

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan salah satu komponen epistemologis paling krusial dalam sebuah penelitian akademik ia tidak hanya berfungsi sebagai inventarisasi apa yang telah diketahui tentang topik yang diteliti, tetapi juga sebagai peta yang menunjukkan di mana batas-batas pengetahuan yang ada berakhir dan di mana penelitian baru ini mulai berkontribusi. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Pada Lagu Bayar Bayar Bayar Karya Band Sukatani (Analisis Wacana Kritis Metode Norman Fairclough)” ini, tinjauan pustaka disusun dengan tujuan ganda pertama, memetakan secara kritis penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dan kedua, mengidentifikasi secara argumentatif di mana letak research gap yang justifikasi penelitian ini untuk dilakukan. Penelitian-penelitian yang dikaji dalam bagian ini dipilih berdasarkan kriteria relevansinya. Serta kontribusinya terhadap pembangunan landasan teoritis dan konseptual penelitian ini.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai rangkuman penelitian terdahulu, melainkan sebagai perangkat analitis untuk menempatkan penelitian dalam peta keilmuan yang lebih luas. Oleh karena itu, pembahasan dalam bagian ini disusun secara argumentatif dengan menekankan hubungan, keterbatasan, serta kontribusi masing-masing penelitian terhadap pengembangan kajian analisis wacana kritis, khususnya dalam konteks musik sebagai media kritik sosial.

1. Penelitian oleh Tahlia dan Abrian (2023) menjadi salah satu pijakan awal yang penting dalam memahami bagaimana musik berfungsi sebagai medium kritik sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap realitas sosial yang direpresentasikan dalam lirik lagu melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Temuan penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi estetika, tetapi juga sebagai representasi ideologis yang mencerminkan ketidakpuasan terhadap pemerintah. Namun demikian, penelitian ini cenderung masih berada pada level deskriptif, di mana analisis belum sepenuhnya menggali kompleksitas strategi linguistik sebagai alat produksi ideologi. Dengan demikian, penelitian ini penting sebagai fondasi, tetapi masih menyisakan ruang untuk analisis yang lebih mendalam.
2. Penelitian Frima, Mayasari, dan Lubis (2024) memperluas pemahaman dengan mengaitkan teks lagu dengan konteks sosial-politik yang lebih konkret, yaitu demonstrasi mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa lagu dapat berfungsi sebagai alat mobilisasi wacana kritik sosial. Namun, meskipun telah

mengintegrasikan dimensi tekstual dan sosial, penelitian ini belum secara eksplisit mengkaji bagaimana bahasa bekerja sebagai instrumen ideologis yang membentuk kesadaran kolektif. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan penelitian sebelumnya untuk lebih menekankan konteks dibandingkan mekanisme linguistik.

3. Penelitian Nugroho (2025) memberikan kontribusi penting dengan menempatkan lagu “Bayar Bayar Bayar” dalam konteks komunikasi politik digital. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam memperluas jangkauan dan dampak wacana kritik sosial. Namun demikian, fokus penelitian ini lebih condong pada aspek distribusi dan penerimaan pesan, sehingga belum mengelaborasi secara mendalam struktur wacana dalam teks lagu itu sendiri.
4. Penelitian Maliki et al. (2025) dengan pendekatan Van Dijk berhasil mengungkap struktur wacana dalam lirik lagu secara lebih rinci, khususnya terkait penggunaan bahasa lugas dan repetisi sebagai strategi retorik. Meskipun demikian, pendekatan Van Dijk memiliki keterbatasan dalam menjelaskan hubungan antara teks dengan praktik sosial secara lebih luas, sehingga analisis cenderung terfragmentasi antara struktur teks dan konteks sosial.
5. Penelitian Ikhsan (2022) menunjukkan bahwa kritik terhadap institusi kepolisian juga berkembang dalam ruang digital melalui media sosial. Penelitian ini mengidentifikasi strategi delegitimasi dan ekspresi frustrasi sebagai bentuk resistensi masyarakat. Namun, objek penelitian yang berbasis

media sosial menyebabkan penelitian ini belum menyentuh dimensi budaya populer seperti musik sebagai medium wacana.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	Tahlia, A. I., & Abrian, R. (2023)	Musik Sebagai Kritik Sosial Terhadap Pemerintah: Kajian Analisis Wacana Norman Fairclough (Lagu Kritik lagi – Feast)	Kualitatif deskriptif, AWK Fairclough	Lagu merepresentasikan kritik sosial terhadap pemerintah melalui tiga dimensi Fairclough	Persamaan : sama-sama AWK & lagu. Perbedaan : tidak fokus pada kepolisian dan belum mendalami strategi linguistik
2	Frima, M. S.,	Kritik Pemerintah Pada Lagu	Kualitatif deskriptif,	Lagu sebagai alat	Persamaan : AWK

	Mayasari, & Lubis, F. O. (2024)	“Gugatan Rakyat Semesta” Karya Feast; Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	AWK Fairclough	perlawanan sosial terkait demonstrasi dan ketidakpuasan publik	dan kritik sosial. Perbedaan : belum fokus pada distribusi digital dan analisis linguistik mendalam
3	Nugroho, B. H. (2025)	Sinisme Politik Di Media Sosial: Analisis Kritik Sosial Lagu Viral “Bayar Bayar” Band Sukatani	Kualitatif deskriptif, AWK Fairclough	Lagu merepresentasikan sinisme politik dan diperkuat oleh media sosial	Persamaan : objek sama. Perbedaan : fokus pada komunikasi politik, bukan analisis linguistik

4	Maliki, A., et al. (2025)	Analisis Wacana Kritis Van Dijk Terhadap Lirik Lagu “Bayar Bayar Bayar” oleh Band Sukatani	Kualitatif, Van Dijk	Kritik sosial melalui bahasa lugas dan repetisi	Persamaan : objek sama. Perbedaan : teori Van Dijk, bukan Fairclough
5	Ikhsan, Y. (2022)	Pembingkaiian Citra Polisi pada Tagar #PercumaLaporPolisi (Analisis Wacana Kritis Metode Norman Fairclough)	Kualitatif, AWK Fairclough	Kritik terhadap kepolisian melalui framing digital	Persamaan : kritik pada polisi. Perbedaan : objek media sosial, bukan lagu

2.1.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan atau keterkaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari suatu masalah yang akan diteliti, dimana kerangka ini berfungsi sebagai landasan sistematis untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian dan membantu peneliti menentukan arah serta fokus penelitian mereka. Menurut Notoatmodjo (2018), kerangka konseptual adalah kerangka hubungan antar konsep yang diukur atau diamati dalam penelitian, sehingga di dalamnya terdapat penjelasan mengenai hubungan setiap variabel yang diteliti.

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penting dalam interaksi manusia yang melibatkan pertukaran informasi, gagasan, atau pesan antara dua orang atau lebih dengan tujuan membangun pemahaman bersama dan memengaruhi perilaku. Dalam perspektif kritis, McQuail dan Deuze (2020) menekankan bahwa komunikasi adalah struktur sosial yang memediasi antara individu dan sistem dominan melalui media, simbol, dan wacana. Oleh karena itu, setiap bentuk komunikasi dapat mencerminkan, mereproduksi, atau bahkan menantang struktur sosial yang mapan. Konsep ini memperluas cakupan komunikasi sebagai instrumen kekuasaan dan kontrol, terutama dalam konteks media dan budaya populer. Sedangkan menurut Craig dan Tracy (2021), komunikasi seharusnya dipahami sebagai praktik reflektif yang memungkinkan masyarakat mengelola perbedaan melalui diskursus publik. Mereka menempatkan komunikasi

sebagai fondasi utama dari interaksi sosial dan politik, terutama dalam mengelola konflik dan memperjuangkan keadilan sosial melalui bahasa.

Komunikasi dalam kajian kontemporer tidak lagi dipahami secara sederhana sebagai proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain. Sebaliknya, komunikasi dipandang sebagai proses sosial yang kompleks, melibatkan simbol, makna, dan relasi kuasa yang membentuk realitas dalam masyarakat. Mulyana (2019) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang bersifat transaksional dan simultan, di mana pengirim dan penerima saling memengaruhi dalam membangun makna bersama. Lebih lanjut, Effendy (2021) menegaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan melalui lambang-lambang atau simbol. Komunikasi tidak hanya terjadi dalam bentuk verbal, tetapi juga non-verbal, dan berfungsi untuk menciptakan pemahaman bersama dalam suatu konteks sosial.

Dalam konteks yang lebih kritis, Sobur (2019) menekankan bahwa komunikasi merupakan proses produksi dan reproduksi makna dalam ruang sosial, terutama melalui media massa dan budaya populer. Komunikasi tidak netral, melainkan dapat berfungsi sebagai alat ideologis yang merepresentasikan atau menantang struktur kekuasaan yang ada. Pandangan ini penting dalam penelitian-penelitian komunikasi yang berfokus pada musik, media, dan kritik sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap komunikasi sebagai praktik makna yang kompleks dan kontekstual menjadi krusial, khususnya dalam menafsirkan karya seni seperti lirik lagu sebagai bentuk ekspresi sosial masyarakat terhadap realitas yang dialaminya.

2.1.2.2 Komunikasi Kritis

Komunikasi kritis merupakan pendekatan dalam ilmu komunikasi yang berfokus pada analisis hubungan antara komunikasi, kekuasaan, dan ideologi dalam masyarakat. Pendekatan ini berakar dari tradisi teori kritis yang berkembang dalam Mazhab Frankfurt, yang melihat komunikasi sebagai arena pertarungan makna dan kepentingan sosial.

Habermas (1984) dalam teorinya tentang tindakan komunikatif menyatakan bahwa komunikasi ideal seharusnya bebas dari dominasi dan memungkinkan terjadinya kesepahaman rasional. Ia menyebutkan bahwa “communication aimed at reaching understanding is the original telos of human speech” (Habermas, 1984, p. 287). Namun, dalam praktiknya, komunikasi sering kali dipengaruhi oleh kekuasaan dan distorsi ideologis.

Selanjutnya, menurut Horkheimer dan Adorno (1972), industri budaya memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran masyarakat melalui komunikasi massa. Mereka berpendapat bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mereproduksi dominasi ideologi tertentu.

Dalam konteks komunikasi kritis modern, McQuail (2010) menyatakan bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari struktur sosial dan kekuasaan. Ia menekankan bahwa media memiliki peran dalam membentuk realitas sosial dan opini publik.

Littlejohn dan Foss (2009) menjelaskan bahwa teori komunikasi kritis berupaya mengungkap bagaimana pesan komunikasi dapat digunakan untuk mempertahankan atau menantang kekuasaan. Mereka menyatakan bahwa komunikasi kritis bertujuan untuk membebaskan individu dari dominasi ideologi yang tersembunyi dalam pesan.

Sementara itu, Kellner (2003) menekankan bahwa media budaya merupakan ruang penting dalam produksi makna dan identitas sosial. Ia menyatakan bahwa analisis kritis terhadap media diperlukan untuk memahami bagaimana kekuasaan bekerja dalam masyarakat modern.

Dalam konteks jurnal, Fuchs (2016) menjelaskan bahwa komunikasi kritis dalam era digital berkaitan dengan bagaimana teknologi dan media sosial mempengaruhi distribusi kekuasaan dan informasi. Ia menekankan pentingnya pendekatan kritis untuk memahami dinamika komunikasi di era digital.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kritis merupakan pendekatan yang menempatkan komunikasi sebagai praktik sosial yang tidak netral, melainkan sarat dengan ideologi dan relasi kekuasaan. Dalam penelitian ini, konsep komunikasi kritis digunakan untuk memahami bagaimana lirik lagu sebagai media komunikasi dapat menjadi sarana kritik sosial dan pembentukan kesadaran masyarakat.

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi memiliki unsur-unsur, berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell, H. D. (1948)

1. Sumber (source): sumber merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau disebut komunikator. Bisa berupa individu, kelompok, organisasi, bahkan Negara.
2. Pesan (message): merupakan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber
3. Saluran (channel): merupakan alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.
4. Penerima (receiver): nama lain nya adalah komunikan di mana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.
5. Efek (effect): merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan.

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perspektif ilmu sosial tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan semata, melainkan sebagai upaya membangun makna, memelihara hubungan sosial, dan memengaruhi perilaku dalam konteks tertentu. Menurut Mulyana (2019), komunikasi memiliki tujuan utama untuk menciptakan saling pengertian dan membangun hubungan yang harmonis antara pengirim dan penerima pesan. Ia menekankan bahwa komunikasi adalah proses yang bersifat transaksional dan simultan, di mana kedua pihak saling memengaruhi secara timbal balik dalam menciptakan makna bersama. Dalam hal ini, komunikasi menjadi alat

untuk menciptakan keterhubungan sosial yang dinamis dan kontekstual (Mulyana, 2019).

Sejalan dengan itu, Rakhmat (2012) menggarisbawahi bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku individu. Ia memandang komunikasi sebagai sarana strategis untuk menyampaikan gagasan dan memengaruhi orang lain, baik secara persuasif maupun informatif. Komunikasi bukan hanya menyampaikan data, tetapi juga mengandung dimensi psikologis yang memungkinkan terjadinya perubahan kognitif dan afektif pada penerima pesan. Hal ini menjadi penting dalam konteks sosial dan budaya di mana komunikasi berperan sebagai medium edukatif dan transformasional (Rakhmat, 2012).

Sementara itu, Effendy (2021) mengidentifikasi bahwa komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu informatif, persuasif, dan rekreatif. Tujuan informatif adalah menyampaikan informasi yang bersifat netral dan faktual; tujuan persuasif adalah memengaruhi penerima untuk menerima atau menolak suatu gagasan; dan tujuan rekreatif adalah memberikan hiburan. Effendy juga menegaskan bahwa komunikasi berfungsi menjaga keteraturan sosial dengan menciptakan kesepahaman dan koherensi antar anggota masyarakat (Effendy, 2021). Ini sejalan dengan pandangan komunikasi sebagai elemen kunci dalam pengelolaan struktur sosial dan tata hubungan dalam masyarakat.

Lebih jauh, West dan Turner (2019) memandang bahwa komunikasi memiliki tujuan multidimensi yang mencakup pembentukan makna bersama, pemeliharaan relasi interpersonal, pengaruh terhadap perilaku, hingga pengelolaan konflik sosial.

Mereka menekankan bahwa komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan dalam interaksi yang penuh makna dan dipengaruhi oleh budaya, nilai, dan konteks. Oleh karena itu, komunikasi berfungsi sebagai mekanisme sosial yang adaptif, yang dapat digunakan untuk memperkuat hubungan, menyelesaikan perbedaan, dan memperjuangkan tujuan bersama (West & Turner, 2019).

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi mencakup fungsi informasi, pengaruh, relasi, hiburan, hingga perubahan sosial. Dalam konteks penelitian skripsi ini, yang menganalisis lirik lagu sebagai bentuk komunikasi sosial, pemahaman terhadap tujuan komunikasi sangat penting. Lagu bukan hanya produk estetika, tetapi juga alat komunikasi yang mampu membangun kesadaran kolektif, menyuarakan kritik sosial, dan memengaruhi pandangan publik terhadap realitas sosial yang sedang berlangsung.

2.1.2.5 Analisis Wacana

Analisis wacana merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami bahasa tidak hanya sebagai sistem linguistik, tetapi juga sebagai praktik sosial yang sarat dengan makna, ideologi, dan relasi kekuasaan. Dalam kajian komunikasi dan linguistik kritis, analisis wacana menjadi alat penting untuk membongkar bagaimana realitas dibentuk melaluibahasa.

Menurut Fairclough (1995), analisis wacana kritis bertujuan untuk mengungkap hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam praktik sosial. Ia menyatakan bahwa “language is a form of social practice” (Fairclough, 1995, p. 18),

yang menunjukkan bahwa bahasa tidak pernah netral, melainkan selalu terkait dengan struktur sosial dan kepentingan tertentu.

Van Dijk (1998) memandang analisis wacana sebagai studi tentang bagaimana struktur teks dan konteks sosial saling berhubungan dalam membentuk makna. Ia menegaskan bahwa wacana tidak hanya terdiri dari struktur linguistik, tetapi juga melibatkan kognisi sosial dan kekuasaan. Van Dijk menyatakan bahwa analisis wacana kritis berfokus pada “the way social power abuse, dominance, and inequality are enacted, reproduced, and resisted by text and talk” (Van Dijk, 1998, p. 352).

Selanjutnya, Wodak (2001) menjelaskan bahwa analisis wacana kritis merupakan pendekatan yang berupaya mengkaji bahasa dalam hubungannya dengan praktik sosial dan historis. Ia menekankan pentingnya konteks dalam memahami wacana, dengan menyatakan bahwa wacana harus dianalisis dalam kaitannya dengan kondisi sosial, budaya, dan politik yang melingkupinya.

Gee (2014) menyatakan bahwa analisis wacana adalah studi tentang penggunaan bahasa dalam konteks sosial yang lebih luas, di mana bahasa digunakan untuk membangun identitas, hubungan sosial, dan sistem makna. Menurutnya, “language has meaning only in and through social practices” (Gee, 2014, p. 2), yang menegaskan bahwa makna bahasa selalu bergantung pada konteks penggunaannya.

Sementara itu, Stubbs (1983) mendefinisikan analisis wacana sebagai kajian terhadap bahasa yang digunakan dalam konteks nyata, baik lisan maupun tulisan. Ia menekankan bahwa analisis wacana tidak hanya berfokus pada struktur kalimat, tetapi juga pada bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial.

Dalam konteks Indonesia, Sobur (2009) menjelaskan bahwa analisis wacana merupakan upaya untuk memahami makna yang tersembunyi di balik teks dengan memperhatikan konteks sosial, budaya, dan ideologi. Analisis wacana tidak hanya melihat apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana dan mengapa sesuatu dikatakan.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis wacana merupakan proses interpretatif yang bertujuan untuk mengungkap makna, ideologi, dan relasi kekuasaan yang terkandung dalam bahasa. Dalam penelitian ini, analisis wacana digunakan untuk membedah lirik lagu “Bayar Bayar Bayar” sebagai teks budaya populer yang tidak hanya merepresentasikan realitas sosial, tetapi juga membentuk dan mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap fenomena yang dikritik.

2.1.2.6 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media untuk menjangkau khalayak yang luas, heterogen, dan anonim. (McQuail, 2011) mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada khalayak yang besar dan beragam melalui saluran yang bersifat publik dan bertahan lama. Definisi ini menekankan bahwa media tidak hanya sebagai perantara, tetapi juga sebagai pengelola pesan yang memiliki tujuan tertentu.

Severin dan Tankard (2014) menyatakan bahwa komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media teknologi untuk menjangkau audiens

dalam jumlah besar secara serentak. Penekanan pada media teknologi menunjukkan bahwa proses komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang memperluas jangkauan serta mempercepat penyebaran pesan.

Effendy (2017) mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang disampaikan dapat diakses oleh publik secara luas. Definisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi massa memiliki karakter publik, di mana informasi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang luas melalui media massa, baik cetak, elektronik, maupun digital, yang bersifat publik, serempak, dan relatif permanen. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi massa berperan penting dalam penyebaran pesan sosial yang terkandung dalam lirik lagu "Bayar Bayar Bayar" karya Sukatani, karena media seperti platform musik digital dan media sosial memungkinkan pesan tersebut menjangkau audiens yang luas dan beragam.

2.1.2.7 New Media

Kemunculan *new media* atau media baru merupakan salah satu transformasi paling fundamental dalam sejarah komunikasi manusia, yang secara mendasar mengubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi wacana publik berlangsung dalam masyarakat kontemporer. Berbeda dari media konvensional seperti surat kabar, radio,

dan televisi yang bersifat satu arah, tersentralisasi, dan dikontrol oleh institusi media formal, new media hadir sebagai ekosistem komunikasi yang bersifat multiarah, interaktif, terdesentralisasi, dan dapat diakses secara instan oleh siapapun yang terhubung dalam jaringan digital. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman tentang new media menjadi sangat krusial karena fenomena lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani pada dasarnya adalah fenomena new media: sebuah teks budaya populer yang lahir, disebarluaskan, dikonsumsi, dan memicu dampak sosial-politik yang terukur melalui infrastruktur new media.

Salah satu kerangka konseptual *new media* yang paling berpengaruh dan sistematis dikembangkan oleh Lev Manovich (2001) dalam karyanya *The Language of New Media*. Manovich mendefinisikan new media sebagai objek-objek kultural yang menggunakan teknologi komputer digital untuk distribusi dan tampilan, dan mengidentifikasi lima prinsip yang membedakannya dari media lama. Pertama, representasi numerik (*numerical representation*), yakni semua objek new media dapat dideskripsikan secara matematis dan dimanipulasi melalui algoritma. Kedua, modularitas, di mana new media terdiri dari elemen-elemen yang dapat diakses dan dioperasikan secara independen. Ketiga, otomatisasi (*automation*), yakni banyak proses dapat dijalankan tanpa intervensi manusia. Keempat, variabilitas (*variability*), yang berarti objek new media dapat eksis dalam versi yang berbeda-beda dan tak terbatas jumlahnya. Kelima, transkodingan budaya (*cultural transcoding*), yakni *new media* terdiri dari lapisan budaya dan lapisan komputer yang saling mempengaruhi. Prinsip variabilitas dan modularitas Manovich sangat relevan untuk memahami

bagaimana lagu Sukatani dapat eksis dalam berbagai versi dan konteks di platform digital yang berbeda, mulai dari video musik orisinal, konten reaksi, audio latar satire, hingga bahan remix kreatif pengguna.

Deuze (2006) mengembangkan perspektif komplementer dengan menekankan tiga prinsip new media partisipasi (*participation*), di mana pengguna secara aktif terlibat dalam menciptakan, memilih, dan menyebarkan konten media; remediation, yakni cara *new media* meminjam dan mengembangkan bentuk-bentuk media yang lebih lama serta bricolage, yakni praktik kreatif merakit ulang material-material yang tersedia dalam konteks baru. Jenkins (2006) memperluas perspektif ini dengan memperkenalkan konsep *convergence culture*, yakni kondisi di mana aliran konten mengalir lintas platform media, industri, dan audiens yang bermigrasi secara aktif. Dalam karya *Convergence Culture*, Jenkins berargumentasi bahwa konvergensi bukan sekadar perubahan teknologis, melainkan transformasi budaya yang fundamental di mana batas antara produser dan konsumen media menjadi semakin kabur, melahirkan apa yang ia sebut sebagai budaya partisipatoris (*participatory culture*). Jenkins (2006) juga memperkenalkan konsep *collective intelligence*, yakni kemampuan komunitas jaringan untuk menggabungkan pengetahuan dan kapasitas anggotanya secara kolektif. Ketiga konsep ini sangat relevan untuk memahami bagaimana lagu Sukatani bermigrasi lintas platform dan bagaimana audiens secara kolektif membangun makna wacana kritis di sekitarnya.

McQuail (2010) dalam *Mass Communication Theory* memberikan perspektif yang berorientasi pada ilmu komunikasi dengan mengidentifikasi karakteristik komunikatif utama new media: interaktivitas sebagai rasio respons dan inisiatif pengguna terhadap “tawaran” medium kehadiran sosial (*social presence*) yang memberikan kesan kontak personal; kekayaan medium (*media richness*) dalam menjembatani perbedaan kerangka referensi serta otonomi pengguna dalam mengontrol konten dan penggunaan medium. McQuail secara khusus menekankan karakteristik demassifikasi, yakni kemampuan *new media* untuk menyesuaikan pesan dengan kebutuhan individual penerima, berbeda dari sifat media massa yang seragam. Van Dijk (2006) menempatkan new media dalam konteks transformasi struktural yang lebih besar melalui konsep *network society*, mendefinisikannya sebagai masyarakat yang mode organisasinya dibentuk oleh jaringan sosial dan media secara bersamaan. Dalam pandangan Van Dijk, *new media* tidak sekadar alat komunikasi baru, melainkan infrastruktur yang mengubah struktur relasi kuasa dalam masyarakat dengan memungkinkan terbentuknya jaringan yang melampaui batasan geografis dan hirarkis tradisional.

Clay Shirky (2008) dalam *Here Comes Everybody* memberikan perspektif pragmatis tentang bagaimana new media mengubah kemungkinan tindakan kolektif dengan mereduksi secara dramatis biaya koordinasi yang sebelumnya menghambatnya. Shirky mengidentifikasi tiga tingkatan aktivitas kolektif yang difasilitasi *new media* sharing (berbagi konten), *cooperation* (bekerja sama untuk tujuan bersama), dan

collective action (bertindak sebagai kelompok yang kohesif untuk perubahan). Pola sharing dalam distribusi lagu Sukatani merupakan contoh konkret dari tingkatan pertama: jutaan pengguna berbagi konten tanpa koordinasi formal, menghasilkan efek kumulatif yang melampaui apa yang dapat dicapai oleh kampanye terorganisir manapun. Zizi Papacharissi (2010) mengembangkan perspektif yang memusatkan perhatian pada dimensi afektif-emosional dari *new media* melalui konsep *affective publics*, yakni komunitas yang dimobilisasi dan dihubungkan melalui struktur perasaan bersama. Papacharissi (2020) lebih lanjut berargumentasi bahwa komunikasi politik baru di era *new media* bersifat personal, emosional, dan sering kali terjalin melalui afeksi bersama, bukan semata-mata melalui ideologi formal. Konsep *affective publics* ini sangat relevan untuk memahami mengapa lagu Sukatani menyebar bukan semata-mata karena kualitas musikalnya, melainkan karena kemampuannya mengaktifkan dan mengartikulasikan emosi-emosi yang telah lama terakumulasi dalam pengalaman kolektif masyarakat Indonesia berhadapan dengan korupsi aparat.

Berdasarkan sintesis berbagai perspektif tersebut, terdapat beberapa karakteristik utama *new media* yang secara konsisten muncul dan relevan dengan penelitian ini. Interaktivitas memungkinkan audiens lagu Sukatani untuk tidak hanya menerima pesan secara pasif tetapi secara aktif merespons dan berbagi. Demassifikasi dan personalisasi menjadikan konten yang sama dapat dimaknai secara berbeda oleh individu dari latar belakang yang beragam. Produksi dan distribusi terdesentralisasi mereduksi hambatan masuk sehingga band independen kecil seperti Sukatani dapat menciptakan wacana publik berskala nasional (Shirky, 2008; Jenkins, 2006).

Persistensi digital memungkinkan konten tersimpan secara permanen dan dapat ditemukan kembali, menjadikan *new media* sebagai ruang dokumentasi kumulatif wacana publik (Manovich, 2001). Pembentukan jaringan dan komunitas memfasilitasi terbentuknya *affective publics* yang terhubung oleh pengalaman dan emosi bersama lintas batas geografis (Van Dijk, 2006; Papacharissi, 2010).

Kerangka konseptual new media memiliki relevansi langsung terhadap penelitian Analisis Wacana Kritis pada lagu “Bayar Bayar Bayar” ini pada dua level yang saling melengkapi. Pada level metodologis, pemahaman tentang karakteristik *new media* menjelaskan mengapa dimensi praktik wacana dalam model AWK Fairclough (1992, 1995) yang mencakup analisis kondisi produksi, mekanisme distribusi, dan pola konsumsi teks menjadi sangat penting untuk dianalisis. Dimensi ini berkorespondensi langsung dengan karakteristik new media: interaktivitas mempengaruhi pola konsumsi, desentralisasi mempengaruhi kondisi produksi, dan konvergensi platform mempengaruhi mekanisme distribusi. Pada level substantif, kerangka new media membantu mengkontekstualisasikan temuan empiris penelitian konsep *affective publics* Papacharissi (2010, 2020) menjelaskan dominasi pola *decoding afirmatif participatory culture* Jenkins (2006) menjelaskan distribusi organik melalui sharing; dan *network society* Van Dijk (2006) menjelaskan transformasi jangkauan wacana dari lokal ke nasional. Secara keseluruhan, kerangka konseptual *new media* bukan sekadar latar belakang teoretis dalam penelitian ini, melainkan bagian integral dari aparatus analitis yang digunakan untuk memahami mengapa dan bagaimana sebuah lagu punk

independen dapat bertransformasi menjadi fenomena wacana publik yang memiliki dampak sosial-politik nyata dan terukur dalam masyarakat Indonesia kontemporer.

2.1.2.8 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki ciri khas yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Effendy (2017) menjelaskan bahwa karakteristik utama komunikasi massa meliputi:

1. Komunikator profesional, pesan yang disampaikan biasanya berasal dari individu atau lembaga yang memiliki keahlian atau peran khusus dalam mengelola informasi, seperti jurnalis, produser, atau pembuat konten.
2. Pesan bersifat publik, pesan dapat diakses oleh siapa saja, tidak terbatas pada kelompok tertentu.
3. Audiens heterogen dan luas, penerima pesan terdiri dari berbagai latar belakang sosial, budaya, ekonomi, dan pendidikan.
4. Menggunakan media massa, baik media cetak, elektronik, maupun digital sebagai saluran utama.
5. Umpan balik tertunda, berbeda dari komunikasi tatap muka, respons audiens terhadap pesan biasanya tidak langsung.

2.1.2.9 Fungsi Komunikasi Massa

McQuail (2011) menguraikan lima fungsi utama komunikasi massa yang dapat berlaku dalam berbagai konteks, yaitu:

1. Informasi, memberikan data, berita, dan pengetahuan kepada masyarakat.

2. Korelasi, menafsirkan, menjelaskan, dan memberi makna terhadap peristiwa atau isu.
3. Kontinuitas budaya, mempertahankan nilai-nilai budaya dan identitas sosial.
4. Hiburan, memberikan kesenangan dan pelepasan ketegangan.
5. Mobilisasi, mendorong masyarakat untuk bertindak, baik dalam bidang politik, sosial, maupun kemanusiaan.

Dalam konteks penelitian ini, fungsi informasi dan korelasi sangat menonjol. Lirik lagu "Bayar Bayar Bayar" karya Sukatani menyampaikan pesan sosial berupa kritik terhadap praktik pungutan liar dan birokrasi yang korup. Melalui media massa seperti platform musik digital dan media sosial, pesan ini tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mengajak audiens untuk merefleksikan realitas sosial yang dihadapi.

2.1.2.10 Definisi Musik

Musik merupakan salah satu cabang seni yang paling dekat dengan kehidupan manusia dan hadir dalam hampir setiap aspek sosial-budaya. Dalam pandangan klasik, musik didefinisikan sebagai bunyi yang disusun secara teratur melalui melodi, harmoni, ritme, dan timbre. Namun, para ahli menegaskan bahwa musik tidak hanya sekadar susunan bunyi, tetapi juga mengandung dimensi sosial, emosional, dan kultural yang mendalam.

Menurut Prasasti dan Hidayat (2020), musik adalah media ekspresi yang mampu menyampaikan pesan emosional dan sosial melalui struktur bunyi yang terorganisasi. Mereka menjelaskan bahwa musik tidak dapat dilepaskan dari konteks

sosial dan budaya tempat musik itu lahir karena makna yang terkandung di dalamnya sering kali dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat (Prasasti & Hidayat, 2020).

Putri dan Maryono (2019) mendefinisikan musik sebagai sarana komunikasi simbolik yang mampu menyatukan perasaan dan pemikiran dalam masyarakat. Dalam pandangan mereka, musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan sosial yang dapat memengaruhi perilaku kolektif (Putri & Maryono, 2019).

Sementara itu, Gunawan dan Mulyana (2018) menyatakan bahwa musik adalah “teks budaya” yang memuat nilai, norma, dan identitas sosial. Mereka menegaskan bahwa pemahaman terhadap musik harus melibatkan analisis terhadap konteks sosial yang lebih luas, karena musik sering kali digunakan sebagai sarana membentuk dan menyampaikan ideologi (Gunawan & Mulyana, 2018).

Dalam kajian yang lebih teoritis, Wardani (2021) menyebut musik sebagai identitas budaya yang memuat simbol-simbol tertentu yang dikenal dan dipahami oleh komunitas pendengarnya. Musik dalam hal ini tidak hanya menjadi bagian dari estetika, tetapi juga sebagai medium yang merepresentasikan jati diri suatu kelompok masyarakat (Wardani, 2021).

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa musik adalah bentuk seni yang memadukan bunyi dengan struktur yang teratur, yang tidak hanya bertujuan estetis tetapi juga memiliki dimensi komunikasi sosial dan kultural yang kuat. Dalam konteks penelitian ini, musik dipandang sebagai teks budaya yang memuat tanda dan

makna. Lagu Bayar Bayar Bayar karya band Sukatani misalnya, tidak hanya menghadirkan alunan bunyi, tetapi juga menyampaikan kritik sosial yang relevan dengan kondisi masyarakat Indonesia.

2.1.2.11 Jenis-Jenis Musik

Musik memiliki beragam jenis atau aliran yang berkembang sesuai dengan konteks budaya, sejarah, dan teknologi yang memengaruhi masyarakat. Setiap jenis musik memiliki karakteristik tertentu yang dapat dilihat dari unsur musikal, fungsi, serta latar belakang sosial budaya penciptanya.

Menurut Prasasti dan Hidayat (2020), jenis musik dapat dibedakan berdasarkan fungsinya di masyarakat, seperti musik hiburan (populer), musik tradisi (etnik), dan musik religius. Musik populer bertujuan untuk menghibur dan cenderung mengikuti tren industri, sementara musik tradisi berakar pada nilai-nilai budaya daerah tertentu, dan musik religius digunakan untuk mendukung aktivitas keagamaan atau spiritual (Prasasti & Hidayat, 2020).

Putri dan Maryono (2019) mengklasifikasikan jenis musik menjadi dua kategori utama, yaitu musik tradisional dan musik modern. Musik tradisional mencakup musik daerah yang diwariskan secara turun-temurun dan berfungsi sebagai identitas budaya masyarakat. Sedangkan musik modern mencakup musik populer seperti pop, rock, jazz, EDM, dan berbagai sub-genre yang dipengaruhi perkembangan teknologi serta industri hiburan global (Putri & Maryono, 2019).

Sementara itu, Gunawan dan Mulyana (2018) memandang jenis musik dari perspektif budaya populer. Mereka membedakan musik ke dalam kategori musik populer, serius (klasik atau art music), dan musik rakyat. Musik populer memiliki jangkauan luas dengan distribusi massal melalui media, sedangkan musik serius cenderung bersifat eksklusif dan memiliki standar estetika tinggi. Musik rakyat (folk) lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat dan sering dimainkan secara kolektif (Gunawan & Mulyana, 2018).

Wardani (2021) juga menekankan bahwa perkembangan teknologi digital memunculkan jenis musik baru, seperti musik digital independen, yang didistribusikan melalui platform daring seperti YouTube dan Spotify. Jenis musik ini memungkinkan musisi independen memproduksi dan menyebarkan karyanya tanpa bergantung pada label besar, sehingga memperluas keragaman genre di ranah industri musik (Wardani, 2021).

Dari berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis musik dapat dibedakan berdasarkan asal-usul, fungsi, distribusi, dan perkembangan teknologinya. Dalam konteks penelitian ini, lagu Bayar Bayar Bayar karya band Sukatani dapat dikategorikan sebagai musik populer independen, yaitu jenis musik yang memanfaatkan platform digital sebagai media distribusi sekaligus sebagai sarana menyampaikan kritik sosial.

2.1.2.12 Peran Musik Sebagai Representasi Sosial

Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi sosial dan refleksi terhadap realitas masyarakat. Dalam konteks ini, musik menjadi media representatif yang mampu menyuarakan kritik, menyampaikan pesan moral, serta menggambarkan dinamika sosial, budaya, dan politik yang berkembang di masyarakat.

Menurut Nugroho (2019), musik adalah cerminan dari realitas sosial yang dialami oleh masyarakat. Lirik lagu sering kali memuat narasi tentang ketidakadilan, ketimpangan sosial, kritik terhadap pemerintah, hingga ekspresi perlawanan terhadap sistem yang menindas. Musik menjadi alat komunikasi sosial yang efektif karena menggunakan bahasa populer dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam penelitian Nugroho tentang musik indie, ditemukan bahwa lagu-lagu dengan tema kritik sosial memiliki kekuatan untuk membangun kesadaran kolektif dan solidaritas.

Hal senada diungkapkan oleh Haryanto (2017) yang menyatakan bahwa musik dapat dijadikan sarana artikulasi nilai-nilai sosial, politik, dan budaya yang sering kali tidak terwakili dalam wacana dominan. Musik yang lahir dari pengalaman hidup masyarakat bawah, seperti musik rakyat, punk, dan indie, merepresentasikan suara-suara marjinal yang jarang mendapat tempat dalam ruang publik. Lirik lagu dalam genre ini sering digunakan sebagai bentuk protes dan sindiran terhadap sistem sosial yang timpang.

Sementara itu, dalam kajiannya terhadap lirik lagu dengan pendekatan semiotika menyebut bahwa musik memiliki kemampuan simbolik untuk membangun narasi tentang identitas sosial. Mereka mencontohkan bagaimana lagu dapat menyimbolkan perjuangan, penderitaan, hingga resistensi masyarakat terhadap birokrasi dan korupsi. Musik menjadi ruang diskursif yang memungkinkan masyarakat menyampaikan keresahan mereka secara simbolis, tanpa harus menggunakan bahasa politik formal.

Dalam konteks penelitian ini, lagu Bayar Bayar Bayar karya band Sukatani dapat diposisikan sebagai bentuk representasi sosial yang menggambarkan keresahan masyarakat terhadap praktik korupsi dan birokrasi yang korup. Lirik-lirik seperti “mau bikin SIM, bayar polisi” tidak hanya merekam realitas sosial, tetapi juga membentuk opini dan kritik kolektif melalui medium yang populer dan mudah diakses, yakni musik.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Realitas sosial merupakan kenyataan atau peristiwa yang benar-benar terjadi dalam kehidupan masyarakat. Realitas ini terbentuk sebagai hasil ciptaan manusia yang kreatif, yang memanfaatkan ide dan gagasannya melalui proses konstruksi sosial terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Berger dan Luckmann menegaskan konsep ini dengan ungkapan "*reality is socially constructed*" yang berarti bahwa realitas dibentuk secara sosial. Teori konstruksi sosial seringkali dikaitkan dengan pengaruh interaksi sosial dalam membentuk pengalaman hidup individu. Dalam membahas teori

ini, tidak dapat dilepaskan dari landasan teoritis yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, dua akademisi yang memberikan kontribusi besar dalam kajian sosiologi pengetahuan. Peter L. Berger adalah seorang sosiolog dari New School for Social Research, sedangkan Thomas Luckmann merupakan sosiolog dari University of Frankfurt. Bersama-sama, mereka merumuskan teori konstruksi sosial sebagai kajian yang bersifat teoritis dan sistematis mengenai hubungan antara pengetahuan dan kehidupan sosial.

Peter L. Berger dan Thomas Luckman mengatakan tentang realitas sosial seperti yang dikutip oleh Sobur dalam bukunya berjudul *Semiotika Komunikasi* yaitu:

“Realitas sosial terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sementara realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali atas realitas objektif ke dalam individu melalui proses internalisasi.” (Sobur, 2019, h. 92-93)

Realitas sosial pada hakikatnya merupakan hasil konstruksi manusia, di mana setiap individu memaknainya secara berbeda-beda bergantung pada pengalaman, pendidikan, lingkungan sosial, dan interaksi yang dijalani. Menurut Berger dan Luckmann, terbentuknya realitas sosial melalui tiga tahapan utama (Sobur, 2018):

1. Tahap Eksternalisasi

Proses ketika manusia mengekspresikan pikiran, ide, dan dirinya ke dalam dunia, baik secara mental maupun fisik.

2. Tahap Objektivitas

Proses di mana hasil dari ekspresi tersebut baik dalam bentuk mental maupun fisik menjadi kenyataan yang dapat dilihat, diakui, dan diterima secara sosial.

3. Tahap Internalisasi

Proses penyerapan kembali oleh individu maupun orang lain terhadap pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang bermakna dan dianggap sebagai kenyataan sosial.

Berdasarkan tahapan tersebut, konstruksi realitas sosial dapat dipahami sebagai proses bertahap yang memungkinkan suatu fenomena sosial dimaknai kembali oleh individu. Dalam konteks wacana atau teks, tahapan ini menjelaskan bagaimana pesan yang disampaikan akan diinterpretasikan secara beragam oleh masyarakat sesuai latar belakang dan pengalaman masing-masing.

Dalam konteks penelitian ini, teori konstruksi realitas sosial menjadi relevan untuk memahami bagaimana lirik lagu “Bayar Bayar Bayar” karya Sukatani tidak hanya menggambarkan fenomena sosial seperti pungutan liar dan birokrasi korup, tetapi juga membentuk persepsi dan kesadaran kritis pendengarnya. Melalui penggunaan bahasa, lagu ini menjadi sarana representasi sekaligus konstruksi realitas sosial yang mengajak audiens untuk mempertanyakan ketidakadilan yang terjadi di masyarakat.

2.1.3.2 Teori Analisis Wacana Kritis

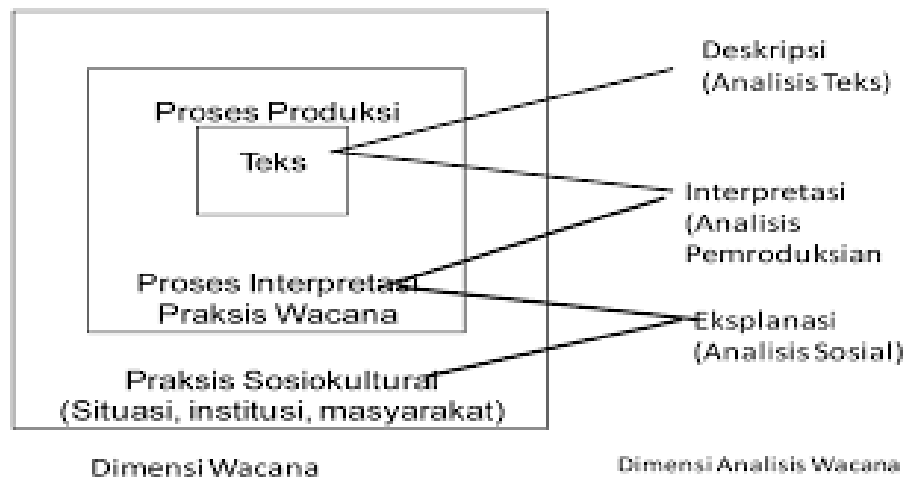
Teori Analisis Wacana Kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough merupakan pendekatan yang menempatkan bahasa sebagai praktik sosial yang sarat dengan relasi kekuasaan dan ideologi. Fairclough menyatakan bahwa “*language is a form of social practice*” (Fairclough, 1995, p. 18), yang menegaskan bahwa bahasa tidak pernah netral, melainkan selalu terikat pada struktur sosial dan kepentingan tertentu.

Lebih lanjut, Fairclough mengembangkan model tiga dimensi analisis wacana yang terdiri dari teks (*text*), praktik wacana (*discursive practice*), dan praktik sosial (*sociocultural practice*). Ia menyatakan bahwa “*any discursive event is simultaneously a text, a discursive practice, and a social practice*” (Fairclough, 1995, p. 97). Model ini memungkinkan analisis wacana dilakukan secara komprehensif dan tidak parsial.

Dimensi teks berfokus pada analisis linguistik seperti pilihan diksi, struktur kalimat, repetisi, serta gaya bahasa yang digunakan dalam teks. Dimensi praktik wacana mencakup proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks dalam masyarakat. Sementara itu, dimensi praktik sosial menempatkan wacana dalam konteks relasi kekuasaan, ideologi, dan kondisi sosial yang lebih luas.

Dalam konteks penelitian ini, ketiga dimensi tersebut digunakan untuk menganalisis lirik lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani sebagai bentuk kritik sosial terhadap institusi kepolisian. Analisis dilakukan tidak hanya pada level teks,

tetapi juga pada bagaimana wacana diproduksi, disebarakan melalui media digital, serta dimaknai dalam konteks sosial masyarakat Indonesia.



Gambar 2. 1 Dimensi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Sumber: Norman Fairclough (1995:98)

a. Dimensi Teks

Dimensi teks berfokus pada analisis linguistik terhadap struktur bahasa yang digunakan dalam suatu wacana. Analisis ini mencakup berbagai aspek seperti pilihan diksi, tata bahasa, struktur kalimat, metafora, repetisi, serta kohesi dan koherensi teks.

Dalam perspektif Fairclough, bahasa bukan sekadar alat penyampai pesan, melainkan instrumen ideologis. Oleh karena itu, setiap pilihan kata memiliki implikasi makna yang lebih luas. Fairclough (1995) menekankan bahwa analisis teks harus mampu mengungkap bagaimana representasi realitas dibangun melalui bahasa.

Dalam konteks penelitian ini, analisis teks terhadap lirik lagu “Bayar Bayar Bayar” menjadi penting untuk mengidentifikasi bagaimana, repetisi frasa seperti “bayar bayar bayar” berfungsi sebagai strategi normalisasi praktik sosial tertentu, penggunaan bahasa langsung (bahasa pasaran) menciptakan efek kedekatan dengan pengalaman masyarakat, struktur kalimat membangun relasi sebab-akibat yang terkesan deterministik antara kebutuhan dan praktik pembayaran kepada aparat. Dengan demikian, analisis teks tidak hanya mengungkap apa yang dikatakan, tetapi bagaimana realitas sosial direpresentasikan secara ideologis.

b. Dimensi Praktik Wacana (Discursive Practice)

Dimensi praktik wacana berfokus pada bagaimana teks diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam masyarakat. Fairclough melihat bahwa makna tidak hanya berada dalam teks, tetapi juga dalam proses sosial yang melingkupi teks tersebut. Ia menjelaskan bahwa produksi dan konsumsi wacana selalu melibatkan interpretasi aktif dari berbagai pihak. Dalam hal ini, konsep intertekstualitas dan interdiskursivitas menjadi penting, karena setiap teks selalu terhubung dengan teks lain dan dengan praktik sosial yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, dimensi praktik wacana mencakup. Produksi kondisi sosial yang melatarbelakangi penciptaan lagu, termasuk keresahan terhadap praktik pungutan liar. Distribusi penyebaran lagu melalui platform digital seperti YouTube dan media sosial. Konsumsi bagaimana audiens menafsirkan dan merespons lagu, termasuk penerimaan yang bersifat afirmatif. Analisis pada dimensi ini menunjukkan bahwa

kekuatan wacana tidak hanya terletak pada teks, tetapi juga pada bagaimana teks tersebut beredar dan dimaknai secara kolektif dalam ruang publik digital.

c. Dimensi Praktik Sosial (Sociocultural Practice)

Dimensi praktik sosial merupakan level analisis yang paling luas, yang mencakup konteks sosial, politik, dan budaya yang melatarbelakangi munculnya wacana. Fairclough menekankan bahwa wacana tidak dapat dipahami tanpa mempertimbangkan struktur sosial yang lebih besar. Dalam dimensi ini, analisis diarahkan pada 1. relasi kekuasaan antara masyarakat dan institusi (dalam penelitian ini kepolisian). 2. Ideologi yang mendasari praktik sosial tertentu 3. Kondisi historis dan sosial yang memungkinkan wacana tersebut muncul. Dalam konteks lagu “Bayar Bayar Bayar”, dimensi ini berkaitan dengan, pertama krisis kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian, kedua praktik pungutan liar sebagai fenomena structural, dan ketiga dinamika kebebasan berekspresi di era digital. Melalui dimensi ini, analisis tidak hanya berhenti pada teks atau distribusi, tetapi sampai pada pemahaman tentang bagaimana wacana tersebut menjadi bagian dari pertarungan ideologi dalam masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berangkat dari fenomena viralnya lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani yang berkembang pesat di ruang digital sebagai bentuk kritik sosial terhadap institusi kepolisian. Penelitian ini menempatkan lirik lagu sebagai teks budaya populer yang mengandung konstruksi wacana kritis. Lagu tersebut tidak hanya

merepresentasikan realitas sosial, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk persepsi publik mengenai praktik pungutan liar dan relasi masyarakat dengan aparat kepolisian.

Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana konstruksi wacana kritis terbentuk dalam lirik lagu, dengan menelaah mekanisme pembentukan makna, ideologi yang mendasarinya, serta dampak sosial yang dihasilkan dalam konteks komunikasi digital.

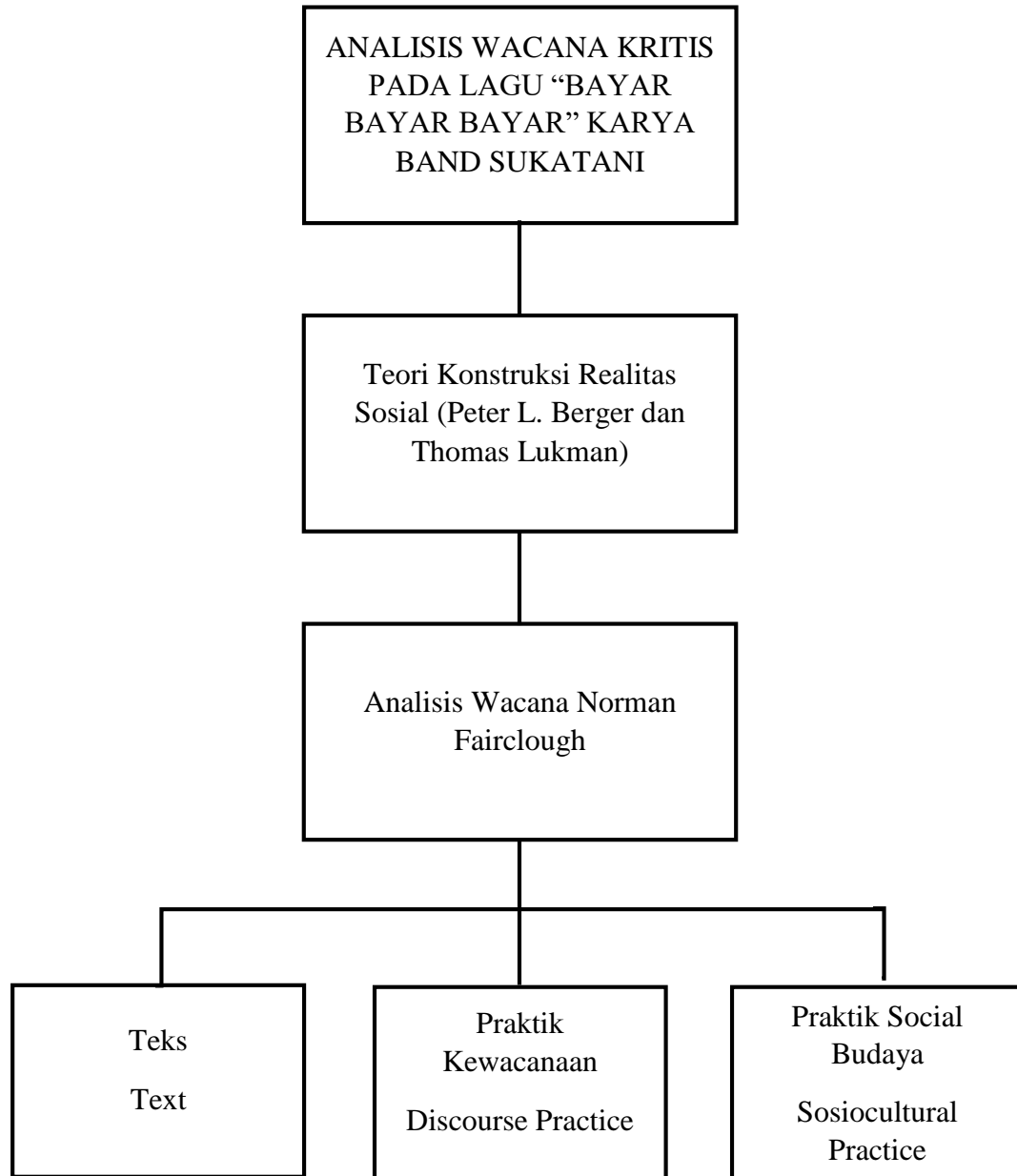
Kerangka pemikiran penelitian ini dibangun atas dua pilar teoretis utama yang saling terintegrasi, yaitu Teori Konstruksi Realitas Sosial dan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Teori konstruksi realitas sosial yang dikembangkan oleh Berger dan Luckmann menjadi landasan ontologis dalam penelitian ini. Mereka menyatakan bahwa “reality is socially constructed” (Berger & Luckmann, 1966, p. 13), yang berarti bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang bersifat objektif dan tetap, melainkan hasil konstruksi manusia melalui interaksi sosial.

Dalam konteks penelitian ini, realitas mengenai praktik pungutan liar oleh aparat kepolisian tidak hanya hadir sebagai fakta sosial, tetapi juga sebagai realitas yang dikonstruksi melalui bahasa dalam lirik lagu. Lagu “Bayar Bayar Bayar” menjadi medium yang merepresentasikan sekaligus membentuk realitas tersebut di ruang publik. Proses ini berlangsung melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi sebagaimana dijelaskan oleh Berger dan Luckmann.

Selain itu, analisis wacana digunakan untuk memahami bagaimana bahasa dalam lirik lagu berfungsi sebagai praktik sosial yang tidak netral. Sobur (2009) menyatakan bahwa wacana merupakan unit bahasa yang lengkap dan membawa makna ideologis

dalam konteks sosial tertentu. Oleh karena itu, lirik lagu dipahami sebagai wacana yang mengandung representasi sosial dan ideologi yang membentuk cara pandang masyarakat.

Sebagai pendekatan utama, penelitian ini menggunakan model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Fairclough menyatakan bahwa “language is a form of social practice” (Fairclough, 1995, p. 18), sehingga bahasa selalu berkaitan dengan relasi kekuasaan dan ideologi. Model ini mencakup tiga dimensi utama, yaitu teks, praktik wacana, dan praktik sosial.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran