



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki beberapa penelitian terdahulu untuk menjadi referensi bagi peneliti. Salah satunya adalah '*Alternative Media as Critical Media*' yang merupakan penelitian oleh Christian Fuchs (2010) dari Universal of Salzburg, Austria. Dalam tulisan itu, Fuchs menjelaskan arti dan pengertian lebih dalam mengenai media alternatif dan perbedaannya dengan media mainstream. Lalu ia juga menjelaskan bahwa media alternatif dapat dijadikan sebuah media yang mengkritisi sesuatu dibanding hanya memberi informasi. Konten pada produk yang disajikan oleh media kritis berisikan adanya potensi untuk perubahan kebijakan, ekspresi dari masyarakat-masyarakat yang tertindas, dan memperjuangkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Fuchs, mempunyai subjek penelitian yang sama dengan peneliti. Subjek yang digunakan ialah media alternatif, objek yang diteliti oleh Fuchs dalam penelitiannya adalah konten yang dihasilkan oleh media alternatif. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan objek konten yang dihasilkan oleh media alternatif, Pop Hari Ini. Perbedaan antara penelitian Fuchs dan penelitian ini adalah, Fuchs membahas lebih dalam tentang media alternatif yang menggunakan teori kritis sosial untuk menjadikan media alternatif sebagai media penolak dominasi dari kekuasaan.

Penelitian kedua yang menjadi referensi peneliti adalah sebuah tesis dari Ayub Wahyudi (2011), mahasiswa Universitas Paramadina, yang berjudul ‘*Memahami Media Mainstream dan Alternatif Dalam Sosiologi Media*’. Tesis yang diteliti pada tahun 2011 ini menjelaskan perbedaan dari media alternatif dan media mainstream. Walaupun tujuan yang disampaikan itu sama, informasi, namun kedua media ini mempunyai cara yang berbeda dalam menginformasikannya. Ayub Wahyudi menggunakan pendekatan sosiologi media dalam penelitiannya. Dalam sosiologi media, hubungan manusia dan media massa dianggap memiliki hubungan timbal balik yang memiliki empat fungsi, yaitu (1) pengawasan terhadap lingkungan (2) Korelasi akan perbedaan elemen di masyarakat (3) Sosialisasi dan transmisi kebudayaan (4) Hiburan. Ruang Publik juga diikutsertakan dalam penelitian ini. Kesimpulannya, tesis ini menjelaskan bahwa media mainstream terlalu fokus pada keuntungan ekonomis dan mempunyai fungsi doktrin. Beda halnya dengan media alternatif yang berlawanan dengan media mainstream, yang menjelaskan lebih dalam dari media mainstream dan menyebabkan perubahan sosial dapat menyebabkan perubahan politik.

Penelitian Wahyudi mempunyai kesamaan subjek dengan penelitian ini, yaitu media alternatif. Namun, Wahyudi lebih secara mendalam menjelaskan perbedaan antara media alternatif dan *mainstream* dan hubungannya dengan ruang publik. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian Wahyudi dilakukan dengan pendekatan sosiologi makro. Sedangkan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif dengan konsep media alternatif.

Penelitian yang ketiga merupakan skripsi dari Gusti Ayu Krista Tiatira Priscilla (2012), mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, pada tahun 2012. Dalam penelitian yang berjudul ‘*Musik Pop di Media Alternatif*’, Ayu mengambil fokus analisis framing pada artikel musik pop yang ada pada *Jakartabeat.net*. Metode yang dipakai adalah dua aspek, yaitu analisis seleksi dan analisis penonjolan. Hasil dari skripsi ini adalah, dalam pandangan *Jakartabeat.net*, musik pop memberikan pemahaman semu tentang tujuan kehidupan dan diperlukan pemikiran kritis dan alternatif lain di dalam *trend* musik pop di Indonesia.

Penelitian oleh Priscilla, memiliki kesamaan subjek dan objek yang diteliti oleh penelitian ini. Subjek yang diteliti ialah media alternatif namun pembedanya ialah media yang dipakai adalah *Jakartabeat.net*. Objek yang digunakan oleh Priscilla ialah artikel musik pop yang ada pada *Jakartabeat.net*. Secara metodologi, penelitian yang dilakukan Priscilla menggunakan analisis *framing* yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian yang keempat diambil dari salah satu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, Kurniawan Adhi Nugroho (2014). Skripsi ini berjudul ‘*Organisasi Penerbitan Media Alternatif*’ Studi pada Media Alternatif *Commonground Zine*. Kurniawan memfokuskan kepada organisasi yang ada pada media alternatif. Teori yang digunakan dalam skripsi ini adalah Teori Pengawasan Organisasi dan Teori Ekologi Media. Hal ini dikaitkan juga dengan budaya organisasi. Kesimpulan dari skripsi ini adalah karakter yang dibangun dalam organisasi *Commonground Zine* tetap

menjunjung tinggi fakta namun memfokuskan diri pada budaya yang ada. Organisasi yang ada di dalam media alternatif juga terus dikontrol.

Pada penelitian Nugroho, subjek yang diteliti merupakan media alternatif, sama seperti penelitian ini hanya saja mempunyai objek penelitian yang berbeda. Media alternatif yang diteliti adalah salah satu media alternatif di Malang, yaitu *Commonground Zine*. Perbedaan penelitian Nugroho dan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti. Objek yang diteliti oleh Nugroho terfokuskan pada organisasi dari media alternatif tersebut, sedangkan pada penelitian ini fokus utamanya ialah konten dan segala aspek tambahan mengenai media alternatif.

2.2 Konsep

2.2.1 Media massa

2.2.1.1 Pengertian Media Massa

Menurut Cangara (2010), media massa adalah alat yang digunakan kepada khalayak dalam penyampaian suatu pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, radio, film, dan televisi (p. 123-126). Sebagai alat menyampaikan pesan, media massa mempunyai tanggung jawab besar terhadap kepentingan publik. Media massa menurut Bungin (2006) merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal (p.7). Media massa dihadapkan dengan khalayak secara luas, bukan kepentingan

individu ataupun golongan. Apabila terdapat keberpihakan akan kepentingan individu atau golongan tertentu, media tersebut dapat dikatakan tidak memberikan informasi secara independen dan tidak kredibel.

2.2.1.2 Fungsi Media Massa

Fungsi media massa kembali lagi melihat dari fungsi komunikasi massa itu sendiri. Komunikasi massa itu sendiri tidak dapat dilakukan tanpa melalui media massa. Effendy (dikutip dalam Ardianto, Komala, Karlinah, 2007, p. 17-19) menjelaskan fungsi dari komunikasi massa :

1. *to inform* (menginformasi)

Fungsi ini mendukung khalayak luas untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan. Media massa mempunyai peran penting dalam menyebarkan informasi. Informasi yang disampaikan harus berupa kepentingan publik.

2. *to entertain* (menghibur)

Fungsi media massa tidak hanya memberikan sekadar informasi belaka, namun juga penghiburan. Informasi ringan dan menarik untuk dibaca atau dinikmati khalayak, seperti *feature* atau jenis *soft news* lainnya.

3. *to persuade* (membujuk)

Media massa juga mempunyai peran untuk mendapatkan perhatian khusus atau ketertarikan dari para audiens. Hal ini

guna mempengaruhi audiens untuk ikut terlarut dalam pemberitaan. Iklan juga salah satu produk untuk mendapatkan perhatian dan menggugah daya beli / pakai dari audiens.

4. *to educate* (mendidik)

Media massa bertanggung jawab menyediakan konten yang bersifat mendidik. Aturan-aturan yang sudah tertera dalam Undang—undang mengenai penyiaran atau produk jurnalistik harus diterapkan. Produk yang disajikan dapat mengandung pengajaran nilai, norma, dan etika-etika yang sesuai dengan khalayak.

Aturan mengenai fungsi dari media massa di Indonesia tertera dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 1999 tentang PERS. Berdasarkan aturan tersebut, tertulis pada Bab II pasal 3 mengenai salah satu fungsi PERS Nasional yaitu , “(1) *Pers Nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.*” Dalam hal ini, media massa memiliki fungsi pengawasan (kontrol sosial masyarakat) artinya media massa mencoba mengumpulkan, menyaring, dan menyebarluaskan berita yang perlu untuk diperhatikan masyarakat (Nurudin, 2007, p.64).

Dalam pasal 6 UU Pers Nasional melaksanakan fungsi kontrol sosial yang terkandung makna demokrasi di dalamnya ada unsur-unsur, sebagai berikut :

1. *Social participation* (keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan)
2. *Social responsibility* (pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat)
3. *Social Support* (dukungan rakyat terhadap pemerintah)
4. *Social Control* (kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah)

2.2.1.3 Jenis Media Massa

Ada banyak jenis media massa untuk menyampaikan informasi atau berita seiring berkembangnya zaman. Menurut Cangara (seperti dikutip dalam Fadilla, 2017), jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu :

1. Media Cetak

Media yang mengandalkan visual serta tulisan. Proses pembuatannya juga masih menggunakan metode pencetakan. Media massa ini muncul di tahun 1920-an , dan pada zamannya sering dipakai sebagai alat propaganda atau mendoktrin masyarakat. Contohnya : Koran, majalah, tabloid, dll.

2. Media Elektronik

Media jenis elektronik biasanya mengandalkan energi elektromekanikal yang menyebabkan hasil audio maupun visual. Hal ini mempermudah khalayak untuk menikmati berita

atau informasi yang disampaikan. Contoh dari media elektronik adalah televisi dan radio.

3. Media online atau internet

Seiring berkembangnya teknologi, semakin banyak pula perangkat yang mendukung khalayak untuk mendapatkan informasi semakin cepat dan mudah. Pada bidang jurnalistik, perkembangan ini ditandai dengan adanya *World Wide Web* (WWW) yang mendukung *cyber journalism* atau media online. Media online memiliki keunggulan dalam segi waktu, karena bisa lebih cepat mendistribusi informasi dibanding media cetak dan elektronik. Media online dapat menyajikan informasi pada saat kejadian, tidak butuh waktu lama. Khalayak dapat mengakses informasi hanya dengan memiliki akses internet.

2.2.2 Media Online

2.2.2.1 Pengertian Media Online

Kecanggihan teknologi mendorong media untuk berkembang lebih pesat. Setelah media cetak dan elektronik, muncullah media online. Media Online merupakan salah satu media yang berbasis internet. Dalam mengakses media online, khalayak hanya butuh terhubung dengan jaringan internet. Dalam website yang ada, khalayak tinggal mengakses berita, membaca artikel, menonton video yang ada serta mendengarkan audio yang tersedia. Menurut Ashadi Siregar, media online adalah sebutan untuk

sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Di dalamnya terdapat portal, website, radio-online, TV-online, pers-online, mail-online dan lain-lain (dikutip dalam Kurniawan, 2005, p.20).

Berbeda dengan pendapat Ashadi, Mike Ward (2002) menyampaikan bahwa :

Media online itu seperti sebuah gereja yang luas, yang mencakup spektrum luas – dari berita hingga informasi, dari jurnalisme investigatif untuk mengarahkan kembali konten, dari multimedia interaksi ke daftar poin-poin, dari situs yang rumit ke majalah yang sederhana (p. 27)

2.2.2.2 Karakteristik Media Online

Media online muncul seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dari waktu ke waktu, maka media online memiliki pembedanya dengan media cetak maupun elektronik lainnya. Mike Ward (2002) membaginya dalam lima karakteristik dari cara yang dimiliki oleh media online, antara lain :

1. Penyebaran Informasi

- Immediacy

Dalam media online, unsur kecepatan dari segi waktu sangat menjadi keunggulan untuk media ini. Media cetak membutuhkan

setidaknya 2-3 hari untuk mencetak dan mendistribusikan hasil pemberitaan pada khalayak. Media elektronik juga perlu

melakukan persiapan siaran terlebih dahulu. Sedangkan media online dikenal dengan istilah *up to date* dalam menyampaikan informasi.

