

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan untuk memetakan posisi studi saat ini dan mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang berpotensi untuk pengembangan lebih lanjut. Dalam studi ini, para peneliti menganalisis enam jurnal ilmiah yang relevan: lima jurnal nasional yang terindeks SINTA dan satu jurnal internasional. Pemilihan studi sebelumnya difokuskan pada studi yang membahas penerimaan audiens, bahasa media, dan interpretasi audiens terhadap pesan komunikasi, khususnya dalam bidang musik atau teks budaya.

Dalam artikel sebelumnya, *Lirik Lagu Sebagai Media Kritik Sosial: Kajian Analisis Wacana Kritis Pada Lagu Karya Nanne Birowo*, yang ditulis oleh N.N.D Narayukti; I.B Putrayasa; I.M. Utama, dan diterbitkan di Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai lirik lagu yang mengandung kritik sosial. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori komunikasi dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu merupakan sarana yang efektif untuk menyampaikan kritik sosial serta membentuk perspektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu.

Selanjutnya dalam penelitian yang berjudul *Analisis Resepsi Program Talk Show Mata Najwa Episode "Pssi Bisa Apa Jilid 2" Tahun 2018 Di Trans 7*, yang ditulis oleh Imelda Dwi Kumala dan diterbitkan di Jurnal Ilmu Komunikasi. Penelitian ini menekankan pada proses penerimaan pesan serta interpretasi audiens terhadap konten tayangan dalam program televisi, khususnya bagaimana cara khalayak memaknai pesan yang ingin disampaikan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori encoding-decoding dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap "PSSI Bisa Apa"

jilid 2 terbagi menjadi 3 posisi. Diantara 4 narasumber dengan latar belakang beragam, satu posisi dominant, negotiated, dan oppositional.

Selanjutnya dalam penelitian yang berjudul *Seni Musik Sebagai Kritik Sosial Melalui Lagu 'Bayar Bayar Bayar' Oleh Band Sukatani*, yang ditulis oleh Romi Iriandi Putra; Tiara Indah; Mahesa Maulana, 2025, dan diterbitkan di Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM). Penelitian ini mengkaji peran musik sebagai sarana komunikasi untuk menyuarakan kritik sosial, termasuk bagaimana cara konstruksi pesan melalui berbagai elemen musik. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori resepsi dengan pendekatan metodologi kualitatif. Hasil penelitian melihat bahwa musik sebagai media komunikasi yang bisa memberikan kritik sosial kepada khalayak lewat pesan yang ada didalamnya.

Selanjutnya dalam penelitian yang berjudul *Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu (Analisis Wacana Lagu Maju Dari Feast)*, yang ditulis oleh Danu Tirta; Sapta Sari; Martha Heriniazwi Dianth, 2024, dan diterbitkan di Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik. Penelitian ini berfokus pada analisis wacana pesan dalam media musik, terutama untuk mengungkapkan makna sosial serta ideologi yang ada dalam lirik lagu. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori struktur genetik dengan metode analisis kualitatif. Hasil penelitian ini mengungkapkan kritik sosial dalam lirik lagu “Maju” karya Feast, yang menekankan bahwa sebagai warga negara kita wajib memiliki semangat nasionalisme dan perjuangan demi Indonesia.

Selanjutnya dalam penelitian yang berjudul *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Di Kalangan Generasi Muda*, yang ditulis oleh Arridha Silfani; Irfandi Bancin; Mahyul Syahputra Nasution; Sahmadi Harahap; Shella Sekar Wuni; Ana Theresia Br stepu; Nurmaya Sari; Mimi Rosadi, 2025, dan diterbitkan di Jurnal Penelitian Nusantara. Penelitian ini berfokus pada bagaimana bahasa yang digunakan dalam media sosial dan juga bagaimana pengaruhnya terhadap cara audiens memahami dan merespon pesan yang akan disampaikan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian

ini mengungkapkan bahwa pemakaian bahasa di media mempengaruhi pemahaman serta respons audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Pada jurnal terakhir yang berjudul *Analisis Diksi Dan Citraan Dalam Lirik Lagu Album “Manusia” Karya Tulus*, yang ditulis oleh A. Kumalasari, A. Wahyusari, S. Habibah, 2024, dan diterbitkan di Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa. Penelitian ini membahas diksi dan citraan yang terdapat dalam lirik lagu album Manusia karya Tulus. Penelitian ini menggunakan teori stilistika dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang ditemukan terdapat diksi dan citraan yang terdapat dalam lirik lagu album Manusia karya Tulus berupa makna denotasi dan konotasi yang meliputi citraan visual, citraan auditif, citraan gerak, dan citraan rabaan dan penciuman.

