

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Review Penelitian

Review Penelitian merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait tentang pola komunikasi lainnya yaitu :

Tabel 2.1 Review Penelitian

NO	NAMA	JUDUL	TEORI	METODE	PESAN	PERBEDAAN
1.	Andryan Ramadhany	Analisis Wacana Lirik Lagu “Lahir Hidup Mati” Karya Band Step	Analisis Wacana Norman Fairclough	Studi Kualitatif	Tentang nilai-nilai kehidupan	Peneliti hanya terfokus pada pencipta liriknya dan mencari nilai- nilai norma kehidupan, sedangkan yang akan dilakukan

		Ahead				oleh peneliti selanjutnya adalah bagaimana dimensi tekstual, discourse practice, dan socialcultural practice.
2.		Analisis Wacana Lirik Lagu “Raja Negeriku” Karya Band Noah	Analisis Wacana Norman Fairclough	Studi Kualitatif	Tentang nilai-nilai nasionalisme	Perbedaan penelitian dengan sebelumnya disini peneliti lebih membahas seperti tata bahasa lirik, membahas juga cara penyebaran pesan dan bagaimana situasi band ini dalam penyebaran pesan serta bagaimana nilai social lirik ini

2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan dibab tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh penulis merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti. Tinjauan pustaka berisi semua pengetahuan (teori, konsep, prinsip, hukum maupun proposisi) yang nantinya bisa membantu untuk menyusun kerangka konsep dan operasional penelitian.

Temuan hasil peneliti yang telah ada sangat membantu dan mempermudah peneliti membuat kerangka konseptual. Peneliti membuat kerangka konseptual yang akan menjadi acuan penelitian ini, dan halaman berikutnya adalah kerangka konseptual peneliti :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Peneliti 2017

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1. Tinjauan Komunikasi

Dalam kerangka teoritis ini, peneliti akan membahas dan menjelaskan beberapa teori yang berhubungan atau berkaitan dengan masalah pokok yang akan dibahas berdasarkan studi kepustakaan yang peneliti telah. Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda. Dalam proses penyampaian hendaklah berusaha menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dipercakapkan. Dengan adanya kesamaan tersebut akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Tidak dapat di hindari bahwa sejak lahir manusia sudah berkomunikasi dengan lingkungannya.

Menurut **Widjaja (1993:1)** menjelaskan pengertian singkat tentang komunikasi dalam bukunya berjudul **Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat**, yaitu :**“Dapat diartikan bahwa komunikasi adalah hubungan kontrak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.” (Widjaja 1993:1)**

Terlihat jelas bahwa komunikasi merupakan inti dari semua hubungan sosial. Manusia yang merupakan makhluk sosial yang memiliki rasa ingin tahu, ingin maju dan berkembang membutuhkan komunikasi sebagai saran atau alat untuk mencapai segala keinginannya baik rasa ingin tahu, ingin maju dan berkembang. Komunikasi juga merupakan salah satu alat beinteraksi makhluk hidup khususnya manusia. Dalam pergaulan hidup manusia, masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Maka dari situlah terjadi saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan.

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** :

1. **Perubahan sikap (*Attitude change*)**
2. **Perubahan pendapat (*Opinion change*)**
3. **Perubahan prilaku (*Behavior change*)**
4. **Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003 : 8)**

Dari empat poin yang dikemukakan oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

2.3.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia seperti yang tertera dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** milik **Effendy**, seperti berikut ini ;

1. **Menyampaikan informasi (*to inform*)**
2. **Mendidik (*to educate*)**
3. **Menghibur (*to entertain*)**
4. **Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003 :8)**

Dari poin tersebut diatas, biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik melalui media cetak atau elektronik ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik (*to educate*) biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi yang cukup diminati karena adanya faktor kesenangan, mempengaruhi (*to influence*) biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.

2.3.3 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut.

Menurut **Rusady Ruslan(1999 : 69)** proses komunikasi adalah :

“Diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) atau antar kedua belah pihak.” (Ruslan 1999 : 69).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy (1984 : 11-17) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**. Proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses komunikasi secara primer

Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

1. Proses komunikasi secara sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1984 : 11-17).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu

jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

2.3.4 Unsur Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi.

Komponen atau unsur-unsur menurut **Cangara Hafield** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut :

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender, atau encoder.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content atau information.

3. Media

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau

lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982). Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. (Cangara, 2005 :23).

