

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan temuan penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini:

1. Penelitian dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, berjudul "MUSIK SEBAGAI MEDIA GERAKAN SOSIAL BARU" oleh Reza Ulfa Tamimi, meneliti efektivitas grup musik Merah Bercerita dalam menyampaikan pesan hak asasi manusia (HAM) melalui musik. Penelitian ini menemukan bahwa Merah Bercerita menggunakan lirik, tempo, nada, dan gambar sebagai bahasa simbolik untuk menyampaikan pesan perlawanan dan kritik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa musik dapat menjadi alat untuk gerakan perlawanan, karena musik mudah diterima dan dapat berdialog dengan masyarakat. Merah Bercerita menggunakan simbol-simbol sederhana dalam musik mereka untuk mendidik masyarakat tentang realitas sosial yang tidak adil, ketidakadilan, dan berbagai masalah kemanusiaan yang sering tidak diajarkan di pendidikan formal.

2. Penelitian dari program jurusan sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya berjudul "MUSIK IKSAN SKUTER: GERAKAN SOSIAL BARU" karya Zidni Rodhia, membahas bagaimana Iksan Skuter menggunakan musik untuk meningkatkan kesadaran massa.

Penelitian ini menggunakan teori Gerakan Sosial Baru dari Rajendra Singh dan teori Ketidaksetaraan dari Jean Jacques Rousseau untuk menganalisis situasi tidak adil yang dilihat oleh Iksan Skuter dan bagaimana dia memobilisasi sumber daya di sekitarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan sosial baru bisa menghapus batas-batas perbedaan. Iksan Skuter, sebagai aktor gerakan sosial baru, memberikan testi perjalanannya dalam musik selama lebih dari 15 tahun memberikan hasil yang signifikan, baik dalam kedewasaan pribadinya maupun sebagai gerakan perlawanan. Penelitian ini menemukan bahwa gerakan yang dipelopori Iksan Skuter mempunyai orientasi tujuan yang berbeda. Namun, penulis belum menemukan alur baru dalam perlawanan Iksan Skuter karena tidak ada ritme baru yang ditemukan.

Penulis menyarankan perlunya merancang strategi untuk mencapai tujuan gerakan, mempertimbangkan waktu yang tepat untuk melancarkan aksi, serta pentingnya keterlibatan aktif pendengar dalam isu yang diperjuangkan oleh gerakan ini.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris "mass media communication," yang berarti komunikasi menggunakan media massa. Media dalam konteks ini adalah hasil modifikasi dari teknologi komunikasi. Kata "massa" dalam konteks komunikasi massa berbeda artinya dengan sekumpulan orang atau lebih secara umum. Dalam komunikasi massa, "massa" merujuk pada orang-orang yang menjadi

target atau penerima pesan dari media massa. Mereka tersebar di berbagai lokasi tetapi menerima pesan yang sama. Istilah "massa" sering disebut sebagai khalayak atau audiens. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (John R. Bittner, 1980). Menurut Jay Black dan Fredrick C. Whitney (1988), komunikasi massa adalah aktivitas tersampainya pesan atau informasi yang meluas pada relasi yang makin luas dari penerima satu kepada penerima lainnya dengan cakupan yang general.

2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Dannis McQuail pada buku Teori Komunikasi Massa mengemukakan komunikasi massa memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan jenis komunikasi lainnya:

1. Komunikasi massa bukan dilakukan oleh satu individu, tetapi oleh sekumpulan orang yang terintegrasi menjadi 1 seperti sebuah badan atau organisasi pesan tersebut adalah komunikator profesional.
2. Pesan yang dikirimkan cenderung bisa dipastikan substansinya dan memiliki standar tertentu
3. Keterkaitan antara pembuat dan penerima komunikasi massa bersifat kaku dan cenderung tidak aktif. Hubungan ini juga impersonal, sering kali non-moral dan kalkulatif, karena pembuat pesan biasanya melepaskan tanggungan atas dampak yang dialami oleh penerima pesan.

4. Penerima merupakan pilihan pembuat pesan namun bersifat luas .
5. Komunikasi massa cenderung melibatkan aktivitas bersama dari pembuat dan masyarakat luas, yang menghasilkan ajakan general dalam jangka cepat dan memicu respons instan dari masyarakat bersamaan.