Dari enam penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas, seluruhnya merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif, dalam penggunaan teori pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan dari masing-masing penelitian. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada resepsi khalayak terhadap bahasa provokatif dalam lagu ‘Peradaban’, bukan hanya analisis isi lirik. Penelitian yang berjudul *Lirik Lagu Sebagai Media Kritik Sosial: Kajian Analisis Wacana Kritis Pada Lagu Karya Nanoe Biroe*, menggunakan teori komunikasi. Penelitian yang berjudul *Analisis Resepsi Program Talk Show Mata Najwa Episode “Pssi Bisa Apa Jilid 2” Tahun 2018 Di Trans 7*, menggunakan teori *encoding* dan *decoding*. Selanjutnya penelitian yang berjudul *Seni Musik Sebagai Kritik Sosial Melalui Lagu ‘Bayar Bayar Bayar’ Oleh Band Sukatani*, menggunakan teori resepsi. Penelitian yang berjudul *Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu (Analisis Wacana Lagu Maju Dari Feast)*, menggunakan teori sosiologi sastra. Penelitian yang berjudul *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Di Kalangan Generasi Muda*, tidak menggunakan teori tetapi hanya berfokus pada metode penelitiannya saja, dan yang terakhir penelitian yang berjudul *Analisis Diksi Dan Citraan Dalam Lirik Lagu Album “Manusia” Karya Tulus*, menggunakan teori stilistika.

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	LIRIK LAGU SEBAGAI MEDIA KRITIK SOSIAL: KAJIAN ANALISIS WACANA KRITIS PADA LAGU KARYA NANOE BIRROE	ANALISIS RESEPSI PROGRAM TALK SHOW MATA NAJWA EPISODE “PSSI BISA APA JILID 2” TAHUN 2018 DI TRANS 7	KRITIK SOSIAL DALAM LAGU “BAYAR BAYAR” KARYA BAND SUKATANI	KRITIK SOSIAL DALAM LIRIK LAGU (ANALISIS WACANA LAGU MAJU DARI FEAST)	PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI KALANGAN GENERASI MUDA	ANALISIS DIKSI DAN CITRAAN DALAM LIRIK LAGU ALBUM “MANUSIA” KARYA TULUS
2.	Nama Lengkap Peneliti,	N.N.D. Narayukti; I.B Putrayasa; I.M.	Imelda Dwi Kumala, 2021,	Dede Fadilatunisa; Dwi Wahyu	Danu Tirta; Sapta Sari; Martha	Arridha Silfani; Irfandi Bancin; Mahyul	A. Kumalasari, A.Wahyusari, S. Habibah,

	Tahun Terbit, dan Penerbit	Sutama, 2021, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia	Jurnal Ilmu Komunikasi	Candra Dewi, 2025, Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora	Heriniawzi Dianth, 2024, Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik	Syahputra Nasution; Sahmadi Harahap; Shella Sekar Wuni; Ana Theresia Br stepu; Nurmaya Sari; Mimi Rosadi, 2025, Jurnal Penelitian Nusantara	2024, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa
3.	Fokus Penelitian	Lirik lagu sebagai sarana kritik sosial dalam masyarakat	Penelitian ini menekankan pada proses penerimaan pesan serta interpretasi audiens terhadap konten tayangan dalam program	Kritik sosial terhadap ketidakadilan dalam layanan publik serta praktik korupsi di institusi kepolisian yang	Penelitian ini berfokus pada analisis wacana pesan dalam media musik, terutama untuk mengungkapkan makna sosial	Berfokus pada bagaimana bahasa yang digunakan dalam media sosial dan juga bagaimana pengaruhnya terhadap cara	Penelitian ini membahas diksi dan citraan yang terdapat dalam lirik lagu

			televisi, khususnya bagaimana cara khalayak memaknai pesan yang ingin disampaikan.	digambarkan lewat lagu “Bayar Bayar” karya Band Sukatani.	serta ideologi yang ada dalam lirik lagu.	audiens memahami dan merespon pesan yang akan disampaikan.	album Manusia karya Tulus.
4.	Teori	Teori Komunikasi	Teori Encoding-Decoding	Teori Sosiologi Sastra	Teori Struktur Genetik	-	Teori Stilistika
5.	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif	Pendekatan Kualitatif	Pendekatan Kualitatif	Analisis Kualitatif	Kualitatif	Pendekatan Kualitatif Deskriptif
6.	Persamaan dengan penelitian	Penelitian ini menggunakan objek kajian berupa media musik serta	Penelitian ini membahas bagaimana audiens mengerti dan menafsirkan isi	Melihat musik sebagai media komunikasi yang bisa memberikan	Menggunakan media musik sebagai objek untuk melihat adanya pesan	Membahas penggunaan bahasa dalam media yang dapat	Penelitian ini sama-sama menggunakan lirik lagu sebagai objek

	yang dilakukan	melihat bagaimana pesan ini disampaikan melalui lirik lagu. Selain itu, sama-sama menempatkan bahasa sebagai elemen yang penting dalam menyampaikan pesan sosial kepada khalayak.	dari pesan dalam suatu media.	kritik sosial kepada khalayak lewat pesan yang ada didalamnya.	yang terkandung didalamnya	mempengaruhi audiens.	kajian meneliti unsur bahasa yang digunakan dalam lagu untuk memahami makna atau pesan yang disampaikan kepada pendengar.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini tidak menggunakan resepsi khalayak secara spesifik, sehingga tidak	Objek penelitian berupa program televisi, bukan dalam lagu, dan juga tidak	Penelitian ini hanya berfokus pada isi pesan dalam lagu tersebut, tanpa menggali	Penelitian ini lebih berfokus pada isi dan makna lagu, bukan pada respon atau	Objek kajiannya bukan sebuah lagu, dan tidak secara khusus membahas penggunaan	Penelitian ini hanya menganalisis diksi dan citraan dalam lirik lagu, dan

		menggali bagaimana audiens memaknai pesan secara langsung. Dan juga tidak membahas secara khusus penggunaan bahasa yang provokatif.	membahas bahasa yang provokatif.	bagaimana persepsi khalayak terhadap pesan tersebut.	persepsi audiens.	bahasa pada lirik musik.	tidak berfokus pada bagaimana khalayak memaknai dan merespons
8.	Hasil Penelitian	Menyatakan bahwa lirik lagu merupakan sarana yang efektif untuk menyampaikan kritik sosial serta membentuk	Mengungkapkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap “PSSI Bisa Apa” jilid 2 terbagi menjadi 3 posisi. Diantara 4 narasumber	Penelitian ini memberikan rekomendasi agar para seniman, media, dan masyarakat memperhatikan etika dalam	Penelitian ini mengungkapkan kritik sosial dalam lirik lagu “Maju” karya Feast, yang menekankan bahwa sebagai	Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemakaian bahasa di media mempengaruhi pemahaman serta respons	Hasil penelitian yang ditemukan terdapat diksi dan citraan yang terdapat dalam lirik lagu album Manusiakarya

		perspektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu.	dengan latar belakang beragam, satu posisi dominant, negotiated, dan oppositional.	komunikasi publik, prinsip verifikasi dan keseimbangan dalam mengutarakan kritik sosial melalui media digital.	warga negara kita wajib memiliki semangat nasionalisme dan perjuangan demi Indonesia.	audiens terhadap pesan yang disampaikan.	Tulus berupa makna denotasi dan konotasi yang meliputi citraan visual, citraan auditif, citraan gerak, dan citraan rabaan dan penciuman.
--	--	--	--	--	---	--	--

2.2 Teori dan Konsep Penelitian

Dalam penelitian ini akan menerapkan teori resepsi khalayak yang diperkenalkan oleh Stuart Hall, mencakup konsep-konsep utamanya seperti proses *encoding-decoding*, serta mencakup tiga posisi yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated-meaning*, dan *oppositional-decoding*.

2.2.1 Teori Resepsi Khalayak

Teori resepsi khalayak menjadi salah satu kerangka utama dalam studi komunikasi massa yang menonjolkan peran aktif audiens dalam mengonstruksi makna pesan media. Pendekatan ini lahir sebagai respons kritis terhadap model komunikasi konvensional yang memandang khalayak sebagai penerima pasif. Dari sudut pandang ini, audiens tidak sekadar menyerap pesan, melainkan menafsirkannya dan membentuk makna sendiri berdasarkan pengalaman pribadi, latar belakang sosial, serta konteks budaya yang dianutnya.

Konsep tersebut banyak terinspirasi dari pemikiran Stuart Hall melalui model *encoding/decoding*. Hall menguraikan bahwa proses komunikasi bersifat non-linear dan rumit, melibatkan interaksi antara produksi pesan dan penafsiran audiens. Dengan demikian, makna tidak statis, melainkan fleksibel dan bergantung pada cara pesan diterima serta dipahami.

Guna memetakan posisi teori resepsi dalam kajian komunikasi, McQuail dan Deuze (2020) membandingkan berbagai model komunikasi massa berdasarkan orientasi pengirim *sender* dan penerima *receiver*, sebagaimana tergambar pada ilustrasi berikut:

Model	Orientation of	
	Sender	Receiver
Transmission model	Transfer of meaning	Cognitive processing
Expressive or ritual model	Performance	Consummation/shared experience
Publicity model	Competitive display	Attention-giving spectatorship
Reception model	Preferential encoding	Differential decoding/construction of meaning

Gambar 2.1 Komparasi 4 model proses komunikasi massa berdasarkan orientasi sender dan receiver

Sumber: (McQuail & Deuze, 2020)

Berdasarkan ilustrasi tersebut, komunikasi massa mencakup empat model pokok, yakni *transmission model*, *expressive (ritual) model*, *publicity model*, dan *reception model*.

Model pertama, *transmission model*, memandang komunikasi sebagai transfer pesan dari pengirim ke penerima. Penekanannya adalah pada mekanisme pemindahan makna serta pemrosesan kognitif pesan oleh audiens, di mana khalayak diposisikan sebagai penerima yang relatif pasif.

Model kedua, *expressive model*, mengonsepsikan komunikasi sebagai sarana ekspresi dan pembentukan pengalaman kolektif. Lebih dari sekadar penyampaian informasi, model ini berfungsi untuk menciptakan makna sosial dan mempererat ikatan komunitas.

Model ketiga, *publicity model*, menjadikan komunikasi sebagai alat untuk menarik perhatian publik. Pesan dirancang agar menonjol dan menciptakan eksposur, dengan audiens berperan sebagai penonton yang memberikan fokus terhadapnya.

Berbeda dari ketiga model sebelumnya, *reception model* menempatkan audiens sebagai elemen sentral dalam komunikasi. Pengirim melakukan *preferential encoding*, yaitu pengemasan pesan dengan ideologi dan tujuan khusus agar dimaknai sesuai harapan. Namun, audiens melalui *differential decoding* menafsirkan pesan secara beragam berdasarkan pengalaman, nilai, dan konteks sosial individu.

Konsep ini diperkaya oleh Stuart Hall, yang mengidentifikasi tiga posisi *decoding*:

1. *Dominant-Hegemonic reading*, di mana audiens menerima makna sebagaimana dimaksud pengirim
2. *Negotiated reading*, saat audiens menerima sebagian makna sambil menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi
3. *Oppositional reading*, ketika audiens menolak makna dominan dan mengembangkan tafsiran alternatif.

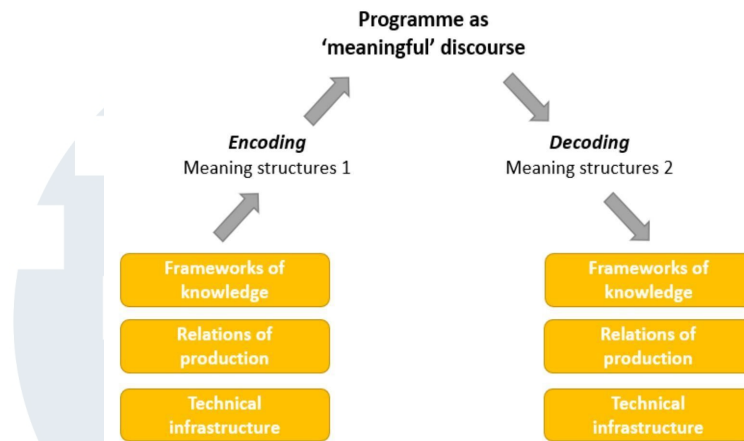
Baran dan Davis (2014) menegaskan bahwa *decoding* mencerminkan aktivitas audiens dalam membentuk makna, bukan penerimaan pasif. Pandangan ini selaras dengan Turow (2014), yang memandang audiens modern sebagai partisipan aktif, serta Morley (1992), yang menyoroti pengaruh latar belakang sosial, pendidikan, dan pengalaman hidup terhadap pemahaman media. McQuail dan Deuze (2020) menambahkan bahwa audiens tergabung dalam “komunitas interpretatif” yang beragam, sehingga pesan yang sama dapat menghasilkan interpretasi plural. Di era media digital, dinamika ini semakin rumit karena audiens turut berdiskusi dan membentuk makna secara kolektif.

Pada penelitian ini, teori resepsi khalayak dimanfaatkan untuk menganalisis interpretasi pendengar terhadap bahasa provokatif dalam lagu “Peradaban” karya band Feast. Bahasa tersebut merupakan produk *encoding* yang menyiratkan pesan seperti kritik sosial atau cerminan kondisi masyarakat. Melalui *decoding*, setiap pendengar menghasilkan pemaknaan unik sesuai latar belakang dan pengalamannya.

