

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa menghindari komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan yang dapat berupa informasi, ide atau gagasan dari komunikator atau pengirim pesan kepada komunikan yang tak lain adalah penerima pesan. Komunikasi dilakukan agar terciptanya pemahaman yang sama antara kedua belah pihak. Dalam prosesnya komunikasi dapat dilakukan dengan atau tanpa media. Komunikasi tanpa media atau komunikasi secara langsung dapat dilakukan dengan secara tatap muka tanpa adanya perantara media komunikasi, hal ini terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain secara langsung. Sedangkan komunikasi tidak langsung yaitu proses komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan alat sebagai media untuk berkomunikasi. Komunikasi tidak langsung memerlukan perantara sebagai penghantar pesan dari seseorang kepada orang lain.

Robert F. Bales (Hadi, 2009: 3), mendefinisikan komunikasi dalam kelompok kecil sebagai sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka, dimana setiap partisipan mendapat kesan atau peningkatan hubungan antara satu sama lainnya yang cukup jelas. Sehingga baik pada saat timbulnya pertanyaan maupun sesudahnya, dapat memberikan respon kepada masing-masing sebagai perorangan beberapa definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Menurut (Gurning, 2012:3) sifat-sifat komunikasi kelompok adalah: 1) Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka 2) Kelompok memiliki sedikit partisipan 3) Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin 4) Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama 5) Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian, dan penerapan yang menitikberatkan, tidak hanya pada proses kelompok secara umum tetapi juga pada perilaku komunikasi individu-individu pada tatap muka kelompok diskusi kecil.

Perantara atau media komunikasi semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu, mulai dari media massa yang sejak dulu digunakan seperti radio dan televisi, hingga sekarang muncul *new media* atau dikenal dengan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak. Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu. (Mulyana, 1984:9)

Menurut *Carl I. Hovland*, ilmu komunikasi adalah “upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.” Definisi *Hovland* menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. (Mulyana, 1984:10)

Menurut Kotler “Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi.” Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka. Komunikasi mengantar bahwa : “hakikat komunikasi adalah pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur”. (Effendy, 2011:13)

Menurut (Bungin, 2008: 31) mengatakan bahwa komunikasi sebagai proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

1.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut (Deddy Mulyana, 2018 : 32) cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect.*” Paradigma Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni 1) Sumber, 2) Pesan, 3) Saluran, 4) Penerima, 5) Efek.

1. Sumber (*source*)

Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder, atau originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan Negara.

2. Pesan (*Message*)

Merupakan seperangkat *symbol* verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*).

3. Saluran (*Channel*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.

4. Penerima (*Receiver*)

Nama lain dari penerima adalah *destination*, *communicant*, *decoder*, *audience*, *listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

5. Efek (*Effect*)

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

Berdasarkan pemaparan tentang unsur-unsur komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator atau menghasilkan *feedback* bagi seseorang.

1.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut (Effendy, 2005 : 5) terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang terhadap orang lain.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media yang sering digunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi secara

sekunder itu menggunakan media mass (*mass media*) dan media minamarsa atau non massa.

Dari pengertian yang telah disebutkan di atas, baik itu proses komunikasi secara primer maupun secara sekunder dalam menyalurkan pikiran maupun perasaannya, maka proses komunikasi secara primer melalui media cetak adalah dalam bentuk tulisan (karya jurnalistik). Sedangkan dalam proses komunikasi secara sekunder sebagai penyalur pesan atau komunikasi tersebut adalah surat kabar.

2.2 Analisis Semiotika Komunikasi

2.2.1 Pengertian Semiotika Komunikasi Secara Umum

Semiotika adalah sebuah disiplin ilmu dan metode analisis yang dapat mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna yang terkandung dalam objek tersebut. Semiotika berasal dari bahasa Yunani "*Semeion*", yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*). Dalam pandangan *Zoest*, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Dan tanda tidak terbatas pada benda (Sobur, 2003:15).

Semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda memrepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, kondisi diluar tanda-tanda itu sendiri. Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri.

Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. Semiotika hingga sekarang telah membedakan dua jenis, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama menekankan pada teori tentang

produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Yang kedua memberika tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. (Sobur, 2003:15)

Segala bentuk bahasa yang dipergunakan dalam membangun karya sastra dengan kandungan makna di dalamnya akan menjadi sebuah tanda. Dengan demikian, bahasa karya sastra dapat dikatakan sebagai ikon, indek, maupun simbol yang disajikan dan dihadirkan dengan makna. Dan ilmu yang mendasari proses penelusuran dan upaya pemahaman bahasa sebagai tanda atas makna tertentu yang dimiliki karya sastra disebut dengan semiotika.

Menurut (*Littlejohn*, 2009:53) Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam berupaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengan manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah *Barthes*, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. (Kurniawan, 2001:5)

2.2.2 Macam-macam Semiotika

Menurut Pateda terdapat sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang. Jenis-jenis semiotik ini antara lain semiotik analitik, deskriptif, *faunal zoosemiotic*, kultural, naratif, natural, normatif, sosial, struktural.

1. Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. *Pierce* menyatakan bahwa semiotik berobjekan tanda dan penganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikaitkan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
2. Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun, dari dahulu hingga sekarang tetap saja seperti itu. Demikian pula jika ombak memutih di tengah laut, itu menandakan bahwa laut berombak besar. Namun, dengan majunya ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, telah banyak tanda yang diciptakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya.
3. Semiotik *faunal* (*Zoo Semiotik*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antara sesamanya, tetapi juga sering menghasilkan tanda yang dapat ditafsirkan oleh

manusia. Misalnya, seekor ayam betina yang berkotek-kotek menandakan ayam itu telah bertelur atau ada sesuatu yang ia takuti. Tanda-tanda yang dihasilkan oleh hewan seperti ini, menjadi perhatian orang yang bergerak dalam bidang semiotik faunal.

4. Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan tertentu. Telah diketahui bahwa masyarakat sebagai makhluk sosial memiliki sistem budaya tertentu yang telah turun temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.
5. Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*Folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada diantaranya memiliki nilai kultural tinggi.
6. Semiotik natural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Air sungai keruh menandakan di hulu telah turun hujan, dan daun pohon-pohonan yang menguning lalu gugur. Alam yang tidak bersahabat dengan manusia, misalnya banjir atau tanah longsor, sebenarnya memberikan tanda kepada manusia bahwa manusia telah merusak alam.

7. Semiotik normatif, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas. Di ruang kereta api sering dijumpai tanda yang bermakna dilarang merokok.
8. Semiotik sosial, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.
9. Semiotik struktural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Secara singkat (Sobur, 2003:15) mengungkapkan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda disini yaitu perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Sedangkan menurut Lechte (Sobur, 2003:16) Semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan.

2.2.3 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes dilahirkan pada tahun 1915 di *Cheorbourg*, dan tumbuh besar di *Bayonne*. Ia hidup dalam keluarga yang menganut agama Protestan. *Barthes* merupakan tokoh besar dalam sejarah semiotika. Menurutnya semiotika adalah ilmu yang digunakan untuk memaknai suatu tanda. Bahasa merupakan susunan dari tanda yang memiliki pesan – pesan tertentu dari masyarakat. Selain bahasa tanda dapat berupa lagu, not musik, benda, dialog, gambar, logo, gerak tubuh, dan mimik wajah. (Sobur, 2003:63)

Barthes, mencetuskan model analisis tanda signifikasi dua tahap atau *two order of signification*. Kemudian *Barthes* membaginya dalam denotasi

dan konotasi. Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara petanda dan penanda dalam bentuk nyata. *Barthes* menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna asli atau makna umum yang mutlak dipahami oleh kebanyakan orang. Contohnya, kata ayam memiliki makna denotasi yaitu unggas, yang menghasilkan telur, berbulu dan berkotek. Ini merupakan makna umum yang hampir seluruh orang paham akan maksudnya.

Barthes menjelaskan dua tingkat dalam pertandaan, yaitu denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Sementara konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran). Selain itu, *Barthes* juga melihat makna yang lebih dalam tingkatannya, akan tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika *Barthes* adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbitrer atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. *Roland Barthes* mengemukakan lima jenis kode penandaan: (Sobur, 2003:58)

1. Kode Hermeneutika sistem kode ini berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan kebenaran bagi pertanyaan yang muncul pada teks.

Kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara permunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaian di dalam suatu cerita.

2. Kode Proaretik merupakan kode tindakan naratif dasar (*basic narrative action*) yang tindakan-tindakannya dapat terjadi dalam berbagai sikuen yang mungkin diindikasikan. Karya fiksi seperti novel, pada umumnya memiliki kode proaretik. Bagi Roland Barthes, semua karya fiksi harus ada tindakan utama. Secara teoritis, Barthes melihat semua lakuan dapat dikondisikan.
3. Kode Semantik (semik) kode ini mengacu pada konotasi dalam cerita yang memberikan tambahan atas makna denotatif dasar kata tersebut. Dalam proses pembacaan, pembaca menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasi kata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan konotasi kata atau frase yang mirip. Jika kita melihat suatu kumpulan satuan konotasi, kita menemukan suatu tema di dalam cerita. Jika dalam sebuah konotasi melekat pada suatu nama tertentu, kita dapat mengenali tokoh dengan atribut tertentu.
4. Kode Simbolik, kode ini mirip dengan kode semantik, tetapi bertindak lebih luas, mengatur makna semantik ke dalam rangkaian makna yang lebih luas dan lebih mendalam. Kode simbolik merupakan kode pengelompokan atau konfigurasi yang gampang dikenali karena kemunculannya berulang-ulang secara teratur melalui berbagai cara dan

sarana tekstual, misalnya berupa serangkaian *antithesis*: hidup dan mati, diluar dan didalam, dingin dan panas, dan seterusnya. Dalam konsepsinya mengenai kajian *semiology*, *Roland Barthes* melihat bahwa gagasan makna berasal dari beberapa oposisi biner atau perbedaan, baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.

5. Kode Kultural (budaya) merupakan acuan yang terdapat dalam teks sastra yang refrensinya dapat berupa benda-benda, peristiwa, istilah-istilah, tokoh-tokoh, dan sebagainya yang sudah diketahui dan dikondifikasi atau dipecahkan kode oleh budaya lain. Penulis sebuah teks atau pengarang pasti memiliki titik tumpu kultural dalam membangun narasinya. Kode *Ghonik* tersebut hanya dapat ditangkap maknanya dengan menemukan acuan relasi pada kode acuan yang tepat.

Barthes menempatkan ideologi dengan mitos karena, baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi. Ideologi ada selama kebudayaan ada, dan itulah sebabnya *Barthes* berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dan, dengan demikian, ideologi pun mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain. Jadi, teori analisis semiotika *Roland Barthes* ini lah yang nantinya akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis lirik lagu. (Sobur, 2003:71)

2.3 Lirik lagu Sebagai Pesan Komunikasi

Musik adalah sebntuk seni yang melibatkan penggunaan bunyi secara terorganisir melalui kontinum waktu tertentu. Musik memainkan peran dalam tiap masyarakat, memiliki sejumlah besar gaya, dan tiap gaya merupakan ciri dari

wilayah geografis atau sebuah era sejarah. Namun, ada area perbatasan yang tak jelas antara musik dengan seni berdasarkan bunyi lainnya seperti puisi. Maka dari itu, masyarakat memiliki pendapat berbeda-beda mengenai musikalitas dari berbagai macam bunyi.

Irama berulang, gaya bernyanyi yang separuh bicara, atau teks bunyi yang diciptakan program komputer bisa diterima sebagai musik oleh sebuah masyarakat atau kelompok dan bisa juga tidak. Konteks sosial tempat bunyi itu muncul pun sering menentukan apakah bunyi itu dapat dianggap sebagai musik atau tidak. Bising daerah industri, misalnya, tidak dianggap sebagai musik kecuali disajikan sebagai bagian dari sebuah konser musik eksperimental di dalam sebuah auditorium dan diarahkan oleh komposer. (Marcel, 2010:196)

Ketika saling berinteraksi, maka terjadi proses saling meningkatkan pemahaman sebagai suatu budaya yang secara signifikan turut mematangkan persepsi dan kognisi berupa pemahaman akan lagu yang tersirat makna di dalam isi liriknya. Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, lirik lagu sering kali digunakan sebagai sarana untuk mengajak bersimpati tentang realitas yang sedang terjadi maupun atas cerita-cerita imajinatif.

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak, kemudian diciptakan lambang komunikasi sebagai media atau saluran dalam menghantarkan pesan berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan dan tulisan yang dapat saling dimengerti sebagai alat bantu dalam berkomunikasi. Dari sudut ini juga bisa dijelaskan jika realitas adalah “teks” maka totalitas suatu realitas (universum masyarakat, kebudayaan, bahasa) adalah suatu struktur relasi antar komponen yang beranekaragam (*structure of difference*).

Musik sebagai karya seni dapat dimengerti sebagai simbol dalam komunikasi. Musik dan komunikasi secara umum mempunyai kemampuan untuk menentang struktur sosial yang dominan, karena komunikasi dibentuk dari masyarakat. Hubungan antara musik dan masyarakat adalah hubungan timbal balik dalam hubungan tersebut keduanya saling mempengaruhi.

Dalam musik terjadi pertukaran pikiran, ide, gagasan atau pencipta dengan penikmat musik. Pencipta menyampaikan isi dari gagasan pikiran yang ada dalam pandangannya berupa nada serta lirik agar penikmat dapat menerima pesan yang tertuang dalam isi lagu tersebut. Di sinilah terjadi proses komunikasi melalui lambang musik berbentuk nada dan lirik berupa teks dalam sebuah lagu antara pencipta lagu dengan audiens-nya.

