenang (S. O. Ali & Z. Peynircioğlu, 2006). Metafora dalam lirik juga memiliki fungsi untuk membuat pengalaman manusia lebih konkret, menciptakan ruang imajinasi, melembutkan bahasa, mencapai efek estetika, menarik perhatian, memperindah nada, dan menyenangkan untuk didengar (Nasrullaeva Sn, 2018).

Fungsi bahasa dalam lirik lagu juga dapat dianalisis dari perspektif sociolinguistik. Dalam analisis lagu Jerman "Für die Liebe" dari Berge, ditemukan bahwa lirik memiliki berbagai fungsi bahasa, termasuk referensial, puitis, instrumental, informatif, imajinatif, regulatif, dan emotif (Fitri et al., 2023). Penelitian lain membandingkan struktur tema-remaja dalam lirik lagu Cina dan Inggris, menunjukkan perbedaan dalam penggunaan tema yang tidak ditandai dan ditandai berdasarkan konteks budaya dan logika sintaksis bahasa masing-masing (Xia Hui-yan, 2012).

Kohesi dalam teks tertulis informal seperti lirik lagu juga penting untuk memastikan pesan yang koheren dan jelas. Analisis kohesi dalam lirik lagu Bruno Mars menunjukkan penggunaan perangkat kohesi seperti pengulangan kata kunci, konsistensi kata ganti, dan sinyal transisi yang membantu menjaga kontinuitas dan kejelasan lirik (Dian Nauwala Putri, 2021). Secara keseluruhan, lirik lagu memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan, mengekspresikan emosi, dan menciptakan pengalaman estetika. Lirik lagu dapat dianalisis dari berbagai perspektif linguistik dan sociolinguistik untuk memahami lebih dalam tentang fungsi dan pengaruhnya terhadap pendengar.

#### **II.3.4 Lirik Lagu Sebagai Pesan Komunikasi**

Lirik lagu merupakan salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada pendengar. Lirik dapat mengandung berbagai pesan, mulai dari pesan emosional, sosial, hingga politik, yang semuanya dapat

mempengaruhi pemahaman dan persepsi pendengar. Lirik lagu sering kali digunakan untuk menyampaikan emosi yang mendalam, baik itu kebahagiaan, kesedihan, cinta, atau kemarahan. Dalam sebuah studi yang meneliti lirik lagu "Hey Jude", ditemukan bahwa lirik memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan emosional melalui penggunaan peran bicara, pertukaran informasi, suasana hati, modalitas, dan nada (Liu Biqian, 2007). Emosi yang terkandung dalam lirik dapat membuat pendengar merasa terhubung dengan lagu dan pengalaman yang diungkapkan oleh penyanyi.

Lirik lagu tidak hanya menyampaikan emosi dari penulis lagu tetapi juga dapat mempengaruhi emosi pendengar. Penelitian menunjukkan bahwa lirik dapat meningkatkan intensitas emosi dalam musik sedih dan marah, sementara musik instrumental lebih dominan dalam mempengaruhi emosi dalam musik yang bahagia dan tenang (Ali & Peynircioğlu, 2006). Ini menunjukkan bahwa lirik memiliki kekuatan untuk mempengaruhi suasana hati pendengar dan memperkuat pengalaman mendengarkan musik. Selain itu, lirik lagu sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan sosial dan budaya. Misalnya, lirik lagu dapat mencerminkan nilai-nilai budaya, norma sosial, dan isu-isu sosial yang relevan. Dalam analisis lagu Jerman "Für die Liebe" dari Berge, ditemukan bahwa lirik memiliki berbagai fungsi bahasa, termasuk referensial, puitis, instrumental, informatif, imajinatif, regulatif, dan emotif (Fitri et al., 2023). Lirik dapat berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan kritik sosial atau mengadvokasi perubahan sosial.

Kohesi dalam lirik lagu penting untuk memastikan pesan yang koheren dan jelas. Analisis kohesi dalam lirik lagu Bruno Mars menunjukkan penggunaan perangkat kohesi seperti pengulangan kata kunci, konsistensi kata ganti, dan sinyal transisi yang membantu menjaga kontinuitas dan kejelasan lirik (Putri, 2021). Kohesi dan koherensi ini memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh penulis lagu dapat dipahami dengan baik oleh pendengar. Penggunaan metafora dan gaya bahasa dalam lirik lagu dapat memperkuat pesan yang disampaikan. Metafora dapat membuat pengalaman manusia lebih konkret dan menciptakan ruang imajinasi bagi pendengar. Dalam lirik lagu Rayola, metafora digunakan untuk mencapai efek estetika, menarik perhatian,

memperindah nada, dan menyenangkan untuk didengar (Nasrullaeva, 2018). Gaya bahasa ini tidak hanya membuat lirik lebih menarik tetapi juga memperdalam makna yang terkandung dalam lagu.

Secara keseluruhan, lirik lagu berfungsi sebagai alat komunikasi yang kuat, mampu menyampaikan berbagai pesan kepada pendengar. Melalui penyampaian emosi, pengaruh terhadap suasana hati pendengar, pesan sosial dan budaya, serta penggunaan metafora dan gaya bahasa, lirik lagu dapat menjadi media yang efektif untuk komunikasi yang mendalam dan berpengaruh. Oleh karena itu, memahami fungsi lirik lagu dalam konteks komunikasi membantu mengapresiasi pentingnya lirik dalam membentuk pengalaman musik dan dampaknya terhadap pendengar.

## **II.4 Metafora Dalam Lirik Lagu**

### **II.4.1 Pengertian Metafora**

Metafora adalah gaya bahasa yang menyiratkan atau secara tidak langsung membandingkan dua objek dengan kualitas yang berbeda atau menyampaikan makna yang tidak diungkapkan secara eksplisit. Metafora didasarkan pada kemiripan bentuk fisiknya daripada menggunakan istilah perbandingan eksplisit seperti "bagai," "ibarat," dan "seperti." Menurut Leech, metafora adalah perubahan atau pemindahan makna dimana makna A ditukar dengan sesuatu yang sebanding. Khususnya dalam puisi, penggunaan metafora membangkitkan semangat pendengar dan menambah keindahan kata-kata (Muzammil, 2022 dalam Maisaroh et al., 2024).

Metafora mengatakan bahwa sesuatu adalah makna yang lain, padahal secara tersirat atau sebenarnya tidak demikian. Tujuan menggunakan metafora adalah untuk menciptakan gambaran yang lebih kuat dan hidup, memiliki makna yang mendalam, dan atau bahkan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai sebuah konsep dengan cara yang lebih liar dan lebih menarik. Klasifikasi metafora yang ditemukan merupakan sebagai kata benda yang umumnya tergantung pada persepsi pembaca dan

representasi kata benda yang digunakan dalam kelompok dengan konteks lingkungannya.

Metafora dalam lirik merupakan pengungkapan atau penjabaran dari luapan perasaan dari pencipta lagu terhadap sesuatu yang dapat menyentuh hati dan sudah pernah atau kejadian yang rasanya sudah dialami dalam realitas kehidupan dari pencipta dan pendengar lagu yang diungkapkan ke dalam lirik lagu dengan bentuk rangkaian bait-bait tulisan yang membentuk sebuah karya sastra dengan jenis lagu. fungsi dari metafora dalam lirik lagu ialah untuk memperkuat emosi dan menyampaikan pesan dalam yang secara kompleks atau sensitif namun dengan cara yang lebih halus dan tidak secara langsung. Dengan menggambarkan gambaran yang lebih konkret untuk dapat mudah dibayangkan, metafora dalam lirik dapat membangkitkan emosi yang lebih kuat untuk pendengar lagu tersebut.

Metafora dibedakan menjadi beberapa jenis, namun yang sering digunakan dalam lirik lagu ialah metafora konseptual, yakni fenomena kebahasaan yang mendasari cara kita berpikir dan memahami konsep abstrak. Konsep abstrak hal ini diartikan sebagai domain target atau dapat diartikan sebuah konsep abstrak yang belum dipahami untuk digambarkan.

Metafora konseptual dibagi ke beberapa jenis, yang pertama metafora struktural yang menurut Lakoff dan Johnson adalah “konsep dari suatu hal yang dibentuk secara metaforis dengan menggunakan konsep lainnya”. Struktur dalam hal ini merujuk pada cara kerja atau sistematika dari suatu konsep metafora. Namun metafora ini hanya bersifat parsial. Jenis kedua adalah metafora orientasional, yang merupakan konsep metafora yang terkait dengan orientasi ruang seperti naik turun, depan belakang, dan atas bawah. selanjutnya yakni metafora jenis ketiga ialah metafora ontologi, merupakan metafora yang menjelaskan suatu konsep sebagai entitas dan substansi. Lakoff dan Johnson mengatakan bahwa pengalaman manusia dengan objek fisik, terutama dengan tubuh manusianya sendiri yang memberikan dasar bagi para berbagai

macam metafora ontologi yang luar biasa, seperti cara-cara untuk melihat peristiwa, aktivitas, emosi, ide, dan lain sebagainya menjadi entitas dan substansi.

Teori yang dikemukakan oleh Lakoff dan Johnson pada uraian di atas dapat dijadikan landasan dasar terkait metafora. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan teori metafora konseptual sebagai acuan dalam menganalisis metafora.

#### **II.4.2 Penggunaan metafora untuk menyampaikan emosi dan pesan**

Salah satu kekuatan utama metafora terletak pada kemampuannya dalam menyampaikan emosi. metafora dapat menciptakan resonansi emosional yang kuat karena ia menghubungkan konsep abstrak dengan pengalaman sensorik dan kekonkretan. metafora dalam penyampaian emosi dan pesan bukan hanya sekedar kiasan bahasa, namun juga merupakan alat komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan emosi dan pesan secara mendalam.

#### **II.4.3 Interpretasi Pendengar terhadap metafora**

Interpretasi pendengar terhadap metafora dalam lirik lagu dapat diartikan sebagai proses yang kompleks dan subjektif dimana pendengarnya memberikan makna pada perbandingan implisit yang terdapat dalam lirik lagu. Pada proses ini tidak hanya sekedar memahami arti kata secara harfiah, tetapi juga melibatkan pemahaman kompleks dari konteksnya, pengalaman pribadi, dan emosi pendengar. Dengan makna lain, beberapa orang mendengarkan lagu yang sama dengan metafora yang sama mungkin saja bakal memiliki pemaknaan interpretasi yang berbeda.

Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi interpretasi pendengar adalah pengalaman pribadi. Setiap individu memiliki pengalaman hidup, perjalanan hidup, memori, dan emosi yang berbeda antara satu dan lainnya. inilah yang menjadi keunikan dalam interpretasi pendengar dalam proses mendengarkan musik. Pengalaman-pengalaman ini berfungsi sebagai lensa darimana mereka memahami dan menafsirkan metafora.

Meskipun interpretasi pendengar ini bersifat subjektif, intensi pencipta lagu juga berdampak dalam memberikan panduan. Meskipun pendengaran memiliki kebebasan dalam menginterpretasikan lirik sesuai pemahaman mereka masing-masing, pendengar juga lebih baik untuk mengetahui maksud dari penulisan lagu tersebut melalui pencipta lagu untuk dapat menjadi metafora berbeda dan untuk membantu mempersempit kemungkinan interpretasi. Namun, penting untuk diingatkan bahwa interpretasi tidak sepenuhnya benar atau salah terhadap metafora dalam lagu saja, karena kekuatan metafora terletak pada kemampuan untuk membangkitkan berbagai makna dan emosi dalam diri pendengar.