A) Proses Encoding-Decoding

Model *encoding-decoding* menjadi elemen inti dalam teori resepsi khalayak yang dirancang oleh Stuart Hall. Pendekatan ini memandang proses komunikasi sebagai tahapan yang tak terpisahkan antara penyusunan pesan (*encoding*) dan interpretasi

oleh audiens (*decoding*). Walaupun saling terkait, proses tersebut tidak selalu linier, sebab makna yang dimaksud pengirim pesan dapat berbeda dengan pemahaman khalayak.



Gambar 2.2 Diagram Encoding-Decoding Stuart Hall
Sumber: (Media Studies, 2020)

Stuart Hall mengembangkan model *encoding-decoding* sebagai konsep kunci dalam teori resepsi khalayak. Model ini memahami komunikasi sebagai proses terintegrasi antara produksi pesan (*encoding*) dan penafsiran audiens (*decoding*). Kedua tahap tersebut saling terkait, tetapi tidak selalu searah, karena makna yang dimaksud pengirim dapat menyimpang dari pemahaman khalayak.

Hall memandang pesan media seperti program televisi, musik, atau teks lainnya sebagai “diskursus bermakna” (*meaningful discourse*). Pesan bukan hanya informasi semata, melainkan sarat nilai, ideologi, dan konstruksi sosial. Saat encoding, pembuat pesan menyusun makna dengan memerhatikan tujuan komunikasi, kepentingan institusi, serta konteks sosial (Hall, 1980).

Proses *encoding* dipengaruhi tiga elemen utama: ***frameworks of knowledge*** (kerangka pengetahuan pembuat pesan, termasuk budaya dan pandangan realitas); ***relations of production*** (kondisi sosial-institusional produksi); serta ***technical infrastructure***

(teknologi dan media produksi). Elemen-elemen ini membentuk *meaning structures* 1, yaitu struktur makna awal dari komunikator.

Pada tahap *decoding*, audiens menafsirkan pesan melalui kerangka serupa *frameworks of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure* namun disesuaikan dengan konteks mereka sendiri. Hasilnya adalah *meaning structures* 2, yang sering berbeda dari makna asli (McQuail & Deuze, 2020).

Perbedaan *meaning structures* 1 dan 2 menandakan bahwa komunikasi tidak sepenuhnya dikendalikan pengirim. Audiens secara aktif mengonstruksi makna, menghasilkan keragaman interpretasi sebagaimana ditegaskan Baran dan Davis (2014) bahwa audiens turut menjadi produsen makna. Hall juga menyoroti peran bahasa media dalam menghubungkan pengirim dan audiens. Bahasa yang relevan memudahkan pemaknaan, sementara yang kompleks dapat menimbulkan variasi interpretasi, mempengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif untuk efek informatif maupun persuasif. Hall et al. (2005) menambahkan bahwa teknologi mempengaruhi *decoding*; perbedaan platform, perangkat, dan akses informasi memperluas variasi interpretasi, khususnya di era digital.

Pada ujungnya, *encoding* dan *decoding* menghasilkan beragam respons audiens, dipengaruhi pengalaman, nilai, dan budaya individu. Littlejohn dan Foss (2014) membedakan audiens aktif (selektif dan kritis) dari pasif (menerima apa adanya). Baran dan Davis (2014) menyebut makna media bersifat polisemik, sementara Fiske (dalam Tan & Aladdin, 2018) menekankan kemampuan interpretasi oposisional.

B) Posisi Resepsi Khalayak

Dalam teori resepsi, Stuart Hall menegaskan bahwa proses *decoding* tidak selalu menghasilkan interpretasi seragam di kalangan khalayak. Audiens justru mengadopsi posisi tertentu dalam

memaknai pesan media, dipengaruhi oleh perbedaan pengalaman, nilai, dan konteks sosial individu. Akibatnya, pemahaman terhadap pesan media menjadi beragam dan sulit dikendalikan sepenuhnya oleh pengirim.

Hall membagi proses pemaknaan ini menjadi tiga posisi pokok: *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Posisi-posisi tersebut mencerminkan rentang respons khalayak terhadap pesan media, dari penerimaan penuh hingga penolakan total.

1) *Dominant-Hegemonic Reading*

Posisi *dominant-hegemonic* terjadi ketika khalayak menafsirkan dan menerima pesan media persis sesuai maksud pembuatnya. Pada tahap ini, tidak muncul resistensi atau penolakan terhadap ideologi yang terkandung di dalamnya. Audiens memandang pesan sebagai hal yang alami, relevan, dan selaras dengan realitas yang mereka kenali. Situasi semacam ini umumnya timbul bila pesan dekat dengan nilai, budaya, serta pengalaman hidup khalayak. Artinya, terdapat keselarasan antara kerangka berpikir pengirim dan audiens. Hodgkinson (2017) menyebut posisi ini sebagai bentuk penerimaan ideal bagi komunikator, sebab makna yang terbentuk sesuai dengan niat *encoding* awal. Lebih lanjut, kode budaya dominan seperti norma sosial, keyakinan umum, dan asumsi yang diterima secara luas memperkuat potensi *dominant reading*. Pesan yang memanfaatkan referensi familiar bagi audiens cenderung diterima tanpa dipertanyakan.

2) *Negotiated Reading*

Berbeda dari posisi sebelumnya, *negotiated reading* mencerminkan situasi di mana khalayak tidak menerima

pesan media secara keseluruhan. Meskipun memahami makna dominan yang disajikan, audiens menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi, nilai, atau kepentingan spesifik mereka. Pada posisi ini, khalayak lebih kritis terhadap pesan, Hall membagi proses pemaknaan ini menjadi tiga posisi pokok: *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Yang isinya sambil menolak atau memodifikasi elemen lain yang dianggap tidak sesuai dengan realitas atau keyakinan pribadi. Akibatnya, makna yang muncul merupakan kompromi antara pesan media dan sudut pandang individu. Baran dan Davis (2014) menegaskan bahwa *negotiated reading* menunjukkan aktivisme audiens dalam komunikasi. Khalayak tidak sekadar menerima, melainkan mengolah pesan agar lebih sesuai dengan konteks kehidupan sehari-hari mereka, menjadikannya bentuk pemaknaan yang paling sering terjadi.

3) *Oppositional Reading*

Posisi *oppositional* mewakili respons paling kritis terhadap pesan media. Khalayak di sini memahami maksud pembuat pesan, tetapi dengan sengaja menolaknya dan mengembangkan tafsiran alternatif yang bertolak belakang. Audiens pada posisi ini umumnya memiliki kerangka berpikir, ideologi, atau pengalaman yang kontras dengan pesan tersebut, sehingga tidak hanya menolak isinya, melainkan juga mengkritik fondasi maknanya. Hodgkinson (2017) menggambarkan sebagai bentuk perlawanan terhadap hegemoni makna yang dibentuk media. Secara praktis, *oppositional reading* membuktikan otonomi audiens dalam pemaknaan. Mereka bebas dari ikatan *encoding* komunikator dan menciptakan makna baru

berdasarkan perspektif pribadi, menunjukkan bahwa komunikasi media bersifat terbuka dan non-deterministik terhadap berbagai interpretasi.

Teori resepsi khalayak, terutama konsep posisi *decoding* Stuart Hall, sangat relevan bagi penelitian ini. Teori tersebut memfasilitasi pemahaman keragaman interpretasi khalayak terhadap pesan media, khususnya bahasa provokatif dalam lagu “Peradaban” karya band Feast. Baran dan Davis (2014) menyoroti kelebihan teori ini dalam memposisikan individu sebagai aktor aktif dalam komunikasi. Teori tersebut mengakui kemampuan audiens untuk menafsirkan pesan secara independen, sehingga hasil makna sering berbeda dari niat pengirim. Pendekatan resepsi juga mendukung analisis mendalam tentang interaksi media dan konteks sosial. Dengan mengurai posisi pemaknaan khalayak, peneliti dapat melihat bagaimana pesan diterima, dinegosiasikan, atau ditolak dalam realitas sehari-hari. Dengan demikian, teori ini menjadi kerangka tepat untuk meneliti persepsi audiens terhadap konten media yang kompleks dan multi interpretasi.

2.2.2 Bahasa Provokatif

Bahasa provokatif adalah penggunaan kata-kata yang dirancang untuk menarik perhatian, memicu emosi, atau memprovokasi respons khusus dari audiens. Dalam komunikasi, bahasa ini kerap memanfaatkan pilihan kata yang kuat, menusuk, dan penuh emosi guna memperkuat pesan yang hendak disampaikan. Bentuk bahasa semacam ini sering muncul di media massa, pidato politik, platform media sosial, maupun lagu-lagu, sebab dianggap efektif dalam memikat perhatian pendengar dan menciptakan dampak yang diinginkan. Dalam penelitian ini, bahasa provokatif dipahami melalui beberapa indikator, yaitu penggunaan

