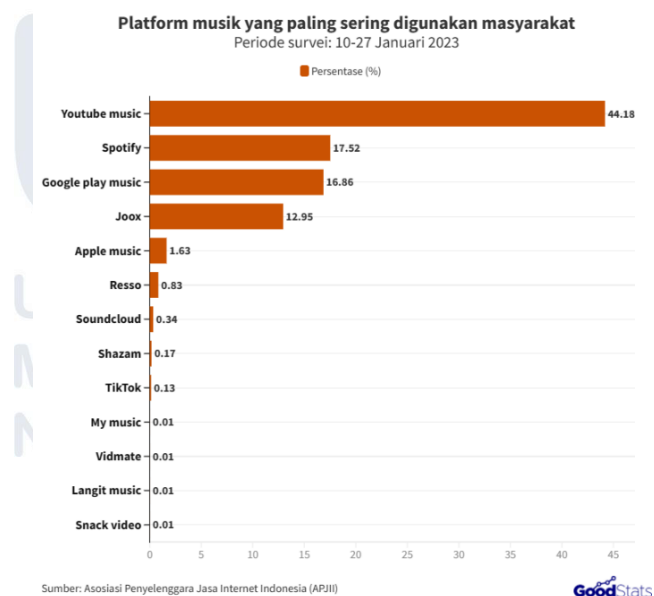


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Musik merupakan salah satu media yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, yang tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk memenuhi kebutuhan mereka yang kemudian dapat menjadi proses pembentukan identitas dan gaya hidup mereka, baik dalam kehidupan sehari-hari, maupun di lingkungan sekitarnya. Kerap kali, musik dapat menjadi jembatan bagi sebuah komunitas, untuk membangun rasa solidaritas antarsesama, juga menjadi sebuah simbol bagi generasi tertentu. Pada dasarnya, musik merupakan sebuah media komunikasi yang paling umum digunakan oleh banyak audiens serta dapat dinikmati secara langsung oleh berbagai kalangan. Musik juga mampu mengungkapkan informasi tentang berbagai peristiwa, isu, dan tema yang berpengaruh pada kehidupan komunitas. (Cahya & Sukendro, 2022).

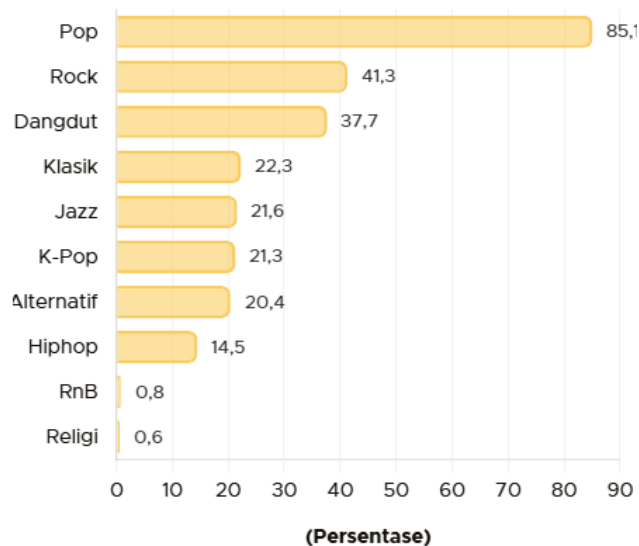


Gambar 1.1 Platform musik yang paling sering digunakan oleh masyarakat pada 2023

Sumber: (Naurah, 2023)

Perkembangan teknologi digital, telah mengubah cara pandang seseorang dalam mengonsumsi musik, terutama bagi Generasi Z yang sudah dekat dengan internet dan berbagai platform streaming musik. Munculnya berbagai platform digital seperti Youtube Music, Spotify, Joox, Apple Music, dan berbagai platform lainnya, membuat musik tidak lagi diposisikan sebagai hiburan semata, tetapi juga memiliki peran serta menjadi bagian dalam aktivitas komunikasi sehari-hari. Dalam konteks ini, pendengar tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, melainkan juga aktif dalam memilih, membagikan, serta mengolah kembali musik sesuai dengan pengalaman dan preferensi pribadi mereka. Bagi Generasi Z, musik bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, sarana untuk pelarian dari tekanan kehidupan, sekaligus sebagai sarana dalam membentuk gaya hidup dan identitas sosial (Izza & Natalia, 2025). Berbeda dengan generasi sebelumnya seperti Generasi Y maupun Generasi X. Generasi Z merupakan kelompok yang telah tumbuh bersama dengan internet maupun platform digital seperti media streaming, sehingga cara mereka memilih dan mengonsumsi musik menjadi lebih personal, interaktif, serta sesuai dengan preferensi masing-masing.





Sumber: KedaiKOPI

GoodStats

Gambar 1.2 Data Genre Musik Favorit Publik RI 2025

Sumber: (Yonatan, 2025)

Berdasarkan data dari (Yonatan, 2025) yang mengutip hasil survei yang dilakukan oleh KedaiKOPI terhadap 1.065 responden (27 Maret – 4 April 2025), musik pop menjadi pilihan teratas di kalangan masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar (85,1%), yang kemudian disusul oleh musik rock (41,3%) dan dangdut (37,7%). Sementara itu, genre musik lainnya seperti klasik (22,3%), jazz (21,6%), K-Pop (21,3%), alternatif (20,4%), serta hip hop (14,5%) juga menunjukkan variasi selera musik yang lebih rendah. Data ini menunjukkan bahwa musik pop dan rock sama-sama diminati secara terpisah oleh masyarakat Indonesia. Namun penelitian ini tidak mengasumsikan bahwa data tersebut sebagai representasi langsung dari genre “pop rock”, melainkan sebagai indikasi relevansi kedua genre dalam konteks musik di Indonesia secara keseluruhan.

Salah satu genre yang turut mewarnai perjalanan musik di Indonesia adalah genre pop rock. Genre pop rock merupakan sebuah kombinasi antara musik pop yang populer dan banyak diminati dengan musik rock, yang dilengkapi dengan permainan gitar dan drum (Class, 2022). Di Indonesia sendiri, salah satu grup band legendaris yang merepresentasikan genre pop rock adalah Dewa 19. Band legendaris yang sudah berdiri sejak tahun 1986 tersebut telah dikenal sebagai salah satu grup yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini

(Rahman et al., 2025). Hal tersebut diperkuat oleh Mahmudi (2023:2019) dalam jurnal (Rahman et al., 2025) yang mengatakan selama perjalanan kariernya, Dewa 19 telah menghasilkan delapan album studio, empat album kompilasi, serta dua album live dengan puluhan karya yang masih banyak didengarkan oleh masyarakat lintas generasi.

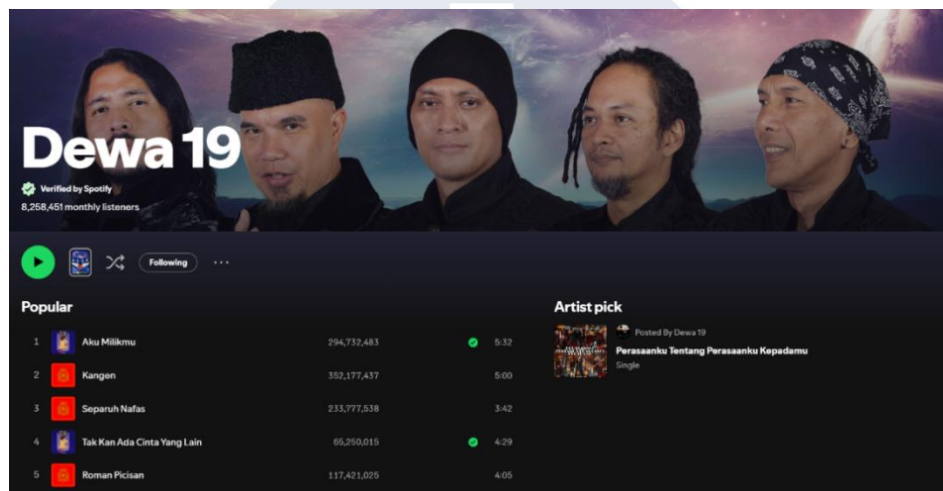


Gambar 1.3 Musisi Indonesia yang Paling Banyak Didengarkan

Sumber: (@goodstats.id, 2026)

Berdasarkan data dari GoodStats yang dikumpulkan dari Spotify dan YouTube Music, eksistensi band Dewa 19 juga terlihat dari banyaknya pendengar di platform musik digital. Berdasarkan data tersebut, Dewa 19 menduduki peringkat keempat sebagai musisi Indonesia yang paling banyak didengarkan, dengan total 5,3 miliar stream. Band tersebut berada di bawah

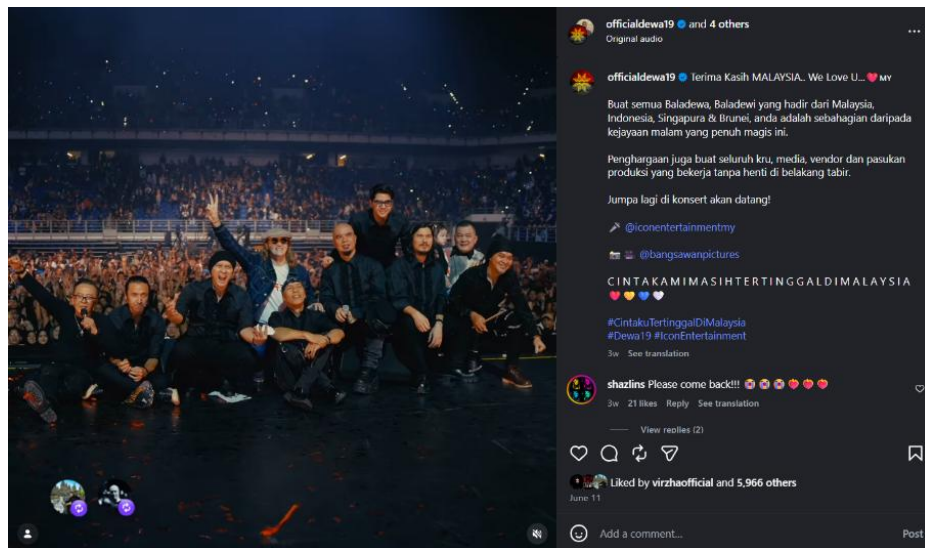
Niki (7,9 miliar), Tulus (6,5 miliar), dan Hindia (5,7 miliar), serta di atas NOAH (4,9 miliar), Sheila On 7 (4,8 miliar), Rich Brian (4,5 miliar), Nadin Amizah (4,2 miliar), dan Tiara Andini (4,2 miliar). Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa Dewa 19 masih memiliki angka konsumsi musik yang tinggi, di tengah dominasi musisi-musisi yang lebih dekat dengan Generasi Z seperti Niki, Tulus, Rich Brian, Nadin Amizah, serta Tiara Andini.



Gambar 1.4 Spotify Dewa 19

Sumber: (Spotify Dewa 19, *n.d.*)

Berdasarkan halaman profil Dewa 19 yang diakses langsung dari Spotify seperti pada **Gambar 1.4** menunjukkan bahwa jumlah pendengar bulanan dari band tersebut sebanyak 8.258.451 *monthly listeners* atau setara dengan 8,2 juta pendengar dengan lima lagu populer yang masih didengarkan seperti Aku milikmu (pada peringkat 1), Kangen (pada peringkat 2), Sepuluh Nafas (pada peringkat 3), Tak Kan Ada Cinta yang Lain (pada peringkat 4), serta Roman Picisan (pada peringkat 5). Pencapaian angka tersebut tetap signifikan mengingat Dewa 19 merupakan band yang telah berkarya sejak 1986 atau hampir 4 dekade sebelum kelahiran Generasi Z.



Gambar 1.5 Konser Dewa 19 "Cintaku Tertinggal di Malaysia"

Sumber: (Instagram @officialdewa19, 2026)

Hingga saat ini, Dewa 19 masih menjadi salah satu band pop rock yang tetap aktif berkarya, termasuk menggelar beberapa konser, berpartisipasi dalam konser festival, serta rangkaian konser di berbagai kota maupun di luar negeri, seperti konser *"Cintaku Tertinggal di Malaysia"*. Selain itu fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji pada Generasi Z, dikarenakan sebagian besar dari Generasi Z tidak secara langsung mengalami masa-masa kejayaan Dewa 19, berbeda dengan Generasi X maupun Generasi Milenial yang tumbuh bersama karya-karya dari band legendaris tersebut. Namun, adanya perkembangan media sosial dan platform digital memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk mengenal serta menikmati karya-karya musik dari Dewa 19, meskipun band tersebut bukan berasal dari generasi mereka (Kusharsanto, 2024). Eksistensi dari band Dewa 19 hingga saat ini, menjadi fenomena yang menarik untuk dianalisis, karena karya-karyanya masih terus dinikmati oleh berbagai kelompok usia, termasuk Generasi Z yang tidak merasakan langsung masa kejayaan band tersebut.

Di balik tingginya angka jumlah pendengar tersebut, terdapat celah penelitian (research gap) mengenai bagaimana Generasi Z menggunakan musik

Dewa 19 sebagai media untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun sosial mereka. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih berfokus pada penggunaan media dari sudut pandang *Uses and Gratifications*, pengalaman dengan media sosial, pemanfaatan platform musik digital, serta pengalaman bermusik dalam konteks komunitas tertentu. Meskipun demikian, penelitian sebelumnya lebih menjelaskan alasan individu dalam memilih media dan pengalaman mereka, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum menjelaskan bagaimana pemenuhan kebutuhan tersebut berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup Generasi Z dari perspektif komunikasi. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan fenomenologi dengan menggunakan *Uses and Gratifications Theory* sebagai landasan utama dalam memahami pengalaman Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19.

Maka dari itu untuk memahami proses tersebut secara lebih sistematis, penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* yang diperkenalkan oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch (1974) yang memandang bahwa audiens sebagai individu yang aktif dan memiliki kesadaran penuh dalam menentukan atau memilih media yang digunakan. Berbeda dengan pandangan konvensional, teori tersebut menekankan bahwa konsumsi sebuah media dipicu oleh motif sosial dan psikologis tertentu untuk mencapai kepuasan individu (West & Turner, 2018). (Dainton & Zelle, 2018) juga memperkuat bahwa banyaknya pilihan media mengakibatkan setiap individu memiliki preferensi yang berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan yang ingin mereka penuhi. Dalam konteks ini, musik Dewa 19 dapat menjadi salah satu media yang dipilih secara aktif dan sadar bagi Generasi Z untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu kebutuhan yang dapat dipenuhi melalui penggunaan musik Dewa 19 adalah kebutuhan integrasi pribadi dan integrasi sosial mereka, yang kemudian berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup. Merujuk pada pandangan (Burke & Stets, 2022), yang mengungkapkan bahwa identitas individu terbentuk ketika orang lain melihatnya sebagai objek sosial dan memberikan label identitas yang sama dengan yang ia gunakan untuk dirinya sendiri. Mekanisme tersebut terjadi karena lirik-lirik lagu dari Dewa 19 yang banyak mengangkat tema personal seperti kecemburuan, kerinduan, maupun refleksi diri. Hal tersebut memberikan ruang bagi pendengarnya untuk merasa “terwakili” secara emosional, sehingga mendorong mereka menerima makna serta menggunakannya untuk memahami diri sendiri maupun dalam membangun relasi sosial sesama penikmat musik yang sama. Kemudian merujuk pada pandangan Plummer dalam (Mukuan et al., 2023) mengungkapkan bahwa pola kehidupan individu tercermin melalui pola aktivitas (*Activities*), minat (*Interests*), serta pandangan individu dalam kehidupan sehari-hari (*Opinions*). Dengan demikian, penggunaan musik, tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pribadi dan sosial, tetapi juga berpotensi memengaruhi cara individu memandang dirinya maupun lingkungan sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan platform musik digital telah mengubah cara Generasi Z mengakses, memilih, serta menggunakan musik sesuai dengan kebutuhan serta pengalaman mereka sendiri. Di tengah perubahan tersebut, Dewa 19 sebagai band pop rock Indonesia yang berasal dari generasi sebelumnya masih bisa bertahan dan tetap didengarkan oleh sebagian kelompok Generasi Z. Fenomena tersebut mencerminkan adanya perbedaan antara anggapan bahwa musik pop rock terutama dalam fokus ini band Dewa 19 masih dipahami dan digunakan oleh sebagian Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun demikian, penelitian mengenai pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 sebagai media untuk memenuhi kebutuhan

integrasi pribadi dan sosial masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas penggunaan media digital, media sosial, maupun platform musik, sementara pengalaman penggunaan musik Dewa 19 sebagai media pemenuhan kebutuhan yang berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup belum banyak dianalisis dari perspektif komunikasi. Maka dari itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial sehingga berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup mereka.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial, sehingga berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup mereka?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengeksplorasi dan memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial, sehingga berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup mereka.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, terutama dalam studi tentang penggunaan musik sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Secara khusus, penelitian ini memperluas penerapan *Uses and Gratifications Theory* dalam konteks penggunaan musik Dewa 19 oleh Generasi Z, terutama dalam memahami bagaimana pemenuhan kebutuhan integrasi pribadi dan integrasi sosial dapat berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi bagi pelaku industri musik, musisi, manajemen, label rekaman, maupun praktisi komunikasi kreatif dalam memahami bagaimana Generasi Z menggunakan musik Dewa 19 dan memaknai musik tersebut sebagai bagian dari pengalaman personal dan sosial mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi komunikasi, pengembangan karya, serta pendekatan interaksi dengan audiens yang lebih sesuai dengan kebutuhan emosional, sosial, serta karakteristik Generasi Z.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara Generasi Z menggunakan musik Dewa 19, tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial. Melalui pengalaman tersebut, musik Dewa 19 berkontribusi dalam proses pembentukan identitas diri serta gaya hidup Generasi Z. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa karya musik dapat menjadi media untuk menciptakan kedekatan emosional, memperkuat interaksi sosial, serta menjadi bagian dari pengalaman hidup pendengarnya.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil penelitian.

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengalaman Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19, sehingga temuan penelitian tidak dimaksudkan untuk menggambarkan pengalaman pendengar musisi, band, maupun genre musik lainnya.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang mana informan Generasi Z yang disajikan hanya dua informan yang dipilih melalui teknik *purposeful sampling* berdasarkan

pengalaman mereka dalam menggunakan musik Dewa 19. Dua informan utama memiliki latar belakang berbeda, yang memungkinkan mereka memberikan perspektif yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Namun, jumlah informan yang terbatas mengakibatkan temuan penelitian ini bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara statistik kepada seluruh Generasi Z di Indonesia.

3. Penelitian ini menggunakan fenomenologi yang berfokus pada pemahaman makna serta pengalaman subjektif informan. Maka dari itu, penelitian ini lebih memfokuskan pada kedalaman analisis daripada luasnya cakupan populasi.
4. Penelitian ini dilakukan dalam konteks sosial dan budaya Generasi Z pada era digital saat ini. Perubahan dalam perkembangan media, budaya, serta preferensi musik di masa yang akan datang, berpotensi menciptakan pengalaman yang berbeda, sehingga memberikan peluang untuk penelitian selanjutnya.

