

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Musik adalah suatu karya seni suara, merupakan tatanan suara yang menyusun nada - nada yang dapat dinikmati banyak orang. Musik adalah suara yang membentuk nada-nada yang tersusun, dalam suatu irama (Soelarko, 1980: 112). Tidak bisa dipungkiri bahwa musik merupakan suatu elemen yang selalu ada di sekitar manusia, dan bahkan bagi sebagian orang musik adalah bagian penting yang harus ada didalam kehidupan. Musik merupakan suatu karya manusia yang indah, mempunyai emosi, melalui musik manusia dapat menyampaikan pesan-pesan melalui lirik lagu, instrumen, nada, dan irama.

Ada berbagai jenis musik atau *genre* di dunia. Di Indonesia khususnya, memiliki berbagai macam jenis musik, mulai dari *Pop, Rock, metal, Jazz, Blues, Grunge* dan masih banyak sub-sub aliran dari jenis - jenis musik tersebut. Dari musik *metal* misalnya, terdapat sub *genre* yakni *metalcore, death metal, heavy metal, technical metal, trash metal* dan lain-lain.

Grup musik atau yang sering disebut dengan band, pada dasarnya mempunyai cara untuk memproduksi, menjual, maupun mempromosikan musiknya agar dapat dikenal, dinikmati, dan diapresiasi. Ada dua jalur dalam kegiatan industri musik, yakni *Mayor label* dan *Minor label* atau yang sering disebut *Indie label*.

Industri musik Indonesia berkembang sangat pesat dan memiliki banyak musisi handal. Musik-musik Indonesia sampai saat ini telah dapat menembus

pasar internasional, ikatan budaya, terutama bahasa, merupakan alasan utama diterimanya musik Indonesia di beberapa negara seperti Malaysia, Brunei, Singapura, sejak tahun 1960 telah menjadi cikal bakal industri musik Indonesia, pop Jawa mempunyai pasar di Suriname, Belanda, dan Malaysia (Tantagode, 2008: 146). Bahkan sebenarnya musik Indonesia sudah dikenal di mancanegara semenjak kehadiran grup musik beraliran blues, The Tielman Brothers, lima kakak beradik yang berasal dari Maluku, yang dipunggawani oleh Andy Tielman, band ini terbentuk pada tahun 1945, telah menguasai pasar Belanda, Andy Tielman telah memperkenalkan aksi akrobatik legendaris ini sejak tahun 1957 bersama The Tielman Brothers, jauh sebelum Jimmy Hendrix, Jimmy Pages (*Led Zeppelin*). Dedikasi dan inovasi Andy yang sangat berpengaruh bagi perkembangan budaya pop Belanda membawa gelar *The Godfather of Dutch Rock & Roll*, *The Uncrowned King of Indorock*, dan penghargaan *Order of the Orange-Nassau* ke pangkuannya. Band legendaris dunia The Beatles pun menganggap The Tielman Brothers sebagai inspirasi bermusik dan mengaguminya, (sumber: <http://www.indorock.pmouse.nl/tielmanbrothers1.htm> diakses 16 Juni 2014).

Dalam Industri musik di Indonesia terdapat banyak perusahaan label rekaman *mayor*, seperti Universal, Sony BMG, Warner musik, EMI, Aquarius Musikindo, dan masih banyak label - label lain. Pada ujung tahun 1980 industri musik Indonesia memasuki era digital dimana adanya konversi pita kaset kedalam bentuk CD (*Compact Disc*) digital. Perusahaan rekaman pertama di Indonesia adalah *The Indonesian musik Company Limited*, atau label Irama,

didirikan oleh Sujono Karsono atau akrab disebut Mas Yos pada tahun 1951, merekam musik-musik jazz, rock'n roll, pop, keroncong, hingga Melayu. Industri musik Indonesia adalah industri yang independen, perkembangan demi perkembangan dalam industri musik di negeri ini lebih banyak ditopang oleh orang-orang yang mencintai dan berkomitmen terhadap musik (KS, 2013: 8).

Perbedaan antara *label mayor* dan *label minor* yang mendasar adalah sistem pembiayaan dan promosinya. *Label mayor* membiayai produksi dan promo dari grup musiknya, memiliki kontrak kerja yang jelas antara label dan group musiknya, sedangkan *label minor* atau sering disebut *label indie* membiayai produksi dan promosi mereka sendiri, seperti asal kepanjangan kata *indie* itu sendiri, yakni *independent* yang berarti tidak berketergantungan atau berdiri sendiri serta mandiri. Band yang memilih jalur independen disebut band *indie*.

Pas band adalah band pertama Indonesia yang memproduksi dan merilis albumnya secara independen, kemudian diikuti oleh Puppen, Pure Saturday, dan Tengkorak (Tantagode, 2008: 17). Beberapa *label indie* yang telah banyak menelurkan band-band *indie* taraf nasional bahkan internasional, label-label band tersebut yakni Rock Record, Askara Record, FFWD (Fast Forward), Parau records, Palapa Record, Demajors, Rottrevore Record yang telah merilis beberapa album dari band-band *metal* terbaik Indonesia seperti Forgotten, Siksa kubur, Death vomit, Dead Squad, Burgerkill, dan album mereka *booming* setelah rilis. Namun Burgerkill sempat kontrak 6 album dengan *label mayor* raksasa Indonesia, Sony musik Entertainment, dan Burgerkill menjadi band *metal*

pertama yang mencatat sejarah *metal* di dalam *mayor label* Indonesia, meskipun tidak bertahan lama, album *Burgerkill* yang selanjutnya kembali dikerjakan dengan *indie* label yang kemudian mendapatkan penghargaan band *indie* terbaik.

Musik *indie* ada untuk membedakan antara yang *mainstream* dengan *band*, musik *indie* adalah istilah untuk membedakan antara musik yang dimainkan oleh musisi profesional dengan musisi amatir (Tantagode, 2008: 33). Musik *indie* adalah gerakan bermusik yang berbasis dari apa yang kita punya, *Do It Yourself* (DIY); etika yang kita miliki mulai dari merekam, mendistribusikan, dan mempromosikan dengan uang sendiri (Tantagode, 2008: 34).

Pada kegiatan *indie* label, band-band dapat lebih mengekspresikan kemampuan mereka, menunjukkan *skill* mereka, menciptakan lirik-lirik lagu mereka dengan leluasa, musik yang didistribusikan lebih variatif, dikarenakan tidak ada pembatasan aliran musik untuk band *indie label*. Sedangkan dalam *mayor label*, musisi harus menyesuaikan aliran musik mereka terhadap pasar, karena tidak semua jenis atau genre musik bisa masuk dalam *mayor label*. *Market oriented*, seakan sudah menjadi keharusan sebuah band atau grup musik jika albumnya ingin dikerjakan oleh *mayor label*. Bisa dikatakan bahwa *mayor label* hanya akan mengangkat sebuah band yang dapat memberikan keuntungan besar bagi *mayor label*.

Musik tidak akan secara baik dikenal dan dinikmati banyak orang tanpa adanya sebuah perantara penyampaian, dalam hal ini perantara tersebut adalah media. Media membantu memperluas penerimaan musik dengan masing-masing keterjangkauannya. Media yang umum membantu penyampaian musik yakni

radio & televisi. Di Indonesia, *major label* telah memiliki koneksi dengan pertelevisian, dikarenakan sistem pembiayaan dan kontrak kerjasama *major* yang lebih bonafit, serta memiliki sistem distribusi secara nasional. Sedangkan *indie* lebih bisa menggapai acara-acara *off air* dan promo *off air* dan juga *on air* radio saja. Seperti band beraliran Punk, yang termasuk jenis musik underground, hadir bukan untuk kepentingan industri yang komersil, melainkan merupakan jenis musik yang idealis, mempunyai pesan-pesan moral, kritik atas fenomena sosial dan politik, kebijakan, maupun kekuasaan (Baskara, 2008: v).

Band-band yang sering mengisi acara-acara musik di televisi seperti Dahsyat, Inbox, Hip-Hip Hura, Mantap! maupun acara-acara televisi dengan panggung besar, adalah beberapa acara musik yang merupakan bagian dari budaya pop (*pop culture*), hanya menampilkan band-band yang seragam, mengusung lirik tentang percintaan dan musik-musik yang *easy listening* dan laku di pasar.

Budaya pop bekerja sama dengan industri hiburan yang mempunyai tujuan untuk memburu laba. Akibatnya budaya pop sering disebut dengan ‘budaya massa’ (Strinati dalam Heryanto, 2012: 21). Acara-acara musik tersebut mengusung tema yang sama, yakni musik *mainstream* yang dibawah oleh *major label*, menjual musisi musik *mainstream* dalam industri perauk keuntungan.

Seperti yang dikemukakan Dadan Suwarna dalam Dieter Mack (1995: 119), yang menjelaskan bahwa:

“....Seorang manusia mempunyai jiwa, sedangkan massa tidak memiliki apa-apa kecuali kebutuhan. Kreatifitas lagu berhubungan dengan bagaimana agar memanjakan dan berkompromi dengan penikmat sebagai massa.”

Persepsi musik pop tidak terlepas dari efek visual budaya massa, sehingga penampilan visual dapat mempengaruhi esensi bunyi sendiri dan didukung oleh media-media audio-visual. Selera masyarakat yang terlihat seragam tidak murni muncul dari keinginan masyarakat itu sendiri melainkan sudah dikondisikan oleh karakter budaya massa (Mack, 1995: 119).

Morse juga berpendapat bahwa televisi musik (*music television*) berhubungan dengan produk-produk borjuis urban kapitalis. Mobil-mobil cepat, yang serba mencolok dan mewah (Morse dalam John Fiske 1987: 250). Dengan demikian, maka ketersediaan permintaan akan produk-produk budaya pop itu sejalan dengan pangsa pasar dari pengusaha perusahaan-perusahaan *mayor* label, yang siap menerjunkan musisi-musisinya untuk meracik dan memproduksi musiknya dengan tujuan mengambil keuntungan yang besar dari besarnya pangsa pasar tersebut, yang sebenarnya jika pangsa tersebut tidak mendapatkannya adalah bukan hal yang menjadi masalah, bukan menjadi kebutuhan yang penting untuk diikuti dan bisa dikatakan kurang berfaedah.

Pada tahun 2011 muncul suatu program di salah satu stasiun televisi swasta, yakni TV One. Program ini merupakan acara musik yang mengangkat tema on air radio, bernama *Radio Show*. *Radio Show* mempunyai konsep tayangan *talk show* dengan *setting* meja siaran radio dengan mikrofon-mikrofon di atasnya layaknya ruang siaran radio. *Radio Show* menampilkan band-band *indie* Indonesia yang sangat bertalenta dan berkompeten. Dengan pembawa acara seorang aktor dan sutradara kawakan Sys NS dan Sandi (drummer Pas Band), Bagoes (vokalis band Netral), Buluk (vokalis dari Superglad) dan juga Anita

Mae, *host* wanita muda yang biasa membawakan acara-acara sepakbola seperti *Total Football. Radio Show* ditayangkan pada setiap hari Sabtu dan Minggu pada pukul 23.00 – 02.00 dini hari.

Radio Show menampilkan band-band *indie* dari berbagai penjuru Indonesia. Band-band yang pernah tampil di antara lain Burgerkill, Marjinal, Besok Bubar, Deadsquad, The S.I.G.I.T, Edane, Captain Jack, Endank Soekamti, Rosemarry, Thirteen, Dead Vommit, Mocca, Sore, Noxa, Efek Rumah Kaca, dan lain-lain. Kesamaan band-band tersebut selain dari keunikan musik adalah tipe band yang sangat jarang muncul di layar televisi hiburan pada umumnya. Tapi band-band seperti inilah yang menjadi amunisi utama dari *Radio Show*, dan bukannya sebuah aksi bunuh diri *rating*. Hiburan televisi dibudayakan berbentuk berbagai sinetron yang kurang bermanfaat, atau *reality show* yang keasliannya bahkan diragukan, bahkan tayangan infotainment yang menganggap bahwa hal seperti perseteruan Julia Perez dan Dewi Persik adalah sesuatu yang penting dan perlu dibahas. Dan yang memprihatinkan adalah tayangan musik pada pagi hari yang diisi band-band yang secara kualitas dipertanyakan, bernyanyi *lipsync* (tidak mengeluarkan suara asli secara langsung) maupun *minus one* (musik karaoke) diiringi jogetan aneh penonton bayaran yang dalam beberapa acara musik memang kerap muncul (sumber: <http://rollingstone.co.id/>, diakses 09 Juni 2014). Band *indie* yang tampil di *radioshow* ini secara *live performed* bukan *lipsync*, menunjukkan kualitas permainan musik mereka. Ini yang membedakan *radioshow* dengan acara-acara musik pop kebanyakan.

Band kawakan Power *metal* dan Power Slave juga telah ikut meramaikan pentas *Indie Radio Show*. *Radio Show* merupakan tayangan musik yang berkualitas, menampilkan musisi-musisi dalam negeri yang cerdas dalam bermusik. Penonton dari *Radio Show* pun bukan penonton sembarangan, mereka benar-benar mengerti musik, secara lirik maupun sasaran liriknya. Bahkan beberapa dari mereka sesekali ada yang datang dari kota yang jauh hanya untuk menonton band kegemaran mereka tampil di *Radio Show*. Sangat berbeda dengan acara-acara musik seperti Dahsyat, Inbox, Mantap! yang penontonnya datang mengharapkan imbalan materi.

Setiap penampilan band-band *indie* tersebut banyak menyedot penonton, pada saat band Edane dan Tony Q Regae mengisi acara *Radio Show*, penonton di studio membludak, ini menunjukkan bahwa *Radio Show* begitu sangat didukung dan digemari penikmat musik, kemudian *Radio Show* merubah tatanan panggung musiknya dengan panggung outdoor, namun bukan panggung besar melainkan *stage* berukuran sedang yang meriah, dan memungkinkan untuk lebih bisa berbaur dengan penonton. Dengan tatanan panggung *Radio Show* yang baru ini semakin menyedot penggemar musik untuk berpartisipasi menonton langsung *Radio Show* layaknya acara-acarapanggung musik *Indie off air*. Diantara penampilan band juga diadakan *talkshow* dengan band, dialog interaktif dengan penelfon, dan juga kuis interaktif. *Radio Show* mempunyai konsep yang sangat berbeda dengan acara-acara musik kebanyakan, *Radio Show* banyak dipuji oleh band-band *Indie*, mereka menilai bahwa hanya *Radio Show* yang berani mengangkat band-band minoritas di kancah televisi disaat beberapa stasiun

televisi lainnya dengan program musiknya sedang berpesta dalam industri musik *mainstream*. Hal ini juga diutarakan oleh vokalis dari band Navicula sesaat sebelum tampil di *Radio Show*, “*Radio Show* acara yang keren, jarang ada acara di TV yang menampilkan subkultur atau band-band *Indie* yang jarang diekspos” (<http://www.youtube.com/watch?v=i8C7PZ7TEJk>)

Sebagai media, tayangan *Radio Show* menampilkan representasi *stereotype* band *indie* terhadap khalayak melalui tayangannya. Representasi juga dapat diartikan sebagai proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk yang konkret. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia misalnya melalui tulisan, video, film, program televisi, dan lain sebagainya.

Media televisi mempunyai sumbangsih dalam membangun citra dan *stereotype* musik *indie*, yang merupakan musik minoritas di tayangan musik televisi. Padahal musik *indie* jauh lebih beranekaragam dengan sub-sub aliran musiknya yang variatif, dibandingkan dengan musik-musik *major* label yang kebanyakan mengusung *genre mainstream* seperti Pop, solo vokal. Berbeda dengan *indie* label, Punk, Death *metal*, Hardcore, Grunge, Celtic, adalah beberapa aliran musik *indie* yang menjadi minoritas dimarjinalkankan dalam dunia pertelevisian, dikarenakan memang beberapa musik *indie* tersebut kurang bisa diterima oleh pasar jika ditayangkan. Ketika makna *indie* diperluas menjadi musik brutal, ekstrim, itu masih relevan karena sifatnya sebagai budaya tandingan dari *mainstream* (Tantagode, 2008: 44). Oleh karena itu televisi

mempunyai perbedaan perlakuan terhadap musik *indie* dibandingkan dengan musik *mayor label* yang dapat mengikuti pasar.

Lippmann (1993: 76) menjelaskan bahwa,

‘dalam banyak hal kita pertama-tama tidak melihat baru kemudian menerangkan, lebih condong kita menerangkan dulu kemudian baru melihat. Dalam hiruk-pikuk besar yang mendengung-dengung di luar, kita memilih apa yang sudah ditentukan oleh kebudayaan untuk kita, dan dan kita merasa bahwa harus memilih dan memerankan bentuk-bentuk yang distereotipkan bagi kita oleh kebudayaan.’

Stereotyping adalah hasil dari tendensi kita dalam memberikan penilaian berdasarkan pada tingkatan asosiasi diantara anggota kelompok dan sifat-sifat fisik (Gudykunst, 2003: 131). *Radio Show* memberikan sebuah tayangan pada khalayak akan penampilan band-band *indie*. Cara mereka berpakaian, cara mereka mengeluarkan ekspresi bermusik, cara mereka menyampaikan lagu, dan bahkan tentang bagaimana hubungan fans fanatik mereka saat band-band tersebut menunjukkan penampilannya.

Melalui *Radio Show*, masyarakat luas seolah disadarkan akan keanekaragaman musik *indie* di Indonesia yang sebelumnya mungkin mereka belum mengetahui, seperti gitaris band pop dari band mayor label *Andra And The Backbone* yakni Stevie Item yang muncul di *Radio Show* dengan band *indie*, *Deadsquad* yang ber-aliran *Trash metal*, di dalam *Deadsquad* Stevie juga bersama Choki, gitaris band *Netral*, yang juga band *mayor label*. Khalayak menjadi tahu bahwa musisi-musisi yang biasanya tampil di acara – acara musik televisi seperti *Dahsyat*, *Inbox*, *Hip-Hip Hura*, ternyata memiliki band-band yang sebelum adanya *Radio Show* tidak terekspos oleh media televisi dikarenakan label dan alirannya yang tidak masuk dalam pasar.



Gambar 1 Penampilan Band Besok Bubar, 12 april 2012

(<http://www.youtube.com/> akses 12 Mei 2014 pukul 22.27).

Aliran-aliran musik *indie* menjadi dipandang urakan, tidak harmonis, bahkan tidak sopan, seperti saat terjadi peringatan pemberhentian *Radio Show* oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) tahun 2012 dikarenakan band Besok Bubar meneriakkan kata “bangsat”, “anjing”, “*fuck*” dalam penampilannya di *Radio Show* pada tanggal 13 April 2012. Sangat disayangkan di akhir tahun 2012, dikarenakan rating yang menurun *radio show* berhenti ditayangkan di TV One.

Fenomena ini menjadi penting diteliti dikarenakan apa yang terjadi justru berbeda dengan yang seharusnya terjadi, kesetaraan musik di pertelevisian, Ada perbedaan perlakuan antara musik *indie* dibandingkan dengan musik *mayor*, yang seharusnya sama-sama menghargai musik hasil karya bangsa. Musik *indie* yang variatif justru menjadi kaum-kaum yang termarjinalkan dan menjadi kaum minoritas di ranah pertelevisian Indonesia. Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana media massa merepresentasikan band *indie* dalam program musik

Radio Show yang membawa dampak *stereotype* pada masyarakat, dengan menggunakan semiotika.

Penelitian mengenai semiotika dalam ranah musik yang telah dilakukan sebelumnya yakni oleh Alif Ya Muhammad Santri, mahasiswa Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun angkatan 2004, dengan judul “Pesan Nonverbal dalam Video Musik Lelaki Buaya Darat, menggunakan analisis semiotika mengenai bagaimana representasi citra androgini divisualkan.

Pada saat ini telah berkembang teknologi komunikasi yang mempermudah proses komunikasi itu sendiri. *Youtube* adalah salah satu dari wujud perkembangan sistem teknologi informasi sebagai media baru, *Youtube* merupakan suatu situs sosial media yang mempunyai fasilitas sebagai media *sharing* video yang memungkinkan pengguna (*user*) untuk mengunggah (*upload*) *file* video ke internet, dan dapat diunduh oleh *user* dari seluruh penjuru dunia. Menurut Liliweri (2002: 42) teknologi komunikasi diartikan sebagai semua perkembangan teknik yang mengubah, memajukan, mempercepat, dan mempercanggih proses kerja komunikasi. Dia mengubah cara bekerja komunikator, cara bekerja pengiriman pesan, cara kerja media, cara audiens menerima pesan, dan cara pengembalian dampak.

Serentak pada media online sampai saat ini muncul banyak protes dari aktifis-aktifis musik, komunitas-komunitas musik, *fans* fanatik band-band *indie*, yang meminta agar *Radio Show* tetap ditayangkan. Masih banyak yang mengupload video-video tayangan *Radio Show* terdahulu ke dalam situs *youtube.com*.

Alasan mengapa peneliti memilih program *radio show* sebagai objek penelitian adalah dikarenakan dalam program *radio show* terdapat representasi dari band-band *indie* Indonesia yang ditayangkan sehingga menimbulkan berbagai *stereotype* oleh media terhadap khalayak umum. Bagaimana TV One mengemas musik *indie* sebagai bahan yang layak untuk ditayangkan dan diterima oleh masyarakat walaupun sangat jauh berbeda dengan musik-musik yang ditawarkan oleh stasiun-stasiun televisi lainnya, yang kebanyakan mengangkat band-band *lypsing* beraliran *mainstream* dan ditujukan pada pasar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka peneliti merumuskan masalah bagaimana representasi *stereotype* penampilan band *indie* di televisi pada acara *Radio Show* TV One?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana representasi *stereotype* penampilan band *indie* di televisi pada tayangan musik *Radio Show* TVOne.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis antara lain:

- a. Memberikan sumbangsih teoritis pada pengembangan keilmuan dalam lingkup komunikasi audio visual, seni musik, maupun keilmuan lainnya.
- b. Memberikan data-data teoritis mengenai keberadaan musik *indie* dalam industri musik dan sebagai subkultur dari tayangan media televisi.

2. Manfaat Praktis :

Dengan hasil dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat praktis antara lain:

- c. Membantu memberikan rekomendasi pada penelitian-penelitian berikutnya mengenai representasi *stereotype* musik *indie* pada media televisi.
- d. Memberikan sumbangsih data sebagai referensi pada penelitian yang akan datang dengan objek band *indie* selanjutnya.

E. Kerangka Teori

1. Representasi dalam Media

Representasi menurut Stuart Hall adalah proses produksi makna melalui bahasa yang mempunyai dua prinsip, yaitu: menjelaskan dan menggambarkan sesuatu dalam pikiran dengan sebuah gambaran imajinasi untuk menempatkan persamaan ini dalam perasaan atau pikiran kita. Prinsip yang kedua adalah representasi digunakan untuk menjelaskan konstruksi makna dari sebuah simbol, sehingga kita dapat mengkomunikasikan makna objek melalui bahasa kepada

orang lain yang bisa memahami dan mengerti konvensi bahasa yang sama (Hall, 1997: 16).

Unsur utama *cultural studies* menurut Chris Barker dipahami sebagai studi kebudayaan sebagai praktik pemaknaan representasi. Representasi dan makna budaya memiliki materialitas tertentu, mereka melekat pada bunyi, objek, citra, buku, prasasti, majalah, dan program televisi. Melalui materi-materi tersebut, Barker mencoba mengungkap bagaimana sebenarnya representasi diproduksi, ditampilkan, digunakan, serta dipahami. Konsep dari representasi sangat penting digunakan untuk menerangkan bagaimana hubungan antara teks media dengan realitas. Representasi menjadi sebuah tanda yang tidak sama dengan realitas yang direpresentasikan tetapi dihubungkan dengan realitas yang menjadi referensinya. Representasi merupakan bagian terbesar dari *cultural studies*, yaitu bagaimana dunia ini dikonstruksikan dan direpresentasikan secara sosial kepada kita maupun oleh kita (Barker, 2006: 9).

Marcel Danesi (2010: 3) mengemukakan bahwa di dalam teori semiotika, representasi adalah proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Hal ini dapat dicirikan sebagai proses membangun bentuk X dalam rangka mengarahkan perhatian pada suatu bentuk, Y, yang ada dalam bentuk material maupun konseptual, dengan cara tertentu, yakni $X=Y$. Proses penurunan makna dari representasi tertentu bukan merupakan proses terbuka karena dibatasi oleh konvensi sosial, pengalaman komunal, dan banyak faktor *kontekstual* yang dapat membatasi berbagai pilihan-pilihan makna yang mungkin berlaku pada situasi tertentu (2010: 5). Danesi (2012: 19) mengemukakan bahwa representasi

merupakan aktivitas membentuk ilmu pengetahuan yang dimungkinkan kapasitas otak untuk dilakukan oleh semua manusia. Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda meliputi gambar, bunyi, dan lain-lain untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, serta memproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu (Danesi, 2012: 19).

Dalam pandangan Graeme Burton ada beberapa hal yang perlu dimengerti berkaitan dengan representasi yang dihasilkan oleh teks media, yaitu *stereotype*, *identity*, *difference*, *naturalization* dan yang tidak bisa dilupakan pula adalah *ideology*. Pertama adalah *Stereotype* : merupakan pemberian label pada sesuatu yang seringkali digambarkan secara negatif. Sebagai contoh adalah ketika media merepresentasikan orang kulit hitam dalam film, orang kulit hitam cenderung ditampilkan sebagai orang yang anarkis, emosional, dan lemahpikirannya. Kedua, *Identity* : yang merupakan suatu pemahaman seseorang tentang diri mereka, unsur ini melihat nilai-nilai apa saja yang dianutnya dan bagaimana orang lain melihat mereka baik dari sudut pandang positif ataupun negatif pada kelompok yang direpresentasikan. Ketiga, *difference* : merupakan pembedaan antar kelompok sosial, bagaimana suatu kelompok diposisikan dengan kelompok lain. Ketiga, *naturalization* : merupakan strategi representasi yang dirancang untuk membentuk *difference* dan menjaga selamanya agar selalu ada dan terlihat alami seolah-olah pembedaan kelompok sosial tersebut merupakan suatu yang wajar. Yang kelima adalah

ideology : merupakan sesuatu yang di transfer dalam representasi untuk membangun dan memperluas kekuatan relasi sosial (Burton, 2000: 170-175).

Representasi dipahami oleh Stuart Hall, “*the social proces of representing representation are product of the social proces of representing*” Representasi dalam konteks ini dipahami produksi makna dari konsep-konsep yang terdapat dalam pikiran manusia melalui bahasa. Representasi dapat dijelaskan pula “menghubungkan antara konsep dan bahasa yang membuat manusia mampu merujuk dunia objek orang-orang. Kejadian-kejadian yang bersifat nyata bahkan yang bersifat *imagine*” (Hall, 1997: 17).

Instrumen yang utama dalam proses produksi makna adalah bahasa, karena bahasa mampu menghubungkan konsep dan ide yang ada dalam pikiran melalui kata-kata dan tulisan, suara atau *image* yang mengandung makna yang kemudian disebut sebagai simbol. Simbol-simbol yang memiliki makna tersebut digunakan untuk merepresentasikan konsep, hubungan-hubungan konseptual antara masing-masing simbol kemudian secara bersamaan kita membuat sistem pemaknaan dalam kultur kita. Bahasa yang dimaksud dapat berupa imajinasi visual, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan musik.

Konsep representasi visual musik *indie* sendiri dalam media adalah sebuah proses pembentukan *stereotype* dan makna yang dimunculkan ulang dalam bentuk audio-visual tentang bagaimana musik *indie* yang diusung oleh band *indie* menyampaikan lagu-lagu, atribut yang melekat dalam penampilannya maupun mengenai kebebasan bermusik, cara mereka mempromosikan musiknya melalui media sekunder dalam industri musik. Musik *indie* yang merupakan

minoritas di dalam media televisi memuat representasi visual kaum yang termarginalkan. Penanda visual yang dirancang untuk menunjukkan bentuk garis luar dari sesuatu dikenal dengan nama *bentuk*, segala sesuatu yang kita lihat dapat direpresentasikan melalui kombinasi garis dan bentuk: misalnya, awan adalah bentuk, cakrawala adalah garis, unsur-unsur lain termasuk *nilai*, *warna*, *tekstur* (Danesi, 2013: 87). Produk dan proses dari pemaknaan suatu tanda juga menjadi acuan dari representasi. Representasi juga dapat diartikan sebagai proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk yang konkret. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia misalnya melalui tulisan, video, film, program televisi, dan lain sebagainya. Jadi secara pengertian ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa.

Menurut Stuart Hall, representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu atau untuk menggambarkan makna dunia kepada orang lain. Hal ini mengandung dua prinsip, pertama yaitu untuk mengartikan sesuatu, menjelaskan atau menggambarkannya dalam pikiran dengan sebuah gambaran imajinasi. Kemudian yang kedua yaitu representasi digunakan untuk menjelaskan konstruksi makna sebuah simbol, jadi kita dapat mengkomunikasikan makna melalui bahasa kepada orang lain yang dapat mengerti dan memahami bahasa yang sama (Hall, 1997: 15). Sistem representasi mengkonstruksi makna yang kemudian makna diproduksi melalui sistem bahasa verbal maupun non-verbal. Susunan sistem representasi dihasilkan melalui pengorganisasian, penyusunan dan pengklasifikasian konsep dan berbagai kompleksitas hubungan tersebut.

Terdapat beberapa unsur-unsur penting dalam representasi yang lahir dari teks media massa. Pertama adalah *stereotype* yaitu pelabelan atau penarik kesimpulan terhadap sesuatu yang kebanyakan digambarkan secara negatif. Representasi berbeda dengan *stereotype*, namun representasi jauh lebih kompleks. Kedua, adalah *identity*, yaitu pemahaman kita terhadap kelompok yang direpresentasikan, mengenai siapa mereka, nilai apa yang dianutnya, dan bagaimana mereka dilihat oleh oranglain baik dari sisi positif maupun negatifnya (Junaedi, 2007: 64-65).

Seperti dikemukakan oleh Graeme Burton, istilah *stereotype* merupakan bagian dari proses reproduksi dan memperkuat representasi menurut kelompok-kelompok sosial. Representasi dan *stereotype* memiliki hubungan yang erat, yakni *stereotype* sebagai wujud dari representasi. Kompleksitas realitas sosial tidak mungkin dihadirkan utuh oleh televisi, televisi menggunakan representasi-representasi *stereotype* ini untuk menyederhanakannya perihal citra, perilaku dan makna (Burton, 2007: 286-288).

Hal ini dilihat dari penggunaan bahasa atau kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagainya. Dengan kata lain yaitu bagaimana kita memaknai teks melalui representasi yang terwujud dari kode-kode dan simbol-simbol tersebut. Kemudian konstruksi makna tersebut dikomunikasikan melalui bahasa yang dapat dipahami bersama.

2. *Stereotype* dalam Media

Kebudayaan *stereotype* tercipta melalui sosialisasi dan peran media. Media berpengaruh besar membentuk *stereotype* masyarakat, melalui tayangan-

tayangannya media telah berhasil membentuk kelompok yang *terstereotypekan*. Norma dan hukum juga berperan didalam pembentukan *Stereotype*. *Stereotype* adalah bentuk dari representasi *cognitive* dari suatu kelompok yang mempengaruhi pikiran kita terhadap anggota dalam kelompok tersebut. Ini tergantung pada seorang individu berkemampuan memandang suatu hal. Proses *stereotype* biasa terjadi dalam kehidupan sosial sebagai cerminan darimana seseorang itu tinggal, dan dengan *stereotype* itu pula menyimbolkan bagaimana masyarakat mempunyai ciri yang terbentuk.

Stereotype adalah generalisasi tertentu yang diberikan oleh perseorangan terhadap orang lain atau kelompok lain. Fungsi utama dari proses ini adalah untuk melakukan simplifikasi atau sistemisasi, untuk memprediksi tingkahlaku dari orang lain atau kelompok lain. Namun *stereotype* semacam itu bisa hanya menjadi bagian dari sosial *stereotype* ketika terbagi-bagi dalam kelompok besar didalam kelompok – kelompok sosial (Tajfel dalam Gudynkunst, 2003: 128).

Isi dari *stereotype* memberitahukan kepada kita “konstelasi atau kumpulan kepercayaan mengenai anggota-anggota dari kelompok sosial”, atau apa yang individu pikirkan mengenai kelompok-kelompok lain

“Stereotip merupakan suatu proses generalisasi yang dilakukan secara tidak akurat tentang sifat ataupun perilaku yang dimiliki oleh individu-individu anggota dari kelompok sosial tertentu, stereotip akhirnya menjadi keyakinan individu tentang sifat dan perilaku dari individu-individu anggota kelompok sosial tertentu (Susetyo, 2003: 20).

Masyarakat biasanya memandang secara umum tentang sesuatu daripada memikirkan lebih jauh dan meneliti akan suatu kebenaran tertentu, pikiran kita melakukan sebuah simplifikasi yang cenderung sangat terlalu dini dalam menilai sesuatu didasarkan pada pengalaman yang kita peroleh dari berbagai macam media.

Stereotype merupakan salah satu anggapan yang muncul ketika kita melihat sesuatu, dan penilaian dini ini sering menjadi masalah yang timbul dalam sebuah komunikasi. Pengidentifikasian terhadap suatu kelompok dengan *stereotype* yang telah disandang oleh kelompok tersebut seringkali dapat menimbulkan suatu penilaian yang terlalu dini. Seperti kita memandang anak *punk* yang ada di jalanan, dengan mudahnya kita menduga bahwa anak *punk* tersebut adalah bagian dari pengemis ataupun pengamen. *Stereotype* atau lebih mudahnya kita sebut dengan dugaan, akan selalu melekat dengan suatu kelompok, tidak peduli apakah benar maupun tidak. Kebudayaan *stereotype* tercipta melalui sosialisasi, peran media, norma dan juga hukum.

Media mempunyai peran yang sangat cepat dalam menyebarkan stereotip-stereotip pada masyarakat luas. Dengan adanya media, stereotip diperluas melalui tayangan audiovisual seperti film, iklan televisi, tayangan musik, tayangan-tayangan hiburan, bahkan baliho dan papan reklame *printed advertising* tidak terlepas dari muatan-muatan stereotip tertentu. Melalui media televisi, misalnya, stereotip akan musisi sangat dikonstruksikan sebagai kaum yang dekat dengan wanita dan perceraian, mengenai musisi yang diidentikkan dengan narkoba dan rokok, urakan, menyukai kekerasan, kemudian musisi umumnya yang banyak meninggal di usia muda. Dalam hal ini tayangan musik *Radio Show* mampu membawa *stereotype* tertentu pada proses representasi visual musik *indie*. Sebagaimana kita memandang berbagai macam etnis di dunia, yang kita alami ini merupakan stereotip sosial, yang kita uraikan dari

pengalaman-pengalaman kita yang terpapar oleh informasi yang kita terima dari media.

Ada tiga prinsip dasar isi *stereotype* :

1. *Stereotype* mengenai kepercayaan-kepercayaan yang merefleksikan hubungan diantara kelompok-kelompok.
2. *Stereotype* mengenai persepsi dari tingkah laku yang negatif dan ekstrim.
3. *Stereotype* yang menata divisi diantara anggota-anggota kelompok didalam kelompok itu sendiri dan diluar kelompok itu sendiri (Operario dan Fiske dalam Gudykunst, 2003: 129).

Kita memiliki kategori-kategori sosial dimana kita menempatkan orang-orang, dan *stereotype* kitalah yang memberitahukan kepada kita orang-orang seperti apakah yang ada dalam kategori-kategori tersebut. *Stereotyping* adalah hasil dari tendensi kita memberikan penilaian berdasarkan tingkatan asosiasi diantara anggota kelompok dan sifat-sifat fisiknya. Kita dengan pengalaman kita sering melakukan penyimpulan berdasarkan pengetahuan kita sebelumnya tentang sebuah fenomena atau kejadian tertentu yang kita lihat atau yang kita alami, seperti halnya yang dijelaskan oleh Susetyo, (2010: 66) bahwa stereotip merujuk pada suatu elemen struktural kognitif dan pengetahuan, dengan demikian kognisi sosial telah membangun sebuah perbendaharaan konseptual yang kaya yang mencakup serangkaian prosedur penyimpulan, hipotesis, teori, *script*, tema, kerangka pemikiran, kategori, prototip, perilaku dan skema.

Maka *stereotype* mempengaruhi bagaimana cara kita menangkap informasi dan mempengaruhi bagaimana perilaku kita dalam melihat informasi maupun fakta yang kita dapatkan dari sebuah peristiwa tentang kelompok tertentu. Dieter Mack menjelaskan pengalamannya bahwa anggapan-anggapan yang mengejutkan tentang seniman adalah orang yang berpenampilan rambut gondrong sebagai seniman yang sungguhan (Mack, 1995: 118).

“Stereotype adalah konsepsi yang secara tetap (fixed) melekat pada kelompok tertentu. Ketika kita melakukan stereotype pada seseorang, maka yang kita lakukan pertama adalah mengidentifikasi orang tersebut sebagai anggota bagian dari kelompok tertentu, baru setelah itu memberi penilaian atas dasar individu yang bersangkutan” (Gita dan Junaedi, 2014: 31).

Kita mengelompokkan ada pada kategori kelompok apa seseorang di benak kita, baru kemudian melakukan perumusan kesimpulan setelah melihat seseorang, seperti jika kita melihat orang berpakaian lusuh dan bertato maka dengan langsung pikiran kita menganggap orang tersebut bagian dari kelompok preman.

Dalam banyak hal kita pertama-tama tidak melihat baru kemudian menerangkan, lebih condong kita menerangkan dulu kemudian baru melihat. Dalam hiruk-pikuk besar yang mendengung-dengung di luar, kita memilih apa yang sudah ditentukan oleh kebudayaan untuk kita, dan kita merasa bahwa harus memilih dan memerankan bentuk-bentuk yang distereotipkan bagi kita oleh kebudayaan (Lippman, 1993: 76).

Anggapan yang muncul pada benak kita pertama kali langsung kita simpulkan tanpa melihat terlebih dahulu realitasnya, pandangan kita mengenai seseorang ataupun kelompok juga dipengaruhi oleh pengalaman kita mengenai peristiwa yang serupa.

Lippmann (1993: 114) menjelaskan bahwa *stereotype* memuat pilihan-pilihan yang meliputi beberapa perasaan seperti rasa takut, rasa tidak suka, memberi arti kepada ketakutan, nafsu, ambisi yang kuat, kebanggaan, serta harapan. Apapun yang membangkitkan *stereotype* dinilai dengan perasaan yang tepat, kecuali kalau dengan sengaja kita berasumsi terlebih dahulu sehingga tanpa mempelajari kepribadian seseorang kita langsung menilainya jelek. Banyak hal yang kita lihat di dunia ini, kita melihat alim ulama yang dihormati, seorang inggris tanpa humor, seorang hindu yang malas, seorang cina yang cerdik berdagang, seorang Irlandia yang selalu ragu-ragu, dan seorang Yahudi yang tamak.

Stereotype berasal dari kata Yunani, *stereos* yang mempunyai arti kaku (*rigid*) dan *typos* yang artinya jejak. Istilah ini mulai banyak digunakan pada ilmu-ilmu sosial termasuk psikologi sosial semenjak Walter Lippmann seorang jurnalis politik pada tahun 1922 mengemukakan bahwa *stereotype* merupakan gambaran di benak kepala kita (*pictures in our head*) tentang lingkungan atau dunia sekitar. Pada diri seseorang ada gambaran mengenai orang-orang maupun kejadian-kejadian (Lippmann dalam Susetyo, 2010: 20).

Mengacu pada definisi konsep dasar yang telah diuraikan tersebut, maka stereotip ini dapat dikenakan kepada semua kategori sosial yang ada di tengah masyarakat, setidaknya ada 2 macam *stereotype*;

1. *Stereotype* peranan, yaitu kepercayaan yang bertahan mengkonsepsi tentang orang-orang yang mempunyai peranan tertentu, misalnya stereotip polisi, stereotip politisi, musisi, guru,

dan sebagainya. Mengenai stereotip politisi yang sering dikaitkan dengan tindak korupsi, kemudian stereotip musisi yang dianggap dekat dengan hal-hal negatif seperti rokok, minuman keras, dan wanita.

2. *Stereotype* etnis, yaitu kepercayaan yang bertahan dan mengkonsepikan tentang orang-orang dari golongan etnis tertentu (Warnaen dalam Susetyo, 2010: 25).

Stereotype band *indie* dalam media sendiri adalah pelabelan oleh media kepada kaum musik *indie* mengenai konsepsi band *indie* yang urakan, bebas berekspresi, minoritas dalam industri musik dan lain-lain, band *indie* yang merupakan minoritas di dalam media televisi maupun media promosi, memuat representasi *stereotype* kaum yang termarjinalkan.

3. Media Sebagai Konstruksi Makna

Media membawa banyak pesan dan mengkonstruksi makna pada khalayak luas. Pesan-pesan media dipenuhi oleh gambar-gambar yang simbolis yang kemudian berimbas kepada munculnya pengaruh pada individu maupun masyarakat luas. Dennis McQuail mengacu pada delapan *metafora* : media merupakan jendela (*windows*) yang memungkinkan kita melihat lingkungan lebih jauh, penafsir (*interpreters*) yang membantu kita memahami pengalaman, landasan (*platform*) atau pembawa yang menyampaikan informasi, komunikasi interaktif (*interactive communication*) yang meliputi opini dari audiens, penanda (*signposts*) yang memberi kita instruksi dan petunjuk, penyaring (*filters*) yang membagi pengalaman dan fokus pada oranglain, cermin (*mirrors*) yang

merefleksikan diri kita, dan penghalang (*barriers*) yang menutupi kebenaran (McQuail dalam Littlejohn, 2009: 407).

Media komunikasi masa (*mass media*), seperti radio, televisi, memiliki peran penting dalam memberikan konstruksi pesan terhadap khalayak luas. Televisi melalui tayangannya menimbulkan pengaruh terhadap khalayak bagaimana kita seharusnya memandang beberapa profesi tertentu misalnya musisi. Melalui tayangan-tayangannya media mewujudkan suatu pandangan terhadap objek tertentu. Burhan Bungin (2008: 52) berpendapat bahwa teknologi televisi telah mengubah medium interaksi manusia dengan benda di sekitarnya. Benda mati yang sebelumnya hanya medium pasif telah digugurkan oleh teknologi televisi, karena televisi adalah benda mati yang mampu ‘berinteraksi’ dengan manusia, tidak sekedar melalui kognisi manusia, namun secara fisik (melalui penggabungan teknologi televisi dan telepon ataupun dengan internet) manusia saling berinteraksi dalam program yang dirancang secara interaktif.

Alex Sobur menjelaskan bahwa media massa, khususnya komunikator massanya lazim melakukan berbagai tindakan dalam konstruksi realitas yang kemudian akhirnya berpengaruh kuat terhadap pembentukan makna atau citra tentang suatu realitas. Salah satu tindakan itu adalah dalam hal pemilihan leksikal atau simbol (bahasa). Misalnya, sekalipun media massa hanya bersifat menayangkan, tetapi jika pemilihan kata atau sebuah simbol yang memiliki arti tertentu di tengah masyarakat akan dapat mengusik perhatian masyarakat tersebut (Sobur, 2001: 92).

Dijelaskan oleh Alo Liliweri bahwa komunikasi dan makna dibentuk karena ada mediasi, representif atau media simbolis yang terdiri dari hal-hal, makna, dan nilai-nilai. Mediasi itulah yang disebut dengan “tanda”, kata-kata dalam bahasa, simbol, gambar, suara, atau penanda-penanda lain (Liliweri, 2011: 344). Marcel Danesi berpendapat bahwa dalam semiotika media kita mempelajari bagaimana media massa menciptakan atau mendaur ulang seperangkat tanda untuk tujuannya sendiri. Tentang apa yang dimaksudkan atau direpresentasikan oleh sesuatu, bagaimana makna itu digambarkan, dan mengapa ia memiliki makna sebagaimana ia tampil (Danesi, 2010: 40).

Komunikasi masa merupakan proses organisasi media dalam menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan pada masyarakat luas dan proses pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh audiens. Littlejohn menjelaskan bahwa kita sekarang ini hidup dalam apa yang disebut oleh Marshall McLuhan dengan sebutan “*global village*”; media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia terus menerus terkoneksi. Media massa tidak hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi di seluruh bagian bumi, tetapi juga alat untuk menyusun agenda, serta memberitahu kita apa yang penting untuk dihadiri (Littlejohn, 2009: 405). Sebagai salah satu contoh adalah media baru yang berupa internet, dengan situs *youtube* memungkinkan banyak orang dari berbagai daerah dapat saling tukar informasi dengan video yang diunggah dan dapat saling berinteraksi dengan mengirimkan komentar-komentar.

Teori media berhubungan dengan tiga area tematik yang besar isi tema dan susunan media, masyarakat dan budaya, serta audiens. Tema dan susunan media mencakup pengaruh media dan isinya, tema ini memberikan perhatian khusus pada tanda-tanda dan simbol yang digunakan dalam pesan-pesan media. Tema yang kedua, masyarakat dan budaya, mencakup fungsi komunikasi massa dalam masyarakat, penyebaran informasi dan pengaruh opini masyarakat, dan kekuasaan. Terakhir, tema audiens melihat pada pengaruh individu, komunitas audiens, dan penggunaan audiens oleh media.

Adanya jenis media tertentu salah satunya televisi akan mempengaruhi bagaimana kita berpikir dan merespons pada dunia. Sementara media bekerja dengan berbagai cara untuk segmen-segmen masyarakat yang berbeda, audiens tidak seluruhnya terpengaruh, tetapi berinteraksi dalam cara yang khusus dengan media (Littlejohn, 2009: 410). Media memberi kita makna terhadap dunia, bagaimana kita melihat dunia sebelum dan sesudah terpapar informasi oleh media televisi tersebut. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa tidak hanya sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga dapat menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya (Sobur, 2001: 88).

Seperti dijelaskan oleh John Fiske, ada dua perspektif, yakni komunikasi sebagai transmisi pesan dan komunikasi sebagai pertukaran maupun produksi

makna. Proses pengkonstruksian pesan (*encode*) yang terjadi antara pengirim dan penerima pesan serta bagaimana penerima dan pengirim menerjemahkan pesan tersebut (*decode*). Perspektif yang kedua adalah komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna (*production and change and meanings*) yang berkaitan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang agar menghasilkan makna. Metode yang digunakan dalam perspektif ini adalah semiotika, ilmu yang mempelajari tentang teks tanda dan makna (Fiske, 2002: 9).

Littlejohn (2009: 432) menjelaskan bahwa media bukan hanya mekanisme sederhana menyebarkan informasi, media merupakan organisasi yang kompleks yang membentuk institusi sosial masyarakat yang penting. Media adalah pemain utama dalam perjuangan ideologis. Sebagian besar teori komunikasi kritis berhubungan dengan media terutama dikarenakan kekuatan media dominan dalam menyebarkan ideologi yang bertentangan, media merupakan bagian dari sebuah industri budaya yang secara harfiah menciptakan simbol dan gambaran yang dapat menekan kelompok yang kecil. Seperti halnya pemberitaan dan penggambaran bahwa etnis Papua dalam serial tayangan *Minus* adalah kaum yang minoritas dan tertinggal, anak *punk* pada pemberitaan adalah bagian dari gembel (gembel dan pengemis) dan tentang musik *metal* yang brutal, pengemudi mobil wanita yang mengkhawatirkan, dan lain sebagainya.

4. Musik Indie dalam Genggaman Industri Musik

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

ciri dari wilayah geografis atau sebuah era sejarah. Ada tingkatan dalam seni musik, yakni (1) musik klasik, dimainkan oleh kalangan profesional terlatih, yang pada awalnya ada di bawah lindungan kaum bangsawan dan lembaga religius; (2) musik tradisional, yang dimiliki bersama oleh seluruh populasi; dan (3) musik populer, dibawakan oleh kalangan profesional, dan disebarakan melalui media elektronik seperti radio, televisi, album rekaman, serta film dan dikonsumsi oleh masyarakat luas. Namun, batasan antar strata ini tidak jelas, misalnya, melodi dari wilayah musik klasik terkadang diambil oleh komunitas musik tradisional dan pop, maupun sebaliknya. Teori bangsa Yunani tentang alam dan fungsi musik dibahas oleh Pythagoras, Aristoteles, dan Plato. Mereka percaya bahwa musik berasal dari dewa Apollo, musisi bernama Orpheus, dan tokoh-tokoh mistis lainnya, bahwa musik mencerminkan hukum-hukum harmoni yang mengatur alam semesta, musik mempengaruhi pikiran dan tindakan manusia (Danesi, 2012: 195-197).

Secara semiotika, musik memiliki gaya tertentu pada tiap alirannya, misalkan musik rock, berbeda dengan katakanlah musik *crooning*, karena bersikap berlawanan. Musik Rock dibuat untuk dimainkan secara keras dan kasar, dalam table dibawah ini:

Tabel 1. Gaya Musik Crooning & Rock

Musik Crooning	Musik Rock
Lembut dan halus Irama tertahan Melodi mengalir Lirik romantic	Kasar dan keras Irama keras Melodi terpatah-patah Lirik mengarah pada seksualitas

Marcel Danesi, 2010: 108.

Pada dasarnya, makna yang mendasari kode musik atau *meta kodenya* bahwa ini merupakan musik *untuk, tentang, dan oleh* para remaja. Sejumlah besar subkode rock telah terkristalisasi sejak tahun 1950-an, yang masing-masingnya memiliki sistem makna konotatifnya untuk bisa diterima berbagai penafsir (yakni makna yang diambil oleh para penikmat tertentu dari kode musik tertentu). Beberapa dari hal ini terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Genre Musik dan Konotasi

Genre Musik	Konotasi
Golden Rock (1950-an)	Seksualitas, pemberontakan, roman...
Classic Rock (1960-an – 1970-an)	Pemberontakan, masalah-masalah sosial, individualitas, revolusi, cinta bebas.
Disco (pertengahan 1970-an)	Semangat kebebasan, <i>glamor</i> , seksualitas, penampilan yang keren,..
Punk (pertengahan 1970-an)	Anti kemapanan, mengganggu nilai-nilai tradisional, kedagingan yang kasar, seksualitas, kekasaran, keanehan,..
Hip-Hop (pertengahan 1980-an – awal 2000)	Pengetahuan tentang jalanan, identitas, mandiri, ‘persaudaraan’ dengan penganut hip-hop lain,..

Marcel Danesi 2010: 118

Produksi dan promosi merupakan istilah-istilah yang ada di dalam sebuah industri. Namun, di dalam industri musik ada banyak hal yang ada untuk mendukung sebuah materi lagu untuk dapat diproduksi maupun dipromosikan. Industri musik menghasilkan materi-materi lagu yang diproduksi dan didistribusikan agar sampai pada pendengar atau penggemar musik. Industri musik merupakan serangkaian kegiatan produksi, pemasaran, dan distribusi dari sebuah produk musik seperti band, grup vokal, solo vokal, dan sebagainya.

Sebelum terbentuknya industri musik, lebih dulu dikenal adanya bisnis musik. Bisnis musik memiliki elemen dasar antara lain terdiri atas rasa, ekspresi, dan batas, hingga memiliki nilai ekonomi. Ketika artis atau musisi yang lagunya diminati ribuan orang mengadakan konser, membutuhkan tempat pertunjukan dan kemudian pengelolaan penjualan tiket, pembagian royalti antara label yang merekam dan artis yang memiliki konten maupun manajemennya. Proses produksinya pun membutuhkan industri-industri seperti alat musik, perangkat rekam, *amplifier* (penguat suara), *transmitter* (pemancar suara), dan lain-lain yang menunjang produksi dan proses perdagangan musik (Putranto, 2009: 143).

Di Indonesia, berdiri beberapa lembaga industri musik, yakni Asiri (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia), APMI (Asosiasi Produsen Media Rekaman Indonesia), PAPPRI (Persatuan Artis Penyanyi Pencipta Penata musik Republik Indonesia), YKCI (Yayasan Karya Cipta Indonesia), YAMI (Yayasan Anugrah Musik Indonesia). Kemudian AMI (Anugrah Musik Indonesia) *award*, terdiri dari 200 orang penilai (anggota Swara) yang memiliki hak suara (*votting right*) sebagai pemantau dan pemacu prestasi insan musik di Indonesia, mengacu

pada *National Academy of Recording and Sciences* (NARAS) yang menyelenggarakan *Grammy Awards* dan *American Motion Pictures Association* pemberi anugrah Oscar untuk film (KS, 2013: 163).

Dalam konteks industri musik, sebuah label rekaman (*records label*) adalah suatu jenis *brand* yang sering dikaitkan pada proses pemasaran hasil rekaman suara. Namun tak hanya itu saja, ada beberapa rangkaian kegiatan yang berkelanjutan mulai dari merekam (*recording*), mengolah suara (*mixing* dan *mastering*), manufaktur, pembiayaan (*budgeting*), distribusi (*distribution*), penjualan (*selling*), hingga sampai pada perlindungan hak cipta dari hasil rekaman ataupun video musik artis tersebut (Rez, 2008: 21).

Alexander Graham Bell mengkonversikan sinyal radio, yang kemudian ditransmisikan melalui *telephone line*, menjadikan Bel sebagai satuan yang kemudian mudah dipakai, dibagikan menjadi 10 satuan dinamakan *decibels* atau dengan disingkat dB kedalam perekaman suara (Shea, 2005: 4). dB dalam *recording* digunakan untuk mengetahui batas tertinggi (*peak level*) agar suara yang dihasilkan tidak memekakkan telinga (Shea, 2005: 61).

Dalam proses *recording*, sebuah *label* menyediakan ruangan khusus (*control room*) yang digunakan teknisi perekam atau operator dan produser untuk mengawasi hasil suara rekaman saat pemain berada di studio bagian lain dari ruangan itu (Shea, 2005: 151).

Terdapat dua jalur produksi dan promosi di dalam kegiatan industri musik, yakni *mayor label* dan *indie label*. Kedua *label* tersebut memiliki perbedaan sangat yang kontras, *mayor label* memiliki kontrak kerja dan koneksi

dengan berbagai media promosi seperti majalah, radio, dan televisi dikarenakan permodalan yang bonafit. Sedangkan *indie* label lebih pada bagaimana musisi memproduksi dan mempromosikan musiknya dengan biaya sendiri dan bahkan terkadang minim biaya.

Musik *indie* merupakan gerakan *underground* (gerakan bawah) yang memasarkan lagu-lagu mereka pada komunitas-komunitas musik *indie*, dan penjualannya berbeda dengan penjualan konvensional maupun *door to door* (KS, 2013: 292). Di Amerika Serikat, gerakan *underground* wilayah San Fransisco dikenal dengan *Flower Power*, grup yang terkenal antara lain Grateful Dead, Jefferson Airplane, dan lain-lain. Sedangkan di Inggris, gerakan *underground* banyak diusung oleh band-band rock psikedelik seperti Rolling Stones, The Beatles, The Jimi Hendrix Experience, Pink Floyd, Alexis Corner dan lain-lain (Jilas, 2008: 31). Sedangkan di Indonesia sendiri, gerakan *underground* dipelopori oleh Pas band, band pertama Indonesia yang memproduksi dan merilis albumnya secara independen, kemudian diikuti oleh Puppen, Pure Saturday, dan Tengkorak (Tantagode, 2008: 17).

Menurut David Karto, pemilik *Demajors record*, label *indie* yang menangani artis-artis indie seperti Soulvibe, Parkdrive, dan Efek Rumah Kaca, mengemukakan bahwa *Indie label* memiliki pasar yang lebih loyal, konsumennya lebih menghargai produk yang asli atau orisinal dibandingkan dengan yang bajakan, bahkan tidak hanya lagunya, *merchandize* band nya pun orisinal. Pada pasar global kedepannya, musik yang tren adalah musik-musik

dengan genre yang spesifik, kondisi ini akan sangat menguntungkan bagi *indie label* di masa yang akan datang (Karto dalam Putranto, 2009: 127).

a). *Mayor label*

Mayor label adalah salah satu jalan untuk memproduksi musik. *Mayor label* memungkinkan seniman maupun penyanyi untuk membantu mereka memproduksi lagu untuk dipasarkan. Ranah *mayor label* merupakan pasar *mainstream*, budaya populer yang menguntungkan bagi perusahaan. Tantagode (2008: 34) menjelaskan bahwa yang dimaksudkan dengan *mainstream* adalah arus utama, tempat dimana band-band yang bernaung dibawah label besar, dan merupakan bagian dari industri yang mapan. Band-band tersebut dipasarkan secara luas, nasional maupun internasional, dan mereka mendominasi promosi di seluruh media massa, mulai dari media cetak, media elektronik, hingga multimedia secara mutlak menjadi sangat populer di telinga penikmat musik secara umum.

Kebanyakan media telah siap jika mereka (*mayor label*) masuk. Kebanyakan *mayor label* telah ada dalam bisnis ini bertahun-tahun dan mempunyai hubungan jangka panjang yang akan membantu Anda mendapatkan tujuan bermusik. Ketika label memiliki banyak uang, ini berarti mereka akan dapat menggunakannya untuk mempromosikan rekaman Anda sama persis dengan apa yang Anda inginkan. Ini juga berarti mereka kemungkinan dapat memberikan Anda investasi yang luas dalam perekaman, tur, syuting video, dan lain sebagainya kepada Anda.

Seperti yang dikemukakan Dadan Suwarna dalam Mack (1995: 119), yang menjelaskan bahwa :

“Kebutuhan dapur ngebul menjadi alas an utama. Artinya, kreativitas terpola pada kebutuhan yang lain, bukan lagi didasarkan pada sentuhan intuisi dan imajinasi yang memadai. Selera kreatifitas mengikuti selera produser dalam sisi modalitas perdagangan, namun selera masyarakat terbentuk dengan kuat karena media elektronik semacam TV turut menumbuhkembangkan eksistensi lagu-lagu tersebut. Artinya, TV menekankan frekuensi pengulangan lagu dengan alas an selera masyarakat.... Seorang manusia mempunyai jiwa, sedangkan massa tidak memiliki apa-apa kecuali kebutuhan. Kreatifitas lagu berhubungan dengan bagaimana agar memanjakan dan berkompromi dengan penikmat sebagai massa.”

Mayor label mempunyai tujuan menggali potensi artis agar layak dijual dan menjadikan banyak keuntungan bagi perusahaan. Morse juga berargumentasi bahwa televisi musik (*music television*) berhubungan dengan produk-produk borjuis urban kapitalisme. Mobil-mobil cepat, yang serba mencolok dan mewah (Morse dalam John Fiske (1987: 250). Seperti artis pop Michael Jackson yang telah wafat tahun 2009 lalu, kini labelnya masih memproduksi karya-karya mendiang, dan hasil dari royalti penjualan tersebut diserahkan pada ahli waris keluarga Michael yang telah ada kontrak sampai tahun 2017 mendatang. Industri pop tetap mengambil keuntungan dan tetap menjalankan bisnisnya terlepas dari artis pop tersebut masih hidup ataukah tidak. Hal ini juga terjadi pada artis Johny Cash, yang setelah 30 tahun yang lalu meninggal karyanya tetap dijual dengan album baru pada tahun 2014 (SKH Kedaulatan Rakyat edisi 24 September 2014).

Beberapa nama-nama perusahaan *mayor label* yakni Universal, Sony BMG, Warner musik, EMI, dan Aquarius Musikindo.

Di Amerika, *mayor label* lebih mengusung aliran-aliran musik Country yang memfokuskan pemasaran mereka terhadap *pasar mainstream* (*mainstream market*). Musik *Country* dapat dikategorikan sebagai musik Hillbilly sebagai musik kaum kelas kulit putih atau ‘white working class’ (Garofalo, 1997: 74).

b). *Indie Label*

Indie adalah kebebasan mutlak, kemerdekaan, kebebasan berekspresi, dengan asal kata yakni “*Independent*” yang berarti bebas, mandiri, dan tidak berketergantungan. *Indie* dalam konteks musik berarti bebas berkreatifitas dalam mengerjakan materi lagu maupun lirik-liriknya, karena tidak ada tuntutan pasarnya.

Indie label adalah perusahaan rekaman yang mempunyai sistem pembiayaan mandiri dan tidak terhubung dengan salah satu label *mayor* besar. Label *indie* biasanya bermula dari hobi kemudian menjadikan keuntungan yang tinggi, bisnis besar. Label *indie* seringkali berjuang agar musik mereka didengarkan, dikarenakan mempunyai sumber finansial yang minim untuk mempromosikan musik mereka dibandingkan dengan yang label *mayor* bisa lakukan.

Indie label membiayai sendiri proses rekamannya. di Indonesia sering disebut sebagai sebuah perusahaan rekaman yang memproduksi materi dari band-band yang kebanyakan adalah band-band yang mengusung aliran *non-mainstream* (bukan pasaran) dengan pembiayaan seadanya dan tidak melulu memburu keuntungan dari hasil rekaman. Sedangkan menurut

Tantagode (2008: 36), *Indie* adalah gerakan bermusik yang mengedepankan konsep DIY (*Do It Yourself*), melakukan proses produksi, promosi, dan distribusi sendiri, yang memiliki kebebasan berekspresi, namun tidak hanya musik non *mainstream*, musik *mainstream* pun bisa diproduksi dengan cara *independent*, sesuai dengan indikator RCA (*Roots-Character-Attitude*) yang bertumpu pada resistensi *mainstream*.

Musik dari label *indie* tidak secara mudah masuk pada media massa seperti televisi. Di Indonesia sendiri, ada beberapa aliran-aliran atau *genre* musik *indie* yakni *Trash metal* (Dead Squad, Mesin Tempur), *Punk* (Endank Soekamti, Rosemarry, Marjinal), *Death metal* (Death Vommit, NOXA), *Hardcore* (Knockdown, Baku Hantam, Seringai) yang mempunyai genre subkultur. Hardcore misalnya, memiliki karakter dengan lirik yang dibawakan dengan teknik teriak *growl inheel or exheel* (teknik vokal menghela nafas atau mengeluarkan nafas berbentuk nyanyian) yang sangat berlawanan dengan pasar *mainstream* Indonesia. Genre *Death metal* memiliki karakter musik yang keras, teknik vokal dengan *scream* (teriak serak) yang terkadang susah diartikan liriknya. *Trash metal* lebih pada penekanan akurasi tempo dan melodi yang rumit, hampir menyerupai genre *Technical metal*, dan dengan teknik vokal *growling*.

Dikarenakan peralatan *recording* beberapa *indie label* yang minim, maka tidak jarang dijumpai suara *noise / ground* yakni suara-suara seperti televisi yang kehilangan frekuensi. *Noise* ini pada band *indie* sebagian dianggap keren dan menjadi bernilai. Meskipun telah banyak industri-

industri peralatan musik seperti merek Boss yang telah menciptakan *noise gate (noise reductor)* yakni penghilang noise, berbeda dengan *major* label yang mengutamakan kesempurnaan suara (Shea, 2005: 79). Namun dalam beberapa kasus, noise yang ditimbulkan pada proses perekaman instrumen atau alat musik pada *indie* label terkadang justru dipertahankan, dikarenakan tidak adanya campur tangan label yang menghendaki suara jernih seperti dalam *major label*. Dengungan-dengungan atau efek suara kotor bahkan menjadi daya tarik bagi penyuka musik *indie* tanah air.

Musik *indie* dan seni independen yang ada ditengah masyarakat pada umumnya adalah wujud dari penolakan dikte pasar. *Indie* muncul dari hati, di luar *mainstream* musik pop dan seni pop pada umumnya yang disebarkan oleh industri. Komunitas *Indie* memang merekam musik mereka sebagai ujung tombak, namun cara menjualnya berbeda dengan penjualan konvensional. Sekitar tahun 1990-an pemusik remaja beraliran *grindcore* di Bandung dengan musik yang ekstrim dan lirik yang kasar mendistribusikan hasil rekaman antar kelompok dan komunitas, melalui *door to door* dengan gerakan bawah tanah atau disebut *underground*, dan Bandung kemudian dikenal dengan gudang pemusik *indie* (KS, 2013: 292).

Idealisme dan keterbatasan dana adalah alasan seseorang atau grup musik masuk jalur *indie*. Dan perkara untung rugi tidak bisa diabaikan dalam industri musik (KS, 2013: 293). Sebuah perusahaan *Indie* label, dalam perekrutan band, lebih cenderung pada kesamaan visi, baik di musik maupun bisnis. Kecenderungan perekrutannya pun bergantung pada selera

musik yang sama dan biasanya memang berasal dari komunitas yang sama. Jadi, lebih intens dalam menemukan potensinya karena sebelumnya memang sudah terjalin informasi dan *network* (Rez, 2008: 57). Beberapa label-label *Indie* besar di Indonesia antara lain Rock Record, Fast Forward (FFWD), Jangan Marah records, Parau records, Palapa Record, Demajors, Rottrevore Record.

Rottrevore record memberikan kontribusi pada musik *indie* Indonesia dengan menghantarkan Burgerkill (metal) Pertengahan Juni 2003, Burgerkill menjadi band *indie metal* pertama di Indonesia yang menandatangani kontrak sebanyak 6 album dengan salah satu major label terbesar, Sony musik Entertainment Indonesia. Namun Burgerkill kembali memasarkan albumnya dengan rottrevore dan berhasil merilis album kedua dengan judul “Berkarat”. Lewat album *Berkarat* Burgerkill masuk kedalam salah satu nominasi di ajang bergengsi AMI Awards. Dan mereka berhasil menyabet *award* untuk kategori *Best metal Production*.

Fast Forward record telah menerjunkan band-band *indie* berkualitas, seperti Hollywood Nobody yang telah mencapai panggung mancanegara di Korea, Rottrevore record yang mengusung Burgerkill hingga sampai acara musik internasional seperti Big Day Out Australia satu panggung dengan band *metal* ternama dunia Lamb Of God dan lain-lain. Beberapa band-band *indie* yang telah go-internasional antara lain White Shoes and The Couple Company, Burgerkill, Noxa, Bottlesmoker, Mocca, Goodnight electric, Sore, Discus, The Trees and the Wild, The S.I.G.I.T, Hollywood Nobody,

serta Protocol Afro (<http://uniqpost.com/31442/12-band-indie-indonesia-yang-berhasil-go-international/> akses 11 september 2014). Band-band *indie* memang tidak secara mutlak mendapat kontrol dari label untuk produksinya, namun bukan berarti band *indie* tidak berkualitas, White Shoes and The Couple Company misalkan, menjadi band *indie* Indonesia yang dapat menembus pasar penjualan album di Amerika Serikat oleh label Minty Fresh. Pada ranah panggung, ada Noxa band *indie* yang menjadi satu-satunya dari Indonesia bahkan diundang pada Obscene Extreme Festival di Trutnov, Cheko.

Panggung musik *indie* Indonesia semakin menjunjung pada nilai demokrasi, sebagaimana banyak diadakan kompetisi-kompetisi nasional seperti A-Mild Wanted dan LA IndieFest. LA IndieFest misalnya, telah memberikan sumbangsih pada industri musik *indie* Indonesia, melalui audisi di beberapa kota besar di Indonesia, IndieFest menjaring bakat-bakat band *indie*. Melahirkan band-band *indie* antara lain Danger-Ranger, The Aline, No Footed Can-Can, The Bannery, D'massive, dan Hollywood Nobody yang kemudian dilirik oleh label-label *indie* raksasa Indonesia seperti Fast Forward record (FFWD) untuk meramaikan pentas *indie* Indonesia (Rollingstone, 2010: 26).

Di Amerika, *indie label* mengusung musik-musik Blues yang kebanyakan dibawakan oleh rakyat Afrika-Amerika. Seperti aliran Rhythme&Blues (R&B) yang diusung oleh kaum komunitas kulit hitam.

Dikarenakan musik blues merupakan ‘race musik’ yang bermuatan kurang sopan (Garofalo, 1997: 76).

5. Semiotika dalam Media

Semiotika memiliki fokus kajian pada ‘teks’ yang dapat ‘dibaca’ oleh khalayak umum. Pembaca membantu menciptakan makna dari ‘teks’ tersebut dengan melibatkan pengalaman, sikap, dan emosi mereka. ‘teks’ menjadi sebuah objek yang dapat dibaca, dapat berbentuk verbal, nonverbal, atau keduanya. ‘teks’ merupakan kumpulan dari tanda-tanda (seperti kata, imaji, suara, gerakan atau isyarat) yang dibangun dan diinterpretasikan dengan referensi pada konvensi-konvensi yang berhubungan dengan *genre* (gaya atau aliran) dan berada dalam media komunikasi tertentu. Media dapat mencakup kategori tulisan atau cetak dan penyiaran atau semua yang berhubungan dengan teknik dalam media massa (seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, foto, dan film).

Tanda dalam televisi adalah seperti kata dalam bahasa yang dapat menjadi kode yang terdaftar. Televisi memberikan kontribusinya dalam memberi makna tanda dan identitas budaya ketika kita melihat program televisi populer. Kebudayaan yang berbeda akan membuat cara kita memandang suatu tanda dengan berbeda pula (Fiske, 2003: 61). Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan dengan melalui seperangkat tanda. Media menggunakan simbol-simbol yang disepakati oleh masyarakat yang mempunyai arti denotasi dan konotasi (Sobur, 2001: 95).

Semiotika media seperti dijelaskan oleh Marcel Danesi adalah mempelajari bagaimana media massa menciptakan atau mendaur ulang seperangkat tanda untuk tujuannya sendiri. Tentang apa yang dimaksudkan atau direpresentasikan oleh sesuatu, bagaimana makna itu digambarkan, dan mengapa ia memiliki makna sebagaimana ia tampil (Danesi, 2010: 40).

Dalam media massa, seperti dalam seni, lebih sering berupa beberapa lapis makna yang terbangun dari pesan yang sama, maknanya hanya dapat diuraikan dengan merujuk pada makna lainnya, makna tidak dapat ditentukan secara mutlak, melainkan selalu dalam relasi dengan tanda yang lain (Danesi, 2012: 19). Semiotika dapat menjelaskan berbagai makna seperti pakaian, teks atau suara iklan, genre budaya populer di televisi dan film, tampilan musik wacana politik hingga yang berbentuk tulisan dan pidato. Sistem semiotika inilah yang membentuk representasi mental, dan dari representasi mental inilah individu membuat kategori terhadap segala “sesuatu” yang bersifat artifisial yang ditangkap indera dari lingkungan dunia atau eksternal (Liliweri, 2011: 346).

Menurut Fiske dalam (Sobur, 2002: 125) *signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa keduanya merupakan dua aspek yang tidak bisa dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan juga konsep mental tersebut dinamakan *signification*, dengan kata lain *signification* adalah merupakan upaya dalam member makna pada dunia.

Roland Barthes menetapkan bahwa suatu mitos atau sesuatu yang mempunyai banyak arti tambahan merupakan suatu sistem semiologi urutan kedua yang dibangun sebelum adanya sistem tanda. Tanda dari sistem yang pertama akan menjadi *signifier* bagi sistem yang kedua (Griffin, 2003: 358). Pesan-pesan media sangat menarik jika dilihat dari sudut pandang semiotik, karena pesan-pesan tersebut biasanya terdiri atas campuran simbol-simbol yang diatur secara spasial dan secara kronologis untuk menciptakan sebuah kesan, menyampaikan sebuah gagasan, atau memunculkan sebuah pemaknaan pada audiens (Littlejohn, 2009: 408).

Bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Memandang film, video musik, radio, poster, iklan, dan bentuk lainnya sebagai teks semacam linguistik. Seperti dijelaskan oleh Danesi (2012: 22) bahwa bahasa merupakan sistem yang menyediakan struktur dan menspesifikkan relasi antar tanda dengan tujuan untuk membuat pesan. Namun pesan dapat juga dibuat dengan musik, lukisan, dan jenis sistem non-verbal lainnya. Istilah yang digunakan dalam semiotika adalah *kode*. Bahasa, pakaian, musik, dan isyarat merupakan contoh dari kode yang didefinisikan sebagai sistem tanda verbal, visual, gestural dan lain-lain yang dapat digunakan berulang kali untuk mengodifikasi dan mengkodefikasi teks dan pesannya.

Selain itu Roland Barthes menjelaskan (Kurniawan, 2001: 56) sebagai berikut:

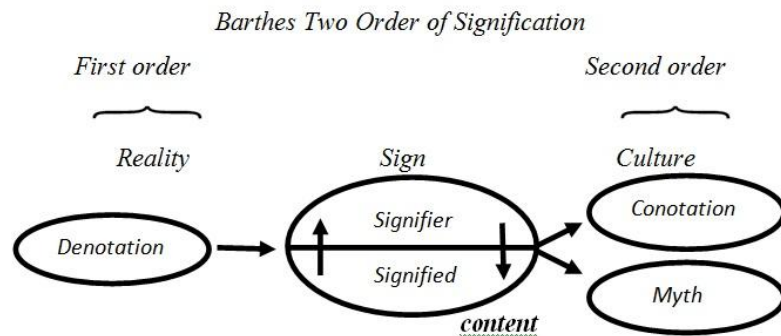
“The Form is what can be described exhaustively, simply, and coherently, (epistemological criteria) by linguistics without restoring to any extralinguistic premise : the substance is the whole set of aspects of

linguistic phenomena which cannot be describe without restoring to extralinguistics premise.”

(Bentuk adalah apa yang dapat dilukiskan secara mendalam, sederhana, dan koheren, (kriteria epistimologis) oleh linguistic tanpa melalui premis ekstralinguistik, substansi adalah keseluruhan rangkaian aspek-aspek fenomena linguistic yang tidak dapat dilukiskan secara mendalam tanpa melalui premis ekstra linguistik).

Roland Barthes menggunakan sistem dua penandaan bertingkat yang disebut denotasi dan konotasi. Denotasi dan konotasi menguraikan hubungan antara *signifier* dan *referent*-nya. Denotasi mengenai makna dari tanda sebagai definisi secara literal atau nyata, sedangkan konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal ideologi dan emosional. Dalam semiotik, denotasi dan konotasi meliputi kegunaan dan kode-kode yang menghasilkan makna. Konotasi diberikan oleh pemakai tanda, konsep konotasi ini digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan bagaimana gejala-gejala budaya yang dilihat sebagai tanda dan memperoleh makna khusus (Barthes dalam Hoed, 2010: 13).

Roland Barthes mengatakan bahwa terdapat level-level makna yang berbeda. Penandaan tingkat pertama (*first-order signification*) disebut dengan denotasi, yang mana pada level ini disebutkan terdiri dari *signifier* dan *signified*. Konotasi pada penandaan level kedua (*second-order signified* sebagai *signifier*-nya).



Gambar 2

Bagan Signifikasi dua tahap Roland Barthes

Sumber: (Kurniawan, 2001: 91).

Melalui model ini, Roland Barthes, menerangkan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal yang Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna yang nyata dari sebuah tanda. Signifikasi tahap kedua yang disebut dengan konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya. Konotasi adalah suatu tanda yang berhubungan dengan suatu isi melalui satu atau lebih fungsi tanda lain (Sobur, 2001: 128).

Teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes tentang gagasan dua signifikasi tahap pertama dan signifikasi tahap kedua (*Order of Signification*), seperti dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Penandaan Roland Barthes

1. Penanda (<i>signifier</i>)	2. Petanda (<i>signified</i>)
3. Tanda (<i>sign</i>) PENANDA I (penanda denotatif)	4. PETANDA II (petanda konotatif)
TANDA III (tanda konotatif)	

Sumber : Chris Barker, 2006: 73

1. Denotasi

Tatanan pertama adalah landasan kerja Saussure. Tatanan ini menggambarkan relasi antara penanda dan petanda di dalam tanda, dan antara tanda dan referennya dalam realitas eksternal. Barthes menyebut tatanan ini sebagai denotasi.

2. Konotasi

Dalam istilah Barthes, konotasi dipakai untuk menerangkan salah satu dari tiga cara tanda dalam tatanan petanda kedua. Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung saat tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya.

Ada perbedaan diantara istilah ‘konotasi’ dan ‘denotasi’ dalam pengertian secara umum dengan pengertian denotasi dan konotasi yang dimaksudkan oleh konsep Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya, namun didalam semiologi Barthes, Denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Konotasi dalam Barthes identik dengan mitos (*myth*) dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada periode tertentu.

Saussure menunjukkan dua cara tanda diorganisasikan dalam kode agar dapat dijadikan sebagai pesan komunikasi (Fiske, 1990: 58).

- a. *Paradigmatik*, adalah kelompok tanda yang pemakaiannya terpilih (dapat disubstitusikan). Dalam video, paradigma diwujudkan dalam bentuk pemilihan gerak kamera, seperti *fade*, *dissolve*, *cut to*, *panning*, *dollying*, *zooming*, dan sebagainya.
- b. *Sintagma*, adalah kelompok tanda yang merupakan kombinasi tanda terpilih yang terbentuk menjadi suatu rangkaian.

Dalam bahasa, kita dapat mengatakan bahwa kata adalah paradigma, dan kalimat adalah sintagma. Semua pesan selalu terdiri dari sebuah “seleksi” (dari paradigm) dan “kombinasi” (dari sintagma).

Roland Barthes membangun sebuah model makna yang sistematis yang lebih memperhatikan “dunia luar tanda” yang mana inti dari teori barthes adalah dua tingkat pemaknaan (*two-orders signification*). Sistem semiologis tingkat pertama sudah ditunjukkan oleh Saussure, yang menjelaskan relasi antara

signifier dengan *signified* sehingga menghasilkan tanda dengan acuannya (pada realitas eksternal). Oleh Barthes, tingkat pertama makna Saussure disebut dengan denotasi. Denotasi merujuk pada makna “awam” atau makna biasa atau asli.

Menurut Roland Barthes didalam sebuah citra (*image*) terkandung dua tipe pesan, yakni citra itu sendiri sebagai pesan ikonik yang dapat kita lihat, baik berupa syut (*video*), maupun realitas harfiah yang terekam. Citra tidak perlu dirancukan dengan realitas itu sendiri, meskipun ia adalah analog yang sempurna, dan dibedakan lagi dalam dua tatanan:

- a. Pesan harfiah atau pesan ikonik tak berkode (*non-coded iconic message*), merupakan tatanan denotasi dari citra yang berfungsi untuk menetralkan pesan simbolik.
- b. Pesan Simbolik atau ikonik berkode (*coded iconic message*), merupakan tatanan konotasi yang keberadaannya didasarkan pada kode budaya tertentu atau familiaritas terhadap *stereotype* tertentu.

Dalam semiotik, dikenal berbagai shot sebagai penanda visual yang masing-masing mempunyai makna tersendiri. Selain syut kamera tersebut juga dikenal adanya pergerakan kamera atau *camera moves* sebagai teknik pengambilan gambar yang berfungsi sebagai penanda. Berikut ini adalah table tentang teknik-teknik pengambilan gambar, pergerakan kamera, serta maknanya (Berger, 2000: 33).

Tabel 4. Rumusan Konsep Pemaknaan Berger

Penanda (pengambilan gambar)	Definisi	Petanda (makna)
<i>Medium shot</i>	Hampir seluruh	Hubungan personal

	tubuh	
<i>Close-up</i>	Hanya wajah	keintiman
<i>Long shot</i>	Setting dan karakter	Konteks, <i>scope</i> , jarak publik
<i>Full shot</i>	Seluruh tubuh	Hubungan sosial

Penanda (pergerakan kamera)	Definisi	Petanda (makna)
Pan down	Kamera mengarah kebawah	Kekuasaan, kewenangan
Pan up	Kamera mengarah ke atas	Kelemahan, pengecilan
Dolly in	Kamera mendekat	Observasi, fokus

Arthur Asa Berger, 2000 : 33

Menurut Marcel Danesi, konotasi adalah mode operatif dalam pembentukan dan penyandian teks-teks kreatif seperti puisi, novel, komposisi musik, dan karya-karya seni lainnya. Semua teks dan genre media massa didasarkan atas konotasi, karena semua dirancang untuk membangkitkan makna yang signifikan secara budaya (Danesi, 2010: 44).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan mengumpulkan dan menganalisis tayangan video *Radio Show*. Dikarenakan objek penelitian ini adalah tayangan audio visual, yang lebih tepat menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan metode penelitian analisis semiotika. penelitian ini cenderung kearah paradigma konstruktivis, apa yang kita pahami sebagai pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif, yang diciptakan bukan ditemukan oleh pikiran. Realitas diungkapkan melalui dalam beragam

simbol-simbol dan bahasa, realitas dapat dibentuk sesuai dengan tindakan-tindakan bertujuan dari para pelaku manusia yang juga memiliki tujuan (Zubair, 2013:293).

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah tayangan program *talk show* musik “*Radio Show*” TV-One. Dengan mengambil sampel video tayangan *Radio Show* yang telah di unggah di website www.youtube.com episode The S.I.G.I.T (Rock’n Roll), DEADSQUAD (Technical Death *metal*) dan Besok Bubar (Grunge). Tiga band indie tersebut dipilih oleh peneliti dikarenakan oleh beberapa hal yakni, aliran yang subkultur, penampilan fisik yang mampu merepresentasikan komunitas band *indie* dan *wardrobe* yang terdapat budaya pakaian musisi *indie*, penonton yang membludak dengan gaya *mosh* (jogetan), dan juga manajemen promosi *label* mereka, serta terdapat perbincangan *interview* dengan band.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini data dokumentasi diambil untuk mengidentifikasi representasi *stereotype band indie*, berupa *screen capture* (potongan gambar-gambar) dari beberapa shot atau *scene* yang menggambarkan bagaimana band *indie* ditayangkan pada tayangan *Radio Show*.

b. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka yang diperoleh dari literatur, buku, tulisan-tulisan, majalah, jurnal, baik dari media cetak maupun jurnal-jurnal pada internet.

4. Teknik Analisis Data

Dengan metode penelitian kualitatif dan objek penelitian yang berupa tayangan visual, maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika, dengan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna-makna yang tersirat dalam pesan komunikasi dalam bentuk visual. Fokus dari kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa. Roland Barthes adalah seorang pengikut Saussure yang merupakan seorang tokoh yang dikenal sebagai peletak dasar bagi linguistik modern yang dikenal dengan semiotika. Selain semiotika, oposisi biner juga dipakai guna mengetahui hubungan antara dua sisi yang berlawanan dan bertolak belakang dalam sebuah relasi. Dua istilah dalam oposisi biner melihat semua relasi untuk kemudian direduksi pada skala tunggal

4. a. Semiotika Roland Barthes

Pemikiran Barthes banyak banyak dipengaruhi oleh Ferdinand de Saussure, yaitu:

- a) Sebuah tanda adalah kombinasi dari *signifier* dan *signified*.
- b) Suatu tanda tidak berdiri sendiri tetapi merupakan bagian dari suatu sistem (Griffin, 2003: 356).

Signifier adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified*

adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa keduanya merupakan dua aspek yang tidak bisa dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan juga konsep mental tersebut dinamakan *signification*, dengan kata lain *signification* adalah merupakan upaya dalam member makna pada dunia (Fiske dalam Sobur, 2002: 125). Barthes menetapkan bahwa suatu mitos ataupun sesuatu yang mempunyai banyak arti tambahan merupakan suatu sistem semiologi urutan kedua yang dibangun sebelum ada sistem tanda. Tanda dari sistem yang pertama akan menjadi *signifier* bagi sistem yang kedua (Griffin, 2003: 358).

Ferdinand de Saussure membagi tanda menjadi dua bagian komponen petanda (*signifier*) atau “citra suara” (*sound image*) dan petanda (*signified*) atau konsep (*concept*), serta sarannya bahwa hubungan antara petanda dan penanda adalah sewenang-wenang yang merupakan titik penting dalam perkembangan semiotik sebagai pendekatan penting dalam teori media.

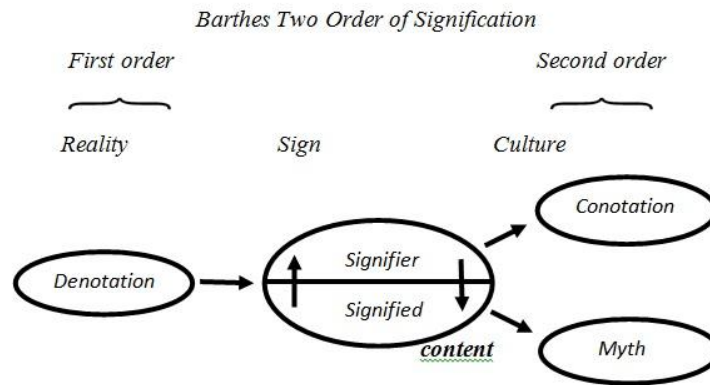
Teks yang dimaksudkan oleh Roland Barthes adalah dalam arti yang luas, teks tidak hanya berarti berkaitan dengan aspek *linguistic* saja. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda-tanda *terkode* dalam sebuah sistem. Dengan demikian, maka semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, iklan, film, fasion, fiksi, puisi, dan juga drama.

Roland Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu pula, semiologi Roland Barthes mengkaji obyek-obyek kesusastraan perfilman sekeping musik, gambar iklan, bahkan kepala judul surat kabar. Hal ini

menjelaskan bagaimana semiolog pada umumnya memandang film, video, radio, poster, iklan, dan bentuk lainnya sebagai teks semacam linguistik (Kurniawan, 2001: 81). Selain itu, Littlejohn (2009: 408) berpendapat bahwa pesan-pesan media sangat menarik jika dilihat dari sudut pandang semiotik, karena pesan-pesan tersebut biasanya terdiri atas campuran simbol-simbol yang diatur secara spasial dan secara kronologis untuk menciptakan sebuah kesan, menyampaikan sebuah gagasan, atau memunculkan sebuah pemaknaan pada audiens.

Semiotika mengkaji simbol-simbol yang ada dalam video tayangan musik untuk direpresentasikan dalam kehidupan nyata, sehingga diperoleh makna tertentu. Semiotika digunakan untuk menganalisa teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri telah dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Hal ini berarti setiap teks dalam video musik akan dapat ditafsirkan dalam berbagai arti oleh penikmat video tayangan musik itu sendiri dengan tingkat interpretasi masing-masing sejauh mana mereka menganalisa teks tersebut dengan berhadapan pada media yang ada.

Roland Barthes (1915-1980), menciptakan suatu model yang sistematis dengan negosiasi, kesaling-pengaruh ide atas pemakna dapat dianalisis. Barthes memfokuskan pada interaksi tanda dalam teks dengan pengalaman personal dan kultural dari pemakainya. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*) seperti yang digambarkan model berikut:



Gambar 3: Bagan Signifikasi dua tahap Roland Barthes

Sumber: (Kurniawan, 2001: 91).

Melalui model ini, Barthes menerangkan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal yang Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna yang nyata dari sebuah tanda. Signifikasi tahap kedua yang disebut dengan konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Konotasi adalah suatu tanda yang berhubungan dengan suatu isi melalui satu atau lebih fungsi tanda lain (Sobur, 2001: 128).

Secara teknis Barthes menyebutkan mitos merupakan urutan kedua dari sistem semiotika, tanda-tanda pada urutan pertama pada sistem itu (kombinasi antara petanda dan penanda) menjadi penanda dalam sistem kedua. Barthes menggunakan istilah khusus dalam membedakan sistem mitos dengan hakekat

bahasanya, mitos sebagai bentuk, sedangkan petanda sebagai konsep, yang merupakan penandaan.

Tabel 5. Perbandingan Bahasa dan Mitos

Bahasa	Mitos
Penanda (<i>signifier</i>)	Bentuk (<i>form</i>)
Petanda (<i>signified</i>)	Konsep (<i>concept</i>)
Tanda (<i>sign</i>)	Penandaan (<i>signification</i>)

Arthur Asa Berger 2000: 56

Dalam semiotika Barthes, menekankan pada tahap kedua memberikan pesan yang besar bagi pembaca untuk memproduksi makna, menyebabkan terjadinya pergeseran pusat perhatian dari pengarang (*author*) kepada pembaca. Dalam proses pemaknaan semiologi Barthes, teks tidak lagi menjadi milik pengarang, tetapi bagaimana pembaca memaknai karangan tersebut dan bagaimana pembaca tersebut memproduksi makna. Analisis ini disebut teks tertulis (*writerly text*) yaitu apa yang dapat ditulis pembaca sendiri terlepas dari apa yang ditulis oleh pengarangnya (Kurniawan, 2001: 91).

Menurut Barthes, semiotika mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak bisa dikaitkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, melainkan juga mengkonstitusi sistem terstruktur tanda.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa unsur-unsur yang terkandung dalam tayangan musik dengan

pendekatan semiotika. Dalam semiotik, tayangan musik dikaji lewat penggunaan sistem tanda, yang terdiri dari lambang, baik verbal maupun nonverbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, sedangkan lambang nonverbal adalah bentuk dan warna yang disajikan dalam tayangan musik, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuk realitas (Sobur, 2003: 116).

Ada *text of pleasure* yang terdiri atas potongan-potongan syut kamera secara cepat (*fast cutting*) visual tinggi, sudut kamera yang ekstrim dan gerakan semi vertikal yang memungkinkan *signifiers* untuk menyangatkan *signifieds*. Gambar visual seringkali tidak mempunyai hubungan yang berarti terhadap lirik, tetapi dipotong berdasarkan irama musik (Morse dalam Fiske, 1987: 251). Sehingga ketika semiotika dipergunakan dalam pembahasan mengenai representasi *stereotype* band *indie* di televisi dalam program *Radioshow*, maka ia merupakan alat yang dapat mengantarkan analisa pada pemahaman tentang makna, representasi, serta arti atas apa yang tersimpan dalam *stereotype* yang ditampilkan dalam video tersebut. Tahap akhir dari analisis suatu data adalah mengadakan uji validitas data.

Contoh analisis roland Barthes pada tayangan *live* band *indie Radio Show*, adanya penampilan vokalis band dengan rambut gondrong. Denotasinya adalah penampilan penyanyi atau vokalis band yang berambut gondrong. Tahap konotasinya, rambut gondrong tersebut mengkonotasikan musisi *indie* yang urakan dan tidak memperdulikan penampilannya, Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana

menggambarkannya. Konotasi adalah suatu tanda yang berhubungan dengan suatu isi melalui satu atau lebih fungsi tanda lain (Sobur, 2001: 128).

mitosnya musisi *metal* yang fesyen mereka mengurai rambut panjang mereka sebagai regenerasi dari identitas mereka sebagai *metalhead*. Mereka menggunakan benda-benda, kostum-kostum dari masa lalu dan dikenakannya untuk menunjukkan sebagai bagian dari sejarah dunia (Max dan Engels dalam Bernard, 2007: 173). *Stereotype* yang hadir merupakan penilaian dini terhadap penampilan fisik seseorang berdasarkan pengalaman kita melihat hal yang serupa sebelumnya, seperti dijelaskan oleh Susetyo bahwa stereotip merupakan suatu proses generalisasi yang dilakukan secara tidak akurat tentang sifat ataupun perilaku yang dimiliki oleh individu-individu anggota dari kelompok sosial tertentu, (Susetyo, 2003: 20).

Hipotesa mengenai hasil penelitian “Representasi Stereotype dalam Penampilan Live Band *Indie* di Televisi” ini menurut peneliti mengarah pada penemuan representasi *stereotype* band *indie* yang urakan, anti *mainstream*, brutal, mandiri, dan *underground*. Media yang merepresentasikan *stereotype* yang ada pada band *indie* melalui tayangannya yang didukung dengan atribut-atribut band, pengambilan gambar, dan *setting* dari tayangan *Radio Show* tersebut.

4. b. Oposisi Biner

Oposisi biner merupakan pembagian dua sisi yang berlawanan dan bertolak belakang dalam sebuah relasi. Dua istilah dalam oposisi biner melihat semua relasi untuk kemudian direduksi pada skala tunggal. Oposisi biner akan

dapat terbentuk jika satu hal yang dilihat kurang mempunyai sesuatu dengan hal lainnya, yang melibatkan 2 sisi pandangan, tetapi keduanya benar-benar mengatur berbagai hal dalam satu kualitas. Dua sisi yang dibentuk dalam oposisi biner hanya berpijak pada satu standarisasi (Thwaites dkk, 2011: 98-100). Oposisi biner tidak mempunyai pengecualian atas perbedaan yang ada dalam sebuah relasi. Hal yang dinilai positif akan mutlak sebagai hal yang lebih baik dan secara otomatis membentuk hal lain jadi kurang baik. Dalam penelitian ini oposisi biner akan membantu peneliti. Dua sisi yang dibedakan dinilai baik dan buruk.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini yaitu terdiri dari empat bab, yakni:

BAB I Pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori dan metodologi penelitian sebagai landasan awal penulisan melakukan penelitian.

BAB II Gambaran objek penelitian, bab ini berisi tentang perbandingan dengan penelitian terdahulu.

BAB III Penyajian data dan pembahasan, dalam bab ketiga akan dipaparkan mengenai proses analisis semiotika dalam tayangan ‘*Radio Show*’ TV One menggunakan teori semiologi Roland Barthes serta pembahasan mengenai hasil analisis dan temuan peneliti.

BAB IV Penutup, merupakan bab terakhir dalam laporan penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.