diksi vulgar, diksi yang bersifat konfrontatif, satire atau sindiran terhadap fenomena sosial, seruan langsung kepada khalayak, muatan emosional, serta konteks kritik sosial yang melatarbelakangi penyampaian pesan. Diksi vulgar dan konfrontatif digunakan untuk menarik perhatian sekaligus mempertegas pesan yang ingin disampaikan, sedangkan satire berfungsi menyampaikan kritik secara tidak langsung melalui sindiran. Seruan langsung menunjukkan adanya ajakan atau penegasan kepada pendengar, sementara muatan emosional berperan dalam membangkitkan respons perasaan audiens. Seluruh indikator tersebut dipahami dalam konteks kritik sosial yang menjadi inti dari lagu Peradaban, sehingga digunakan sebagai acuan dalam menganalisis bagaimana khalayak memaknai penggunaan bahasa provokatif yang disampaikan oleh Feast. Menurut Keraf (2009), pemilihan diksi dalam komunikasi mempengaruhi bagaimana audiens memahami dan bereaksi terhadap suatu pesan. Kata-kata yang bersifat emosional dan persuasif mampu membentuk sikap serta perspektif khalayak terhadap suatu topik. Di sisi lain, Chaer (2010) menyatakan bahwa pemakaian bahasa selalu terkait dengan konteks sosial serta maksud komunikatif dari penyampai pesan. Karenanya, bahasa provokatif sering dimanfaatkan untuk mempertegas kritik, pendapat, atau seruan kepada audiens.

Di ranah media massa, bahasa provokatif dimanfaatkan sebagai taktik komunikasi guna memikat perhatian masyarakat dan memicu respons spesifik. Menurut McQuail dan Deuze (2020), media massa bukan sekadar penyalur informasi, melainkan juga pembentuk realitas sosial lewat konstruksi pesan yang disampaikan ke audiens. Oleh karena itu, pemakaian bahasa di media menjadi krusial sebab dapat membentuk pemahaman audiens terhadap suatu peristiwa.

Lagu bisa dianggap sebagai salah satu jenis media komunikasi massa sebab berperan menyampaikan pesan ke audiens luas melalui saluran media tertentu. Pada proses komunikasi itu, lagu tak hanya berfungsi sebagai hiburan, tapi juga wadah untuk menyampaikan ide-ide, emosi, kritik sosial, serta nilai-nilai spesifik kepada para pendengarnya. Menurut Moylan dalam Yuliarti (2015), lagu adalah karya musik yang terbentuk dari berbagai elemen, seperti lirik, instrumen musik, aransemen, komposisi, dan teknik vokal. Di antara elemen-elemen tersebut, lirik memegang peran utama karena dimanfaatkan oleh pencipta lagu untuk menyampaikan gagasan dan pesan khusus kepada pendengar. Pesan dalam lirik pun bisa ditafsirkan secara beragam oleh tiap individu berdasarkan pengalaman dan perspektif pribadinya.

Mane (2016) menyatakan bahwa lirik lagu berfungsi sebagai alat ekspresi yang memungkinkan pencipta menuangkan perasaan, pikiran, dan kreativitas lewat permainan kata. Pemilihan bahasa dalam lirik memudahkan pendengar untuk merasakan suasana serta pesan yang dimaksudkan oleh pencipta. Dengan demikian, lagu menjadi bentuk komunikasi tak langsung antara pencipta dan khalayaknya. Selain sebagai sarana hiburan, lagu juga dapat menjadi alat refleksi, penyemangat, maupun kritik sosial. Lagu yang dekat dengan realitas kehidupan pendengar biasanya lebih gampang diterima dan dihayati secara dalam oleh audiens. Di sini, lagu bukan hanya didengar secara pasif, melainkan diinterpretasikan secara aktif oleh pendengar.

Menurut McQuail (2010), media massa punya fungsi-fungsi pokok, seperti pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), penghubung (*linkage*), penyebaran nilai (*transmission of values*), dan hiburan (*entertainment*). Fungsi-fungsi ini juga terdapat dalam lagu sebagai media komunikasi massa.

Lewat lirik dan pesan yang disampaikan, lagu bisa menyebarkan nilai, membentuk sudut pandang tertentu, serta mempengaruhi persepsi pendengar terhadap fenomena sosial.

Littlejohn dan Foss (2014) pun menjelaskan bahwa audiens tidak sekedar menerima pesan media secara pasif, tapi aktif memberi makna pada pesan tersebut. Dalam konteks lagu, pendengar bisa menafsirkan lirik berdasarkan pengalaman pribadi, situasi sosial, dan latar budaya mereka. Karenanya, makna sebuah lagu bisa berbeda antar individu.

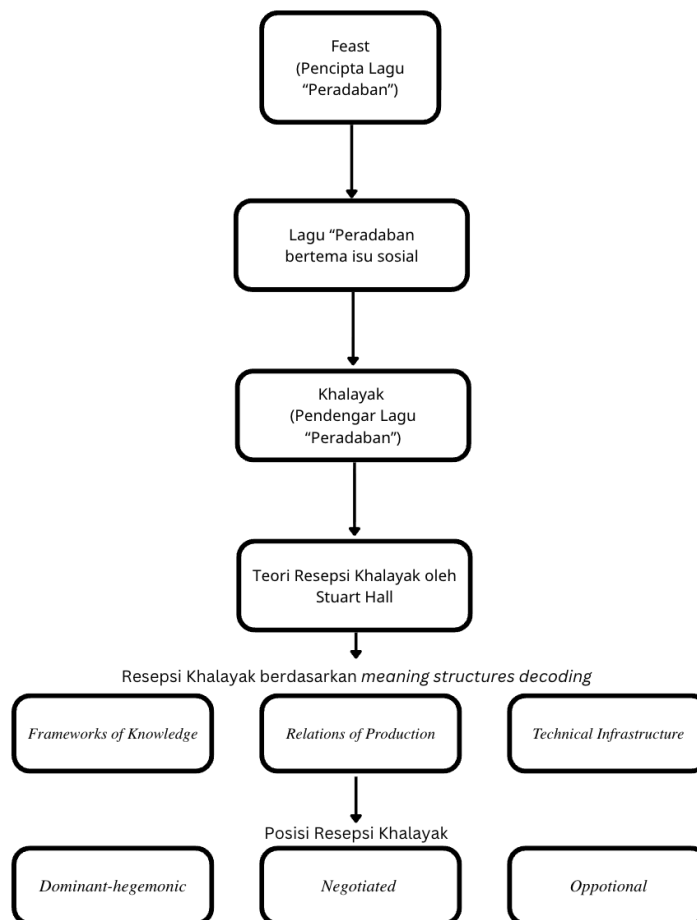
2.2.3 Lagu sebagai Media Massa

Penelitian ini berlandaskan pada anggapan bahwa audiens memiliki kemampuan intelektual dan pengalaman sosial yang beragam dalam menafsirkan pesan media. Dalam teori resepsi khalayak, pendengar tidak dianggap sebagai penerima pasif, melainkan sebagai aktor aktif yang menginterpretasikan konten media yang mereka konsumsi, termasuk lagu. Dengan demikian, pesan yang telah dikodekan *encoding* oleh pencipta lagu bisa didekodekan *decoding* secara berbeda oleh pendengar. Makna yang ditangkap khalayak tak selalu identik dengan niat awal pengirim karena proses penafsiran dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial tiap individu.

Lagu pun bisa dimengerti sebagai wujud komunikasi massa sebab berfungsi menyampaikan pesan ke audiens luas lewat saluran media khusus. Pada prosesnya, lagu melibatkan berbagai elemen dari tahap produksi hingga distribusi sebelum sampai ke pendengar dari berbagai kalangan masyarakat. Di luar hiburan, lagu juga punya fungsi persuasif karena dapat membentuk pola pikir, sikap, serta nilai pendengarnya. Dalam penelitian ini, lagu “Peradaban” dari band Feast dipandang sebagai media komunikasi yang membawa

pesan sosial via bahasa provokatif pada liriknya, sehingga memungkinkan berbagai penafsiran dari khalayak pendengar.#

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti 2026

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penelitian ini berangkat dari lagu Peradaban karya Feast sebagai objek penelitian yang dipandang sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa. Melalui liriknya, Feast mengemas berbagai isu sosial dengan menggunakan bahasa yang provokatif, seperti diksi yang vulgar, konfrontatif, satire, seruan langsung, serta muatan emosional untuk menyampaikan kritik terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat. Sebagai sebuah teks media,

lagu tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan yang dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap pendengar sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, serta latar belakang sosial yang dimilikinya.

Proses pemaknaan tersebut dianalisis menggunakan Teori Resepsi Khalayak Stuart Hall melalui konsep *encoding-decoding*. Pada tahap *encoding*, Feast sebagai pencipta lagu mengonstruksi pesan sosial ke dalam lirik lagu Peradaban. Selanjutnya, pada tahap *decoding*, khalayak sebagai pendengar menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan *frameworks of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure* yang memengaruhi proses pemaknaannya. Hasil interpretasi tersebut kemudian dikategorikan ke dalam tiga posisi resepsi, yaitu *dominant-hegemonic*, ketika khalayak menerima pesan sesuai dengan maksud pencipta lagu, *negotiated*, ketika khalayak menerima sebagian pesan namun melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman atau pandangan pribadi dan *oppositional*, ketika khalayak menolak atau memaknai pesan secara berbeda dari makna yang diinginkan oleh pencipta lagu. Melalui kerangka ini, penelitian bertujuan menganalisis bagaimana resepsi khalayak terhadap penggunaan bahasa provokatif dalam lirik lagu Peradaban karya Feast.