Berlandaskan pada uraian tersebut, aspek yang paling krusial dari komunikasi jenis ini ialah yang terdiri dari perkumpulan individu yang memiliki role modelnya masing-masing kemudian bekerja sama untuk menghasilkan produk media. Mereka yang turut andil dalam sebuah integrasi pengaturan terorganisasi, dengan sikap dan perilaku mereka diatur dalam sistem yang ada di aliran komunikasi tersebut. Komunikasi ini bersifat misterius dan melibatkan penerima yang heterogen dalam jumlah besar. Komunikator tidak mengenal audiens mereka secara personal, sedangkan audiens memiliki latar belakang yang beragam, termasuk pendidikan, jenis kelamin, usia, status sosial, dan agama.

Pesan yang disampaikan dalam media massa bersifat umum dan universal, yang berarti ditujukan kepada banyak orang dengan topik yang mencakup berbagai bidang. Komunikasi dari komunikator ke audiens bersifat satu arah, sehingga audiens tidak dapat memberikan respons langsung. Respons yang terjadi adalah umpan balik yang terjadi dengan jeda waktu (delayed feedback),

yang berarti audiens tidak bisa langsung merespons satu sama lain secara langsung.

Komunikasi massa ini bisa menyebabkan kontak serempak dan terintegrasi antara media dengan cakupan penerima berjumlah banyak dimana mereka menaruh perhatian pada isi pesan yang disampaikan komunikator. Wilayah jangkauan dalam penyebaran pesan media massa yang beragam menjadi hambatan berarti sehingga terwujud perbedaan persepsi antar penerima pesan mungkin terjadi. Hal tersebut menjadikan komunikasi massa membutuhkan peralatan teknis yang canggih dalam penyebarannya untuk mendukung kecepatan dan keserempakan dalam menjangkau audiens

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Charles Wright (1986, p. 3-28), Fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. Pengawasan (*Surveillance*)

Media terus memberitakan pesan yang mungkin membuat memahami perubahan di wilayah dan cakupan yang menggugah dorongan bagi mereka. Fungsi *Surveillance* dalam hal ini mencakup peringatan dan kewaspadaan terhadap bahaya atau ancaman yang mungkin dihadapi oleh audiens. Komunikasi massa juga dapat memberikan pengakuan atas status individu, organisasi, atau masalah tertentu yang diberitakan, yang cenderung dianggap penting

oleh audiens. Selain itu, media massa juga berfungsi mengatur agenda publik dengan menetapkan tema, individu, topik, atau isu yang menjadi fokus perhatian audiens atau khalayak.

2. Korelasi (*Correlation*)

korelasi membantu audiens untuk hubungan antara pengaturan batasan yang digunakan untuk melindungi penerima pesan. Karena media massa dapat memberikan keterkaitan dan menafsirkan peristiwa yang ada pada hari itu.

3. Sosialisasi (*Socialization*)

Komunikasi melalui media massa merupakan sarana penting dalam interaksi dengan audiens serta mendorong mereka untuk berperan aktif dalam kehidupan sosial. Dalam konteks ini, massa media menciptakan pengalaman bersama dan membantu memupuk harapan bersama mengenai norma-norma perilaku yang dapat diterima atau tidak oleh masyarakat. Selain itu, peran utama komunikasi melalui media massa juga terletak pada perantara transmisi warisan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

4. Hiburan (*entertainment*)

Komunikasi melalui media massa adalah bentuk hiburan massal yang meresap dalam kesadaran audiens, memberikan

relaksasi atau pelarian kepada audiens dari kewajiban sosial mereka

2.2.2 Media Massa

Media adalah sarana berkomunikasi di masyarakat yang menjadi perantara dan penghubung di antara dua pihak. Menurut McLuhan dan Quentin Fiore, “Media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat” dari pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat dan media saling terkait dan media merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Media memiliki pengaruh yang bisa berdampak positif maupun negatif terhadap pola kehidupan masyarakat.

Media merujuk pada entitas atau organisasi yang menyebarkan pesan atau produk budaya yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam suatu masyarakat. Media juga dianggap sebagai sarana yang digunakan oleh komunikator untuk berkomunikasi, menyampaikan, atau menyebarluaskan pesan kepada penerima pesan atau audiens

Media massa merupakan media yang mendistribusikan sebuah informasi dengan sumber dari sekitar manusia atau audiens yang dihimpun atau dikumpulkan dengan alat-alat mekanis dalam komunikasi secara umum seperti media penyebar informasi digital yakni radio, televisi dan lain sebagainya (Cangara 1998:112).

A. Jenis media massa

Media ini dibagi secara fisik menjadi dua, yakni:

1. Media cetak: Surat kabar, majalah, dll
2. Media elektronik: radio, televisi, film.

(Kuswandi 1996:98).

B. Unsur penting dalam media massa, sebagai berikut:

1. Adanya sumber informasi
2. Isi Pesan
3. Saluran informasi (media)
4. Khalayak (audien)
5. Umpan balik khalayak sasaran

(Kuswandi 1998:98)

2.2.3 Musik

Musik memiliki pengaruh yang sangat signifikan pada berbagai lapisan masyarakat di seluruh dunia. Hal ini menjadikan musik diminati berbagai kelompok usia, dari usia anak-anak hingga lansia. Musik secara sadar maupun tidak sadar menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari, karena pada dasarnya, musik adalah ekspresi berbentuk suara yang teratur. Di dalamnya, melodi musik disusun dengan menggabungkan lirik lagu pada setiap baitnya. Proses ini memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada pendengarnya. Melalui penyatuan lirik-lirik lagu dalam sebuah kesatuan yang berkesinambungan, pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih baik oleh khalayak.

Musik memainkan peran penting dalam membentuk kehidupan sosial dalam masyarakat, karena sering kali mencerminkan berbagai fenomena yang terjadi di dalamnya. Musik dianggap sebagai hiburan yang menyenangkan yang digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia

ketika merasa bosan, senang, sedih, atau dalam berbagai situasi emosional lainnya. Dalam konteks ini, musik berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif, karena melodi dan lirik dalam musik mengungkapkan pemikiran, perasaan, dan emosi manusia dalam bentuk suara.

Musik dianggap sebagai bahasa universal yang berperan sebagai sarana ekspresi masyarakat, mampu menghubungkan berbagai lapisan sosial, termasuk kelompok ekonomi yang beragam. Musik juga didefinisikan sebagai manifestasi perasaan yang diwujudkan melalui rangkaian bunyi dan suara.

Guna mengefektifkan persepsi tentang musik sesuai dengan topik penelitian ini, Sanjaya (2013:185) memformulasikan pemahaman mengenai musik, seperti:

- 1) Musik dan lagu merupakan hasil yang menjadi kepentingan emosional universal bagi makhluk hidup dan dikatakan penting dalam kehidupan mereka. Musik memainkan peran yang penting karena memiliki fungsi yang beragam bagi manusia. Menurut Aristoteles (328-322 SM), musik dapat digunakan guna mengembalikan keselarasan jiwa yang merasa terganggu, menghibur hati yang sedang dilanda kesedihan, serta membangkitkan semangat patriotisme

- 2) Musik adalah wadah untuk menyampaikan kegelisahan, dan dalam konteks semiotika musik, terdapat peringatan yang memediasi komunikasi. Musik yang direkam dalam partitur orkestra adalah contoh penggunaan tanda-tanda visual untuk mencapai pendengar. Alex

(2004:144) menjelaskan bahwa penggubah musik menyampaikan kreativitasnya melalui pemain musik sebagai perantara, dengan menggunakan notasi tertulis sebagai bentuk visualnya. Sebagai contoh, Iwan Fals menggunakan lirik-lirik tajam dalam karyanya untuk mengkritisi kondisi pemerintahan otoriter pada masa Orde Baru.

Lirik lagu adalah ekspresi dari pengalaman seseorang yang bisa dilihat, didengar, atau dialami oleh pemusik atau pencipta lagu. Dalam mengekspresikan pengalaman ini, penyair atau pencipta lagu menggunakan permainan kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dalam lirik atau syairnya. Definisi lirik atau syair lagu sering dianggap sebagai bentuk puisi, dan sebaliknya, puisi juga dapat dianggap sebagai lirik lagu. Jan Van Luxemburg (1989) juga mengatakan hal yang serupa, bahwa definisi teks-teks puisi mencakup berbagai jenis sastra, termasuk ungkapan-ungkapan seperti pepatah, pesan iklan, semboyan politik, syair-syair lagu pop, dan doa-doanya.

2.2.3.1 Musik Punk

Punk pada dasarnya adalah sub-kebudayaan yang berasal dari London, Inggris. Asal-usul nama "punk" sendiri dianggap berasal dari singkatan "Public United Not Kingdom," yang mengartikan kesatuan masyarakat di luar kerajaan, khususnya kerajaan Inggris. Craig O'hara (1999, dalam Widya 2010) menyebutkan bahwa filosofi punk dapat dibagi menjadi tiga bagian. Pertama, punk sebagai tren fashion remaja dan jenis musik. Kedua, punk sebagai gerakan pemberontakan yang

menuntut kebebasan dan perubahan. Dan ketiga, punk sebagai bentuk perlawanan yang kuat dengan menciptakan musik, gaya hidup, komunitas, dan kebudayaan sendiri.

Secara musikal, punk awalnya muncul sebagai subgenre dari musik rock. Namun, ia berkembang melalui gerakan anak muda yang menolak tidak hanya musik rock, tetapi juga mengung-ung perspektif kritis terhadap politik, ekonomi, dan masalah sosial. Musik punk sering ditandai dengan kesimpelan, kekasaran, dan tempo yang cepat, dengan tujuan mengkritik penguasa melalui cara mereka sendiri.

Musik punk dikenal sebagai musik yang sederhana dan tidak selalu enak didengar oleh mayoritas orang, namun lebih sebagai bentuk ekspresi diri bagi komunitas mereka sendiri. Instrumen yang umum digunakan dalam punk meliputi drum, gitar listrik, bass listrik, dan vokal, dengan suara yang sering kali kasar dan kering. Lirik dalam musik punk cenderung langsung, kasar, dan penuh kemarahan. Pencipta lagu punk sering mengekspresikan kejujuran mengenai kondisi sosial yang terjadi, jarang menggunakan metafora atau bahasa yang indah. Musik punk dicirikan oleh kombinasi musik yang kasar dan energik, menciptakan suasana yang agresif, keras, dan jujur.

2.2.4 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa

Pada dasarnya, musik dapat dikategorikan sebagai bentuk dari komunikasi banyak kalangan dikarenakan terdapat unsur, karakteristik,

dan fungsi yang serupa dengan komunikasi massa. Definisi dari komunikasi massa sendiri adalah pesan dalam jumlah besar yang termuat dari lirik-lirik dengan lantunan nada yang ditujukan kepada khalayak melalui berbagai media. Rakhmat memaparkan jika jenis komunikasi ini ditujukan untuk masyarakat yang luas, berbeda-beda dan misterius atau tidak saling mengenal satu sama lain cepat (Winarmi, 2003;6)

Musik bisa menjadi bentuk komunikasi karena kesamaan karakteristik dengan komunikasi massa. Pesan yang disampaikan oleh musik bersifat linear, dimana komunikasinya searah dengan komunikator (Musisi) pada komunikan (pendengar). Musisi disini berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kepada pendengarnya secara searah.

Aspek selanjutnya adalah sifat anonim dan heterogen, yang dimaksud disini adalah musisi atau komunikator tidak mengenal pendengarnya yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Di Lain sisi, komunikator dalam musik juga terlembaga, sehingga pesan yang disampaikan juga melalui banyak proses dari banyak pihak. Ini bisa mencakup struktur penyampaian isi pesan oleh musisi melalui hasil rekaman atau video yang melibatkan berbagai pihak dalam produksinya.

Dari segi fungsi juga ada kesamaan antara musik dan komunikasi massa. Secara umum komunikasi massa memiliki fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, dan hiburan (Winarmi,

2003:44). Di sisi lain, fungsi khusus dari kesamaan antara musik dan komunikasi massa yaitu melibatkan, memberikan keyakinan, mempengaruhi, serta memberikan stimulus (Karlinah, Soemirat, Komala, 1999:5.2). Ditinjau secara umum, musik sendiri bisa berperan dalam menyampaikan informasi mengenai masalah sosial, pendidikan, dan sebagai hiburan. Lalu jika ditinjau secara khusus, musik bisa digunakan sebagai alat untuk mempersuasi, persuasi, menurut Devito (1997), bisa berupa penguatan sikap dan keyakinan seseorang, perubahan sikap, dan menawarkan suatu sistem nilai tertentu (Karlinah, Soemirat, Komala, 1999:5.12). pada penerapan fungsi yang bersifat khusus tersebut bisa dengan mudah ditemui dalam musik atau lagu-lagu dengan unsur yang mengandung kritik masalah sosial, menyadarkan masyarakat terkait isu-isu sosial, dan berupaya merangsang respons terhadap yang terjadi pada masyarakat. Dalam konteks ini, lagu berfungsi sebagai komunikator yang menyampaikan pesannya pada khalayak dalam jumlah besar melalui media massa.

2.2.5 Khalayak Aktif dan Khalayak Pasif

Khalayak adalah elemen penting penyusun diterimanya pesan yang dimuat dalam suatu media. Teori khalayak aktif, menurut Baran & Davis, menekankan perilaku atau respons khalayak terhadap media daripada dampak media terhadap khalayaknya sendiri (Rianto, 2016:91). Media cenderung lebih memfokuskan perhatian pada sumber dan konten pesan yang disampaikan, bukan bagaimana media mempengaruhi khalayaknya. Peran khalayak dalam mempengaruhi

media sangat signifikan. Respons atau tindakan khalayak terhadap pesan media menjadi bukti penting dalam penerimaan pesan tersebut. Ini mendorong pembentukan asumsi-asumsi tentang bagaimana pesan media diterima. Asumsi-asumsi ini perlu diuji untuk mengungkap hasil yang sebenarnya dari penerimaan pesan media tersebut. Herta Herzog dikenal sebagai salah satu tokoh dalam pengembangan pendekatan mengenai penggunaan media dan kepuasan pengguna (Baran & Davis, 2011: 245).

Herta Herzog melakukan wawancara dengan khalayak radio untuk mengidentifikasi motivasi mereka dalam mendengarkan radio. Hasil wawancara tersebut mengungkapkan adanya tiga jenis kepuasan utama yang dirasakan oleh khalayak saat mendengarkan radio. Pertama, mereka menggunakan radio sebagai cara untuk mengekspresikan dan melampiaskan perasaan emosional mereka. Kedua, mereka menikmati radio karena memberikan kesempatan untuk berimajinasi atau bermimpi (*fantasy*). Ketiga, khalayak juga menganggap bahwa mendengarkan radio memberikan mereka saran atau informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, setiap khalayak mendapatkan kepuasan yang berbeda-beda dari aktivitas mendengarkan radio. Hal ini menunjukkan bahwa respons dan kepuasan khalayak terhadap media radio adalah salah satu bentuk feedback yang penting dalam penggunaan media tersebut. Pemanfaatan media didorong oleh adanya kesadaran pemenuhan kebutuhan dari manusia untuk masing-masing orientasi yang dimiliki (Baran & Davis,

2011: 252). Proses ini memperlihatkan keterlibatan aktif dari khalayak dalam penggunaan media. Namun, terdapat perbedaan di antara keduanya, di mana aktivitas lebih berfokus pada tindakan khalayak, sedangkan keaktifan lebih berfokus pada kepuasan yang diperoleh khalayak dari penggunaan media. Mereka secara selektif memilih konten yang mereka konsumsi dan memiliki kontrol atas interaksi mereka dengan media. Di sisi lain, khalayak pasif adalah mereka yang tidak mampu mengambil keputusan dalam menggunakan media dan lebih mudah terpengaruh oleh konten media yang mereka konsumsi. Khalayak pasif cenderung menerima informasi secara langsung tanpa banyak pemikiran kritis atau seleksi.

Menurut Biocca, yang telah mengkaji berbagai makna dan konsep dalam aktivitas khalayak, terdapat lima versi berbeda yang ditemukan dalam literatur (McQuail, 2010: 346):

1. *Selectivity* (Selektivitas)

Saat sekelompok orang memiliki beberapa alternatif opsi dan bisa memilih media serta kontennya, hal ini menunjukkan bahwa mereka merencanakan penggunaan media dengan baik. Khalayak aktif ini juga sangat selektif dalam memilih media yang mereka konsumsi. Karena kemampuan ini, mereka sulit tergoyahkan oleh afeksi lain, karena mereka bisa memilih apa yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka.

