

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Musik merupakan media hiburan yang sangat digemari oleh berbagai kalangan, dari mulai anak kecil hingga orang dewasa sekalipun (Amalia, 2013). Industri musik sendiri juga merupakan seni kreatif yang berkaitan dengan kreasi, pertunjukan musik, reproduksi musik, dan distribusi musik. Distribusi musik saat ini juga telah diproduksi dalam berbagai genre seperti *pop*, *rock*, *jazz*, dan lain sebagainya. Selain itu lagu juga kerap dilengkapi dalam bentuk video klip dengan tema kisah semakna tersirat (Maulana & Alamsyah, 2017).

Kemampuan penyampaian pesan dalam video klip sebuah lagu juga dinilai berhasil dalam penyampaian makna dari sebuah lagu, baik makna dari segi emosi, pelajaran, agama, dan lain sebagainya (Futiha Maharani, 2008). Tidak jarang, sebuah lagu ditulis dengan lirik tertentu dan disajikan melalui video klip khusus untuk menyampaikan makna kepada audiens (Norsaleha dkk., 2018).

Tak terkecuali Lagu “*Earth*” merupakan lagu ciptaan David Andrew Burd (Lil Dicky) salah satu penyanyi sekaligus rapper asal Amerika Serikat. David menciptakan lagu “*Earth*” untuk memperingati hari Bumi sedunia. Dia berhasil merilis lagu yang bertajuk tentang *global warming*. Lagu ini yang diharapkan untuk seluruh manusia di bumi bergotong-royong menjaga agar *global warming* tak segera terjadi (Regidi, 2019).

Lagu “*Earth*” yang berhasil dirilis pada tanggal 19 April 2019 bertujuan untuk memperingati hari bumi yang bertepatan pada tanggal 22 April. Video klip lagu “*Earth*” dari awal dirilisnya hingga tanggal 4 April 2021 telah ditonton sebanyak 328.369.000 kali di Youtube.

Dan mendapat penonton sebanyak 10 juta orang yang menyukainya dan 343 ribu orang yang tidak menyukainya serta, mempunyai komentar sebanyak 474.222 ribu (Lil Dicky, 2019).

David Andrew Burd sebagai penggarap utama lagu ini, juga bermitra dengan Leonardo DiCaprio. Seorang aktor yang berkebangsaan Amerika sekaligus sebagai pemilik yayasan amal atas namanya sendiri. Dia memiliki tujuan untuk mendonasikan seluruh hasil dari lagu ini untuk didonasikan dalam perbaikan kerusakan bumi (Andrew, 2019).

Ajakan untuk menyelamatkan bumi itu adalah bagian dari akhlak terhadap lingkungan (Tatik Maisaroh H, 2017). Pesan dakwah adalah perintah atau amanat tentang materi ajaran Islam yang menyangkut segala aspek kehidupan dari segi akidah, syariat dan akhlak yang tak lepas dari Al-Qur'an dan As-sunnah, disampaikan secara individu dan kelompok atau Da'i disalurkan melalui media cetak maupun elektronik seperti televisi, radio, film, lirik lagu atau surat kabar (*channel*) dengan lisan, tulisan maupun perbuatan agar senantiasa selalu mengingat Allah dan menjalankan segala aktivitasnya atas Ridho Allah (Elias, 2018).

Oleh karena itu, pesan dalam video klip lagu tersebut membawa pesan untuk menjaga bumi dan lingkungan, hal ini sejalan dengan pesan dakwah menurut Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah fardhu yang diwajibkan kepada setiap muslim (Ii, 2009).

Sementara pesan dalam lagu itu juga selaras dengan ajaran Islam untuk berupaya mengajak orang untuk menjaga dan memperlakukan alam dengan baik untuk menyelamatkan bumi dari kerusakan yang ditimbulkan oleh aktivitas manusia itu sendiri. Karena, Agama Islam secara jelas

mengajarkan tanggung jawab manusia bagi kelangsungan hidup dan kesejahteraan makhluk hidup lainnya.

Dalam firman Allah SWT QS.Al-Araf/556:7 telah dijelaskan mengenai anjuran menjaga kelestarian lingkungan hidup :

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik (Terjemah Kemenag 2019).

Walaupun, penyampaian pesan dakwah dalam lagu tersebut dinilai kontra dengan penyajian lagu dari sisi lirik maupun tampilan video klip (Keith Mann, 2019). Selanjutnya video ini juga menampilkan berbagai peranan hewan yang dinilai terlalu *vulgar* untuk ditonton oleh anak dibawah umur pada menit (4:40-4:45). Selain itu, dalam video ini juga mempunyai lirik yang membahas mengenai seksual, yakni tentang orgasme, manstrubasi pada menit (4:56-4:58) dan juga kotoran manusia di akhir lagunya (Keith Mann, 2019).

Sementara itu, berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan, lagu-lagu islami yang diproduksi untuk membangkitkan kesadaran audiens untuk peduli terhadap lingkungan, apalagi secara spesifik menargetkan kampanye pengurangan *global warming*, belum ditemukan.

Hal ini membuat kajian terhadap penerimaan pesan dari audiens atas lagu “*Earth*” menjadi krusial untuk dilakukan. Setidaknya ada 3 alasan utama yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian tersebut.

Pertama, seni musik sangat relevan untuk dijadikan sebagai sarana berdakwah mengingat saat ini sudah memasuki era modernisasi dimana khalayak sudah mengenal apa itu musik dengan memasukan nilai-nilai Islam pada lirik lagu sebagai acuan untuk membuat lagu.

Kedua, substansi makna dakwah yang disampaikan lagu “*Earth*” sesuai dengan ajaran islam tentang anjuran menjaga bumi dan isinya namun, penggambaran video klip dan lirik dinilai kurang tepat karena terlalu *vulgar* apabila ditonton secara bebas oleh anak dibawah umur yang masih dalam pengawalan orang tua, dan tidak relevan untuk khalayak umat islam secara umum.

Ketiga, peran orang tua yang mempunyai wawasan lebih tentang pentingnya menjaga bumi dan lingkungan hidup, khususnya dalam mendampingi dan mengontrol tontonan anak yang berhubungan dengan kampanye pencegahan *global warming* mempunyai peranan penting sebagai madrasah pertama dalam memberikan pendampingan dan pemahaman kepada anak ketika menonton tayangan yang ditonton oleh anak dibawah umur.

Itulah sebabnya, peneliti mengambil audiens yang berasal dari kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di Yogyakarta yaitu Aliansi Relawan Untuk Penyelamatan Alam dan *Earth Hour* Jogja Signifikansi pengambilan audiens dari kelompok LSM ini didasarkan pada 3 faktor berikut ini; Identitas sudah menikah atau sedang mempersiapkan menjadi orang tua, Pendidikan terakhir minimal sarjana (S1) atau sedang menempuh jenjang sarjana. implikasinya, pemahaman terhadap video klip lagu yang disampaikan dalam bahasa inggris akan lebih mudah diterima sesuai dengan jenjang pendidikan tinggi yang sudah ditempuh.

Selain itu anggota ARUPA dan EHJ mempunyai kesamaan yaitu kesadaran untuk menjaga lingkungan karena fokus yang dituju adalah pencegahan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Adapun perbedaanya ARUPA merupakan sebuah Lembaga Swadaya

Masyarakat yang bergerak di bidang pelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup. Sedangkan EHJ adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak kepada ajakan untuk menjalani gaya hidup yang ramah lingkungan dan hemat energi.

Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan kajian atas analisis resepsi terhadap pesan video klip lagu “*Earth*” dari kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat di Yogyakarta yang secara substansial mewakili ketiga karakteristik di atas.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok-pokok masalah yang terkandung dalam fenomena penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lagu “*Earth*” dapat dijadikan sebagai sarana dakwah kontemporer.
2. Lagu “*Earth*” mengandung substansi makna dakwah menjaga bumi dan lingkungan serta ancaman bahaya *global warming*, namun kontra dengan penyajian lirik dan tampilan dalam video klip lagu “*Earth*” itu sendiri.
3. Resepsi anggota ARUPA dan EHJ yang peduli dan bergerak di bidang lingkungan hidup sebagai orang tua dengan wawasan yang luas tentang pentingnya menjaga bumi dan lingkungan hidup dipandang perlu untuk memetakan proyeksi penerimaan terhadap pesan dakwah yang kontra dengan mediumnya.
4. Kelompok LSM memiliki 3 karakteristik substansial yang signifikan untuk dielaborasi resepsi terhadap pesan video klip dalam lagu “*Earth*” yang berperan besar untuk mempengaruhi model penerimaan mereka terhadap lagu “*Earth*”.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini akan mengkaji resepsi anggota ARUPA dan EHJ terhadap pesan video klip lagu “*Earth*”.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam memperjelas masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini, maka peneliti membuat rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana analisis resepsi para anggota ARUPA dan EHJ terhadap pesan video klip lagu “*Earth*”?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi analisis resepsi para anggota ARUPA dan EHJ terhadap pesan video klip lagu “*Earth*”?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengelaborasi resepsi para anggota ARUPA dan EHJ terhadap pesan video klip lagu “*Earth*”.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi resepsi para anggota ARUPA dan EHJ terhadap pesan video klip lagu “*Earth*”.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, adapun detailnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan model penerimaan audiens terhadap pesan dakwah yang kontra dengan cara penyajiannya.

2. Manfaat Praktis

Pengembangan konsep komunikasi massa khususnya praktisi komunikasi Islam maupun

dai dalam merumuskan solusi dan literasi terhadap pesan dakwah dari sebuah pesan video klip yang kontra dengan cara penyajiannya.