

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Penelitian sejenis digunakan oleh peneliti sebagai perbandingan untuk memahami hasil-hasil yang telah diperoleh oleh peneliti sebelumnya mengenai topik yang sama. Dengan merujuk pada penelitian terdahulu, peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam kajian mereka. Bagian ini berfungsi sebagai langkah bagi peneliti untuk membandingkan hasil penelitian mereka dengan studi-studi lain yang telah ada. Dalam konteks ini, peneliti mengidentifikasi beberapa penelitian sejenis yang relevan, yaitu:

1. Mega Permata Octaxena Dinarsis P.P., Mahasiswa Universitas Surabaya, pada tahun 2023, dengan judul penelitian **“Relaxing with Music: Studi Fenomenologi Mendengarkan Musik pada Mahasiswa Ketika Mengerjakan Skripsi”**. Penelitian ini memiliki kesamaan, dimana keduanya menyoroti bahwa musik dapat memengaruhi emosi. Keduanya juga menggunakan musik sebagai media atau alat untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus pembahasan. Peneliti menekankan peran musik sebagai media untuk memvalidasi perasaan seseorang, sementara penelitian sejenis menggunakan musik untuk mencapai salah satu emosi atau perasaan yaitu rasa *relax*.
2. Beata Evaria Ratnasari, Mahasiswa Universitas Negeri Semarang, pada tahun 2016, dengan judul penelitian **“Peran Musik Dalam Ekspresi Emosional Remaja Ketika Menghadapi Masalah Pada Kehidupan**

Remaja Kampung Panjangsari Baru Parakan Temanggung”.

Penelitian ini memiliki kesamaan dimana musik dapat menjadi media ekspresi emosional pada golongan remaja. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang dimana dalam penelitian tersebut lebih cenderung membahas mengenai musik dan emosi secara utuh, sedangkan penulis lebih menekankan tentang bagaimana musik dan komunikasi intrapersonal dapat terhubung yang dibantu dengan teori fenomenologi dari Alfred Schutz

3. Arfian Suryasuciramadhan, Mahasiswa Universitas Bina Bangsa, pada tahun 2024, dengan judul penelitian **“Musik sebagai Sarana Untuk Mengekspresikan Diri (Analisis Lirik Lagu “Membasuh” Karya Hindia).** Penelitian ini memiliki kesamaan dimana musik menjadi media untuk mengekspresikan diri. Dalam penelitian tersebut, musik yang diwakili oleh lagu membasuh dapat mengekspresikan emosi pendengarnya melalui lirik yang ditulis sang musisi. Ini memiliki persamaan dengan fokus penelitian yang sedang penulis rancang, perbedaannya terletak pada metode penelitian, Dimana penelitian tersebut memakai metode Encoding-Decoding, berbeda dengan penulis yang memakai metode fenomenologi.

Tabel 2. 1 Penelitian Terlebih Dahulu

Nama dan Judul Penelitian	Teori Yang Digunakan	Metode Yang Digunakan	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Mega Permata Octaxena Dinarsis (2023) Relaxing with Music: Studi Fenomenologi Mendengarkan Musik pada Mahasiswa Ketika Mengerjakan Skripsi.	Teori Fenomenologi	Metode Kualitatif	Menggunakan Teori dan Metode yang sama, juga menggunakan musik sebagai media atau alat untuk mencapai tujuan tertentu	Membahas musik untuk mencapai salah satu emosi atau perasaan <i>relax</i> , sedangkan penulis membahas musik untuk mem- validasi perasaan tersebut.
Beata Evaria Ratnasari (2016) Peran Msuik Dalam Ekspresi Emosional Remaja Ketika Menghadapi Masalah Pada Kehidupan Remaja Kampung Panjangsari Baru Parakan Temanggung	Teori Fenomenologi	Metode Kualitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan dimana musik dapat menjadi media ekspresi emosional pada golongan remaja	Lebih membahas musik dan emosi secara utuh, sedangkan penulis lebih fokus kepada komunikasi intrapersonal yang terjadi

Arfian Suryasuciramadhan, (2024) MUSIK SEBAGAI SARANA UNTUK MENGEKSPRESIKAN DIRI (ANALISIS LIRIK LAGU “MEMBASUH” KARYA HINDIA)	Teori Encoding- Decoding	Metode Kualitatif	Membahas mengenai musik menjadi media untuk komunikasi intrapersonal.	Teori yang berbeda, dan lebih fokus membahas lirik dari lagu yang dibahas, dibandingkan efek musik terhadap media ekspresi emosi
---	-----------------------------	-------------------	---	--

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka kenseptual penelitian ini adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep 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 di dapatkan pada tinjauan pustaka.

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan satu kesatuan yang penting bagi manusia sebagai proses sosial yang terjadi antar makhluk hidup. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa terlepas dari rasa ingin tahu dan ingin mengenal lingkungan sekitarnya.

Rasa ingin tahu inilah yang mendorong manusia untuk berkomunikasi. Di dunia ini tidak ada yang benar-benar bisa dilakukan dengan sendirinya, semua makhluk hidup saling berdampingan untuk bisa memenuhi semua yang diperlukan hal ini tentunya bisa terus berjalan karna adanya komunikasi. Melalui proses komunikasi yang terjadi manusia dapat saling memahami perilaku satu sama lain.

Secara etimologi komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari kata latin yaitu communis yang berarti "sama". Artinya komunikasi memiliki makna dan tujuan yang sama yaitu untuk saling bertukar informasi.

Orang akan membentuk makna yang sama ketika berkomunikasi secara verbal maupun non verbal.

Menurut **Dedy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, **komunikasi** adalah:

proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang, yang memiliki makna sebagai panduan pikiran serta perasaan ide, informasi, gagasan, harapan, imbauan, kepercayaan dan lain sebagainya, yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik secara tatap muka maupun secara tidak langsung dengan tujuan merubah sikap. (2000, h.41)

Pengertian lain dari komunikasi juga dikemukakan oleh Shanon and Weaver yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikasi adalah:

Bentuk interaksi manusia, yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi

menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi, muka, lukisan, seni dan teknologi. (1998, h.20)

Jika dilihat dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang memiliki makna serta gagasan juga dapat mengubah perilaku seseorang. Melalui proses komunikasi ini setiap orang bisa melakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi juga tidak terbatas pada bahasa verbal tetapi ekspresi juga. Ekspresi menjadi penanda ketika seseorang berkomunikasi dalam menyatakan sesuatu atau biasa disebut juga dengan komunikasi non verbal.

2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Ketika melakukan komunikasi setiap orang tentunya berharap akan sesuai dengan tujuan. Artinya ketika berkomunikasi ada tujuan dan pencapaian yang ingin terwujud bersama, untuk mewujudkannya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan salah satunya unsur-unsur komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Dinamika Komunikasi* ada beberapa komponen atau unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

- 1) Komunikator: Orang yang menyampaikan pesan.
- 2) Pesan: Pernyataan yang didukung oleh lambang.
- 3) Komunikan: Orang yang menerima pesan.
- 4) Media: Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

- 5) Efek: dampak sebagai pengaruh dari pesan. (2002, h.6) Sesuai uraian diatas, unsur-unsur komunikasi menjadi bagian penting yang harus diperhatikan dan dipahami dalam berkomunikasi. Komunikasi berjalan lancar dan tidak ada hambatan apabila unsur-unsur komunikasi dapat terpenuhi.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki fungsi yang beragam tetapi pada intinya yaitu tetap sama untuk menyampaikan informasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi, Fungsi Komunikasi ialah:

1. Memberikan informasi (Public Information) kepada masyarakat. karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.
2. Mendidik masyarakat (*Public Education*).
Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat

menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Sedangkan mendidik masyarakat dalam arti sempit adalah memberikan berbagai informasi dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya. Tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan komunikasi interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orang tua dengan anak-anaknya.

3. Mempengaruhi masyarakat (*Public Persuasion*).

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya. Tetapi berdasarkan beberapa penelitian kegiatan mempengaruhi masyarakat akan lebih efektif dilakukan melalui komunikasi interpersonal

4. Menghibur masyarakat (*Public Entertainment*).

Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat apa lagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana hiburan. (1992, h.9)

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi, tujuan komunikasi ialah:

1) Perubahan sosial dan partisipasi sosial.

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta dalam pilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat dan sebagainya.

2) Perubahan sikap.

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

3) Perubahan pendapat.

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya dalam informasi mengenai pemilu. Terutama informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

4) Perubahan perilaku.

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan

tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat. (1992, h.10)

Begitu besarnya pengaruh komunikasi bagi perkembangan informasi. pesan dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang, opini, persepsi, pendapat, gagasan.

2.2.1.5 Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, proses-proses komunikasi terbagi dalam dua perspektif yaitu:

1) Proses komunikasi dalam perspektif psikologis.

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka didalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu *picture in our head*, sedangkan Walter Hageman menanamkannya *das bewustseininhalte*. Proses mengemas atau membungkus pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau kirimkan pada komunikan. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding*. Apabila komunikan mengerti isi pesan

dan pikiran komunikator maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak akan terjadi.

2) Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik.

Proses ini terjadi ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga, indera mata, atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi 25 ketika komunikasi itu berlangsung. Dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan sekunder. proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang sebagai media atau saluran. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder proses penyampaian pesannya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (2003, h.31)

Dalam proses komunikasi akan ada pesan yang disampaikan juga feedback atau timbal balik yang diterima oleh komunikan. Isi pesan yang disampaikan oleh komunikator akan membentuk persepsi juga makna kepada penerima atau komunikan bisa secara verbal maupun non verbal.

2.2.2 Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah bentuk komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, yang mencakup pikiran, perasaan, refleksi, dan kesadaran terhadap diri sendiri. Menurut Devito (2013), komunikasi intrapersonal meliputi dialog internal yang membantu seseorang memahami dan memproses pengalaman pribadi.

“Intrapersonal communication is communication within oneself. It includes internal dialogue, self-talk, and the way people make sense of the world and their place in it.” Joseph A. Devito, The Interpersonal Communication Book (2013)

Hafied Cangara (2013) mendefinisikan Komunikasi Intrapersonal sebagai proses komunikasi yang terjadi didalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang. Menurut Cangara (2013), komunikasi intrapersonal adalah proses berpikir, menilai, atau merenung terhadap suatu situasi atau pengalaman hidup, termasuk dalam mengelola emosi dan persepsi terhadap diri sendiri.

Menurut Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (2013) “Komunikasi intrapersonal terjadi ketika seseorang berbicara dengan dirinya sendiri, berpikir, merasa, dan memaknai pengalaman batin.” Dalam proses pengambilan keputusan,

sering kali seseorang dihadapkan pada pilihan Ya atau Tidak. Keadaan seperti ini membawa seseorang pada situasi berkomunikasi dengan diri sendiri, terutama dalam mempertimbangkan untung ruginya suatu keputusan yang akan diambil. Cara ini hanya bisa dilakukan dengan metode komunikasi Intrapersonal (Intrapersonal Communication/komunikasi dengan diri sendiri). Armawati Arbi memahami Komunikasi Intrapersonal (intrapribadi) sebagai kemampuan seseorang berdialog dan berperan sebagai saya dan aku dalam mengatur perencanaan melalui kecerdasan IQ, mempersiapkan penataan melalui kecerdasan RQ/spiritual quotient/SQ, melaksanakan penerapannya melalui kecerdasan nafs quotient/ Nafs Q, dan mengevaluasi perencanaan melalui kecerdasan EQ6.

2.2.2.1 Proses Komunikasi Intrapersonal

Proses komunikasi intrapersonal melibatkan beberapa tahapan, yaitu:

1. Sensasi

Proses komunikasi intrapersonal dimulai dengan adanya sebuah stimulus. Komunikasi intrapersonal adalah reaksi terhadap stimuli yang dapat berupa stimuli internal atau stimuli eksternal. Seorang ahli komunikasi yang bernama Mark Knapp menunjukkan sebuah kerangka kerja yang berguna untuk memahami proses komunikasi intrapersonal. Menurut Knapp, terdapat dua faktor yang mempengaruhi komunikasi intrapersonal yaitu stimuli internal dan stimuli eksternal.

- a) Stimuli internal meliputi motif-motif pribadi, sikap, dan konsep diri.

- b) Stimuli eksternal meliputi berbagai kejadian, obyek, dan orang yang berada di luar individu. Seorang individu akan membentuk persepsi, perasaan, dan makna penafsiran sebuah kesan yang dibuat tentang dirinya dan sekitarnya pada saat tertentu. Stimuli-stimuli tersebut kemudian ditangkap oleh organ-organ sensor dan mengirimkannya ke otak. Proses ini disebut dengan resepsi.

2. Persepsi

Organ-organ kemudian menangkap sebuah stimulus dan mengirimkannya ke sistem saraf pusat melalui sistem saraf peripheral. Ketika kita menerima seluruh stimuli yang diarahkan kepada kita, kita memberi perhatian hanya kepada beberapa stimuli saja. Hal ini disebabkan karena kita menerapkan persepsi selektif. Hanya stimuli yang tinggi saja yang diterima sedangkan stimuli yang rendah akan dikesampingkan.

3. Memori

Tahap selanjutnya adalah memproses stimuli yang terjadi dalam tiga tingkatan yaitu kognitif, emosional, dan fisiologis. Proses kognitif berhubungan dengan intelektual diri termasuk penyimpanan, retrieval, pemilahan, dan asimilasi informasi. Proses emosional berkaitan dengan emosi diri. Semua emosi dan sikap, kepercayaan, dan pendapat berinteraksi untuk menentukan respon emosi terhadap berbagai stimulus. Proses fisiologis terjadi pada tingkatan fisiologis dan hal ini

berkaitan dengan psikologis diri. Respon semacam ini direfleksikan melalui perilaku fisik seperti aktivitas otak, tekanan darah, dan lain-lain.

4. Transmisi

Pada tahap ini, pengirim dan penerima adalah orang yang sama.

Transmisi terjadi melalui berbagai impuls saraf.

2.2.3 Validasi Emosi

2.2.3.1 Definisi Validasi Emosi

Validasi emosi adalah proses pengakuan dan penerimaan terhadap perasaan yang dialami seseorang. Dalam konteks psikologi, validasi emosi berfungsi untuk membantu individu memahami dan mengelola emosi mereka dengan lebih baik. Menurut perspektif intrapersonal, regulasi emosi terdiri dari cara orang mempengaruhi keadaan emosional yang mereka miliki saat itu, kapan mereka memilikinya, dan bagaimana keadaan ini dialami dan diekspresikan (Gross, 1998). Menurut Gross & John (2003), regulasi emosi merupakan selaku pemikiran ataupun peringatan yang dipengaruhi oleh emosi orang, bagaimana orang tersebut menghadapi serta mengatakan emosinya. Pikiran serta sikap seseorang sangat dipengaruhi oleh emosi orang tersebut. Saat orang tersebut sedang menghadapi emosi yang negatif umumnya ia tidak bisa berpikir dengan jernih serta melaksanakan aksi di luar kesadarannya. Proses ini tidak hanya melibatkan pengakuan terhadap emosi yang dirasakan, tetapi juga memberikan dukungan dan pengertian terhadap pengalaman emosional tersebut. Validasi emosi dapat berkontribusi pada kesehatan mental yang lebih baik, meningkatkan rasa percaya diri, dan memperkuat hubungan interpersonal. kesehatan mental yang lebih baik.

Validasi emosi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Ketika seseorang merasa bahwa emosi mereka diakui dan diterima, mereka cenderung merasa lebih tenang dan mampu menghadapi situasi yang menantang. Sebaliknya, ketika emosi seseorang diabaikan atau diremehkan, hal ini dapat menyebabkan perasaan kesepian, kecemasan, dan bahkan depresi. Oleh karena itu, validasi emosi menjadi kunci dalam membangun hubungan yang sehat, baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.

2.2.3.2 Relevansi Validasi Emosi dan Komunikasi Intrapersonal

Validasi emosi dan komunikasi intrapersonal memiliki hubungan yang erat dan saling mempengaruhi. Komunikasi intrapersonal merujuk pada proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, termasuk pemikiran, refleksi, dan dialog internal. Proses ini sangat penting dalam membentuk pemahaman individu tentang diri mereka sendiri, termasuk emosi yang mereka rasakan. Validasi emosi, di sisi lain, adalah pengakuan dan penerimaan terhadap perasaan yang dialami, yang dapat memperkuat komunikasi intrapersonal.

Validasi emosi membantu individu untuk memahami dan menerima perasaan mereka. Ketika seseorang mampu mengakui emosi yang dirasakan, mereka dapat lebih mudah melakukan refleksi dan dialog internal. Proses ini memungkinkan individu untuk mengeksplorasi alasan di balik emosi mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesadaran diri. Menurut Neff (2003), *self-compassion* atau belas kasih terhadap diri sendiri, yang mencakup validasi emosi, dapat meningkatkan kesehatan mental dan kesejahteraan individu. Dengan memahami emosi mereka, individu dapat berkomunikasi dengan diri mereka

sendiri dengan lebih efektif, mengurangi konflik internal, dan meningkatkan keseimbangan emosional.

Penelitian oleh Wood et al. (2003) menunjukkan bahwa individu yang memiliki komunikasi intrapersonal yang positif cenderung memiliki tingkat stres yang lebih rendah dan lebih mampu mengatasi tantangan emosional. Validasi emosi berfungsi sebagai fondasi untuk membangun dialog internal yang sehat, di mana individu dapat berbicara dengan diri mereka sendiri dengan cara yang lebih empatik dan penuh pengertian.

Penelitian oleh Hayes et al. (2006) menunjukkan bahwa penerimaan terhadap emosi dapat mengurangi ketegangan internal dan meningkatkan kemampuan individu untuk membuat keputusan yang lebih baik. Validasi emosi memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan diri mereka sendiri tentang perasaan yang kompleks, sehingga memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang lebih baik.

2.2.4 Musik

2.2.4.1 Definisi Musik

Musik adalah bentuk seni yang universal, yang melibatkan pengorganisasian suara dalam berbagai elemen seperti melodi, harmoni, dan ritme. Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium ekspresi yang kuat. Dalam konteks ini, musik dapat dianggap sebagai bahasa yang mampu menyampaikan emosi dan pengalaman yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Menurut Levitin (2006), musik memiliki kemampuan untuk mempengaruhi otak manusia secara mendalam, menciptakan pengalaman yang dapat mengubah suasana

hati dan mempengaruhi perilaku individu.

Musik memiliki berbagai fungsi yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Selain sebagai sarana hiburan, musik juga berfungsi sebagai alat untuk mengatur emosi. Hargreaves dan North (1999) menjelaskan bahwa musik dapat menciptakan suasana yang mendukung, membantu individu dalam mengatasi stres, dan memberikan kenyamanan dalam situasi yang sulit. Menurut Brocklehurst (1971 dikutip dalam Wicaksono, 2009) Musik memiliki nilai keindahan yang tinggi dan mampu membangkitkan respons penonton, hal tersebut karena musik melibatkan respons emosional dan simpatik. Suatu musik dimainkan, tidak mengherankan jika musik dapat membentuk suasana sedih dan gembira, karena musik memiliki ciri yang dikenal dalam *sympathetic emotional response*. Menurut Jamulus (1998 dikutip dalam Sinaga, 2017) musik adalah karya yang dapat menggugah pikiran dan perasaan dari pencipta melalui unsur-unsur musik yaitu melodi, irama, harmoni, bentuk dan struktur lagu, dan ekspresi keseluruhan. Menurut Banue (2003 dikutip dalam Sinaga, 2017) musik adalah sebuah bahasa yang dapat dipahami oleh semua.

Berdasarkan beberapa definisi, dapat disimpulkan bahwa musik adalah sebuah seni yang terdiri dari berbagai macam jenis yang diciptakan berdasarkan perasaan dan pikiran pencipta yang berguna untuk merefleksikan pikiran dan perasaan pendengar.

2.2.4.2 Definisi Musik Galau

Istilah musik galau lahir dari fenomena budaya populer di Indonesia, khususnya di kalangan remaja dan Generasi Z. Kata *galau* menurut KBBI (2016) berarti “pikiran yang kacau, perasaan sedih, bingung, atau tidak menentu” Dengan

demikian, musik galau dapat dipahami sebagai bentuk musik populer yang mengandung unsur emosional melankolis dan sering dikaitkan dengan pengalaman personal seperti patah hati, kehilangan, atau kesedihan.

Menurut Siswanto (2013), musik galau ditandai dengan tempo lambat, melodi minor, dan lirik yang sarat dengan emosi kesedihan. Senada dengan itu, Utami (2017) menyatakan bahwa musik galau menjadi wadah bagi remaja untuk mengekspresikan serta memvalidasi emosi negatif seperti cemas, sedih, dan rindu. Sunarto (2020) menambahkan bahwa musik galau berfungsi sebagai media resonansi emosional karena aransemen sederhana dan nuansa melankolisnya mudah membangkitkan empati dan keterhubungan emosional bagi pendengar.

Dengan demikian, musik galau dapat dirumuskan dalam kerangka konseptual sebagai sebuah bentuk musik populer yang berciri melankolis, dengan tempo lambat, lirik emosional, dan aransemen sederhana, yang berfungsi sebagai sarana ekspresi, validasi, serta regulasi emosi bagi pendengarnya. Khususnya Generasi Z dalam menghadapi dinamika psikologis dan pengalaman intrapersonal.

2.2.4.3 Manfaat Musik

Ada banyak bukti alasan mengapa kita lebih memilih satu jenis musik daripada yang lain, atau bahkan menyukai semua musik sekaligus, hal ini dapat dianggap bersifat dari fungsi musik itu sendiri. (Anett et al. dikutip dalam Schüller & Sedlmeier, 2009). Dalam kehidupan sehari-hari kita dianggap didorong oleh kebutuhan tertentu yang membawa kita ke keadaan kesejahteraan subjektif atau hedonisme dan musik merupakan satu hal yang membawa kita sedikit lebih dekat ke tujuan ini setiap hari. Individu menggunakan musik untuk melayani berbagai

fungsi yang penting bagi mereka. Sebagian besar fungsi dari musik yang kita kenal, diantaranya adalah membantu mengekspresikan emosi, mengkomunikasikan nilai-nilai pribadi, keyakinan, dan perasaan mereka tentang dunia dan diri mereka sendiri (North et al. dikutip dalam Schäfer & Sedlmeier, (2009)). Melalui musik orang dapat ‘mencoba’ kepribadian atau identitas yang berbeda, termasuk apa yang diinginkan maupun yang mereka takuti. Dalam konteks ini, musik juga digunakan untuk menetapkan batas simbolis terhadap kelompok lain atau untuk mendefinisikan budaya (remaja) sendiri. (Schäfer & Sedlmeier, 2009).

Musik dapat meningkatkan interaksi dengan teman sebaya atau dengan pasangan dengan cara menyediakan media komunikasi dan aktivitas umum atau informasi tentang orang lain melalui musik favoritnya (Rentfrow dan Gosling, 2006 dikutip dalam Schäfer & Sedlmeier, 2009). Rentfrow dan Gosling (dalam Schäfer & Sedlmeier, (2009) menemukan bahwa mendengarkan musik adalah aktivitas yang dilakukan diwaktu senggang bagi kebanyakan orang. Selain itu musik juga dapat digunakan untuk mengeksplorasi kepribadian orang lain berdasarkan pilihan musik yang didengar. Lebih lanjut, musik digunakan untuk menghilangkan dan mengatasi permasalahan sehari-hari. Dalam arti yang lebih luas, kami menggunakan musik untuk mengatur suasana hati dan emosi kami, untuk bersantai dan untuk bermostalgia (Goergi et al. dikutip dalam Schäfer & Sedlmeier, (2009)).

2.2.4.4 Jenis-Jenis Musik

Sesuatu karya musik bisa dikategorikan dalam tipe aliran tertentu. Pengkategorian ini sifatnya subjektif, sebab didasarkan pada evaluasi dari golongan penikmat musik serta wujud, irama, lirik, nada, ataupun harmonisasi dari suatu

lagu. (Esiarto, 2010). Jenis atau Genre musik merupakan label yang digunakan oleh manusia guna mengelompokkan serta mendeskripsikan dunia musik yang luas. Genre musik tidak mempunyai definisi serta batas yang tegas karena hal ini lebih merepresentasikan lingkungan antara genre, kesamaan, perasaan, serta aspek budaya. (Tzanetakis & Cook, 2002 dikutip dalam Giri, 2017). Selanjutnya, Tzanetakis dan Cook membuat sebuah dataset dengan nama GTZAN. Berdasarkan hasil dari data, ia membedakan 10 kelas genre, yaitu *blues*, *classical*, *country*, *disco*, *hip-hop*, *jazz*, *metal*, *popular*, *reggae*, dan *rock*

2.2.4.5 Musik Sebagai Alat Validasi Emosi

Salah satu aspek paling menarik dari musik adalah kemampuannya untuk membangkitkan dan mengekspresikan emosi. Penelitian oleh Juslin dan Västfjäll (2008) menunjukkan bahwa musik dapat memicu berbagai respons emosional, mulai dari kebahagiaan hingga kesedihan. Musik dapat menjadi cermin bagi perasaan individu, memungkinkan mereka untuk merasakan dan mengidentifikasi emosi yang mungkin sulit untuk diungkapkan. Dalam konteks ini, musik berfungsi sebagai alat untuk validasi emosi, di mana individu dapat menemukan pengakuan terhadap perasaan mereka melalui lirik, melodi, dan ritme yang mereka dengarkan.

Saarikallio (2007) meneliti bagaimana remaja menggunakan musik sebagai alat untuk mengatur emosi mereka. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa musik tidak hanya membantu individu dalam mengatasi emosi negatif, tetapi juga memberikan ruang untuk merayakan emosi positif. Dengan mendengarkan musik yang sesuai dengan perasaan mereka, individu dapat merasa dipahami dan diterima, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan emosional mereka.

2.2.4.6 Generasi Z dan Musik Galau

Generasi Z atau sering disebut iGeneration, Post-Millennials, atau Gen Z, merupakan kelompok generasi yang lahir setelah generasi milenial, umumnya antara tahun 1995 hingga 2012, meskipun beberapa sumber memberikan rentang berbeda. Generasi ini tumbuh dalam era digital dan internet yang sangat maju.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2020), “Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan pada tahun 2020 memiliki porsi sebesar 27,94% dari total penduduk Indonesia.”

Kata *galau* dalam bahasa Indonesia digunakan untuk menggambarkan keadaan emosional yang tidak menentu, cemas, bingung, atau sedih, terutama yang berkaitan dengan perasaan cinta, relasi sosial, atau tekanan hidup. Musik galau bukan sekadar genre atau mood musik, tapi telah menjadi bagian dari gaya hidup emosional Generasi Z. Ia berfungsi sebagai medium regulasi emosi, ekspresi diri, dan koneksi sosial dalam era digital. Lewat musik galau, Gen Z menemukan ruang untuk merasa, merenung, dan bahkan menyembuhkan.

Generasi Z memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari generasi sebelumnya, antara lain:

- **Digital native:** sejak kecil sudah terbiasa menggunakan teknologi, internet, dan media sosial.
- **Multitasking:** mampu mengerjakan berbagai hal secara bersamaan, terutama di ruang digital.
- **Visual-oriented:** lebih tertarik pada konten visual dan audio seperti video,

musik, dan gambar.

- **Ekspresif dan terbuka** dalam mengungkapkan perasaan melalui platform digital.
- **Emosional dan reflektif**, memiliki kecenderungan menggunakan media sebagai sarana ekspresi dan validasi emosi.

Menurut **Putri dan Ardianto (2021)** pada **Jurnal Komunikasi Unpad** “Generasi Z sangat menonjol dalam hal ekspresi diri, termasuk dalam penggunaan musik dan media sosial untuk mengungkapkan kondisi emosional mereka.”

Menurut studi yang dilakukan oleh **McKinsey (2018)**, ada 4 pengelompokan Generasi Z, yaitu:

1) *The Undefined ID*

Generasi Z menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberikan label khusus. Pencarian identitas membuat Gen Z sangat terbuka untuk memahami keunikan masing-masing individu.

2) *The Communaholic*

Gen Z dikatakan sebagai generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk berpartisipasi dalam komunitas yang berbeda, serta menggunakan kemajuan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin mereka berikan.

3) *The Dialogue*

Gen Z sebagai generasi yang percaya bahwa komunikasi sangat penting dalam penyelesaian masalah dan perubahan datang melalui adanya dialog. Selain itu, Gen Z terbuka akan pemikiran tiap orang yang

berbeda-beda dan suka berinteraksi dengan orang maupun kelompok yang beragam.

4) *The Realistic*

Generasi Z adalah generasi yang biasanya lebih realistis dan analitis dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Gen Z adalah generasi yang menikmati kemandirian dalam belajar dan mencari informasi, yang membuat mereka senang bisa mengendalikan keputusannya sendiri. Generasi Z memahami pentingnya stabilitas keuangan di masa depan. Hal ini sesuai dengan penelitian Boomers yang menunjukkan bahwa generasi Milenial adalah generasi yang cenderung lebih idealis, terutama dalam urusan pekerjaan.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Regulasi Emosi

Regulasi emosi merujuk pada proses individu dalam mengelola, mengontrol, dan menyesuaikan pengalaman serta ekspresi emosional mereka untuk mencapai tujuan tertentu atau menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungan. Menurut Gross (1998), regulasi emosi mencakup usaha sadar dan tidak sadar dalam mempengaruhi emosi yang dialami, kapan emosi tersebut dialami, serta

Menurut Gross dan John (2003) emosi dapat diatur pada lima poin dalam proses generatif emosi, yaitu:

- 1) **Selection of the situation**, merupakan upaya individu untuk memilih situasi yang dapat memicu atau menghindari emosi tertentu. Ini bisa berupa memilih lingkungan yang menyenangkan atau menghindari situasi yang

mungkin memicu stres.

- 2) **Modification of the situation**, merupakan upaya individu untuk mengurangi atau mengubah intensitas emosi. Contohnya, mencari solusi untuk masalah yang menyebabkan stres atau mengubah lingkungan sekitar.
- 3) **Deployment of attention**, merupakan upaya individu untuk mengarahkan perhatian ke hal lain untuk mengurangi fokus pada emosi yang sedang dialami. Ini bisa berupa aktivitas seperti mendengarkan musik, membaca buku, atau berbicara dengan orang lain.
- 4) **Change of cognitions**, merupakan upaya individu dalam mengubah cara berpikir tentang situasi yang memicu emosi. Ini bisa berupa reinterpretasi situasi, memandang masalah dengan cara yang lebih positif, atau mengubah perspektif.
- 5) **Modulation of experiential, behavioral, or physiological responses**, merupakan upaya individu untuk Mengubah respon fisiologis dan perilaku terhadap emosi. Ini bisa berupa latihan relaksasi, teknik napas, atau mengubah cara mengekspresikan emosi.

2.4 Kerangka Pemikiran

Fenomenologi secara etimologis berasal dari kata "phenomenon" yang berarti realitas yang tampak, dan "logos" yang berarti ilmu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fenomenologi adalah ilmu berorientasi untuk dapat menjelaskan realitas yang tampak.

Fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas sampai mwenjadi jelas. Kuswarno dalam buku berjudul Fenomenologi

mengatakan:

“Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia itu sendiri. Fenomenologi tidak diawali serta bertujuan untuk menguji sebuah teori.”

Dari pendapat tersebut menjelaskan bahwa seseorang menyadari adanya fenomena secara sadar, pengalaman sebagai data pokok sebuah realitas semua yang telah diketahui adalah semua yang telah dialami.

Ada beberapa premis dasar dalam penelitian ini menurut Kuswarno dalam bukunya Fenomenologi, yaitu:

1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalami secara langsung.
2. Pemahaman objektif dimensi oleh pengalaman subjektif.
3. Pengalan manusia terdapat dalam struktur pengalaman itu sendiri tidak dikonstruksi oleh peneliti.

Fenomenologi menjadi suatu pendekatan sosiologis dalam memahami suatu fenomena dengan pendekatan ini peneliti berusaha memahami dan mendalami respon individu dalam memaknai fenomena atau peristiwa. Pada dasarnya kehidupan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar seperti lingkungan, keluarga, sekolah, dan lain-lain tetapi tetap kita yang membentuk diri kita sendiri. Setiap individu mempunyai kebebasan untuk melakukan apa saja untuk membentuk kehidupan sosialnya dengan demikian setiap individu juga akan membentuk konstruksi sosial sesuai dengan apa yang diinginkan

Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz menjelaskan bahwa fenomenologi mengidentifikasi masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi didalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, didalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (act) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi, yaitu fenomenologi transendental seperti yang digambarkan dalam kerja Edmund Husserl dan fenomenologi sosial yang digambarkan oleh Schutz dalam buku Fenomenologi, terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, yaitu:

1. Pertama, prinsip yang paling dasar dari fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealism adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu.
2. Kedua, makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Esensinya makna yang berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup.
3. Ketiga, kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia. dialami dan makna dibangun melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini

mempunyai perbedaan derajat

4. signifikasi, bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan dibahas. (2009, h.63)

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubjektivitas. Pada dasarnya studi mengenai intersubjektivitas bagian dari usaha untuk bisa menjawab pertanyaan seperti bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain. Kita juga bisa lebih tau secara mendalam bagaimana hubungan timbal balik terjadi. terdapat tiga pengertian. realitas intersubjektif yang bersifat sosial, yakni:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubjektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Schutz juga mengidentifikasi empat realitas sosial, masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya:

1. Umwelt, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. Mitwelt, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian
3. Folgewelt, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi

yang akan datang.

4. Vorwelt, dunia tempat tinggal para leluhur para pendahulu kita.

Konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia. disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia.

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (phenomenon) yang bentuk jamaknya adalah phenomena merupakan istilah fenomenologi dibentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang

Sesuai dengan permasalahan yang peneliti angkat, musik sebagai media validasi emosi hal ini mempengaruhi bagaimana proses validasi emosi seseorang melalui musik juga bagaimana peran musisi dalam pembentukan karyanya sehingga dapat membantu banyak orang melakukan proses validasi emosi. Hal ini tentunya akan mempengaruhi konsep diri seseorang serta perubahan ke arah yang lebih diinginkan

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