Komunikasi antara pencipta dan penikmat lagu berjalan ketika sebuah lagu diperdengarkan kepada audiens. Pesan yang disampaikan dapat berupa cerita, curahan hati, bahkan bisa jadi kritik-kritik sosial yang penulis rasakan atau alami. Lirik sendiri memiliki sifat istimewa dibandingkan pesan pada umumnya, lirik lagu memiliki jangkauan yang luas di dalam benak pendengarnya.

Lirik lagu merupakan ungkapan atau perasaan berdasar pengalaman, cerita atau penglihatan seseorang yang dituangkan menjadi sebuah seni. Lirik lagu merupakan media perantara seseorang untuk menyampaikan sebuah pesan, maksud dan makna dibalik lirik. Lirik lagu dapat bersifat konotasi dengan interpretasi makna yang mendalam untuk mengetahui maksudnya.

Lirik lagu banyak bermunculan dengan kata-kata yang bermakna tersurat atau bahkan tersirat. Makna tersirat yang dimilikinya, ditampilkan dengan kata-kata bermajas atau perumpaan. Namun, lirik lagu biasanya juga berisikan pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan bahasa yang indah, mudah dimengerti dan mudah diingat oleh peminatnya. Semua bergantung pada karakteristik setiap penciptanya.

Musik merupakan salah satu bentuk komunikasi massa, karakter keduanya ada kesamaan, yaitu pesannya bersifat linier dimana hubungan komunikasinya searah dari komunikator pada komunikannya. Di sini penyanyi sebagai komunikator yang memberikan pesan secara searah pada pendengarnya. Kemudian komunikan anonim dan heterogen, maksudnya adalah dimana komunikatornya atau penyanyi tidak mengenal komunikannya yang terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda, lalu komunikatornya terlembaga, yaitu pesan yang sampai ke komunikan melalui proses yang memerlukan banyak pihak yang terlibat. Maksudnya adalah pihak penyanyi memiliki struktur dalam penyampaian pesan, baik dalam bentuk rekaman maupun video yang melalui proses dengan melibatkan banyak pihak. Selain itu jika terjadi komplain terhadap penyanyi, pihak menajemennya juga akan ikut terlibat, begitu pula jika akhirnya hasil karya dicekal, maka akan mempengaruhi perusahaan rekaman tempat pembuat lagu bernaung. Sedangkan dari segi fungsi juga terlihat ada kesamaan baik secara umum maupun khusus. Fungsi komunikasi massa secara umum berarti memberikan informasi, mendidik dan menghibur. (Sobur, 2003:144)

2.3.1 Pesan Komunikasi

Pesan adalah sesuatu pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. Apabila pesan bersifat abstrak, komunikan anda tidak mewujudkan dalam salah satu bentuk atau kombinasi lambang-lambang komunikasi ini. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi : apa yang dipikirkan dan dirasakan. Karena itu, pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu, verbal ataupun non-verbal, yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. (Daryanto, 2011:27)

Manusia mengucapkan kata-kata dan kalimat dengan cara-cara tertentu. Setiap cara berkata memberikan maksud tersendiri. Cara-cara ini kita sebut pesan paralinguistik. Akan tetapi, manusia juga menyampaikan pesan dengan cara-cara lain selain dengan bahasa, misalnya dengan isyarat ; ini kita sebut pesan ekstralinguistik. Kita akan membicarakan pesan linguistik dengan menguraikan ihwal bahasa, hubungan bahasa dengan persepsi dan berpikir, makna dan teori general semantik dari *Korzybski* yang menganalisis proses penyandian atau *encoding*. (Jalaluddin Rakhmat, 2015:265)

Menurut (Onong Uchjana, 2007:18), pesan dapat diartikan pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang-lambang/symbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa, unsur diantaranya : a. Verbal simbol diucapkan/tertulis. b. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna. Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi, karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan :

1. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah

kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.

2. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
3. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.

Pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya, Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu :

1. Informatif yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.
2. Persuasif yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.
3. Koersif menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik.

Untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu :

1. Pesan itu harus cukup jelas (clear). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
2. Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (correct). Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
3. Pesan itu ringkas (concise) tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
4. Pesan itu mencakup keseluruhan (comprehensive). Ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.
5. Pesan itu nyata (concrete), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar angin.
6. Pesan itu lengkap (complete) dan disusun secara sistematis.
7. Pesan itu menarik dan meyakinkan (convincing). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.
8. Pesan itu disampaikan dengan segar.
9. Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya.