

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai landasan konseptual untuk memperkuat fokus penelitian, mengidentifikasi kesamaan maupun perbedaan dengan penelitian yang telah dikaji sebelumnya, serta menemukan celah penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Maka dari itu peneliti memilih enam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penggunaan media dalam perspektif *Uses and Gratifications*, terutama dalam konteks musik yang difokuskan kepada musik Dewa 19. Keenam penelitian tersebut menjadi acuan bagaimana audiens memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan penggunaanya, sehingga dapat mendukung penelitian mengenai pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 sebagai media untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh (Fitriana & Putra, 2022), dengan judul “*Preserve our culture”: The use of digital music platform in the ethnic music community*”. Penelitian ini berbicara tentang bagaimana komunitas musik Gambang Kromong dari Setia Muda menggunakan platform musik streaming seperti *Spotify*, *Joox*, *iTunes*, dan *Deezer* untuk tetap menjaga kelestarian musik Betawi di era digital. Dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* serta teori *New Media*, penelitian ini berupaya untuk memahami alasan utama dan efektivitas penggunaan media digital dalam mempertahankan keberadaan musik tradisional di tengah perubahan teknologi dan preferensi musik generasi muda. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya berfungsi atau berperan sebagai media saluran distribusi, tetapi juga berperan sebagai media strategis untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal secara lebih luas tanpa adanya tujuan komersial.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Miranda & Yuliati, 2020), dengan judul penelitian “*Keunikan Karakteristik Radio: Daya Tarik bagi Khalayak dalam Mendengarkan Radio*”. Penelitian ini membahas mengenai alasan dan motivasi khalayak dalam memilih radio sebagai media untuk memperoleh informasi, hiburan, serta mendengarkan musik di tengah berkembangnya media digital. Dengan menggunakan perspektif *Uses and Gratifications* dan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif audiens dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa radio tetap menjadi pilihan karena memiliki karakteristik yang unik, seperti unsur kejutan dalam pemilihan lagu, kehadiran penyiar sebagai teman bagi pendengar, serta kemampuannya memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan musik sesuai dengan motivasi individu. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan radio sebagai media dipengaruhi oleh kebutuhan akan informasi, hiburan, identitas pribadi, serta interaksi sosial yang ingin dipenuhi oleh pendengarnya.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Irena, 2023) dengan judul “*MODEL SELF-DISCLOSURE GENERASI Z PENGGUNA BERAT MEDIA SOSIAL*”, mengkaji tentang komunikasi Generasi Z di media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji bagaimana Generasi Z, sebagai pengguna aktif media sosial, turut membangun hubungan sosial melalui proses berbagi informasi tentang identitas diri mereka (*Self-Disclosure*). Tujuan dari penelitian ini untuk memahami lebih dalam serta menganalisis bagaimana strategi Generasi Z menampilkan serta memberikan informasi pribadi mereka di berbagai platform digital sebagai bentuk upaya untuk membangun relasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z dengan sadar memberikan berbagai informasi pribadi mereka dengan terbuka dan jujur di media sosial sebagai bagian dari usaha mereka untuk membangun relasi sosial serta mengelola dan membentuk citra diri mereka melalui platform media sosial. Temuan dari penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa media sosial menjadi salah satu sarana dengan peran yang signifikan terutama sebagai ruang bagi para Generasi Z untuk melakukan

manajemen identitas, dengan membangun relasi, membentuk dan mengelola identitas diri mereka melalui berbagi informasi pribadi mereka di media sosial.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Laturrakhmi, 2021), dengan judul penelitian “*Studi fenomenologi tentang motif dan aturan pertemanan virtual di kalangan pengguna Twitter*”. Penelitian ini mengkaji secara langsung fenomena persahabatan yang terbentuk melalui akun anonim di platform media sosial Twitter dengan pendekatan fenomenologi sosial. Penelitian ini berfokus pada cara individu membangun serta mempertahankan hubungan pertemanan tanpa menunjukkan identitas asli, serta bagaimana aturan-aturan dalam sebuah relasi dapat terbentuk melalui motivasi masing-masing individu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi jenis-jenis hubungan pertemanan yang menonjol dalam konteks anonim serta memahami peran motif dalam membentuk dinamika hubungan tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun identitas asli tidak digunakan, para partisipan tetap mampu membangun relasi yang bersifat timbal balik (*reciprocity*) yang ditandai dengan adanya kepercayaan, dukungan emosional, dan kesamaan minat. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks komunikasi digital, identitas dan hubungan sosial tetap terbentuk melalui pengalaman subjektif individu.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Adi et al., 2016) dengan judul “*Motif Anggota Komunitas Musik Hip Hop RUN BDG Bandung*”, membahas mengenai motif anggota komunitas dalam memilih musik Hip Hop sebagai musik yang disukai serta alasan mereka bergabung ke dalam komunitas Hip Hop Bandung. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yang berlandaskan pemikiran Alfred Schutz, penelitian ini berusaha untuk memahami pengalaman serta makna yang diberikan oleh informan terhadap musik Hip Hop. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan musik Hip Hop dipengaruhi oleh kebiasaan mendengarkan yang telah terbentuk di masa lalu, keinginan untuk tampil berbeda, serta pengaruh lingkungan sekitar. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman masa lalu, lingkungan sosial, serta pengalaman

pribadi menjadi faktor yang membentuk motif serta makna yang diberikan oleh informan terhadap musik Hip Hop.

Kemudian penelitian terakhir yang dilakukan oleh (Bastari, 2020), dengan judul penelitian “*Selecting Information Sources in Times of Crisis*”, membahas terkait bagaimana dan mengapa masyarakat memilih media baru tertentu sebagai sumber informasi selama krisis *Covid-19*. Dengan menggunakan *Uses and Gratifications Theory* melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami motivasi pengguna dalam memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan lebih memilih media baru alternatif dibandingkan media resmi pemerintah karena dianggap lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi dengan cepat, mudah diakses, serta sesuai dengan harapan kepuasan mereka. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan media ditentukan oleh tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna, sehingga audiens secara aktif memilih media yang dianggap paling efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka.



Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>"Preserve our culture": The uise of digital music platform in the ethnic music community</i>	Keunikan karakteristik radio: Daya tarik bagi khalayak dalam mendengarkan radio	MODEL SELF-DISCLOSURE GENERASI Z PENGGUNA BERAT MEDIA SOSIAL	Studi fenomenologi tentang motif dan aturan pertemanan virtual di kalangan pengguna twitter	MOTIF ANGGOTA KOMUNITAS MUSIK HIP HOP RUN BDG BANDUNG	<i>Selecting Information Sources in Times of Crisis</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Yulinda Nur Fitriana & Riza Darma Putra, 2022, Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi	Pritta Miranda & Reny Yulianti, 2020, Jurnal Studi Komunikasi	Wulan Purnama Sari & Lydia Irena, 2023, Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi	Intan Dwi Lestari & Yun Fitrahyati Laturrakhmi, 2021, Jurnal Manajemen Komunikasi	Achwan Noorlistyo Adi et al., 2016, Jurnal Manajemen Komunikasi	Andi Amiratania Bastari, 2020, Jurnal Komunikasi Indonesia
3.	Fokus Penelitian	Menganalisis pemanfaatan platform musik digital dalam pelestarian musik Betawi menggunakan <i>Uses and Gratifications Theory</i> .	Motivasi khalayak dalam memilih radio sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan musik di tengah perkembangan media baru.	Menganalisis model <i>self-disclosure</i> Generasi Z sebagai pengguna berat media sosial.	Mengeksplorasi pengalaman pengguna Twitter dalam membangun hubungan pertemanan virtual melalui akun anonim.	Motif anggota komunitas dalam memilih musik Hip Hop serta makna musik Hip Hop bagi anggota komunitas RUN BDG Bandung.	Alasan audiens memilih media baru sebagai sumber informasi pada masa krisis Covid-19 berdasarkan perspektif <i>Uses and Gratifications</i> .
4.	Teori	<i>Uses and Gratifications, New Media</i>	<i>Uses and Gratifications</i>	<i>Social Penetration Theory</i>	Fenomenologi Sosial Alfred Schutz	Fenomenologi Alfred Schutz	<i>Uses and Gratifications Theory</i>
5.	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif (<i>Post-positivisme</i>)	Kualitatif	Kualitatif Fenomenologi	Kualitatif Fenomenologi	Kualitatif fenomenologi	Kualitatif eksploratif
6.	Persamaan dengan penelitian	Mengkaji musik sebagai media serta	Menggunakan <i>Uses and Gratifications</i> untuk menjelaskan	Objek yang dikaji adalah Generasi Z dengan	Menggunakan pendekatan fenomenologi	Membahas pengalaman terhadap musik	Menggunakan <i>Uses and Gratifications</i>

	yang dilakukan	menggunakan <i>Uses and Gratifications</i> .	pemilihan media berdasarkan kebutuhan audiens.	pendekatan fenomenologi.	untuk memahami pengalaman subjektif informan.	menggunakan pendekatan fenomenologi.	untuk memahami alasan pemilihan media.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Berfokus pada pelestarian musik Betawi melalui platform digital, sedangkan penelitian ini mengkaji pengalaman Generasi Z menggunakan musik Dewa 19 dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial.	Media yang dikaji adalah radio, sedangkan penelitian ini menggunakan musik Dewa 19 sebagai media.	Fokus pada <i>self-disclosure</i> di media sosial, sedangkan penelitian ini mengkaji pengalaman menggunakan musik Dewa 19.	Meneliti hubungan pertemanan virtual melalui Twitter, sedangkan penelitian ini membahas pengalaman menggunakan musik Dewa 19.	Mengkaji komunitas Hip Hop dan motif bergabung komunitas, sedangkan penelitian ini mengkaji pengalaman Generasi Z terhadap musik Dewa 19 menggunakan <i>Uses and Gratifications</i> .	Fokus pada pemilihan media informasi saat krisis Covid-19, sedangkan penelitian ini membahas penggunaan musik Dewa 19 dalam kehidupan Generasi Z.
8.	Hasil Penelitian	Platform musik digital dimanfaatkan sebagai media pelestarian musik Betawi serta memenuhi kebutuhan komunitas dalam mendistribusikan karya musik.	Radio tetap dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan musik melalui karakteristik unik yang tidak dimiliki media lain.	<i>Self-disclosure</i> Generasi Z didominasi oleh dimensi valence, intimacy, dan intention dalam membangun hubungan melalui media sosial.	Motif yang berbeda menghasilkan aturan hubungan pertemanan virtual yang berbeda serta membentuk hubungan berdasarkan kepercayaan dan dukungan emosional.	Motif memilih Hip Hop dipengaruhi pengalaman masa lalu, lingkungan sosial, serta menghasilkan berbagai makna terhadap musik Hip Hop.	Pengguna memilih media alternatif karena dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan informasi dibanding media resmi pemerintah.

Berdasarkan keenam penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, menunjukkan bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki keterkaitan dalam membahas penggunaan media, musik, maupun media digital sebagai media untuk memenuhi kebutuhan, membangun interaksi sosial, serta membentuk pengalaman individu. Penelitian dari (Miranda & Yuliati, 2020) serta (Bastari, 2020) menggunakan perspektif *Uses and Gratifications* untuk menganalisis alasan audiens dalam memilih media yang dianggap paling efektif memenuhi kebutuhan mereka, meskipun keduanya berfokus pada media radio dan media baru sebagai sumber informasi. Sementara penelitian (Adi et al., 2016) dan (Fitriana & Putra, 2022) mengkaji musik sebagai media yang dipilih berdasarkan motif tertentu, namun lebih menitikberatkan pada makna musik Hip Hop dalam komunitas serta penggunaan platform musik digital untuk melestarikan musik etnik. Di sisi lain, penelitian (Lestari & Laturrakhmi, 2021) dan (Sari & Irena, 2023) lebih fokus pada pengalaman Generasi Z dalam penggunaan media sosial, interaksi antarpribadi, dan pengungkapan diri bukan pada pengalaman bermusik.

Meskipun demikian, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana Generasi Z memaknai pengalaman mereka dalam menggunakan musik Dewa 19 sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial melalui perspektif *Uses and Gratifications*. Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum menjelaskan bagaimana pemenuhan kebutuhan tersebut dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan identitas dan gaya hidup Generasi Z berdasarkan pengalaman subjektif mereka terhadap musik Dewa 19. Maka dari itu adanya celah penelitian (research gap) tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan fenomenologi dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* untuk mengeksplorasi pengalaman Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 sebagai media yang mampu memenuhi kebutuhan pribadi maupun sosial, serta bagaimana pengalaman tersebut berkontribusi terhadap pembentukan identitas dan gaya hidup mereka.

2.2 Landasan Teori

Menurut West & Turner (2018) dalam buku *Introducing Communication Theory: Analysis and Application (6th Edition)*, Teori *Uses and Gratifications* menegaskan bahwa audiens tidak hanya berperan sebagai penerima informasi dari media, tetapi berperan sebagai individu yang aktif dalam memilih berbagai jenis media berdasarkan kebutuhan tertentu. Teori tersebut berdasarkan pada keyakinan bahwa pengaruh media bersifat terbatas, dikarenakan setiap individu memiliki kendali untuk menentukan media apa yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan dan motivasi mereka. Teori tersebut menekankan bahwa adanya hubungan antara kebutuhan, pilihan media, serta kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media tersebut. Audiens secara sadar mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai kepuasan tertentu, baik yang bersifat kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, maupun pengurangan stress. Dengan demikian, teori tersebut mengalihkan fokus utama dari pertanyaan “apa yang dilakukan media terhadap orang” menjadi “apa yang dilakukan orang terhadap media”. (West & Turner, 2018)

Lebih lanjut, Dainton & Zellej juga menjelaskan bahwa teori *Uses and Gratifications* lebih berfokus pada alasan di balik pilihan audiens dalam menggunakan media tertentu, bukan pada pesan yang disampaikan oleh pengirim. Teori *Uses and Gratifications* memandang audiens sebagai entitas yang aktif dalam memilih dan juga memanfaatkan media. Katz et al, (1973) menyatakan bahwa individu memiliki kebebasan dalam memilih media serta menentukan kapan mereka menggunakan media tersebut, berdasarkan pada kebutuhan dan nilai pribadi yang ingin dipenuhi. Maka dari itu, pemanfaatan media seringkali dipandang sebagai sebuah proses yang sadar dan terarah, baik untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, maupun keperluan sosial dan psikologis. Dengan demikian, perspektif dari teori *Uses and Gratifications* memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumsi media di zaman digital, dimana audiens memiliki kebebasan untuk memilih media yang paling tepat untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka. (Dainton & Zellej, 2018)

Berdasarkan penjelasan mengenai dimensi kepuasan dalam teori *Uses and Gratifications*, fokus utama dalam penelitian ini adalah dimensi integrasi pribadi (*Personal Identity*) dan juga integrasi sosial. Pemilihan kedua dimensi tersebut dianggap paling relevan untuk memahami alasan Generasi Z memilih serta menggunakan musik Dewa 19 dalam memenuhi kebutuhan personal maupun sosialnya. Melalui dimensi integrasi pribadi, penelitian ini mengkaji bagaimana musik dari Dewa 19 dimanfaatkan sebagai sarana refleksi diri, penguatan nilai pribadi, serta pemaknaan pengalaman hidup. Sementara dari dimensi integrasi sosial, penelitian ini mengkaji bagaimana musik tersebut dimanfaatkan untuk membangun relasi atau kedekatan dengan orang lain, memperkuat rasa memiliki dalam lingkungan, serta menjalin interaksi sosial dengan sesama penikmat musik Dewa 19. Pemenuhan kebutuhan melalui kedua dimensi tersebut kemudian dipahami sebagai elemen penting dalam proses pembentukan identitas dan gaya hidup Generasi Z.

Dimensi <i>Uses and Gratifications</i>	Kebutuhan yang Dipenuhi	Contoh Tema/Pertanyaan Wawancara
Kebutuhan Afektif	Pengelolaan emosi, pelampiasan perasaan	"Musik Dewa 19 apa yang paling relate sama perasaan kamu saat ini?"
Identitas Pribadi	Refleksi diri, penguatan konsep diri	"Setelah dengar musik Dewa 19, ada yang berubah dari cara kamu melihat diri sendiri?"
Integrasi Sosial	Membangun relasi, rasa memiliki kelompok	"Pernah jadi lebih dekat sama orang lain karena sama-sama suka Dewa 19?"

Tabel 2.2 Dimensi *Uses and Gratifications* & Contoh Tema

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Musik

Musik adalah bagian dari seni yang menjadi salah satu kebutuhan dalam hidup di masyarakat. David Ewen (1965) dalam jurnal (Laksono, 2017) mengatakan bahwa musik merupakan bidang ilmu yang mempelajari perpaduan ritmis antara suara, baik itu yang dihasilkan oleh manusia atau alat musik, yang mencakup melodi dan harmoni sebagai cara untuk mengekspresikan berbagai hal, terutama emosinya. Kehadiran musik dalam kehidupan masyarakat pastinya terkait erat dengan fungsi dan peran yang dimilikinya. Selain berfungsi sebagai sarana untuk berekspresi, masyarakat memanfaatkan musik dalam berbagai acara adat atau keagamaan, estetika, dan juga sebagai hiburan bagi masyarakat. Musik juga merupakan suatu keunikan yang diciptakan oleh manusia serta memiliki kemampuan luar biasa untuk menyampaikan serta mengatur perasaan. (Yuniar et al., 2022)

Musik pada dasarnya merupakan sarana komunikasi yang paling umum dipakai oleh banyak orang dan dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat. Para pendengar bisa merasakan musik yang mencerminkan perasaan mereka ketika tidak mampu mengungkapkan kepada orang lain (Cahya & Sukendro, 2022). Khairil, (2017) dalam jurnal (Harsa & Sukendro, 2020) menyebutkan bahwa musik merupakan salah satu metode untuk berkomunikasi menggunakan suara (audio) dengan cara yang bervariasi. Musik bisa menyampaikan pesan mengenai berbagai peristiwa, masalah, dan tema yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat.

Musik tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi emosional yang dapat melampaui batasan bahasa dan budaya. Menurut David Rothenberg (2006) dalam buku *Interspecies Communication: Sound & Music Beyond Humanity*, mengatakan bahwa musik merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat melintasi batas-batas budaya, bukan karena musik hanya sebagai

komunikasi secara universal, tetapi musik juga dapat menjadi bentuk komunikasi yang cair dan emosional, serta mampu menerima dan memanfaatkan suara-suara yang tidak dikenal. Hal tersebut diungkapkan oleh Rothenberg, karena Rothenberg menganggap musik sebagai bentuk “keluwesan” yang memiliki karakteristik tertentu yang mungkin dapat menciptakan dan membuka komunikasi antarbudaya. Pandangan tersebut mendukung bahwa ide musik memiliki potensi untuk menggabungkan orang dan menciptakan pengalaman bersama yang melampaui komunikasi verbal. (Steingo, 2024)

Musik memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, terutama bagi Generasi Z. Musik tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan utama, tetapi juga sebagai media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial, serta menjadi sarana untuk mengekspresikan diri. Dari perspektif komunikasi, musik menjadi sarana komunikasi bagi individu maupun bagi masyarakat umum. Melalui musik, seseorang dapat menyampaikan ide, perasaan, dan pemikirannya. Hubungan yang kuat antara komunikasi dengan musik dapat dipahami berdasarkan definisi komunikasi menurut Effendy Lasswell, yang menyatakan bahwa “Komunikasi musik adalah suatu proses dimana seorang musisi atau penyanyi menyampaikan pesan kepada audiensnya melalui nada atau lagu yang menghasilkan dampak tertentu”. (Suryasuciramadhan et al., 2024)

Dalam buku yang berjudul “*What in the World is Music?*”, menjelaskan bahwa musik juga memiliki peran signifikan dalam membentuk identitas mereka. Identitas dapat dilihat sebagai kombinasi dari berbagai faktor yang telah diwariskan maupun diperoleh, yang bersama-sama menentukan siapa kita di suatu waktu tertentu. Faktor-faktor tersebut mencakup latar belakang, usia, jenis kelamin, profesi, keyakinan, serta nilai-nilai pribadi. Faktor tersebut yang menjadikan setiap orang memiliki karakteristik berbeda dan membantu kita mengenali diri sendiri dan orang lain dalam konteks kelompok tertentu. Dengan demikian, musik menjadi

media yang paling efektif untuk mengekspresikan keunikan diri sekaligus membangun hubungan dengan lingkungan sosial. Melalui musik, kita juga dapat memahami serta mengenali identitas kelompok lain melalui bentuk, gaya, dan pesan yang disampaikan secara auditif. (Arnold & Kramer, 2016)

2.3.2 Generasi Z

Generasi Z atau generasi pasca milenial, merupakan kelompok individu termuda di dunia saat ini, karena mereka lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2010. Generasi Z disebut juga sebagai generasi digital karena mereka lahir di era digital. Kehidupan sosial mereka lebih banyak dihabiskan dengan memanfaatkan internet, *multitasking* (kecenderungan melakukan banyak hal dalam waktu bersamaan), ingin mendapat pengakuan, memiliki ambisi yang besar serta menyukai kampanye yang saat ini sedang tren. (Kusharsanto, 2024)

Dalam buku “*Social Media Addiction in Generation Z consumers: Implications for Business and Marketing*”, dijelaskan bahwa Generasi Z juga merupakan sekelompok individu yang sangat ditandai dengan hubungan digital, yang dimana internet sudah tersedia sejak usia dini. Mereka menggunakan media sosial untuk membangun relasi dan tetap terhubung dengan orang-orang terdekat mereka, serta membentuk aturan generasional baru (De Jesús Sánchez, 2020). Cooper (2020) juga menanggapi bahwa generasi Z sangat terhubung secara online melalui media sosial, karena setiap hari mereka menghabiskan waktu berjam-jam untuk bermain media sosial. (Berenice et al., 2023)

Menurut Schroth (2019), Generasi Z merupakan generasi yang dikenal dengan sebutan *digital native*, karena mayoritas kehidupan mereka terjadi di era digital, yang mana teknologi dan internet telah menjadi elemen penting dalam aktivitas sehari-hari. (Sinurat, 2024). Hal tersebut menjelaskan bahwa keterkaitan Generasi Z terhadap musik tidak hanya terbatas pada aspek hiburan, tetapi juga berdampak pada identitas pribadi

mereka. Identitas yang terbentuk dari musik dapat mencerminkan nilai-nilai, perasaan, dan harapan yang mereka yakini.