2.3.5 Jenis Komunikasi

Mulyana(2004:72-75) dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ada beberapa tipe komunikasi yang telah disepakati oleh para ahli yaitu :

1. Komunikasi Intrapersonal(*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak kita sadari.

2. **Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)**
Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun secara non verbal.
3. **Komunikasi Kelompok**
Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.
4. **Komunikasi Publik**
Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.
5. **Komunikasi Organisasi**
Komunikasi Organisasi adalah komunikasi yang terjadi didalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.
6. **Komunikasi Massa (*Mass Communication*)**
Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. (2004:72-75)

Jika dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini grup band SIMPONI memakai tipe komunikasi massa dalam melakukan proses komunikasinya. Karena Kelompok Simponi merupakan grup band yang berkecimpung dalam industri musik, dari itu mereka mengandalkan komunikasi massa untuk menyampaikan pesannya. Hal ini dikarenakan, Kelompok Band SIMPONI dalam menyampaikan pesannya menggunakan media massa sebagai perantara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh Kelompok Band Simponi dapat diterima oleh khalayak.

2.4 Komunikasi Massa

2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass media mediated*. Istilah *mass communication* atau *communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di beberapa lokasi yang dalam waktu yang sama hampir bersamaan dapat memperoleh pesan – pesan komunikasi yang sama. Media massa merupakan medium atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, jadi komunikasi massa tidak dapat terjadi apabila dilakukan tanpa peran sebuah media yang bersifat massa.

Ardianto dan Komala mengutip **Gerbner** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, komunikasi massa adalah:

Produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (2005:03)

Dari definisi Gerbner tersebut tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan.

Begitu banyaknya definisi tentang komunikasi massa, akan tetapi sebetulnya tujuan komunikasi massa adalah sama, yaitu menyampaikan pesan melalui media yang mampu menjangkau khalayak yang banyak. Seperti yang disimpulkan oleh Meletzke (1983), yang dikutip Jalludin Rakhmat dalam bukunya **Psikologi**

Komunikasi:

1. **komunikasi kita artikan setiap bentuk komunikasi massa yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.**
Komunikasi massa dibedakan dengan komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagai khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi dapat sampai pada saat yang sama. Semua orang mewakili berbagai masyarakat.
2. **Bentuk komunikasi massa dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama, sebagai berikut: diarahkan kepada khalayak yang relatif besar heterogen anonim, pesan disampaikan secara terbuka seringkali dapat mencapai banyak khalayak, secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar (Rakhmat,1983:212-213).**

Komunikasi massa terbatas pada proses penyebaran pesan melalui media massa yakni surat kabar, radio, televisi, film, majalah, dan buku, tidak mencakup proses komunikasi tatap muka.

2.4.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. **Effendi (1984:35)** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**, ciri komunikasi massa yaitu :

1. **Komunikasi massa berlangsung satu arah**
Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan
2. **Komunikator pada komunikasi massa melembaga.**
Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.
3. **Pesan bersifat umum.**
Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.
4. **Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
5. **Komunikasi massa bersifat heterogen.**
Komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain. (1984:35)

Elvinaro dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menyebutkan pula karakteristik komunikasi massa, yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**
2. **Pesan Bersifat Umum**
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
5. **Komunikasi Mengutamakan isi Ketimbang Hubungan**
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**
7. **Stimulasi Alat indra “terbatas”**
8. **Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) (2005:7-12)**

Dilihat dari karakteristik komunikasi massa yang disebutkan oleh Effendy dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek**, serta Elvinaro dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, pemaparan keduanya hampir sama mengenai karakteristik komunikasi massa, namun kita masih bisa melihat perbedaan dari pemaparan keduanya.

Elvinaro menyebutkan bahwa komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, stimulasi alat indra “terbatas”, serta umpan balik tertunda. Ketiga karakteristik diatas tidak disebutkan oleh **Effendy**, dan terlihat jelas berarti Elvinaro lebih lengkap memaparkan karakteristik komunikasi massa dengan meneliti dan membahas semua karakter tersebut dari berbagai aspek.

Dapat ditarik kesimpulan juga bahwa komunikasi itu bersifat sangat dinamis, dan sebagai masyarakat awam, kita tidak akan bisa menduga-duga apa yang akan terjadi nanti setelah kita melakukan proses komunikasi.

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannyapun beragam.

2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa

Khalayak yang terlibat dalam komunikasi massa sangat luas, sehingga dampak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi massa juga sangat banyak dan bermanfaat bagi khalayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu pengantar** yaitu :

1. ***Surveillance* (pengawasan)**
Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan), *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).
2. ***Interpretation* (Penafsiran)**
Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.
3. ***Linkage* (Pertalian)**
Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. ***Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-nilai)**
Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi) mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.
5. ***Entertainment* (hiburan). (2005:15-17)**

Televisi, radio, film serta surat kabar memang merupakan sarana yang paling tepat untuk penyebaran informasi dalam proses komunikasi massa. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut, dapat diserap dengan mudah oleh masyarakat luas.

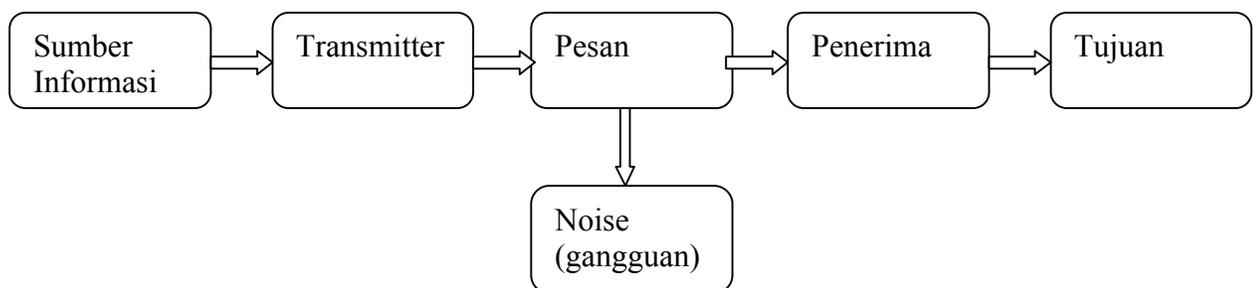
Untuk jaman sekarang ini, arus informasi sudah tidak dapat dibendung lagi. Banyak ditemukan informasi yang disampaikan melalui media komunikasi massa, merupakan informasi yang tidak bermanfaat bagi masyarakat. Ada yang informasi bersifat negatif dan dikhawatirkan dapat merusak moral bangsa, khususnya bangsa Indonesia dengan adat ketimurannya. Oleh karena itu masyarakat yang berperan

sebagai pemirsa, pembaca dan pendengar dituntut agar lebih pintar, teliti, dan jeli untuk menyaring berbagai informasi yang disampaikan oleh media massa.

2.4.4 Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi menurut Ardianto dan Komala mengutip Claude D. Shannon dan Warren Weaver dalam bukunya *Theories of Mass Communication* digambarkan sebagai proses linier dan searah. Pesan diumpamakan mengalir dari sumber informasi (*information source*) melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan. Dalam proses komunikasi ini terdapat 5 (lima) komponen termasuk satu komponen yaitu noise (*gangguan*). Gambar proses komunikasi yang diciptakan Shannon dan Weaver ini adalah sebagai berikut :

Gambar : 2.2 Proses Komunikasi Massa



Sumber: Shanon and Weaver, 1949

Gambar di atas menunjukkan bahwa sumber informasi (*information source*) menciptakan sebuah pesan (*message*) untuk dikomunikasikan. Pesan diubah ke dalam

bentuk sinyal oleh pemancar (*Transmitter*) sesuai dengan saluran yang akan digunakan. Pesan dapat diterima / diteruskan melalui saluran kepada penerima. Saluran adalah media yang dapat menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima. Penerima menyusun kembali sinyal tersebut menjadi sebuah pesan sehingga sampai kepada tujuan . Sementara itu dalam perjalanannya, sinyal memiliki potensi untuk terganggu oleh berbagai sumber gangguan yang ada di sekitarnya, misalnya pada saat yang bersamaan dalam saluran yang sama muncul terlalu banyak sinyal. Hal ini akan mengakibatkan adanya perbedaan antara sinyal yang dikirimkan dengan sinyal yang diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pesan yang dikirimkan oleh sumber, yang kemudian disusun kembali oleh penerima sehingga mencapai tujuan, tidak selalu memiliki makna yang sama. Komunikator harus menyadari bahwa suatu pesan yang dikirimkan tidak selalu diterima dengan makna/ pengertian sama oleh penerima. Jika komunikator tidak mempunyai kemampuan untuk menyadari hal tersebut, maka hal itu merupakan penyebab bagi kegagalan komunikasi.

2.5 Tinjauan Tentang Musik

2.5.1 Pengertian Musik

Musik adalah bunyi yang diterima oleh individu dan berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya dan selera seseorang. Musik pada hakikatnya adalah bagian dari seni yang menggunakan bunyi sebagai media penciptaannya.

Walaupun dari waktu ke waktu beraneka ragam bunyi senantiasa mengerumuni masyarakat, tidak semuanya dapat dianggap sebagai musik karena sebuah karya musik harus memiliki lirik, melodi, dan lain-lain.

Poerwadarminta dalam buku berjudul **Kamus Umum Bahasa Indonesia** menuturkan bahwa:

Musik adalah bunyi-bunyian (terutama bunyi-bunyian barat)."

(1986:664)

Maka peneliti menyimpulkan bahwa musik merupakan gabungan berbagai bunyi dari instrumen alat musik dan suara manusia. Hal ini berhubungan dengan kasus yang diteliti, mengenai lagu "Vonis" yang dinyanyikan dan dibawakan oleh Band Simponi.

Menurut **Jamalus** dalam buku berjudul **Seni Musik Klasik**, berpendapat bahwa:

"Musik adalah karya seni bunyi berbentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama, melodi, harmoni, bentuk dan struktur lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan." (2008:15-16)

Dalam lagu tersebut, bukan saja gabungan dari berbagai bunyi dan instrument alat musik tetapi lagu tersebut dapat diekspresikan sebagai satu kesatuan yang saling berkesinambungan, karena itu setiap alunan musik harus saling terkait antara pikiran ,perasaan, dan juga instrument alat musik. Sehingga pada akhirnya musik tersebut dapat dimengerti oleh masyarakat pada umumnya.

2.5.2 Fungsi Musik

Secara umum, fungsi musik bagi masyarakat Indonesia antara lain sebagai sarana atau media upacara ritual, media hiburan, media ekspresi diri, media komunikasi, pengiring tari, dan sarana ekonomi.

Sebagai sarana Komunikasi di beberapa tempat di Indonesia, bunyi- bunyi tertentu yang memiliki arti tertentu bagi anggota kelompok masyarakatnya. Umumnya, bunyi- bunyian itu memiliki pola ritme tertentu, dan menjadi tanda bagi anggota masyarakatnya atas suatu peristiwa atau kegiatan.

Musik selain sebagai hiburan, dapat juga memiliki manfaat yang lain. Seperti kemampuan untuk mendamaikan hal yang sedang gundah, sehingga orang yang mendengarkan musik bisa menjadi lebih rileks akal dan pikirannya. Selain itu musik memiliki efek terapi pada otak sehingga dapat mempengaruhi kecerdasan otak seseorang.

Bila dikaitkan dengan permasalahannya yang diteliti maka lagu “Dimana Merdeka” yang di nyanyikan oleh grup band Kelompok Penerbang Roket memiliki fungsi komunikasi. Kelompok Penerbang Roket menyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan perantara musik. Pesan dalam lagu tersebut dikomunikasikan melalui media massa seperti radio maupun melalui jaringan internet.

2.5.3 Pengertian Lagu

Lagu dan musik adalah unsur yang memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Secara mendasar musik dapat dikatakan suatu kelompok bunyi-bunyian terdiri dari

beberapa alat yang mengeluarkan suara dengan irama yang dirangkai dengan tujuan menimbulkan suatu bunyi berirama yang harmonis dan dapat dinikmati oleh pendengarnya.

Lagu merupakan syair-syair yang dinyanyikan dengan irama yang menarik agar menjadi enak didengar. Lagu bisa menjadi media curahan hati orang yang membuat lagu itu tadi.

Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, lagu juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengajak bersimpati tentang realitas yang sedang terjadi maupun atas cerita-cerita imajinatif.

Moelibo dalam buku berjudul **Kamus Besar Bahasa Indonesia** menyebutkan bahwa :

Lagu adalah ragam suara yang berirama (dalam bercakap, bernyanyi, membaca dan sebagainya).” (1988:486)

Dari pengertian lagu diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa karakteristik yang membedakan anatara lagu dengan musik adalah terdapat pada ada tidaknya suatu teks di dalam susunan nada tersebut. Jadi pengertian lagu adalah nada-nada tertentu yang dibentuk oleh melodi dan dinotasikan dengan sadar sengaja ditunjukan pada suata teks yang telah dibuat.

2.5.4 Pengertian Lirik

Lirik adalah sebuah teks yang dibuat sebagai tema dan alur cerita dalam sebuah lagu. Sebuah lagu tanpa lirik pastilah terasa kurang. Karena nyawa sebuah lagu terdapat pada lirik yang dibuat si pencipta lagu. Biasanya lirik dalam sebuah lagu bertemakan himbauan, pencintaan, sosial, religi dan lain-lain tergantung dari inspirasi pencipta lagu dalam menciptakan lirik lagu tersebut. Lirik lagu merupakan ekspresi seseorang tentang suatu hal yang sudah dilihat, di dengar, maupun dialaminya.

Moelibo Dalam **Kamus Besar bahasa Indonesia** mengatakan bahwa:

Lirik adalah karya sastra (puisi) yang berisikan curahan perasaan pribadi, susunan kata sebuah nyanyian.” (1988:582)

Menentukan tempo atau ritme lagu harus sesuai dengan tema dan lirik lagu yang dibuat, misalnya tema lirik sedih dikemas dengan nada yang minor, begitu juga dengan tema lirik gembira dikemas dengan nada yang major. Pengenaan tempo sendiri adalah ketentuan tingkat kecepatan atau cepat lambatnya suatu lagu yang harus dibawakan. Sedangkan ritme sendiri adalah pengaturan panjang pendeknya dan bertekanan atau tidaknya nada-nada menurut pola yang berulang-ulang. Namun dapat dikatakan bahwa ritme ialah melodi dari sebuah nada tunggal (*monotone*).