2. *Utilitarianism* (Utilitarianisme)

Dalam utilitarianisme, khalayak dianggap sebagai konsumen yang berorientasi pada kepentingan pribadi. Mereka menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan mereka. Konsumsi media ini memberikan kepuasan bagi khalayak tersebut.

3. *Intentionality* (Intensionalitas)

Khalayak aktif menggunakan kemampuan kognitif untuk mengolah informasi dari media. Hal ini menunjukkan bahwa mereka secara sengaja memilih dan memanfaatkan isi media.

4. *Resistance to influence* (Tidak mudah terpengaruh)

Khalayak aktif tidak terikat oleh batasan tertentu, sehingga mereka tidak mudah terpengaruh oleh isi media. Dengan demikian, khalayak memiliki kendali penuh atas bagaimana mereka menerima dan menafsirkan isi media.

5. *Involvement* (Keikutsertaan)

Keterlibatan ini dapat dijelaskan sebagai rangsangan afektif, sehingga ketika khalayak aktif menerima isi media, mereka akan memikirkan alasan di balik konsumsi media tersebut (McQuail, 2010: 346)

2.2.6 Gerakan Sosial Baru/*New Social Movement*

Gerakan sosial di era kontemporer memainkan peran penting dalam memberikan warna dan perdebatan di kalangan aktivis dan akademisi. Gerakan sosial sendiri dapat dilihat sebagai respon terhadap ketimpangan sosial yang terjadi dalam masyarakat. Sejarah telah

menunjukkan bahwa gerakan sosial bukanlah hal baru, sejak era kolonialisme Belanda, gerakan sosial telah muncul dalam bentuk pemberontakan petani dan gerakan nasionalisme pada awal abad 20. Setelah kemerdekaan dan era Orde Baru, dengan keterbatasan ruang gerak, gerakan sosial berkembang menjadi berbagai bentuk seperti demokrasi, feminisme, HAM, dan gerakan lingkungan. (Suharko, 2006 :2).

Gerakan sosial baru adalah bentuk partisipasi kelompok yang sebagian di ekstra atau anti institusional dengan tujuan mengubah atau mencegah perubahan sosial. Tujuan dan nilai dari gerakan ini bersifat umum dan melibatkan pembelaan terhadap kondisi manusia untuk kehidupan yang lebih baik. Gerakan Sosial Baru (GSB) menjadi populer pada akhir tahun 1960-an atau awal 1970-an. Dalam perspektif ini, gerakan ini mencerminkan gambaran tentang masyarakat baru dan menunjukkan perlunya paradigma baru tentang kolektivitas, model alternatif dari kebudayaan dan masyarakat yang baru, serta kesadaran baru komunitas tentang masa depan mereka.

Dalam Abdul Wahib Situmorang (2007) Gerakan sosial dapat didefinisikan sebagai aksi kolektif yang telah berlangsung sejak awal perkembangan peradaban manusia. Perubahan dari satu peradaban ke peradaban lain tidak selalu terjadi secara damai. Sejarah menunjukkan bahwa perubahan peradaban masyarakat sering kali terjadi melalui gerakan-gerakan kolektif, yang sekarang dikenal sebagai gerakan sosial..

Tipe/Ciri	Ideologi	Struktur	Taktik	Partisipan	Ruang Lingkup
Gerakan sosial lama	Retribusi Ekonomi	Institusional	Mobilisasi untuk revolusi	Antar kelas	Lokal dan internasional
Gerakan sosial baru	Isu beragam	Non- institusional	Mobilisasi untuk kelangsungan hidup	Lintas kelas	Transnasional

Tabel 2 1 Ciri-ciri Gerakan Sosial Baru

Sumber : Jurnal Analisis Gerakan Sosial Women Of Liberia Mass Action For Peace Di Liberia Tahun 2003-2006 (Isfandiarly, 2013: 4)

Penggolongan social flow berdasarkan Pichardo (1997:414) mencakup 4 aspek utama

1. Orientasi baru didasarkan pada anggapan cakupan masyarakat makin sempit, dan berbagai aspek masyarakat sipil telah dikuasai oleh negara.
2. Taktik (*tactics*). Gerakan sosial baru tidak lagi mengikuti model pengorganisasian seperti serikat buruh atau partai politik.
3. Struktur (*structure*). Gerakan sosial baru berusaha membentuk struktur yang mencerminkan jenis pemerintahan yang mereka inginkan.

4. Partisipan atau aktor dalam gerakan sosial baru berbeda dari gerakan sosial lama. Mereka berasal dari kelas menengah baru, yaitu kelompok pekerja baru di sektor ekonomi non-produktif. Anggota kelompok ini meliputi mahasiswa, seniman, dan sebagainya.

2.2.6.1 Strategi Gerakan Sosial

Suharko (Putra, 2006:11) menyatakan bahwa ada banyak strategi atau taktik yang bisa digunakan oleh gerakan sosial untuk mencapai tujuannya. Pemilihan strategi ini didasarkan pada pengamatan terhadap konteks politik tertentu, pertimbangan mengenai pihak lawan, isu yang dihadapi, serta kekuatan dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi gerakan sosial. Model dan pilihan strategi ini perlu dikembangkan secara praktis agar aksi gerakan sosial sesuai dengan harapan. Strategi tersebut terbagi menjadi empat variasi yang mencakup pengertian umum dan aturan dasar strategi gerakan sosial, yaitu sebagai berikut:

A. *Low Profile* Strategi

Fisher (Putra, 2006:11) menyebut strategi ini sebagai strategi "isolasi politik," yang khususnya sesuai dengan konteks politik yang represif dan efektif untuk menghindari kooptasi dari penguasa yang otoriter.

B. Strategi Pelapisan (*layering*)

Fowler (dalam Putra, 2006:12) menyebut strategi ini sebagai strategi *Layering*. Pelapisan adalah pengembangan layanan yang berfokus pada kesejahteraan, tetapi sebenarnya mencakup metode dan aktivitas yang bertujuan untuk pemberdayaan dan transformasi sosial.

C. Strategi Advokasi

Sebagaimana dijelaskan oleh Suharko (dalam Putra, 2006:13), strategi advokasi atau pendampingan adalah strategi utama yang digunakan oleh NGO (Organisasi Non Pemerintah) baik di negara maju maupun negara berkembang.

D. Keterlibatan Kritis (*Critical Engagement*)

Suharko (Putra, 2006:13-14) menyatakan bahwa berbagai organisasi gerakan sosial, terutama NGO, berupaya menggabungkan strategi taktik saat berhadapan dengan elit global.

E. Menggunakan Musik Sebagai Strategi

Inggit (2010:11) menyatakan bahwa musik adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia dan sudah menjadi kebutuhan hidup.

F. Menggunakan Media Sosial Sebagai Strategi

Dalam dunia digital yang dianggap sebagai dunia tanpa batas, masyarakat tidak hanya berinteraksi dengan lingkungan sekitar, tetapi juga dapat berkomunikasi dengan

teman dan rekan di luar negeri (Mahoney, dalam Firmanda dan Lalu 2018:6).

2.2.6.2 Peran Musik Pada Gerakan sosial

Gerakan sosial dalam musik memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan sosial. Seiring dengan perkembangan musik, banyak musisi kini tidak hanya mengandalkan melodi tetapi juga menggunakan musik sebagai alat komunikasi universal. Musik ini dapat berfungsi dalam dialektika sosial, menjadi media pemberontakan dan perlawanan di tengah ketidakadilan masyarakat.

Dalam konteks ini, musik berfungsi sebagai media untuk menggerakkan hasrat dan membangkitkan imajinasi. Musik digunakan sebagai instrumen gerakan sosial, terutama musik indie dalam negeri yang sarat dengan kritik sosial dan mengangkat isu-isu kemanusiaan.

Jacques Lacan dalam Lacan Discourse and Social Change (1993) menyatakan bahwa budaya memegang peran sentral dalam perubahan sosial, yang terutama didorong oleh hasrat. Hasrat ini mendorong masyarakat untuk mengejar kesenangan tertentu. Secara singkat, hasrat memiliki kekuatan untuk menggerakkan masyarakat menuju perubahan yang hanya dapat terjadi jika hasrat, angan-angan, dan imajinasi kolektifnya dibangkitkan (Piliang, 2003:220).

2.2.7 Resepsi

Penelitian ini mengkaji makna musik dengan menggunakan teori dan analisis resepsi. Analisis resepsi digunakan sebagai standar untuk mengukur bagaimana audiens merespons media. Pendekatan ini membantu dalam memahami karakter teks media yang dipahami oleh audiens. Analisis resepsi fokus pada pengalaman dan persepsi audiens, serta bagaimana makna terbentuk melalui pengalaman mereka saat berinteraksi dengan media tersebut.

