

**OPINI *SUBSCRIBERS* TERHADAP KONTEN #SAVELAGUANAK DI
CHANNEL YOUTUBE SOEKAMTI JUNIOR MILIK BAND ENDANK
SOEKAMTI TAHUN 2018**

Ragata Rahma Sejati

ragataars@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto
Bantul Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana opini subscribers terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memaparkan opini dari masing-masing subscribers terhadap konten #SaveLaguAnak. Kemudian, mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi opini tersebut. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa teori opini yang meliputi pengertian, jenis, serta faktor-faktor yang mempengaruhi opini ditambah teori mengenai opini dan media baru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan data yang didapat langsung melalui wawancara dengan tujuh orang informan yang dipilih dengan kriteria sebagai subscribers minimal sejak tahun 2016 dan menonton konten #SaveLaguAnak. Teknik analisis data ialah dengan analisis kualitatif dengan proses uji validitas data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil dari penelitian ini secara keseluruhan memaparkan tindakan informan dalam memberikan opini serta mendeskripsikan opini dari masing-masing informan dengan opini positif dan negatif dari enam unsur yaitu keseluruhan, musik, visual, karakter, konsep video klip, serta karakter vokal. Kemudian, terdapat faktor pembentuk opini setiap informan yang berakar dari persepsi yaitu latar belakang, kebiasaan, pengalaman masa lalu, nilai yang dianut, serta berita dan pendapat yang berkembang.

Kata Kunci : *Opini, Konten, Subscribers, Youtube, Endank Soekamti*

ABSTRACT

This study analyzes how subscribers' opinions of #SaveLaguAnak content on Soekamti Junior's youtube channel. This study aims to determine and describe the opinions of each subscriber of the #SaveLaguAnak content. Then, describe the factors that influence these opinions. The theories used in this research are opinion theories which include understanding, types, and factors that influence opinion plus theories about opinions and new media.

This study uses a descriptive qualitative research method with data obtained directly through interviews with seven informants selected with criteria as minimum subscribers since 2016 and watching #SaveLaguAnak content. Data analysis technique is qualitative analysis with data validity testing process using triangulation technique

The results of this study as a whole describe the actions of informants in giving opinions as well as describing the opinions of each informant with positive and negative opinions of the six elements namely overall, music, visuals, characters, video clip concepts, and vocal characters. Then, there are opinion forming factors for each informant rooted in perception, namely background, habits, past experiences, values adopted, and news and opinions that develop

Keywords: Opinion, Content, Subscribers, Youtube, Endank Soekamti

Pendahuluan

Pada era globalisasi seperti sekarang ini lagu anak terkesan ditinggalkan. Fenomena aneh yang terjadi yaitu anak-anak yang masih kecil dan belum cukup umur, bahkan terkadang dijumpai mereka belum mengenyam pendidikan dasar dengan riangnya menyayikan lagu-lagu remaja dan dewasa. Dan lebih mencengangkan lagi adalah bahwa lagu-lagu tersebut berisikan nilai-nilai hidup yang belum saatnya mereka tahu, seperti hal mengenai cinta.

Kemunculan internet membentuk suatu media baru bagi masyarakat yang disebut media sosial. Media sosial sangat erat hubungannya dengan manusia karena di zaman sekarang ini orang-orang membagi berita atau informasi melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter dan lainnya. Orang tidak perlu lagi menonton berita di televisi, karena informasi yang terdapat di televisi hampir sama dengan yang ada di media sosial.

Berbagai gerakan baru terus dilakukan oleh para musisi, selain berkarya dibidang musik para musisi juga peduli dengan hal diluar bidangnya. Endank Soekamti adalah salah satu contoh musisi yang selalu membuat gerakan baru diluar bidang bermusik. DOES University adalah salah satu bukti nyata bahwa Endank Soekamti peduli terhadap pendidikan di Indonesia. Sekolah bakat gratis yang digagas oleh Erix Soekamti. Selain peduli terhadap pendidikan band Endank Soekamti juga peduli terhadap lagu anak yang mulai punah dan jarang diperdengarkan. Sebagai bentuk kepeduliannya, band Endank Soekamti meluncurkan konten #SaveLaguAnak di youtube channel Soekamti Junior.

Yogyakarta selain sebagai kota pelajar, juga disebut kota seni dan budaya. Telah banyak melahirkan para seniman atau musisi yang diakui pada tingkat nasional maupun internasional. Termasuk juga dalam bidang kesenian musik, baik musik tradisional maupun musik – musik modern. Efek globalisasi cukup terasa di Yogyakarta. Masuknya budaya dan seni dunia ke Yogyakarta telah membawa efek perubahan yang cukup besar. Seperti masuknya budaya musik modern, yang biasanya kita dengarkan lewat musisi – musisi atau band. Digelarnya even berskala besar seperti, Soundrenalin merupakan bukti bahwa pasar musik modern di Yogyakarta cukup prospektif. Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) yang digelar rutin adalah salah satu bukti dukungan masyarakat Yogyakarta dalam melestarikan budaya warisan leluhur.

Dalam era globalisasi saat ini, media sosial sangat berkaitan erat dengan para musisi atau band. Setiap musisi atau band pasti mempunyai akun media sosial seperti twitter, facebook, instagram, youtube, soundcloud. Berikut beberapa band asal Yogyakarta yang menggunakan media sosial (Youtube), tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Band yang aktif di Youtube

No	Nama Band	Jumlah <i>Subscriber</i>	Jumlah <i>View</i>	Konten
1.	Braves Boy	12.450	5.924.881	Dokumentasi Manggung Live Perform Video klip Sketsa BTS Album
2.	Endank Soekamti	91.768	42.878.789	Dokumentasi manggung BTS Album Video klip Video karaoke Video lirik dan chord bahasa isyarat Video klip animasi lagu anak #SaveLaguAnak
3.	FSTVLST	2,477	588.826	Dokumentasi manggung Video cover
4.	Jogja Hip-Hop Foundation	455	4.799	Video klip
5.	Libertaria	1.164	294.295	BTS Video klip Video klip Video testimoni Album
6.	Serigala malam	444	40.487	Dokumentasi manggung Video lirik BTS Album
7.	Sheila on 7	18.104	371.165	Dokumentasi manggung Video klip
8.	Shaggy Dog	20.134	3.182.566	Dokumentasi manggung Video klip BTS Album

Sumber: www.youtube.com (diakses 4 Februari 2018).

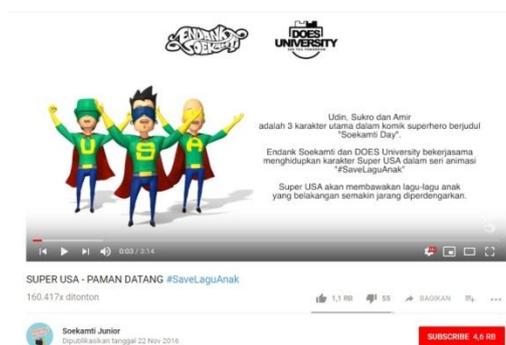
Berdasarkan beberapa band di atas yang aktif menggunakan media sosial Youtube, band Endank Soekamti mempunyai jumlah subscriber dan viewers terbanyak, serta memiliki konten yang beragam. #SaveLaguAnak adalah salah satu konten yang dibuat oleh Endank Soekamti sebagai wujud nyata dalam melestarikan lagu anak-anak yang mulai punah dan jarang diperdengarkan.



Gambar 1.1 Karakter Super USA dalam konten #SaveLaguAnak

Sumber: <http://soekamti.com/>

Pemilihan lagu Paman Datang merupakan salah satu bentuk usaha mempopulerkan lagu legendaris anak-anak yang kini kian jarang diperdengarkan. Sedangkan karakter yang muncul di video tersebut merupakan 3 tokoh utama dalam serial komik superhero karya Endank Soekamti berjudul *Soekamti Day*. “Harapannya, anak-anak memiliki alternative lebih beragam dan sesuai dengan usia tumbuh kembang mereka saat mengakses media sosial melalui internet,” jelas Erix Soekamti. Project ini bisa dibilang merupakan tindakan nyata dari Endank Soekamti untuk menyelamatkan lagu anak-anak. Endank Soekamti dan DOES University berencana memproduksi lagi beberapa lagu-lagu anak dan menyebarkannya secara gratis melalui kanal Soekamti Junior di youtube atau bisa juga diakses lewat www.soekamtijunior.com dalam seri animasi #SaveLaguAnak. Sumber: <https://musik.kapanlagi.com> (diakses 8 Desember 2018).



Gambar 1.2 Lagu Paman Datang yang di unggah di youtube Soekamti Junior

Sumber: www.youtube.com

Sejak rilis di youtube pada tanggal 22 November 2016 video klip Paman Datang sudah ditonton sekitar 100 ribu penonton. Saat ini proyek #SaveLaguAnak sudah rilis 4 lagu diantaranya, Paman Datang, Bintang Kecil, Naik Kereta Api dan Potong Bebek Angsa. Semua lagu anak yang dibalut dengan video 3D animasi ini bisa dinikmati di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti. Setelah keempat video klip lagu anak tersebut tersedia di kanal youtube, berbagai reaksi pun datang dari para pendengarnya.



Gambar 1.3 Komentar positif terhadap video klip

Lagu anak #SaveLaguAnak

Sumber: www.youtube.com



Gambar 1.4 Komentar negatif terhadap video klip Lagu anak #SaveLaguAnak

Sumber: www.youtube.com

Sebagai salah satu musisi di Indonesia yang beraliran punk, Endank Soekamti menunjukkan kepeduliannya terhadap punahnya lagu anak dengan *campaign* melalui konten #SaveLaguAnak. Hal ini cukup berbanding terbalik dengan musik mereka yang biasanya dinikmati kalangan remaja maupun dewasa.

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Effendy (2006:89). Munculnya berbagai macam opini komentar *netter* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang Opini *subscriber*

terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti.

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana opini subscribers terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti tahun 2018?

Kajian Pustaka

Opini adalah serapan dari bahasa asing (*opinion*), merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata (*intangible*), baik dalam bentuk opini tertulis maupun secara lisan. Bisa juga sebagai perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan dan lain sebagainya. Sebaliknya, istilah "*public*", lebih tepat dan mempunyai arti sempit yang mewakili kelompok atau khalayak tertentu/terbatas sebagai obyek sasarannya. (Ruslan, 2002:63). Opini adalah tanggapan aktif terhadap rangsangan, tanggapan yang disusun oleh melalui interpretasi personal yang diturunkan dari dan turut membentuk citra. (Nimmo, 1989:12)

Opini dapat dinyatakan secara aktif atau pasif, verbal (lisan) dan baik secara terbuka dengan melalui ungkapan kata-kata yang dapat ditafsirkan dengan jelas, maupun melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak langsung, dan dapat diartikan konotatif atau persepsi (personal) (Ruslan, 2002:64). Dan opini pun dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh. Opini publik berarti merupakan suatu tanggapan atau jawaban dalam bentuk lisan maupun tulisan yang mewakili beberapa individu atau suatu kelompok.

Menurut Effendy (2006:89) terdapat beberapa jenis opini yang berbeda. Jenis-jenis opini adalah: (a) Opini individual (*individual opinion*) Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion*

adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Baru diketahuinya bahwa orang-orang lain ada yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang-orang lain. (b) Opini pribadi (*private opinion*) Opini pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Pendapat seseorang belum tentu merupakan opininya pribadi, mungkin ia ambil alih opini orang lain disebabkan ia menyetujuinya, lalu dalam suatu pergunjangan dikomunikasikannya kepada orang lain sebagai opininya sendiri, tetapi bukan opininya pribadi. (c) Opini kelompok (*group opinion*) Opini kelompok adalah pendapat sekelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang, termasuk sekelompok tadi. Sebagai contoh adalah keharusan Pancasila dijadikan asas tunggal bagi organisasi kemasyarakatan. Diantara berbagai kelompok itu ada yang pro dan ada yang kontra. (d) Opini mayoritas (*majority opinion*) Sesuai dengan makna yang disandung oleh istilah itu, opini mayoritas adalah pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro, mungkin yang kontra, mungkin yang mempunyai penilaian lain. Biasanya munculnya opini mayoritas itu dibawa kepada suatu forum terbuka dalam bentuk lembaga, misalnya parlemen, sehingga bisa dihitung berapa jumlah yang pro, berapa yang kontra, dan berapa pula yang tidak termasuk pro dan kontra. (e) Opini minoritas (*minority opinion*) Opini minoritas adalah kebalikan dari opini mayoritas. Opini minoritas adalah pendapat orang-orang yang relatif jumlahnya sedikit dibandingkan dengan jumlah mereka yang terkait dengan suatu masalah sosial. Mungkin yang sedikit ini adalah yang pro, mungkin yang kontra, mungkin pula yang mempunyai penilaian lain. (f) Opini massa (*mass opinion*) Opini

masa merupakan tahap kelanjutan dari opini publik. Seperti dikatakan diatas, opini publik adalah pendapat sejumlah orang yang bersifat kontroversial atau mengandung pertentangan sebagai hasil pergunjungan terbuka mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum. (g) Opini umum (*general opinion*) Opini umum adalah pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Baru diketahuinya bahwa orang-orang lain ada yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang-orang lain Effendy (2006:89).

Opini bisa dilihat dari segi positif, negatif atau netral atau dengan rasa suka, benar, netral. Dalam bukunya opini publik (Sunarjo, 1997: 98) menjabarkan lebih lanjut mengenai arah dari opini yaitu, (1) Opini Positif Menyebabkan seseorang bereaksi secara menyenangkan terhadap orang lain, suatu kebijaksanaan sebuah organisasi. (2) Opini Netral Jika seorang tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi keadaan. (3) Opini Negatif Menyebabkan seseorang memberi opini yang tidak menyenangkan beranggapan buruk mengenai seseorang.

Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut, menurut R.P. Abelson dalam Ruslan (2016:66-67) bukanlah perkara mudah, karena mempunyai kaitan yang erat dengan: (1) Kepercayaan mengenai sesuatu (*belief*) (2) Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (*attitude*) (3) Persepsi (*perception*), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar dari berbagai faktor, yakni: (a)

Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat. (b) Pengalaman masa lalu seseorang atau kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya. (c) Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat). (d) Berita-berita, dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

Media baru merupakan istilah yang digunakan untuk berbagi teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama selain baru yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:149)

Menurut Nicholas Gane dan David Beer dalam Nasrullah (2014:14) memaparkan karakteristik media baru dengan *term network, interactivity, information, interface, archive* dan *simulation*;

Tabel 1.2 Karakteristik media baru menurut Nasrullah (2014)

Era Media Pertama (<i>Broadcast</i>)	Era Media kedua (<i>Interactivity</i>)
Tersentral (dari sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber

Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Media sosial seperti Facebook dan Twitter merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring sosial online (Hamidati, 2011:14).

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif, menurut Williams dalam Moleong penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah (Moleong, 2008).

Sumber data yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer melalui wawancara mandalam, dan data sekunder diperoleh dari mengutip sumber lain seperti buku-buku, internet, pemberitaan online, dokumentasi, dan sebagainya.

Wawancara mendalam adalah merupakan sebuah interaksi sosial informal antara seorang peneliti dengan informannya. Interaksi di sini adalah interaksi yang dilakukan untuk mendapatkan data yang valid, yaitu data yang menunjukkan sesuatu yang ingin diketahui (Afrizal, 2016 : 137). Wawancara mendalam akan dilakukan kepada 7 (tujuh) informan, semua informan adalah subscribers channel youtube Soekamti Junior.

Teknik pengambilan informan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik sampling purposive yaitu dimana pengambilan sampel sesuai dengan pertimbangan penelitian berdasar maksud dan tujuan penelitian. Selanjutnya penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik yang berprinsip informasi mestilah dikumpulkan atau dicari dari sumber-sumber yang berbeda agar tidak bias sebuah kelompok (Afrizal, 2016 : 168). Sedangkan menurut Moleong (2008) bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu (Moleong, 2008 : 330).

Pembahasan

Setelah melakukan penyajian data pada sebelumnya, dalam tahap ini penulis akan menganalisis bagaimana opini *subscribers* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior dengan mengelola hasil dari sajian data yang telah penulis peroleh dari *subscribers* channel Soekamti Junior milik band Endank Soekamti yang berjumlah tujuh orang informan. Selain menjadi tontonan untuk anak-anak, lahirnya kembali lagu anak juga bisa sebagai media untuk belajar. Menurut jurnal ilmiah pendidikan dasar, Vol. 2. No. 2 Juli 2015 dengan judul “Lagu Anak sebagai Salah Satu Saran Mendidik Anak” oleh Johar Alimuddin, menjelaskan bahwa salah satu cara mendidik anak, lagu anak mempunyai manfaat menyampaikan pesan dengan menyenangkan, melalui lirik disertai musik membuat belajar menjadi asyik, bahkan terasa seperti tidak belajar.

Lagu anak mempunyai posisi penting dalam pendidikan anak karena sifatnya yang ceria dan mengandung pesan yang mendidik dan sesuai dengan tahap perkembangan anak. Kurangnya lagu anak sekarang ini dapat diatasi dengan tetap memperdengarkan lagu anak lama atau dengan memodifikasinya sesuai dengan dunia anak. Respon positif masyarakat terhadap lagu anak baru perlu ditingkatkan agar lagu anak mulai kembali dilirik oleh industri musik nasional.

Pada jurnal panggung Vol. 25 No. 4, Desember 2015 dengan judul “Kembalikan Lagu Anak-anak Indonesia: Sebuah Analisis Struktur Musik” oleh Ardipal. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa lagu anak-anak seharusnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut. (1) Nadanya cenderung “lucu” atau bitnya memang khas. Meski lagunya agak *mellow* (empuk dan lembut) seperti lagu Kasih Ibu, tetap saja ada kekhasan di dalamnya, tidak terlalu rock, metal atau seperti lagu-lagu pop. (2) Liriknyanya mudah dipahami dan tidak terlalu panjang, sebaliknya menyelipkan pesan moral atau nasihat, kosakatanya sederhana dan berbobot. (3) Tema lagunya tidak jauh dari kehidupan sehari-hari yang dikemas dengan kata dan nada yang menyenangkan. (4) Nada lagunya sebaiknya ada yang dapat dipadukan dengan gerakan atau tepukan tangan dan tetap khas sesuai dengan jiwa anak-anak. (5) Isinya tentang keceriaan dan tidak tentang emosi deskriptif, seperti keluhan, pesimistis, rendah diri dan bukan untuk mengasihani diri sendiri.

Opini atau pendapat adalah hasil interaksi dan pemikiran manusia tentang suatu hal yang kemudian dinyatakan atau diekspresikan. Secara sederhana, opini atau pendapat adalah tindakan mengungkapkan apa yang dipercaya, dinilai dan diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu (Nimmo, 2000:9).

Berdasarkan teori yang ada terkait dengan opini *subscribers* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel Soekamti Junior, dalam hal ini ketujuh informan dapat dikategorikan menjadi tiga macam tindakan yaitu kepercayaan, penilaian dan harapan.

Tabel 3.1

Deskripsi tindakan opini subscribers dalam konten #SaveLaguAnak

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

No	Informan	Opini Umum	Kepercayaan	Penilaian	Harapan
1	EW	Konsep seperti ini pasti anak-anak suka	-	-	✓
2	RS	Tidak hanya anak-anak orang dewasa menikmati	-	✓	-
3	IA	Mengenalkan kepada anak-anak, kesan nostalgia orang dewasa	✓	-	-
4	IG	Merasakan nostalgia	-	✓	-
5	RM	Konten yang mendukung, animasi 3D dan aransemen bagus	-	✓	-
6	SP	Isi konten kurang, ditambah lagu daerah	-	✓	-
7	SA	Menarik, karakter diadaptasi dari personilnya	-	✓	-

Dalam menanggapi konten #SaveLaguAnak, dari hasil pengamatan peneliti melalui tabel 3.2 didapatkan kesimpulan berupa 5 dari 7 orang informan

melakukan tindakan penilaian terhadap opini konten #SaveLaguAnak. Informan EW yang melakukan tindakan harapan serta informan IA yang memberikan tindakan kepercayaan terhadap opininya.

1. Analisis Opini subscribers terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti

Opini artinya pendapat atau pandangan tentang sesuatu. Karena itu, opini bersifat subjektif karena pandangan atau penilaian seseorang dengan yang lainnya selalu berbeda. Jadi, kendati faktanya sama, namun ketika orang beropini, antara orang yang satu dengan yang lainnya memperlihatkan adanya perbedaan (Abdullah, 2004:14). Dari sajian data yang ada mampu membuktikan bahwa seluruh opini dari masing-masing informan memiliki pandangan dan penilaian yang berbeda, walaupun faktanya sama namun tetap memperlihatkan adanya perbedaan. Sebagai contoh, opini RS dan IG dalam menanggapi visual dalam konten #SaveLaguAnak, dimana keduanya berpendapat bahwa visualnya dirasa bagus karena menggunakan konsep animasi.

Melihat jawaban dari informan RS dan IG mengenai visual dalam konten #SaveLaguAnak menggunakan teknik animasi, menurut jurnal saintikom Vol. 10 No. 3, September 2011 dengan judul “Teknik Film Animasi dalam Dunia Komputer” oleh Yunita Syahfitri. Menjabarkan jenis-jenis animasi yang terbagi menjadi 3 yaitu animasi 2D (Dua Dimensi), animasi 3D (Tiga Dimensi) dan animasi tanah liat (*Clay Animation*). Animasi 2D adalah animasi yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa disebut juga dengan film kartun yang berasal dari kata *Cartoon*, yang berarti gambar yang lucu, selanjutnya animasi 3D adalah perkembangan dari animasi 2D, dengan animasi 3D karakter yang diperlihatkan semakin hidup dan nyata mendekati wujud aslinya. Perkembangan teknologi dan dunia komputer membuat teknik pembuatan animasi 3D semakin berkembang dan maju pesat. Terakhir yaitu animasi tanah liat, meski namanya *Clay* (tanah liat), namun yang dipakai bukanlah tanah liat biasa. Animasi ini menggunakan *palsticin*, bahan lentur seperti permen karet yang

ditemukan pada tahun 1897. Tokoh-tokoh pada animasi *clay* dibuat dengan menggunakan rangka yang khusus untuk kerangka tubuhnya.

Seperti teori yang disampaikan, mereka memiliki opini dasar yang sama namun dengan alasan yang berbeda. RS memiliki alasan bahwa visualnya bagus dengan konsep animasi 3D, karena membuat anak-anak menjadi tertarik untuk menonton. Sedangkan menurut IG, merasa visualnya bagus menggunakan konsep animasi 3D karena visual yang simpel dan animasi yang detail seperti gerakan-gerakan dari karakternya. Contoh selanjutnya adalah opini RM dan SP dalam menanggapi karakter animasi dalam konten #SaveLaguAnak. Keduanya memiliki opini dasar yang sama yaitu karakter yang kurang cocok untuk diterapkan dalam konten ini. Namun RM memiliki alasan bahwa karakter dalam konten ini sebaiknya diadaptasi dari karakter pewayangan. Sedangkan menurut SP karakter animasi dalam konten ini kurang cocok karena karakter animasinya dengan mata tertutup dan memakai anting. Beberapa contoh diatas membuktikan kebenaran terhadap teori dasar dari opini bahwa opini bersifat subjektif karena pandangan atau penilaian seseorang dengan yang lainnya selalu berbeda, meskipun dengan fakta yang sama pasti antara satu orang dengan lainnya memiliki perbedaan.

Menurut Effendy (2006:89) ada tujuh opini yang dia tulis dalam bukunya yang meliputi: Opini individual, opini pribadi, opini kelompok, opini mayoritas, opini minoritas, opini massa dan opini umum. Dalam penelitian ini, opini dari *subscribers* yang telah dipaparkan di dalam sajian data merupakan opini yang termasuk kedalam opini individual.

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual adalah pendapat seseorang secara perorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju bisa juga tidak setuju. Baru diketahui bahwa orang-orang lain yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang lain. Maka sesuatu yang terjadi kini menjadi objek opini publik, jadi opini publik itu perpaduan dari opini-opini individual. Pendapat menjadi opini karena sesuatu yang terjadi dalam masyarakat tadi menimbulkan pertentangan yang ada pro dan kontra (Effendy, 2006:89).

Melalui sajian data yang telah dipaparkan, bahwa opini seluruh informan merupakan contoh dari jenis opini individu itu sendiri. Ketujuh informan tersebut dalam sajian data berisi opini yang masing-masing terdiri dari opini setuju maupun tidak setuju, negatif maupun positif, serta netral, terkait dengan permasalahan atau objek penelitian terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti.

Tabel 3.2

Deskripsi Opini Subscriber dalam konten #SaveLaguAnak

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

No	Informan	Seluruh	Musik	Visual	Karakter	Konsep	Vokal
1	EW	+	+	+	+	-	+
2	RS	+	+	+	-	-	-
3	IA	+	+	+	+	-	+
4	IG	+	+	+	-	-	N
5	RM	+	-	N	-	+	-
6	SP	-	+	+	-	-	+
7	SA	+	+	N	N	N	+

Opini bisa dilihat dari segi positif, negatif atau netral atau dengan rasa suka, benar, netral. Dalam bukunya opini publik (Sunarjo, 1997:98) menjabarkan lebih lanjut mengenai arah dari opini yaitu: opini positif, menyebabkan seseorang bereaksi secara menyenangkan terhadap orang lain, opini netral, jika seseorang tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi keadaan, selanjutnya opini negatif,

menyebabkan seseorang memberi opini yang tidak menyenangkan beranggapan buruk.

Berdasarkan pemaparan tabel diatas, bahwa (- = negatif, + = positif, N = Netral). Peneliti menemukan bahwa dari konten #SaveLaguAnak secara keseluruhan 6 dari 7 informan berpendapat positif terhadap unsur keseluruhan konten #SaveLaguAnak. Selanjutnya, 6 dari 7 informan berpendapat positif terhadap aransemen musik dalam konten #SaveLaguAnak, Seluruh informan berpendapat positif terhadap visual dalam konten #SaveLaguAnak. Kemudian 4 dari 7 informan berpendapat negatif terhadap karakter animasi dalam konten #SaveLaguAnak, 5 dari 7 informan berpendapat negatif terhadap konsep video klip dalam konten #SaveLaguAnak, dan terakhir 5 dari 7 informan berpendapat positif terhadap karakter vokal dalam konten #SaveLaguAnak. Disini peneliti mengkategorikan opini netral kedalam opini positif.

Hasil ini juga diperkuat oleh jurnal jom FISIP Volume 1 No. 2, Oktober 2014 dengan judul “Opini Masyarakat dalam Program Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya Masyarakat (P4S) Pemerintah Kabupaten Kampar” oleh Rina Hadi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opini bisa terbagi menjadi dua yaitu opini positif dan opini negatif. Opini positif cenderung muncul disaat mengikuti pelatihan dengan baik dan mendapatkan manfaat dari program tersebut. Sedangkan opini negatif muncul pada saat masyarakat tidak mengikuti program serta para peserta tidak serius dalam mengikuti program tersebut.

Berdasarkan tabel 3.3 tentang deskripsi opini *subscribers* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior, didapatkan hasil data berupa

kecenderungan opini informan secara keseluruhan terhadap konten #SaveLaguAnak yang dipaparkan dengan tabel seperti berikut:

Tabel 3.3
Kecenderungan Opini Seluruh Informan
Sumber: Data primer tabel 3.2 yang diolah tahun 2019

No	Konten	Seluruh	Musik	Visual	Karakter	Konsep	Vokal
1	#SaveLagu Anak	+	+	+	-	-	+

Dilihat dari tabel diatas ke enam unsur didalam konten #SaveLaguAnak mendapatkan respon yang berbeda, dalam unsur keseluruhan konten #SaveLaguAnak mendapatkan respon positif. Selanjutnya untuk aransemen musik dalam konten #SaveLaguAnak mendapatkan respon positif. Sama seperti unsur keseluruhan dan aransemen musik, unsur visual dalam konten #SaveLaguAnak juga mendapatkan respon positif. Kemudian untuk unsur karakter animasi dan konsep video klip mendapatkan respon negatif, terakhir dalam karakter vokal konten #SaveLaguAnak mendapatkan respon positif, menurut jurnal sarjana teknik informatika, Vol. 1 No 1, Juni 2013 berjudul “Pembuatan Film Animasi Pendek “Dahsyatnya Sedekah” Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik 2D *Hybrid Animation* dengan Pemanfaatan *Graphic*” oleh Chabib Syafrudin dan Wahyu Pujiono. Menurut penelitiannya bahwa karakter yang baik dikonsumsi oleh anak adalah karakter yang sederhana, mudah diingat, simpel dan unik. Dipenelitian ini karakter animasi dalam konten #SaveLaguAnak cenderung memiliki desain yang mengadopsi dari personel band Endang Soekamti, seperti orang dewasa dengan badan kekar, pakai anting, mata tertutup. Karakter seperti ini tidak menggambarkan karakter yang sederhana seperti pernyataan jurnal penelitian diatas.

Pada jurnal rekam, Vol. 13 No. 1, April 2017 yang berjudul “Animasi Kartun Bertema Falsafah Jawa sebagai Pendidikan Karakter Bagi Anak Usia Dini” oleh

Wiekandini Dyah Pandawangi dan Farida Nuryantiningsih, menjelaskan bahwa gaya visual yang sesuai untuk anak adalah visual yang mempunyai sifat *cute design*. Objek-objek visual menggunakan elemen-elemen keseharian yang dekat dengan keseharian anak. Warna yang digunakan tak perlu dibatasi namun harus tetap harmoni dan tidak ramai. Dalam penelitian ini konsep visual video klip konten #SaveLaguAnak memiliki visual yang terkesan monoton yaitu dengan background putih polos dan dari semua lagu konsep video klipnya cenderung dengan konsep yang sama, tidak mempunyai sifat *cute design* seperti pernyataan jurnal penelitian diatas.

2. Analisis Faktor yang mempengaruhi Opini

Berdasarkan pemaparan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa opini yang dimiliki oleh seseorang ditentukan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Sebagaimana menurut R. P. Abelson dalam Ruslan (2016:66-67), opini dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, sikap dan persepsi. Akar dari opini sebenarnya tak lain adalah persepsi, yang ditentukan oleh faktor seperti, latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut, dan berita-berita yang berkembang.

Tabel 3.4

Faktor Pengaruh Opini berdasarkan Persepsi

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

No	Informan	Faktor Yang Mempengaruhi Berdasarkan Persepsi			Berita-berita dan pendapat yang berkembang
		Latar belakang budaya, kebiasaan	Pengalaman masa lalu	Nilai – nilai yang dianut	
1	EW	✓			
2	RS	✓			

3	IA		✓		
4	IG	✓	✓		
5	RM		✓		
6	SP				
7	SA	✓			

Berdasarkan pada pemaparan tabel di atas, dalam hal ini opini dari informan EW, RS, IG dan SA keempat informan tersebut dipengaruhi oleh faktor latar belakang serta kebiasaan. EW yang berlatar belakang sebagai musisi, menurutnya untuk aransemen musik dalam konten #SaveLaguAnak dirasa bagus dan cocok, karena disini sang kreator yaitu band Endank Soekamti menyesuaikan dengan segmen mereka yaitu anak-anak, dan mereka tidak menonjolkan sisi punk mereka.

Melihat jawaban dari informan EW mengenai aransemen musik dalam konten #SaveLaguAnak menurutnya bagus dan cocok sesuai dengan segmen mereka yaitu anak-anak. Seperti dijelaskan dalam jurnal promusika Vol. 3 No. 2, Oktober 2015 dengan judul “Proses Penyajian Kolaborasi Angklung dan Orkestra pada Aransemen Lagu Radetzky March di SD Budi Mulia Dua Yogyakarta” oleh Wahyudi dan Ayub Prestiyo, menjelaskan bahwa aransemen sangat erat hubungannya dengan sebuah kreatifitas. Seorang *arranger* dituntut untuk dapat mengolah sebuah karya musik yang akan di aransemen, agar karya musik tersebut menjadi lebih artistik dengan nuansa dan suasana baru. Salah satu contohnya adalah dengan cara mengembangkan ide dari tema asli ataupun membuat variasi.

Variasi merupakan ide tematis yang dapat dihasilkan dengan mengolah elemen musikal, yaitu melodi, ritme, harmoni, dinamika, timbre dan ekspresi. Seorang arranger biasanya mendasarkan kerjanya pada sebuah karya jadi (lagu atau pun musik yang sudah ada), sehingga tidak terikat pada apapun dalam proses kerja kreatifnya, lebih leluasa menggunakan instrumen musik dan format sesuai keinginan dalam mengaransemen karya musik.

RS yang menyukai bidang kreatif dan sebagai seorang ilustrator, menurutnya karakter animasi dalam konten #SaveLaguAnak dirasa kurang cocok karena mengadopsi dari personil band Endank Soekamti, menurutnya anak-anak cenderung tertarik dengan hal-hal yang lucu. Selanjutnya informan IG sebagai seorang fans band Endank Soekamti, IG selalu mendukung hal positif yang dibuat oleh band Endank Soekamti termasuk menonton konten #SaveLaguAnak dan *subscribe* channel Soekamti Junior. Melihat latar belakang informan IG sebagai seorang fans band Endank Soekamti, menurut jurnal eJournal undip, Vol. 3 No.2 April 2015 tentang “Pengalaman Komunikasi Fans JKT48 dalam Fandom JKT48” oleh Widya Nur Hidayati, menjelaskan bahwa fans secara garis besar memang di golongan sebagai sekelompok fanatik yang menyukai sebuah figure tertentu. Fans yang bertahan biasanya mempunyai banyak alasan untuk bertahan menjadi fans yang biasanya berpengaruh terhadap hidupnya sehari-hari.

Pada jurnal eJournal Psikologi, Vol. 1, No. 2, September 2013 yang berjudul “Konformitas dan Fanatisme pada Remaja Korean Wave (Penelitian pada Komunitas Super Junior Fans club ELF “Ever Lasting Friend”) oleh Sella Ayu Pertiwi, mengungkapkan *fanatisme* berupa gambaran perilaku seseorang terhadap sesuatu

objek yang mereka minati atau mereka suka, objek sendiri bisa berupa benda atau bahkan manusia. *Fanatisme* sendiri terjadi karena suatu budaya sekarang sangat berpengaruh besar terhadap individu dan hubungan yang terjadi di diri individu menciptakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan dan sebagainya.

Dalam hal ini penggemar atau fans pasti mempunyai idola yang mereka banggakan seperti penyanyi atau musisi, selebriti ataupun tim olahraga. Mengidolakan sesuatu atau seseorang bisa berdampak pada kehidupan sang penggemar. Menurut jurnal penelitian jurnal BK Unesa, Vol. 03 No. 01, 2013 berjudul “Penerapan Konseling Rasional Emotif Perilaku untuk Mengurangi Tingkat Fanatisme terhadap Idola Pada Siswa SMPN 6 Tuban” oleh Aftukul Fendik Khulafaurosyidin dan Denok Setiawati, mengungkapkan bahwa pengaruh idola ada dua macam yaitu pengaruh positif dan negatif. Adapun pengaruh positif idola adalah jika seorang remaja dapat menempatkan dirinya sebagaimana adanya atau realistis. Sehingga idola tersebut dapat ditempatkan sebagai motivasi bagi dirinya untuk lebih berkembang dan mengaktualisasikan diri. Misalnya remaja yang mengidolakan sepak bola dimana idolanya tersebut memiliki kemampuan atau bakat yang baik dan selalu profesional terhadap profesinya sehingga mendapatkan prestasi yang luar biasa. Maka remaja tersebut menjadikan idolanya sebagai motivator untuk berprestasi dengan mencontoh profesionalisme idola tersebut.

Sedangkan pengaruh idola negatif yaitu ketika remaja tidak mampu menempatkan dirinya dengan idola. Dalam artian ketika remaja mengidolakan seseorang tanpa berpikir secara realistis apakah idola tersebut sesuai dengan dirinya,

sehingga remaja cenderung mengidentifikasi tingkah lagu maupun gaya hidup yang tidak sesuai bahkan yang dapat membahayakan dirinya.

SA yang berlatar belakang sebagai pekerja kreatif dalam bidang *audio visual*, dalam konsep video klip konten #SaveLaguAnak menurutnya band Endank Soekamti selaku pembuat konten mereka mempunyai idealisme dalam berkarya. SA berpendapat yang terpenting dalam konten #SaveLaguAnak adalah bagaimana band Endank Soekamti mengcampaign kan agar lagu anak terdengar kembali dan mereka mencoba melestarikannya lewat konten ini.

Selanjutnya merupakan faktor pengalaman masa lalu, dalam ini mempengaruhi opini informan IA, RM dan IG. IA yang sempat mempelajari pembuatan animasi membuatnya beropini bahwa visual dalam konten #SaveLaguAnak menurutnya sudah bagus karena pengerjaan yang dikerjakan secara sungguh-sungguh. RM yang selalu mendampingi adik sepupunya yang masih anak-anak untuk memutar lagu anak, menurutnya aransemen musik konten #SaveLaguAnak kurang cocok, karena anak-anak lebih suka aransemen musik yang sederhana dan kalem.

Pada jurnal Empati Vol. 4 No. 4, Oktober 2015 berjudul “Pengaruh Pemberian Lagu Anak-Anak terhadap Perilaku Prososial Siswa Taman Kanak-Kanak” oleh Wahyu Nuswantari dan Tri Puji Astuti, mengatakan bahwa lagu anak-anak dalam ragam suara yang berirama dapat diiringi oleh instrumen musik yang isi liriknya adalah berkisah tentang pengalaman, kejadian yang dialami oleh anak-anak. Lagu anak memiliki melodi, irama dan ritme yang sederhana, seperti yang disampaikan informan RM bahwa anak-anak lebih menyukai aransemen musik yang

sederhana dan kalem, sehingga mudah dipelajari dan isi lagu berisikan ungkapan kasih sayang, nasehat, pengetahuan, cita-cita dan cerita-cerita yang sesuai dengan dunia mereka.

selanjutnya informan IG yang selain fans dari band Endank Soekamti alasan IG menyukai konten #SaveLaguAnak karena semasa kecil IG suka mendengarkan lagu-lagu anak dan membuatnya merasa bernostalgia dengan adanya konten ini.

Hasil ini juga diperkuat oleh jurnal penelitian JOM FISIP Vol. 4 No. 2, Oktober 2017 berjudul “Opini Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau terhadap Citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang” oleh Aftania Herlina, mengungkapkan bahwa opini terbentuk melalui faktor-faktor penentu yang terdiri dari latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut dan berita-berita yang berkembang, kemudian membentuk opini pribadi yang dipengaruhi oleh persepsi serta menimbulkan sikap.

Kesimpulan

Opini dari seluruh informan termasuk kedalam jenis opini individual, karena sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya. Dalam hal ini dibuktikan dari para informan tidak beropini sama, namun masing-masing informan beropini sama dengan alasan yang berbeda. Terdapat berbagai macam opini dari positif, negatif serta netral dari masing-masing informan. Dalam konten #SaveLaguAnak sebagian besar informan menunjukkan respon positif terhadap keseluruhan video, aransemen musik, visual, serta karakter vokal. Dengan alasan secara keseluruhan konten #SaveLaguAnak bertujuan baik untuk mengingatkan kembali kepada anak-anak terhadap lagu anak yang sudah jarang diperdengarkan. Aransemen musik yang unik dan sedikit warna musik pop di era sekarang. Visual yang menarik dengan menggunakan konsep animasi 3D dan dikerjakan secara professional. Karakter vokal

cocok karena sesuai dengan aransemen musik. Opini negatif terdapat pada unsur Karakter animasi dan konsep video klip, dengan alasan karakter animasi yang kurang cocok untuk anak-anak, seperti terdapat anting, mata tertutup dan menggambarkan badan kekar orang dewasa. Konsep video klip membosankan dan monoton, tidak ada alur cerita.

Terdapat faktor yang mempengaruhi terbentuknya opini dari masing-masing informan. Faktor latar belakang serta kebiasaan seperti seringnya informan menonton dan mendengarkan konten #SaveLaguAnak di Youtube, latar belakang informan yang merupakan seorang musisi dan pekerja kreatif. Faktor pengalaman masa lalu yang mana informan sempat mempelajari pembuatan animasi, serta seringnya informan mendengarkan lagu-lagu anak semasa kecil membuatnya merasa bernostalgia.

Referensi

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dan, Nimmo. 2000. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, O. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hamidati, Anis, dkk. 2011. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM
- Herdiansyah, H. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Marzuki. 1986, *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Universitas Islam Indonesia
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, J Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT remaja Rosdakarya

____, _____. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana

Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta: PT Indeks

Olii, H dan Novi Erlita. 2011. *Opini Publik*. Jakarta: PT Indeks

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

____, _____. 2003. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

____, _____. 2016. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta

Sunarjo, Djoenaesih S. 1984. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty

____, _____. 1997. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty

INTERNET

<http://soekamti.com>

<https://www.youtube.com/user/soekamtiofficial/about>

<https://musik.kapanlagi.com/berita/gebrakan-baru-endank-soekamti-rilis-video-klip-lagu-anak-1c5a46.html>

<https://www.republika.co.id/berita/senggang/musik/18/03/11/p5fdxu299-lagu-anakanak-indonesia-terancam-punah>

JURNAL

Alimuddin, Johar. 2015. Lagu Anak Sebagai Salah Satu Sarana Mendidik Anak. Jurnal Ilmiah Vol. 2 No. 2 Juli

Ardipal. 2015. Kembalikan Lagu Anak-anak Indonesia: Sebuah Analisis Struktur Musik. Jurnal Panggung Vol. 25 No. 4, Desember

Hardi, Rina. 2014. Opini Masyarakat Dalam Program Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya Masyarakat (P4S) Pemerintah Kabupaten Kampar. Jurnal Jom FISIP Vol. 1 No. 2.

Hidayati, Widya Nur. 2015. Pengalaman Komunikasi Fnas JKT48 dalam Fandom JKT48. eJournal Undip Vol 3. No. 2

Herlina, Aftania 2017. Opini Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Terhadap Citra Diri Presiden Jokowi dalam Video Blog Kaesang dalam jurnal Jom FISIP Vol. 4 No. 2.

Juditha, Christiany. 2014. Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial Twitter. Jurnal Pekommas Vol. 17 No. 2 Hal:61-70.

- Kamaruddin, Hafied Cangara, Muh. Akbar. 2014. Opini Tokoh Masyarakat Terhadap Kebijakan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan Sebagai Center Point of Indonesia (CPI). *Jurnal Komunikasi Kareba* Vol. 3, No. 1.
- Nuswantari, Wahyu dan Tri. 2015. Pengaruh Lagu Anak-Anak Terhadap Perilaku Prosocial Siswa Taman Kanak-Kanak. *Jurnal Empati* Vol. 4 No. 4. Hal: 101-106.
- Pandanwangi, Wiekandini Dyah dan Farida. 2017. Animasi Kartun Bertema Falsafah jawa Sebagai Pendidikan Karakter Bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Rekam* Vol. 13 No. 1.
- Pertiwi, Ayu Sella. 2013. Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja *Korean Wave* (Penelitian pada Komunitas Super Junior Fans Club ELF “*Ever Lasting Friend*”) di Samarinda. *eJournal Psikologi* Vol. 1 No. 2. Hal: 157-166.
- Purwana, Dedi, Rahmi dan Shandy. 2017. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol.1 Nomor 1.
- Siburian, Joi. 2015. Opini Masyarakat Batak Pada Program Acara Horas Di Rantau Pada RTV (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Rhu Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru). *Jurnal Jom FISIP* Vol. 2 No. 1.

- Syafrudin, Chabib dan Wahyu. 2013. Pembuatan Film Animasi Pendek “Dahsyatnya Sedekah” Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik *2D Hybrid Animation* Dengan Pemanfaatan *Graphic*. Jurnal Sarjana Teknik Informatika Vol 1 No 1 Juni.
- Syahfitri, Yunita. 2011. Teknik Film Animasi Dalam Dunia Komputer. Jurnal Saintikom Vol. 10 No. 3 September.
- Wahyudi dan Ayub. 2015. Proses Penyajian Kolaborasi Angklung dan Orkestra pada Aransemen Lagu Radetzky March Di SD Budi Mulia Dua Yogyakarta. Jurnal Promusika Vol. 3 No. 2 Oktober.