## II.5 Macam-macam Asumsi Tentang Audiens

Resepsi awalnya diambil dari kata 'receiver', yang dalam bahasa Inggris reception dan diartikan ke dalam bahasa Indonesia berarti penerimaan. Analisis resepsi adalah bentuk pendekatan alternatif dalam mempelajari perihal seseorang. Sama halnya seperti bagaimana memaknai pesan yang telah diterima dari suatu media.

Analisis resepsi dapat dianggap sebagai metode baru dalam teori komunikasi sosial dan juga teori wacana (Mahmud, 2018) di dalam (Pramudi, 2025). Pemahaman satu kelompok sasaran mungkin berbeda dengan pemahaman kelompok lain. Tidak ada jaminan bahwa pemirsa akan menerima pesan seperti yang diharapkan pengirimnya. Perbedaan makna antara pendengar seringkali dianggap sebagai kesalahpahaman.

Menurut Hall, resepsi dideskripsikan dengan bagaimana pesan media diterima oleh khalayak sebagai adaptasi yang diproyeksikan dari elemen *encoding-decoding* yang diciptakan dan mulai terkenal sejak tahun 1973. Dan bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan berdasarkan pengalaman hidup dan konteks sosial mereka. Teori ini menekankan bahwa khalayak tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga penerima aktif dalam menerima pesan dan menghasilkan makna dari pesan tersebut. Pada penelitian ini teori resepsi adalah teori bagaimana makna pengkodean (*encoding*) diterima oleh dikodekan (*decoding*) oleh pengirim pesan menjadi hal yang dianalisis.

Stuart Hall mengatakan khalayak melangsungkan sebuah pemaknaan dan penerimaan pada pesan media melalui tiga kategori penerimaan yaitu:

1. **Posisi Dominan (*Dominant Hegemonic Position*)** yakni pesan dan kode yang disampaikan dapat diterima sepenuhnya. Stuart Hall menyampaikan bahwa posisi dominan ini sebagai bentuk situasi dimana terjadinya penyampaian pesan dan khalayak dapat menerima langsung pesan tersebut. Bisa dikatakan bahwa posisi ini adalah dimana terjadinya pertukaran pada komunikasi yang terjadi sempurna karena khalayak telah menerima pesan tersebut secara utuh dengan memberi pandangan yang positif pada pesan maupun fenomena yang telah disampaikan.
2. **Posisi Negosiasi (*Negotiated Code atau Position*)** atau dapat dikatakan pemaknaan yang dinegosiasikan, yakni posisi dimana khalayak menerima pesan yang telah disampaikan namun pesan yang diterima tidak sepenuhnya diterima dan kadang ada yang bertolak belakang. dikarenakan sebenarnya khalayak merasa setuju dan mengerti apa yang telah disampaikan oleh media, namun tidak sepenuhnya dimaknai dengan maksud dan tujuan yang sama.
3. **Posisi Oposisi (*Oppositional Code atau Position*)** yakni dimana pesan yang disampaikan oleh media dimaknai secara berbeda oleh khalayak. Dapat digambarkan seperti khalayak yang tidak searah dengan pesan yang disampaikan oleh media. Khalayak menolak makna pesan yang menjadi tujuan dalam media tersebut dan mengalihkan dengan sudut pandang oleh khalayak masing-masing terhadap topik pesan yang telah disampaikan media.

McQuail mendefinisikan audiens sebagai kumpulan pemirsa atau pendengar yang fokus, responsif, tetapi relatif pasif yang berkumpul di lokasi yang kurang lebih sama dalam bukunya *Mass Communication Theory*. Audiens merupakan hasil dari pola pasokan media dan lingkungan sosial tertentu, yang menghasilkan minat budaya, pemahaman, dan permintaan informasi bersama. Keduanya sering terjadi secara bersamaan, seperti ketika sumber media bertujuan untuk menarik perhatian penduduk setempat atau anggota kategori sosial ekonomi tertentu. Selain itu, konsumsi media

mencerminkan tren yang lebih umum dalam ketersediaan, gaya hidup, rutinitas harian, dan penggunaan waktu.

Akibatnya, khalayak dapat dikategorikan dalam berbagai cara yang saling tumpang tindih: berdasarkan lokasi (seperti pada media lokal); berdasarkan orang (seperti pada media yang menarik bagi kelompok usia, jenis kelamin, pandangan politik, atau golongan pendapatan tertentu); berdasarkan media atau saluran tertentu (campuran teknologi dan organisasi); berdasarkan konten pesan (genre, pokok bahasan, dan gaya); dan berdasarkan waktu (seperti pada khalayak "siang hari" atau "waktu tayang utama", atau khalayak sementara dan jangka pendek, bukan khalayak jangka panjang).

Banyaknya jenis khalayak yang muncul seiring dengan perubahan media dan zaman dapat dijelaskan dengan berbagai cara. Nightingale (2003) mengusulkan empat kategori berikut sebagai bagian dari tipologi baru yang merangkum karakteristik utama dari keberagaman baru:

- "Orang-orang yang berkumpul" adalah audiens. Intinya, jumlah total perhatian yang diberikan pada produk atau presentasi media tertentu pada saat tertentu. "Audiens" yang dikenali adalah siapa mereka.
- "Orang yang dituju" adalah audiens. mengacu pada audiens yang dibayangkan oleh komunikator dan untuk siapa pesan tersebut ditujukan. Audiens ini juga disebut sebagai "terdaftar" atau "diinterpelasi."
- Pemirsa sebagai "peristiwa." pengalaman menerima, baik oleh diri sendiri maupun dalam kelompok, sebagai peristiwa partisipatif dalam kehidupan sehari-hari, dikontekstualisasikan berdasarkan lokasi dan elemen lainnya.
- Penonton sebagai "audisi" atau "mendengar." Ini merujuk pada pengalaman penonton yang memungkinkan mereka untuk terlibat dari jarak jauh atau secara bersamaan memberikan komentar, atau ketika mereka tenggelam dalam suatu pertunjukan.

Anggota khalayak massa yang luas, beragam, dan tersebar luas tidak saling mengenal. Perspektif tentang khalayak massa ini menekankan aspek unik dari keadaan seputar produksi dan penyebaran berita dan hiburan secara massal, alih-alih menggambarkan realitas. Penggunaan frasa tersebut oleh para kritikus awal biasanya mengandung konotasi negatif, yang mengekspresikan sikap tidak setuju terhadap budaya massa dan selera populer, penemuan kembali kolektif khalayak.

Pemirsa di sektor media elektronik, termasuk televisi dan radio, telah tumbuh dengan cepat menjadi pasar konsumen yang signifikan untuk media audio dan elektronik. Ketika membahas fenomena pemirsa, kata "pasar media" yang sering digunakan pertama kali muncul untuk memberikan alternatif yang lebih objektif daripada ekspresi lain yang lebih sarat nilai. Kata "pasar" telah digunakan seiring dengan pertumbuhan industri media. Kelompok sosiodemografi, pelanggan yang ada atau calon pelanggan dari layanan atau produk media tertentu, atau wilayah yang dicakup oleh media semuanya dapat disebut dengan frasa ini. Agregat pelanggan saat ini atau calon pelanggan layanan dan barang media dengan profil sosial ekonomi yang diakui disebut sebagai pasar. Gagasan pasar berguna dan penting untuk memahami sektor media dan ekonomi media, tetapi juga rumit dan tidak sepenuhnya bebas nilai. Alih-alih melihat pemirsa sebagai kolektif atau publik, ia memandang mereka sebagai kumpulan pelanggan.

Dalam konteks retorika bisnis media, gagasan bahwa khalayak adalah pasar tidak dapat dielakkan lagi merupakan pandangan "dari media," khususnya dari pemilik dan pengelola media. Bahasa pasar yang berkaitan dengan khalayak pada dasarnya menipu, dan sebagian besar anggota khalayak tidak menyadari bahwa mereka adalah bagian dari pasar.

Khalayak sebagai pasar dapat dilihat dalam teori sebagai berikut:

- Khalayak adalah agregat dari banyak konsumen potensial atau aktual.
- Anggota tidak berhubungan satu sama lain dan tidak memiliki identitas bersama mereka sendiri.

- Batasan yang ditetapkan untuk khalayak terutama didasarkan pada kriteria sosial-ekonomi Khalayak adalah objek manajemen dan kontrol oleh penyedia media
- Pembentukannya bersifat sementara
- Signifikansi publik bersifat subordinatif
- Hubungan khalayak dengan media saling kalkulatif, bukan moral

## **II.6 Penelitian Terdahulu**

Pada sub bab ini memberikan informasi mengenai penelitian yang lebih dahulu ada dalam skala nasional dan internasional yang memiliki kesamaan konteks atau tema yang sama dilakukan di penelitian ini, di dalam tabel ini terdapat judul serta tahun publikasi dari penelitian tersebut, tujuan penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, hasil dari penelitian serta pernyataan kebaruan pada penelitian ini. Berikut ringkasannya pada tabel dibawah ini:



No .	Penulis & Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	<p>Interpretasi dan Metafora yang Terkandung Pada Lirik lagu “Tikus - Tikus kantor” Oleh Iwan Fals, Despita Nabila Fadilah, Chanchan Apriani Sopar (2022)</p>	<p>Metode deskriptif analisis</p>	<p>Menjelaskan bahwa lagu “Tikus - Tikus Kantor” merupakan kritik sosial dan menghasilkan metafora binatang.</p>	<p>Fokus pada pesan, bukan pada komunikasi</p>	<p>Menggunakan analisis interpretasi dan metafora</p>

2.	Metafora dalam Lirik Lagu “Mendarah” oleh Nadin Amizah, Ayudia Helmi, Widya Utari, Alya Luthifah, Adelliya Yuwanda, Putri, Frinawaty Lestarina Barus (2021)	Metode deskriptif analitik	Menjelaskan pada penelitian ini menunjukkan ada 3 metafora eksplisit dan implisit dalam lagu mendarah.	Fokusnya tidak mengerucut pada satu metafora saja	Membahas jenis dan makna metafora dalam lirik lagu
----	---	----------------------------	--	---	--

3.	<p>Interpretasi Lagu “GALA BUNGA MATAHARI” Terhadap Ayat-Ayat Al-Quran. Mohammad Fayed Qalby, Desika Setia Putri, Nabila Destriana Putri, Viona Windy Cinara, Maulana Mohammad Wildan Pribadi, Eni Nurhayati. (2024)</p>	<p>Metode kualitatif</p>	<p>Menjelaskan terdapat beberapa bait lagu yang terinspirasi dari ayat Al-Quran</p>	<p>menggunakan interpretasi terhadap ayat Al-Quran</p>	<p>menggunakan metode kualitatif</p>
----	--	--------------------------	---	--	--------------------------------------

4.	<p>Analisis Makna Metafora Pada Lirik Lagu Nadin Amizah “Sorak Sorai” Nurashri Shafary (2023)</p>	<p>Metode kualitatif deskriptif</p>	<p>diperoleh 5 lirik yang menggunakan metafora antropomorfik , 3 lirik yang menggunakan metafora dari konkret ke abstrak, 8 lirik yang menggunakan metafora sinestesia (synesthetic metaphor), dan tidak terdapat lirik yang menggunakan metafora kehewanan (animal metaphor).</p>	<p>Penelitian ini mendeskripsika n jenis metafora</p>	<p>menganalisis lirik menggunaka n metafora</p>
----	---	---	--	---	---

*Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu*