

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Pada bagian tinjauan pustaka, peneliti memulai dengan mengkaji berbagai penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan fokus penelitian yang akan dilakukan. Kajian terhadap penelitian sebelumnya ini bertujuan untuk memperoleh landasan teoretis dan empiris yang dapat berfungsi sebagai rujukan pendukung, pelengkap, sekaligus pembanding dalam penyusunan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan menjadi lebih sistematis dan komprehensif. Selain itu, penelaahan terhadap penelitian terdahulu juga memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan kajian, pendekatan, serta temuan-temuan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

- 1. Whida Ahla Raunaqa, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan 2024, Dengan Judul Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough Pada Lirik Lagu “Jiwa Yang Bersedih” Karya Ghea Indrawari**
Penelitian ini dilakukan oleh Whida Ahla Raunaqa menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam lirik lagu *Jiwa Yang Bersedih* karya Ghea Indrawari,

khususnya terkait tema penerimaan diri, nilai moral, motivasi, dan realitas sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu *Jiwa Yang Bersedih* memuat pesan inspiratif yang kuat, menggambarkan realitas sosial tentang individu yang kesulitan berdamai dengan diri sendiri, serta merefleksikan pengalaman nyata pencipta lagu. Lagu ini berfungsi tidak hanya sebagai karya seni, tetapi juga sebagai media motivasi dan refleksi diri bagi pendengarnya.

2. RIZKY PRADANA RESMI, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang 2021, dengan judul Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Breathe” Karya Lee Hi

Penelitian ini berjudul *Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Breathe” Karya Lee Hi* dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami makna motivasi yang terkandung dalam lirik lagu “Breathe” yang dipopulerkan oleh Lee Hi. Analisis dilakukan dengan menelaah tanda-tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretasi (*interpretant*) pada setiap bait lirik lagu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu “Breathe” mengandung pesan motivasi yang kuat, terutama ditujukan bagi individu yang sedang mengalami kelelahan, kegagalan, dan keputusasaan dalam hidup. Lagu ini merepresentasikan dorongan untuk tetap bertahan, terus berusaha hingga batas maksimal, serta mengajarkan penerimaan terhadap diri sendiri dan kegagalan sebagai bagian dari proses kehidupan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa lagu “Breathe” berfungsi sebagai media penyampai pesan moral dan motivasi melalui penggunaan tanda-tanda linguistik dalam lirik lagu.

3. Silvia Aggraini Joue Purnama Sari, Sapta Sari, dan Anis Endang SM, Universitas Dehasen Bengkulu 2024, dengan judul penelitian Pemaknaan Lirik Lagu Feel Special (Analisis Wacana Van Dijk)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk. Tujuan utama penelitian adalah untuk menemukan makna yang dibangun melalui bahasa dalam lirik lagu serta memahami bagaimana struktur teks, strategi wacana, dan konteks sosial bekerja dalam membentuk pemaknaan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu *Feel Special* tidak hanya memuat pesan emosional personal, tetapi juga merepresentasikan makna sosial tentang penerimaan diri, penghargaan terhadap individu, dan pengalaman eksistensial generasi muda. Struktur bahasa yang digunakan dalam lirik secara strategis membangun narasi tentang dukungan emosional, solidaritas, dan proses menemukan nilai diri. Selain itu, konteks sosial budaya turut memengaruhi bagaimana lagu ini dimaknai oleh pendengar sebagai representasi pengalaman psikologis yang relevan dengan realitas kehidupan sosial.

4. Hilda Zulhani, Mayasari, dan Ana Fitriana Poerana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang 2025, dengan judul Kritik Sosial Pada Lirik Lagu Baepsae/Silver Spoon Karya BTS (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)

Penelitian ini dilakukan oleh Hilda Zulhani, Mayasari, dan Ana Fitriana Poerana dari Universitas Singaperbangsa Karawang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman

Fairclough. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bentuk kritik sosial yang terkandung dalam lirik lagu *Baepsae/Silver Spoon* karya BTS dengan menganalisis tiga dimensi wacana, yaitu teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi teks, lirik lagu mengandung kritik terhadap ketimpangan sosial melalui penggunaan metafora seperti *baepsae* (gagak) dan *gold spoon* (sendok emas). Pada dimensi *discourse practice*, ditemukan bahwa proses produksi lagu dipengaruhi oleh pengalaman sosial para anggota BTS serta didukung oleh kebebasan berekspresi dari agensi hiburan. Sementara itu, pada dimensi *sociocultural practice*, lagu ini merepresentasikan kondisi sosial masyarakat, khususnya ketimpangan antargenerasi dan tekanan sosial yang dialami generasi muda. Penelitian ini menegaskan bahwa lirik lagu tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media kritik sosial.

Tabel 1. Review Penelitian Sejenis

No.	Nama	Metode penelitian	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Whida Whida Ahla Raunaqa, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan 2024,	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu Jiwa Yang Bersedih memuat pesan inspiratif yang kuat,	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah menemukan bahwa	Perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian. Penelitian terdahulu lebih

	<p>dengan judul Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough Pada Lirik Lagu “Jiwa Yang Bersedih” Karya Ghea Indrawari</p>		<p>menggambarkan realitas sosial tentang individu yang kesulitan berdamai dengan diri sendiri, serta merefleksikan pengalaman nyata pencipta lagu. Lagu ini berfungsi tidak hanya sebagai karya seni, tetapi juga sebagai media motivasi dan refleksi diri bagi pendengarnya.</p>	<p>lirik lagu yang dikaji mengandung pesan positif yang dapat membentuk cara pandang pendengar terhadap kehidupan. Pendekatan dalam model analisis wacana kritis pun mempunyai kesamaan yaitu memakai model Norman Fairclough.</p>	<p>menekankan pada makna emosional dan pengalaman pribadi, khususnya tentang penerimaan diri. Sementara penelitian penulis menekankan bahwa motivasi dalam lagu <i>My Pace</i> merupakan wacana sosial yang berkaitan dengan tekanan sosial dan standar kesuksesan</p>
--	--	--	---	--	--

					dalam masyarakat.
2	RIZKY PRADANA RESMI, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang 2021, dengan judul Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Breathe” Karya Lee Hi	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu <i>Breathe</i> mengandung konstruksi makna motivasi yang direpresentasikan melalui tanda-tanda linguistik dan simbolik. Lagu tersebut merefleksikan pesan dukungan emosional, penerimaan diri, serta dorongan untuk bertahan dalam menghadapi tekanan psikologis, sehingga berfungsi sebagai	Penelitian terdahulu dan penelitian penulis memiliki kesamaan dalam hal fokus kajian, yaitu sama-sama mengkaji konstruksi makna motivasi dalam lirik lagu.	Perbedaannya terdapat pada fokus wacana. Penelitian terdahulu menekankan kritik politik dan ancaman oligarki, sedangkan penelitian penulis menekankan makna motivasi sebagai wacana sosial.

			medium penguatan makna bagi pendengar.		
3	Silvia Aggraini Joue Purnama Sari, Sapta Sari, dan Anis Endang SM, Universitas Dehasen Bengkulu 2024, dengan judul penelitian Pemaknaan Lirik Lagu Feel Special (Analisis Wacana Van Dijk)	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu <i>Feel Special</i> merepresentasikan makna sosial tentang penerimaan diri dan penghargaan terhadap individu, serta membangun narasi dukungan emosional yang relevan dengan pengalaman psikologis generasi muda dalam konteks sosial budaya.	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis pada aspek tema fokus penelitian yaitu memfokuskan analisis pada lirik lagu grup K-Pop populer yang memiliki pengaruh luas dan pesan mendalam	Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terletak pada model analisis dan fokus pesan menggunakan model Teun A. Van Dijk yang menitikberatkan pada struktur teks, kognisi, dan konteks sosial untuk membedah tema <i>self-love</i> sedangkan

					<p>penelitian penulis menerapkan model Norman Fairclough yang berfokus pada hubungan dialektis antara teks, praktik diskursif, dan praktik sosial-budaya guna mengungkap wacana motivasi dalam lirik lagu yang diteliti.</p>
4	Hilda Zulhani, Mayasari, dan Ana Fitriana Poerana, Fakultas Ilmu Sosial dan	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu <i>Baepsae/Silver Spoon</i>	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan landasan teoretis	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian

<p>Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang 2025, dengan judul Kritik Sosial Pada Lirik Lagu “<i>Baepsae/Silver Spoon</i>” Karya BTS (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)</p>		<p>merepresentasikan kritik sosial terhadap ketimpangan struktur sosial dan relasi kuasa antargenerasi. Melalui analisis tiga dimensi Fairclough, ditemukan bahwa teks lagu, proses produksi, serta konteks sosial budaya secara konsisten membangun wacana kritik terhadap sistem sosial yang tidak adil.</p>	<p>menggunakan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough sebagai pisau analisis untuk membedah lirik lagu.</p>	<p>penulis terdapat pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada kritik sosial terkait isu ketimpangan status sosial, senioritas, dan sistem hierarki yang kaku di Korea Selatan melalui lagu “<i>Baepsae/Silver Spoon</i>”, sedangkan penelitian penulis lebih menitikberatkan pada makna motivasi</p>
--	--	--	---	--

					sebagai wacana sosial dalam lagu <i>My Pace</i> .
--	--	--	--	--	---

2.2. Kerangka Konseptual

Dalam tinjauan ini, peneliti akan membahas dan menjelaskan beberapa teori yang berkaitan dengan topik masalah yang akan dibahas, yaitu mengenai Makna Motivasi Sebagai Wacana Sosial Dalam Lirik Lagu “My Pace” Karya Stray Kids (Studi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough) berdasarkan studi kepustakaan yang peneliti kaji.

2.2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu proses interaksi antara komunikator dengan komunikan dalam upaya menyamakan persepsi antara keduanya. Komunikasi sebagai aktivitas utama seseorang dalam kesehariannya, dan ini sangat penting bagi makhluk sosial untuk berkomunikasi satu sama lain dan bekerja sama untuk bertahan hidup. Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikasi dipahami sebagai aktivitas sosial yang melibatkan simbol, bahasa, dan konteks tertentu (Effendy, 2020). Melalui komunikasi, individu maupun kelompok dapat menyampaikan gagasan, nilai, dan pandangan hidup yang berfungsi membentuk pemahaman sosial.

Dalam penelitian ini, komunikasi massa dipahami sebagai proses kompleks yang tidak hanya melibatkan penyampaian pesan melalui media, tetapi juga produksi, distribusi, dan konsumsi pesan oleh khalayak luas. Komunikasi massa bersifat institusional, dengan pesan dibuat dan disebarakan kepada audiens yang

heterogen oleh lembaga media. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang diterima khalayak bukanlah sesuatu yang netral; sebaliknya, itu adalah hasil konstruksi yang telah dipilih dan dikemas melalui proses tertentu. Komunikasi massa memainkan peran penting dalam membentuk cara audiens melihat realitas.

Komunikasi massa yang cenderung satu arah dengan umpan balik tertunda menunjukkan bahwa media adalah komunikator yang paling dominan. Media dapat memilih informasi mana yang layak disampaikan kepada publik melalui mekanisme *gatekeeping*. Khalayak tetap tidak pasif karena mereka memahami pesan berdasarkan budaya, sosial, dan psikologi mereka. Makna dalam komunikasi massa dapat berbeda dari satu orang ke orang lain, seperti yang ditunjukkan oleh proses ini.

2.2.2. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merujuk pada proses penyampaian pesan dengan menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan, sebagai media utama untuk mengungkapkan ide, gagasan, informasi, maupun perasaan. Dalam bentuknya yang paling sederhana, komunikasi verbal dapat muncul melalui percakapan sehari-hari, diskusi, atau dialog spontan, sementara dalam bentuk yang lebih terstruktur ia hadir melalui pidato, presentasi, naskah, karya tulis, hingga pesan singkat yang dikirimkan melalui berbagai platform digital. Berbeda dengan komunikasi nonverbal yang mengandalkan gerak tubuh, intonasi, ekspresi wajah, atau simbol-simbol visual, komunikasi verbal menitikberatkan pada pilihan kata, struktur bahasa, dan susunan kalimat yang digunakan untuk menghasilkan makna.

Komunikasi verbal banyak berlangsung dalam interaksi tatap muka, ketika dua orang atau lebih berkomunikasi secara langsung tanpa perantara. Namun, perkembangan teknologi informasi membuat komunikasi verbal semakin luas jangkauannya. Saat ini, penyampaian pesan verbal dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti telepon, pesan suara, aplikasi percakapan, dan *email*, sehingga memungkinkan individu berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Dalam proses komunikasi verbal, unsur yang paling menentukan adalah keberadaan simbol-simbol verbal yang terorganisasi melalui bahasa. Bahasa menjadi sistem tanda yang memungkinkan manusia menyusun kata, frasa, dan kalimat secara sistematis sehingga makna yang dimaksud dapat dipahami oleh penerima pesan. Karena itu, efektivitas komunikasi verbal sangat dipengaruhi oleh kemampuan penutur memilih kata, mengatur intonasi, serta menyesuaikan bahasa dengan situasi dan konteks komunikasi.

2.2.2.1. Tujuan Komunikasi Verbal

Tujuan komunikasi pada dasarnya berkaitan dengan upaya membangun pemahaman dan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Tujuan dari komunikasi agar kita bisa mencapai kesepakatan bersama. Dalam komunikasi verbal, pesan diterjemahkan ke dalam bahasa yang dapat diterima oleh penerima. Bahasa yang digunakan harus jelas dan mudah dipahami oleh penerima. Jika tidak, pesan yang diterima mungkin salah atau tidak jelas, yang menyebabkan kesalahpahaman atau konflik.

Komunikasi verbal juga dapat digunakan untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pendapat seseorang. Ekspresi ini dapat dilakukan melalui ekspresi

wajah, intonasi suara, dan gerakan tubuh. Berikut tujuan-tujuan dari komunikasi visual, diantaranya:

1. Menyampaikan informasi: Tujuan utama dari komunikasi verbal adalah untuk menyampaikan informasi dari pengirim ke penerima. Informasi ini dapat berupa fakta, opini, atau instruksi.
2. Membangun hubungan: Komunikasi verbal juga digunakan untuk membangun hubungan dengan orang lain. Ini dapat berupa hubungan percakapan yang santai dengan teman atau kerja sama yang efektif dalam konteks kerja.
3. Mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pendapat: Komunikasi verbal juga digunakan untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan pendapat seseorang. Ini dapat berupa percakapan yang mendalam atau pidato yang menyentuh hati.

Dengan demikian, tujuan komunikasi tidak bersifat netral, melainkan berkaitan erat dengan kepentingan sosial dan budaya yang melatarbelakangi proses komunikasi tersebut.

2.2.2.2. Fungsi Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal memiliki fungsi penting sebagai sarana utama manusia dalam menyampaikan gagasan, informasi, dan emosi melalui penggunaan bahasa. Selain sebagai media penyampaian informasi, komunikasi verbal juga berfungsi untuk mengatur tindakan dan perilaku dalam hubungan sosial. Dalam berbagai konteks seperti organisasi, sekolah, atau keluarga, bahasa verbal digunakan untuk

memberikan instruksi, menetapkan aturan, mengarahkan tindakan, serta mengkoordinasikan kegiatan bersama. Melalui arahan, penjelasan, atau perintah verbal, suatu kelompok dapat bekerja dengan lebih teratur dan sistematis. Dengan demikian, komunikasi verbal bukan hanya memediasi transfer data, tetapi juga menata pola hubungan, mengelola peran sosial, dan memastikan keteraturan dalam interaksi antarindividu maupun kelompok. Adapun fungsi dari komunikasi visual, yaitu :

a. Menyampaikan Informasi

Komunikasi verbal berfungsi sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi secara jelas dan sistematis. Melalui penggunaan bahasa, individu dapat menyampaikan pengetahuan, fakta, instruksi, atau pengamatan mengenai suatu peristiwa.

b. Menjelaskan dan Mengklarifikasi Makna

Komunikasi verbal berfungsi untuk memperjelas pesan yang mungkin bersifat ambigu atau memiliki potensi disalahartikan oleh penerima. Melalui klarifikasi verbal, hambatan komunikasi dapat diminimalisasi sehingga tidak menimbulkan salah persepsi yang berpotensi memicu konflik atau kekeliruan dalam tindakan.

c. Mengatur dan Mengarahkan Perilaku Sosial

Salah satu fungsi penting komunikasi verbal adalah memberikan instruksi, arahan, atau aturan yang dapat mengarahkan perilaku individu dalam konteks sosial. Di tempat kerja, misalnya, atasan menggunakan instruksi verbal untuk membagi tugas dan menjelaskan prosedur.

d. Mengekspresikan Perasaan dan Emosi

Fungsi ini memungkinkan individu mengungkapkan kondisi emosionalnya secara langsung melalui kata-kata. Perasaan seperti bahagia, marah, kecewa, sedih, bangga, atau simpati dapat disampaikan melalui ungkapan verbal sehingga orang lain dapat memahami keadaan psikologis komunikator.

e. Mempersuasi atau Mempengaruhi Sikap Orang Lain

Komunikasi verbal memiliki fungsi persuasif, yaitu mempengaruhi sikap, pandangan, atau tindakan seseorang melalui pemilihan kata dan penyusunan argumen. Dengan bahasa yang tepat, dapat membangun daya tarik logis, emosional, maupun kredibilitas diri untuk meyakinkan komunikan. Persuasi verbal bukan hanya berfungsi untuk mengubah pendapat, tetapi juga dapat meningkatkan kesadaran terhadap suatu isu, mengajak masyarakat bertindak, atau membangun dukungan terhadap sebuah keputusan.

2.2.2.3. Jenis-Jenis Komunikasi

Keberagaman media dan cara penyampaiannya membuat komunikasi verbal memiliki sejumlah jenis yang berbeda, masing-masing dengan karakteristik dan tujuan penggunaan tertentu. Pada dasarnya, komunikasi verbal tidak hanya sebatas percakapan langsung, tetapi mencakup seluruh aktivitas bahasa yang memungkinkan individu bertukar informasi, ide, maupun emosi. Setiap jenis komunikasi verbal bekerja dengan mekanisme yang berbeda, namun tetap bergantung pada penggunaan kata dan struktur bahasa untuk membangun makna.

Ragam jenis ini penting dipahami agar seseorang mampu menyesuaikan bentuk komunikasi yang paling efektif sesuai kebutuhan situasi. Jenis-jenisnya yaitu :

1. Komunikasi Verbal Lisan

Komunikasi yang disampaikan melalui ucapan atau suara secara langsung maupun tidak langsung. Bentuknya meliputi dialog tatap muka, diskusi kelompok, presentasi, wawancara, rapat, hingga percakapan sehari-hari. Komunikasi lisan memungkinkan adanya umpan balik cepat, interaksi spontan, serta penggunaan intonasi dan ritme bahasa yang membantu memperjelas pesan. Kehadiran vokal dan ekspresi suara sering membuat komunikasi lisan lebih hidup dan responsif.

2. Komunikasi Verbal Tertulis

Merupakan komunikasi melalui media tulisan, seperti surat, laporan, email, buku, artikel, atau pesan teks. Keunggulan komunikasi tertulis terletak pada ketahanannya sebagai dokumen yang dapat dibaca ulang dan dianalisis. Namun, bentuk ini biasanya tidak menyediakan umpan balik secepat komunikasi lisan. Pesan tertulis menuntut penyusunan bahasa yang jelas dan terstruktur agar tidak menimbulkan ambiguitas.

Ragam jenis komunikasi verbal tersebut menunjukkan bahwa bahasa bekerja dalam berbagai saluran komunikasi dan tidak terbatas pada satu mode penyampaian saja. Pemahaman terhadap masing-masing jenis membantu individu memilih bentuk komunikasi yang paling sesuai untuk mencapai efektivitas pesan.

2.2.2.4. Karakteristik Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik ini mencerminkan bagaimana bahasa bekerja sebagai sistem simbol yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna. Memahami karakteristik komunikasi verbal membantu seseorang tidak hanya dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dalam menafsirkan pesan yang diterima dari orang lain. Karakteristik komunikasi verbal:

1. Menggunakan Kata dan Bahasa sebagai Simbol

Komunikasi verbal bergantung pada penggunaan kata dalam suatu bahasa tertentu. Kata-kata berfungsi sebagai simbol konvensional yang mewakili objek, ide, atau konsep tertentu. Karena itu, pemahaman bahasa menjadi syarat utama agar komunikasi dapat berlangsung efektif.

2. Dapat Disampaikan Secara Lisan dan Tertulis

Fleksibilitas komunikasi verbal memungkinkan pesan disampaikan melalui ucapan atau tulisan. Hal ini membuat komunikasi verbal dapat digunakan dalam berbagai kondisi, baik interaksi langsung maupun melalui media tertulis atau digital.

3. Bersifat Sistematis dan Terstruktur

Bahasa verbal memiliki aturan seperti tata bahasa, sintaksis, dan diksi. Struktur yang sistematis ini membantu pesan tersusun secara koheren sehingga lebih mudah dipahami. Tanpa struktur yang tepat, pesan dapat menjadi ambigu atau sulit diterjemahkan oleh penerima.

4. Bersifat Interaktif dan Dua Arah

Komunikasi verbal sering melibatkan proses timbal balik antara komunikator dan komunikan. Melalui pertukaran pesan yang berlangsung cepat, kedua pihak dapat menegosiasikan makna dan memperbaiki pesan jika terjadi salah paham.

5. Dipengaruhi oleh Konteks dan Budaya

Makna bahasa sangat bergantung pada konteks situasi dan budaya. Kata atau ungkapan dapat memiliki makna berbeda di masyarakat yang berbeda. Karena itu, pemahaman konteks sosial sangat menentukan efektivitas komunikasi verbal.

Karakteristik tersebut menjelaskan mengapa komunikasi verbal menjadi alat penting dalam membangun interaksi manusia. Sifatnya yang sistematis, fleksibel, dan kontekstual menjadikan bahasa sebagai medium utama dalam pembentukan makna sosial.

2.2.2.5. Konteks-Konteks Komunikasi

Komunikasi verbal selalu terjadi dalam konteks yang memengaruhi cara pesan disusun, disampaikan, dan ditafsirkan. Konteks ini meliputi situasi fisik, sosial, maupun psikologis yang mengelilingi proses komunikasi. Dengan memahami berbagai konteks komunikasi verbal, seorang komunikator dapat menyesuaikan bahasa, gaya penyampaian, serta tingkat formalitas pesan agar sesuai dengan kondisi komunikasi. Konteks sangat berpengaruh terhadap efektivitas

penyampaian pesan karena setiap situasi memiliki norma dan ekspektasi yang berbeda dalam menggunakan bahasa. Konteks komunikasi verbal:

1. Konteks Formal

Digunakan dalam kegiatan seperti rapat, seminar, perkuliahan, atau presentasi. Bahasa yang dipakai cenderung baku, jelas, dan terstruktur. Komunikasi verbal dalam konteks ini membutuhkan ketepatan informasi dan kemampuan menyampaikan pesan secara profesional.

2. Konteks Informal

Terjadi dalam percakapan santai seperti berbicara dengan teman, keluarga, atau dalam situasi kasual lainnya. Gaya bahasa cenderung lebih spontan, fleksibel, dan mengikuti kebiasaan sosial. Konteks ini mendukung kedekatan interpersonal.

3. Konteks Media Elektronik

Mencakup komunikasi melalui telepon, video call, pesan singkat, email, atau platform digital lainnya. Komunikasi verbal dalam konteks ini mengatasi batasan ruang dan waktu, namun sering kali membutuhkan kejelasan ekstra karena tidak sepenuhnya didukung oleh isyarat nonverbal.

4. Konteks Akademik dan Profesional

Berlangsung di lingkungan pekerjaan atau pendidikan. Bahasa yang digunakan diharapkan formal, logis, dan terarah. Komunikasi verbal pada

konteks ini menghasilkan pertukaran informasi yang bersifat teknis, analitis, atau instruksional.

5. Konteks Publik atau Massa

Mengacu pada situasi di mana seseorang berbicara kepada pendengar besar, seperti pidato, ceramah, atau konferensi pers. Dalam konteks ini, komunikator harus mempertimbangkan keberagaman pendengar, penggunaan bahasa yang persuasif, serta struktur pesan yang sistematis.

Konteks komunikasi verbal ini menggambarkan bahwa penggunaan bahasa tidak dapat dipisahkan dari situasi sosial dan tujuan komunikasi. Setiap konteks menuntut strategi komunikasi yang berbeda agar pesan dapat diterima dan dipahami secara optimal.

2.2.3. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan sarana atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan agar pesan tersebut dapat diterima dan dimaknai. Dalam kajian Ilmu Komunikasi, media tidak hanya dipahami sebagai alat teknis penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang simbolik yang memengaruhi cara pesan diproduksi, disebarkan, dan ditafsirkan oleh khalayak. Keberadaan media memungkinkan proses komunikasi berlangsung secara lebih luas, efektif, dan melampaui batas ruang serta waktu.

Secara konseptual, media komunikasi berfungsi sebagai penghubung antara sumber pesan dan penerima pesan. Tanpa media, proses komunikasi akan terbatas pada interaksi langsung dan tidak mampu menjangkau khalayak yang lebih besar.

Oleh karena itu, media memiliki peran strategis dalam membentuk pola komunikasi masyarakat, terutama dalam konteks komunikasi massa dan komunikasi budaya. Media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga memengaruhi struktur pesan, cara penyajian, serta makna yang dihasilkan dalam proses komunikasi.

Media komunikasi adalah alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam penelitian ini, musik dan lirik lagu dianggap sebagai media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan wacana motivasi sosial.

Para ahli Ilmu Komunikasi memberikan penekanan yang beragam dalam mendefinisikan media komunikasi. Effendy menyatakan bahwa media komunikasi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Definisi ini menempatkan media sebagai komponen penting yang menentukan keberhasilan proses komunikasi, khususnya dalam menciptakan efek tertentu pada penerima pesan.

Dalam perspektif budaya, Fiske memandang media sebagai sistem tanda yang memproduksi dan mereproduksi makna sosial. Media tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai teks budaya yang sarat dengan simbol, ideologi, dan representasi realitas. Melalui media, makna tidak hanya ditransmisikan, tetapi juga dinegosiasikan oleh khalayak sesuai dengan latar belakang sosial dan budayanya masing-masing.

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, media komunikasi dapat dipahami sebagai sarana yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sosial dan

kultural. Media berperan sebagai perantara pesan sekaligus sebagai ruang produksi makna yang memengaruhi cara individu dan kelompok memahami realitas sosial. Dalam konteks komunikasi massa, media menjadi elemen penting dalam pembentukan wacana sosial, karena pesan yang disampaikan melalui media memiliki potensi besar untuk membentuk cara pandang dan sikap khalayak.

2.2.3.1. Jenis-jenis Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki peran strategis dalam menunjang keberlangsungan proses komunikasi, karena melalui media pesan dapat disampaikan secara efektif dari komunikator kepada komunikan. Perkembangan masyarakat dan teknologi turut memengaruhi keberagaman bentuk media komunikasi yang digunakan. Oleh karena itu, media komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bentuk, jangkauan, serta cara penyampaian pesan. Klasifikasi ini penting untuk memahami karakteristik media dan dampaknya terhadap proses pemaknaan pesan dalam konteks sosial dan budaya.

a. Media Komunikasi Verbal

Media komunikasi verbal merupakan media yang menggunakan bahasa sebagai sarana utama penyampaian pesan, baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa menjadi medium simbolik yang memungkinkan individu menyampaikan gagasan, perasaan, serta informasi secara terstruktur. Media komunikasi verbal lisan mencakup percakapan langsung, pidato, diskusi, serta komunikasi melalui media audio seperti telepon dan radio. Sementara itu, media

komunikasi verbal tertulis meliputi surat, buku, artikel, serta teks tertulis lainnya yang memungkinkan pesan disampaikan tanpa kehadiran langsung komunikator.

Media komunikasi verbal memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara eksplisit dan sistematis. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan bahasa komunikator dan latar belakang pemahaman komunikan. Dalam konteks komunikasi massa dan budaya, bahasa verbal sering digunakan untuk membangun narasi, menyampaikan ideologi, serta membentuk wacana sosial yang berkembang di masyarakat.

b. Media Komunikasi Nonverbal

Media komunikasi nonverbal merupakan media yang menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan melalui simbol, ekspresi wajah, gerak tubuh, intonasi suara, dan elemen visual lainnya. Media nonverbal sering kali berfungsi sebagai pelengkap komunikasi verbal, namun dalam beberapa konteks dapat berdiri sendiri dan memiliki kekuatan makna yang signifikan. Gestur, mimik wajah, pakaian, warna, dan simbol visual merupakan bentuk media komunikasi nonverbal yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam komunikasi massa dan media budaya, unsur nonverbal memainkan peran penting dalam memperkuat pesan dan memengaruhi emosi khalayak. Media visual seperti gambar, ilustrasi, dan simbol mampu menyampaikan makna secara cepat dan universal, bahkan melampaui batas bahasa. Oleh karena

itu, media komunikasi nonverbal sering dimanfaatkan dalam iklan, seni, dan karya budaya populer untuk membangun kesan dan interpretasi tertentu.

c. Media Komunikasi Personal dan Kelompok

Media komunikasi personal digunakan dalam interaksi antarindividu yang bersifat langsung dan personal. Media ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dengan umpan balik yang cepat dan intens. Contoh media komunikasi personal meliputi komunikasi tatap muka, percakapan melalui telepon, serta komunikasi digital melalui aplikasi pesan instan. Media komunikasi personal memiliki karakteristik kedekatan emosional dan fleksibilitas dalam penyampaian pesan.

Sementara itu, media komunikasi kelompok digunakan dalam interaksi yang melibatkan lebih dari dua individu dalam suatu kelompok sosial atau organisasi. Media ini sering digunakan dalam diskusi kelompok, rapat, seminar, dan forum komunikasi lainnya. Media komunikasi kelompok memungkinkan pertukaran gagasan secara simultan dan berperan dalam proses pengambilan keputusan, pembentukan norma, serta koordinasi sosial. Keberhasilan komunikasi kelompok sangat bergantung pada kemampuan media dalam memfasilitasi interaksi dan pemahaman bersama antaranggota kelompok.

d. Media Komunikasi Massa

Media komunikasi massa merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas, heterogen, dan anonim. Media ini mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media daring yang memiliki

kemampuan menjangkau pendengar dalam jumlah besar secara serempak. Karakteristik utama media komunikasi massa adalah sifat komunikasinya yang cenderung satu arah, meskipun perkembangan teknologi memungkinkan adanya interaksi terbatas dari khalayak.

Media komunikasi massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik, menyebarkan nilai budaya, serta membangun konstruksi realitas sosial. Melalui proses seleksi dan pengemasan pesan, media massa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merepresentasikan realitas sosial sesuai dengan kepentingan dan sudut pandang tertentu. Oleh karena itu, media komunikasi massa sering menjadi ruang produksi wacana sosial yang berpengaruh dalam kehidupan masyarakat modern.

e. Media Visual, Audio, dan Audio-Visual

Berdasarkan bentuk penyajian pesan, media komunikasi dapat dibedakan menjadi media visual, audio, dan audio-visual. Media visual mengandalkan unsur penglihatan dalam penyampaian pesan, seperti gambar, foto, poster, dan grafik. Media ini efektif dalam menyampaikan informasi yang bersifat simbolik dan estetis. Media audio menyampaikan pesan melalui unsur suara, seperti radio dan podcast, yang mengandalkan pendengaran sebagai alat utama penerimaan pesan.

Sementara itu, media audio-visual menggabungkan unsur suara dan gambar secara bersamaan, seperti televisi, film, dan video daring. Media audio-visual memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara lebih komprehensif

karena mampu merangsang lebih dari satu indera sekaligus. Oleh karena itu, media ini sering dianggap memiliki daya tarik dan pengaruh yang lebih kuat terhadap khalayak.

f. Media Komunikasi Digital

Perkembangan teknologi informasi melahirkan media komunikasi digital yang mengintegrasikan berbagai bentuk pesan dalam satu platform. Media komunikasi digital mencakup media sosial, situs web, aplikasi pesan instan, serta layanan *streaming* yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif dan partisipatif. Media ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial di mana khalayak dapat berperan aktif sebagai produsen maupun konsumen pesan.

Media komunikasi digital memiliki karakteristik kecepatan, fleksibilitas, dan jangkauan global. Dalam konteks budaya populer, media digital menjadi sarana utama penyebaran karya seni, termasuk musik dan lirik lagu, yang memungkinkan pesan menjangkau khalayak lintas budaya. Oleh karena itu, media komunikasi digital berperan penting dalam pembentukan wacana sosial di era kontemporer.

2.2.3.2. Fungsi Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki berbagai fungsi yang saling berkaitan dalam menunjang proses penyampaian pesan serta pembentukan makna di tengah masyarakat. Dalam kajian Ilmu Komunikasi, fungsi media tidak hanya dipahami sebagai alat teknis penyampai pesan, melainkan sebagai institusi sosial yang

berperan dalam membentuk cara berpikir, bersikap, dan bertindak khalayak. Adapun fungsi media komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif merujuk pada peran media komunikasi sebagai penyedia informasi bagi masyarakat. Media menyampaikan berbagai fakta, peristiwa, dan pengetahuan yang dibutuhkan individu untuk memahami lingkungannya. Melalui fungsi ini, media membantu khalayak memperoleh gambaran mengenai realitas sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Namun, informasi yang disampaikan media selalu melalui proses seleksi dan pengemasan pesan, sehingga media tidak hanya menyampaikan realitas, tetapi juga membingkai realitas tersebut sesuai dengan kepentingan dan sudut pandang tertentu.

2. Fungsi Edukatif

Media komunikasi juga menjalankan fungsi edukatif, yaitu sebagai sarana pembelajaran sosial bagi masyarakat. Media menyampaikan nilai, norma, dan pengetahuan yang berkontribusi pada proses sosialisasi individu. Fungsi edukatif ini sering kali tidak disampaikan secara langsung, melainkan melalui simbol, narasi, dan representasi yang terdapat dalam konten media. Dalam konteks budaya populer, termasuk musik dan lirik lagu, media berperan dalam menanamkan nilai-nilai tertentu yang dapat membentuk cara pandang dan sikap pendengarnya terhadap kehidupan sosial.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif menunjukkan kemampuan media komunikasi untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku khalayak. Media kerap digunakan untuk membangun opini, mengarahkan persepsi, serta mendorong perubahan sikap secara halus maupun eksplisit. Pesan persuasif biasanya dikemas secara emosional dan simbolik agar lebih mudah diterima oleh khalayak. Dalam lirik lagu, fungsi persuasif tampak pada penggunaan bahasa motivasional yang mendorong pendengar untuk mengadopsi nilai tertentu, seperti kepercayaan diri, ketekunan, dan keberanian dalam menjalani hidup.

4. Fungsi Rekreatif

Media komunikasi memiliki fungsi rekreatif, yaitu memberikan hiburan dan kepuasan emosional kepada khalayak. Fungsi ini memungkinkan individu untuk melepaskan ketegangan, memperoleh kesenangan, serta menikmati waktu luang melalui konsumsi media. Meskipun bersifat menghibur, fungsi rekreatif tidak berdiri sendiri, karena konten hiburan sering kali tetap mengandung pesan, nilai, dan makna sosial. Oleh karena itu, media hiburan juga berpotensi membentuk pola pikir dan sikap khalayak secara tidak langsung.

5. Fungsi Sosial dan Budaya

Media komunikasi berfungsi sebagai sarana transmisi budaya dan pembentukan kohesi sosial. Melalui media, nilai-nilai budaya, tradisi, dan identitas sosial disebarluaskan dan dipertahankan dalam masyarakat. Media menjadi ruang di mana makna sosial diproduksi, direproduksi, dan dinegosiasikan. Fungsi ini

menjadikan media sebagai aktor penting dalam pembentukan wacana sosial, termasuk dalam membangun representasi mengenai identitas, perjuangan, dan nilai kehidupan yang relevan dengan konteks masyarakat tertentu.

6. Fungsi Kontrol Sosial

Fungsi kontrol sosial merujuk pada peran media dalam mengawasi dan mengarahkan perilaku sosial masyarakat. Media dapat memperkuat norma sosial dengan menampilkan perilaku yang dianggap ideal, sekaligus mengkritisi perilaku yang menyimpang dari nilai yang berlaku. Melalui penyampaian pesan dan wacana tertentu, media turut berperan dalam membentuk batasan mengenai apa yang dianggap benar, pantas, atau tidak pantas dalam kehidupan sosial.

2.2.3. Musik

Seperti komunikasi yang tidak bisa lebih dalam kehidupan makhluk sosial, saat ini musik pun termasuk ke dalam kebutuhan makhluk sosial baik sebagai hiburan atau sebagai peluapan emosi. Disaat sedang merasa bersedih atau senang, setiap individu cenderung memilih atau berinteraksi dengan musik yang sesuai dengan situasi hati. Musik adalah alat untuk memahami dunia sosial dan menempatkan diri di dalam melalui lirik yang ada pada lirik. Musik dianggap sebagai media komunikasi yang universal, yang relevan dengan penelitian ini karena *My Pace* menggunakan musik untuk menyampaikan pesan motivasi sebagai wacana sosial.

2.2.3.1. Fungsi Musik

Menurut Sugiwardana (dalam Zulhani dkk., 2025) fungsi musik melalui lirik lagu merupakan penafsiran penulis mengenai suatu fenomena pada periode tertentu yang mencakup dimensi sosial, psikologis, dan ide-ide pemikiran. Dalam konteks ini, musik tidak hanya menjadi wadah ekspresi pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk merepresentasikan realitas serta bentuk kritik sosial terhadap ketimpangan atau ketidakadilan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Adapun fungsi musik dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Musik sebagai Sarana Ekspresi Diri

Musik menjadi media bagi individu untuk mengekspresikan perasaan dan emosi. Melalui lirik dan tempo lagu, seperti nada lambat untuk kesedihan dan tempo cepat untuk kebahagiaan, pesan emosional dapat tersampaikan secara lebih efektif.

2. Musik sebagai Sarana Hiburan

Musik berfungsi sebagai hiburan yang mampu mengurangi kejenuhan, memberikan kenyamanan emosional, serta membantu seseorang melepaskan diri dari tekanan aktivitas sehari-hari.

3. Musik sebagai Sarana Terapi

Musik dimanfaatkan sebagai media terapi, terutama dalam membantu pemulihan kesehatan mental dan fisik, serta meningkatkan konsentrasi dan relaksasi.

4. Musik sebagai Sarana Upacara

Musik sering digunakan dalam berbagai upacara adat, keagamaan, dan kenegaraan. Di beberapa budaya, musik juga dipercaya memiliki nilai simbolik dan spiritual.

5. Musik sebagai Sarana Komersial

Musik dapat menjadi sumber ekonomi bagi musisi melalui penjualan karya, pertunjukan, serta penggunaannya dalam film, iklan, dan soundtrack (OST).

6. Musik sebagai Sarana Tari

Musik memiliki keterkaitan erat dengan tari karena berfungsi mengatur tempo dan ritme gerakan. Banyak tarian tradisional hanya dapat diiringi oleh musik khas daerahnya.

7. Musik sebagai Sarana Pendidikan

Dalam konteks pendidikan, musik digunakan sebagai media pembelajaran, pembentukan karakter, serta penanaman nilai-nilai sosial seperti toleransi, kepekaan rasa, dan harmoni.

2.2.3.2. Jenis-Jenis Musik

Keberadaan musik telah melekat dalam kehidupan manusia sejak zaman dahulu, awalnya digunakan dalam ritual adat dan keagamaan, hingga kini berkembang menjadi bagian penting dari hiburan, budaya, dan ekspresi sosial. Musik dibedakan ke dalam berbagai genre atau jenis, yang masing-masing memiliki karakteristik, gaya, serta fungsi tersendiri dalam masyarakat. Adapun jenis-jenis musik sebagai berikut :

1. Musik Rakyat (Folk)

Musik rakyat atau *folk music* merupakan jenis musik yang lahir dan berkembang secara alami di tengah kehidupan masyarakat. Musik ini umumnya diwariskan secara turun-temurun dan tidak terikat pada pencipta tertentu. Lirikinya sering mengangkat tema kehidupan sehari-hari, nilai moral, tradisi, hingga sejarah suatu daerah. Fungsi musik rakyat tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media pendidikan budaya, penguat identitas lokal, serta sarana komunikasi sosial dalam komunitas tertentu.

2. Musik Klasik

Musik klasik berasal dari tradisi musik Barat, khususnya Eropa, yang berkembang sejak abad pertengahan hingga era modern. Genre ini dikenal dengan struktur komposisi yang kompleks, penggunaan notasi musik yang sistematis, serta teknik permainan instrumen yang tinggi. Musik klasik biasanya dimainkan oleh orkestra, ansambel, atau instrumen solo seperti piano dan biola. Selain sebagai hiburan, musik klasik juga memiliki fungsi edukatif dan terapeutik karena dinilai mampu meningkatkan konsentrasi dan kestabilan emosi pendengarnya.

3. Jazz

Jazz dikenal sebagai genre musik yang menekankan improvisasi, kebebasan berekspresi, serta kompleksitas ritme dan harmoni. Lahir di New Orleans, jazz berkembang menjadi simbol kreativitas dan kebebasan artistik. Dalam konteks akademik, jazz sering dikaji sebagai bentuk seni yang merepresentasikan dinamika sosial dan multikulturalisme.

4. Country

Musik country berasal dari wilayah pedesaan Amerika Serikat dan banyak dipengaruhi oleh musik rakyat Eropa. Lirikanya umumnya menceritakan kehidupan sederhana, keluarga, cinta, dan perjuangan hidup. Musik country dikenal dengan penggunaan gitar akustik, biola, dan banjo, serta gaya vokal yang khas.

5. Rhythm and Blues (R&B)

R&B merupakan genre yang menggabungkan unsur blues, jazz, dan gospel. Musik ini menonjolkan vokal yang emosional serta irama yang halus. Dalam perkembangannya, R&B menjadi salah satu genre dominan dalam industri musik populer global.

6. Rock

Musik rock dikenal dengan karakter suara gitar elektrik yang kuat, tempo dinamis, dan lirik yang sering mengangkat tema kebebasan, kritik sosial, dan identitas generasi muda. Rock tidak hanya dipandang sebagai genre musik, tetapi juga sebagai bentuk gerakan budaya.

7. Pop

Musik pop merupakan genre yang paling mudah diterima oleh masyarakat luas karena melodinya sederhana dan bersifat komersial. Genre ini sangat adaptif terhadap perubahan zaman dan sering menjadi representasi tren budaya populer.

8. Hip-Hop

Hip-hop berkembang sebagai bagian dari budaya urban dan menjadi media ekspresi sosial, kritik ketidakadilan, serta identitas generasi muda.

9. Dangdut

Dangdut merupakan musik populer Indonesia yang menggabungkan unsur Melayu, India, dan Arab. Genre ini memiliki peran penting sebagai hiburan rakyat dan sarana penyampaian pesan sosial.

10. K-Pop

K-Pop atau *Korean Pop* merupakan genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan dan berkembang pesat sejak akhir 1990-an sebagai bagian dari industri budaya global. Keunikan K-Pop tidak hanya terletak pada aspek musikal, tetapi juga pada konsep visual, koreografi, serta strategi industri melalui sistem pelatihan idol dan pemanfaatan media digital yang efektif, sehingga mampu membentuk basis penggemar global dan memperluas pengaruh budaya Korea di berbagai negara.

2.2.4. Lirik Lagu

Lirik lagu dapat dipahami sebagai bentuk pengungkapan batin seseorang terhadap berbagai realitas yang pernah disaksikan, didengar, maupun dialami secara langsung. Secara etimologis, istilah *lirik* berasal dari kata Yunani *lyrikos* yang merujuk pada jenis puisi pendek yang disampaikan dengan iringan alat musik kecapi. Dalam perkembangannya, lirik diposisikan sebagai karya bahasa yang memiliki unsur ritme dan rima, sekaligus menjadi medium komunikasi antara pencipta lagu dan pendengar melalui perpaduan kata dan nada. Meskipun memiliki

kemiripan dengan puisi, lirik lagu mempunyai kekhasan karena makna yang disampaikan diperkuat oleh melodi, tempo, serta karakter vokal penyanyinya.

Kandungan makna dalam lirik lagu mencerminkan spektrum emosi dan pengalaman manusia yang luas. Tidak jarang lirik dijadikan sarana untuk mengekspresikan perasaan personal seperti kegelisahan, kebahagiaan, dan cinta, serta menjadi medium penyampaian kritik sosial terhadap realitas yang berkembang di tengah masyarakat. Melalui lirik, pencipta lagu juga dapat merepresentasikan kondisi sosial zamannya atau merekonstruksi peristiwa sejarah ke dalam bentuk narasi populer yang lebih mudah dipahami oleh khalayak.

Dari sisi struktur, lirik lagu umumnya tersusun atas beberapa bagian, seperti bait (*verse*), pengulangan inti lagu (*refrain/chorus*), dan jembatan (*bridge*). Bait berfungsi membangun alur cerita atau konteks, sementara refrain menegaskan pesan utama yang ingin disampaikan dan dibuat repetitif agar mudah melekat dalam ingatan pendengar. Susunan struktural ini membantu menciptakan koherensi makna sehingga pesan lagu dapat diterima secara bertahap dan sistematis.

Lebih lanjut, lirik lagu juga dapat dipahami sebagai media komunikasi yang memiliki daya pengaruh. Karakter auditif dan sifat pengulangannya memungkinkan pesan dalam lagu membentuk persepsi, mempengaruhi emosi, bahkan mendorong perubahan sikap pendengar. Oleh karena itu, lirik bukan sekadar pelengkap musik, tetapi merupakan bentuk praktik bahasa yang merepresentasikan identitas budaya sekaligus menjadi ruang refleksi personal bagi pendengar.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis merupakan teori yang berkembang dikarenakan adanya kekurangan dari teori analisis wacana yang tidak melihat proses dari produksi dan reproduksi wacana. Analisis wacana kritis biasanya hanya memiliki dua variabel saja, mikro dan makro.

Analisis Wacana Kritis (AWK) atau *Critical Discourse Analysis (CDA)* muncul sebagai respons terhadap analisis bahasa tradisional yang cenderung hanya melihat aspek linguistik secara otonom tanpa menghubungkannya dengan konteks sosial. Norman Fairclough, sebagai salah satu tokoh sentral, mengembangkan model ini dengan keyakinan bahwa wacana adalah bentuk *discourse practice*. Hal ini berarti terdapat hubungan dialektis antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya.

Menurut Fairclough, wacana tidak hanya merepresentasikan dunia, tetapi juga mengonstruksi identitas sosial, relasi sosial, dan sistem pengetahuan. Fokus utama AWK adalah membongkar bagaimana kekuasaan (*power*) dijalankan melalui bahasa dan bagaimana ideologi bekerja dalam teks untuk mempertahankan dominasi atau menciptakan hegemoni. Dalam konteks karya seni seperti lirik lagu, AWK tidak hanya melihat kata-kata sebagai estetika, melainkan sebagai sarana penyampaian pesan ideologis yang dipengaruhi oleh kondisi sosial-budaya penciptanya (Fairclough, 1995).

Fairclough mendefinisikan wacana sebagai penggunaan bahasa sebagai bentuk *sociocultural practice*, bukan sekadar aktivitas individual atau refleksi dari variabel situasional. Inti dari pemikiran Fairclough adalah pandangan bahwa setiap peristiwa komunikatif terdiri dari tiga dimensi: teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Model ini sering disebut sebagai Model Tiga Dimensi (*Three-Dimensional Model*).

Secara epistemologis, Analisis Wacana Kritis model Fairclough bertujuan untuk membuat hubungan yang sebelumnya "buram" atau tersembunyi antara teks, proses diskursif, dan struktur sosial menjadi transparan atau eksplisit. Fairclough (2010) menekankan bahwa analisis tidak boleh berhenti pada deskripsi kebahasaan, tetapi harus bergerak menuju eksplanasi mengenai mengapa teks tersebut diproduksi dan dampak sosial apa yang ditimbulkannya.

A. Teks

Analisis teks adalah salah satu dimensi dalam teori analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dalam dimensi ini, unsur yang diteliti adalah struktur dari teks seperti analisis linguistik mencakup kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraf untuk memaknai teks tersebut. Dimensi teks merupakan dimensi dimana teks di analisis secara linguistik dengan melihat bagian tata kalimat dan kosa kata yang digunakan. Dimensi teks bertujuan untuk mengungkap bagaimana makna dibangun melalui pilihan bahasa tertentu. Bahasa tidak dipandang netral, melainkan mengandung ideologi tertentu yang dapat memengaruhi cara pembaca atau pendengar memahami realitas. Menurut Fairclough, dalam teks terdapat 3 tingkatan yaitu :

1. Representasi (*Representation*)

Representasi berkaitan dengan bagaimana suatu peristiwa, pengalaman, atau realitas digambarkan dalam teks. Dalam lirik lagu, representasi dapat terlihat dari bagaimana tokoh “aku”, kehidupan, perjuangan, kegagalan, atau motivasi digambarkan melalui pilihan kata dan metafora tertentu. Pilihan bahasa ini membentuk realitas tertentu di benak pendengar.

2. Relasi (*Relation*)

Relasi merujuk pada hubungan sosial yang dibangun antara penulis teks (pencipta lagu) dengan pendengar. Melalui penggunaan kata ganti, gaya bahasa, dan nada komunikasi, dapat dilihat bagaimana posisi penulis terhadap pendengar: apakah setara, menggurui, persuasif, atau solidaritas.

3. Identitas (*Identity*)

Identitas berkaitan dengan bagaimana subjek dalam teks membangun citra diri. Dalam lirik lagu, identitas dapat muncul melalui bagaimana “aku” diposisikan: sebagai individu yang berjuang, korban sistem, generasi muda yang resah, atau individu yang percaya diri. Identitas ini dibangun melalui struktur bahasa yang digunakan.

Melalui analisis teks ini, peneliti dapat mengungkap bagaimana makna motivasi dikonstruksi secara linguistik dalam lirik lagu.

B. *Discourse Practice*

Dimensi *discourse practice* berfokus pada proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks. Artinya, analisis tidak hanya berhenti pada teks itu sendiri, tetapi

juga menelaah bagaimana teks tersebut dibuat dan bagaimana teks tersebut dipahami oleh pendengar. Menurut Fairclough (1995), *discourse practice* mencakup dua proses utama, yaitu intertekstualitas dan interdiskursivitas.

1. Produksi Teks

Produksi teks merujuk pada bagaimana suatu teks diciptakan, termasuk latar belakang pembuat, proses kreatif, serta kondisi yang mempengaruhi terbentuknya teks tersebut. Dalam proses ini, konsep intertekstualitas dapat digunakan untuk melihat bahwa teks tidak lahir secara bebas, melainkan selalu berkaitan dengan teks atau wacana lain yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian, produksi teks dipengaruhi oleh pengalaman, referensi, serta konteks sosial yang melatarbelakangi pembuatnya.

2. Konsumsi Teks

Konsumsi teks berkaitan dengan bagaimana teks diterima, dipahami, dan diinterpretasikan oleh pendengar atau khalayak. Makna teks tidak bersifat tunggal, melainkan dapat beragam tergantung pada latar belakang, pengalaman, dan konteks sosial pendengar. Dalam hal ini, interdiskursivitas dapat digunakan untuk melihat bagaimana pendengar memaknai teks dengan menghubungkan berbagai wacana yang terdapat di dalamnya, seperti wacana motivasi, identitas diri, maupun pengalaman sosial.

Eriyanto (2001) menjelaskan bahwa pada level *discourse practice*, peneliti dapat menelusuri latar belakang sosial pencipta teks, tujuan produksi teks, serta bagaimana pendengar memaknai teks tersebut. Dalam penelitian lirik lagu, hal ini dapat mencakup konteks industri musik, citra grup musik, hingga respons penggemar terhadap lagu tersebut.

C. *Sociocultural Practice*

Dimensi *sociocultural practice* merupakan level analisis yang paling luas karena berkaitan langsung dengan struktur sosial, konteks budaya, ideologi, dan relasi kekuasaan dalam masyarakat. Fairclough (1995) membagi *sociocultural practice* ke dalam tiga level, yaitu:

1. Level Situasional

Berkaitan dengan konteks langsung saat teks diproduksi, seperti situasi sosial, kondisi emosional, atau peristiwa tertentu yang melatarbelakangi lahirnya teks.

2. Level Institusional

Mengacu pada pengaruh institusi sosial, seperti industri media, industri musik, lembaga budaya, dan sistem ekonomi yang memengaruhi produksi teks.

3. Level Sosial

Berkaitan dengan struktur sosial yang lebih luas, seperti ideologi dominan, budaya populer, kapitalisme, globalisasi, dan konstruksi identitas generasi.

Pada level ini, analisis diarahkan untuk memahami bagaimana teks berkontribusi dalam mereproduksi atau justru menantang realitas sosial tertentu. Dalam konteks lirik lagu, pesan motivasi dapat dilihat sebagai bentuk respons terhadap tekanan sosial yang dialami generasi muda, sekaligus sebagai bentuk konstruksi nilai tentang keberhasilan dan kegagalan dalam masyarakat modern.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough untuk mengkaji keterkaitan antara dimensi mikro (teks), meso (*discourse practice*), dan makro (*sociocultural practice*) dalam lirik lagu Stray Kids berjudul *My Pace*. Analisis difokuskan pada unsur kebahasaan teks, seperti pilihan leksikal, struktur kalimat, serta makna pada setiap bait lirik, guna mengungkap latar belakang penciptaan lagu sekaligus menafsirkan pesan yang dikonstruksikan di dalamnya.

Selain itu, penelitian ini juga menelaah dimensi sosiokultural untuk memahami bagaimana proses pemaknaan dilakukan oleh publik sebagai pendengar, serta untuk melihat sejauh mana lirik lagu "*My Pace*" merepresentasikan realitas sosial yang tengah dialami masyarakat. Analisis tersebut mencakup penelusuran konteks produksi teks, proses distribusi dan konsumsi teks, serta kondisi sosial budaya yang memengaruhi pembentukan wacana. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa setiap teks tidak pernah sepenuhnya netral, melainkan selalu mengandung kepentingan dan perspektif subjektif tertentu.

2.4. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran disusun sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan keterkaitan antar konsep yang digunakan. Kerangka pemikiran dipahami sebagai konstruksi teoritis yang menggambarkan hubungan antara fokus penelitian dengan pendekatan analisis yang digunakan. Adapun fokus penelitian ini adalah mengkaji makna motivasi sebagai wacana sosial dalam lirik lagu “My Pace” karya Stray Kids melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis oleh Norman Fairclough, penelitian ini berfokus pada lirik lagu My Pace karya Stray Kids dan menganalisis makna motivasi sebagai wacana sosial. Kerangka pemikiran ini menempatkan lirik lagu sebagai objek utama dan menganalisisnya sebagai bagian dari praktik sosial yang berkaitan dengan konteks yang lebih luas.

Proses analisis, ada tiga dimensi utama yang digunakan. Dimensi pertama adalah dimensi teks, yang melihat penggunaan bahasa dalam lirik, seperti diksi dan struktur yang membangun makna. Dimensi kedua adalah *discourse practice*, yang melihat bagaimana kreator membuat teks dan dikonsumsi oleh audiens. Dimensi ketiga adalah *sociocultural practice*, yang melihat konteks sosial yang melatarbelakangi munculnya wacana tersebut. Ketiga dimensi ini saling berhubungan dan digunakan secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka penelitian ini disusun sebagaimana dijelaskan pada bagian berikut.

Gambar 3. Kerangka Pemikiran

