

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada penerimaan kaum milenial terhadap seni tradisional dalam video klip musik video "Lathi" yang dibawakan oleh penyanyi Sara Fajira asal Surabaya, dan grup musik Weird Genius. Karya ini merupakan kolaborasi grup band Weird Genius yang beranggotakan Reza Oktovian, Eka Gustiwana, dan Gerald Liu dengan penyanyi Sara Fajira. Lagu "Lathi" resmi dirilis di kanal YouTube Weird Genius pada tanggal 26 Maret 2020, yang disutradarai dan diedit langsung oleh Reza Oktovian dan Creamypandaxx.

Topik ini menarik, karena lagu "Lathi" telah menyebar dan menjadi viral di dunia maya dalam waktu singkat dan telah dinikmati sebanyak lebih dari 100 juta pemirsa di kanal Youtube Weird Genius (Weird Genius - Lathi (ft. Sara Fajira) Official Music Video, 2020). Di zaman yang serba modern ini, genre musik modern terus menyesuaikan tren seiring dengan perkembangan teknologi. Sehingga eksistensi seni tradisional dan musik tradisional yang hadir dalam musik video Lathi menjadi lebih mudah diterima ketika dipadukan dengan musik modern seperti EDM (*Electronic Dance Music*). Keberanian group band Weird Genius dalam memadukan musik tradisional gamelan dan musik modern EDM serta menampilkan visual keberagaman seni tradisional Indonesia dalam video klip adalah bukti bahwa musik tradisional dapat berbaur dengan musik modern dengan kemasan yang menarik.

Banyak yang mengira lagu Lathi dibuat oleh pemusik asing pada awalnya, tetapi sebenarnya Lathi adalah karya lokal Indonesia. Viralnya lagu "Lathi" juga dikaitkan dengan tema atau hal misterius (Andika, 2020). Netizen juga ada yang menduga bahwa lagu "Lathi" adalah lagu untuk pemujaan dan memanggil setan. Weird Genius telah mengklarifikasi bahwa isu tersebut adalah tidak benar dalam *Podcast* yang dilakukannya bersama Deddy Corbuzier dalam kanal Youtube Deddy Corbuzier.

Seni dan musik tanah air berkembang semakin luas, unik, dan beragam. Tren yang ada juga terus berkembang dan para musisi juga berlomba-lomba untuk menghasilkan karya terbaiknya. Mengikuti perkembangan zaman, tidak hanya sebagai hiburan, musik juga berfungsi untuk media penyampaian lirik dan informasi yang terkandung dalam musik itu sendiri. Salah satu perkembangan teknologi yang mempengaruhi perkembangan musik adalah teknologi elektronik yang digunakan untuk menciptakan musik elektronik.

Musik elektronik adalah gaya bermusik yang dibuat memanfaatkan perangkat elektronik, alat musik digital, dan perangkat lunak musik elektronik. Melalui munculnya genre seperti *krautrock*, *synth-pop*, *disko*, *hip hop*, dan EDM. Musik EDM (*Electronic Dance Music*) merupakan suatu suara yang membuat seseorang bersemangat menari dengan adanya DJ (*Deejay*) yang memutar lagu-lagu pada waktu atau momen-momen tertentu yang dimana biasanya pada pertunjukan langsung di dalam *Electronic Dance Music* (EDM) terdapat kunci musik yang potensial. Musik elektronik memiliki dampak yang signifikan pada musik populer. Menurut (Kurniawan, 2014) musik elektronik atau disebut *Electronic Dance Music* atau disingkat EDM dianggap sebagai sebuah rumah utama dari genre musik elektronik yakni 100% perangkat elektronik digunakan dalam proses pembuatan musik. Tahun 1960 merupakan tahun lahirnya musik EDM, dan perkembangannya dimulai pada tahun berikutnya.

Tren musik *Electronic Dance Music* (EDM) berawal pada era 2000-an yaitu saat dirilisnya album DJ (*Disk Jockey*) pertama di Indonesia oleh DJ Riri pada tahun 2004. Setelah album tersebut, musik elektronik terus dilirik para pecinta musik Indonesia. Pada tahun 2010, perkembangan musik digital di Indonesia kian tumbuh. Mulai banyak nama-nama DJ yang melambungkan genre musik elektronik di Indonesia, seperti Dipha Barus, Andre Dunant, hingga DJ Yasmin. Menariknya karya para pelaku industri kreatif ini bukan hanya dikenal di Indonesia, karya mereka bahkan telah lebih dulu dikenal para pecinta musik elektronik dunia. Contohnya, salah satu karya yang dibuat Dipha Barus, *No One Can Stop Us*, yang telah ditonton hingga 11 juta kali di YouTube. Lagu itu kemudian dianggap sebagai *anthem* musik elektronik tanah air paling berpengaruh hingga saat ini. Keberhasilan

tersebut mendorong musisi dalam genre yang sama, berlomba-lomba untuk melahirkan karya yang lebih “*easy listening*” dengan menyesuaikan selera pasar. Saat ini penggemar musik elektronik semakin meluas di Indonesia. Secara alami, hal tersebut memicu kemunculan musisi-musisi baru dengan karya berkualitas, seperti Weird Genius, Rich Brian, Niki Zefanya, AgnezMo, Stephanie Poetri, Dita Karang dan masih banyak lagi calon-calon musisi yang akan makin mengharumkan nama Indonesia lewat karya-karyanya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Perkembangan EDM di Indonesia dari banyaknya lagu-lagu bagus dan talenta-talenta baru yang bermunculan telah menjadi populer. EDM tidak lagi hanya didengarkan di *club* atau festival, namun sekarang radio pun memutar lagu EDM di siang hari dan telah menjadi tren. Salah satu grup band EDM bernama Weird Genius telah mengukir sejarah sebagai grup band EDM Indonesia pertama yang menampilkan wajahnya di *Billboard Times Square* New York.

Selain itu menariknya lagi, lagu "Lathi" digunakan banyak orang di aplikasi TikTok dan tersebar di dunia maya, sehingga memunculkan tagar #LathiChallenge (Tyas, 2020). Tantangan kreatif yang dilakukan warganet benar-benar datang dari inisiatif warganet sendiri dan tanpa campur tangan suruhan dari pihak Weird Genius maupun Sara Fajira. Gelombang tantangan ini dimulai dari menggunakan lagu "Lathi" sebagai pertama, *backsound* (pengisi suara latar) *travel* video blog di *YouTube* atau *Instagram Story*. Kedua, lagu "Lathi" digunakan sebagai *backsound* orang menggambar Princess yang diedit menggunakan Ipad atau Tablet dari yang awalnya menggunakan gaun *princess* lalu bertransformasi menjadi menggunakan pakaian adat nusantara. Ketiga, lagu "Lathi" digunakan sebagai *backsound* video tutorial *make up* horror sampai makeup nikahan adat nusantara. Keempat, *backsound dance* tari nusantara. Kelima, lagu "Lathi" dijadikan konten para *Youtuber* untuk melakukan "Reaction Video" jadi yang dimaksud dengan *Reaction Video* adalah dalam video tersebut para *Youtuber* melakukan aksi nonton bersama video klip "Lathi" kemudian merekam reaksi mereka ketika menontonnya. Keenam, lagu "Lathi" telah di *cover* (dinyanyikan ulang dengan versi dan gaya masing-masing penyanyi) oleh banyak *Youtuber* penyanyi seperti Emma Heesters

dan di *cover* versi *dance* oleh 1Million Dance Studio. Terdapat juga konten pembedahan terkait cara mengedit video klip Lathi seperti yang telah dilakukan *channel* Youtube Tim2One dalam videonya yang berjudul "Reaksi Editor Indonesia 18 : WEIRD GENIUS - LATHI".

Viralnya musik video "Lathi" tidak terlepas dari peran warganet yang aktif dalam menciptakan konten-konten yang berkaitan dengan Lathi maupun memanfaatkan musik video Lathi sebagai ajang melestarikan budaya, sebagai pembelajaran untuk *moral value* dan tentunya sebagai hiburan dari lagu Lathi itu sendiri. Selain itu dengan media sosial, kegiatan tersebut dapat dengan mudah mempersuasi banyak orang untuk memperhatikan, menyimak apa yang sedang terjadi dan apa itu Lathi. Sehingga mampu diketahui khalayak. Dalam hal ini peran khalayak yakni generasi *millennial* menjadi sorotan. Genre musik *Electronic Dance Music* makin terkenal beberapa dekade ini, kemudian peminat musik EDM terus mengalami peningkatan.

PT *The Nielsen Company* Indonesia adalah perusahaan media dan informasi global yang mengkhususkan diri dalam pengembangan pasar. Menurut sebuah studi oleh *Nielsen*, sebagian besar penggemar EDM adalah kaum milenial. Pada 1 Agustus 2014, *Nielsen* menunjukkan bahwa penggemar progresif dan berpengaruh terhadap musik EDM adalah kalangan generasi milenial yang terdiri dari 55% pria dan 45% wanita. Dengan rentang usia penggemar musik EDM terbanyak yakni pada usia 18-24 tahun sebanyak 20% adalah laki-laki dan 13% adalah perempuan, kemudian pada usia 25-34 tahun sebanyak 9% adalah laki-laki dan 6% adalah perempuan (Nielsen Entertainment, 2014)

Milenial adalah istilah antargenerasi, dan banyak kelompok di berbagai bidang saat ini sedang berdebat secara luas. Milenial atau Generasi Y adalah kelompok penduduk setelah Generasi X. Milenial diklasifikasikan sebagai mereka yang lahir antara 1980-an sampai 2000. Bisa dikatakan generasi milenial saat ini di 2022 adalah berusia 22-42 tahun. Di Indonesia, penelitian tentang milenial belum diminati banyak orang / tersebar luas, meskipun penduduk Indonesia berusia 15-34 tahun banyak, bahkan saat ini sangat besar hingga mencapai 34,45%. Dibandingkan Generasi X, Milenial itu unik. Riset yang dipublikasikan Pew Research Center

secara gamblang menjelaskan keunikan generasi milenial dibandingkan generasi sebelumnya. Hal yang paling menakjubkan dari generasi milenial adalah penggunaan teknologi dan budaya pop / musik mereka. Kehidupan kaum milenial tidak terlepas dari teknologi, khususnya internet. Hiburan / Entertainment dan media sosial sudah menjadi kebutuhan dasar kaum milenial. Sebuah survei tahun 2014 oleh Alvara Research Center menemukan bahwa generasi muda berusia antara 15-24 tahun lebih menyukai topik yang berkaitan dengan musik, film, olahraga, dan teknologi.

Lima informan generasi milenial yang telah dipilih peneliti memiliki keberagaman etnis, budaya, kepercayaan, dan pendidikan. Hal ini menjadi nilai penting tersendiri yang berhubungan untuk meneliti proses pembentukan makna pada informan setelah mengonsumsi konten-konten terkait seni tradisional atau penggambaran budaya lokal yang ada dalam musik video Lathi. Generasi milenial adalah penggemar musik EDM terbesar. Kecenderungannya, musik EDM tidak dikombinasikan dengan musik dan seni tradisional. Dalam musik video Lathi, berbeda. Weird Genius dengan berani mengkombinasikan musik tradisional gamelan dengan musik modern EDM serta menampilkan penampilan seni tradisional dalam video musik Lathi. Hal tersebut menjadi alasan peneliti ingin melihat bagaimana generasi milenial yang terbiasa hanya mendengarkan musik EDM saja, kini menikmati musik EDM dengan perpaduan musik tradisional dan seni tradisional Indonesia dalam video klip Lathi.

EDM atau *Electronic Dance Music* mendorong pendengarnya untuk bergerak atau menari, oleh karena itu genre musik EDM sangat cocok dikonsumsi oleh kaum milenial, karena mengandung nuansa positif, energik, segar, dan menarik sehingga genre musik EDM mampu memberikan kesan menyenangkan (Putri, 2021) Hal ini disebabkan data jumlah milenial di Indonesia tahun 2020. Menurut KataData, hasil sensus penduduk pada tahun 2020 menunjukkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 270,2 juta jiwa. Pada 2020, penduduk Indonesia akan didominasi oleh generasi Z dan milenial. Antara tahun 1997-2012 jumlah kelahiran mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total penduduk. Milenial yang lahir tahun 1981-1996 mencapai 69,38 juta orang

merupakan 25,87% dari total penduduk (Bayu, 2021). Generasi Y (Milenial) dan generasi Z tumbuh saat teknologi berkembang pesat sehingga mereka cenderung kreatif dan aktif dalam menggunakan sosial media dalam mencari informasi maupun hiburan. Maka dari itu peran dan pengaruh dari generasi milenial dalam merespon, menyikapi, menerima, dan memaknai karya seni musik, musisi, utamanya musik EDM sangat besar sehingga menarik perhatian peneliti untuk menelitinya.

Lagu "Lathi" telah membawa Weird Genius hingga terpampang di baliho-baliho digital atau papan iklan, Billboard Times Square New York. Ini tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa karya Weird Genius telah mendapatkan pengakuan internasional. Ini merupakan pencapaian yang luar biasa, karena hanya artis terkenal dan berbakat yang bisa melakukannya (Anggraeni, 2020). Times Square New York City adalah titik pertemuan New York City yang terhubung dengan Broadway dan Seventh Avenue Street. Daerah ini dikenal sebagai pusat kota New York, dan selalu penuh dengan kegiatan sosial dalam 24 jam, 7 hari (Ratnaningsih, 2021). Pasalnya, lagu Weird Genius, dengan penyanyinya yakni Sara Fajira, telah di streaming 100 juta kali dan diputar di platform digital seperti Spotify dan Youtube. Karya seni musik yang luar biasa "Lathi" sampai diakui Google karena terpilih sebagai lagu paling populer sepanjang tahun 2020. Pada media sosial Instagram resmi Weird Genius terdapat tayangan foto yang menampilkan sepuluh lagu terpopuler tahun 2020 ini. Weird Genius secara berkala mengungguli selebriti di dalam dan luar negeri. Diantaranya seperti, Rizky Febian, BlackPink, BTS, Red Velvet, bahkan Justin bieber (Hadiansyah, 2020).

Weird Genius sebagai salah satu grup musik EDM (*Electronic Dance music*) dan *synth-pop* (*synthesizer pop*: merupakan jenis musik yang sering diidentifikasi dengan jenis musik elektronik Indonesia) Indonesia yang terdiri dari Reza Oktovian, Eka Gustiwana, dan Gerald Liu. Weird Genius didirikan pada tahun 2016 dan merilis lagu dengan judul DPS sebagai lagu pertamanya pada tahun 2017. Sebelumnya Reza Oktovian dan Eka Gustiwana pernah membentuk grup dengan mengajak seorang DJ bernama Billy Taner. Namun Billy Taner memutuskan untuk hengkang dari grup tersebut pada 25 september 2019, akhirnya digantikan

posisinya oleh Gerald Liu. Hal menarik yang dimiliki oleh Weird Genius, yakni memiliki ciri khas genre elektronik dengan sentuhan musik tradisional Indonesia (Indrajaya, 2020). Segera, melalui jutaan siaran musik digital seperti Spotify, Youtube, iTunes, dan platform digital yang lainnya, Weird Genius mampu menarik perhatian penggemar musik elektronik. Weird Genius menampilkan kesan / citra yang optimis, bebas, ceria, gila, *hard*, *upbeat*, *pumping*, *crazy drop*. Dengan menggabungkan elemen atau penggunaan unsur tradisional Indonesia ke dalam karya mereka, Weird Genius ingin mengembangkan lebih besar karyanya agar dapat berdampak baik dalam menginspirasi, melestarikan dan menggaungkan karya anak bangsa.

Weird Genius bisa sukses di lokal maupun internasional, seperti Viral Fest Asia Festival Bangkok 2017, Soundrenaline Bali 2018, Local Act For Yellow Claw's Indonesian Tour 2018, Sky Garden Bali 2018, Local Art For The Chainsmokers Live in Concert Jakarta 2018, SHVR Jakarta 2018 & 2019, dan masih banyak lagi. Kesuksesan besar Weird Genius telah menggandeng beberapa musisi untuk berkolaborasi seperti DOLF (Barong Family), Prince Husein, Midnight Quickie (Oktaviani, 2020). Kesuksesan Weird Genius dari populernya lagu Lathi pada tahun 2020 adalah sebagai berikut, #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, #1 di Shazam Chart Indonesia dan Weird Genius Ft Sara Fajira - Lathi juga memiliki peringkat di stasiun radio ternama Indonesia di kota-kota besar. Pada tanggal 30 Juni 2020, Spotify mengeluarkan siaran pers yang menyatakan bahwa lagu "Lathi" memecahkan rekor baru dan menjadi lagu lokal menduduki tangga lagu #1 terlama yaitu selama enam minggu berturut-turut kemudian masuk ke Top 50 Chart Spotify Indonesia (absrkt.co, 2019).

Proses produksi dan rekaman lagu Lathi cukup cepat, sekitar sebulan. Menurut Weird Genius, lirik lagu Lathi diangkat dari kisah nyata pengalaman yang dirasakan suatu pasangan kekasih. Sudah menjadi ciri khas Weird Genius untuk tetap mengusung genre electronic dance music (EDM) yang menggabungkan

unsur-unsur tradisional. Lagu Lathi menampilkan budaya Jawa dengan tambahan lirik bahasa Jawa, dinyanyikan oleh Sara Fajira menggunakan cengkok gaya sinden. Hal ini sangat menginspirasi, melestarikan, memperkenalkan budaya Indonesia (Hayati, 2020).

Lirik lagu "Lathi" memanfaatkan penggabungan bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Di dalam video klip "Lathi" juga menampilkan tarian Jawa, tarian kontemporer, tari kuda lumping, penampilan wayang, seni tradisional bermain api, aksi makan beling, semua itu dipadukan dengan nuansa akting yang menjiwai cerita lagu dari pemeran atau talent dalam menyampaikan isi pesan dari lagu "Lathi". Secara musik, lagu "Lathi" juga berhasil mengkolaborasikan unsur EDM (Electronic Dance Music) yang dipadukan alat musik tradisional yakni bunyi Gamelan (Wahyudi, 2020). EDM (*Electronic Dance Music*) atau biasa dikenal akrab dengan musik dugem (Musik DJ) adalah musik yang dibuat *hardware* dan *software*. Hardware / Perangkat keras yang dimanfaatkan untuk menciptakan musik EDM adalah komputer, dan perangkat lunak yang digunakan antara lain FL Studio, Ableton Live, Reason, Acid Pro, dan Traktor. DJ sering menggunakan EDM untuk pertunjukkan panggung (Akbar, 2018). Hal ini unik, fenomenal, dan menjadi trend tidak hanya dalam negeri tapi juga internasional sekaligus mampu membawa budaya Jawa dan "Lathi" telah memperkenalkan budaya indonesia pada dunia.

Lathi dalam bahasa Jawa memiliki arti lidah dan biasanya diinterpretasikan dengan tutur kata atau ucapan. Lagu Lathi mengisahkan tentang hubungan yang tak sehat atau beracun. Peneliti biasa menyebutnya sebagai "*toxic relationship*" yang dialami seorang perempuan. Dalam potongan lirik Lathi terdapat pepatah Jawa Kuno yang berbunyi "*Kowe ra iso mlayu saka kesalahan. Ajining diri ana ing lathi*", yang artinya "Anda tidak bisa lari dari kesalahan. Harga diri seseorang ada pada lidah (Perkataannya)." (Haryanto, 2020) Perasaan ini ditampilkan lewat perempuan yang awalnya bahagia bersama si lelaki digambarkan keduanya berpelukan sambil tersenyum dan mengucapkan kata-kata cinta, namun lama kelamaan si perempuan merasa terkekang digambarkan dengan terikat oleh rantai hingga babak belur dan berdarah. Akhirnya rantai itu dilepaskan dan *toxic relationship* diselesaikan (Haryanto, 2020). Hubungan romantis yang penuh

manipulasi dan keegoisan disebut cinta, tetapi sebenarnya menyakiti perasaan, walaupun menyorot bagian buruk dari hubungan, musik yang keras dan teks lirik yang tegas, secara jelas menampilkan makna tersembunyi dari keberanian dan tekad seseorang yang keras dalam melawan "racun dalam berhubungan / *toxic*".

Lathi memadukan bahasa Inggris dan bahasa Jawa, Lathi mengangkat tema *toxic relationship* dalam hubungan percintaan, video klip lagu Lathi juga kental unsur tradisional. Video klip Lathi menampilkan wayang dan tarian tradisional kuda lumping, ditambah dengan aksi memakan bola lampu dan aksi menyemburkan api. Tidak hanya tari tradisional, musik untuk lagu Lathi menampilkan kolaborasi EDM dengan unsur musik tradisional seperti Gamelan. Sungguh unik, istimewa, dan musisi terkesan niat untuk membranding produk musik dengan citra Indonesia.

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia mendefinisikan musik sebagai segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi / komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik. Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam suku bangsa, budaya dan bahasa patut berbangga dengan keaktifan musisinya dalam menciptakan karya seni. Bagi musisi tanah air, perjuangan kemerdekaan republik Indonesia dan kemajuan bangsa tidak hanya lahir melalui senjata dan diplomasi, bidang seni juga menjadi hal yang penting untuk digaungkan dan dilestarikan sehingga rakyat Indonesia tidak lupa akan keunikan budaya dan keragamannya. Industri musik, para musisi memiliki pengaruh besar terhadap karya yang dibuatnya baik itu tulisan, lagu, puisi, OST (*Original Sound Track*) film dan lain sebagainya, dalam menyebarkan semangat kebangkitan, hiburan, inspirasi, menyuarakan sesuatu, dan memberikan pesan moral atau makna tertentu di dalam karyanya (Himawan, 2018).

Lathi telah menciptakan rekor luar biasa di Asia Tenggara, dengan adanya teknologi digital dan internet Weird Genius mampu menjangkau audiens yang lebih luas di dunia. Berkat popularitas Lathi yang luar biasa, setelah menguasai chart musik di streaming platform lewat lagu Lathi dan muncul di Billboard Times Square, kini Weird Genius telah bergabung dengan label internasional Astralwerks. Weird Genius telah menjadi artis Asia pertama yang bergabung dengan label musik internasional Astralwerks. Astralwerks adalah label rekaman Amerika yang fokus

utamanya pada musik elektronik yang dimiliki oleh Universal Music Group, menampilkan artis-artis terkemuka seperti The Chemical Brothers, Fatboy Slim, Halsey, Marshmello, Alesso, Sia, David Guetta dan masih banyak lagi tentunya (*Weird Genius Jadi Artis Asia Pertama Di Label Musik Internasional, Astralwerks*, 2020).

Universal Music Group (UMG) merupakan perusahaan musik global Amerika Serikat yang dimiliki konglomerat media asal Prancis Vivendi sebagai anak perusahaannya. Terletak di Santa Monica, California kantor pusat global UMG digolongkan sebagai satu dari "tiga besar" pemimpin dunia hiburan musik, bersama dengan Sony Music dan Warner Music. Ada berbagai perusahaan rekaman musik, penerbitan musik, pemasaran, merchandising, dan konten audio visual di lebih dari 60 negara. UMG mengakui dan mengembangkan artis, memproduksi dan mendistribusikan musik yang paling diakui dan sukses secara komersial di dunia. Label UMG termasuk *A&M Records*, *Astralwerks*, *Blue Note Records*, *Capitol Christian Music Group*, serta banyak label rekaman yang dimiliki atau didistribusikan oleh anak perusahaan rekamannya di seluruh dunia. Artis manca negara yang bergabung dengan UMG diantaranya seperti Ariana Grande, Justin Bieber, Billie Eilish, Blackpink, Demi Lovato, Lady Gaga, Eminem, Carly Rae Jepsen, 5 Seconds of Summer, Jessie J, Katy Perry, Nicki Minaj, Rihanna, dan masih banyak lagi (Universal Music Group, n.d.).

Perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini memudahkan siapapun terutama para penikmat musik untuk mengakses musik elektronik. Tidak harus pergi ke konser, platform musik digital seperti Spotify, Joox, YouTube Music, SoundCloud telah memberikan masyarakat pilihan dalam menikmati musik. Selain mengakses musik elektronik, dengan terbuka lebarnya akses internet, siapapun dapat belajar dan membuat karya musiknya sendiri hanya berbekal jaringan internet atau wifi. Faktanya, jumlah pengguna layanan streaming musik digital meningkat di era Pandemi Covid-19. Berdasarkan info dari *KataData*, Spotify telah menjadi penguasa pasar layanan musik digital berbayar yang mendominasi 34% pasar musik global. Bahkan pada kuartal III-2020, terdapat 320

Juta pengguna aktif Spotify atau naik 7% dibanding kuartal sebelumnya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Menurut konsultan manajemen *global McKinsey & Company*, konsumen layanan pemutaran musik di Asia telah mencapai 87 juta pada tahun 2020. Hal ini meningkat dua kali lipat dibandingkan 2015, yang hanya sekitar 47 juta orang. Sementara itu, di Indonesia juga terus mengalami peningkatan dalam hal streaming musik. Menurut riset Statista GmbH, perusahaan riset berbasis di Hamburg, Jerman, nilai pasar musik streaming di Indonesia diproyeksikan tembus hingga US\$148 juta, atau sekitar Rp2 triliun di 2020 dan masuk di peringkat ke-18 dunia (Hendra, 2020). Ketua Federasi Serikat Musisi Indonesia, Candra Darusman menjelaskan bahwa penjelasan musik saat ini sudah 97% dikuasai oleh layanan musik streaming digital. Sehingga, hanya sekitar 3% yang masih tersisa dalam pasar penjualan fisik.

Peran media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok di masa pandemi dalam mempromosikan karya musik sangat memberikan pengaruh dan dampak yang besar bagi para musisi ketika baru merilis lagu mereka. Dalam hal ini grup musik EDM Weird Genius ketika mengeluarkan karyanya yakni lagu “Lathi” di platform YouTube, hanya memanfaatkan media sosial Twitter dan Instagram dalam mempromosikan lagunya. Namun yang terjadi adalah warganet atau netizen atau masyarakat pengguna media sosial tersebut memanfaatkan lagu “Lathi” untuk melakukan gerakan kreatif dengan mengedit video-video mereka kemudian menggunakan “Lathi” sebagai backsound videonya, melakukan video reaction, membuat hastag #LathiChallenge di TikTok dan Twitter hingga “Lathi” sempat menjadi Trending di Twitter. Di paragraf sebelumnya dijelaskan bahwa kegiatan audiens tersebut sungguh luar biasa sehingga mampu menimbulkan efek Viral, yang mana aksi ini dilakukan oleh inisiatif warganet sendiri tanpa campur tangan atau suruhan dari pihak Weird Genius maupun Sara Fajira sebagai penyanyi lagu “Lathi” tersebut.

Reaksi khalayak terhadap seni tradisional yang hadir dalam video klip lagu Lathi di media sosial begitu antusias dan cenderung suportif. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mendalami Lathi dari sisi resepsi khalayak sekaligus untuk mengetahui alur pembuatan makna (*making meaning process*) yang terjadi pada

kaum millennial ketika mengonsumsi tayangan atau konten terkait seni tradisional dalam viralnya musik video “Lathi” karya Weird Genius Feat. Sara Fajira. Untuk mengetahui respon, sikap, penerimaan, pemaknaan yang dilakukan audiens dalam hal ini generasi millennial peneliti memanfaatkan analisis resepsi khalayak. Karena resepsi pesan yang dilakukan khalayak serta peranan informasi yang diterima oleh khalayak terjadi melalui medium media sosial yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari baik sebagai topik pembicaraan maupun landasan kegiatan yang dilakukan menurut topik-topik yang dibicarakan.

Resepsi adalah kegiatan ketika seseorang menerima isi suatu pesan media, lalu menimbulkan pemaknaan oleh khalayak berdasarkan identitas budaya dan sosialnya (Ida, 2014). Analisis resepsi khalayak atau audiens didasarkan pada audiens yang aktif. Audiens aktif adalah mereka yang memiliki hak untuk secara mandiri membuat dan menyalin makna dari program atau konten yang mereka tonton. Stuart Hall (1972) menggambarkan teori Encoding dan Decoding sebagai bagian dari kegiatan audiens dalam menikmati dan menciptakan pemaknaan ketika menjalani proses memperoleh atau penerimaan tayangan / isi pesan yang beredar di media massa. Melalui teori ini, peneliti menemukan reaksi, penerimaan, sikap, dan pemaknaan kaum milenial terhadap seni tradisional dalam musik video “Lathi” karya Weird Genius Feat Sara Fajira.

Teori resepsi dianggap peneliti sebagai teori yang tepat karena teori resepsi menekankan pada peran khalayak dalam menerima pesan. Pesan dalam hal ini merupakan berbagai tayangan, konten, aksi kreatif yang dilakukan warganet yang secara tidak langsung, disadari maupun tidak disadari merupakan bagian dari tindakan mempromosikan lagu Lathi. Maka dari itu peneliti mencoba memahami bagaimana khalayak yakni generasi milenial dalam penelitian ini bersikap, merespon, menerima, memahami dan memaknai pesan yang disampaikan oleh para *content creator* atau audiens lainnya di media sosial dalam tayangan atau konten terkait Lathi. Sehingga peneliti dapat mendeskripsikan bagaimana sikap, pemikiran, implementasi khalayak dalam melihat fenomena viral ini atau menerima pesan yang dikonsumsi. Analisis resepsi berfokus pada audiens, yakni generasi

millennial, sehingga peneliti dapat mengetahui dan mendeskripsikan resepsi dari fenomena viralnya lagu Lathi pada generasi millennial.

Akhirnya disebabkan oleh paragraf-paragraf sebelumnya, peneliti memilih untuk melaksanakan studi kualitatif deskriptif terkait penerimaan yang terjadi pada generasi millennial terhadap seni tradisional dalam musik video “Lathi” karya Weird Genius Feat. Sara Fajira. Dengan menggunakan metode analisis resepsi sebagai adaptasi dari model *Encoding-Decoding* yang mana dalam hal ini audiens mengkonsumsi dan menciptakan makna dalam proses memperoleh / penerimaan konten media yang dikonsumsi. Demi mengetahui posisi audiens peneliti juga akan mengkategorisasikan audiens berdasarkan tiga posisi makna / karakteristik khalayak menurut Stuart Hall. Tiga posisi tersebut diantaranya, pertama, *dominant reading*, kedua, *negotiated reading* dan *oppositional reading*.

Setelah mengetahui resepsi generasi milenial terhadap seni tradisional dalam musik video "Lathi". Peneliti juga nantinya dapat mengetahui bahwa dibalik kesuksesan populernya musik video "Lathi" atau ketika suatu karya seni musik viral hingga ke manca negara, di belakang itu semua terdapat sesuatu yang besar yang menarik perhatian banyak orang, yang mempersuasi banyak orang, langsung atau tidak langsung, sengaja atau tidak sengaja, untuk ikut mempopulerkan, menyuarakan apa yang mereka lihat utamanya secara online melalui media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: bagaimana penerimaan generasi milenial terhadap seni tradisional dalam musik video "Lathi" karya Weird Genius Feat. Sara Fajira?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian resepsi terhadap seni tradisional dalam musik video “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan penerimaan yang terbentuk pada generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft Sara Fajira.
2. Menganalisis penerimaan generasi milenial terhadap isu yang berkaitan dengan seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft Sara Fajira.

1.4 Manfaat Penelitian

Aspek Teoritis

Penelitian ini akan memberikan tautan / rujukan baru untuk membuat peneliti selanjutnya memahami penelitian terkait analisis resepsi / penerimaan yang terjadi pada generasi milenial terhadap seni tradisional dalam musik video “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan latar belakang informasi dan wawasan baru untuk penelitian selanjutnya.

Aspek Praktisi

Riset ini diharapkan membantu peneliti lainnya dari segi kontribusi pengetahuan sekaligus informasi baik kepada sutradara, penulis lirik, penggiat ekonomi kreatif khususnya dalam bidang musik dan masyarakat luas mengenai pentingnya penerimaan yang terjadi pada generasi milenial terhadap seni tradisional dalam musik video “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira. Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi para musisi pemula maupun musisi senior dalam memahami proses ketertarikan generasi millennial dalam menerima, merespon, bersikap, dan memaknai fenomena yang hadir dari adanya seni tradisional dalam musik video "Lathi" di media sosial maupun media online lainnya.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan riset, peneliti perlu mempelajari penelitian-penelitian sebelumnya, hal ini dilakukan agar peneliti memahami perbedaan, mengidentifikasi penelitian sebelumnya, sehingga dapat menghindari duplikasi dan

pengulangan seperti yang telah dibuat peneliti sebelumnya. Dalam upaya menghindari duplikasi dan kesalahan, peneliti memiliki beberapa sumber referensi yakni penelitian-penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai analisis resepsi yang berkaitan dengan fenomena viral melalui media sosial dan video klip musik. Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1.5.1.1 Pemaknaan Khalayak Terhadap Video-Video Reza Oktovian Di Jejaring Sosial YouTube

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Wahyu Rizki Waskita (2018) dan berfokus pada bagaimana audiens memaknai video Youtube Reza Oktovian. Dalam penelitiannya dapat diketahui bahwa walaupun hadir beberapa petisi dan berita yang menampilkan kekhawatiran warganet di Indonesia terhadap Reza Oktovian yang mana biasa menggunakan kata-kata kasar dan umpatan-umpatan dalam channel YouTubenya, namun sama sekali tidak menurunkan popularitasnya. Peneliti menggunakan teori resepsi Stuart Hall untuk mengetahui resepsi audiens terhadap video *gaming* Reza Oktovian di YouTube. Ini merupakan tipe penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil riset dan analisis yang dilakukan, diketahui audiens melihat momen terbaiknya dengan tampilan gambar / rekaman berkualitas tinggi. Reza Oktovian mengomentari suatu game secara spontan, ekspresif, dan tegas, Itu menunjukkan ciri khasnya yang ekspresif dan lucu sehingga dianggap menarik oleh warganet. Ulasan video sebelumnya menjadi rangkuman klip juga menjadi salah satu trik untuk audiens dapat flashback pada video Reza sebelumnya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa video klip Reza Oktovian berhasil menunjukkan citra diri Reza yang unik pada audiens sehingga penonton memiliki pandangan positif terhadap Reza Oktovian.

1.5.1.2 Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Dalam Video Klip BlackPink Ddu Du Ddu Du Pada Komunitas K-Popers Pekanbaru

Penelitian ini dilakukan oleh Ufa Erfendy (2019) berfokus pada komunitas K-Popers Pekanbaru dengan menggunakan analisis resepsi budaya populer Korea pada musik video *girlband* BlackPink dengan lagunya yang berjudul Ddu Du Ddu

Du. Diteliti dengan menggunakan metode kualitatif, pendekatan deskriptif. Menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta memanfaatkan jenis data primer dan sekunder sebagai bagian dari teknik pengumpulan data. Hasilnya menunjukkan, setiap informan memiliki penerimaan yang berbeda-beda terhadap budaya populer Korea yang pada akhirnya membuat informan terbagi menjadi dua pola pemikiran yaitu *dominant reading* dan *negotiated reading*. Alasan informan meresepsi berbeda dibedakan oleh banyak hal karena dalam proses resepsi hal-hal seperti pendidikan, jenis kelamin, usia, demografi, dan pengalaman dapat mempengaruhi subjek yang diteliti saat meresepsi suatu informasi. Dalam penelitian ini informan meresepsi budaya populer Korea dalam video BlackPink Ddu Du Ddu Du dan ditemukan bahwa budaya populer yang paling banyak diresepsi adalah musik, *make up* dan pakaian.

1.5.1.3 Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya Tentang Pesan Youtube Bangga Surabaya

Penelitian ini dilakukan oleh Aan Ardiansah (Ardiansah, 2020) yang bertujuan mengkaji reaksi, sikap, penerimaan mahasiswa di Surabaya terhadap unggahan di media sosial Youtube "Bangga Surabaya". Peneliti memanfaatkan penelitian deskriptif kualitatif yakni dengan memperoleh hasil proses observasi dan wawancara dengan partisipan / audiens yang diteliti. Hasilnya menunjukkan bahwa penonton Youtube "Bangga Surabaya" telah 'menerima' karena saluran tersebut mewakili kota Surabaya. Meski pada posisi negosiasi Surabaya kritis terhadap pesan yang disampaikan akun Youtube "Bangga Surabaya" hal itu didasarkan pada reaksi mahasiswa yang menyensor informasi yang diterima. Sedangkan pada posisi oposisi kurang diminati kaum milenial karena detail yang spesifik.

1.5.1.4 Analisis Resepsi Penonton Terhadap Popularitas Instan Video Youtube 'Keong Racun' Sinta dan Jojo

Penelitian ini merupakan jurnal yang diproduksi tahun 2013 oleh Any Suryani. Penelitian ini mengambil lokasi / setting di Universitas Semarang, dengan memilih mahasiswa jurusan ilmu komunikasi sebagai subjek yang di analisis

resepsinya. Hal ini didukung karena mahasiswa Ilkom dianggap memiliki kebutuhan dan aktivitas ilmiah dan juga merupakan bagian dari realisasi diri dalam membangun jaringan pertemanan dan informasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang memanfaatkan metode analisis resepsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi audiens terhadap video Sinta & Jojo di Youtube. Dengan menggunakan analisis teks sederhana (Semiotika) dan wawancara mendalam (Indepth Interview). Penelitian ini membagi makna menjadi 3 bagian yakni, dominant-hegemonic reading (1 partisipan), negotiated reading (2 partisipan), atau oppositional-hegemonic reading (1 partisipan). Aktivitas sosial menunjukkan bahwa video 'Keong Racun' Sinta dan Jojo di Youtube membantu menunjukkan penetrasi media baru, untuk mengembangkan bakat dan ekspresi kreatif dengan cara berbeda sehingga mendapatkan ketenaran secara positif.

1.5.1.5 Analisis Resepsi Penonton Di Youtube Terhadap Konstruksi Gender Dalam Video Musik If I Were A Boy Karya Beyonce Knowles

Penelitian ini merupakan karya Ria Avriyanty tahun 2012 yang memanfaatkan metode penelitian kualitatif analisis tekstual, kemudian penulis mengaitkan kode dan informasi dalam video musik dengan ideologi gender dan nilai-nilai patriarki dalam kehidupan. Penulis menganalisis kategori jawaban baik yang relevan dengan konteks video musik maupun masalah gender secara universal. Kemudian diklasifikasikan berdasarkan konsep Stuart Hall yaitu teori pembentukan dan pembongkaran kode (encoding-decoding). Terdapat tiga posisi penonton terhadap teks, yakni dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Kesimpulan yang didapatkan, dibandingkan dengan posisi negosiasi dan oposisi, jumlahnya adalah yang terbesar 33 dan 16 orang masing-masing. Hal ini menunjukkan sebagian besar orang yang diwawancarai setuju dengan isi musik video tersebut. Beberapa percaya bahwa konflik yang muncul didukung. Hasil aktual menunjukkan bahwa video musik ini masih melanjutkan struktur gender yang kontradiktif, terutama tentang peran laki-laki dan perempuan dalam hubungan heteroseksual. Youtube digunakan sebagai *platform* untuk membahas stereotip

gender, tidak hanya konten video klip If I Were a Boy saja tetapi juga untuk konteks yang lebih luas.

Kerangka Teori

1.5.1.6 Media Sosial Sebagai Media Baru (*New Media*)

Pasalnya, ketersediaan berbagai bentuk media baru khususnya media sosial memberikan dampak yang signifikan bagi penggunanya. Media sosial sebagai media massa dipertimbangkan ketika membuat berbagai keputusan untuk memecahkan masalah dalam keluarga, komunitas, dan negara. Sebagai sarana komunikasi, media sosial dapat menghasilkan opini dari khalayak yang sangat berpengaruh di masyarakat. Dalam hal ini sesuatu bisa menjadi sebuah tren, bisa populer, bisa ramai diperbincangkan banyak pengguna media sosial karena penggunanya yang semakin kuat dan betah dalam menikmati media sosial (Azman, 2018).

Media sosial sangat mudah digunakan untuk menyebarkan informasi oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Sehingga media sosial sebagai media massa kini digunakan oleh berbagai kepentingan. Media sosial bahkan kini telah menjadi “senjata baru” dalam banyak bidang profesi atau aspek kehidupan. Dengan adanya media sosial sebagai media massa, para calon politisi bisa melakukan kampanye politik, para dokter dan ahli gizi dapat berbagi info kesehatan, para penggiat UMKM dapat menjual produk dan jasanya, mengajar, dan masih banyak lagi hal-hal menarik dan bermanfaat yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial.

Media merupakan lingkungan yang sangat penting, terutama dalam konteks era informasi saat ini. Asumsikan bahwa organisasi media memiliki kemampuan mengatur produksi, reproduksi, dan penyebaran pengetahuan dengan cara yang berarti. Berbagai fenomena dapat memberikan makna praktis dan pengalaman hidup dapat ditransformasikan ke dalam lingkungan atau ruang publik melalui media. Ini tersedia secara gratis dan ditujukan untuk umum (Heryanto, 2010, Hal. 223).

Kedatangan *New Media* (media *online* / internet) sebagai bagian dari perkembangan teknologi utamanya di media komunikasi memberikan beragam pilihan media komunikasi yang menarik perhatian publik dan mempengaruhi visibilitas topik / informasi. Media baru juga mempengaruhi media lama (*mainstream*). Masyarakat semakin memperhatikan perkembangan internet melalui berita online, periklanan, aplikasi media *streaming*, aktivitas diskusi, *World Wide Web* (WWW), pencarian informasi, dan kemampuan bertemu, forum, pembentukan komunitas tertentu, mendengarkan lagu / musik, perdagangan online (McQuail, Teori Komunikasi Massa, 2011)

Media sosial telah diminati masyarakat untuk bertukar informasi, sifatnya yang dua arah menciptakan publik yang dapat bertukar pikiran dan menerima balasan dengan cepat. Menurut Denis McQuail (2011) karakteristik utama media baru adalah adanya konektivitas, akses oleh kelompok sasaran individu sebagai pengirim dan penerima pesan, interaktivitasnya, sebagai keterbukaan dan penggunaan yang beragam dimana-mana. *New Media* jelas sangat berbeda dengan media *mainstream*.

Kemunculan *New Media*, yakni jejaring sosial di internet telah mempengaruhi transformasi budaya dan pola interaksi masyarakat. Media baru memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dan menerima pesan, terlepas dari jarak dan waktu. Menggunakan media sosial sebagai ruang berbagi cerita secara online, menurut Dennis McQuail (2011) dapat memberikan keunggulan dibandingkan media *mainstream*, alasannya karena:

1. *Interactivity* adalah kemampuan untuk memiliki sikap interaktif yang hampir sama dengan keterampilan antarpersonal.
2. *Social Presence (Sociability)* adalah adanya faktor keramahan yang memainkan peran penting dalam membangun hubungan pribadi dengan peserta komunikasi lainnya.
3. *Media Richness* adalah ketika multimedia dapat bertindak sebagai jembatan ketika ada perbedaan dalam sistem koordinat, mampu mengurangi ambiguitas, memberikan sinyal, lebih sensitif dan personal.

4. *Autonomy* adalah ketika media baru memungkinkan pengguna untuk mengelola konten dan penggunaannya dengan lebih bebas. Berkat media baru, pengguna dapat menjadi independen dari sumber komunikasi.

5. *Playfulness* adalah media baru bermanfaat sebagai kesenangan dan kebahagiaan bagi pengguna.

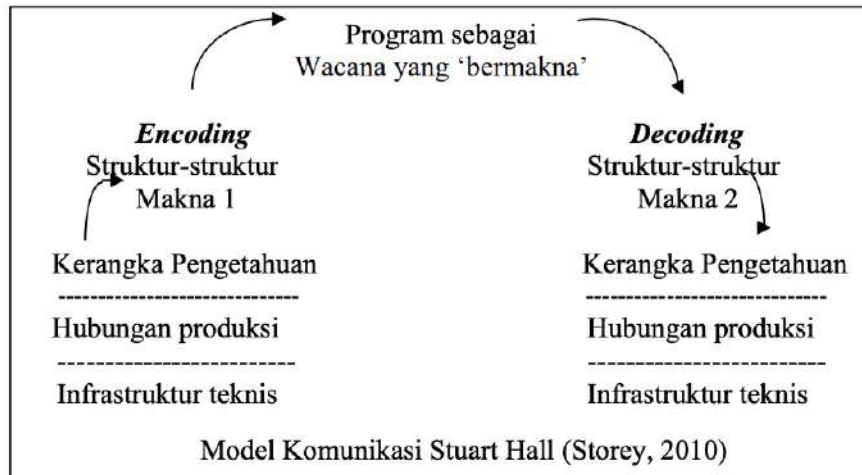
6. *Privacy* adalah ketika peserta komunikasi dapat menggunakan fasilitas media dan sesuai kebutuhan.

7. *Personalization* yakni isi dan penggunaan informasi dalam berkomunikasi.

1.5.1.7 Teori Encoding dan Decoding Stuart Hall

Teori Encoding dan Decoding Stuart Hall memperlakukan setiap pesan atau makna sebagai rangkaian peristiwa primitif yang ada dalam ideologi. Menurut Hall, proses ini telah melalui tiga titik yang berbeda, yaitu encoding, decoding, serta interpretasi, serta kemampuan untuk memahami inti dari analisis resepsi khalayak. Model teoritis ini menekankan pada interpretasi informasi dari khalayak (Storey, 2006) Menurut Hall siklus pemaknaan dalam televisi ada 3 perspektif. Kondisi cara keberadaan dan modalitasnya spesifik. Para profesional media awalnya menafsirkan wacana TV sebagai fakta yang kejam, di mana banyak pandangan dunia (ideologi) yang berkuasa (Storey, 2006, Hal. 13).

Berdasarkan buku karya John Storey (2010), Hall menggambarkan tipe komunikasi televisi seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.1 Model Komunikasi Stuart Hall (Storey, 2010)

Pertama-tama adalah proses pembuatan informasi, dalam hal ini konten di TV. Salah satu alasan utama untuk memulai produksi adalah terkait kepentingan berbagai instansi dan atau permintaan pasar untuk transmisi program televisi baru. Alur kegiatan ini dilaksanakan oleh beberapa agensi media yang terintegrasi ke dalam sistem TV. Pada bagian ini, pengirim pesan memperhitungkan dan menyeleksi nilai, ide, dan fenomena sosial yang akan ditayangkan ke dalam program. Siklus distribusi nilai dimulai, dan Hall menyatakan aturan yang membatasi proses ini.

“[The moment of media production] is framed throughout by meanings and ideas: knowledge is use concerning the routines of production, historically defined technical skills, professional ideologies, institutional knowledge, definitions, and assumptions, assumptions about the audience and so on frame the constitution of the programme through this production structure” (Storey, 2006, Hal. 10).

Atas paragraf sebelumnya, diketahui bahwa proses pembuatan di awal bersifat diskursif atau terbatas pada pengertian tertentu. Faktor pembatas terdiri dari faktor dalam dan luar. Faktor internal meliputi persepsi produsen sebagai bentuk penerapan ideologi, fenomena sosial menjadi semacam citra atau kerangka yang diharapkan dapat membentuk kesan sehingga dapat diterima. Oleh karena itu infrastruktur (teknis), ruang, dan kemampuan serta kreativitas masyarakat dan proses produksi juga sangat penting dan padat. Keberadaan kelompok sasaran juga

dipandang sebagai faktor eksternal. Karena keterbatasan ini, proses produksi televisi berbeda satu sama lain. Akhirnya, terbentuk kode dari fenomena dalam pesan atau struktur yang disebut *meaning structure I* atau struktur makna 1. Dengan demikian, struktur makna pada tahap ini didominasi dan dimaknai, dari sisi produsen sebagai pengirim pesan dan pencipta pesan.

Tahap selanjutnya adalah *delivery*, yaitu penyampaian pesan yang telah diubah menjadi program / tayangan. Program tersebut merupakan implementasi dari ide-ide yang telah disusun sebelumnya. Lingkungan media seperti ini memungkinkan pemirsa untuk mengakses interpretasi pesan yang dikirim. Tetapi penonton tidak akan menerima struktur makna 1 dari produsen atau sender secara langsung melainkan melalui siaran TV. Pada tahap ini keberadaan pengirim pesan sudah tidak terlihat lagi, karena bahasa dan visualisasi telah menjadi elemen yang sangat utama dalam komunikasi. Akhirnya, ketika informasi ditayangkan, interpretasi individu terhadap isinya dapat menjadi bervariasi sehingga sangat bergantung pada pengetahuan dan pengalaman penonton sebagai penerima informasi / pesan.

Tahap terakhir adalah ketika pemirsa mencoba menafsirkan konten program, mendekomposisi kode program yang mereka tonton. Mirip dengan proses pembuatan di awal, proses penguraian kode ini juga melibatkan banyak proses dan tergantung pada latar belakang dan pendidikan audiens. Misalnya, ketika orang-orang menonton film yang sama, mereka mungkin memiliki pandangan yang berbeda pada film tersebut. Hal ini disebut oleh Hall sebagai *meaning structure II* atau struktur makna 2. Yakni pesan berhasil ditangkap dari pandangan penonton itu sendiri. Kenyataannya, ketika informasi berhasil ditangkap maka itu dianggap sebagai bagian dari proses reproduksi produksi. Dengan kata lain proses produksi yang dimulai dari visualisasi nilai kehidupan sosial juga diproduksi dalam kehidupan makna sosial pula. Berlawanan dengan konsep linier satu arah, sirkulasi makna menurut Hall disebut sebagai rantai komunikasi. Karena proses awal membuat sampai mendistribusikan pesan merupakan sebuah siklus komunikasi.

1.5.1.8 Analisis Resepsi Khalayak

Resepsi atau penerimaan audiens membahas tentang proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dialami audiens ketika menikmati program / tayangan film, video klip, serial film di televisi, dan program lainnya. Analisis resepsi dimanfaatkan untuk mengamati dan memahami reaksi, penerimaan, sikap, dan makna khalayak atau penonton terhadap suatu tayangan / program misalnya dari media sosial, karya sastra, media audio visual, media online, majalah, dan lain-lain. Memproduksi dan mereproduksi makna konten informasi yang ada di dalam suatu tayangan seperti film, video klip, lagu, drama, cerita novel, dan lain-lain merupakan konsep dasar khalayak aktif yang paling utama. (Ida, 2014, Hal. 161)

Teori resepsi pertama kali dikemukakan oleh Stuart Hall, dan sering dikombinasikan dengan analisis resepsi terhadap audiens. Stuart Hall memandang resepsi pada penonton / khalayak sebagai adaptasi dari model *Encoding-Decoding*, model komunikasi yang ditemukannya tahun 1973. Stuart Hall mengemukakan pandangan bahwa khalayak dapat berperan aktif dalam menguraikan informasi (*Decoding*) dan mengubah informasi melalui tindakan kolektif.

Teori *Encoding* dan *Decoding* adalah proses dimana pemirsa mengkonsumsi dan menciptakan makna dengan memperoleh konten dari media yang mereka konsumsi. Berbagai metode ekstraksi data dapat digunakan untuk penelitian analisis resepsi. Pertama, melakukan wawancara mendalam (*Indepth Interview*), Kedua, diskusi kelompok (*Focus Group Discussion*) dan ketiga observasi partisipan dalam etnografi antropologi (Ida, 2014, Hal. 162).

Berdasarkan penerapan proses *Encoding-Decoding* yang dijelaskan oleh Stuart Hall, audiens tidak selalu mengonsumsi nilai / makna yang diciptakan oleh produser (*Encoding*), karena informasi yang dibuat dapat ditafsirkan dengan cara yang berbeda. Teks media bersifat ambigu, atau memiliki banyak kemungkinan makna. Teori penerimaan Stuart Hall mengklasifikasikan posisi makna terhadap audiens. Analisis resepsi dibagi menjadi tiga aspek yaitu *dominant reading*, *oppositional reading* atau *negotiated reading*.

1. *The Dominant*, yaitu khalayak menerima, menyetujui makna yang diinginkan, tanpa menolaknya. Khalayak memahami isi informasi apa adanya. Pada

posisi ini, audiens akan menghasilkan pesan yang sama persis seperti ketika pesan tersebut dibuat oleh produser (mendominasi proses *encoding / decoding* dominan)

2. *The Negotiated*, posisi ini dimulai dari campuran elemen adaptif dan selektif. Khalayak akan mengakui kebenaran, karena terpengaruh dari makna dan informasi yang audiens terima. Audiens dapat mempersepsikan kode dominan dalam teks sebagai abstraksi inklusif (keseluruhan). Audiens memiliki sudut pandang / pemikiran sendiri dalam posisi *negotiated*. Audiens akan mengkolaborasikan hasil interpretasi dan pengalaman sosial tertentu yang pernah mereka alami. Pada saat yang sama, audiens menolaknya dan memilih mana yang cocok dan tidak cocok sesuai dalam konteks sempit (lokal). Sehingga disini penonton tidak akan menerima informasi yang ada begitu saja / secara mentah-mentah.

3. *The Oppositional*, yaitu audiens memahami makna tersembunyi dari produk media yang mereka konsumsi, tetapi menentangnya dengan menolak atau menjelaskan penyampaian informasi / pesan dengan cara yang berbeda, yang dianggap sebagai tautan alternatif yang lebih tepat dan argumentasi yang lebih relevan.

1.5.1.9 Video Klip Musik

Fenomena masyarakat modern, terutama pada perubahan pola perilaku anak muda yang menganggap teknologi internet sebagai kebutuhan sehari-hari, mereka telah menciptakan peluang untuk terbentuknya budaya baru. Salah satunya adalah budaya mendengarkan musik secara bebas dan gratis di internet. Pembuatan video klip untuk melengkapi gerak karya seni musik semakin hari semakin meningkat. Peminatan masyarakat modern yang besar terhadap video klip musik berdampak pada dimunculkannya beragam kategori baru pada panggung penghargaan musik di dunia. Menurut website F. Galeri, video klip adalah cuplikan visual dengan atau tanpa efek tertentu dan disesuaikan dengan ritme, nada, teks, lirik, instrumen dan penampilan band untuk menampilkan dan menjual produk lagu, yang seharusnya diketahui publik (Galeri, 2011). Pengeditan video pada dasarnya merupakan alat bagi para produser musik untuk mempromosikan dan menjual

produknya memanfaatkan media massa modern. Medium media massa modern yang digunakan oleh Weird Genius dalam mempromosikan video klip “Lathi” salah satunya adalah YouTube.

Selama proses pengembangan, gambar diam atau foto disajikan adegan atau konsep *storyboard*, kemudian disajikan sebagai video musik dengan adegan film yang unik, naratif, dan memukau. Perkembangan internet, teknologi, alat perekam dan metode penyuntingan video terbaru memudahkan menciptakan karya bagi para artis bidang musik. Berbagai tren yang menginspirasi setiap negara untuk bersaing dengan ciri khasnya sendiri dalam penciptaan karya musik sehingga semakin menciptakan kesan yang lebih nyata dan penting pengalaman musik itu sendiri.

Manfaat pembuatan video klip oleh musisi memberikan kesempatan kepada musisi lainnya untuk mengeksplorasi diri, menciptakan identitas sendiri, bahkan mengejar misi atau ideologi tertentu. Dengan menggunakan referensi budaya, fashion, dan gaya dalam sebuah media (video musik) bagi masyarakat, musik dapat menjadi sarana komunikasi di ruang publik. Hal tersebut memungkinkan jenis karya seni musik yang digandrungi anak muda menjadi kekuatan dalam masyarakat atau suatu kelompok tertentu. Tidak dapat disangkal bahwa banyak karya musik yang terbuat dari suara-suara pinggiran sebagai bentuk perlawanan (*resistensi*), cara mengungkapkan kemarahan, cara mengungkapkan kesedihan, cara mengungkapkan kegembiraan dan lain-lain. Konser musik musik serta medium yang mendampinginya seperti aplikasi *streaming* musik, televisi, radio, video musik, film dapat menjadi ajang mencari perhatian ketika misalnya terjadi permasalahan ketidakadilan dimana terdapat dominasi salah satu pihak terhadap pihak lain, hal ini menimbulkan perlawanan. Hal tersebut memberikan ruang sebagai media untuk menyampaikan pendapat, menyebarkan kesadaran dan mengungkapkan perasaan yang tertuang dalam suatu lagu dan video klip.

1.6 Metodologi Penelitian

Pendekatan dan Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif disebut juga penelitian naturalistik, karena tidak menggunakan alat ukur apapun, situasi penelitiannya "alami" atau wajar, tidak ada peraturan untuk manipulasi, eksperimentasi, dan pengujian. Alat terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti yang terjun langsung ke lapangan, mencoba mengumpulkan informasi secara mandiri melalui wawancara dan menelaah masalah yang ada di masyarakat (Nasution, 2003).

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk memahami setiap audiens yang menjadi subjek penelitian dan menekankan pada persepsi dan pendapatnya. Peneliti menilai bahwa pendekatan kualitatif dalam penelitian ini tepat digunakan untuk menggali secara mendalam bagaimana persepsi audiens mengenai penerimaan yang terjadi pada generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik "Lathi" karya Weird Genius Feat. Sara Fajira.

Tipe Penelitian

Riset ini memanfaatkan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif merupakan riset yang memiliki maksud untuk menggambarkan secara objektif serangkaian gejala atau peristiwa dalam suatu populasi. Dalam hal ini peneliti akan berfokus untuk mendeskripsikan, memaknai, memahami penerimaan dari generasi milenial terhadap video musik "Lathi". Tujuan riset deskriptif adalah menguraikan dengan cermat ciri-ciri gejala atau hal-hal yang ditanyakan dalam penelitian. Hasil penelitian berasal dari studi literatur, laporan penelitian yang bertemakan mirip dengan penelitian ini, atau dari hasil penelitian eksploratif. Kemudian peneliti dapat menggambarkan secara jelas dan rinci isi, siapa, waktu, tempat, metode, dan penyebab gejala (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018, Hal, 88-89).

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara untuk mendapatkan data sesuai keinginan dan kebutuhan. Dengan memanfaatkan metode wawancara mendalam

pada riset ini, peneliti dengan memanfaatkan Analisis Resepsi Stuart Hall atau memanfaatkan tipe penelitian pemaknaan khalayak oleh generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis penerimaan / resepsi.

Metode penelitian analisis resepsi merupakan metode untuk memahami bagaimana khalayak melihat dan menafsirkan inti sari dari teks media berdasarkan pengalaman mereka dan apa yang mereka lihat dalam kehidupan sehari-hari (Hadi, 2008). Menurut Stuart Hall (1980), terdapat tiga posisi makna terhadap audiens, yaitu: posisi hegemoni dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi, (Hall, 2011, Hal. 51-61). Dengan memanfaatkan tiga kemungkinan posisi tersebut, peneliti akan mencari makna, konsep, karakteristik atas penerimaan generasi milenial terhadap video musik "Lathi".

Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau informan pada riset ini dipilih melalui proses pengambilan sample yang disengaja, yang melibatkan individu-individu yang dipilih menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Hal ini disebut sebagai teknik *purposive sampling* (Arikunto, 2011: 156). Subjek dalam penelitian ini adalah audiens perempuan dan laki-laki khususnya generasi milenial yang mana berperan sebagai informan dalam wawancara mendalam.

Generasi milenial pada penelitian ini adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1980 - 2000 dan saat ini tahun 2022 berusia sekitar 22-42 tahun. Informan juga termasuk kalangan penggemar musik EDM (*Electronic Dance Music*). Alasan peneliti memilih generasi milenial sebagai informan dalam penelitian ini adalah karena generasi milenial merupakan penggemar terbanyak dari genre musik EDM. Kecenderungannya, musik genre EDM tidak dikombinasikan dengan musik tradisional, sehingga peneliti ingin melihat bagaimana generasi milenial yang mana telah terbiasa mendengarkan musik genre EDM, kini mendengarkan musik genre EDM dengan perpaduan musik tradisional, ditambah dengan adanya penampilan visual seni tradisional dalam video musik Lathi.

Peneliti mengambil lima informan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Informan yang terpilih pada riset ini diatur dari faktor yang mempengaruhi pemaknaan informasi di media seperti budaya, kepercayaan, etnis, pendidikan, pengalaman, usia, dan jenis kelamin. Identifikasi generasi milenial juga dibatasi kepada penggemar musik EDM (*Electronic Dance Music*) yang sudah pernah ke *club* malam.

Peneliti memilih lima informan dari kota yang berbeda-beda yakni, Makassar, Jakarta, Denpasar, Maumere, dan Surabaya. Kelima informan juga terbagi dari suku Bali, suku Bugis, suku Jawa, dan suku Betawi. Informan Krisna beragama Hindu, Abigail beragama Kristen Protestan, Sandy, Muslimin, dan Andriyan beragama Islam. Keberagaman etnisitas, budaya, pendidikan, lingkungan para informan menjadi penting untuk peneliti teliti karena nantinya akan berkaitan dengan hasil pemaknaan yang dimaknai informan dari tayangan terkait seni tradisional dalam musik video Lathi.

Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan terkecil pada penelitian, yang mana berupa narasi-narasi kualitatif atau transkrip wawancara dan hasil wawancara mendalam dari lima informan yang telah peneliti pilih untuk mengetahui bagaimana penerimaan generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira.

Teknik Pengumpulan Data

1.6.1.1 Data Primer

Data primer adalah suatu data yang didapat langsung dari subjek atau objek terkait fenomena yang diteliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah lima informan generasi milenial usia 22-42 tahun. Yang masing-masing memiliki keberagaman etnis, budaya, pendidikan, kepercayaan dan identitas. Kelima informan merupakan penggemar musik genre EDM, kelima infroman juga sudah pernah masuk ke *club* malam. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah musik video Lathi karya Weird Genius Feat. Sara Fajira.

Alasan peneliti memilih generasi milenial sebagai subjek penelitian adalah karena generasi milenial adalah penggemar musik EDM terbesar. Kecenderungannya, musik EDM tidak dikombinasikan dengan musik dan seni tradisional. Dalam musik video Lathi, berbeda. Weird Genius dengan berani mengkombinasikan musik tradisional gamelan dengan musik modern EDM serta menampilkan penampilan seni tradisional dalam video musik Lathi. Hal tersebut menjadi alasan peneliti ingin melihat bagaimana generasi milenial yang terbiasa hanya mendengarkan musik EDM saja, kini menikmati musik EDM dengan perpaduan musik tradisional dan seni tradisional Indonesia dalam video klip Lathi.

Cara mengumpulkan data primer dikerjakan melalui wawancara mendalam atau *in-depth interview*. Wawancara mendalam menjadi salah satu upaya / metode yang dimanfaatkan untuk memperjelas sikap, motivasi, persepsi dan keyakinan individu atau dalam penelitian ini yakni generasi milenial terhadap musik video klip “Lathi”. Penerimaan audiens yang berkaitan dengan video musik klip “Lathi” melalui media sosial sebagai objek dalam penelitian ini akan dimaknai dan diperdalam peneliti melalui wawancara mendalam atau *in-depth interview*.

In-depth interview adalah salah satu teknik penelitian kualitatif dimana responden atau kelompok responden mempertanyakan hal-hal yang mendorong responden untuk lebih terbuka secara bebas. Peneliti dapat mengetahui alasan dan pendapat yang sebenarnya dari responden. Informan diminta untuk menceritakan ulang mengenai teks yang telah berhasil dikonsumsi (Tunshorin, 2016, Hal.74). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam (Sugiyono, 2016, Hal.317)

Tipe pertanyaan yang digunakan dalam penelitian berfokus pada bagaimana penerimaan informan generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira. Pada penelitian ini informan memiliki kewajiban untuk menceritakan ulang mengenai teks / informasi terkait "Lathi" yang telah dinikmatinya.

Pada tahap wawancara, peneliti menggunakan alat bantu seperti *recorder* handphone, kamera *handphone* untuk mengambil gambar dan video, serta material

lain di lokasi yang mampu membantu pelaksanaan wawancara menjadi jelas, lancar dan nyaman.

1.6.1.2 Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai data pendukung pada penelitian. Data sekunder didapat dari pihak tangan kedua, misalnya internet dan studi pustaka. Data sekunder dikumpulkan dengan memperolehnya dari jurnal sebagai referensi dan teori pendukung dalam melakukan analisis terhadap bagaimana penerimaan generasi milenial terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sara Fajira. Selain itu peneliti juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, dan Tik Tok untuk mendukung analisis terhadap data yang diperoleh mengenai penerimaan audiens terhadap seni tradisional dalam musik video Lathi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti merujuk pada teori yang dikemukakan Stuart Hall, yaitu analisis penerimaan *Encoding-Decoding*. Peneliti berfokus pada *decoding* generasi milenial dari persepsi, penerimaan, dan pemaknaan atau interpretasinya terhadap seni tradisional dalam video musik “Lathi” karya Weird Genius Ft. Sarah Fajira. Teknik analisis dan interpretasi data dibagi menjadi tiga posisi makna yaitu *Dominant Reading*, *Negotiated Reading*, dan *Oppositional Reading*. Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti terlebih dahulu membuat transkrip hasil wawancara. Peneliti menuliskan semua hasil wawancara ke dalam bentuk teks. Kemudian, peneliti mengorganisasikan data sesuai sumber yang diperoleh (seperti transkrip). Dari hasil wawancara hingga data konfirmasi yang relevan dengan sumber lain, seperti buku, majalah, jurnal, berita, maupun data visual terkait musik video “Lathi” serta konten media sosial terkait "Lathi". Peneliti akan kembali melihat integritas data, petunjuk pendukung, dan garis besar dari data yang diterima berdasarkan hasil wawancara.

Peneliti kemudian mengidentifikasi hasil / data yang diperoleh. Peneliti menggunakan hasil tersebut untuk mengklasifikasikan, mengatur,

mengidentifikasi, mengkategorikan jawaban yang diterima dari informan. Peneliti melakukan identifikasi untuk memudahkan analisis dan interpretasi data. Setelah peneliti menerima uraian rinci, maka hasil analisis data dapat ditentukan. Data yang dianalisis merupakan data yang spesifik dan detail terkait rumusan masalah yang diteliti.

Pada tahap analisis data, peneliti menginterpretasikan data, menjelaskan hasil dan hubungannya dengan latar belakang masalah, sehingga dapat menjawab rumusan masalah. Peneliti juga akan menjelaskan data yang membentuk posisi makna atau kategorisasi khalayak apakah masuk *dominant reading*, *oppositional reading* atau *negotiated reading* dari analisis dan interpretasi menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Terakhir pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dan membuat rekomendasi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.