Membuat lirik lagu terkait dengan bahas dan bahasa terkait dengan sastra. Karena kata-kata (lirik lagu) yang dibuat oleh pencipta lagu tidak semua dapat dimengerti oleh khalayak, karena itu memerlukan suatu penelitian tentang isi lirik lagu tersebut.

Sobur dalam buku berjudul **Semiotika Komunikasi** mengartikan pengertian sastra adalah:

Struktur tanda-tanda yang bermakna tanpa memperhatikan sistem tanda-tanda dan maknanya serta konvensi tanda, struktur karya sastra (atau karya sastra) tidak dapat dimengerti secara optimal.” (2003:143)

Penentuan bahasa yang digunakan juga pada tergantung pada individu yang menciptakan lirik lagu, karena belum ada ketentuan bahasa dalam membuat sebuah lirik lagu tetapi lirik lagu yang dibuat oleh pencipta lagu pasti memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan kepada para pendengarnya.

Lirik lagu memiliki bentuk pesan berupa tulisan kata-kata dan kalimat yang dapat digunakan untuk menciptakan suasana dan gambaran imajinasi tertentu kepada pendengarnya sehingga dapat pula menciptakan makna-makna yang beragam.

2.6 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Berger dilahirkan di Austria, kemudian menjalani pendidikannya di AS. Pada tahun 1960-an, lahirlah pemikiran Berger pertama kali. Saat itu fungsionalisme semakin ditinggalkan oleh sosiolog Amerika. Perhatian mulai beralih ke perspektif konflik dan ke persoalan yang bernuansa humanistik. Sementara Thomas Luckmann adalah sosiolog dari *University of Frankfurt*. Teori Konstruksi Sosial, sejatinya dicetuskan oleh kedua akademisi ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann. Peter L Berger merupakan sosiolog dari *New School for Social Research*, New York, sementara Thomas Luckmann adalah sosiolog dari *Universitas*

of Frankfurt. Teori kontruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Berger dan Luckmann (dalam Basari) dalam buku berjudul *The Social Construction of Reality* yang menjelaskan bahwa teori kontruksi sosial adalah :

“Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia; sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen-fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teori kontruksi sosial merupakan pengetahuan sosiologi dimana implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan. Sosiologi pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

Basari dalam buku berjudul *Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiolog Pengetahuan* mengatakan bahwa :

- a. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan kontruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.**
- b. **Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dikembangkan.**
- c. **Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus.**
- d. **Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak**

bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:31)

Sosiologi pengetahuan, yang dikembangkan Berger dan Luckmann, mendasarkan pengetahuannya dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan sehari-hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *par excellence* sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (*paramount*). Berger dan Luckmann menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam sosialnya.

Berger dan Luckmann meyakini secara substantif bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya, "*reality is socially constructe*"

Tentu saja, teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitif nya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Ontologi teoritik yang di kembangkan oleh L Berger berangkat dari paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Melihat berbagai karakteristik dan substansi pemikiran dari teori konstruksi sosial nampak jelas, bahwa teori ini berparadigma konstruktivis.

Lebih jauh, paradigma konstruktivis melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitif nya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Adapun asumsi bangunan teoritik **L Berger dan Luckman** tersebut adalah:

- a. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunai sosial di sekelilingnya**
- b. **Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan**
- c. **Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus**
- d. **Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.**

Berger dan Luckman mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Proses konstruksinya, jika dilihat dari perspektif teori **Berger & Luckman** berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi.

- a. ***Objective reality***, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta.
- b. ***Symbolic reality***, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai “*objective reality*” misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitu pun yang ada di film-film.
- c. ***Subjective reality***, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objektivikasi, memunculkan sebuah konstruksi ***objektive reality*** yang baru.

Melalui sentuhan **Hegel** yakni tesis-antitesis-sintesis, Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan eksternalisasi-objektivasi-internalisasi.

1. ***Eksternalisasi*** ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. “*Society is a human product*”.
2. ***Objektivasi*** ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. “*Society is an objective reality*”.
3. ***Internalisasi*** ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. “*Man is a social product*”.

Jika teori-teori sosial tidak menganggap penting atau tidak memperhatikan hubungan timbal balik (*interplay*) atau dialektika antara ketiga momen ini menyebabkan adanya kemandegan teoritis. Dialektika berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar

(objektif) dan kemudian ada proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subyektif.

Konstruksi sosialnya mengandung dimensi objektif dan subyektif. Ada dua hal yang menonjol melihat realitas peran media dalam dimensi objektif yakni pelembagaan dan legitimasi.

- a. *Pelembagaan* dalam perspektif Berger terjadi mulanya ketika semua kegiatan manusia mengalami proses pembiasaan (*habitualisasi*). Artinya tiap tindakan yang sering diulangi pada akhirnya akan menjadi suatu pola yang kemudian bisa direproduksi, dan dipahami oleh pelakunya sebagai pola yang dimaksudkan itu. Pelembagaan terjadi apabila suatu tipikasi yang timbal-balik dari tindakan-tindakan yang sudah terbiasa bagi berbagai tipe pelaku. Dengan kata lain, tiap tipikasi seperti itu merupakan suatu lembaga.
- b. Sementara *legitimasi* menghasilkan makna-makna baru yang berfungsi untuk mengintegrasikan makna-makna yang sudah diberikan kepada proses-proses kelembagaan yang berlainan. Fungsi legitimasi adalah untuk membuat obyektivasi yang sudah dilembagakan menjadi tersedia secara obyektif dan masuk akal secara subyektif. Hal ini mengacu kepada dua tingkat, pertama keseluruhan tatanan kelembagaan harus bisa dimengerti secara bersamaan oleh para pesertanya dalam proses-proses kelembagaan yang berbeda. Kedua keseluruhan individu (termasuk di dalam media), yang secara berturut-turut melalui berbagai tatanan dalam tatanan

kelembagaan harus diberi makna subyektif. Masalah legitimasi tidak perlu dalam tahap pelebagaan yang pertama, dimana lembaga itu sekedar fakta yang tidak memerlukan dukungan lebih lanjut . Tapi menjadi tak terelakan apabila berbagai obyektivasi tatanan kelembagaan akan dialihkan kepada generasi baru. Di sini legitimasi tidak hanya sekedar soal “nilai-nilai” ia juga selalu mengimplikasikan “pengetahuan”.

2.7 Analisis Wacana

Analisis adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang mau atau sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang di inginkan. Artinya dalam sebuah konteks kita juga harus menyadari akan adanya kepentingan, Oleh karena itu analisis yang terbentuk nantinya telah kita sadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai faktor, kita dapat mengatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Wacana adalah proses pengembangan dari komunikasi, yang menggunakan simbol-simbol, yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi, seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain, Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya,

dan lain-lain. Kesemuanya itu dapat berupa nilai-nilai, ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain.

Analisis wacana yang dimaksudkan dalam sebuah penelitian, adalah sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subyek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan dilakukan dengan menempatkan diri pada posisi sang penulis dengan mengikuti struktur makna dari sang penulis sehingga bentuk distribusi dan produksi ideologi yang disamarkan dalam wacana dapat di ketahui. Jadi, wacana dilihat dari bentuk hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subyek dan berbagai tindakan representasi.

Pemahaman mendasar analisis wacana adalah wacana tidak dipahami semata-mata sebagai obyek studi bahasa. Bahasa tentu digunakan untuk menganalisis teks. Bahasa tidak dipandang dalam pengertian linguistik tradisional. Bahasa dalam analisis wacana kritis selain pada teks juga pada konteks bahasa sebagai alat yang dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk praktik ideologi.

Wacana menurut **Eco** yang dikutip **Eriyanto** dalam buku berjudul **Analisis Wacana (2001:128)** mengatakan :

“Secara etimologis, wacana berasal dari bahasa Sanskerta *wac/wak/vak*, yang artinya berkata, berucap. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan bentuk menjadi wacana. wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hirarki gramatikal tertinggi dan merupakan satuan gramatikal yang tertinggi atau terbesar. Wacana direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh, seperti novel, cerpen, atau prosa dan puisi, lirik lagu, seri ensiklopedi dan lain-lain serta paragraph, kalimat, frase, dan kata yang membawa amanat lengkap. Jadi, wacana adalah unit linguistik yang lebih besar dari kalimat atau klausa. (2001:128)

Menggunakan teori analisis wacana dapat memaknai suatu kejadian atau peristiwa melalui tanda-tanda yang ada seperti simbol atau bahasa. Tanda dan bahasa mampu menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi. Wacana digunakan untuk menganalisis isi media. Karena pesan dalam media mengandung berbagai tanda yang memiliki makna atau pesan tertentu yang perlu dimaknai untuk mengetahui maksud dari isi pesan tersebut.

2.7.1 Analisis Wacana Norman Fairclough

Analisis wacana Norman Fairclough didasarkan pada sebuah pertanyaan besar, yaitu bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun sebuah model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya, sehingga ia mengkombinasikan tradisi analisis tekstual (yang melihat Bahasa dalam ruang tertutup) dengan konteks masyarakat yang lebih luas.

Fairclough mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistic, pemahaman sosial politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial. Oleh karena itu, model analisis wacana yang dikemukakan oleh Fairclough ini sering disebut juga sebagai model perubahan sosial (*social change*).

Eriyanto dalam bukunya **Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media** mengatakan bahwa:

Wacana, dalam pemahaman Fairclough mempunyai tiga efek. Pertama, wacana memberikan andil dalam mengkonstruksi identitas sosial dan posisi subjek. Kedua, wacana membantu mengkonstruksi relasi sosial diantara orang-orang. Dan ketiga, wacana memberikan kontribusi dalam mengkonstruksi sistem pengetahuan dan kepercayaan. Ketiga efek dari wacana ini adalah fungsi dari Bahasa dan dimensi dari makna yang dihubungkan dengan identitas, relasional dan fungsi ideasional dari Bahasa. Ketiga fungsi tersebut secara bersama-sama memberikan sumbangan dalam transformasi masyarakat. (2001:286)

Fairclough menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian Bahasa sebagai praktik sosial, lebih dari pada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Hal ini mengandung sejumlah implikasi. Pertama, wacana adalah bentuk dari tindakan pada dunia khususnya sebagai bentuk representasi ketika melihat realitas dunia. Kedua, adanya hubungan timbal balik anatar wacana dengan struktur sosial.

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi yaitu teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Dalam model Fairclough, teks dianalisis secara linguistic, dengan melihat kosakata, semantic, dan tata kalimat. Ia juga memasukan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antara kata dan kalimat tersebut disatukan sehingga membentuk satu pengertian. Semua elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah yaitu: *Pertama*, ideasional, yang merujuk pada referensi tertentu, yang ingin ditampilkan di dalam teks, yang umumnya membawa muatan ideology tertentu. *Kedua*, relasi, merujuk pada analisis seperti apakah sebuah teks wacana disampaikan, apakah secara informal atau formal, terbuka atau tertutup.

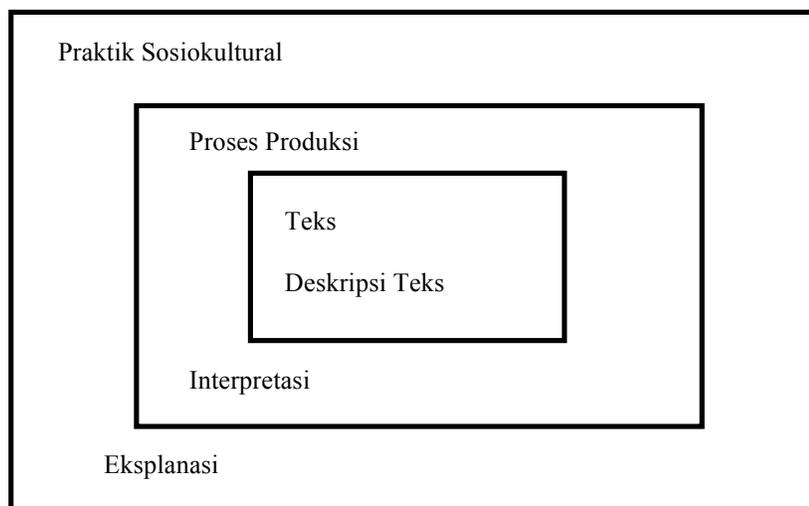
Ketiga, identitas, merujuk pada konstruksi bagaimana sebuah identitas setiap personal ditampilkan di dalam teks.

Discourse practice merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Wacana dipandang sebagai praktik diskursif sebagai sesuatu yang dihasilkan. Pada tahap ini, sebuah teks dengan konteks diluar Bahasa. Pada tahap ini pula dianalisa maksud-maksud yang disamarkan di dalam teks.

Dimensi *sociocultural* adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks, seperti konteks situasi, lebih luas adalah hubungan antara teks wacana dengan masyarakat atau suatu budaya dan politik tertentu.

Ketiga dimensi yang diutarakan oleh Fairclough itu dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut:

Gambar 2.3 Dimensi Analisis Wacana Fairclough



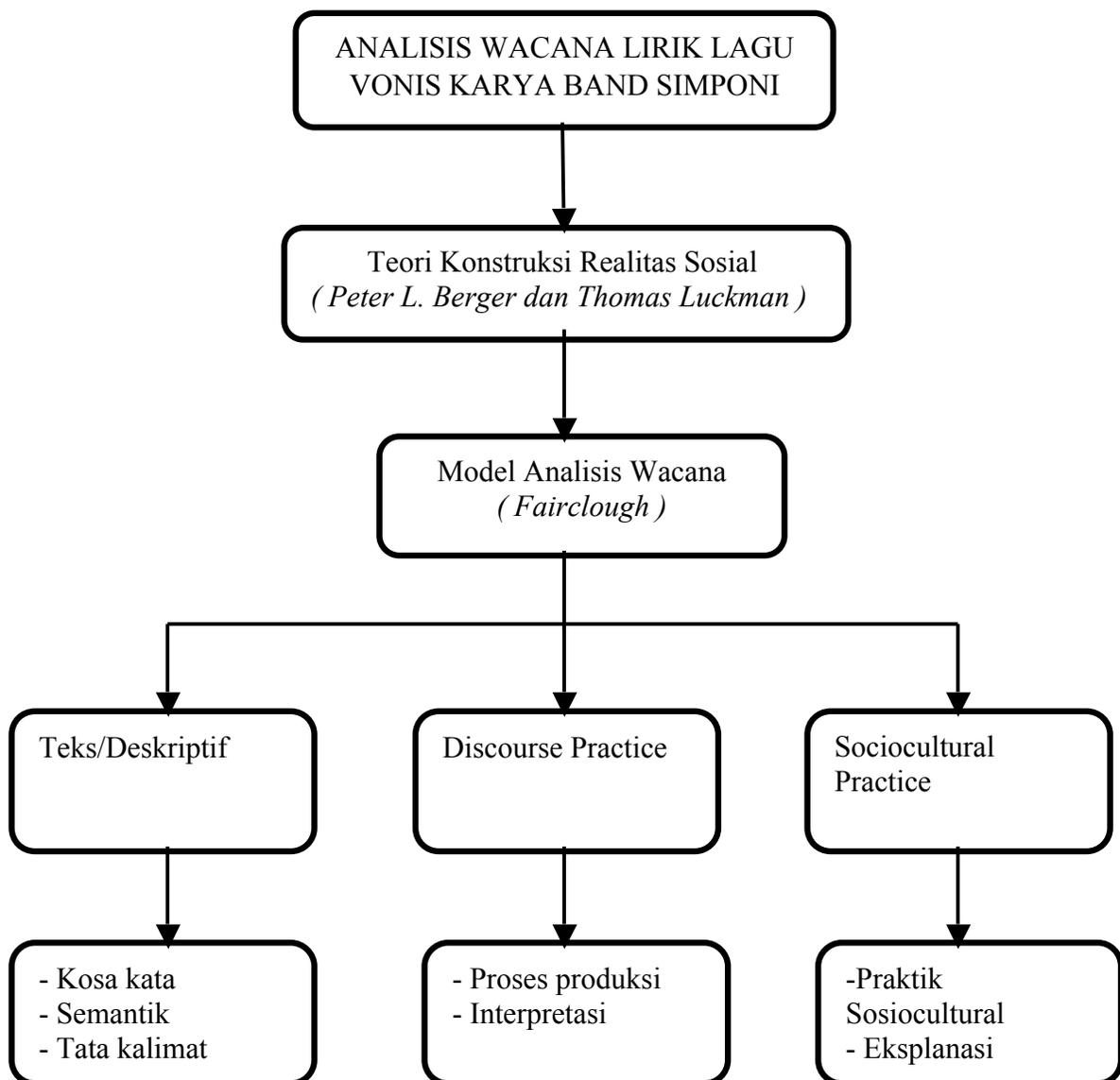
Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana, Pengantar Teks Media (2012:288)

Dari penjelasan analisis wacana model Norman Fairclough dapat disimpulkan bahwa dalam analisis wacana seorang peneliti harus melihat teks sebagai hal yang memiliki konteks baik berdasarkan “*process of production*” atau “*text production*”, “*process of interpretation*”, atau “*text consumption*” maupun berdasarkan praktik sosiokultural. Dengan demikian, untuk memahami realitas dibalik teks kita memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks, dikarenakan dalam sebuah teks tidak lepas akan kepentingan yang bersifat subjektif.

Kosakata adalah hal yang melatarbelakangi hadirnya lirik lagu “Vonis”. Semantik yaitu apakah makna dari lirik lagu “Vonis” Karya Band Simponi? Tata kalimat adalah proses pembuatan lirik lagu “Vonis” Karya Band Simponi dan penjelasan mengenai lirik lagu “Vonis” Karya Band Simponi itu sendiri. Proses produksi yaitu cara pembuatan, proses pembuatan lirik lagu “Vonis” Karya Band Simponi. Interpretasi yaitu hal apa saja yang dilakukan oleh Band Simponi. Praktik sosiokultural yaitu bagaimana proses pemaknaan budaya yang dilakukan oleh masyarakat terhadap makna lirik lagu “Vonis”. Eksplanasi adalah menjelaskan tentang apa saja lirik lagu “Vonis” yang menyangkut dengan masyarakat.

2.8 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.4 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penelitian 2017