Menurut McRobbie, analisis resepsi digunakan untuk memahami bagaimana audiens menginterpretasikan dan mengambil posisi terhadap pesan yang disampaikan oleh media. Pemahaman terhadap pesan media serta pemaknaan oleh audiens bersifat subjektif, dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka.

Menurut Fiske, analisis resepsi digunakan sebagai alat untuk mengkaji audiens tidak hanya sebagai penerima pasif, tetapi sebagai agen kultural yang memiliki kekuatan untuk menghasilkan makna dari media. Makna yang disampaikan oleh media dapat memiliki banyak interpretasi atau bersifat polisemik, dan audiens dapat meresponsnya secara oposisi (Suryani, 2013, p. 40).

Menurut Barker (2013), audiens adalah pencipta aktif makna dalam hubungannya dengan teks media. Mereka membawa kompetensi budaya mereka sendiri ke dalam interpretasi teks, sehingga audiens yang berbeda dapat menghasilkan makna yang berbeda pula (Barker, 2013).

Penjelasan ini menunjukkan bahwa isi pesan media dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh penerima yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang seperti usia, pendidikan, minat, dan pengalaman individu dapat menyebabkan pemirsa memaknai pesan media secara berbeda-beda.

2.2.8.1 Encoding dan Decoding

Analisis resepsi yang diperkenalkan oleh Stuart Hall menekankan peran audiens dalam mengolah makna dari isi teks media. Hall memberikan kebebasan kepada audiens dalam cara mereka menginterpretasikan pesan media, sehingga analisis resepsi memeriksa bagaimana audiens memberikan makna terhadap informasi yang disampaikan melalui berbagai media. Stuart Hall pertama kali memperkenalkan konsep ini saat menjelaskan proses decoding, di mana audiens mengartikan pesan yang disampaikan oleh produsen. Ini berarti bahwa audiens yang beragam dapat mengungkapkan kode pesan secara berbeda-beda (Davis, dalam Nisa, 2017).

Sementara itu, encoding adalah proses di mana produsen atau pengirim pesan mengubah ide, gagasan, atau informasi ke dalam simbolik atau kode yang dapat dipahami oleh penerima (Leswana, 2023). Stuart Hall memiliki konsep *encoding* dan *decoding* dalam menjalankan analisis resepsi yang terbagi menjadi tiga kategori (dalam Sefrandov, 2022):

1. *Dominant-Hegemonic Reading*, Dominasi dalam pemaknaan (*Dominant Hegemonic Position*) terjadi ketika posisi di mana kode atau pesan yang disampaikan diterima secara umum dan dimaknai secara seragam. Artinya, tidak ada perbedaan signifikan dalam penafsiran antara produsen (penulis) dan konsumen (pembaca) pesan tersebut.
2. *Negotiated Reading*, pemaknaan yang melibatkan negosiasi (*negotiated Position*) terjadi ketika kode atau pesan yang diterima oleh audiens tidak dipahami dalam arti yang umum. Audiens harus melakukan kompromi dengan preferensi dan keyakinan pribadi mereka dalam proses pemaknaan pesan tersebut.
3. *Oppositional Reading*, pemaknaan ini terjadi ketika konsumen teks memahami dan menginterpretasikan pesan dengan cara yang berbeda secara signifikan, bahkan mungkin mencapai penolakan penuh terhadap pesan yang disampaikan.

2.3 Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian oleh peneliti bertujuan untuk mempermudah peneliti agar tidak keluar dari lajur yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penerimaan dari perspektif Mahasiswa Aktivistis tentang musik punk sebagai media gerakan sosial baru pada lagu “Bertaruh Pada Api” karya Dongker oleh fungsionaris Kine Klub UMM berdasarkan latar belakang yang berbeda.

Penetapan fokus penelitian ini tidak lain adalah untuk memilih data yang lebih relevan. Tanpa adanya fokus penelitian ini, peneliti bisa terjebak dari banyaknya data dan informasi yang didapatkan di lapangan nantinya, maka dari itu fokus penelitian ini berperan penting dalam menjalankan penelitian.