Generasi Z juga tidak bisa dipisahkan dari pemahaman tentang identitas, dikarenakan generasi muda tersebut hidup di dalam dunia digital, dan budaya populer yang seringkali mengalami perubahan. Menurut Locke (1975), istilah ‘self’ dan ‘personal’ merupakan sebuah filosofi kehidupan, yang dimana istilah tersebut memiliki pengertian yang berbeda. Diri menggambarkan kesadaran reflektif seseorang terhadap dirinya, sedangkan individu mencerminkan posisi seseorang dalam tatanan sosial dan moral. Adanya pemikiran tersebut membantu Generasi Z dalam mengembangkan citra diri mereka melalui proses refleksi pribadi dan pengakuan dari lingkungan sosial mereka. (Frankish & Madden, 2024)

2.3.3 Identitas

Identitas merupakan serangkaian makna yang sangat melekat pada satu individu, dimana identitas berperan sebagai standar atau sebuah ukuran untuk mendefinisikan siapa mereka dalam konteks sosial tertentu. Foote (1951) menjelaskan bahwa identitas memberikan kekuatan dan dorongan yang memungkinkan individu untuk benar-benar menghayati peran yang dijalankan. Kemudian McCall & Simmons (1978) memperkuat pandangan tersebut bahwa identitas bukan hanya sekadar pemikiran kosong, melainkan sebuah pengaruh signifikan yang menjadi dasar utama bagi rencana tindakan dalam kehidupan sehari-hari (Burke & Stets, 2022).

Keberlangsungan pengoperasian identitas dipengaruhi oleh standar identitas yang mencakup sekumpulan makna simbolis sebagai pedoman. Standar tersebut tidak hanya menjadi panduan pasif yang diikuti, tetapi juga sebuah tujuan (*goals*) yang harus dicapai dan dipertahankan dalam konteks sosial tertentu. Melalui proses yang disebut verifikasi identitas, individu berupaya untuk mengubah makna situasional agar sesuai dengan makna yang terdapat dalam standar mereka. (Burke & Stets, 2022)

Dalam konteks ini, identitas dipahami sebagai salah satu dampak atau hasil dari pengalaman Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan integrasi individu dan sosial. Dalam praktiknya, identitas terlihat melalui cara informan mengenali diri mereka, menampilkan dirinya kepada orang lain, serta memperoleh pengakuan sosial melalui selera musik dan kegiatan yang berhubungan dengan Dewa 19, seperti memainkan lagu, membuat *cover*, membagikan musik, maupun menunjukkan ketertarikan terhadap musik Dewa 19. Pengalaman yang berlangsung secara berulang dalam menggunakan musik tersebut berkontribusi terhadap cara Generasi Z memandang dirinya, memperkuat rasa percaya diri, membentuk karakter, serta memengaruhi cara mereka mengekspresikan diri dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu, konsep ini digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana pemenuhan kebutuhan melalui penggunaan musik Dewa 19 turut berkontribusi terhadap pembentukan identitas diri, bukan sebagai fokus utama.

2.3.4 Gaya Hidup

Konsep gaya hidup pada dasarnya menggambarkan bagaimana setiap orang menempatkan dirinya dengan cara yang berbeda di tengah masyarakat. Plummer (1983) dalam jurnal (Mukuan et al., 2023) menjelaskan bahwa cara hidup seseorang dapat dilihat dari bagaimana mereka mengalokasikan waktu (*Activities*), hal-hal yang dianggap bermakna dalam hidup (*Interests*), serta pandangan mereka terhadap lingkungan sekitarnya (*Opinions*). Maka dari itu, gaya hidup bukan hanya sekadar aktivitas sehari-hari, melainkan juga sebuah cara individu untuk mengekspresikan keinginan dan membentuk citra diri mereka dalam lingkungan sosial. Pola tersebut yang pada akhirnya akan menjadi sebuah panduan bagi individu dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari yang secara tidak langsung membedakan status dan identitas individu melalui simbol-simbol yang mereka tampilkan.

Pola tersebut tentunya muncul karena adanya dorongan dari interaksi antara faktor internal dan eksternal dari individu. Menurut pemikiran Kotler dan Keller (2012) dalam jurnal (Mukuan et al., 2023), gaya hidup merupakan sebuah gambaran secara menyeluruh suatu individu dalam menghadapi lingkungan sosialnya, yang dipengaruhi oleh motivasi pribadi (internal) maupun dampak dari kelompok sosial atau lingkungan (eksternal). Kombinasi kedua faktor tersebut menjadikan pemilihan gaya hidup menjadi sebuah bentuk reaksi aktif individu dalam menentukan identitas mereka di tengah masyarakat.

Konsep gaya hidup dalam penelitian ini diimplementasikan melalui pola aktivitas (*Activities*), minat (*Interests*), dan pandangan (*Opinions*) yang muncul dari pengalaman Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19. Aspek aktivitas (*Activities*) terlihat dari kebiasaan mendengarkan musik atau membuat cover lagu, menghadiri konser, serta berbagi musik melalui platform digital. Dari aspek minat (*Interests*) dapat diamati melalui ketertarikan informan terhadap karya, aransemen, lirik, maupun instrumen yang digunakan oleh Dewa 19. Sementara dari aspek opini (*Opinions*), terlihat dari cara informan memandang nilai-nilai yang terdapat dalam musik Dewa 19 serta alasan mereka memilih musik tersebut dibandingkan genre lain. Berbagai aktivitas tersebut menunjukkan bahwa penggunaan musik Dewa 19 tidak hanya menjadi bentuk konsumsi hiburan, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan kebiasaan dan pola hidup yang menjadi bagian dari gaya hidup Generasi Z.

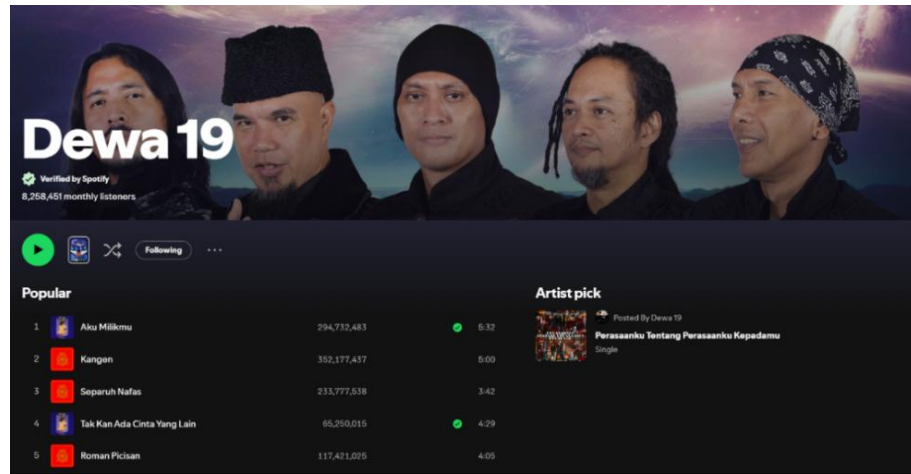
2.3.5 Musik Pop Rock

Musik pop rock merupakan genre yang menggabungkan musik pop dengan musik rock dengan energi ekspresif. Musik Pop merupakan sebuah genre yang memiliki ciri khas seperti aransemen musik yang tidak rumit, mudah diingat, dan melodi yang dapat diaplikasikan ke dalam berbagai genre lagu dan dapat dikombinasikan dengan jenis musik lainnya (Darlene, 2024). Sedangkan Musik Rock merupakan suatu genre yang memiliki

karakteristik musik yang kuat dan energik, yang umumnya ditandai dengan penggunaan instrumen elektrik seperti gitar listrik, bass, serta drum sebagai komponen utama (Nofelin & Satiadarma, 2024). Kombinasi antara genre pop dan rock ini membentuk sebuah media komunikasi yang lebih dinamis, yang mana pesan emosional yang mendalam dapat tersampaikan dalam bentuk yang populer dan mudah diterima sebagai identitas bagi pendengarnya

Musik pop rock masih menjadi genre yang tidak mudah didefinisikan secara sederhana. Hal tersebut disebabkan oleh adanya batasan genre yang bias, sehingga genre pop rock akhirnya membuka ruang interpretasi subjektif bagi setiap pendengarnya untuk menggali makna tersembunyi di balik sebuah lagu (Everett Walter, 2023, p. ix; p. 2). Oleh karena itu, pemahaman mengenai pop rock tidak hanya dilihat dari aspek musikal, tetapi juga perkembangan dan penerimaan genre ini dalam konteks sosial dan budaya.

Dalam penelitian ini, band Dewa 19 dipilih sebagai salah satu representasi dari genre pop rock Indonesia. Dalam buku “*Dua Dekade Musik Indonesia 1998-2018*”, Dewa 19 dikenal sebagai salah satu kelompok musik yang mengusung genre pop rock. Menurut Nugroho, sejak awal kemunculannya, Dewa 19 telah menunjukkan kematangan dalam bermusik, dengan kualitas lagu yang konsisten dari album awal hingga album terakhir. Selain itu, Dewa 19 juga berhasil mempertahankan eksistensinya melalui berbagai karya yang memperoleh apresiasi dan kesuksesan pada dekade 1990 hingga 2000. (Nugroho, 2020)



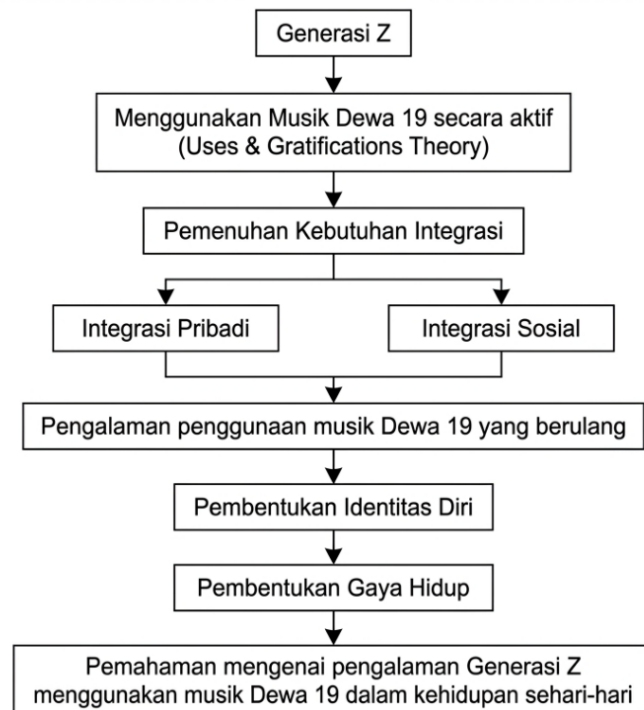
Gambar 2.1 Halaman Spotify Dewa 19

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

Hal tersebut juga diperkuat dengan jumlah pendengar bulanan band Dewa 19 yang diambil langsung dari Spotify. Jumlah pendengar bulanan dari band tersebut sebanyak 8.258.451 *monthly listeners* atau setara dengan 8,2 juta pendengar. Tingginya angka pendengar tersebut menunjukkan bahwa Dewa 19 saat ini masih tetap eksis untuk didengarkan. Berdasarkan karakteristik tersebut, penelitian ini memfokuskan pada Dewa 19 sebagai band pop rock Indonesia. Pemilihan tersebut bukan untuk mendefinisikan keseluruhan genre pop rock melalui satu band, melainkan karena Dewa 19 merupakan salah satu kelompok musik yang secara konsisten merepresentasikan karakteristik pop rock Indonesia dan tetap relevan hingga saat ini.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini disusun dengan menempatkan *Uses and Gratifications Theory* sebagai landasan utama untuk memahami bagaimana Generasi Z menggunakan musik Dewa 19 secara aktif dalam kehidupan sehari-hari. Teori ini memandang bahwa individu tidak hanya berperan sebagai penerima media secara pasif, melainkan secara sadar memilih serta menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang mereka rasakan. Dalam konteks ini, musik Dewa 19 dipandang sebagai media yang dipilih oleh Generasi Z karena dapat memenuhi beragam kebutuhan individu serta sosial.

Pendekatan dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* dalam buku *"Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction"*, menjelaskan pada umumnya menekankan pentingnya peran aktif audiens serta motivasi mereka dalam memilih berbagai jenis media. Audiens dalam hal ini tidak hanya bersikap pasif saat menerima pesan melainkan berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media untuk kebutuhan tertentu (Katz et al., 1973). Setiap orang

memiliki dorongan, nilai, dan tujuan pribadi yang memandu mereka dalam menentukan media yang akan digunakan dan cara penggunaannya. *Uses and Gratifications* tidak sepenuhnya mendukung pandangan “garis lurus” sederhana yang menunjukkan bahwa satu jenis media langsung mempengaruhi cara orang berpikir atau bertindak. Sebaliknya, pendekatan tersebut lebih berfokus pada cara pengguna atau audiens berinteraksi dengan media yang mereka pilih. Disebut sebagai “pengguna”, karena setiap individu akan memilih media dan akan menentukan apakah mereka akan dipengaruhi, terpengaruh, atau tetap konsisten. (Dainton & Zelley, 2022)

Dalam konteks penelitian ini, musik Dewa 19 dipahami sebagai media yang dipilih secara sadar oleh Generasi Z untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, penelitian ini berfokus pada dua dimensi kebutuhan yang paling relevan dengan pengalaman informan, yaitu integrasi pribadi dan integrasi sosial. Pemenuhan kebutuhan integrasi pribadi tercermin dalam pengalaman individu mengelola emosi, memperoleh motivasi, meningkatkan rasa percaya diri. Sedangkan pada integrasi sosial tercermin melalui pengalaman yang membangun kedekatan dengan lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, maupun aktivitas bermusik.

Pengalaman mendengarkan musik Dewa 19 yang dilakukan secara berulang turut berkontribusi dalam pembentukan identitas serta gaya hidup Generasi Z. Identitas diri tercermin melalui karakter, nilai, serta cara mengekspresikan diri. Sedangkan gaya hidup terlihat dari kebiasaan, aktivitas, minat, serta pola interaksi sosial yang berhubungan dengan musik Dewa 19. Dengan demikian, identitas diri dan gaya hidup dipahami sebagai hasil dari proses penggunaan musik Dewa 19 untuk memenuhi kebutuhan integrasi pribadi serta integrasi sosial.

Berdasarkan alur tersebut, penelitian ini menggunakan metode Fenomenologi untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan musik Dewa 19 sebagai media pemenuhan kebutuhan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang

lebih mendalam tentang bagaimana pemenuhan kebutuhan integrasi pribadi maupun sosial melalui musik Dewa 19 berkontribusi pada pembentukan identitas diri dan gaya hidup Generasi Z.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA