

Resonansi Intra-Ekstramusikal Lagu Pop Barat Pada Orang Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi

Pandu Watu Alam¹, Riyan Hidayatullah²

¹ Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

² Universitas Negeri Lampung, Indonesia

¹pandu.watu.alam@unpad.ac.id

²riyan.1002@fkip.unila.ac.id

Abstrak

Lagu adalah music ber lirik yang merupakan salah satu media komunikasi estetik yang bisa digunakan untuk menyampaikan gagasan atau pikiran seseorang. Pesan yang disampaikan sebuah lagu tidak hanya bertumpu pada factor intramusikal nya saja namun juga ada factor ekstramusikal yang mempengaruhi pendengar dalam memahami sebuah karya lagu, terlebih dengan lirik berbahasa asing (Barat). Hal ini yang menjadi tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana transmisi lagu-lagu Barat di Indonesia dalam perspektif komunikasi? Faktor intra dan ekstra-musikal apa saja yang diserap orang Indonesia pada lagu Barat? Bagaimana bentuk komunikasi musikal lagu Barat dalam konteks masyarakat Indonesia? Metode kualitatif dipergunakan dalam penelitian ini sehingga hasil yang didapat dapat dideskripsikan dalam bentuk narasi dan gambar bagan ilustrasi. Dari hasil penelitian, pendengar lagu pop barat di Indonesia awalnya cenderung menganggap bahwa lagu berbahasa asing (Bahasa inggris) lebih superior bahkan memiliki tempat tersendiri di hati pendengar. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dan segala kemudahan yang dimiliki, resonansi intra-ekstramusikal lagu pop barat semakin bervariasi, bukan lagi hanya mengikuti trend jadi penggemar lagu pop barat, masyarakat Indonesia juga banyak yang kemudian menjadi creator dan menggabungkan dengan music tradisional Indonesia ataupun dengan budaya yang lain (fusion). Faktor Intra-Ekstramusikal yang menjadi elemen komunikasi musical yang terjadi dalam lagu pop barat di Indonesia rupanya sudah menjadi alasan begitu efektifnya komunikasi musical dipergunakan untuk menyampaikan pesan, baik itu dipergunakan di dunia Pendidikan dasar, terapi Kesehatan, maupun komunikasi antar budaya (barat dan timur) sebagai wadah akulturasi budaya. Kemajuan jaman dan peran media tidak terlepas dari masivnya resonansi penyebaran lagu pop barat dengan melalui platform-platform digital seperti spotify, youtube, dan lain-lain. Sehingga sekarang penikmat lagu pop barat tidak hanya jadi penikmat dan pendengar saja, namun dimungkinkan juga menjadi creator.

Kata kunci – Kata 1; kata 2; kata 3; kata 4; kata 5

Intra-Extramusical Resonance of Western Pop Songs on Indonesians in a Communication Perspective

Abstract

The song is music with lyrics, one of the aesthetic communication media that can convey one's ideas or thoughts. The message conveyed by a song does not only rely on intramusical factors but also extramusical factors that influence listeners in understanding a piece of work, especially with lyrics in foreign (Western) languages. This research aims to find out how the transmission of Western songs in Indonesia is from a communication perspective? What intra and extra-musical factors do Indonesians absorb in Western songs? What is the form of musical communication of Western songs in the context of Indonesian society? Qualitative methods are used in this study so that the results obtained can be described in the form of narration and illustrative chart images. From the results of the study, listeners

to western pop songs in Indonesia initially tended to think that songs in foreign languages (English) were superior and even had a special place in the listeners' hearts. However, along with technological developments and all the conveniences they have, the intra-extramusical resonance of western pop songs is increasingly varied, no longer just following the trend of becoming fans of western pop songs, many Indonesian people also become creators and combine it with Indonesian traditional music or with other cultures. another (fusion). The intra-extramusical factor which is an element of musical communication that occurs in western pop songs in Indonesia seems to have been the reason for how effectively musical communication is used to convey messages, whether it is used in the world of basic education, health therapy, or intercultural communication (west and east). as a place for cultural acculturation. The progress of the times and the role of the media are inseparable from the massive resonance of the spread of western pop songs through digital platforms such as spotify, youtube, and others. So now connoisseurs of western pop songs are not only connoisseurs and listeners, but it is also possible to become creators.

