

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MUSIK VIDEO

LATHI

by Vian Loveta

Submission date: 06-Nov-2020 08:35AM (UTC+0700)

Submission ID: 1437524216

File name: VIAN_LOVETA_-_15033000009.pdf (2.38M)

Word count: 12890

Character count: 75958

14 BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kreatifitas industri musik ¹⁴ dalam menyampaikan pesan melalui musik video semakin berkembang. Pesan adalah inti dari komunikasi. Sementara, komunikasi sendiri memiliki arti sebagai penyampaian pesan dalam bentuk lambang maupun simbol yang memiliki makna sebagai ⁴⁶ pikiran dan perasaan berupa ide atau informasi, yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan cara tatap muka langsung atau melalui media, bertujuan untuk mengubah perilaku dan sikap orang lain (Affandi, 2016:34) Dengan berkembangnya jaman, komunikasi yang dahulu terbatas dengan wilayah, sekarang cakupannya menjadi lebih luas dan mendunia melalui beragam media massa. Dari berbagai sumber ⁷³ media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan internet. Internet memiliki dampak cukup besar terhadap berkembangnya komunikasi massa saat ini, hingga memunculkan banyak platform media, salah satunya ialah Youtube. Platform yang memiliki slogan “broadcast yourself” ini telah menembus jumlah penonton bulanan, sebanyak 2 miliar pada tahun 2019, berdasarkan penuturan CEO Youtube, Susan Wojcicki. ⁵ (<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/09/16120017/penonton-bulanan-youtube-tembus-angka-2-miliar>)

Melalui platform Youtube, banyak orang mulai bertukar informasi dalam berbagai macam kemasan yang berbeda. Mulai dari berita, video blog, hingga

13 musik. Pada Survei *We Are Social* menyebutkan penduduk Indonesia yang aktif bermain media sosial (medsos) mencapai 150 juta orang. Dari beragam jenis medsos, Youtube yang paling banyak dimainkan, terutama untuk memutar musik.

Dengan kebanyakan pengguna media sosial berusia 18-34 tahun.

36 (<https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>)

Komunikasi bukan hanya terbatas pada teks verbal saja, namun juga dapat hadir dalam berbagai media baik tertulis, visual maupun suara dengan musik merupakan aspek dari ketiganya. Musik adalah bentuk dasar komunikasi manusia (Shepherd, Horn, dkk 2003:60). Dapat diambil intisari bahwa, pesan tidak terbatas hanya berupa kata lisan maupun tulisan, melainkan bisa berupa kemasan musik yang membawa pesan-pesan dalam setiap alunan nadanya. Dalam hal ini *platform* Youtube memiliki jangkauan yang sangat luas untuk menjadi media penyampai pesan dalam komunikasi massa dengan kemasan musik. Guna mempertegas suatu pesan di dalam musik, muncullah video musik atau video klip yang menggabungkan unsur musik, teks dan visual dalam satu kombinasi yang utuh, agar penyampaian pesan menjadi lebih efektif dan jelas.

Dari sekian banyak *content creator* atau pembuat konten yang ada dalam *platform* Youtube, terdapat satu grup yang bernama Weird Genius. Weird Genius berasal dari Indonesia beranggotakan 3 orang, yaitu 9 Reza Oktovian, Eka Gustiwana dan Gerald Liu, yang terbentuk sejak tahun 2016. Weird Genius memiliki aliran music EDM (*electronic dance music*) dan *synth-pop*. Mereka telah mengeluarkan beberapa lagu yang terkenal seperti Lunatic (2017), Sweet Scar (bersama Prince Husein, 2018) dan yang paling baru adalah Lathi (bersama Sara Fajira, 2020).

Musik video Lathi yang dipublikasikan oleh Weird Genius melalui platform Youtube, telah dilihat lebih dari 50.000.000 penonton di seluruh dunia. Dan mendapatkan banyak reaksi video baik dari dalam maupun luar negeri. Beberapa pencapaian fantastis Weird Genius dengan lagu mereka "Lathi" di tahun 2020 diantaranya adalah: #1 di Spotify Indonesia Top 50, #2 di Spotify Viral Top 50 Global, #1 di Spotify Viral Top 50 Indonesia, #1 di iTunes Indonesia Top 200, #1 di Deezer Indonesia Top 300, #1 di JOOX Indonesia Top 100, #1 di Resso Top 30 Global, #1 di Resso Indonesia Top 20, #1 di TikTok Global 20, di #1 Shazam Chart Indonesia dan menduduki puncak tangga lagu di beberapa radio ternama di kota-kota besar di Indonesia. (https://id.wikipedia.org/wiki/Weird_Genius)

Dibalik kesuksesan lagu Lathi, tentu tidak terlepas dari pesan dan visual yang juga disertakan di dalam musik videonya. Lagu ini menggabungkan dua bahasa yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Jawa, serta mengkombinasikan elemen musik Jawa di dalamnya. Berdasarkan penuturan Weird Genius dalam deskripsi Youtube nya, pesan dalam musik video tersebut adalah tentang hubungan cinta yang penuh ego dan kebohongan yang menyakitkan. Meski menekankan sisi gelap hubungan, musik yang ceria dan lirik yang jujur membawa makna tersirat dari keberanian dan pendirian yang kuat dari sebuah 'hubungan beracun'. Hal ini digambarkan dalam potongan lirik Jawa "Kowe ra iso mlayu saka kesalahan. Ajining diri ana ing lathi", yang berarti "Anda tidak bisa lari dari kesalahan. Harga diri seseorang ada pada lidah (kata-katanya)", diambil dari Pepatah Jawa lama "Ajining soko lathi, ajining rogo soko busono." (<https://www.youtube.com/watch?v=8uy7G2JXVSA>)

Visual yang ditampilkan musik video Lathi dalam *platform* Youtube, diawali oleh seorang wanita yang berdiri dengan baju putih, kemudian seorang laki-laki masuk dan memeluk dari belakang serta membisikkan kata cinta setelah itu pergi. Tiba-tiba wanita tersebut seperti dirantai dan berdarah-darah, setelah itu berubah wujud menjadi sosok hitam dan mendapatkan energi yang digambarkan dengan petir sambil diiringi suara sinden yang melantunkan kata-kata Jawa, dilanjutkan dengan tampilan-tampilan gerakan tari dan unsur-unsur budaya Jawa seperti wayang, tari Jaipong, debus dan atraksi kekebalan tubuh. Lalu kembali lagi kepada wanita tersebut, yang jatuh dengan dirantai dan berdarah-darah. Datang kembali sosok laki-laki yang sama, lalu wanita itu memberontak dan berubah menjadi sosok hitam lalu seperti mengambil energi dari wajah sang laki-laki hingga laki-laki tersebut terkapar.

Namun, terdapat persepsi berbeda dari penonton yang mengaitkan musik video tersebut dengan hal-hal mistis. Dikarenakan ²⁰ dalam klip lagu ini juga tergambar sebuah sosok seram mirip setan dan adanya darah. Dua gambaran sosok seram dan darah ini dianggap mencerminkan mistis dan ritual khusus sehingga netizen lantas mengaitkan lagu ini dengan lagu pemuja setan ²⁰ (<https://www.ngopibareng.id/timeline/6-fakta-mistis-lagu-lathi-yang-dianggap-mantra-pemanggil-setan-667568>) Tak hanya itu bahkan muncul persepsi dari cuitan *platform* media sosial Twitter oleh seorang tokoh agama Malaysia, bernama Wan Dazrin bahwa lagu Lathi oleh Weird Genius tersebut dianggap memanggil roh jahat. Cuitan ini ⁷² mendapat tanggapan langsung dari Reza Oktovian yang merupakan salah satu personil Weird Genius, bahwa jika irama musik serta pesan dari lagu tersebut

terbukti seperti yang dituduhkan oleh Wan Dazrin, maka Weird Genius akan menghapus lagu tersebut. Sebaliknya, jika tidak terbukti seperti yang dituduhkan, maka Wan Dazrin diminta membuat video permintaan maaf karena telah menyebarkan berita bohong tentang lagu mereka.⁴¹ (<https://www.kompas.com/hype/read/2020/06/05/184302966/lathi-challenge-dianggap-untuk-panggil-setan-ini-tanggapan-reza-arap>). Hingga pada 6 Juni 2020, melalui twitter pribadi Wan Dazrin, beliau meminta maaf atas kata-katanya tersebut.⁴⁵ (<https://www.kompas.tv/article/85521/wan-dazrin-minta-maaf-kaitkan-lathi-challenge-dengan-budaya-jawa-dan-panggil-setan>).

Sebuah hakekat video menurut Sutisno (1993:48)⁴⁰ adalah keutuhan unsur audio visual dalam menyajikan pesan. Keutuhan berarti ada unsur-unsur yang saling melengkapi, saling membantu dan saling menguatkan. Sementara itu, hakekat komunikasi ialah mempertemukan dua persepsi dari pihak komunikator dan pihak komunikan. Dari paparan ini dapat dikatakan bahwa hubungan antar visual dan audio (dalam hal ini musik video Lathi) bukan hanya merepresentasikan kata-kata dalam lagu saja, namun harus menguatkan pesan dalam lagu tersebut secara lengkap agar hakekat komunikasi yakni persepsi komunikator dan komunikan dapat tercapai.

Melihat fenomena ini, membuat peneliti tertarik melakukan penelitian terkait persepsi khalayak terhadap musik video Lathi oleh Weird Genius dalam *platform* media Youtube. Dimana komunikator (Weird Genius) ingin menyampaikan pesan melalui musik video Lathi, dalam media internet salah satunya *platform* Youtube untuk mengingatkan bahwa harga diri seseorang ada dalam tutur katanya, namun

komunikasikan (penonton atau khalayak) memiliki persepsi yang beragam, hingga mengaitkan pada hal-hal mistis. Menurut Robbins melalui Liliweri (2015:167) persepsi merupakan suatu proses di mana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan sensoris, lalu memberikan arti bagi kesan itu. Meski yang disaksikan adalah video musik dan visual yang sama yaitu video musik Lathi oleh Weird Genius. Namun, tafsiran kesan oleh tiap-tiap penonton beragam, dalam hal ini adalah khalayak. Konsep khalayak menyiratkan serangkaian pendengar atau penonton yang penuh perhatian, reseptif tetapi relatif pasif (McQuail, 2009:398). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka peneliti terdorong untuk meneliti tentang persepsi khalayak terhadap tayangan music video Lathi oleh Weird Genius dalam platform Youtube.

44

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini berdasarkan latar belakang tersebut adalah “Bagaimana persepsi khalayak terhadap tayangan musik video Lathi?”

66

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh penelitian persepsi khalayak terhadap musik video Lathi adalah mengkaji dan mengetahui persepsi khalayak terhadap tayangan musik video Lathi.

51

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1) Secara Teoritis Akademik

- a. Mampu memperkaya wawasan terhadap perkembangan persepsi khalayak terhadap musik video yang terdapat pada media sosial, khususnya Youtube.
- b. ⁸⁰Menjadi salah satu referensi dalam mengerjakan tugas-tugas lainnya dan memberi pemahaman pada mahasiswa ilmu komunikasi.

2) Secara Praktis

Memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang persepsi khalayak terhadap tayangan musik video Lathi. Dan dapat memberi referensi bagi peneliti selanjutnya, berkaitan dengan persepsi khalayak untuk suatu program.

KERANGKA DASAR TEORI

2.1 Konsep Media Massa

Massa diartikan secara sederhana adalah sekumpulan orang atau masyarakat. Terkait hal ini, konsep dari massa sendiri memiliki beberapa ciri-ciri teoritis yang dapat digunakan untuk mengenali lingkup kata massa. Menurut buku Teori Komunikasi Massa (Mcquail 2011:61) terdapat lima ciri teoritis konsep massa, pertama massa terdiri dari sekumpulan besar orang, kedua orang-orang ini memiliki keserupaan, ketiga umumnya mereka dipersepsikan negatif, keempat orang-orang tersebut tidak memiliki struktur maupun tatanan internal yang jelas, kelima merupakan gambaran dan cerminan dari masyarakat yang lebih luas. Maka, secara garis besar konsep dari media massa yaitu dirancang untuk menyampaikan serta memberitahukan informasi melalui berbagai saluran media kepada orang banyak maupun sekumpulan besar orang.

2.2 Komunikasi Massa

Media massa tidak lepas dari adanya komunikasi massa yang turut terbentuk didalamnya. Komunikasi massa memiliki beberapa pengertian yang diungkapkan oleh para ahli.

- a. ³⁸ Komunikasi massa menurut Bittner dalam Buku Komunikasi Massa (Romli 2016:1) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada

sejumlah besar orang. Dari pengertian sederhana ini, dapat dikatakan bahwa komunikasi massa dan media massa adalah satu kesatuan yang tak bisa dipisahkan. Kita tidak dapat mengatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan kepada orang banyak saja, sebab syarat mutlak komunikasi massa yaitu harus disalurkan melalui media.

- b. Komunikasi massa secara dasar menurut DeFleur dalam Buku *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects* (DeFleur 2010:31) yaitu proses linear yang mengalir satu arah dari sumber yang memulai pesan kepada banyak penerima yang anonim dari sumber pesan. Pengertian ini adalah dasar dari definisi komunikasi massa, dimana pesan tersebut mengalir satu arah dari sumber kepada penerima.

Dari kedua pengertian diatas, dapat diambil intisari bahwa komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan satu arah dari sumber melalui media massa kepada sejumlah besar penerima yang anonim. Serta harus ditekankan bahwa syarat komunikasi massa adalah harus melalui media massa. Walau pesan disampaikan kepada beribu-ribu orang, jika tidak melalui media massa maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.

2.3 Konsep Media Baru (New Media)

Tumbuhnya media baru diawali pada tahun 1960-an, yang membawa perubahan besar bagi komunikasi. Jika dahulu terbatas hanya pada komunikasi antar personal maupun komunikasi massa dengan area yang terbatas. Sekarang penyampaian informasi dan pesan jadi tidak terbatas waktu dan wilayah. Menurut

Liliweri (2015:284) konsep media baru menjelaskan bahwa media didukung oleh perangkat *digital* dapat mengakses konten dimana saja, dan kapan saja, sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima/pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru. Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail (2011:43) menjelaskan bahwa media baru memiliki ciri yang paling utama yaitu kesalingterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana – mana. Dapat dikatakan bahwa konsep media baru harus didukung oleh perangkat *digital*, yang aksesnya tidak dibatasi wilayah maupun waktu, adanya saling keterhubungan menjadi ciri utama media baru.

Media baru memengaruhi lahirnya media sosial. Media sosial terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Azhar Arsyad, 2011:3). Sedangkan menurut Durkheim dalam Fuchs (2014:38), “sosial” menunjuk kepada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari kedua pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan pengantar pesan atau informasi kepada penerima yaitu pengguna media sosial itu

sendiri, dan baik pengirim maupun penerima keduanya merupakan produk dari proses sosial

Hubungan antara komunikasi dan media baru dalam hal ini media sosial disampaikan oleh Darmastuti dalam buku *Isu-Isu Teoritis Media Sosial* (Turnomo, 2011:218) bahwa komunikasi dan media sosial akan membawa pengaruh pada (1) kepercayaan, nilai dan sikap, (2) pandangan dunia, (3) organisasi sosial (4) tabiat manusia (5) orientasi kegiatan (6) persepsi diri dan orang lain. Menurut Liliweri (2015:295) lima besar media sosial adalah Facebook, Twitter, Youtube, Blog, dan LinkedIn. Hal ini menjelaskan bahwa Youtube yang termasuk dalam lima besar media sosial membawa pengaruh pada kepercayaan nilai dan sikap khalayak dalam hal komunikasi.

2.4 Hubungan Musik Video dengan Komunikasi Massa

Di dalam penelitian ini akan menganalisis mengenai musik video berjudul Lathi yang berada di dalam media massa dengan platform Youtube. Musik video sendiri merupakan gabungan audio music dengan visual video yang menjadi satu kemasan utuh agar pesan yang disampaikan dapat terkirim dengan lebih jelas. Adapun uraian teoritis mengenai musik video adalah sebagai berikut:

a. Pengertian musik

Menurut Banoe (2003:288), musik berasal dari kata muse yaitu salah satu dewa dalam mitologi Yunani kuno bagi cabang seni dan ilmu; dewa seni dan ilmu pengetahuan. Selain itu, beliau juga mengemukakan pendapat bahwa musik merupakan cabang seni yang membahas dan menetapkan

berbagai suara ke dalam pola-pola yang dapat dimengerti dan dipahami oleh manusia. Sedangkan, ⁵ Suhastjarja dalam Soedarsono (1992: 13) menyatakan bahwa musik merupakan ungkapan rasa indah manusia dalam bentuk suatu konsep pemikiran yang bulat, dalam wujud nada-nada atau bunyi lainnya yang mengandung ritme dan harmoni, serta mempunyai suatu bentuk dalam ruang waktu yang dikenal oleh diri sendiri dan manusia lain dalam lingkungan.

Dari kedua pengertian dan definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa pengertian ⁵ musik adalah sebuah seni yang menetapkan berbagai suara ke dalam pola tertentu agar dapat dimengerti dan dipahami oleh manusia (dalam hal ini khalayak atau penonton), yang merupakan buah konsep dari pemikiran yang bulat, dan diwujudkan ke dalam bunyi, ritme dan harmoni.

b. Fungsi musik

Sejak dahulu, musik telah memegang beberapa peranan dalam beberapa fungsi berdasarkan bentuk musik itu sendiri, yang bukan hanya menghibur, namun juga memiliki fungsi lebih luas dari hal tersebut. ⁷ Menurut Alan P. Merriam (1964:209-219) berdasarkan bukunya yang berjudul "The Anthropology of Music", fungsi musik adalah sebagai berikut:

1. Fungsi pengungkapan emosional, yaitu sebagai media untuk mengungkapkan sarana isi hati maupun ekspresi tentang emosi yang dirasakan.

2. Fungsi penghayatan estetis, sebagai sebuah karya seni, unsur keindahan pada musik dapat dinilai ⁷ baik melalui melodi, lirik, maupun dinamikanya.
3. Fungsi hiburan, musik memiliki unsur-unsur hiburan yang dapat dirasakan melalui permainan melodi maupun ⁷ liriknya.
4. Fungsi komunikasi, dalam musik fungsi komunikasi misalnya musik yang berlaku di suatu daerah atau kebudayaan mengandung isyarat-isyarat tersendiri atau tertentu yang hanya diketahui oleh masyarakat pendukung kebudayaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari teks maupun melodi musik tersebut
5. Fungsi perlambangan, musik dapat melambangkan suatu hal. Hal ini dapat dilihat dari aspek-aspek musik tersebut, misalnya tempo sebuah musik. Jika tempo sebuah musik lambat, maka kebanyakan teks maupun pesannya menceritakan hal-hal yang menyedihkan. Sehingga musik itu melambangkan kesedihan.
6. Fungsi reaksi jasmani, musik dapat merangsang sel-sel saraf manusia sehingga menyebabkan tubuh kita bergerak mengikuti irama musik tersebut. Jika musiknya cepat maka gerakan yang kita lakukan akan cepat, demikian juga sebaliknya jika musik memiliki irama lambat, maka reaksi kita akan ²⁹ mengikuti irama musik tersebut.
7. Fungsi yang berkaitan dengan norma sosial, berfungsi sebagai media pengajaran akan norma-norma atau peraturan-peraturan melalui teks-teks nyanyian yang berisi aturan-aturan.

Dari beberapa uraian mengenai fungsi musik, terdapat fungsi komunikasi dimana hal ini yang akan menjadi garis bawah dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Selain uraian diatas, penulis juga menambahkan beberapa fungsi musik menurut Satiadarma (2004:21-25) sebagai berikut:

1. Meningkatkan kognitif yang merupakan fungsi penting dalam aktivitas kerja otak sebagai nalar. Musik membantu individu mengembangkan proses mental yang lebih tinggi untuk meningkatkan kesadaran.
2. Merangsang proses asosiatif, pada dasarnya proses asosiatif adalah proses berpikir untuk mengaitkan satu hal dengan hal lainnya. Singkatnya, dapat menjadi perangsang yang menggugah individu untuk mengingat kembali pengalaman emosionalnya.
3. Merangsang perkembangan bahasa, dalam masyarakat banyak orang mengenal istilah asing karena mereka mengenal lagu yang mereka dengarkan dan nyanyikan. Sebab lirik musik menggugah individu untuk memahami ragam ungkapan dalam artian seni sastra.

Dari dua uraian mengenai fungsi musik, dapat disimpulkan bahwa musik memiliki fungsi sebagai komunikasi yang dapat mengembangkan proses mental untuk kesadaran, serta merangsang individu untuk mengingat kembali pengalaman emosionalnya dan membantu mengembangkan bahasa karena lirik musik yang menggugah individu memahami ragam ungkapan dalam berbagai bahasa.

c. Pengertian video

Video bertindak sebagai visual dari sebuah musik video, menurut Kustandi dan Sutjipto (2013:64) mengungkapkan bahwa video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap. Di sisi lain, Sadiman (2009:74) mengungkapkan video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional. Sehingga dapat diambil intisari bahwa video adalah media audio visual yang menyajikan informasi melalui tampilan gambar dan suara, mampu menyampaikan pesan baik fakta maupun fiktif bersifat informative, edukatif dan dapat mempengaruhi sikap individu yang menyaksikannya.

d. Kelebihan video

Ada beberapa kelebihan video yang diungkapkan oleh Rusman (2012:220) yaitu:

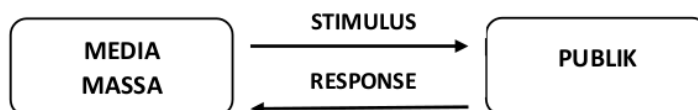
1. Video dapat memberikan pesan yang dapat diterima merata oleh penontonnya.
2. Video sangat bagus untuk menerangkan suatu proses.
3. Mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, lebih realistis dan dapat diulang atau dihentikan sesuai kebutuhan.
4. Memberikan kesan yang mendalam, yang dapat mempengaruhi sikap.

Dari uraian tentang musik dan video yang telah dipaparkan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa musik video merupakan gabungan audio visual yang merupakan buah konsep pemikiran yang diwujudkan dalam nada-nada, dan direpresentasikan terhadap gambar-gambar bergerak. Yang dapat mengembangkan proses mental, serta memberi rangsangan emosional kepada individu dan dapat mengembangkan kemampuan bahasa. Musik video juga mampu memberikan kesan yang mendalam serta mempengaruhi sikap penontonnya.

Hubungan antara musik video dengan komunikasi massa ialah, musik menyampaikan pesan melalui irama dan lirik, sedangkan video merupakan penggabungan dari audio dan visual yang dapat mempertegas lirik musik tersebut. Musik video yang akan diteliti kali ini berjudul Lathi, yang disampaikan melalui media sosial Youtube untuk massa yang jumlahnya besar dan cakupan wilayah yang cukup luas.

2.5 Teori S-O-R

Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus Organism Response*, menurut Morissan (2015:15) teori ini memiliki banyak julukan seperti “teori jarum hipodermik atau teori peluru”, teori ini menunjukkan bahwa media massa memiliki kuasa yang perkasa untuk mempengaruhi penerima pesan. Proses komunikasi dalam teori ini sederhana yakni melibatkan komponen media massa dan khalayak atau penerima pesan.



Gambar 2.1 Teori S-R, sumber (Morissan 2015:15)

Dalam hubungannya dengan komunikasi, maka teori ini menyatakan adanya efek yang ditimbulkan kepada khalayak, sebagai response dari stimulus dalam hal ini dapat mengubah sikap khalayak.

⁶⁴ Dalam buku Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, Prof. Dr. Mar'at ³⁴ mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap ada 3 variabel penting (Effendy, 2007:255) yakni:

1. Perhatian
2. Pengertian mencakup pengetahuan dan pemahaman
3. Penerimaan

Teori S-O-R akan terbukti berhasil merubah sikap, ⁸ jika komunikan telah mengolah stimuli dan menerimannya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Framanik, 2012 : 58). Faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi teori S-O-R sebagai berikut:

a. Komunikator

Hal ini berkaitan dengan siapa yang memberi stimuli atau rangsangan, komunikator dituntut untuk memiliki kredibilitas yang tinggi, kemampuan berkomunikasi yang memadai, dan juga daya tarik yang dapat menarik perhatian komunikan.

b. Media

Agar pesan maupun gagasan dapat mudah diterima oleh komunikan maka seorang komunikator harus mampu menggunakan media yang sesuai dengan

karakteristik komunikasi, hal ini bertujuan untuk memudahkan proses pemahaman.

c. Karakteristik komunikasi (organisme)

Faktor ini sangat menentukan apakah gagasan yang disampaikan akan diterima atau tidak, sehingga pendalaman terhadap komunikasi akan memungkinkan tingkat keberhasilan stimuli yang diberikan sangat besar.

d. Status sosial, berkaitan dengan tingkat ekonomi komunikasi

e. Tingkat pendidikan

f. Karakteristik budaya

g. Suku/ras

Dari paparan di atas dapat dikatakan bahwa teori S-O-R ini menyatakan bahwa media massa selaku sumber memiliki kekuasaan yang besar dalam menyatakan pesan (*stimulus*) terhadap khalayak (*organism*), hingga akhirnya menimbulkan efek (*response*) yang dapat mengubah sikap khalayak itu sendiri.

Terkait penelitian ini, maka teori S-O-R dalam hal ini adalah:

- a. Stimulus atau rangsangan adalah melalui musik video Lathi dalam media YouTube.
- b. Organismenya adalah para penonton musik video Lathi.
- c. Respons reaksi dari khalayak setelah menerima rangsangan atau stimulus yang diberikan

2.6 Persepsi dalam Komunikasi

Dalam berkomunikasi sehari-hari kita biasanya akan memunculkan persepsi atas hal-hal yang kita lihat di dalam dunia nyata. Menurut Liliweri (2015:153) ²⁸ persepsi merupakan proses individu, memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan apa yang dibayangkan tentang dunia di sekelilingnya. Persepsi merupakan inti dari komunikasi.

Menurut Sobur (2003), dalam bukunya Psikologi umum ⁷⁰ proses persepsi memiliki 3 tahap yaitu: seleksi, interpretasi dan reaksi.

- ¹³ a. Seleksi adalah proses penyaringan dari indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan.
- ³⁵ c. Reaksi, tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan reaksi.

Sementara ¹¹ Liliweri dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Serba Ada Serba Makna (2011:155) juga menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi manusia dalam kaitannya dengan komunikasi:

- ³ I. Fisiologis, kemampuan sensoris
 - a. Visual dan audio
 - b. Fisik
 - c. Umur

2. Kebudayaan

- a. Kepercayaan
- b. Nilai-Nilai
- c. Pemahaman
- d. Asumsi *taken-for-granted*

3. *Standpoint Theory*

- a. Komunitas sosial
- b. Ras, etnisitas, gender, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur, dan orientasi seksual
- c. Posisi kekuasaan dalam hierarki sosial

4. Peranan sosial

- a. Peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita
- b. Harapan terhadap kepenuhan peran
- c. Pilihan karier

5. Kemampuan kognitif

6. Kompleksitas kognitif

7. Persepsi yang berpusat pada orang

Berdasarkan beberapa paparan tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi memiliki kaitan erat dengan komunikasi, dan proses nya dipengaruhi oleh banyak hal seperti masa lalu dan tingkat kecerdasan. Proses tersebut nantinya akan mempengaruhi reaksi seseorang terhadap rangsangan yang diterima maupun dilihatnya.

2.7 Khalayak

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ⁶⁵melibatkan khalayak yang biasanya menggunakan teknologi media seperti radio, televisi, maupun internet. Littlejohn ²⁷dalam Pawito (2007:16) mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses dimana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak luas dan proses dimana pesan-pesan dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh khalayak. Menurut Sugeng (2015:164) ³Khalayak yang memanfaatkan jaringan internet untuk mendapat informasi, Pendidikan, dan hiburan disebut pengguna (user). Dalam konteks ini yang disebut khalayak adalah sekumpulan penerima pesan (receiver) dari media massa yang secara khusus dapat disebut pembaca, pendengar, penonton, dan pengguna yang memiliki sifat anonimitas. Dari dua pengertian tersebut, khalayak merupakan bagian dari komunikasi massa yang mendapatkan pesan dari media massa, salah satunya adalah internet. Khalayak dalam internet disebut dengan pengguna yang memiliki sifat anonimitas.

Menurut Hiebert dalam Sugeng (2015:164-165) ³khalayak dalam komunikasi mempunyai karakteristik:

1. Khalayak (audience) cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagai pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantaranya mereka. Individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.

2. Khalayak (audience) cenderung besar. Artinya tersebar keberbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meski demikian, ukuran luas ini sifatnya dapat mutlak. Sebab, ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan, dan ada juga mencapai tujuan.

3. Khalayak (audience) cenderung heterogen mereka berasal dari berbagai lapisan kategori sosial yang berbeda (jenis kelamin, usia, agama , ras, etnis , tingkat pendidikan, pengalaman , afiliasi politik, dsb.)

4. Khalayak (audience) cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu dengan yang lainnya.

5. Khalayak (audience) secara fisik dipisahkan dari komunikator.

² BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif – kuasi eksperimen ⁷⁷ dan membatasi permasalahan yang ada pada rumusan masalah. ¹ Penelitian kuantitatif yaitu jenis yang menggunakan penelitian berdasarkan prosedur statistik atau dengan cara lain dari kuantifikasi untuk mengukur variabel penelitiannya (Suprpto 2001:80). Alat ukur yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu melalui kuisisioner sebagai sumber data utama, dan data yang diperoleh berupa jawaban dari responden yang sudah ditentukan serta memenuhi syarat sebagai sasaran penelitian, kemudian data dari seluruh responden akan diolah ⁶⁹ oleh peneliti. Kuasi eksperimen merupakan penelitian yang menggunakan seluruh subjek untuk diberi perlakuan (treatment) (Siyoto dan Sodik, 2015:107). Bentuk pelaksanaannya yaitu mencantumkan video musik Lathi pada google forms, maupun menunjukkan video musik tersebut secara langsung ketika penelitian di lapangan. Setelah itu, responden dapat mengisi kuisisioner yang diberikan.

¹ 3.2 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:2) bahwa variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi berkaitan hal tersebut, kemudian peneliti akan menarik kesimpulannya.

3.2.1 Identifikasi Variable Penelitian¹¹

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan satu variabel yaitu persepsi khalayak yang berdasarkan pada tiga tahap pembentukan persepsi.

3.2.2 Definisi Konseptual Variabel¹

Menurut Azwar (2007 : 72) dikatakan bahwa konseptual merupakan suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih dapat dipahami maknanya. Definisi Konseptual variabel dalam penelitian ini adalah persepsi khalayak. Dapat diambil indikator sebagai berikut:

1. Persepsi pada tahap seleksi, yaitu penyaringan pesan khalayak terhadap musik video Lathi, serta rangsangan yang menimbulkan perhatian khalayak.
2. Persepsi pada tahap interpretasi, yaitu proses dimana khalayak memahami dan menerima pesan yang ingin disampaikan pada musik video tersebut sehingga memiliki makna.
3. Persepsi pada tahap reaksi, yaitu respon yang diterima oleh khalayak setelah melihat, memahami dan mengerti rangsangan pesan serta visual dari musik video Lathi.

3.2.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel⁵³ diperlukan untuk menjelaskan variabel penelitian menjadi sebuah konsep, indikator, dan ukuran yang ditentukan untuk mendapatkan nilai dari variabel yang ditentukan.

Variabel	Indikator	Skala
Persepsi khalayak	<ul style="list-style-type: none"> • Seleksi Pesan yang dapat disaring setelah melihat musik video Lathi	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretasi Dapat memahami dan mengerti maksud dari musik video Lathi	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none"> • Reaksi Respon khalayak setelah memahami musik video Lathi	Ordinal

33

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala likert yang nantinya akan menghasilkan data ordinal. Menurut Sugiyono (2010 : 134), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Peneliti akan menyediakan pilihan jawaban dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Untuk itu peneliti menetapkan parameter terhadap jawaban responden sebagai berikut ini :

Jawaban	Nilai Jawaban
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3

19

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2 Parameter jawaban responden

25

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah dari subjek penelitian dimana terdapat semua elemen wilayah penelitian (Sugiyono, 2011:80). Sedangkan menurut Harinaldi (2005:2) populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.

Berdasarkan dua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan seluruh individu yang akan dikaji untuk menjadi subjek di dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna Youtube yang pernah menonton musik video Lathi, yang berada dalam kawasan kelurahan Jodipan Malang, dalam rentang usia 18-34 tahun. Dilansir dalam keljodipan.malangkota.go.id, jumlah penduduk dengan rentang usia 15-65 tahun adalah 9.176 jiwa.

3.3.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2002 : 111) menjelaskan bahwa pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang dapat benar – benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa sampel merupakan sebagian atau representatif dari populasi yang diteliti. Maka teknik

pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik Probability Sampling.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan sampel merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data – data yang diperlukan agar dapat dianalisis dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2017:82) menjelaskan bahwa *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah sampling acak sederhana, yang menganggap semua unit populasi sama, tanpa memandang strata (Mufarrikh, 2020:35) Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Persentase tingkat kesalahan yang ditoleransi yaitu 10%

Sehingga perhitungan dari sampel ini sebagai berikut:

$$n = \frac{9.176}{1 + 9.176(0,1)^2}$$

$$n = \frac{9.176}{1 + 92,76}$$

$n = 98,92 = 99$ (dibulatkan menjadi 99)

¹
n= 99 (dibulatkan menjadi 99 responden)

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ditemukan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98,92 responden dan dibulatkan menjadi 99 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh oleh peneliti dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini. Untuk memperoleh data primer, peneliti akan mengumpulkan melalui kuisisioner berupa ²⁴ angket. Angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan jawaban atau respons dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis: 2008: 66).

¹ 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk mendapatkan data – data pendukung, dapat berupa teori maupun informasi terdahulu yang relevan dengan penelitian. Data sekunder ini dapat diperoleh dari

buku, jurnal, maupun beberapa data yang diambil dari internet. Selain itu data sekunder dari penelitian ini juga diambil dari wawancara beberapa informan yang menjadi responden, agar memperkuat hasil data primer. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Ada beberapa teknik dalam wawancara terstruktur yaitu wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

3.5 Analisis Penelitian

Setelah peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka langkah berikutnya adalah melakukan analisa data, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan hasil dari penelitian ini. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (Kriyantono, 2010: 167). Sehingga analisis data adalah menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul ke dalam tulisan yang lebih sederhana agar mudah dimengerti dan dipahami. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis tabel tunggal, yang merupakan suatu analisa data yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam beberapa kategori berdasarkan frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari 2 kolom, yaitu sejumlah frekuensi dan kolom persentase untuk setiap kategori (Singarimbun, 2008:273). Tabel tunggal ini akan diperkuat dengan penyajian mean dan grafik data. Mean digunakan untuk mencari rata-rata skor total jawaban dari responden, guna mengetahui rata-rata jawaban untuk item pernyataan tersebut. Rumus mean adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n} \text{ atau } \bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

x = skor jawaban

n = jumlah data/sampel

12

3.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan kelurahan Jodipan, dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang memiliki persyaratan sesuai dengan yang tertera pada sample penelitian. Kuisioner ini akan di sebar secara langsung maupun menggunakan google forms, peneliti akan mengirimkan link tersebut kepada responden yang bersangkutan. Adapun pertimbangan pemilihan lokasi penelitian di kawasan Jodipan yaitu kondisi masyarakat yang memiliki variasi pendidikan, sosial dan ekonomi serta dominasi usia yang masuk dalam kategori penelitian.

3.7 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

KEGIATAN	April 2019	Juni 2020	Juli 2020	Agustus 2020
1 Pengajuan Topik				
Penyusunan Proposal				
Ujian Proposal				
Penelitian				
Analisis Data				

Penyusunan Hasil Penelitian			■	
Ujian Skripsi				■

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Musik video **adalah** bentuk kreatifitas penyampaian pesan dengan kemasan menarik kepada khalayak. Musik video dapat diakses melalui media sosial dengan *platform* YouTube. Diketahui sebanyak 66% pengguna media sosial berusia 18-34 tahun, dan lagu menjadi entri paling banyak dicari dalam YouTube (katadata.co.id).



Gambar 4.1 Grafik media sosial paling aktif 2019

(sumber:<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>)

Dari gambar survei yang dicantumkan terlihat bahwa YouTube menduduki peringkat teratas sebagai media sosial yang aktif diakses oleh pengguna dengan rata-rata rentang usia 18-34 tahun. Survei tersebut juga menjelaskan bahwa lagu

sebagai kategori teratas pada pencarian di dalam media sosial YouTube. Diketahui bahwa YouTube bukan hanya menyajikan audio, namun juga visual di dalamnya. Ketika pengguna mencari lagu, maka muncul pula musik video yang ikut serta sebagai visual dalam lagu tersebut. Musik video sendiri merupakan gabungan audio dan visual yang disajikan guna mempertegas pesan dalam lirik lagu, maupun mempertegas topik yang diangkat oleh sebuah lagu. Musik video memiliki durasi waktu sekitar 3-5 menit. Dalam waktu yang pendek tersebut sebuah video harus memiliki daya tarik yang mampu membuat penonton menyaksikannya dari awal hingga akhir serta mampu menangkap hal yang ini disampaikan pada video tersebut.. Hal ini selaras dengan kemunculan musik video Lathi yang menjadi perbincangan khalayak, bukan hanya tentang musiknya namun juga visual yang disajikan di dalamnya.



Gambar 4.2 *Thumbnail* musik video Lathi

Musik video Lathi sendiri telah dilihat lebih dari 70 juta views sejak awal rilis pada bulan Februari 2020. Musik video Lathi digarap oleh tiga orang kreator

bernama Reza Oktovian, Eka Gustiwana dan Gerald Liu. Lirik dan visual dari video ini mengangkat topik tentang hubungan beracun yang seringkali dihadapi oleh pasangan muda ketika menjalin sebuah hubungan. Tak hanya terbatas di Indonesia, musik video ini pun juga telah mendunia dengan mendapat perhatian dari orang-orang luar yang mengunggah video reaksi mereka ketika pertama kali menonton video musik Lathi di YouTube. Selain itu musik video Lathi juga terpampang pada *billboard Times Square* di New York.

Isi dari musik video Lathi menggabungkan bahasa Inggris dan bahasa Jawa dengan elemen visual budaya Jawa yang dipadukan oleh musik modern yaitu EDM (*electronic dance music*). Diawali dengan seorang wanita berbaju putih yang merupakan penyanyi dalam musik tersebut, berdiri dengan latar belakang putih dan daun berguguran pada lantainya. Dengan diiringi audio dari musik tersebut, wanita ini menyanyi dalam bahasa Inggris dengan raut wajah sedih dan lesu. Diselingi cuplikan ketiga penari yang memakai baju putih dengan rias wajah dari adaptasi angsa hitam. Dilanjutkan dengan lelaki berpakaian hitam mendatangi wanita tersebut, lalu memeluk dan membisikkan kata *'I love you'*. Setelahnya, pria itu menghilang dan wanita itu dijerat oleh rantai dengan berdarah-darah dan seperti ada kekuatan yang ditandai dengan asap hitam yang menyelimuti serta membuat wanita tersebut berubah menjadi sosok hitam dengan tulisan abstrak di wajah. Lalu wanita itu bernyanyi dengan bahasa Jawa yang memiliki lirik ⁴² *'kowe ra iso mlayu, saka kesalahan, ajining diri ana ing Lathi'* dengan arti *'kamu tak bisa lari dari kesalahan, harga diri ada dalam perkataan'*.



Gambar 4.3 Salah satu visual dalam musik video Lathi

Dilanjutkan dengan cuplikan budaya-budaya Jawa seperti dalang yang sedang memainkan wayang, tari Jaipong, kuda lumping, debus dan dua orang yang menyemburkan api. Cuplikan-cuplikan ini dibarengi dengan iringan *drop beat* khas musik elektronik. Dan kembali dilanjutkan ke dalam bait lagu awal. Visual ketika musik kembali ke bait awal adalah wanita tersebut terjatuh dan berubah memakai pakaian putih kembali yang berlumuran darah, namun kali ini dapat melepaskan diri dari jeratan rantai. Disaat yang bersamaan pria di awal datang kembali, dan kali ini wanita tersebut berbalik dan berusaha menaklukkan pria tersebut dengan cara melawan hingga pria tersebut berlutut. Kembali lagi cuplikan-cuplikan penari dan elemen budaya Jawa ditampilkan kembali dengan nuansa gelap dan hujan. Hingga akhirnya pria yang berlutut itu pun tergeletak diantara daun yang berguguran. Dan sang wanita berdiri disebelahnya, dan itu adalah akhir dari musik video Lathi.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden yang diteliti dalam topik penelitian kali ini adalah khalayak yang berada dalam kota Malang tepatnya di wilayah Jodipan. Jodipan termasuk dalam salah satu kelurahan di kecamatan Blimbing. Kawasan ini memiliki akses yang dekat dengan pusat pemerintahan kota. Wilayah Jodipan sendiri memiliki jumlah penduduk total 13.165 jiwa, dengan rentang usia 0-15 tahun sebanyak 3.168 jiwa, 15-65 tahun sebanyak 9.176 jiwa dan usia 65 tahun ke atas sebanyak 820 jiwa. Hal ini menggambarkan bahwa dominasi penduduk ada pada usia 15-65 tahun (keljodipan.malangkota.go.id). Karena penelitian ini difokuskan pada khalayak berusia 18-34 tahun yang merupakan rata-rata usia aktif dalam melakukan media sosial, hal ini lah yang membuat peneliti mengambil responden dari kawasan wilayah Jodipan.

Pada penelitian lapangan, responden rata-rata pernah melihat dan mendengar musik video Lathi setidaknya satu kali. Meski demikian, metode kuasi eksperimen tetap diterapkan oleh peneliti guna mengingatkan kembali gambaran musik video Lathi dengan memutar musik video tersebut, agar diperoleh hasil penelitian yang sesuai.

4.3 Penyajian Data

Melalui hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan kepada 99 responden, maka diperoleh data gambaran karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin responden. Secara rinci digambarkan sebagai berikut:

a. Usia Responden

Data karakteristik usia responden tercantum dalam ¹⁹ tabel 4.1

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18-22 tahun	55	55,56%
23-28 tahun	33	33,33%
29-34 tahun	⁶⁸ 11	11,11%
Total	99	100%

² Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden berusia 18-23 tahun sebanyak 55 responden atau 55,56%, sedangkan responden berusia 23-28 ⁶ tahun sebanyak 33 responden atau 33,33%, dan responden berusia 29-34 tahun sebanyak 11 responden atau 11,11%.

¹ b. Jenis Kelamin Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	36	36,36%
Perempuan	63	63,63%
Total	99	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 36 responden atau 36,36%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63 responden atau 63,63%.

c. Hasil Kuisisioner

Penyajian data hasil kuisisioner atau angket yang telah disebar kepada 99 responden, dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil kuisisioner

No	Pertanyaan	Frekuensi					Total Responden
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik, hingga saya tertarik melihatnya	35	55	8	1	0	99
2	Musik video Lathi memiliki musik yang menarik, hingga saya tertarik mendengarnya	41	55	3	0	0	99
3	Gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan	20	42	32	3	2	99
4	Saya antusias dalam melihat musik video Lathi	18	64	15	2	0	99
5	Saya mengetahui maksud dalam	21	57	16	4	1	99

	musik video Lathi						
6	Saya memahami maksud dalam musik video Lathi	23	53	18	5	0	99
7	Penggunaan bahasa Inggris dalam musik video Lathi jelas	35	59	3	2	0	99
8	Penggunaan bahasa Jawa dalam musik video Lathi jelas	32	48	17	2	0	99
9	Elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai	21	51	23	2	2	99
10	Musik video Lathi menggugah perasaan saya	13	50	26	7	3	99
11	Musik video Lathi memiliki manfaat bagi saya (hiburan atau informasi)	20	53	21	3	2	99
12	Respon saya setelah menonton musik video Lathi adalah baik	30	62	6	1	0	99

d. Hasil Wawancara

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti, wawancara ini berfungsi sebagai data sekunder guna memperkuat data primer berupa kuisisioner. Disini peneliti memilih tiga informan yang diambil dari masing-masing kategori usia. Informan pertama bernama Wimar Puspa berusia 21 tahun dari kategori usia 18-22

tahun, berjenis kelamin laki-laki yang merupakan mahasiswa. Informan kedua bernama Shem Widodo berjenis kelamin laki-laki berusia 24 tahun dari kategori usia 23-27 tahun, merupakan lulusan sarjana. Dan informan ketiga bernama Ibu Dia Mariana berusia 34 tahun dari kategori usia 28-34 tahun, yang merupakan ibu rumah tangga. Peneliti telah melakukan wawancara dengan jumlah pertanyaan yang sama seperti kuisioner. Dan akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik, hingga saya tertarik melihatnya

Wimar : Sangat setuju, karena dari sisi video editingnya begitu menarik.

Shem : Setuju, karena tampilan mengangkat adat Jawa jadi membuat sangat-sangat menarik.

Ibu Dia : Tanggapannya, kalau untuk saya, saya konsumsi sebagai penonton itu kurang, karena menurut saya video Lathi itu terlalu serem, apalagi kalau dilihat sama anak-anak yang muda bisa dideskripsikan lain sih, karena ada adegan berdarah dan sebagaimana itu serem buat saya, jadi kurang setuju.

2. Musik video Lathi memiliki musik yang menarik, hingga saya tertarik mendengarnya

Wimar : Setuju, karena untuk memadukan EDM dengan gamelan (musik-musik Jawa) menurut saya cukup sulit, dan musik video Lathi ini dapat menggabungkannya dengan sangat rapi dan baik.

Shem : Sangat setuju, karena saya menyukai musik EDM.

Ibu Dia : Sangat setuju, saya lebih *enjoy* mendengar daripada melihat. Jadi sebenarnya saya tahu lagu ini karena saya mendengar, keren, karena musiknya itu kreasinya bagus banget. Sampai akhirnya saya tahu videonya, maka saya cukup satu kali saja melihat videonya, tapi berulang kali dengar suaranya.

3. Gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan

Wimar : Setuju, karena liriknya menggambarkan tentang *toxic relationship* dan di video musik tersebut ada perempuan di rantai dan berdarah-darah, dia berusaha keluar dari *toxic relationship* nya. Jadi menurut saya sangat sesuai (audio dan visual yang disajikan).

Shem : Menurut saya kurang setuju, karena di tengah-tengahnya banyak adat Jawa yang menurut saya tidak terlalu nyambung dengan liriknya.

Ibu Dia : Gambarnya seperti yang itu tadi, terlalu seram. Kalau pun misalnya dibentuk versi lain yang lebih baik, mungkin menonjolkan ke visual musiknya. Itu lebih baik (bagi saya) daripada isiannya itu sendiri (visual musik video Lathi). Karena kan, abstrak banget isinya (visual musik video Lathi). Jadi kurang setuju, karena tidak menunjang audionya.

4. Saya antusias dalam melihat musik video Lathi

Wimar : Setuju, pertama kali melihat, saya langsung tertarik.

Shem : Kurang setuju, karena sebenarnya mengangkat adat Jawa itu bagus ceritanya juga bagus, cuma terlalu ter-*explore* banget dan maksa banget adat Jawa nya.

Ibu Dia : Tidak setuju, cukup sekali saja melihat musik videonya, kalau ada versi lain akan saya tonton.

5. Saya mengetahui maksud dalam musik video Lathi

Wimar : Setuju, bisa dilihat dari visualnya.

Shem : Sangat setuju, karena menurut saya cukup jelas terlihat dari adegan *scene* awalnya dan tengahnya yang dia (sosok wanita) berubah.

Ibu Dia : Setuju, saya bisa tahu dari visualnya

6. Saya memahami maksud dalam musik video Lathi

Wimar : Setuju, saya bisa memahami.

Shem : Kurang setuju, karena saya kurang nyantol (dengan maksud musik videonya)

Ibu Dia : Setuju, saya paham, kan ada alurnya per adegan jadi saya paham.

7. Penggunaan bahasa Inggris dalam musik video Lathi jelas

Wimar : Setuju, walaupun tanpa dibantu lirik, kita langsung paham mereka ngomong apa, jadi jelas.

Shem : Sangat setuju, karena kata-katanya tidak terlalu ribet.

Ibu Dia : Setuju, jelas sih maksudnya, cuma saya kan tidak terlalu paham bahasa Inggris, tapi cukup jelas.

8. Penggunaan bahasa Jawa dalam musik video Lathi jelas

Wimar : Ini agak sulit karena tidak semua orang menguasai bahasa Jawa, jadi kalau bukan orang Jawa akan kesulitan untuk memahaminya, tapi buat saya sendiri saya setuju.

Shem : Sangat setuju, karena kata-kata Jawa yang terdapat dalam musik video Lathi hanya itu-itu saja (sedikit pemilihan kosakata nya).

Ibu Dia : Setuju, menurut saya sih jelas.

9. Elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai

Wimar : Setuju, mereka menggabungkan gamelan terus kuda lumping dan debus itu sudah sesuai.

Shem : Setuju, cuma terlalu di eksploitasi contohnya lampu neon dipecahin (responden tidak paham mengapa harus ada cuplikan adegan Jawa seperti itu yang dimasukkan).

Ibu Dia : Kurang setuju, kalau untuk visual tidak, karena saya lebih tertarik ke musiknya, jadi habis yang kekinian banget (audio) terus dimasukkan budaya itu keren. Tapi untuk visualnya saya enggak, karena itu kan hanya sepotong ada penari, itu maksudnya apa (penari) disitu, terus ada yang berdarah, itu kan seperti ada dua dunia yang berbeda. Memasukkan unsur Jawa tapi tidak menyatu dengan ceritanya.

10. Musik video Lathi menggugah perasaan saya

Wimar : Kurang setuju, visual nya menarik tapi belum sampai menyentuh emosi saya.

Shem : Tidak setuju, karena lebih ke penikmat musiknya saja.

Ibu Dia : Setuju, kalau secara musik iya, itu justru menjadi energi, waktu awal dengar seperti mengandung mantra gimana begitu. Tapi pada akhirnya, karena saya menikmati musiknya itu membuat saya ada semangat sih, perasaannya begitu, tapi tidak yang akhirnya menjadi seram. Karena beda banget, ketika mendengar lalu melihat musik videonya itu perasaannya *feel* nya sudah beda.

11. Musik video Lathi memiliki manfaat bagi saya (hiburan dan informasi)

Wimar : Setuju, karena tidak banyak EDM yang bisa menggabungkan dua elemen modern dan tradisional.

Shem : Sangat setuju, karena saya menikmati musik dan pengambilan visual juga cukup seru walau ada adegan yang membuat saya kehilangan ketertarikan seperti memecahkan neon dan makan beling.

Ibu Dia : Setuju, jadi sebagai hiburan untuk saya.

12. Respon saya setelah menonton musik video Lathi adalah baik

Wimar : Setuju, karena penggabungan dua budaya tadi bagi saya sangat estetik.

Shem : ⁷⁴ Sangat setuju, karena baru kali ini ada EDM yang mengangkat budaya Jawa dan bahasa-bahasa Jawa.

Ibu Dia : Kalau saya pendapatnya sih baik, karena ternyata anak muda punya kreatifitas antara yang modern sama yang klasik itu bisa di *mix* kan, itu keren banget gitu. Jadi setuju banget, jadi anak-anak itu bisa membawa musik Indonesia ke luar, dan dari luar pun bisa dimasukkan ke dalam (kolaborasi EDM dan gamelan) itu bisa

dicampur, keren. Hanya saja untuk videonya, mungkin ya visualnya ditonjolkan aja ke kreatifitasan musiknya.

12

4.4 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel tunggal, yang mengklasifikasikan data serta menyajikan data dalam bentuk tabel distribusi frekuensi atau grafik. Berdasarkan penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Juli 2020 dengan cara pengisian kuisisioner kepada 99 responden baik secara langsung dan melalui angket *online* dalam kawasan Jodipan, maka analisis data dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Variabel

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Me an
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Jumlah	%	
1	35	35.35	55	55.56	8	8.08	1	1.01	0	0.00	99	100	4,3
2	41	41.41	55	55.56	3	3.03	0	0.00	0	0.00	99	100	4,4
3	20	20.20	42	42.42	32	32.32	3	3.03	2	2.02	99	100	3,8
4	18	18.18	64	64.65	15	15.15	2	2.02	0	0.00	99	100	4,0
5	21	21.21	57	57.58	16	16.16	4	4.04	1	1.01	99	100	3,9
6	23	23.23	53	53.54	18	18.18	5	5.05	0	0.00	99	100	3,9
7	35	35.35	59	59.60	3	3.03	2	2.02	0	0.00	99	100	4,3
8	32	32.32	48	48.48	17	17.17	2	2.02	0	0.00	99	100	4,1
9	21	21.21	51	51.52	23	23.23	2	2.02	2	2.02	99	100	3,9
10	13	13.13	50	50.51	26	26.26	7	7.07	3	3.03	99	100	3,6
11	20	20.20	53	53.54	21	21.21	3	3.03	2	2.02	99	100	3,9
12	30	30.30	62	62.63	6	6.06	1	1.01	0	0.00	99	100	4,2

Sumber: data primer diolah

Tabel 4.5

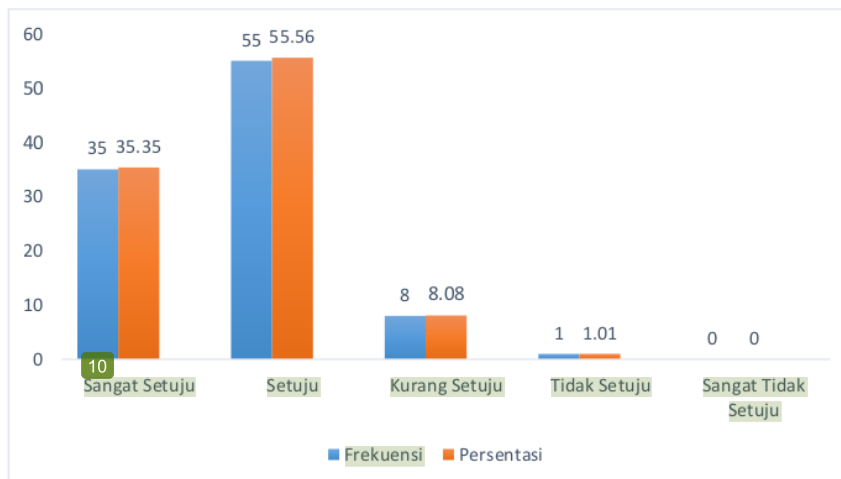
Musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik, hingga saya tertarik melihatnya (1)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	35	35.35
Setuju	55	55.56
Kurang Setuju	8	8.08
Tidak Setuju	1	1.01
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (Rata-rata)		4,3

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.4

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik, hingga saya tertarik melihatnya



Item pertama dalam pernyataan musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik, hingga saya tertarik melihatnya, terdapat 35 responden atau 35,35% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 55 responden atau 55,55% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 8 responden atau 8,08%, sedangkan 1 responden atau 1,01% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 4,3 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.6

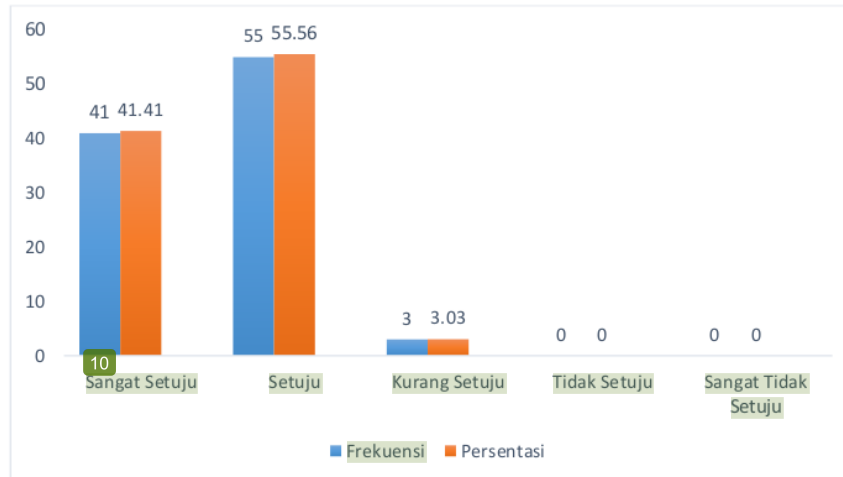
Musik video Lathi memiliki musik yang menarik, hingga saya tertarik mendengarnya (2)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	41	41.41
Setuju	55	55.56
Kurang Setuju	3	3.03
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		4,4

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.5

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang musik video Lathi memiliki musik yang menarik, hingga saya tertarik mendengarnya



Sedangkan dalam item kedua pernyataan musik video Lathi memiliki musik yang menarik sehingga saya tertarik mendengarnya, terdapat 41 responden atau 41,41% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 55 responden atau 55,56% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 3 responden atau 3,03%, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 4,4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.7

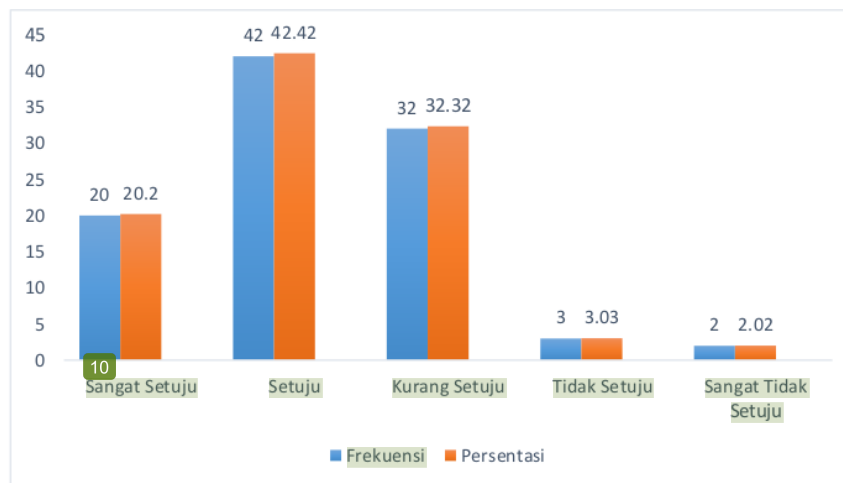
Gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan (3)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	20	20.20
Setuju	42	42.42
Kurang Setuju	32	32.32
Tidak Setuju	3	3.03
Sangat Tidak Setuju	2	2.02
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		3,8

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.6

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan



Jika dilihat dalam item ketiga pernyataan gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan, terdapat 20 responden atau 20,20% yang menyatakan sangat

setuju dengan hal ini, sedangkan 42 responden atau 42,42% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 32 responden atau 32,32%, sedangkan 3 responden atau 3,03% yang menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 2,02% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,8 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.8

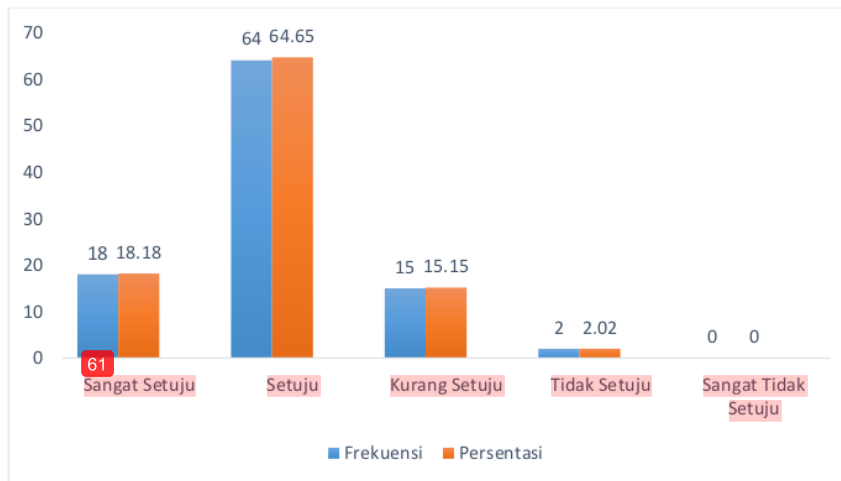
Saya antusias dalam melihat musik video Lathi (4)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	18	18.18
Setuju	64	64.65
Kurang Setuju	15	15.15
Tidak Setuju	2	2.02
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)	4,0	

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.7

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang saya antusias dalam melihat musik video Lathi



Dalam item keempat dalam pernyataan saya antusias dalam melihat musik video Lathi, terdapat 18 responden atau 18,18% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 64 responden atau 64,65% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 15 responden atau 15,15%, sedangkan 2 responden atau 2,02% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 4,0 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.9

Saya mengetahui maksud dalam musik video Lathi (5)

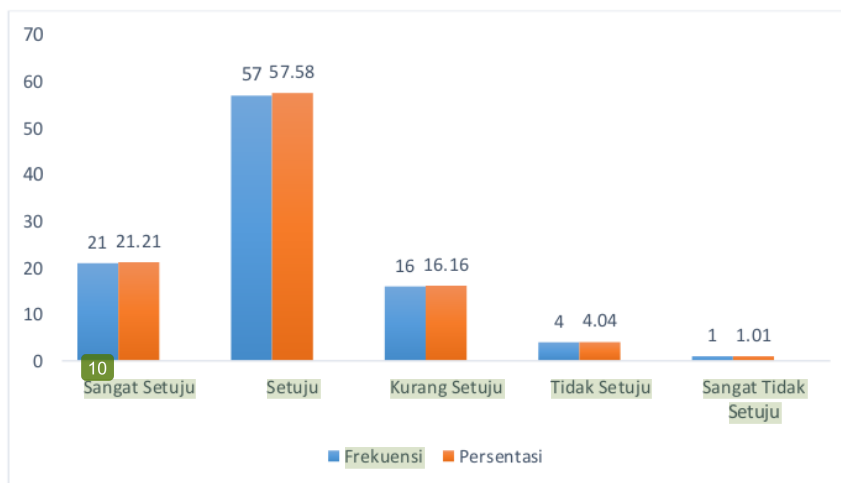
Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	21	21.21
Setuju	57	57.58

Kurang Setuju	16	16.16
Tidak Setuju	4	4.04
Sangat Tidak Setuju	1	1.01
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		3,9

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.8

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang saya mengetahui maksud dalam musik video Lathi



Pada item kelima dalam pernyataan saya mengetahui maksud dalam musik video Lathi, ¹⁵ terdapat 21 responden atau 21,21% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan ⁶ 57 responden atau 57,58% yang menyatakan setuju pada pernyataan ini. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 16 responden atau 16,16%, sedangkan ² 4 responden atau 4,04% yang menyatakan tidak setuju dan ¹ 1

responden atau 1,01% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,9 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.10

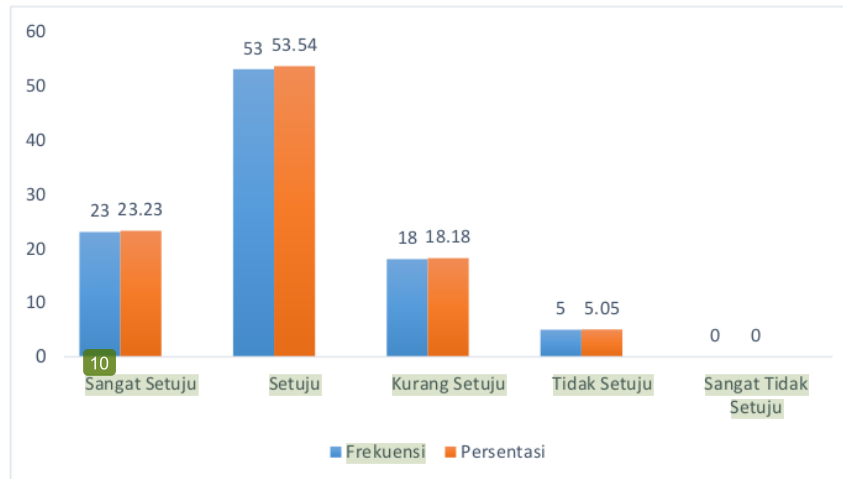
Saya memahami maksud dalam musik video Lathi (6)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	23	23.23
Setuju	53	53.54
Kurang Setuju	18	18.18
Tidak Setuju	5	5.05
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)	3,9	

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.9

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang saya memahami maksud dalam musik video Lathi



Terlihat di dalam item keenam pernyataan saya memahami maksud dalam musik video Lathi, terdapat 23 responden atau 23,23% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 53⁶ responden atau 53,54% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang² menyatakan kurang setuju terdapat 18 responden atau 18,18%, sedangkan 5¹² responden atau 5,05% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,9 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.11

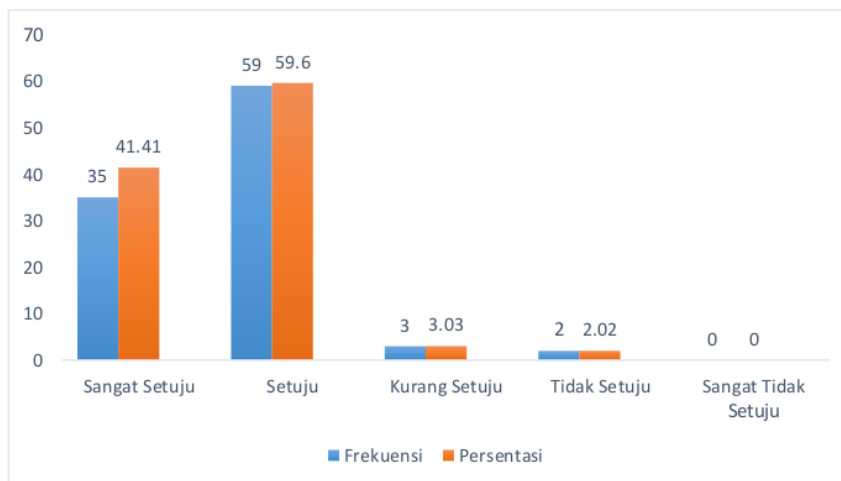
Penggunaan bahasa Inggris dalam musik video Lathi jelas (7)

Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	35	35.35
Setuju	59	59.60
Kurang Setuju	3	3.03
Tidak Setuju	2	2.02
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		4,3

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.10

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang penggunaan bahasa Inggris dalam musik video lathi jelas



Terlihat dalam item ketujuh pernyataan penggunaan bahasa Inggris dalam musik video Lathi jelas, terdapat 35 responden atau 35,35% yang menyatakan

sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 59⁶ responden atau 59,60% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 3¹ responden atau 3,03%, sedangkan 2² responden atau 2,02% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 4,3² yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.12

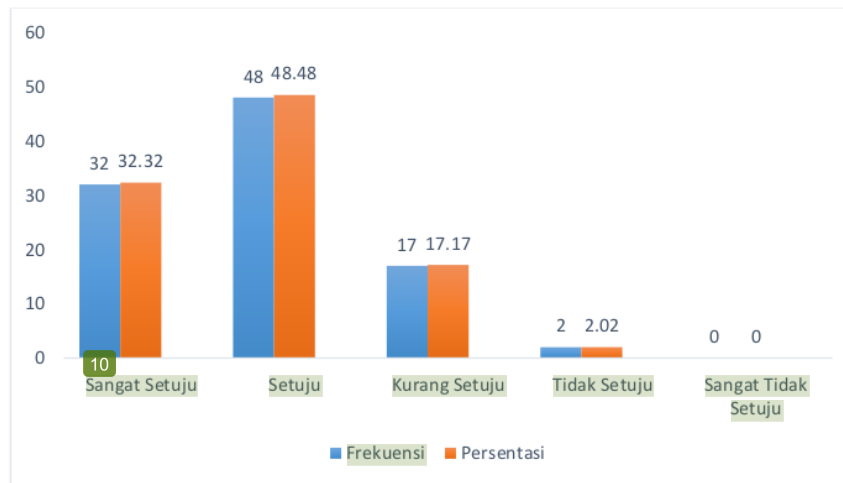
Penggunaan bahasa Jawa dalam musik video Lathi jelas (8)

Jawaban	⁴ Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	32	32.32
Setuju	48	48.48
Kurang Setuju	17	17.17
Tidak Setuju	2	2.02
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		4,1

³¹ Sumber: data primer diolah

Gambar 4.11

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang penggunaan bahasa Jawa dalam musik video lathi jelas



Di dalam item kedelapan pernyataan penggunaan bahasa Jawa dalam musik video Lathi jelas, terdapat 32 responden atau 32,32% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 48 responden atau 48,48% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 17 responden atau 17,17%, sedangkan 2 responden atau 2,02% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 4,1 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.13

Elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai (9)

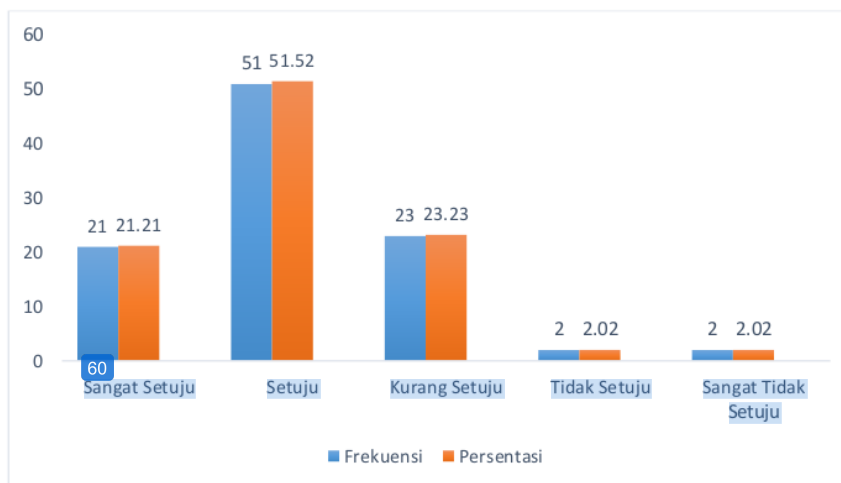
Jawaban	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	21	21.21
Setuju	51	51.52

Kurang Setuju	23	23.23
Tidak Setuju	2	2.02
Sangat Tidak Setuju	2	2.02
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		3,9

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.12

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai



Pada item kesembilan pernyataan elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai, terdapat 21 responden atau 21,21% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 51 responden atau 51,52% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 23 responden atau 23,23%, sedangkan 2

² responden atau 2,02% yang menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 2,02% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,9 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.14

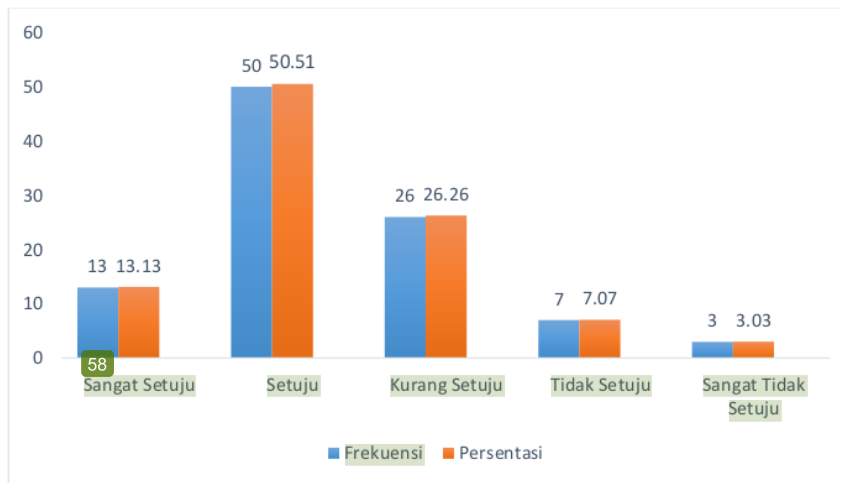
Musik video Lathi menggugah perasaan saya (10)

Jawaban	⁴ Frekuensi	Persentase(%)
Sangat setuju	13	13.13
Setuju	50	50.51
Kurang Setuju	26	26.26
Tidak Setuju	7	7.07
Sangat Tidak Setuju	3	3.03
Jumlah	99	100
¹² Mean (rata-rata)	3,6	

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.13

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang musik video Lathi menggugah perasaan saya



Untuk item kesepuluh dalam pernyataan musik video Lathi menggugah perasaan saya, terdapat 13 responden atau 13,13% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 50 responden atau 50,51% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 26 responden atau 26,26%, sedangkan 7 responden atau 7,07% yang menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 3,03% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,6 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.15

Musik video Lathi memiliki manfaat bagi saya (hiburan atau informasi)

(11)

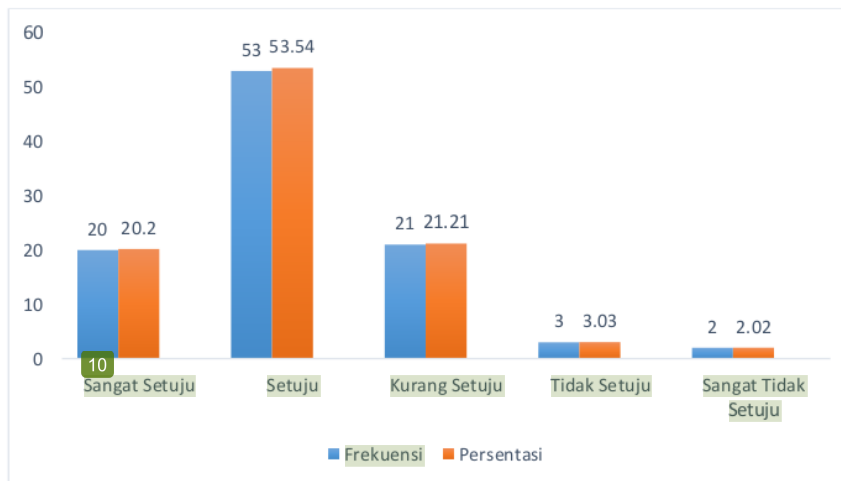
Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	20	20.20

Setuju	53	53.54
Kurang Setuju	21	21.21
Tidak Setuju	3	3.03
Sangat Tidak Setuju	2	2.02
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata)		3,9

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.14

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang musik video Lathi memiliki manfaat bagi saya



Pada item kesebelas dalam pernyataan musik video Lathi memiliki manfaat bagi saya (hiburan atau informasi), terdapat 20 responden atau 20,20% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan 53 responden atau 53,54% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari

pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat 21 responden atau 21,21%, sedangkan 3⁴ responden atau 3,03% yang menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 2,02% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,9² yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

Tabel 4.16

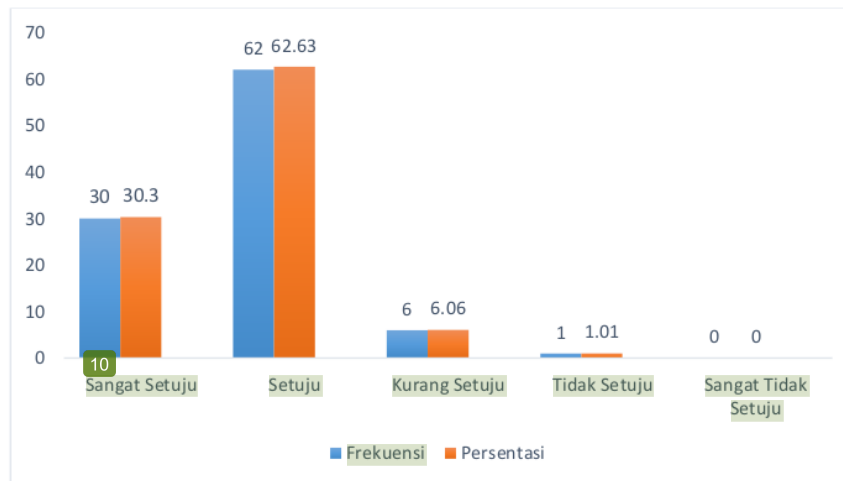
Respon saya setelah menonton musik video Lathi adalah baik (12)

Jawaban	Frekuensi ⁴	Persentase
Sangat setuju	30	30.30
Setuju	62	62.63
Kurang Setuju	6	6.06
Tidak Setuju	1	1.01
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Jumlah	99	100
Mean (rata-rata) ¹²	4,2	

Sumber: data primer diolah

Gambar 4.15

Hasil grafik distribusi frekuensi tanggapan tentang respon saya setelah menonton musik video Lathi



Item terakhir yaitu item kedua belas dalam pernyataan respon saya setelah menonton musik video Lathi adalah baik, ¹⁵ terdapat 30 responden atau 30,30% yang menyatakan sangat setuju dengan hal ini, sedangkan ⁶ 62 responden atau 62,63% yang menyatakan setuju memiliki jumlah responden yang paling banyak dari pernyataan lain. Yang menyatakan kurang setuju terdapat ⁶ 6 responden atau 6,06%, sedangkan ² 1 responden atau 1,01% yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Rata-rata jawaban dari seluruh item adalah 3,8 yang berarti responden setuju dengan pernyataan ini.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi membuat industri musik turut berkembang, baik secara audio maupun visual. Musik video Lathi yang mengkombinasikan bahasa, elemen dan juga unsur modern serta lokal menjadikan musik video Lathi dikenal oleh banyak orang. Peneliti telah melibatkan 99

responden dengan rentang usia 18-34 tahun, dalam kawasan Jodipan untuk mengukur persepsi mereka terhadap musik video Lathi. Kawasan Jodipan dipilih sebagai tempat penelitian karena dominasi usia penduduk yang sesuai dengan data profil pengguna media sosial di Indonesia dengan rentang 18-34 tahun, sementara di kawasan Jodipan sendiri didominasi penduduk dengan usia 15-65 tahun. Kawasan Jodipan juga berada dekat dengan pusat pemerintahan kota Malang, yang membuat kawasan ini menjadi cepat menerima terpaan media baru. Saat kuisioner diajukan kepada responden di lapangan, hampir seluruh responden pernah menyaksikan maupun mendengar musik video Lathi setidaknya satu kali. Meski demikian, peneliti tetap menayangkan musik video tersebut dengan metode kuasi eksperimen. Dimana peneliti menayangkan musik video Lathi kepada responden, agar didapatkan hasil penelitian yang sesuai.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yaitu tentang bagaimana persepsi khalayak terhadap video musik Lathi, maka peneliti menggunakan beberapa aspek dari teori persepsi yang terbagi menjadi tiga aspek yaitu seleksi, interpretasi dan reaksi. Seleksi di dalam penelitian ini difokuskan pada rangsangan indera yang diterima oleh responden mengenai musik video Lathi. Tentang tampilan atau visual musik video yang menarik, suara atau audio musik video yang menarik serta kejelasan rangsangan yang diterima oleh responden berkaitan dengan paduan audio-visual dalam musik video Lathi. Dalam aspek interpretasi difokuskan pada cara responden memahami musik video Lathi. Tentang pengetahuan dan pemahaman mengenai maksud dalam musik video Lathi tersebut, serta tentang interpretasi penggunaan bahasa yang digunakan dalam musik video Lathi dan

penggunaan elemen budaya Jawa yang disajikan dalam musik video tersebut. Dalam aspek reaksi difokuskan pada respon responden setelah menyaksikan musik video Lathi.

Penjabaran lebih lanjut mengenai persepsi khalayak pada indikator persepsi tahap seleksi yaitu rangsangan yang menimbulkan perhatian khalayak sebagai berikut. Diketahui bahwa responden yang setuju bahwa musik video Lathi memiliki tampilan yang menarik hingga khalayak tertarik untuk melihatnya memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan pernyataan lainnya, yaitu sebesar 55 orang. Namun tetap ada responden yang kurang setuju bahkan tidak setuju dengan hal ini. Sedangkan pada pernyataan musik video Lathi memiliki musik yang menarik sehingga responden tertarik untuk mendengarkannya memiliki jumlah responden setuju, yang sama dengan pernyataan sebelumnya. Menariknya, untuk pernyataan ini jumlah responden yang sangat setuju melebihi pernyataan pertama dalam tahap seleksi, bahkan tidak ada responden yang memilih opsi tidak setuju. Dari kedua hal ini, dapat dibandingkan bahwa responden lebih mendapatkan rangsangan melalui indra telinga audio dibandingkan indra mata yaitu visual. Hal ini terbukti dari banyaknya responden yang tertarik mendengar musik dalam musik video Lathi dibandingkan visual yang disajikan. Pernyataan terakhir dalam tahap seleksi yaitu tentang gambar menjelaskan lirik yang ditampilkan, responden mayoritas sebesar 42 orang setuju akan hal ini. Namun, responden yang memilih kurang setuju hanya selisih 10 orang lebih sedikit daripada pernyataan setuju. Secara tersirat hal ini membuktikan bahwa ketika audio dan visual dalam musik video Lathi digabungkan, kurang menjadi satu kesatuan yang utuh. Rangsangan indra telinga

dan mata yang ditangkap oleh responden mengenai gambar yang seharusnya menjelaskan visual kurang optimal dirasakan oleh responden.

Dalam indikator persepsi pada tahap interpretasi terkait khalayak memahami dan menerima maksud dari musik video tersebut. Mayoritas responden setuju mengenai antusias dalam melihat musik video Lathi. Dimana hal ini membuktikan bahwa audio dan visual di dalam musik video Lathi menarik bagi khalayak, baik audio yang menggabungkan elemen musik modern dikolaborasi dengan elemen musik Jawa dan visual cerita yang menarik. Sedangkan untuk item khalayak mengetahui maksud dalam video Lathi fokus di item ini ialah mengenai secara keseluruhan musik video tersebut apakah khalayak mampu mengetahui maksud yang ingin ditunjukkan. Diketahui mayoritas responden setuju bahwa maksud video tersebut dapat diketahui, walau ada beberapa yang menyatakan kurang setuju bahkan tidak setuju. Dalam item tentang khalayak mampu memahami maksud video, mayoritas responden setuju dengan hal ini. Namun ternyata lebih banyak responden kurang setuju dan tidak setuju dibandingkan dengan item pernyataan sebelumnya. Sementara untuk penggunaan bahasa Inggris dalam musik video Lathi, mayoritas responden setuju dengan hal ini. Pada item selanjutnya tentang penggunaan bahasa Jawa, mayoritas responden setuju namun jumlah responden yang kurang setuju jauh lebih banyak dibandingkan item sebelumnya. Di item terakhir dalam aspek interpretasi tentang pernyataan elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai, mayoritas responden setuju dengan hal ini namun jumlah responden paling banyak ditemukan kurang setuju dari seluruh pernyataan pada aspek interpretasi ditemukan pada item ini. Dari semua item yang ada dalam

interpretasi dapat disimpulkan bahwa khalayak menginterpretasi penggunaan bahasa Jawa dalam lagu ini kurang optimal karena ada cukup banyak responden yang kurang setuju akan budaya elemen Jawa yang ditampilkan, meskipun mereka antusias dan mengetahui maksud yang ingin dicapai dalam musik video Lathi.

Dalam indikator terakhir pada tahap respon setelah melihat dan menyaksikan musik video Lathi, responden setuju bahwa musik video tersebut menggugah perasaan, namun dari semua variabel item, di dalam item ini paling banyak ditemukan responden kurang setuju bahwa musik video tersebut menggugah perasaan mereka. Sedangkan untuk manfaat setelah menyaksikan musik video Lathi, banyak responden setuju bahwa musik video tersebut memiliki manfaat baik hiburan atau informasi bagi mereka. Dan terakhir, responden setuju setelah menyaksikan musik video Lathi respon mereka adalah baik. Dapat pula disimpulkan bahwa respon mereka secara keseluruhan terhadap musik video Lathi adalah positif.

Dilihat dari mean atau rata-rata tiap jawaban dari keseluruhan aspek berdasarkan pengisian yang dilakukan responden, diketahui bahwa tidak ada yang dibawah 3,5 sehingga bisa dikatakan bahwa rata-rata responden setuju pada item yang telah disediakan. Rata-rata tertinggi item pernyataan pada aspek seleksi ada pada item musik video Lathi memiliki musik yang menarik sehingga saya tertarik mendengarnya. Pada aspek interpretasi ada pada item penggunaan bahasa Inggris jelas. Dan pada aspek respon rata-rata tertinggi ada pada respon saya setelah melihat musik video Lathi adalah baik. Sehingga bisa dikatakan bahwa responden mayoritas melakukan seleksi pada indera pendengaran serta memiliki interpretasi

yang baik pada penggunaan bahasa Inggris dalam musik video tersebut, dan respon mereka terhadap musik video ini setelah melihatnya adalah baik.

Dari semua indikator yang telah dijawab oleh responden diketahui bahwa ternyata audio dibarengi dengan visual dalam bentuk video itu sangat penting dalam kaitannya dengan komunikasi. Terbukti bahwa khalayak mengerti maksud dalam musik video Lathi, yang merupakan gabungan dari audio dan visual. Dalam wawancara dengan informan pun dikatakan bahwa beliau mengerti maksud dalam video itu dari alur cerita visual yang ditampilkan. Hal ini membuktikan konsep dalam penelitian ini mengenai kaitan komunikasi massa dan musik video Lathi yaitu massa yang tersebar dan anonim dapat memahami maksud yang ditampilkan pada musik video Lathi. Dengan adanya media baru yang melahirkan media sosial terwujudlah banyak kreatifitas kemasan untuk menyajikan suatu pesan salah satunya melalui musik video Lathi.

Konsep musik video dan hubungannya dengan komunikasi massa dalam bab kedua terbukti dari beberapa item yang telah diisi oleh khalayak, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Dalam fungsi musik sebagai pengungkapan emosional mayoritas khalayak setuju akan hal ini, dimana dalam penelitian fungsi ini dimunculkan pada item 'musik video Lathi menggugah perasaan saya'.
2. Untuk fungsi musik sebagai hiburan, khalayak pun setuju dengan hal ini bahwa musik video Lathi memiliki unsur-unsur hiburan yang dapat dirasakan melalui permainan melodi maupun liriknya.

3. Sedangkan dalam konsep merangang perkembangan bahasa, ditandai dalam item tentang penggunaan bahasa Jawa dan bahasa Inggris dalam musik video Lathi jelas. Mayoritas setuju akan item tersebut, hal ini memberi bukti bahwa masyarakat mengenal istilah asing karena lagu yang mereka dengarkan, dan lirik musik dapat menggugah seseorang untuk memahami ragam ungkapan dalam seni sastra.

4. Pada konsep tentang video yang telah dijabarkan di dalam bab kedua, kelebihan video dalam memberikan pesan yang dapat diterima merata oleh penontonnya telah dibuktikan dalam item-item variabel tunggal yang dijabarkan. Khalayak yang tersebar dalam kawasan Jodipan ternyata mampu mengerti dan memahami maksud dalam video musik Lathi secara merata dan memiliki pemahaman yang sama terhadap musik video dalam penelitian ini.

Sementara dalam kaitan penelitian ini dengan teori SOR yaitu terletak pada organismenya. Diketahui bahwa peneliti berfokus kepada organisme yaitu khalayak dengan persepsinya terhadap musik video Lathi yang merupakan stimulus di dalam fokus penelitian ini. Persepsi yang muncul dari khalayak ditentukan oleh karakteristik khalayak atau organisme itu sendiri. Melalui stimulus atau rangsangan yang diberikan yaitu musik video Lathi, organisme menyeleksi atau menentukan apakah stimulus tersebut dapat diterima. Faktor-faktor ini meliputi organisasi personal-psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman; kelompok-kelompok sosial dimana individu menjadi anggota; dan hubungan-hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi (Rakhmat, 2001 : 204). Lemah maupun kuatnya stimulus (musik video Lathi) ditentukan oleh organisme itu sendiri. Di

dalam penelitian ini, persepsi khalayak hidup dengan media audio-visual dari musik video Lathi. Apabila media hanya berupa gambar saja belum dapat dipastikan organisme akan menganggap kuat stimulus tersebut. Persepsi tanpa stimulus tidak mungkin terwujud, namun persepsi dari organisme dapat menentukan stimulus lemah atau tidak dan menentukan respon.

Persepsi yang ditimbulkan oleh khalayak tak terlepas dari latar belakang mereka, senada dengan yang telah dijabarkan pada bab kedua. Bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi manusia dalam komunikasi adalah fisiologis yaitu kemampuan sensoris yang dibagi lagi menjadi kemampuan visual dan audio serta fisik dan juga umur dari khalayak yang diteliti. Selain itu kebudayaan menjadi faktor selanjutnya yang mencakup kepercayaan maupun nilai-nilai yang di pahami oleh khalayak. Selanjutnya, *standpoint theory* menjadi faktor yang mencakup ras, etnisitas, kelas ekonomi, agama, usia dan orientasi seksual serta posisi kekuasaan dalam hierarki sosial. Berikutnya adalah faktor kemampuan kognitif dan kompleksitas kognitif dari khalayak yang diteliti.

Untuk latar belakang khalayak yang diteliti kali ini dalam faktor fisiologis. Khalayak lebih condong ke arah audio musik video Lathi karena diketahui bahwa banyak responden setuju bahwa musik dalam video tersebut menarik. Dan kondisi fisik dari khalayak yang diteliti disini mayoritas masih dalam usia produktif muda yang sehat. Dan usia responden yang diteliti mayoritas berusia muda yaitu 18-22 tahun. Dari beberapa faktor tersebut ternyata didapati bahwa musik video Lathi dapat dinikmati dan dipahami oleh rentang usia belasan hingga tiga puluhan.

Berikutnya untuk faktor kebudayaan dalam khalayak yang diteliti, diketahui mereka berada dikawasan Jodipan. Dan khalayak di lapangan terlihat bahwa mayoritas menganut nilai-nilai budaya Jawa. Maka dari itu ketika sampai pada item pernyataan elemen budaya Jawa, didapatkan variasi jawaban yang mencolok. Ada yang kurang setuju akan elemen budaya Jawa yang ditampilkan karena tidak sesuai dan terlalu memaksakkan. Namun banyak juga yang setuju bahwa elemen-elemen budaya Jawa yang ditampilkan sudah sesuai.

Dalam faktor *standpoint theory* oleh khalayak yang diteliti, diketahui dan dijabarkan sebagai berikut:

1. Faktor komunitas sosial, komunitas sosial yang ditemui peneliti pada khalayak di lapangan untuk usia 18-25 tahun mereka berkelompok dengan grup yang bermain *game* dan *streaming* hiburan di gawai mereka masing-masing, maka dari itu mereka setidaknya pernah sekali melihat musik video Lathi. Sedangkan dalam usia 25 tahun ke atas, peneliti menemui mereka berada di area tempat kerja mereka sebagai pedagang maupun ibu rumah tangga di kawasan Jodipan, mereka pernah mendengar musik Lathi namun belum menyaksikan visualnya secara langsung.
2. Ras dan etnisitas, di dalam penelitian lapangan, diketahui ras maupun etnisitas dari responden adalah asli penduduk Malang yang dapat disimpulkan adalah ras dan etnis Jawa.
3. Gender, mayoritas gender yang terlibat sebagai responden untuk khalayak penelitian ini adalah perempuan dengan persentase 63%.

4. Kelas ekonomi, di dalam kawasan Jodipan yang menjadi lokasi penelitian ini diketahui bahwa mayoritas pekerjaan penduduknya adalah pedagang. Sehingga dapat dikatakan bahwa kelas ekonomi responden adalah kelas menengah.

5. Agama, dalam penelitian responden kali ini agama yang dianut oleh khalayak adalah Islam dan Kristen.

6. Kemampuan kognitif, kemampuan kognitif bisa didapatkan dari studi yang telah ditempuh oleh khalayak, rata-rata khalayak lapangan yang menjadi responden penelitian ini, yaitu orang-orang yang masih menempuh sekolah menengah atas maupun menempuh jenjang perkuliahan.

Konsep tentang khalayak dalam bab kedua yang berisi bahwa individu ³ memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran telah dibuktikan dengan adanya jawaban yang bervariasi dari tiap-tiap item pernyataan. Selanjutnya konsep khalayak yang ³ cenderung heterogen yang berasal dari berbagai lapisan kategori sosial yang berbeda juga telah dibuktikan dengan adanya perbedaan gender, usia, agama ras, tingkat pendidikan yang ditemui oleh peneliti. Untuk konsep khalayak yang cenderung anonim juga ditemukan oleh peneliti di lapangan, walau berada dalam satu kawasan Jodipan namun tidak semua responden saling mengenal satu sama lain. Sedangkan untuk konsep khalayak yang dipisahkan dari komunikator juga telah terbukti, karena penelitian ini berfokus pada musik video Lathi yang dapat disaksikan melalui media sosial yang diakses dengan gawai.

Melalui seluruh penjabaran ini, dapat diambil intisari bahwa bentuk kemasan audio-visual menjadikan komunikasi semakin mudah dipahami. Dalam hal ini

musik video Lathi sebagai audio-visual yang dipersepsi kan oleh khalayak. Peneliti melihat walaupun khalayak tersebar dan memiliki rentang usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan yang berbeda, dapat memahami maksud dari musik video Lathi. Khalayak disini sebagai organisme yang anonim memiliki kekuatan untuk menentukan apakah stimulus yang mereka saksikan maupun dengarkan lemah atau kuat dengan persepsi mereka masing-masing.

Melalui kuisisioner dan wawancara, persepsi khalayak adalah positif untuk seluruh item. Dari alur yang ditampilkan melalui sosok wanita yang menjadi tokoh utama video tersebut, lalu dengan simbol-simbol rantai dan darah, bisa diketahui dan dipahami maksud visualnya. Dibarengi dengan audio yang menggunakan pemilihan lirik bahasa Inggris dan Jawa yang sederhana dan jelas. Namun disayangkan bahwa elemen-elemen visual Jawa yang coba dimasukkan kurang memberi pengaruh besar pada musik video tersebut, hingga cukup banyak responden yang kurang setuju dengan elemen-elemen Jawa yang ditampilkan, karena seolah dipaksakan untuk menjadi potongan cuplikan singkat di dalam video tersebut.

Menurut penuturan lisan dalam video YouTube dari *channel* Tim2one, Vicky Firdaus selaku *director* dan *editor* dalam musik video Lathi mengupas beberapa arti dan maksud verbal maupun non-verbal dalam video tersebut. Verbal melalui penggunaan kata bahasa Inggris dan Indonesia dalam musik video tersebut diketahui bercerita tentang hubungan yang beracun, dan keberanian seseorang untuk lepas dari hubungan beracun tersebut. Hal ini dikuatkan dalam cuplikan-cuplikan gambar yang menyiratkan kekuatan yaitu dengan elemen Jawa seperti

tarian Jaipong yang menggambarkan kelincahan, debus yang menggambarkan keberanian, gerakan tari perpaduan modern dan kontemporer yang menggambarkan kekuatan. Beberapa hal ini ternyata di persepsi positif oleh khalayak dalam penelitian ini, dimana mereka mengerti maksud video tersebut dan gambar dalam video menjelaskan lirik yang ditampilkan serta elemen Jawa yang ditampilkan juga telah sesuai. Adanya kesamaan pemahaman seperti yang telah disebutkan dalam bab kedua, telah dibuktikan melalui hal ini.

Setelah menganalisa dan melihat data serta pembahasan yang telah terlampir diatas, muncul konsep dari pemikiran peneliti. Bahwa audio-visual adalah bentuk komunikasi yang paling mudah dipahami oleh massa. Audio-visual tidak dapat berdiri sendiri, maksud kalimat ini adalah audio yang bagus dengan visual yang menarik belum tentu ketika digabung, menghasilkan satu kesatuan yang utuh. Seperti musik video Lathi, banyak responden lebih tertarik pada musik dan liriknya saja tapi kurang tertarik pada visual yang disajikan. Khalayak mampu menyeleksi apakah rangsangan dari media itu lemah atau tidak melalui persepsi mereka. Persepsi khalayak walau dipandang sederhana namun perannya cukup penting untuk menentukan stimulus itu lemah atau tidak serta persepsi khalayak mampu menentukan respon terhadap stimulus tersebut. Dan pada penelitian ini, khalayak mempersepsikan positif terhadap musik video Lathi.

¹⁴ BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap musik video Lathi. Di ¹⁴ dalam penelitian ini menggunakan variabel tunggal yaitu persepsi khalayak. Berdasarkan ⁵⁷ data yang telah dianalisis oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dari masing-masing item variabel diketahui sangat dinamis dan beragam, hal ini menunjukkan bahwa responden sungguh-sungguh dalam mengisi kuisioner yang telah diberikan. Rata-rata responden di lapangan, setuju dengan konsep seleksi, interpretasi dan respon yang merupakan faktor persepsi, yang dikemas dalam beberapa item-item pernyataan oleh peneliti.
2. Setelah peneliti melakukan analisis data pada masing-masing item, diketahui bahwa maksud yang dibahas dalam musik video dapat diketahui jelas dan mampu dipahami oleh responden. Bahkan penggunaan bahasa Inggris dan bahasa Jawa yang ditunjukkan dalam lirik sudah jelas. Responden juga setuju aspek visual di dalam video menjelaskan audio pada video tersebut. Seluruh aspek dalam musik video Lathi, di respon baik oleh responden atau khalayak.
3. Pembahasan dalam penelitian ²⁵ ini menunjukkan bahwa khalayak memiliki persepsi yang positif terhadap musik video Lathi.

5.2 Saran

Musik video Lathi merupakan salah satu bukti bahwa kreatifitas musisi dalam menyampaikan pesan berkembang dengan hebat. Musik yang modern dengan tampilan visual yang mengangkat unsur elemen Jawa dibarengi dengan lirik lagu berbahasa Internasional (bahasa Inggris) menjadikan musik video ini dikenal khalayak secara luas melalui media baru internet, dalam hal ini *platform* Youtube. Namun, ada beberapa item yang menunjukkan bahwa sebagian responden kurang setuju jika visual dalam musik video ini menggambarkan lirik yang ditampilkan maupun kurang setuju bahwa elemen Jawa yang ditampilkan sudah sesuai dan kurang setuju bahwa musik video tersebut menggugah perasaan mereka. Dan berikut adalah beberapa saran dari peneliti:

1. Unsur elemen Jawa yang ingin ditampilkan harus melalui penelitian mendalam terlebih dahulu agar persepsi khalayak bisa lebih optimal. Selain itu, hal ini disarankan oleh peneliti agar pesan dalam lirik dapat dijelaskan dengan efektif dalam visual yang ditampilkan.
2. Elemen budaya Jawa sangat indah dan menarik, namun tidak semua elemen bisa sesuai untuk ditampilkan dalam musik video tersebut. Saran peneliti adalah mempelajari terlebih dahulu elemen-elemen yang sesuai untuk diletakkan dalam musik video tersebut. Karena hakekat video adalah audio-visual yang saling mendukung dan memperjelas satu sama lain.
3. Melihat bahwa responden yang melihat musik video Lathi dapat memahami maksud dari video tersebut, alangkah baiknya jika media menggunakan video

sebagai penyampai pesan, agar khalayak yang menyebar memiliki pemahaman yang sama, seperti yang menjadi penelitian kali ini yaitu musik video Lathi.

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP MUSIK VIDEO LATHI

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Merdeka Malang

Student Paper

3%

2

repository.ub.ac.id

Internet Source

2%

3

eprints.umm.ac.id

Internet Source

2%

4

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

2%

5

eprints.uny.ac.id

Internet Source

1%

6

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

1%

7

library.binus.ac.id

Internet Source

1%

8

cutasnijuliani.blogspot.com

Internet Source

1%

9

id.wikipedia.org

Internet Source

1%

10	adoc.tips Internet Source	1%
11	id.123dok.com Internet Source	1%
12	www.scribd.com Internet Source	1%
13	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
14	docplayer.info Internet Source	1%
15	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
16	matamatamusik.com Internet Source	<1%
17	fauziahmahir.blogspot.com Internet Source	<1%
18	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<1%
19	123dok.com Internet Source	<1%
20	www.ngopibareng.id Internet Source	<1%
21	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1%

22 www.researchgate.net <1 %
Internet Source

23 pakarkomunikasi.com <1 %
Internet Source

24 repository.unpas.ac.id <1 %
Internet Source

25 eprints.iain-surakarta.ac.id <1 %
Internet Source

26 core.ac.uk <1 %
Internet Source

27 Submitted to Universitas Mulawarman <1 %
Student Paper

28 e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id <1 %
Internet Source

29 arlunswiss.blogspot.com <1 %
Internet Source

30 Submitted to uphindonesia <1 %
Student Paper

31 eprints.walisongo.ac.id <1 %
Internet Source

32 Submitted to Universitas Pamulang <1 %
Student Paper

33 www.stiekhad.ac.id

Internet Source

<1%

34

repository.usu.ac.id

Internet Source

<1%

35

id.scribd.com

Internet Source

<1%

36

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1%

37

lib.unnes.ac.id

Internet Source

<1%

38

Arief Rachman, Ismi Nadiyah. "DAKWAH MELALUI FILM ANIMASI", ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 2018

Publication

<1%

39

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

<1%

40

digilib.isi.ac.id

Internet Source

<1%

41

www.kompas.com

Internet Source

<1%

42

www.lirikterjemahan.id

Internet Source

<1%

43

pt.scribd.com

Internet Source

<1%

44	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
45	www.kompas.tv Internet Source	<1%
46	Agus Ganjar Runtiko. "Desain Iklan Layanan Masyarakat Pemerintah", Jurnal Penelitian Komunikasi, 2013 Publication	<1%
47	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%
48	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1%
49	es.scribd.com Internet Source	<1%
50	ichbinfania.wordpress.com Internet Source	<1%
51	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
52	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
53	Submitted to Binus University International Student Paper	<1%
54	Submitted to iGroup Student Paper	<1%

55	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
56	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
57	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
58	repository.unib.ac.id Internet Source	<1%
59	203.99.119.98 Internet Source	<1%
60	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1%
61	tr.scribd.com Internet Source	<1%
62	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	<1%
63	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1%
64	anzdoc.com Internet Source	<1%
65	journal.ibrahimy.ac.id Internet Source	<1%
66	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%

<1%

67

es.slideshare.net

Internet Source

<1%

68

idr.uin-antasari.ac.id

Internet Source

<1%

69

Edza Aria Wikurendra. "Pengaruh Penyuluhan Cuci Tangan Pakai Sabun Terhadap Sikap mencuci Tangan Siswa kelas IV di SDN Sukomoro I dan III Kecamatan Sukomoro Kabupaten Ngajui", Jurnal Ilmiah Kesehatan Media Husada, 2018

Publication

<1%

70

docobook.com

Internet Source

<1%

71

lib.convdocs.org

Internet Source

<1%

72

www.kaskus.co.id

Internet Source

<1%

73

shoidfirmansyah.blogspot.com

Internet Source

<1%

74

Qonitah Amrillah, Andri Brawijaya. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK", JURNAL SYARIKAH : JURNAL EKONOMI ISLAM, 2016

<1%

75	karya-ilmiah.um.ac.id Internet Source	<1%
76	blog.umy.ac.id Internet Source	<1%
77	repo.stikesicme-jbg.ac.id Internet Source	<1%
78	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
79	dokumen.tips Internet Source	<1%
80	id.m.wikipedia.org Internet Source	<1%
81	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
82	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
83	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off