

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak dahulu, keberadaan musik merupakan salah satu elemen menarik yang lekat dengan kehidupan manusia. Musik merupakan suatu hasil karya seni, dideskripsikan oleh Jamalus (1988:1) sebagai kesatuan bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur pokok musik yaitu irama, melodi, harmoni, dan bentuk struktur lagu serta ekspresi. Seiring dengan perkembangan zaman, musik telah lahir dan berkembang menjadi berbagai macam jenis atau *genre*, salah satunya adalah rap.

Mendengar kata rap, tidak sedikit orang yang mengkaitkan istilah tersebut dengan hip hop. Perlu diketahui bagaimana asal usul hip hop agar dapat memahami apa itu hip hop maupun musik rap. Hip hop sendiri, pada awalnya terbentuk sebagai sebuah subkultur. Dick Hebdige dalam bukunya *Subculture: The Meaning of Style* (1979), mendefinisikan subkultur sebagai bentuk perlawanan terhadap kebiasaan yang sudah ada. Perlawanan tersebut, maksudnya adalah perilaku atau nilai kepercayaan dari sekelompok orang yang berbeda dengan arus utama kebudayaan induk mereka.

Pada tahun 1970-an, lahir sebuah pergerakan seni di daerah selatan Bronx, New York, Amerika. Golongan pemuda Afro-Amerika dan Latin yang terpinggirkan akibat deindustrialisasi dan pembaharuan kota pada saat itu mencoba mengekspresikan pemberontakan mereka melalui rangkaian gerak tari, lantunan musik, dan seni graffiti. Rangkaian aktifitas tersebut mencoba

mengkritik standar sosial masyarakat yang dominan, yakni isu tentang diskriminasi serta perbedaan ras antara kulit putih terhadap kulit hitam. Kegiatan-kegiatan tersebut kemudian dikenal sebagai bagian dari kultur hip hop. Sosok pionirnya yang mempengaruhi perkembangannya adalah Pete Dj Jones, Grandmaster Flash, Dj Kool Herc dan Afrika Bambaataa, dan Kurtis Blow (Rustiana & Muhni, 2004:571).

Hip hop seringkali disamakan dengan musik rap, namun sesungguhnya terminologi keduanya berbeda. Hip hop memiliki 5 elemen artistik sebagai pembentuknya secara keseluruhan, diantaranya adalah; (1) *DJ-ing* dan *turntabalism*, yakni kemampuan dalam memainkan, mengolah, atau memanipulasi baik suara maupun rekaman musik secara kreatif (2) penyampaian serta lirisisme melalui teknik vokal *rapping* atau *MC-ing*, (3) *breakdance* dan bentuk tarian hip hop lainnya, (4) seni grafiti dan tulisan pada dinding, serta (5) sistem pengetahuan yang menyatukan semuanya, yakni merujuk pada estetika, sosial, intelektual, dan identitas politik, keyakinan, perilaku serta nilai-nilai yang dihasilkan dan dianut oleh anggotanya, yang umumnya memikirkan hip hop sebagai identitas, pandangan dunia, dan jalan hidup (Marcyliena Morgan dan Dionne Bennett, 2009:177).

Pada dasarnya, hip hop mengacu pada musik, seni, media, serta gerakan budaya dan komunikasi. Hal ini dibedakan dari istilah rap karena cakupan kultur hip hop itu luas, dan rap/*rapping* adalah teknik vokal yang menjadi salah satu bagiannya. Musik rap sendiri dapat dikenali sebagai salah satu jenis musik dimana pembawanya disebut sebagai MC (*Master of Ceremony*). Sang MC atau *rapper*,

bernyanyi menggunakan menggunakan teknik vokal yang mengucapkan lirik-lirik dalam rima dan tempo cepat, serta diiringi oleh musik ritmis yang dibawakan oleh DJ (*Disk Jockey*).

Rap juga adalah unsur pendukung hip hop yang paling terlihat sehingga mewakili subkultur tersebut di benak sebagian besar orang (James Flint dan Benjamin Olson, 2021). Berkat kemajuan media dan teknologi, musik rap berhasil dipasarkan dan menjadi populer. Raymond William dalam Storey (1983: 237) mendefinisikan ciri populer yang mana; “banyak disukai orang”, “jenis kerja rendahan”, “karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang”, dan “budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri”. Rap yang awalnya merupakan produk dari *American black culture* pun mulai dikenal, disukai, serta dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Pengaruh rap sebagai seni dan bagian dari budaya hip hop tidak hanya mencakup dunia musik, namun juga mampu menjadi sebuah *trend*, mempengaruhi *fashion* dan bahkan industri *entertainment* itu sendiri. Contohnya adalah Evil Line Records¹ yang telah membuat suatu *project* bernama Hypnosis Mic. Hypnosis Mic atau dapat disingkat sebagai *Hipumai* (ヒプマイ) merupakan *project mixmedia* yang berbasis karakter. *Project* tersebut memproduksi berbagai konten yang mengusung tema rap *battle* dan nilai hip hop melalui berbagai pendekatan budaya populer Jepang.

Mizuki Ito (2006) menggunakan istilah *mixmedia* (*mixed media*) untuk menjelaskan tautan media yang berbasis karakter. Dalam strategi pemasaran di

¹ Salah satu sub-label dibawah naungan King Records, yakni perusahaan industri rekaman ternama dari Jepang.

Jepang, konsep penggunaan media satu dan yang lainnya memiliki hubungan yang lebih terintegrasi dan sinergis. Serial populer, akan didistribusikan ke berbagai media yang berbeda-beda. Masing-masing, merupakan fragmen penting yang jika digabungkan, maka *audience* akan mendapatkan informasi keseluruhan mengenai serial tersebut. Sehingga, *project* Hipumai juga mengaplikasikan hal serupa ke dalam musik, seri audio drama CD, komikalisasi, adaptasi *anime*, *video game* dan *stage play*.

Keseluruhan *project* Hypnosis Mic melibatkan kolaborasi antara musik rap, karakter 2 dimensi, para pengisi suara (*seiyū*) dan *hip hop artist* dalam produksinya. Hal tersebut diperjelas oleh Kimura Subaru² dalam sebuah *interview* sebagai berikut:

「ヒプマイでは、2 次元のキャラクターがラップバトルを繰り広げる。ラップには人気声優が声を当て、その作詞・作曲は人気ラッパーやトラックメイカーが担当。いわゆる「アニメ好き」だけの人気ではなく、音楽としての魅力も大きい。双方のファンを取り込み、ラップ人気の裾野を広げた。」

Hipumai de wa, nijigen kyarakutā ga rappu batoru wo kurihirogeru. Rappu ni wa ninki seiyū ga koe wo ate, sono sakushi, sakkyoku wa ninki rappā ya torakku meikā ga tantou. Iwayuru “animezuki” dake no ninki de wa naku, ongaku toshite no miryoku mo ookii. Souhou no fan wo torikomi, rappu ninki no susono wo hirogeta.

Dalam Hipumai, rap battle dibawakan oleh karakter 2 dimensi. Rapnya sendiri dinyanyikan oleh voice actor. Sedangkan lirik dan lagunya, diciptakan oleh rapper dan track maker terkenal. Dengan kata lain, daya tarik Hipumai tidak hanya terkenal di kalangan “pecinta anime” saja, namun juga menarik minat kalangan penikmat musik. Sehingga kepopuleran musik rap dapat melebar dengan merangkul kedua fans tersebut.

(<https://news.yahoo.co.jp/articles/10051636ec150c8febbb513a3c148c16546d6051>)

² Seorang actor, *seiyū*, penyanyi dan juga rapper. Ia adalah *seiyū* Yamada Ichiro, salah satu *main character* dalam *project* Hipumai.

Dengan mengusung konsep rap *battle*, produk utama Hipumai adalah serial Album CD yang terdiri dari musik dan audio drama. Lagunya dibuat dan ditulis oleh Hip hop *artist* ternama di Jepang, namun dibawakan oleh MC fiktif yang divisualisasikan sebagai karakter pria bergaya *Anime* (situs resmi Hypnosis Mic, <https://hypnosismic.com>). Meski dikatakan sebagai *project* berbasis karakter, peran *seiyū* sangatlah besar, mengingat bahwa MC fiktif tersebut tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya sosok yang menyuarakannya. Saat membawakan rap dalam musik ataupun tampil pada *live concert*, para *seiyū* tersebutlah yang berperan aktif untuk merepresentasikan karakternya.

Pada sebuah angket yang membahas mengenai *ranking* popularitas *idol group* pria di Jepang. disebutkan bahwa Hipumai populer di kalangan perempuan muda Jepang. Angket tersebut diselenggarakan oleh platform LINE *research* dengan 570.000 partisipan pada bulan September 2020.

Pada bagian yang berjudul 「男女年代別」 ランキング TOP10 *danjou nendai betsu rankingu TOP 10* (10 peringkat teratas “berdasarkan jenis keelamin”) tersebut, tercatat bahwa Hypnosis Mic mendapat kategori perhatian khusus, dengan peringkat kedua setelah Arashi di kalangan wanita usia 10-20 tahun dan peringkat kelima di kalangan lelaki usia 10-20 tahun.

Gambar 1.1: Top 10 *ranking idol group* pria di kalangan wanita dan pria muda pada rentang usia remaja.

【男女年代別】ランキング TOP10

順位	男性10代		順位	女性10代	
1	嵐	20.6%	1	嵐	15.0%
2	TOKIO	3.7%	2	ヒプノシスマイク	5.6%
3	BTS (防弾少年団)	2.6%	3	BTS (防弾少年団)	5.4%
3	JSB3 ※注	2.6%	4	King & Prince	4.4%
5	ヒプノシスマイク	2.0%	5	あんさんぶるスターズ!	3.1%
5	関ジャニ∞	2.0%	6	Hey! Say! JUMP	2.9%
7	V6	1.6%	7	Snow Man	2.8%
8	EXILE	1.4%	8	SEVENTEEN	2.4%
9	King & Prince	1.1%	8	ジャニーズWEST	2.4%
10	BIGBANG	1.1%	10	SixTONES	2.1%

(n=1230)

(n=2387)

Sumber: <https://research-platform.line.me/archives/36234258.html>

Lalu, pada angket tersebut juga dijelaskan lebih lanjut, bahwa kepopuleran Hipumai tidak hanya dikarenakan oleh musiknya, namun juga karena keunikan sudut pandang dalam dunianya, yakni cerita yang dibuat berdasarkan konsep *rap battle* berbasis karakter yang dikolaborasikan dengan seni *acting voice*.

声優×ラップという今まで交わることのなかったふたつのジャンルを融合させた新感覚プロジェクトで注目を集めている「ヒプノシスマイク」。通称「ヒプマイ」で親しまれ、年代別ランキングでも10代女性2位という人気グループです。ファン層は、女性の割合が約6割と高く、若年層の10、20代のファンが多く約6割を占めています。

Seiyū x Rappu to iu ima made kawaru koto no nakatta futatsu no janru wo yūgou saseta shinkankau purojekuto de chūmoku wo atsumeteiru "hipunosisu maiku". Tsūshou "hipumai" de shitashimare, nendai betsu rankingu de mo jūdai josei ni-ichi to iu ninki gurūpu desu. Fan sou wa, josei no wariai ga yaku roku wari to takaku, jakunen no jū, nijūdai no fan ga ōku yaku roku wari wo shimeteimasu.

Hypnosis Mic telah menarik perhatian masyarakat sebagai project yang memberikan sensasi baru dengan menggabungkan dua genre berbeda, yakni seiyū dan rap yang tidak pernah bersinggungan sebelumnya. Grup populer ini dikenal sebagai "Hipumai" yang berhasil menempati

peringkat kedua di antara wanita remaja berdasarkan kelompok usianya. Sedangkan untuk basis penggemar, persentase tertinggi adalah wanita yakni sebesar 60%, dengan mayoritas penggemar muda di usia remaja dan 20-an yang mencapai sekitar 60%.

(<https://research-platform.line.me/archives/36234258.html>)

Bila melihat kultur hip hop dan *otaku*, keduanya adalah bentuk budaya yang berbeda. Pengaruh masing-masing kultur dalam berbagai aspek seperti fashion, musik dan penggemarnya sendiri memang memiliki imej berbeda. Misalnya, musik rap yang berasal dari Amerika ini sering kali dikaitkan dengan kekerasan, terkesan kasar atau memiliki citra yang brutal dan seram. Sedangkan budaya *otaku* sendiri, terkenal dengan imej penggemarnya yang maniak atau mendedikasikan dirinya pada budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime* dan sebagainya. Tidak heran jika pada angket tersebut, rap dan *seiyu* yang merupakan bagian dari budaya *otaku* dikatakan tidak pernah bersinggungan sebelumnya.

Oleh sebab itu, Kolaborasi antara musik rap sebagai bagian dari kultur hip hop dengan budaya *otaku*, dinilai mampu memberikan audiens pengalaman baru dan unik. Baik itu bagi audiens sebagai penikmat musik, maupun audiens sebagai penimat budaya *otaku*. Khususnya bagi audiens yang awam dengan musik rap, Hipumai dapat mengajak mereka untuk memahami lebih dalam tentang musik rap melalui dunia visual dan vokal.

Setelah terbiasa dengan musik rap dalam Hypnosis Mic, penggemar awam diharapkan dapat lebih terbuka terhadap rap maupun kultur hip hop. Dengan demikian, secara tidak langsung Hipumai dapat melebarkan peluang bagi musik rap di Jepang untuk mendapatkan perhatian dari audiens baru melalui kontennya, yang diadaptasikan dalam bentuk hiburan yang disukai oleh penggemar *otaku*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang perkembangan budaya populer Jepang, khususnya tentang genre rap yang dibawakan oleh *project* Hypnosis Mic melalui pendekatan *otaku*. Dalam hal ini, penulis memilih *project* musik tersebut dikarenakan konsepnya yang membawakan musik rap melalui cara yang unik. Oleh sebab itu, penulis akan menganalisis tentang bentuk resepsi penggemar, yakni penerimaan dan pemaknaan kembali terhadap musik rap dalam *project* Hypnosis Mic.

Dikarenakan oleh keterbatasan penulis yang tidak dapat mengamati langsung fenomena tersebut di Jepang, maka objek yang dipilih pada penelitian ini adalah para *hypster*³ di Indonesia. Selain itu, penggunaan platform Youtube dan Twitter sebagai media penyebarannya memudahkan konten-konten Hipumai untuk menjangkau audiens yang berasal dari luar Jepang. Jadi, Hipumai juga telah menarik perhatian penggemar *otaku* di Nusantara. Para penggemar Hipumai tersebut, tergabung dalam *fanbase* secara *online* guna memudahkan mereka untuk saling berbagi informasi terkini dan mengekspresikan minatnya melalui grup “Hypnosis Mic Indonesia *Division*” yang berbasis di Facebook.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah bentuk penerimaan dan pemaknaan kembali oleh penggemar terhadap musik rap dalam *project* Hypnosis Mic?

³ Sebutan bagi fans Hipumai secara *Official*.

1.3 Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan bagaimana bentuk penerimaan dan pemaknaan kembali oleh penggemar terhadap musik rap dalam *project* Hypnosis Mic.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi pembelajaran praktis bagi pembaca dan penulis tentang penelitian budaya populer di Jepang, khususnya mengenai *project mixmedia* berbasis karakter yang mengangkat genre musik tertentu seperti Hypnosis Mic. Selain itu, diharapkan pula dapat menjadi referensi bagi para pembaca sebagai bahan perbandingan pada penelitian selanjutnya mengenai analisis resepsi, musik rap maupun aspek-aspek yang dianggap relevan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu kejepangan yang dipelajari, memberikan informasi terkait dengan budaya populer di Jepang, serta dapat menambah perbendaharaan pustaka pada civitas akademik di Universitas Airlangga.

1.5 Batasan Masalah

Dalam *project* Hipumai, kolaborasi antara rap dan *seiyū* merupakan fenomena baru dan merupakan bagian dari budaya *otaku* yang populer di Jepang. Bentuk konsep tersebut merupakan upaya pendekatan yang menargetkan penggemar *otaku* sebagai pasar utamanya. Selain itu, konten Hipumai dapat memberikan pengalaman baru terhadap audiens yang jarang bersinggungan dengan rap. Berdasarkan hal tersebut, maka objek dalam penelitian ini akan berfokus pada *hypster* yang pada mulanya menyukai budaya pop Jepang, namun bukanlah penggemar atau tidak terbiasa dengan genre musik rap sebelumnya.

1.6 Tinjauan Pustaka

Berkenaan dengan topik yang akan diteliti, berikut ini adalah beberapa karya ilmiah yang akan digunakan peneliti sebagai tinjauan pustaka. Pertama, adalah sebuah penelitian yang berjudul “*Analisis Resepsi Penggemar Terhadap Fan Service Yang Dilakukan Grup Idola Arashi: Studi Kasus Anggota Komunitas Arashindo Indonesia*”. Penelitian tersebut ditulis oleh Firtha Ayu Rachmasari dari Universitas Airlangga yang dilakukan pada tahun 2017.

Permasalahan yang diungkap dalam penelitian tersebut adalah tentang bagaimana penerimaan anggota komunitas Arashindo terhadap *fanservice* yang dilakukan oleh member Arashi. Konsep *fanservice* yang dibahas adalah *member-ai* dan *skinship*. Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa responden masuk ke dalam 2 kategori, yakni *dominant-hegemonic* dan *negotiated*. Seorang responden berhasil memahami, menyetujui serta menerjemahkan kembali konsep

fanservice sesuai dengan aturan *encoding*. Sementara sisanya mampu memahami dan menyetujui pesan *encoder*, namun memiliki prinsip dan pengecualian tersendiri dalam menerjemahkan kembali makna yang disampaikan oleh *encoder*.

Alasan penulis memilih penelitian tersebut sebagai tinjauan pustaka adalah kesamaan dalam penggunaan teori Stuart Hall, yakni studi resepsi dengan model *encoding-decoding* untuk menganalisis penerimaan responden. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada objeknya. Meskipun sama-sama mengkaji penggemar, objek penelitian Firtha Ayu berfokus pada konsep *fanservice* yang dilakukan member Arashi. Sedangkan penulis, menggunakan analisis resepsi penggemar terhadap musik rap dan konten Hypnosis Mic.

Tinjauan pustaka kedua, adalah sebuah penlitian dengan judul “*Seiyū: The Art of Voice Acting. The Japanese Voice Acting Industry and Its Relation to The Anime Market*” yang ditulis oleh Ruby Zelka Heinst pada tahun 2017. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana industri *seiyū* terstruktur dan bekerja serta kaitannya terhadap pasar anime di Jepang. Kerangka studi budaya dan studi wilayah pada penelitian tersebut mengambil dari perspetif sosiologis dan mendiskusikan *seiyū* dari sudut pandang ekonomis dalam berkontribusi pada pasar konsumsi Jepang.

Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa industri *seiyū* terstruktur melalui lembaga pendidikan dan agensi perusahaan yang terhubung langsung dengan industri *anime*. *Seiyū* telah menjadi salah satu pilihan karir paling populer

di dunia industri hiburan, melebihi aktor panggung. Kepopularitasan antara *seiyū* dan industri *anime* saling terkait. Semakin populer suatu karakter, maka akan mempengaruhi popularitas sang *seiyū*. Begitupun dengan penjualan *merchandise* dari karakter tersebut juga akan meningkat. *Seiyū* adalah salah satu topik yang berhubungan dalam penelitian ini. Maka dari itu, penulis memilih penelitian oleh Ruby Zelka Heinst tersebut sebagai salah satu sumber tinjauan pustaka.

Tinjauan pustaka terakhir adalah penelitian oleh Haruka Nishikawa (西川 遥佳) dari Universitas Daito Bunka, Tokyo. Penelitian tersebut ditulis pada tahun 2021 dengan judul 日本のアイドルオタク文化 「推す」心理と消費行動に関する考察 *Nihon no Aidoru Otaku Bunka “Osu” Shinri to Shouhi Koudou ni Kansuru Kousatsu* (Budaya Idol Otaku Jepang, Studi Terhadap Perilaku Konsumsi dan Psikologi “Support Penggemar”). Haruka Nishikawa dalam penelitiannya mempertimbangkan permasalahan mengapa *otaku* mendukung atau memuja idola mereka dan mencari tahu bagaimana dampak perilaku konsumsi *idol otaku* tersebut terhadap perekonomian Jepang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survey kuisioner melalui platform LINE. Kemudian analisis tentang strategi industri *idol*, psikologi penggemar dan perilaku konsumsi diamati dari tiga subjek penelitian yaitu: oleh *Johnny’s otaku*⁴, AKB48 *otaku*, dan K-POP *idol otaku* di Jepang.

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa salah satu daya tarik *idol* adalah menghilangkan “ketidakdewasaan” dalam diri mereka. Maksudnya ialah,

⁴ Sebutan bagi penggemar grup-grup *idol* pria di Jepang yang dinaungi oleh industri Johnny & Associates seperti Arashi, SMAP, KAT-TUN dan lain sebagainya.

pengalaman saat menyaksikan bagaimana idola mereka berjuang dari awal debut hingga berkembang besar adalah faktor psikologis yang mendorong penggemar dalam mendukung idolanya. Perilaku konsumsi *otaku* sendiri memberi pengaruh positif kepada perekonomian Jepang. Dilansir dari catatan penjualan album CD dan ranking chart yang dimuat Oricon, grup idola berhasil memonopoli 5 peringkat teratas. Demikian, objek penelitian tersebut adalah *idol* dan *otaku* yang berkaitan dengan objek dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penulis menganggapnya relevan untuk digunakan sebagai salah satu tinjauan pustaka.

1.7 Landasan Teori

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan teori analisis resepsi khalayak yang didasari oleh pemikiran Stuart Hall. Yang dimaksud sebagai resepsi adalah proses pembuatan makna yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi suatu media. Peneliti menggunakan analisis resepsi untuk memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang dibentuk oleh penonton terhadap konten atau suatu karya tertentu.

Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah konsep khalayak aktif (Rachma Ida, 2014:161). Audiens tidaklah pasif, namun juga dapat berpartisipasi aktif dalam memahami proses pembuatan makna pada suatu teks media yang dikonsumsi. Media tersebut bisa jadi film, drama, cerita dalam sebuah novel dan sebagainya. Artinya, audiens sebagai konsumen memiliki kemampuan untuk memproduksi kembali makna yang disampaikan melalui pengalamannya dalam berinteraksi dengan suatu teks media.

Dalam proses penerimaan makna, Stuart Hall mengembangkan teori “*Encoding dan Decoding*”. *Encoding* adalah proses pembuatan pesan yang disesuaikan dengan kode tertentu sedangkan *decoding* merupakan proses dari penggunaan kode untuk menguraikan pesan tersebut dan menyusun makna (Brian L. Ott dan Robert L. Mack, 2009:225). Pihak yang melakukan *encoding* pada suatu teks media disebut sebagai *encoder* dan pihak yang menerima dan memaknai pesan tersebut adalah *decoder*.

Teori “*Encoding dan Decoding*” dapat mendorong terjadinya beragam interpretasi selama proses resepsi. Hall menegaskan bahwa makna tidak pernah pasti. Pesan yang telah dikodekan oleh pengirim dapat diterjemahkan menjadi makna yang berbeda-beda oleh audiens. Dalam hal ini, Hall mengkategorikan posisi *decoder* menjadi 3 kemungkinan, yakni:

1. *Dominant hegemonic*, yaitu posisi dimana *decoder* menerima pesan secara utuh tanpa ada penolakan. Ideologi dominan yang dibawa oleh pembawa pesan sesuai dengan pengalaman, perilaku, atau kehidupan penonton sehingga maknanya dapat diterima dengan baik.
2. *Negotiated*, yaitu posisi dimana pesan yang disampaikan oleh *encoder* dapat dipahami, namun penonton memiliki interpretasinya sendiri. Posisi ini mengandung unsur adaptif dan oposisi, yang mana tidak semua pesan dimaknai sama atau dinegosiasikan.
3. *Oppositional*, yakni posisi penolakan. Artinya, interpretasi penonton berlawanan dengan pesan yang disampaikan pada suatu teks media.

Sehingga, makna tersebut tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan pengetahuan atau nilai yang diyakini *decoder*.

Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini akan menganalisis bentuk penerimaan penggemar terhadap konten Hypnosis Mic dengan menggunakan model “*Encoding dan Decoding*” yang dikemukakan oleh Stuart Hall.

1.8 Metode Penelitian

Terdapat beberapa metode penggalan data untuk melakukan penelitian analisis resepsi. Salah satunya adalah metode penelitian kualitatif yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini. Metode kualitatif didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2005:4) sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari hasil pengamatan terhadap perilaku atau orang-orang, serta mengarah pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Dalam penelitian ini, penulis memilih salah satu dari lima jenis pendekatan yang ada dalam metode penelitian kualitatif, yakni fenomenologi. Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2014) pendekatan fenomenologi adalah jenis pendekatan kualitatif dimana peneliti melakukan observasi kepada partisipan sebagai pengumpulan data. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana fenomena muncul kepada orang lain, dengan berfokus pada pengalaman-pengalaman subjektif manusia dan interpretasi-interpretasi dunia (Moleong, 2005:15). Pendekatan ini dipilih karena lebih mengeksplorasi pada pengalaman

personal pada persepsi atau pendapat individu tentang pengalaman pada objek atau peristiwa.

1.8.1 Penentuan Responden

Teknik penentuan sampel dalam penelitian kualitatif adalah memilih sampel yang mewakili ciri-ciri suatu populasi. Sehingga, pada penelitian kualitatif sampel tidak bersifat acak, melainkan dikumpulkan berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu atau dikenal dengan teknik *purposive sampling* (Moleong, 2005:223-224). Tujuannya adalah untuk menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul. Maka, responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Responden tergabung dalam *fanbase* “Hypnosis Mic Indonesia Division”.
2. Responden telah menjadi penggemar Hipumai selama lebih dari satu tahun, dan mengonsumsi baik musik beserta ceritanya melalui media lagu, *audio drama*, *manga* serta *live concertnya*.
3. Sebelum bersinggungan dengan Hypnosis Mic, responden sudah menjadi *otaku* atau penggemar budaya pop Jepang.
4. Responden bukan seorang penggemar, atau tidak biasa mengonsumsi *genre* musik rap sebelum mengenal Hypnosis Mic.

Analisis resepsi, bertujuan untuk memahami proses pembuatan makna yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi suatu konten media massa (Rachmah Ida, 2014:161). Oleh sebab itu, responden harus memenuhi kriteria pada poin 1 dan 2 untuk dapat dianggap telah memahami musik rap dalam *project* Hipumai. Sedangkan untuk poin 3 dan 4 ditentukan sebagai kriteria responden

agar sesuai dengan batasan masalah pada penelitian ini, yakni berfokus pada analisis tentang bagaimana musik rap dalam Hipunai diterima dan dimaknai kembali oleh responden yang awalnya tidak terbiasa mengonsumsi genre rap.

Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa penentuan sampel tidak didasarkan perhitungan statistik. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapat informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan. Untuk itu, jumlah sampel tidak perlu terlalu banyak karena berpatokan pada kualitas informasi demi memahami secara mendalam mengenai sebuah fenomena atau kejadian. Maka dalam penelitian ini, sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan berjumlah lima orang. Sehingga, penulis dapat menekankan pada makna yang didapat dari penuturan masing-masing responden.

1.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2005:157) kata-kata dan tindakan adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif. Selebihnya, adalah data tambahan seperti dokumen lain yang dianggap relevan. Oleh karena itu, data utama dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui wawancara mendalam atau disebut *in depth interview*. Berger dalam (Rachma Ida, 2014:163) menyebutkan bahwa wawancara mendalam adalah salah satu cara menggali jawaban lebih dalam dengan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis dan terstruktur.

Calon informan merupakan member yang tergabung dalam *fanbase online* dan masing-masing bertempat tinggal di kota yang berbeda. Sehingga, sulit bagi penulis untuk dapat bertemu dan mewawancarai mereka secara langsung. Demi menghemat waktu dan biaya, pengumpulan data akan dilaksanakan secara daring

melalui media sosial seperti What's App atau Twitter. Selain wawancara, terdapat juga data pendukung yang akan dikumpulkan melalui studi pustaka dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, dan lain-lain.

1.8.3 Teknik Analisis Data

Konsep analisis data kualitatif oleh Bodgan dan Biklen dalam (Moleong, 2005:248) adalah upaya untuk mengolah data, mengorganisir data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan hal penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Prosesnya dimulai dengan menelaah seluruh data dari berbagai sumber seperti wawancara atau pengamatan yang telah dituliskan ke dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, gambar dan sebagainya.

Tahapan dalam menganalisis data ialah sebagai berikut:

1. Reduksi data, yakni dengan menyortir kembali hasil wawancara dengan responden, memilih kembali data berdasarkan relevansinya dengan tema penelitian.
2. Penyajian data, yakni mengolah hasil wawancara menjadi bentuk transkrip data agar mudah dipahami dan menyusunnya agar terorganisir secara sistematis.
3. Kesimpulan dan verifikasi data dari hasil analisis menggunakan metode *decoding-encoding* milik Stuart Hall.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini akan dibagi menjadi empat bab, yani sebagai berikut:

- a. Bab 1 berupa pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, dan metode penelitian.
- b. Bab 2 yang berisi kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, yakni: penjabaran tentang hip hop dan rap di Jepang, gambaran umum mengenai *rap music project* Hypnosis Mic dan teori resepsi model Stuart Hall (*proses encoding-decoding*).
- c. Bab 3 yang berisi pembahasan mengenai analisis bentuk resepsi penggemar Hypnosis Mic dengan menggunakan landasan teori yang telah ditentukan.
- d. Bab 4 yang merupakan penutup, yaitu kesimpulan atas hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya dengan tema serupa.