Keywords – Word 1; word 2; word 3; word 4; word 5

Korespondensi: Pandu Watu Alam, pandu.watu.alam@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

PENDAHULUAN

Lagu adalah salah satu media komunikasi estetik yang bisa digunakan menyampaikan gagasan atau pikiran seseorang. Lagu memiliki unsur intramusikal dan ekstrasusikal. Kesan intra musikal berhubungan dengan bentuk musik berupa akor, melodi, dan harmoni. Sedangkan kesan ekstrasusikal bisa didapatkan dalam bentuk pesan, makna, dan filosofi dalam sebuah lagu. Kesan ekstrasusikal terdapat dalam lirik yang merupakan simbol untuk menyampaikan pesan dalam bentuk bahasa. Karya John Cage “4.33” memberikan impresi pada banyak komposer bahwa “musik ada di sekitar kita”, penonton (penikmat) adalah bagian dari musik dan dapat memberikan kontribusi lebih secara musical . Ternyata karya musik menyimpan banyak komunikasi musikal baik dari segi estetik dan non-estetik (Hidayatullah, 2021).

Dalam perkembangannya musik bertransformasi menjadi lagu; jika musik berhubungan dengan aspek instrumen dan harmoni, maka lagu mengadaptasi lirik sehingga dapat secara autentik dinyanyikan. Sederhananya, musik berkenaan dengan instrumen dan lagu sudah memiliki tekstur vokal. Musik yang berisi vokal memiliki lirik yang umumnya mengandung pesan-pesan; pesan cinta misalnya dalam berbagai sudut pandang. Lagu lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari karena memiliki lirik yang bisa dinyanyikan. Setiap orang mampu bersenandung atau menyanyikan lagu dalam aktivitasnya, misalnya saat mengendarai mobil, berjalan, berdiskusi, sampai mengantarkan tidur. Sementara musik terkesan lebih eksklusif karena tidak dapat dinyanyikan. Musik instrumental umumnya hanya digunakan untuk pengisi suasana di area mall, restoran, hotel, perkantoran, dan bioskop (Supiarza, 2022). Tidak banyak konektivitas makna yang menghubungkan pengalaman seseorang dengan bahasa komunikasi verbal. Inilah yang menyebabkan lagu memiliki faktor kedekatan lebih pada seseorang dibanding musik. Ekspresi estetik dan non-estetik lebih lengkap tercermin dalam sebuah lagu (Sadguna & Suratni, 2019).

Asosiasi makna yang kompleks terkandung di dalam lagu, sehingga implikasinya bisa digunakan untuk berbagai kepentingan, misalnya pendidikan. Di tingkat pendidikan anak usia dini (PAUD) dan Taman Kanak-kanak (TK) lagu justru digunakan sebagai media

utama untuk menyampaikan pesan. Mengajarkan cara berhitung, pengetahuan warna, lingkungan, dan agama seluruhnya dilakukan menggunakan lagu. Hal ini semakin memperkuat pandangan bahwa lagu lebih memiliki kekuatan komunikasi karena berisi pesan dalam liriknya.

Fakta lain menerangkan bahwa lagu tidak hanya kuat dari aspek lirik, tetapi terhubung dengan konteks intra-ekstramusikal (Sosodoro, 2019). Artinya, tidak selalu lirik memegang peranan penting dalam mentransmisikan pesan-pesan dalam lagu. Aspek estetis (sonoritas) dalam lagu Barat justru lebih menonjol pada penikmat musik yang berasal dari Indonesia. Jika dikatakan musik adalah bahasa universal, bagi orang Indonesia nampaknya pendapat ini sangat relevan. Karena banyak penikmat musik Indonesia tidak langsung terhubung pada kekuatan lirik saat mendengarkan lagu-lagu Barat. Tetapi fokus pada bentuk dan struktur musiknya (Santosa, 2008). Seseorang tidak harus mengerti bahasa Perancis untuk mengerti karya komposisi Claude Debussy. Struktur lagu dapat berubah fungsi menjadi bahasa dan berkomunikasi secara musikal. Hanya melalui akor dan permainan *riff* gitar, seseorang dapat secara langsung jatuh cinta dan menyukai musik walaupun liriknya berbahasa asing (Supiarza, 2022). Manusia cukup pandai mendeteksi emosi yang disampaikan melalui idiom musik dalam sebuah lag; walaupun mereka sama sekali tidak mengetahui bahasa dan bentuk musik sebelumnya. Setidaknya ada dua emosi dasar yang mempengaruhi seseorang menyukai musik, yakni kebahagiaan dan kesedihan. Permainan melodi dan tempo dalam lagu Barat mampu mentransmisikan pesan kebahagiaan atau kesedihan. Dengan demikian, dalam konteks lagu Barat pencipta dan penikmatnya (orang Indonesia) telah berkomunikasi secara musikal dan membangun sistemnya sendiri (Hidayatullah, 2021). Permasalahan lagu Barat di sini dibatasi pada komposisi musik yang berasal dari luar Indonesia, dan diciptakan oleh musisi asing. Karena banyak musisi Indonesia yang ikut membuat lagu dengan teks bahasa Inggris. Bagaimanapun, kesan “*native*” yang melekat pada musisi asing dalam menciptakan lagu Barat tetap lebih dominan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Teks sebagai konten dikaji melalui pengklasifikasian dan kemudian dikodefikasi untuk dianalisis melalui konsep komunikasi musical. Konsep komunikasi interpersonal adalah sebuah proses yang muncul tidak dengan sendirinya melainkan diciptakan oleh seorang komunikator dan disampaikan kepada komunikan. Penyampaian informasi dapat berupa lambang verbal maupun non-verbal dengan medium suara manusia, maupun literatur. Proses komunikasi interpersonal memiliki komponen-komponen yang saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen tersebut berupa komunikator encoding, pesan, saluran atau media, komunikan, decoding, respon, noise atau interferensi dan konteks komunikasi. Model Komunikasi Wilbur Schramm, Ada tiga model proses komunikasi versi Wilbur Schramm, model yang pertama komunikasi bergerak searah dari komunikator ke komunikan. Model kedua Schamm menambahkan field experience dalam modelnya, dimana komunikasi dipengaruhi dari pengalaman lapangan (field experience) dari komunikator dan komunikan (Nuryanto, 2011). Field experience dapat juga dilihat sebagai konteks nilai dalam komponen komunikasi interpersonal. Model ketiga Schramm menggambarkan konsep komunikasi sirkular aktif dimana posisi peran komunikator

dapat berubah menjadi komunikasi di saat mendapat respon balik dari sumber transmisi. Model komunikasi Wilbur Schramm digunakan untuk mengkaji lagu-lagu Barat di Indonesia dalam perspektif komunikasi, apa saja Faktor intra dan ekstra-musikal yang diserap orang Indonesia pada lagu Barat, Bentuk komunikasi musikal lagu Barat dalam konteks masyarakat Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi musikal dapat makna dan dikonseptualisasikan dari interaksi-interaksi yang terjadi dalam pertunjukan musik. Pendapat dapat dijadikan salah satu acuan teoretik berkaitan dengan komunikasi musikal. Santoso melihat interaksi yang terjadi dalam pertunjukan gamelan. Aksi yang diberikan oleh *pengrawit* (penabuh; pemain) dalam bentuk pertunjukan dapat memunculkan reaksi pada penonton dalam bentuk perilaku. Dalam konteks lagu, komunikasi yang terbentuk tidak secara langsung, tetapi melalui beberapa tahapan dan proses. Respons yang terbentuk bisa bermacam-macam untuk beberapa kalangan (Santosa, 2011). Bagi komposer Indonesia, mendengarkan lagu Barat adalah kebutuhan dalam menambah referensi musik. Bagi seorang instrumentalis, mendengarkan lagu Barat menambah wawasan musik dan tekniknya dalam bermain. Bagi seorang vokalis, mendengarkan lagu Barat adalah kewajiban menambah perbendaharaan lagu dan melatih pengucapan berbahasa asing. Semua penikmat lagu Barat dapat terprovokasi melalui lirik atau terpengaruh secara musikal dalam gaya musiknya.

Komunikasi musikal pada prinsipnya tersusun atas konsep komunikasi dasar yang sedikitnya melibatkan tiga elemen: pengirim pesan, pesan, dan penerima pesan. Konsep ini juga digunakan oleh A. Moles After W. Meyer-Eppler untuk mengidentifikasi fakta-fakta lapangan yang berkaitan tentang relasi produsen-konsumen music (Baker, Ellwood, Johnson, & Macdonald, 2016).



Bagan 1. Skema dasar proses komunikasi estetis

Transmisi lagu Barat di Indonesia

Dalam budaya populer, musik Barat menjadi barometer industri musik di Indonesia. Musik rock, jazz, sampai blues seluruhnya produk Barat. Sementara dalam konteks lanskap musik lokal, musik Indonesia (tradisional) cenderung memegang pakem yang telah ada. Tidak ada kelahiran sub-genre musik-musik baru segenar musik Barat. Transmisi ini juga didukung oleh teknologi—saat ini dimunculkan berbagai platform (iTunes, spotify, YouTube) untuk mempermudah akses dan dikonsumsi. Daya jangkauan yang luas dan produksi lagu yang sangat tinggi juga merupakan faktor pendukung lagu

Barat ditransmisikan dengan cepat dan masif. Kekuatan lirik berbahasa Inggris yang merupakan bahasa universal saat ini juga membuat lagu Barat mudah untuk diterima. Di wilayah pertunjukan (*performance*) lagu-lagu Barat dianggap lebih menarik untuk dibawakan. Contoh lain dalam konteks forum diskusi lagu-lagu Barat juga lebih diperbincangkan. Berbagai kurator pertunjukan musik secara signifikan mempromosikan lagu-lagu Barat.

Lagu Barat bagi Orang Indonesia

Lagu-lagu Barat dinilai mampu memberikan pengalaman lebih dari sekadar menikmati musik. Walaupun belum banyak studi yang secara khusus mengidentifikasi mengapa masyarakat Indonesia lebih cenderung superior pada lagu Barat, fenomena ini dapat dilihat dari perilaku orang Indonesia setiap mendengarkan musik. Alasan **ekstra-musikal** umum yang lazim ditemui sebagai berikut.

1. **Akulturasasi budaya Barat;** ini didukung oleh ketersediaan berbagai elemen yang membuat musik Barat semakin disukai, seperti: televisi, radio, majalah, kanal YouTube, dan lain-lain. Masyarakat disugahi berbagai atribut Barat yang hampir ditemui di berbagai media. Hal ini menimbulkan ketertarikan yang (terkadang) tidak disadari, karena media sangat berperan dalam membentuk selera pasar.
2. **Respon adaptif terhadap budaya Barat;** banyak orang Indonesia memandang budaya Barat lebih superior dibandingkan budaya Indonesia. Hal ini memberi kesan mempelajari budaya Barat (termasuk lagu) mengangkat derajatnya di masyarakat dan lingkungannya.
3. **Terapi musik;** respon manusia bermacam-macam terhadap musik, tidak mengenal lirik Indonesia maupun Barat. Musik sebagai realitas yang utuh dianggap mampu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial, terutama yang berhubungan dengan psikologi manusia. Bagi beberapa orang lagu Barat tertentu memberikan efek psikologi yang sangat nyata. Karena musik memiliki beberapa manfaat, misalnya: terapi bidang kesehatan, meningkatkan kecerdasan, dan meningkatkan produktivitas.

Sementara alasan **intra-musikal** umumnya meliputi: melodi, akor, syair, pola ritmik, riff gitar, dan sebagainya. Beberapa orang tidak mengerti lirik lagu Barat yang berbahasa Inggris, tetapi sangat menikmati *riff-riff* gitar dan melodi di dalam lagunya (Priya & Janardhana, 2021). Ada juga yang terpukau dengan permainan ritmik dan efek suara *synthesizer* yang sifatnya kekinian. Lagu Barat tidak langsung diterima melalui kandungan makna isi liriknya, tetapi fokus pada bentuk dan struktur musiknya.

Nilai Didaktis dalam Lagu

Lagu dapat menjadi media yang sangat berpengaruh bagi manusia, tetapi tidak seluruhnya didukung oleh aspek tekstual yang mendidik. Misalnya lagu-lagu pop yang didominasi nilai-nilai romantis atau percintaan. Hal ini dikarenakan ideologi musik pop salah satunya adalah komodifikasi atau objek dagang. Tema-tema pendidikan atau jenis lagu yang mendidik hanya dapat ditemui pada lagu-lagu anak, religi, dan kebangsaan. Belum ada upaya khusus untuk menginternalisasikan lagu agar memiliki nilai pendidikan yang tinggi. Lagu juga digunakan dalam konteks sekolah, misalnya dalam kelas musik dengan materi musik populer. Upaya ini juga dipandang belum optimal, karena lagu-lagu yang digunakan (lagi-lagi) berasal dari lagu pop—yang penuh dengan tema percintaan. Dalam konteks pendidikan musik, pendekatan semacam ini hanya menyentuh ranah kognitif dan psikomotor, sedangkan ranah sikap belum tertanamkan

(Society for Research in Psychology of Music and Music Education., 2014). Fenomena anak-anak yang banyak menyanyikan lagu-lagu dewasa juga menjadi keprihatinan era 4.0 saat ini. Sebagian orang tua menganggap dirinya lalai dan gagal menawarkan lagu-lagu yang tepat untuk anaknya.

Resonansi Media Baru dalam Komunikasi Musikal

Setelah media baru muncul banyak tatanan komunikasi musikal yang berubah. Pada awalnya lagu-lagu Barat dipandang sangat superior bagi orang Indonesia. Segala jenis lagu Barat dipandang memiliki elemen yang lengkap dan sempurna, mulai dari proses penciptaan, produksi, dan pemasarannya. Tetapi saat ini teknologi memungkinkan setiap orang menciptakan lagu versi mereka sendiri. Ada keinginan mereka (yang awalnya penikmat) untuk eksis dan bertransformasi menjadi pelaku (produsen) musik. Pada akhirnya relasi komunikasi musik yang sebelumnya terbentuk juga ikut berubah. Kemunculan musisi-musisi 'instan' ini didukung oleh berbagai platform salah satunya YouTube. Resonansi adalah sebuah peristiwa bergetarnya sebuah benda disebabkan persamaan frekuensi benda lain (Putra, 2015). Dalam konteks komunikasi musikal, media baru memberikan resonansi terhadap masyarakat untuk ikut menjadi pelaku musik. Pelaku musik Barat tidak lagu menjadi sentral musik, bahkan musik Indonesia mulai diperhatikan dengan munculnya bakat-bakat baru melalui YouTube. Tetapi dalam hal memunculkan gagasan para pelaku dan penikmat musik masih berkiblat pada lagu-lagu Barat.

Analisis dan Sintesis

Secara kronologi, musik atau lagu Barat ditransmisikan melalui empat hal: (1) oral dan aural; (2) naskah tertulis; (3) media cetak; dan (4) perekaman. Sebelum teknologi berkembang seperti sekarang, musik atau lagu ditransmisikan melalui media oral dan aural. Pola komunikasi ini terbilang sangat terbatas karena ruang lingkup komunikasi terbatas pada kontak antar individu saja. Keterbatasan ini memunculkan ide-ide baru dan keinginan untuk memiliki karya musik dalam bentuk visual dan bisa dimainkan kapan saja. Selanjutnya diciptakan manuskrip dalam bentuk notasi. Asal-usul notasi barat saat ini dapat ditelusuri kembali ke manuskrip nyanyian sederhana dari abad ke-9. Melalui komunikasi secara tertulis ini, karya musik dapat menyebar sangat luas dan dimainkan oleh siapa saja. Di awal perkembangannya, notasi ditulis dalam bentuk manuskrip, dan dokumen-dokumen tulisan tangan ini disalin secara terbatas oleh sebagian kecil masyarakat yang melek musik. Sekitar abad ke-15 saat mesin cetak ditemukan, publikasi karya musik berangsur meningkat secara bertahap. Inilah yang menjadi cikal-bakal penyebaran karya musik Barat ke masyarakat luas. Teknologi audio musik mencapai puncaknya saat fonograf ditemukan pada tahun 1877 (Richardson, 2018). Teknologi ini memberikan pengalaman baru dalam menikmati musik untuk didengarkan secara langsung; tidak lagi berbentuk manuskrip atau notasi yang terbatas secara visual. Musik dapat langsung dinikmati tanpa harus menuliskan notasinya terlebih dahulu (lihat bagan 1). Setelah munculnya teknologi perekaman, musik tidak lagi dinikmati sebagai sebuah sajian langsung (live) eksklusif, tetapi dinikmati sebagai pelengkap. Sebelumnya pertunjukan musik digelar dengan visi bahwa menyaksikan pertunjukan musik secara langsung menimbulkan kesenangan, kebanggaan, kepuasan.

Tetapi saat ini musik dapat dinikmati melalui mp3, DVD, dan internet. Komunikasi musikal bergeser dari pertunjukan ke lingkungan virtual yang bersifat tidak langsung.

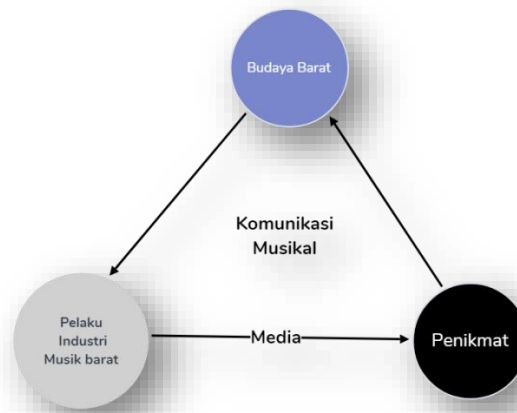


Bagan 2. Kronologi perkembangan media sebagai media komunikasi musical

Kronologi di tersebut memberikan pemahaman bahwa setiap bentuk media musik selalu tergantikan dengan teknologi berikutnya. Hal yang perlu dicatat adalah perkembangan teknologi tersebut tidak bisa diklaim sebagai bentuk kecanggihan dalam komunikasi musikal; karena itu adalah dua hal yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dalam kacamata genre atau budaya musik tertentu yang lebih dulu diadopsi atau digunakan oleh satu kelompok sosial. Dalam konteks musik seni di Barat, sebuah karya musik masih menggunakan komunikasi cara-cara lama dan tahapan yang panjang. Misalnya karya musik klasik yang ditulis dengan tulisan tangan, kemudian dicetak, dipertunjukkan (dalam konser), dan tahap akhir melakukan perekaman. Langkah-langkah seperti ini jauh berbeda jika berbicara dalam perspektif musik pop di mana teknologi perekaman adalah hal utama. Merekam karya musik lebih efektif daripada menggunakan sistem notasi yang digunakan untuk menyebarkan karya. Bahkan di luar konteks tradisi musik Barat, mungkin saja masih ada komunikasi musik yang dipraktikkan secara oral dan aural.

Lagu-lagu Barat memiliki komunikasi yang sangat kuat, karena eksistensinya di Indonesia tidak pernah padam, sebaliknya semakin menguat. Lagu Barat membawa pesan komunikasi musikal yang bukan hanya bersifat estetis, tetapi diakui dan dijunjung sebagai sebuah model komposisi yang sempurna. Terbentuknya sebuah proses komunikasi antara pencipta dan penikmat lagu Barat (orang Indonesia) tidak selalu terletak pada pesannya, tetapi fungsi-fungsi lain yang bisa bersifat estetis dan non-estetis.

Ada semacam komunikasi yang berupa hubungan timbal-balik antara musisi Barat dan penikmat musik di Indonesia. Hubungan ini bisa berkenaan dengan aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Dikatakan terdapat aspek ekonomi karena keberlanjutan lagu Barat menjadi industri yang mapan di Indonesia. Sebagai contoh, musik jazz yang disukai sebagian kalangan dan semakin mengakar dengan munculnya berbagai komunitas penikmatnya. Kelompok-kelompok ini akan konsisten mencari segala informasi, album, film, dan berbagai hal yang berkenaan dengan musik jazz. Peluang-peluang bisnis mulai bermunculan di sini. Aspek sosial masih sangat jelas antara produsen lagu Barat dan konsumen Indonesia. Dalam menciptakan lagu, seorang komposer atau *arranger* tetap membutuhkan *role model* khusus, yakni dengan mendengarkan banyak referensi lagu Barat. Aspek budaya terlihat jelas pada proses akulturasinya, misalnya perpaduan musik *gamelan* dan band (seperti dalam Band Krakatau). *Gamelan* dianggap merepresentasikan musik Indonesia, sedangkan band digunakan untuk masuk pada wilayah musik populer. Melalui akulturasi ini, dua jenis penikmat (komunikasi) yang terjaring, pertama penikmat musik *gamelan*, dan kedua,



Bagan 3. Hubungan budaya, industri, dan peran media dalam komunikasi musikal

SIMPULAN

Setelah kemajuan teknologi seperti sekarang, komunikasi musik menjadi sangat luas. Awalnya tidak semua orang peduli dan mampu menikmati musik; mereka memerlukan uang jutaan rupiah untuk menyaksikan konser dan membeli DVD. Musik dan lagu dapat dinikmati secara gratis hanya menggunakan *smartphone*. Musik seni berubah menjadi musik berbasis konsumen dan komoditas. Para produser lagu-lagu Barat juga banyak melakukan modifikasi dalam proses kreatif musiknya. Pada masa teknologi analog, keterampilan pemain musik menjadi modal kuat di industri, tetapi sekarang siapapun dapat berkontribusi menciptakan lagu dengan fitur-fitur dalam aplikasi perekaman. Semenjak teknologi perekaman berkembang pesat, proses komunikasi musikal musik jauh berubah. Sebelumnya hanya segelintir orang yang mampu menciptakan musik dengan keterampilan, media, dan tim yang mendukungnya. Relasi antar artis dan penggemar mulai tercipta. Hari ini semua orang mampu menciptakan, merekam, dan memasarkan lagu-lagunya menggunakan kemampuannya sendiri. Setiap orang berusaha menjadi artis dan produser, sehingga jumlah penikmat beririsan dengan banyak komposer baru yang bermunculan. Jika di era sebelumnya lagu-lagu Barat dapat mempengaruhi pendengarnya dari berbagai penjuru dunia (termasuk Indonesia), saat ini baik komposer dan penikmat musik dapat saling mempengaruhi. Produser lagu-lagu Barat tidak lagi bisa membentuk selera pasar sepenuhnya. Ditambah dengan munculnya budaya “viral”, semua gagasan mengarah pada ide musik yang menarik jadi perbincangan banyak orang (baik positif atau negatif).

DAFTAR PUSTAKA

Baker, S. E., Ellwood, S. A., Johnson, P. J., & Macdonald, D. W. (2016). Moles and

- mole control on british farms, Amenities and gardens after strychnine withdrawal. *Animals*, 6(6). <https://doi.org/10.3390/ani6060039>
- Hidayatullah, R. (2021). Komunikasi Musikal dalam Konser “Musik Untuk Republik.” *Tonika: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Seni*, 4(2), 145-160. <https://doi.org/10.37368/tonika.v4i2.254>
- Nuryanto. (2011). Ilmu Komunikasi dalam Konstruksi Pemikiran Wilbur Schramm. *Jurnal Komunikasi Masa*, 4(2), 1-16.
- Priya, Y., & Janardhana, K. (2021). Kamufilase: Korelasi Intramusikal dan Ekstramusikal dalam Penciptaan Komposisi Karawitan Bali. *Promusika*, 4(1), 69-80.
- Putra, C. S. (2015). Pembelajaran Vokal dengan Metode Solfegio pada Paduan Suara Gracia Gitaswara di GKJ Cilacap Utara Kabupaten Cilacap. *Seni Musik*, 4(1), 1-8.
- Richardson, B. (2018). *Analisis Proses Rekaman Musik Dengan Metode Digital Di Km Studio Pontianak*. 1-10.
- Sadguna, I. M. G. I., & Suratni, N. W. (2019). Komunikasi Musikal Dalam Seni Pertunjukan Bali: Studi Kasus Tari Barong Ket. *Segara Widya*, 7(2), 104-116. Retrieved from <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/segarawidya/article/view/820/417>
- Santosa. (2008). Menggagas Komunikasi Musikal dalam Pertunjukan Gamelan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 65-80.
- Santosa. (2011). *Komunikasi Seni, Aplikasi dalam Pertunjukan Gamelan*. Surakarta: ISI Pers Surakarta.
- Society for Research in Psychology of Music and Music Education., I. R. (2014). *Psychology of music*.
- Sosodoro, B. (2019). Interaksi Dan Komunikasi Musikal Dalam Garap Sekaten. *Keteg: Jurnal Pengetahuan, Pemikiran Dan Kajian Tentang Bunyi*, 18(2), 148-158. <https://doi.org/10.33153/keteg.v18i2.2403>
- Supiarza, H. (2022). Fungsi Musik di Dalam Film : Pertemuan Seni Visual dan Aural Functions of Music in Film : The Meeting of Visual and Aural Arts. *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 2(1), 78-87.