

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Musik merupakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai media kesenian sekaligus media berkomunikasi dengan orang lain. Danesi (2011: 195) menyebutkan bahwa musik adalah bentuk seni yang melibatkan penggunaan bunyi secara terorganisir melalui kontinum waktu. Di dalam musik, selain terkandung alunan nada yang indah, musik juga mengandung sebuah lirik yang diciptakan sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh pembuat lagu tersebut.

Sedangkan video musik, atau yang lebih dikenal sebagai video klip merupakan potongan-potongan gambar atau video yang memvisualkan lirik-lirik dalam lagu. Video klip dibuat bertujuan untuk menguatkan penggambaran nyata dari sebuah kata-kata dalam lirik lagu. Video klip selalu berdampingan dengan lagu karena sifatnya yang dapat mendukung pemasaran lagu itu sendiri. Pembuatan video klip berawal dari proses memaknai lirik lagu sehingga hasil penggambaran lirik lagu tersebut tidak menyimpang dan dapat dijadikan sebagai media representasi lirik.

Merujuk pada definisi komunikasi yang dijelaskan oleh Suprpto (2009: 5) bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi

suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan).

Melalui definisi di atas, dapat disimpulkan musik (lagu) dan video klip menjadi media yang efektif untuk melakukan kegiatan komunikasi antara pencipta lagu dan pendengarnya. Adanya lagu yang selalu diikuti video klip, memperlengkap fasilitas media komunikasi yang ditawarkan, berupa komunikasi audio sekaligus visual. Dalam jurnal berjudul “Simbolisasi Iluminasi Video Klip Lady Gaga” disebutkan bahwa video klip merupakan media komunikasi massa yang berkembang pesat dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan (Amellia, 2013: 274). Hal tersebut karena luasnya persebaran video klip yang dapat diakses baik melalui internet, televisi, dvd, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk lirik lagu, jurnal lain berjudul “Pragmatik Lirik Lagu Krisis Kepercayaan dan Republik Sulap” dijelaskan bahwa pada dasarnya, lirik lagu juga mengandung makna pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh penciptanya kepada audiens atau penikmat musik dan bahkan tidak jarang lirik juga dapat mempengaruhi perasaan orang yang mendengarkan (Kondoahi, 2013: 1).

Proses komunikasi yang terjadi selanjutnya adalah bagaimana pendengar lagu tersebut dapat menangkap makna dan mendapatkan sebuah pengaruh yang disebarkan oleh pencipta lagu. Menurut Johnson Laird dan Oatley (1992) dalam Djohan (2009: 115) definisi komunikasi terutama adalah pengaruh yang terjadi antara komunikator di satu sisi dengan penerima di sisi lain (misalnya, musisi memengaruhi impresi auditori pendengar).

Musik memiliki peran penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, alunan irama dan lirik lagu yang mewakili perasaan dapat menjadi suatu hiburan tersendiri. Selain menjadi hiburan dalam kehidupan sehari-hari, musik juga berperan penting dalam memengaruhi kehidupan manusia. Widhyatama (2012: 57) menyatakan bahwa tanpa musik dunia akan terasa hampa, dan benar kata kebanyakan orang, musik selalu menjadi pengisi aktivitas dan selingan dalam hidup. Musik menginspirasi dan juga memengaruhi kehidupan sosial manusia.

Sebuah lagu akan memuat lirik-lirik yang diciptakan sesuai dengan keadaan yang sedang dialami atau dirasakan oleh penciptanya. Keadaan sosial dalam sebuah era dapat dilihat melalui banyak media, salah satunya dapat terlihat dari sebuah lagu yang diciptakan pada saat itu. Dalam Danesi (2011: 195-196) dikatakan bahwa musik memainkan peran dalam tiap masyarakat, memiliki sejumlah besar gaya, dan tiap gaya merupakan ciri dari wilayah geografis atau sebuah era.

Kekuatan sebuah musik dalam menggambarkan sebuah keadaan sosial di eranya terlihat dari lagu yang diciptakan oleh pembuatnya. Berbagai kasus sosial yang terjadi, sengaja dituliskan di dalam sebuah lirik dan divisualkan melalui video klip agar pendengar bisa merasakan pula makna yang ingin dibangun oleh pembuat lagu. Selain menyebarkan makna dan perasaan yang sedang dirasakan pembuat lagu, melalui lirik lagu, bisa dilihat juga bagaimana seseorang kritis terhadap keadaan sosial pada saat itu. Selain penciptaan lirik, dibuatkannya video klip untuk sebuah lagu juga turut mendukung penguatan makna yang sengaja dibuat oleh pencipta lagu.

Berdasarkan berbagai macam tema dalam sebuah lagu, salah satu yang menarik adalah bagaimana seorang pembuat lagu menuliskan tema mengenai perdamaian dunia, khususnya lagu-lagu yang berasal dari Barat. Perdamaian yang sering dijadikan lagu dalam lagu-lagu Barat berbicara mengenai kerisauan pembuat lagu terhadap keadaan dunia yang penuh peperangan dan pertumpahan darah yang menjadi korban dari kejadian tersebut. Konflik-konflik yang terjadi dalam peperangan tersebut berlatar belakang ras, agama dan politik. Pecahnya peperangan tersebut mendorong pembuat lagu untuk menyuarakan perdamaian melalui lagu yang mereka buat. Perdamaian merupakan nilai-nilai keselarasan, martabat dan keadilan, hal ini sesuai dengan Liliweri (2011: 434) yang menyatakan bahwa konsep perdamaian merentang antara agama dan kebudayaan karena dia berkaitan dengan nilai-nilai seperti keamanan dan keselarasan, martabat dan keadilan.

Menyampaikan pesan perdamaian dunia melalui lagu bukan hal baru di dunia permusikan dunia, khususnya lagu-lagu Barat. Memanfaatkan lagu sebagai media penyebaran pesan anti-perang sudah dimulai sebelum era 90-an. Salah satu pemusik Barat legendaris, John Lennon pada tahun 1969 merilis lagunya yang fenomenal berjudul *Give Peace a Chance*. Lagu yang memuat pesan perdamaian ini dirilis dalam rangka bentuk protesnya atas kekacauan perang Vietnam. Sebagai pemusik yang dikenal dunia, Lennon dan istrinya Yoko, mempopulerkan pesan perdamaian dalam lagu ini dengan cara yang tidak biasa. Aksi tersebut berupa aksi berbaring di tempat tidur di sebuah hotel selama satu minggu dan mengundang semua awak media untuk mengikuti mereka berbulan madu.

Beberapa acara ini menjadi agak rumit bagi orang-orang awam untuk dimengerti atau dipahami tujuannya, dan akibatnya John dan Yoko seringkali diejek dan ditertawakan. Namun dari titik ini, tujuan utama mereka, yang mereka tempa tanpa henti, adalah menyampaikan pesan sederhana – perdamaian (Lennon, 2014: 148).

Selain kepopuleran lagu *Give Peace a Chance* di masanya, fenomena lagu bertema perdamaian dunia yang terjadi pada lagu-lagu Barat mudah dijumpai, baik lagu yang dipublikasikan sebelum era 90-an hingga di era 90-an. Setelah era 90-an berakhir, dunia diharapkan telah memiliki kehidupan yang damai bagi manusia, namun nyatanya hal ini belum sepenuhnya terwujud. Perang yang berkecambuk di beberapa kawasan seperti Suriah, Israel, Teluk Persia, Kashmir, Semenanjung Korea, Laut China Selatan, Taiwan, Latvia, dan Celah Suwalki menjadi kenyataan yang memilukan bahwa perang dunia III suatu saat dapat terjadi (<http://global.liputan6.com>, diakses pada tanggal 20/03/17).

Peperangan yang masih terus berkecambuk, tentu saja mengakibatkan banyak kerugian dan juga menyebabkan kematian yang sia-sia, hal tersebut mendorong munculnya beberapa lagu yang menyuarakan pesan anti perang masih ada di era 2000. Pada era 2000, terdapat 30 lagu yang menyebarkan pesan anti perang dan menyuarakan perdamaian dunia. Lagu-lagu tersebut antara lain:

No.	Judul Lagu	Penyanyi	Tahun Rilis Lagu
1.	<i>Freedom</i>	Karl Denson's Tiny	2002

		Universe	
2.	<i>Bushleaguer</i>	Pearl Jam	2002
3.	<i>Where is The Love</i>	Black Eyed Peas	2003
4.	<i>Power to The Peaceful</i>	Anti Flag	2003
5.	<i>We Don't Stop</i>	Michael Franti & Spearhead	2003
6.	<i>Power to The Peaceful</i>	Pittsburgh	2003
7.	<i>Price of Oil</i>	Billy Bragg	2003
8.	<i>Rich Man's War</i>	Steve Earle	2004
9.	<i>Peace, Salaam, Shalom</i>	Emma's Revolution	2004
10.	<i>Ignorance Is Biss</i>	Colonel Claypools Bucket of Bernie Brains	2004
11.	<i>Boom</i>	System of a Down	2005
12.	<i>Who are You Fighting for</i>	UB40	2005
13.	<i>Road to Peace</i>	Tom Waits	2006
14.	<i>The Yeah Yeah Yeah Song</i>	The Flaming Lips	2006
15.	<i>Lets Impeach The President</i>	Neil Young	2006
16.	<i>When The President Talks to God</i>	Bright Eyes	2006
17.	<i>Living With War</i>	Neil Young	2006
18.	<i>No More</i>	Eddie Vedder	2007
19.	<i>Ohio</i>	Neil Young	2007

20.	<i>Moneyland</i>	Del Mc Coury Band & Friends	2008
21.	<i>American Blood</i>	Reckless Kelly	2008
22.	<i>We Will Not Go Down</i>	Michael Hearts	2009
23.	<i>We Called It Amerika</i>	NOFX	2009
24.	<i>Pray</i>	Justin Bieber	2010
25.	<i>Dear Mr. President</i>	Fitz and The Tantrums	2010
26.	<i>Immiagraniada (We Comin Rougher)</i>	Gogol Bordello	2010
27.	<i>We are Here</i>	Alicia Keys	2014
28.	<i>Marching on Ferguson</i>	Tom Morello	2014
29.	<i>Alright</i>	Kendrick Lamar	2015
30.	<i>Ohmerica</i>	The Claypool Lennon Delirium	2016

**Tabel 1.1**

Data diolah oleh peneliti, sumber: diambil dari berbagai sumber.

Berdasarkan data di atas, peneliti akan menggunakan dua lagu di era 2000 sebagai objek penelitian kali ini. Lagu-lagu yang akan diteliti lirik dan video klipnya adalah lagu *Where is The Love* yang dipopulerkan oleh Black Eyed Peas pada versi 2016. Selain *Where is The Love*, peneliti juga akan menggunakan lirik *We are Here* milik Alicia Keys pada tahun 2014 sebagai objek penelitian. Lagu *Where is The Love* merupakan lagu yang dipopulerkan oleh Black Eyed Peas dan

dirilis pertama kali pada tahun 2003 serta di-*remaster* oleh penyanyi yang sama pada bulan September tahun 2016. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan lagu *Where is The Love* versi tahun 2016 di mana ternyata lagu ini banyak mengundang kontra di sosial media, banyak respon negatif netizen yang terlontar berlawanan dengan tujuan perilisan lagu yang diungkapkan oleh personel Black Eyed Peas.

Netizen saling memberikan komentar negatif di jejaring sosial Twitter terkait dengan perilisan ulang lagu tersebut di tahun 2016, dikutip dari berita yang ditulis [www.metro.co.uk](http://www.metro.co.uk) komentar tersebut seperti: “*that new Where is The Love is trash smh, they just should’ve let a classic be a classic*” yang artinya bahwa “versi baru *Where Is The Love* itu sampah, harusnya versi yang lama saja sudah cukup” (Kyndall, Postingan Twitter, 2 September 2016) atau pun komentar negatif lainnya berbunyi “*the remix of Where is The Love by The Black Eyed Peas is awful. The original is better and still is a jam #sorrynotsorry*”, komentar tersebut berarti “remix dari *Where Is The Love* jelek, versi aslinya masih lebih bagus” (Thomas, Postingan Twitter, 3 September 2016). Selain mempermasalahkan lagu tersebut dalam versi yang baru, netizen juga terlihat merespon negatif mengenai selebriti yang mengisi video klip lagu tersebut, “*okay why was the video of the new version of “Where is The Love” terrible and why was Kendall Jenner in it?*”, komentar tersebut berarti “ok, kenapa video klip *Where Is The Love* versi baru itu jelek dan kenapa ada Kendall Jenner di sana?” (Nick Chavez, Postingan Twitter, 2 September 2016). Respon-respon negatif tersebut terlihat berlawanan dengan



tujuan perilisan ulang lagu ini yang dilontarkan oleh salah satu personel Black Eyed Peas, Will yang berkata:

*“I remember when the Paris attack happened, people would say, we need Where is The Love? again. And then Belgium happened. And then Turkey, and then Orlando, and then Pilando (Castile), and Alton (Sterling) before him, and then Dallas. Everyone was calling us, like, “we need that song again”* (Laporan Rolling Stone diakses dalam <http://metro.co.uk> pada 22/03/17)

Kenyataan bahwa beberapa netizen melontarkan respon negatif atas perilisan ulang lagu *Where is The Love* menjadi fenomena menarik bagi peneliti. Hal ini dikarenakan pesan menyuarakan perdamaian dunia yang disampaikan oleh Black Eyed Peas menjadi hal yang diabaikan oleh beberapa pendengar lagu tersebut. Proses komunikasi yang seharusnya ideal di mana terdapat penyanyi dan pencipta lagu sebagai komunikator, netizen sebagai komunikan dan lirik sebagai pesan menjadi tidak efektif karena lagu tersebut dianggap tidak menarik lagi oleh sebagian pendengar.

Lagu kedua yang akan menjadi objek penelitian adalah lagu berjudul *We Are Here* yang dipopulerkan oleh Alicia Keys sejak tahun 2014. Alasan pemilihan lagu ini sebagai objek dikarenakan lagu ini ternyata dibuat secara khusus oleh Alicia Keys untuk mendukung kampanyenya mengenai kemanusiaan yang menyuarakan pesan anti rasisme, persamaan gender, pendidikan bagi anak-anak, dan penghapusan ketidakadilan serta kemiskinan. Keys berharap lagu ini akan

menguatkan gerakan *We Are Movement* yang digagasnya untuk pertama kali selama ia menjadi penyanyi. Selain idenya untuk membuat lagu tersebut, dalam kampanyenya, Keys juga melakukan sesi pemotretan tanpa busana dengan menggambarkan simbol perdamaian di bagian perutnya. Keys berharap dengan sesi pemotretan tanpa busana itu, masyarakat menaruh perhatian lebih terhadap usaha kampanyenya dan pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif (<https://www.nytimes.com>, diakses 22/03/17)

Alasan selanjutnya mengapa peneliti mengambil objek lirik lagu *We Are Here* sebagai objek penelitian dikarenakan lagu ini berhasil menjadi juara untuk kategori *outstanding song*. Dilansir dari [www.etonline.com](http://www.etonline.com), penghargaan atas lagu ini didapatkan dalam ajang 46<sup>th</sup> NAACP Image Award pada tahun 2015. Dilansir dari [www.digitalspy.com](http://www.digitalspy.com), selain mendapatkan penghargaan tersebut, lagu ini juga menjadi nominasi untuk kategori *Best Song With a Message*.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk melihat bagaimana konstruksi makna perdamaian dunia yang disebarkan oleh Black Eyed Peas dan Alicia Keys sebagai penyanyi yang sudah dikenal di dunia. Hasil dari makna yang nantinya diteliti dapat juga dilihat bagaimana penggambaran realitas sosial yang sedang terjadi di era 2000 dituliskan di dalam dua lagu tersebut.

Sebagai media komunikasi berupa teks yang memuat bahasa, penelitian ini akan dikaji dalam kajian semiotika. Lirik lagu dan video klip yang dibuat oleh kedua pencipta lagu di atas, mengandung bahasa yang memberikan tanda dan menyimpan makna tertentu. Bahasa yang digunakan dalam lirik-lirik lagu

tersebut, memiliki peranan penting dalam mengungkap makna yang dikonstruksikan oleh pencipta lagu. Alwi & Dendy (2002: 98) menyebutkan bahwa bahasa merupakan tanda dan tanda itu mempunyai unsur bentuk untuk menyatakan makna.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana konstruksi *world peace* yang dibuat oleh Black Eyed Peas dalam lagu *Where Is The Love?*
2. Bagaimana konstruksi *world peace* yang dibuat oleh Alicia Keys dalam lagu *We Are Here?*

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengungkap makna lagu *Where Is The Love* dan lagu *We Are Here* sehingga dapat melihat bagaimana konstruksi mengenai *world peace* atau perdamaian dunia yang dibuat oleh Black Eyed Peas dalam lagu *Where Is The Love* dan Alicia Keys dalam lagunya yang berjudul *We Are Here*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara Teoritis, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat sebagai sumbangsih pengetahuan baru dalam program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya di bidang semiotika pada lirik lagu bertema perdamaian dunia.

## **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bentuk pemahaman bagaimana sebuah lagu mengkonstruksikan suatu makna kepada pendengar. Lagu bukan lagi hanya sebagai hiburan, tetapi juga bermanfaat sebagai media penyampaian pesan yang efektif.

## **E. Kajian Literatur**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini akan merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian ini. Penelitian yang pertama, merujuk pada penelitian yang berjudul “Pemaknaan Lirik Lagu *Imagine* (Studi Analisis Semiotika Pemaknaan Lirik Lagu *Imagine* yang Dipopulerkan oleh John Lennon)” dalam jurnal Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini memiliki hasil bahwa lagu ini menyerukan perdamaian dengan menolak kekerasan ataupun peperangan untuk memecahkan masalah. Tidak ada dampak positif dari peperangan dan kekerasan. Karena korban dari peperangan bukan hanya yang terlibat di dalam peperangan itu tetapi alam dan masyarakat yang tidak tau apa-apa juga terlibat (Walad, 2013: 15).

Beralih dari penelitian Walad, peneliti juga menggunakan referensi dari penelitian berjudul “Pesan Anti Perang John Lennon (Studi Analisis Wacana Konstruksi Pesan Anti-Perang John Lennon dalam Film “The U.S V.S John Lennon”)” dalam jurnal Komunikasi Massa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hasil dari penelitian ini diambil dari analisis level teks *discourse practice* dan *socioculture practice*. Berdasarkan dua analisis level teks

tersebut, disimpulkan bahwa film “The U.S V.S John Lennon” mengandung wacana pesan anti perang John Lennon yang disampaikan untuk menentang kebijakan perang pemerintah Amerika Serikat (Uliennuha dan Sri, 2015: 16).

Selanjutnya peneliti menggunakan referensi dari penelitian yang berjudul “Representasi Pendidikan dan Perdamaian di Papua dalam Film di “Timur Matahari” (Analisis Semiotika Tentang Makna Pendidikan dan Perdamaian dalam Film di “Timur Matahari” Karya Ali Sihasale) dalam jurnal Komunikasi Massa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam kesimpulan penelitian ini, dijabarkan bahwa terdapat simbol-simbol yang merepresentasikan perdamaian, simbol-simbol tersebut berupa *scene* yang menggambarkan adanya denda adat di Papua yang masih dapat dinegosiasikan, penolakan perang atas ketidakmampuan pihak sebelah untuk membayar denda adat, perdamaian melalui cinta kasih antar laki-laki dan perempuan yang tidak boleh berkelahi, serta perdamaian yang digambarkan melalui persahabatan lima orang anak yang berbeda kampung (Yumitasari dkk, 2014: 19).

Referensi selanjutnya yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah penelitian yang berjudul “Komodifikasi Idealisme Feminisme dalam Industri Musik (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Beyonce “Run The World”)” dalam jurnal Komunikator. Yulianti (2011: 109-111) menjabarkan hasil penelitiannya bahwa Beyonce dalam video klip tersebut mencoba untuk menampilkan sisi perempuan yang maskulin dan sangar, namun tetap saja banyak pengeksploitasian tubuh perempuan yang selama ini dipandang media massa sebagai objek seks.

Penelitian yang terakhir, peneliti menggunakan referensi penelitian sejenis yang berjudul “Analisis Semiotika Pesan Sosial dalam Video “*Takotak Miskumis*” di Youtube”. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa pembuat video berusaha menyampaikan pesan dengan konsep video yang disesuaikan dengan selera anak muda saat ini untuk menanggapi isu sara. Pesan-pesan non verbal yang disampaikan dalam video menunjukkan adanya ajakan untuk melakukan adegan yang sama dengan yang dilakukan di dalam video (Kholifah, 2014: 148).

Berdasarkan lima penelitian di atas, ada beberapa perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan peneliti ambil. Perbedaan-perbedaan tersebut terlihat dari teori semiotika yang diambil, di mana penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan analisis wacana, sedangkan peneliti akan mengambil teori semiotika milik Charles Sanders Peirce. Di samping itu, objek yang diambil pada penelitian sebelumnya tidak selalu lagu, tetapi juga berasal dari film. Perbedaan selanjutnya, penelitian sebelumnya tidak selalu mencari makna perdamaian dunia, beberapa lagu mengungkap makna yang bertema kehidupan sosial dan feminisme.

## **2. Lagu Sebagai Media Komunikasi**

Komunikasi merupakan kegiatan pokok yang dilakukan manusia sehari-hari. Sederhananya, komunikasi didefinisikan sebagai kegiatan bertukar pesan antara komunikator dan komunikannya untuk mencapai tujuan yang sama melalui sebuah media. Menurut Raymond S. Ross dalam Wiryanto (2004: 6) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan

mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. Sarah Trenholm dan Arthur Jensen dalam Wiryanto (2004: 6) yang menyatakan *communication is a process by which a source transmits a message to a receiver through some channel* (komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui berbagai saluran). Sedangkan menurut Shannon dan Weaver dalam Wiryanto (2004: 6) komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Salah satu media yang dapat digunakan sebagai media komunikasi adalah lagu. Terlepas dari fungsi hiburan, dengan kandungan lirik di dalamnya, lagu dapat menjadi media komunikasi yang dapat dimanfaatkan dengan baik. Hal ini sesuai dengan Rahmiati (2011: 4) dalam jurnal yang berjudul “Satire Politik dalam Lagu Andai Ku Gayus Tambunan” yang menyatakan bahwa:

Meski fungsi hiburan dari sebuah lagu sangat dominan, namun sesungguhnya dapat disisipi oleh tujuan lain dari penciptanya. Dari fungsi media massa yang melekat pada sebuah karya, fungsi transmisi sosialisasi dan edukasi merupakan fungsi yang memiliki posisi strategis dan menunjukkan kekuatan dari lagu sebagai bentuk media penyampai pesan pada khalayak. Melalui fungsi transmisi, lagu mampu mewariskan norma-norma dan nilai-nilai tertentu pada

masyarakat, termasuk sebagai upaya penyadaran akan fenomena tertentu.

Lagu merupakan media komunikasi yang menggabungkan lirik dan musik sebagai jembatan informasi kepada komunikan. Baik lirik maupun musik, memiliki peran yang bersamaan menghantarkan pesan kepada komunikan sesuai dengan tujuan komunikator. Susunan lirik dalam sebuah lagu dirangkai dalam kata-kata pada bahasa tertentu di dalamnya yang bertujuan untuk mempermudah khalayak memahami makna dalam lagu tersebut, walaupun banyak juga lagu yang di dalamnya hanya terdapat instrumen musik (Adhitama, 2014: 476-477).

Melalui pemaparan di atas, lirik lagu memiliki urgensi dalam proses komunikasi yang dilaksanakan. Bukan lagi hanya sebagai pelengkap musik, lirik lagu berperan cukup penting dalam kegiatan komunikasi yang dibangun antara komunikator dan komunikan, yang dalam hal ini dilakukan antara penyanyi dan pendengarnya. Proses mendengarkan lagu bisa menjadi proses komunikasi, yaitu pesan yang disebarkan dari lagu tersebut bisa berasal dari elemen lagu itu sendiri, yaitu musik serta teks atau liriknya (Yuliarti, 2015: 191). Hal ini juga diperkuat dalam jurnal berjudul “Analisis Semiotik Lirik Lagu “Gosip Jalanan” dari grup musik Slank” yang menyatakan bahwa:

Musik dalam hal ini lirik lagu terjadi pertukaran ide, gagasan, antara pencipta lagu dengan audiens sebagai penikmat musik. Pencipta lagu menciptakan isi pikiran di benaknya berupa lirik agar audiens mampu menerima pesan di dalamnya. Di sinilah terjadi proses komunikasi



melalui lambang berupa teks lirik lagu antara pencipta dan audiens. Melalui lirik lagu manusia diajak untuk menginterpretasikan melalui otak yang menyimpan pengalaman dan pengetahuan, serta mengolahnya sebagai landasan dasar dalam mencerna keindahan lirik lagu (Karatem dkk, 2013: 262).

Melalui lirik sebuah lagu, kekuatan lagu dibentuk sesuai era atau masa lagu tersebut. Kekuatan tersebut berupa kenyataan bahwa lagu juga dapat menjadi gambaran realitas sosial yang terjadi pada suatu waktu. Lagu selain sebagai hiburan juga sumber informasi dan lembaga sosial pesan khalayak ternyata memiliki kemampuan untuk merefleksikan realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat (Yazid, 2014: 135-137). Pada akhirnya fungsi lagu bukan lagi hanya berdiri sebagai media hiburan tetapi jika dikaji lebih jauh, lagu juga dapat menjadi media komunikasi untuk melihat suatu realitas sosial melalui lirik-lirik yang disampaikan. Lebih lanjut menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial (Bignell dalam Listiorini dalam Sobur, 2001: 87). Dari pemaparan tersebut, dapat dilihat bahwa lirik lagu menjadi unsur yang cukup penting dari suatu lagu, lirik lagu tidak berdiri sendiri sebagai pelengkap musik, tetapi juga jembatan penggambaran realitas sosial sesuai konteks pada masanya.

### **3. Video Klip Sebagai Bentuk Komunikasi Massa di Era 2000**

Definisi komunikasi massa secara sederhana dapat dijelaskan sebagai proses pertukaran ide, gagasan ataupun makna melalui media massa. Media massa

meliputi segala macam media komunikasi yang dapat mencakup penonton ataupun massa secara luas dengan jenis pesan yang sama. Media perantara dalam komunikasi massa antara lain televisi, radio, video, film, majalah, dan koran. Pengertian massa meliputi penonton yang berjumlah banyak dan tidak diketahui berapa jumlahnya, berasal dari berbagai latar belakang dan bersifat heterogen. Dennis McQuail menjelaskan bahwa massa adalah suatu kolektivitas tanpa bentuk yang tidak mengenal keberadaan individualitas (McQuail dalam Panjaitan, 2006: 28). O'Sullivan, Hartley, Saunders dan Fiske dalam Lorimer (2002: 67) menjabarkan pengertian komunikasi massa *mass communication is the practice and product of providing leisure entertainment and information to an unknown audience by means of corporately financed, industrially produced, state regulated, high technology, privately consumed commodities in the modern print, screen, audio and broadcast media.*

Komunikasi massa merupakan konsep berkomunikasi dengan *feedback* yang rendah namun memiliki keserempakan waktu dalam penyampaiannya. Adanya keserempakan waktu dalam pesan yang disampaikan dikarenakan komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga, yang memiliki tujuan yang sama dalam penyebaran pesan. Penjelasan tersebut sesuai dengan penjabaran Suprpto (2009: 19-20) yang mengatakan bahwa terdapat lima ciri-ciri dalam komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikator bersifat melembaga, pesan bersifat umum, melahirkan keserempakan, dan komunikasi bersifat heterogen.

Seiring berjalannya waktu, definisi dari media massa menjadi lebih luas dengan hadirnya internet sebagai media baru dalam berkomunikasi. Dengan

kekuatan teknologi, kehadiran internet beserta seluruh kontennya dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat kepada komunikan. Internet merupakan produk dari komunikasi publik yang perlu dipertimbangkan sebagai produk komunikasi massa. Hal ini dikarenakan kemampuan internet yang mampu menjangkau massa yang juga tidak terbatas, sesuai dengan definisi dari komunikasi massa itu sendiri. Hal ini sesuai dengan jurnal yang berjudul "*Mass Communication: Some Redefinitional Notes*" yang menuliskan bahwa *in other words, while the internet started off as a means for person-to-person communication (on a mass scale), as the business community began to use internet for commercial content, and with the success of WWW technology, the internet became both a mass person-to-person sommunication system, a mass (decentralized) broadcast system in short, a large scale communication system open to and welcoming (by its affordability) the public* (Lorimer, 2002: 68).

Kehadiran internet dengan segala kecanggihannya sebagai media komunikasi massa memudahkan beberapa bentuk media komunikasi untuk disebarluaskan, salah satunya adalah video musik atau yang biasa disebut sebagai video klip. Dalam jurnalnya berjudul "Pembuatan Video Klip Lagu "Terlalu Lama" Berkonsep Multiplex Berbasis Multimedia" Purnamawati (2014: 45) menjabarkan pengertian video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band. Pada era 2000, keeksisan video klip dapat diakses dengan mudah melalui internet, sebut saja media sosial seperti Youtube. Kemudahan akses, ide kreatif serta pesan

dalam suatu lagu dikemas sedemikian rupa sehingga pendistribusian pesan sampai kepada komunikan dengan mudah dan cepat.

Persebaran video klip yang dimulai sejak tahun 1981 dianggap sangat penting dalam melihat fenomena sosial dari kacamata ilmu komunikasi. Begitu pentingnya kehadiran video klip sebagai media komunikasi massa hingga Jones (2002: 84) menuliskan dalam jurnalnya berjudul "*The Medium Was The Message*" bahwa *MTV provides us with a site of study at a critical moment, a juncture, confluence of theoretical advances conjoining semiotic, post structuralism, feminist theory, post modernism, cultural studies, and critical theory.*

Selain sebagai ladang yang dapat dijadikan objek analisis ilmu komunikasi, video klip juga merupakan media yang dapat membangkitkan emosi seseorang yang menontonnya. *Moreover, music is a necessary in movie as it can make people re-live emotions, create atmosphere, outlines the emotional path of narration, and give echo to the images* (Tessarolo dan Kermol dalam Tessarolo, 2001: 2).

Selanjutnya selain merupakan media massa yang dapat dimanfaatkan sebagai kajian ilmu komunikasi dan penyaluran emosi, video klip juga merupakan wujud dari budaya globalisasi yang turut membentuk realitas sosial pada suatu masa. Berangkat dari representasi dari lirik sebuah lagu dan penyebarannya yang tidak terbendung, konsumsi akan video klip oleh audiens secara massal sudah menjadi budaya yang tidak bisa dihindari. Kraidy (2002: 3) menjelaskan fenomena

tersebut bahwa *in popular and professional discourses alike, the popularity of Big Macs, Baywatch, and MTV are touted as unmistakable signs of the fulfillment of Marshall McLuhan's prophecy of the Global Village. The globalization of culture is often chiefly imputed to international mass media.*

Video klip dapat disimpulkan sebagai media massa yang digunakan sebagai media representasi lirik suatu lagu. Memiliki kemampuan fasilitas visual dan audio, video klip menjangkau audiens yang tidak terbendung jumlahnya karena persebarannya yang sangat masal, baik melalui televisi, dvd, ataupun media internet di era 2000. Melalui video klip, kesimpulan akan suatu realitas di era budaya globalisasi dapat dikaji melalui beberapa teori ilmu komunikasi. Pada akhirnya video klip adalah bentuk dari komunikasi massa yang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan oleh audiens serta kebutuhan promosi lagu dari penyanyi atau penciptanya.

#### **4. Konsep Perdamaian Dunia**

Mendefinisikan perdamaian sederhananya dapat dikatakan sebagai keadaan yang tenang, harmonis, adil, sejahtera dan keadaan yang menyenangkan lainnya. Perdamaian juga sering dikait-kaitkan dengan keadaan yang bebas perang dan terorisme. Dalam aspek sempit, perdamaian memang hal sederhana yang cukup didefinisikan sebagai keadaan hidup yang menyenangkan, dan tidak menginginkan keadaan yang sebaliknya. Hal ini sesuai dengan penjelasan sederhana dalam jurnal yang berjudul "Transformasi Konflik Aceh dan Relasi Sosial-Politik di Era Desentralisasi" Zainal (2016: 84) yang menjelaskan bahwa

perdamaian dapat diartikan sebagai antitesis dari peperangan dan berakhirnya konflik.

Menurut salah seorang pemikir, Galtung (dalam Taufiq 2016: 36) membedakan antara perdamaian positif dan perdamaian negatif. Konsep perdamaian positif didasarkan pada pemahaman dasar dari kondisi-kondisi sosial, cara menghapus kekerasan struktural yang melampaui kekerasan langsung (Jeong dalam Taufiq, 2016: 36). Perdamaian positif yang dijabarkan tersebut menekankan kepada penghapusan diskriminatif yang terjadi dalam struktur sosial. Oleh sebab itu, tuntutan persamaan (*equality*) dalam mendapatkan perlakuan oleh segala sistem dan struktur yang ada, baik dalam domain ekonomi, politik maupun sosial merupakan strategi yang bisa dijalankan dalam upaya mewujudkan perdamaian positif (Taufiq, 2016: 36).

Konsep perdamaian positif selanjutnya dijelaskan oleh Galtung (dalam Zainal, 2016: 84) sebagai keadaan adanya nilai-nilai yang secara relatif telah disepakati oleh masyarakat dunia, yaitu wujud dari kerja sama, bebas dari ketakutan, ekonomi tumbuh dan berkembang, tidak adanya eksploitasi, persamaan, keadilan, pluralisme dan dinamisme. Hal itu ditandai dengan harmoni sosial, penghormatan terhadap supremasi hukum dan hak asasi manusia, dan adanya pembangunan sosial dan ekonomi yang didukung oleh lembaga-lembaga politik yang mampu mengurus perubahan dan menyelesaikan sengketa tanpa menggunakan konflik kekerasan (Ukaid dalam Zainal, 2016: 84).

Selanjutnya perdamaian negatif dimaknai sebagai kondisi di mana absennya peperangan merupakan poin yang penting. Seperti yang dijelaskan oleh Galtung (dalam Waas, dkk, 2015: 4) bahwa perdamaian negatif merupakan kondisi ketidakhadiran kekerasan, atau ketidakhadiran perang, maka dari itu perdamaian negatif jelas berbicara mengenai keadaan damai tanpa peperangan secara fisik di mana nyawa seseorang menjadi hal yang paling berharga.

Konsep perdamaian lain dijelaskan oleh Saifullah (2009: 51) bahwa perdamaian dapat menunjuk kesetujuan untuk mengakhiri perang, atau ketiadaan perang, atau prosesi di mana sebuah angkatan bersenjata tak memerangi musuh. Sedangkan dalam perspektif agama Islam, konsep perdamaian lebih dari sekedar tidak adanya perang, akan tetapi ia merupakan pernyataan yang positif tentang keamanan dan manusia terbebas dari rasa ketakutan dan kegelisahan (Hendry, 2015: 8). Beralih dari perspektif Islam, Kristen memiliki perspektif sendiri mengenai konsep perdamaian, menurut agama Kristen, perdamaian bukan hanya sekedar tidak ada perang, tetapi terwujudnya keadilan dan persekutuan. Suatu masyarakat disebut adil jika setiap orang mampu memenuhi kebutuhan dasar mereka dan mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan serta merealisasikan potensi kemanusiaannya (Thompson, 2009: 9).

Berdasarkan beberapa konsep perdamaian yang dijabarkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perdamaian merupakan suatu keadaan di mana manusia terbebas dari segala macam peperangan, baik peperangan secara langsung maupun tidak langsung. Perdamaian merupakan konsep keadaan di mana manusia selayaknya hidup dengan tenang dan harmonis, segala sisi kehidupan seperti

ekonomi, sosial, agama, bahkan politik pun tidak dipersoalkan dan ditegakkan dengan adil.

## **5. Teori Semiotika**

Secara sederhana, semiotika dapat dijelaskan sebagai teori yang digunakan untuk mengungkap makna yang ada di dalam sebuah teks media. Teks media merupakan sebuah pesan yang di dalamnya memiliki beberapa tanda yang berujung pada pembentukan makna. Melalui kajian semiotika, pesan sebuah media diungkap lebih dalam, lebih dari yang hanya terlihat secara mentah ketika audiens mengonsumsi pesan tersebut.

Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda (Sobur, 2001: 115). Penjelasan singkat ini merupakan penjabaran dari teori segi tiga makna atas representasi teori semiotik milik Peirce. Sobur (2001: 114) menyebutkan teori segi tiga makna Peirce terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek) dan *interpretant* (interpretan). Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi tiga jenis yaitu, ikon, indeks dan simbol. Murgiyanto (2015: 17) menjelaskan ikon adalah lambang yang wujudnya di lambangkan, seperti sebuah foto. Indeks adalah tanda yang menunjukkan akan adanya sesuatu yang lain: asap adalah tanda adanya api. Sedang simbol menunjukkan lambang yang tak menyerupai yang dilambangkan: burung Garuda sebagai simbol bangsa Indonesia. Sedangkan objek adalah sebuah pengalaman yang ada dalam kognisi manusia atas sesuatu, dan interpretan adalah



menafsirkan objek sesuai keinginan manusia. *Sign, object, dan interpretant* saling berkesinambungan untuk mengungkap sebuah makna dalam teks. Teori semiotik Charles Sanders Peirce ini disebut sebagai teori semiotik pragmatis di mana tanda dan pemaknaannya bukan struktur melainkan suatu proses kognitif (Hoed, 2014: 8).

Sementara itu, Saussure memiliki istilah *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) untuk menjelaskan sebuah tanda dalam sebuah teks media. *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran mental dari bahasa (Suprpto, 2009: 103). Penanda dalam hal ini adalah semua jenis teks yang dikonsumsi oleh manusia sementara petanda merupakan hasil dari penggalan makna dalam menginterpretasikan teks tersebut. Dalam jurnal yang berjudul “Semiotika Strukturalisme Saussure” juga dijelaskan bahwa secara sederhana *signifier* mengacu pada tampilan fisik dari *sign* yang dapat berupa goresan gambar, garis, warna, maupun suara atau tanda-tanda lainnya, sedangkan *signified* mengacu pada makna yang tersemat pada tampilan fisik tanda tersebut (Fanani, 2013: 12). Sistem penanda dan petanda dalam pandangan Saussure juga tidak lepas dari konvensi sosial yang berlaku di masyarakat. Konvensi sosial berfungsi sebagai penguat makna disamping makna yang diungkap dalam petanda.

Berbeda dengan Saussure, ahli semiotika selanjutnya, Roland Barthes melihat teks merupakan konstruksi lambang-lambang atau pesan yang pemaknaannya tidak cukup hanya dengan melihat *signifier* dengan *signified* semata sebagaimana

yang disarankan oleh Saussure, namun juga harus dilakukan dengan memerhatikan susunan (*construction*) dan isi (*content*) dari lambang (Pawito, 2007: 164). Penyempurnaan yang dilakukan Barthes atas teori Saussure sebelumnya terlihat atas kemunculan istilah makna denotasi, konotasi dan mitos dalam sistem pemaknaan tataran ke dua. Jika Saussure hanya mencetuskan ide mengenai penanda dan petanda, maka Barthes memasukkan penanda dan petanda sebagai bagian dari makna denotasi saja. Sobur (dalam Lestari dan Dudi, 2016: 43) mengungkapkan tanda denotatif terdiri atas: penanda dan petanda. Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Barthes membuat gagasan mengenai signifikasi dua tahap (*two order signification*). Lestari dan Dudi (2016: 45) menjelaskan:

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam sebuah tanda terhadap kualitas eksternal. Barthes menyebutnya dengan denotasi atau makna yang nyata dari tanda. Sedangkan konotasi adalah istilah Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap ke dua. Hal tersebut menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca dan nilai-nilai sosialnya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau intersubjektif. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap suatu objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Pada signifikasi tahap ke dua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah bagaimana kebudayaan memahami aspek tentang realitas atau gejala alam.

Keseluruhan tanda dalam denotasi berfungsi sebagai penanda pada konotasi atau mitos.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif. Menggunakan definisi yang sederhana, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya (Mulyana dan Solatun, 2008: 5). Dari berbagai macam cara yang ditawarkan untuk jenis metode kualitatif, penelitian ini akan menggunakan analisis semiotika untuk menelaah masalah. Semiotik adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna (Hoed, 2014: 15). Tanda dalam semiotik tidak terbatas pada bahasa ataupun tulisan, melainkan semua yang dapat teramati dan dirasakan dengan indra dapat disebut sebagai tanda. Hal ini sesuai yang dijelaskan Aart Van Zoest dalam (Rizki, 2016: 53) bahwa dalam semiotika, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat dapat teramati, mengacu pada hal yang dirujuknya, dan dapat diinterpretasikan, adalah tanda (*sign*).

Teori semiotika yang akan digunakan untuk menganalisis masalah dalam penelitian kali ini, akan menggunakan teori semiotika pragmatis yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Peirce merumuskan semiotika pragmatis merupakan teori analisis tanda yang berangkat dari representamen,

kemudian objek dan terakhir adalah interpretan. Representamen merupakan sesuatu yang merepresentasikan sesuatu yang lain, objek merupakan sesuatu yang direpresentasikan dan interpretan merupakan interpretasi seseorang tentang tanda (Piliang dalam Dewi, 2013: 69).

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mengupas lebih dalam makna yang disampaikan dalam teks. Konstruksi dapat diartikan sebagai pembentukan sesuatu. Dalam konsep penelitian ini, konstruksi merupakan pemaknaan terhadap lirik dan video klip yang bertema perdamaian dunia. Paradigma konstruktivisme seringkali digunakan untuk mengulas sebuah analisis teks untuk menghasilkan kesimpulan yang diinginkan. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002: 37).

Lirik lagu dan video klip yang berisikan bahasa, merupakan kumpulan-kumpulan makna yang dikemas sedemikian rupa menggunakan musik. Rizki (2016: 42) menjelaskan bahwa dalam pandangan konstruktivisme, bahasa dipandang tidak lepas dari subjeknya. Bahasa diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Dalam pandangan konstruksionis, realitas dianggap tidak benar-benar ada sampai diteliti oleh seorang peneliti. Realitas diungkap dan diberi makna hingga terbentuklah sebuah realitas itu sendiri untuk dikonsumsi. Dalam jurnal berjudul "Teori Sistem Sosial dan Paradigma Konstruktivisme: Tantangan Keilmuan Jurnalistik di Era Informasi" dijelaskan

bahwa paradigma konstruktivisme melihat fenomena “realitas” sebagai produk dan penciptaan kognitif manusia (Berger/Luckmann dalam von Foerster dalam Hanitzch, 2001: 219).

Penjelasan mengenai paradigma konstruktivisme lain dijelaskan dalam jurnal berjudul “Metodologi Penelitian dalam Sebuah Multi Paradigm Science” bahwa paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam *setting* keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2002: 201).

Melalui beberapa penjelasan mengenai paradigma konstruktivisme di atas, dapat disimpulkan bahwa paradigma ini merupakan pendekatan yang relevan untuk digunakan dalam sebuah penelitian analisis teks guna mengungkap makna yang lebih dalam dan tidak terlihat sebatas permukaan saja. Paradigma konstruktivisme membutuhkan kognisi yang aktif untuk mengaitkan beberapa hal yang relevan dengan tema penelitian agar dapat menjawab rumusan masalah yang telah dibentuk sebelumnya. Selain kognisi yang aktif, paradigma ini juga membutuhkan observasi yang mendalam guna mengungkap fenomena sosial yang sedang diteliti.

## **2. Objek Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan dua lirik lagu dan dua video klip sebagai objeknya. Objek pertama adalah lagu beserta video klip yang dibawakan oleh

Black Eyed Peas berjudul *Where Is The Love?*, sedangkan objek kedua adalah lagu dan video klip *We Are Here* yang dipopulerkan oleh Alicia Keys. Kedua lagu tersebut secara kasat mata memuat pesan-pesan perdamaian dan anti peperangan. Dalam penelitian kali ini, hal tersebut akan dikaji lebih dalam untuk menemukan makna yang sebenarnya.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu: data primer sebagai data utama dan juga data sekunder sebagai data penunjang. Data primer berupa lagu *Where Is The Love?* dan lagu *We Are Here* beserta video klipnya. Keseluruhan lirik dan video klip di dalam dua lagu tersebut akan dikaji lebih dalam untuk kebutuhan penelitian kali ini. Sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber tertulis yang kredibel untuk menguatkan makna yang akan didapatkan. Data sekunder dapat digali melalui buku, majalah, jurnal, dokumen, kamus dan sumber tertulis lainnya.

### **4. Teknik Analisis Data**

Penelitian kali ini akan dianalisis menggunakan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Langkah pertama, peneliti akan mendengarkan lirik lagu *Where Is The Love?* dan *We Are Here* secara keseluruhan, kemudian menerjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan dianalisis menggunakan analisis semiotik yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Setelah menyimak lirik-lirik tersebut secara keseluruhan, maka akan dibuat beberapa sub bab yang kemudian akan diisi oleh beberapa tanda yang muncul.

Tanda-tanda yang muncul akan diklasifikasikan apakah tanda tersebut merupakan tanda ikon, index ataupun simbol. Kemudian langkah selanjutnya adalah menjabarkan makna dari tanda-tanda tersebut pada tahap objek yang kemudian disimpulkan dan dikerucutkan pada tahap interpretan. Pada tahap objek, akan dijabarkan berdasarkan ide, gagasan dan pengetahuan dalam kognisi peneliti serta menggunakan beberapa literatur berupa buku, jurnal, dan artikel yang relevan untuk menguatkan interpretasi yang kuat pada tahap interpretan.

Sedangkan untuk video klip, peneliti akan mendownload video klip dari lagu *Where Is The Love* dan *We Are Here* di media sosial Youtube sebagai tahap awal. Tahap selanjutnya sejak pengklasifikasian tanda hingga menentukan interpretasi pada tahap interpretan dilakukan teknik analisis data yang sama dengan teknik analisis data yang digunakan pada lirik lagu.