- *Multiple pagination*

Ruang yang dimiliki oleh media online jauh lebih luas dibanding jenis media lain. Hal ini didukung oleh jumlah halaman yang disajikan tidak dibatasi oleh kolom dan durasi. Ratusan bahkan ribuan halaman dapat langsung diakses oleh khalayak hanya dengan mengetikkan kata kunci suatu informasi yang ingin diakses.

- *Multimedia*

Apabila pada media cetak, hanya bisa menggabungkan dua elemen yaitu tulisan dan visual, tidak halnya dengan media online. Televisi menggabungkan audio dan visual, radio dengan kekuatan audionya. Namun, media online dapat menggabungkan beberapa elemen sekaligus dalam satu pemberitaan. Tulisan, gambar, video, audio, grafis, dan lainnya dapat disajikan langsung menjadi satu kesatuan.

Hal itulah yang mendukung media online disebut sebagai media multimedia.

- *Flexible delivery platforms*

Dalam satu pemberitaan yang dimuat dalam halaman online, khalayak dapat mengakses berita itu tidak hanya melalui *website* tapi juga media lainnya, seperti media sosial. Media online yang

lain juga dapat memasukkan pemberitaan dari media online lain dengan mencantumkan sumber. Tujuan dari pemberitaan yang dibuat oleh media online adalah mendapatkan pembaca sebanyak

mungkin, sehingga mereka menyebarkan pemberitaan tersebut ke segala penjuru dunia melalui internet dari PC, *gadget* atau laptop.

2. Pengarsipan

Pada media cetak dan elektronik, terdapat kesulitan mengenai pengarsipan atau penyimpanan berita-berita dari waktu ke waktu. Kecanggihan teknologi membuat media online unggul dengan memungkinkan menyimpan ratusan berita yang ditulis dan dapat diakses kapanpun di manapun. Dengan kata lain, berita yang dibuat oleh media online masih terus dapat dibaca dan tersimpan otomatis dalam web.

3. Hubungan dengan Pembaca

Hubungan yang ada pada media online adalah konsumsi non-linear oleh audiensnya. Audiens tidak perlu mengganti channel seperti jenis media lain untuk melihat informasi yang ada. Pada media online, para pembaca bisa melihat informasi yang mereka ingin dengan sesuka hati mereka dengan instan.

4. Interaktivitas

Interaksi yang terjadi pada media online akan lebih beragam dibanding dengan jenis media lain. Ada tiga jenis interaksi yang terjadi pada media online, yaitu konsumen dengan penulis, konsumen dengan konsumen, konsumen dengan produk (konsumen menjadi penulis).

5. Keterkaitan

Seorang jurnalis dengan cara kerja tradisional akan membuat para pembaca mendapatkan informasi dan fakta-fakta mengenai suatu isu dengan menyediakan fakta yang ada di lapangan pada berita tersebut. Pada media online, pembaca dapat terhubung atau melihat situs lain yang akan disambungkan melalui pemberitaan yang ada. Misal saja, data-data pendukung, hasil survei, video ilustrasi, dll.

2.2.3 Media Alternatif

2.2.3.1 Pengertian Media Alternatif

Menurut Chris Atton dan James F. Hamilton (2008), media alternatif dapat dikaitkan dengan jurnalisme alternatif, tergantung pada maksud dan tujuan jurnalisnya (p. 42-43). Media alternatif merupakan lawan dari media mainstream. Walaupun mempunyai tujuan yang sama, yakni memberikan informasi kepada khalayak, namun, kedua media ini mempunyai perbedaan yang cukup jelas dan cara masing-masing dalam menyajikan suatu informasi. Media alternatif biasanya digunakan untuk menyampaikan aspirasi atau gagasan tandingan dari pemberitaan media mainstream. Pengertian media mainstream menurut Downing (2001) :

By alternative media the author means the media that covers news events that are ignored or under-reported in the mainstream media. In this sense, such alternative media may help to 'legitimate' the lives of ordinary people as news. The alternative media, generally small-scale and in many different forms, 'express an alternative vision to hegemonic policies, priorities, and perspectives' (dikutip dari Resmadi, 2018, p.161-162)

(media alternatif mempunyai penulis yang meliput peristiwa yang diabaikan atau tidak dilaporkan oleh media umum. Media alternatif semacam dapat membantu 'melegitimasi' kehidupan

orang biasa sebagai berita. Media alternatif umumnya berskala kecil untuk mengekspresikan visi alternatif untuk kebijakan, prioritas, dan perspektif hegemonik).

2.2.3.2 Karakteristik Media Alternatif

Media alternatif dapat ditinjau perbedaannya dengan media pada umumnya dengan ciri-ciri tertentu. Para ahli memiliki pendapat dan pernyataannya masing-masing tentang ciri-ciri dari media alternatif. Chris Atton (2002) percaya bahwa media alternatif harus mencakup semua bentuk budaya produksi independen dan memiliki tipologi alternatif pada produk dan proses. Maka Atton (2002) menyatakan bahwa karakteristik media alternatif yang sesuai dengan tipologinya, yaitu sebagai berikut :

a. Produk

- Konten

Konten yang dimaksudkan di sini adalah konten yang radikal atau melawan arus. Dengan kata lain, Atton menyatakan bahwa konten media alternatif harus berbeda dengan media pada umumnya.

- Bentuk

Bentuk dari unsur media alternatif itu sendiri harus memiliki estetika yang kuat dan mendukung ideologi media tersebut. Biasanya bentuk ini dapat terlihat dari logo ataupun tempat bekerja seperti ruang redaksi, dan lainnya.

- Cara Produksi

Seiring dengan perkembangan teknologi, yang dimaksudkan Atton dalam cara produksi media alternatif adalah mengedepankan inovasi. Media tersebut cenderung memakai teknologi baru dan instan untuk mempermudah proses produksi.

b. Proses

- Cara Distribusi

Cara distribusi yang dimaksudkan di sini ialah media alternatif tidak terkait oleh hukum. Konten-konten yang disajikan dapat dikatakan anti-hak cipta. Media tersebut bebas membuat konten dalam bentuk apapun termasuk mengkritisi individu atau golongan tertentu.

- Perubahan Hubungan Sosial

Hubungan sosial yang dibangun dalam kompleks kerja media alternatif cenderung horizontal. Organisasi pada media alternatif tidak terlalu terstruktur layaknya media mainstream. Biasanya media alternatif dibentuk oleh sekelompok orang yang memiliki minat yang sama. Organisasi ini mengedepankan perubahan peran sosial dan mempunyai hubungan kuat dengan organisasi kolektif.

- Proses Komunikasi

Berbeda dengan media mainstream, transformasi dari proses komunikasi pada media alternatif kepada audiens

dilakukan secara horizontal. Audiens dengan para penulis konten mempunyai hubungan yang cukup intens untuk saling memberi masukan satu sama lain. Masukan para pembaca bisa sangat berpengaruh untuk konten yang akan disajikan (dikutip dalam Fuchs, 2010, p.20).

2.2.3.3 Perbedaan Media Alternatif dan Media Mainstream

Pada buku yang berjudul ‘*Media dan Perubahan Sosial*’, Maryani (2011) menjelaskan ada beberapa ciri-ciri media alternatif yang menjadi faktor pembeda dengan media mainstream. Berikut perbedaan antara media alternatif dan media mainstream :

Tabel 2.1 Perbedaan Media Mainstream dan Media Alternatif

Dimensi	Media Mainstream	Media Alternatif
Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Media besar. • Perusahaan atau bisnis • Publikasi / siarannya skala besar • Budaya dominan / tren global • Gaya hidup global / dominan • <i>Pro-copyright</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Media Kecil • Organisasi/ kolektif/ komunitas • Publikasi/ siarannya skala kecil • Budaya minoritas / komunitas/ etnik • Gaya hidup lokal/ minoritas • <i>Anti-copyright</i>
Sistem	<ul style="list-style-type: none"> • Kapitalisasi • Komersil, tergantung pada iklan 	<ul style="list-style-type: none"> • Dekapitalisasi • Non-komersil, tak tergantung pada iklan
Pengelola	Profesional	Aktivis, anggota komunitas / kelompok

Orientasi	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi pada keuntungan (Profit) • Banyaknya khalayak / rating • Jumlah khalayak 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak berorientasi pada keuntungan (Non-profit) • Banyaknya partisipasi khalayak / ruang publik • Partisipasi khalayak
Khalayak	Seluas-luasnya	Terbatas kelompok tertentu

Sumber: Maryani (2011, p.68)

2.2.4 Jurnalisme Musik

2.2.4.1 Pengertian Jurnalisme Musik

Perkembangan jurnalisme musik di Indonesia sangat pesat pada periode 1960-2000-an, ditandai dengan banyaknya media musik yang memberanikan diri untuk muncul dan mengambil pasar. Jurnalisme musik biasanya berkaitan dengan industri musik, dari proses produksi, distribusi, dan hal-hal yang masih berhubungan dengan lika-liku industri musik. Menurut Raymond Williams (seperti dikutip dalam Resmadi, 2018, p.39) ada definisi yang menyebutkan bahwa jurnalisme musik, sama halnya dengan kritik budaya, merupakan aktivitas praktik intelektual dan artistik. Dalam pengertian tersebut, seorang jurnalis musik seharusnya memiliki kemampuan yang spesial dalam menilai dan mengevaluasi musik karena memiliki pengetahuan khusus, baik musik sebagai produk intelektual maupun artistik.

Jurnalisme musik menurut Resmadi (2018) mempunyai pengertian menulis dan memberikan informasi mengenai musik dan peristiwa di sekitarnya. Munculnya penerbitan musik budaya populer seperti *Rolling Stone*, *NME*, *Melody Maker*, dll menandai mulainya jurnalisme musik secara

global. Di Indonesia, jurnalisme musik sudah berkembang sejak zaman jajahan Belanda, namun kegilaan remaja pada media musik sangat dirasakan pada tahun 1961 dengan terbitnya majalah *Diskorina* di Yogyakarta. Media musik di Indonesia yang sudah terbit di Indonesia antara lain, *Diskorina*, *Musika*, *Aktuil*, *Hai*, *Trax* dan *Rolling Stone Indonesia* yang merupakan majalah musik waralaba, dan lainnya.

2.2.4.2 Perbedaan Jurnalisme Musik dan Jurnalisme Umum

Jurnalisme musik dapat dikategorikan menjadi jurnalisme spesialisasi, karena struktur redaksi yang berbeda dengan jurnalisme pada umumnya. Jurnalis musik juga memiliki kemampuan khusus di bidang musik yang baik dan juga melakukan pendekatan narasumber atau peristiwa berbeda dengan jurnalisme pada umumnya. Eamonn Forde (dikutip dalam Resmadi, 2018) menjelaskan perbedaan antara jurnalisme musik dan jurnalisme pada umumnya dalam tabel 2.2 berikut :

Tabel 2.2 Perbedaan Jurnalisme Umum dan Jurnalisme Musik

No	Jurnalisme Umum	Jurnalisme Musik
1	Mebutuhkan kompetensi Jurnalistik dan sertifikasi dari Dewan Pers Nasional	Tidak ada pelatihan formal dalam menulis kecuali redaksional.
2	Penulisan lebih banyak informasi atau berita-berita yang faktual	Penulisan lebih berorientasi pada interpretasi tekstual karya lagu
3	Penekanan pada objektivitas	Penekanan pada subjektivitas
4	Informasi	Produk
5	Penulisan Deskriptif	Penulisan evaluative

6	Reporter	Penulis, Kritikus
7	Memiliki karir cukup panjang	Karir cukup pendek. Semua bisa memulai dan berhenti kapanpun juga
8	Memiliki karier yang stabil	Memiliki karir yang tidak stabil
9	Antara dunia kerja dan dunia pribadi cenderung dipisahkan	Cenderung tidak terpisah, kebanyakan jurnalis musik juga aktif di komunitas music
10	Cakupan pembaca sangat luas	Cakupan pembaca cenderung sempit
11	Segmentasi pembaca bisa sangat luas	Segmentasi pembaca sangat dibatasi umur dan tulisan musik kebanyakan merupakan konsumsi anak muda
12	Topik atau objek tulisan juga sangat luas	Topik yang diangkat tentu sangat sempit karena hanya mengulas musik dan sekitarnya
13	Tidak memiliki kedekatan umur dengan pembaca	Pentingnya mempertimbangkan kedekatan (<i>proximity</i>) usia dengan pembaca sehingga terus relevan
14	Tidak membutuhkan 'pembaca ideal' dari artikel yang ditulis	Hadirnya 'pembaca ideal yang terus mengikuti ulasan musik
15	Hanya bekerja untuk media tersebut	Terkadang menulis musik hanya sebatas memenuhi portfolio
16	Penempatan desk bergilir	Tidak bekerja dalam banyak desk
17	Karakter demografis pembaca cenderung stabil karena jangkauan sangat luas	Karakter demografis pembaca kerap berubah-ubah
18	Biasanya berjarak dengan	Biasanya tidak berjarak dengan

	narasumber, informan, atau objek yang ditulis	narasumber, informan, atau objek yang ditulis. Sebagian jurnalis musik juga merupakan pelaku industri atau anggota komunitas musik itu sendiri.
--	---	---

Sumber : Resmadi (2018, p.45-47)

2.2.4.3 Ragam Tulisan Musik

Menurut Woodworth & Grosan (dikutip dalam Resmadi, 2018, p.68), ada 12 jenis atau tipe tulisan musik. Jenis tulisan musik tersebut, antara lain :

1. Ulasan Album

Ulasan album menjadi kunci sebagai informasi terbitnya album baru di suatu industri musik. Ulasan album biasanya memang menjadi sangat subjektif dan personal.

2. Ulasan Pertunjukan

Akses gratis ke berbagai konser merupakan salah satu keuntungan dari seorang jurnalis musik. Dari apa yang mereka dapat di konser tersebut, akan ditulis menjadi sebuah berita untuk khalayak luas.

3. Ulasan lagu atau lirik

Penulisan seperti ini membutuhkan observasi dan wawancara yang cukup panjang dengan si musisi. Kemudian, jurnalis harus mengaitkannya ke berbagai konteks.

4. Analisis

Elemen terpentingnya di sini adalah mengulas musik lewat pendekatan akademis yang rigid.

5. Wawancara Musisi

Hal yang paling menjadi favorit untuk pembaca media musik, berupa tulisan tanya jawab dengan musisi. Tulisan ini menggali sisi personal dari musisi tersebut.

6. Esai Personal

Tulisan ini berisikan opini dan perspektif pribadi mengenai objek tulisannya. Tulisan ini juga membutuhkan interaksi antara penulis dan objek yang ditulis

7. Tulisan Blog

Tidak ada aturan editorial khusus pada tulisan ini. Biasanya berisi fakta-fakta unik.

8. Profil Musisi

Tulisan ini berisi data diri dan kisah hidup musisi yang menjadi objek tulisan.

9. Gaya Alternatif

Pemberitaan yang disajikan dengan bentuk unik seperti komik dan infografis.

10. Bagaimana Bunyinya

Tulisan ini menampilkan informasi perihal teknis dan instrumen seorang musisi.

11. Skena Musik

Skena diartikan sebagai komunitas atau wadah dalam sebuah genre musik tertentu.

12. Kritik Budaya

Tulisan ini membutuhkan teori-teori kajian budaya untuk mengungkap suatu informasi. Tulisan ini biasanya mengaitkan beberapa isu sekaligus seperti gender, ekonomi politik, hingga konsumerisme.

UMMN

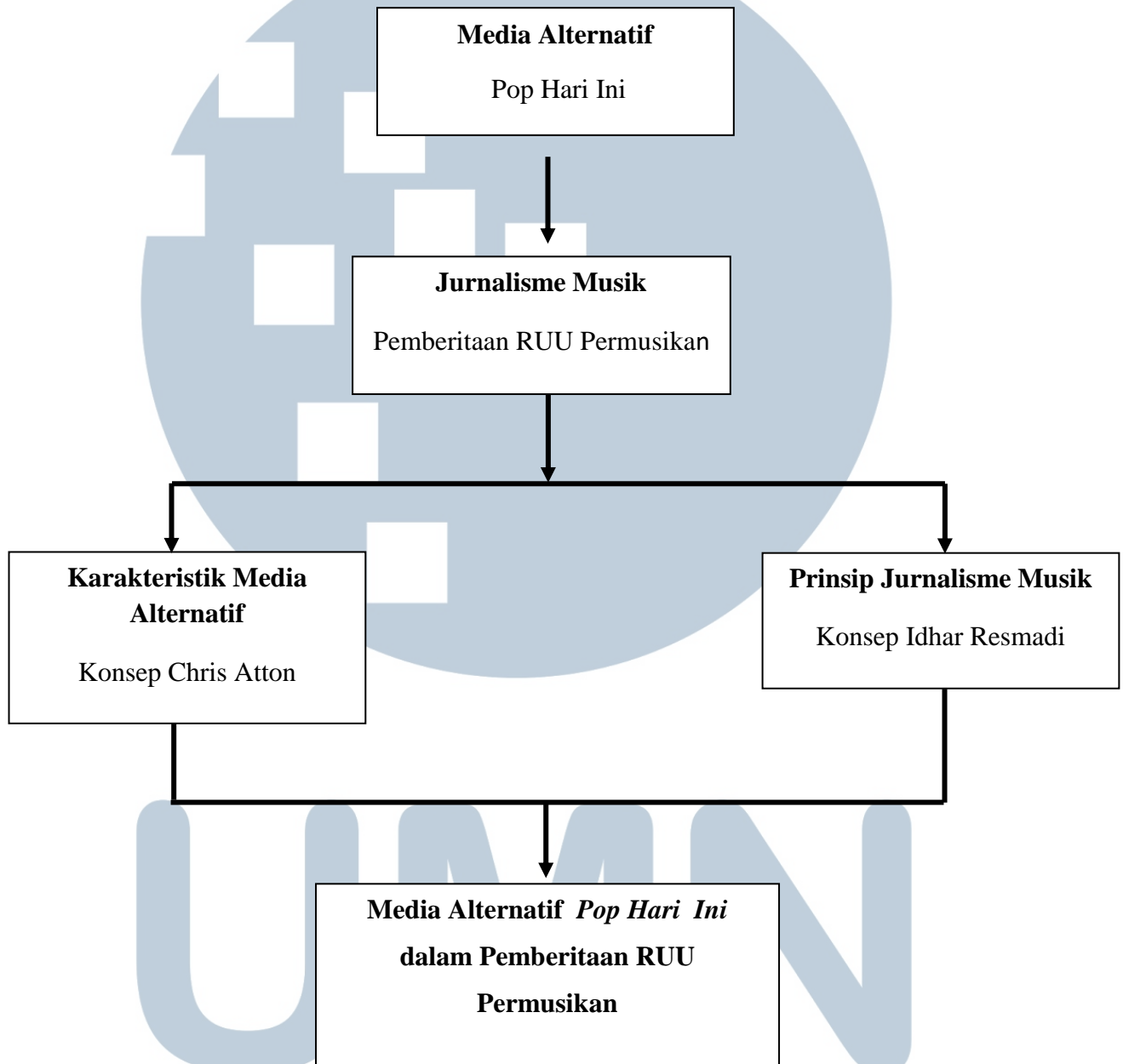
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Alur Penelitian

Alur penelitian yang dilakukan peneliti adalah melalui pemahaman terhadap konsep yang ada, yaitu media alternatif dan jurnalisme musik. Pada media alternatif, peneliti memilih Pop Hari Ini sebagai subjek yang diteliti. Peneliti memilih isu RUU Permusikan sebagai salah satu contoh kasus pada dunia permusikan di Indonesia. Penulis mengaitkan Pop Hari Ini dengan karakteristik media alternatif dan juga ciri jurnalisme musik yang membedakan dengan jurnalisme umum. Lalu, penulis membahas bagaimana Pop Hari Ini memberitakan isu RUU Permusikan tersebut dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumen (9 artikel berita).

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2 Alur Penelitian



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A