

**PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP LGBT DALAM LIRIK LAGU
*ANGEL BABY***

Anugrah Alif Kholifah Mustadzafin¹, Lintang Ratri Rahmiaji²

aafinkm5official@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang, Semarang Kode Pos 50275 Telepon 024-7460036

ABSTRACT

LGBT remains one of the most discussed issues of discrimination in Indonesia. The song Angel Baby by Troye Sivan portrays same-sex love, which became part of the trending LGBT discourse in Indonesia in 2022. This study aims to explore audience interpretations of LGBT themes in the lyrics of Angel Baby and categorize how different audiences perceive the song. The research applies Stuart Hall's reception analysis method and Queer Theory, supplemented by Roland Barthes' semiotic analysis to uncover the dominant meaning of the song's lyrics. This study involved four active and critical informants in interpreting the song, particularly Angel Baby. The results revealed that the informants occupied 9 dominant positions and 3 negotiated positions out of the 3 identified preferred readings. The complexity of reception arising from the informants, influenced by factors such as personal experiences, family environment, and the informants' values.

Keywords: audience interpretation, LGBT, Angel Baby

ABSTRAK

LGBT masih menjadi salah satu isu diskriminasi yang hangat diperbincangkan di Indonesia. Lagu berjudul *Angel Baby* merupakan lagu karya Troye Sivan yang menggambarkan percintaan sesama jenis yang menjadi bagian dari isu LGBT yang pernah *trending* di Indonesia pada tahun 2022 lalu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman khalayak mengenai LGBT dalam lirik lagu *Angel Baby* oleh Troye Sivan serta kategori khalayak dalam memaknai lagu *Angel Baby*. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall dan Teori Queer. Analisis semiotika dari Roland Barthes digunakan sebagai tambahan dalam mencari *preferred reading* lirik lagu agar makna dominan dalam lirik lagu dapat diketahui. Penelitian ini dibantu oleh 4 informan yang aktif dan kritis dalam memaknai lirik lagu *Angel Baby*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan berada pada 9 posisi dominan serta 3 posisi negosiasi dari 3 *preferred reading* yang muncul. Hal itu disebabkan oleh beberapa aspek, seperti pengalaman, lingkungan keluarga, hingga nilai-nilai yang dianut informan.

Kata kunci : pemaknaan khalayak, LGBT, *Angel Baby*

PENDAHULUAN

Musik berkontribusi pada kehidupan dan perkembangan jiwa manusia. Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berpengaruh dalam bidang politik, sosial, dan kepercayaan. Musik adalah salah satu cara untuk mengungkapkan seni dengan suara yang mengandung pesan. Terkadang, musik mencerminkan kebudayaan masyarakat pendukungnya sebagai bagian dari karya seni. Musik dapat dimaknai sebagai salah satu media komunikasi karena tidak hanya seni, melainkan terdapat penerapan proses komunikasi secara kreatif dalam pergaulan sehari-hari. Pesan, nilai, dan standar menjadi bagian dari proses enkulturasi budaya dalam alunan musik (Triningtyas, 2016).

Morgan (1991) menjelaskan bahwa pada awal abad 20 musik berkembang mengikuti teknologi namun masih bergaya minimalis, hal itu melahirkan aliran musik jazz, atonal, hingga elektronik. Musik populer berperan dalam menyatukan berbagai lapisan masyarakat sekaligus menjadi sarana untuk menyuarakan aspirasi terkait perubahan otonomi dan budaya bangsa (McQuail, 2010). Musik kini turut mengubah pola pergerakan sosial serta kritik masyarakat, memperluas jangkauannya, dan mengintegrasikan pesan-pesan yang disampaikan melalui

berbagai platform media. Terutama media baru sebagai bentuk inovasi dari perkembangan media massa.

Dengan dibuatnya musik, penciptanya dapat bercerita tentang hal-hal yang sangat sederhana hingga yang sangat kompleks, fenomena, dan pengalaman pribadi. Sikap komunitas terkait hal-hal yang rentan disorot, biasanya dapat diungkapkan melalui musik. Misal seperti *iluminati*, pemujaan sekte tertentu, hingga LGBT. Adapun mengenai LGBT dalam skala global kini sudah tidak bisa dihindari lagi, persebaran pemahaman LGBT sudah semakin gencar dari tahun ke tahun, baik secara terang-terangan maupun menyisipkan dalam agenda tertentu.

LGBT merupakan singkatan untuk Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender. Gerakan ini bermula dari negara barat, khususnya Eropa dan Amerika Serikat. Linklater dalam Hadyan (2019) mengatakan bahwa fenomena LGBT sudah populer terlebih dahulu di kedua kawasan tersebut. LGBT bahkan sudah menjadi topik yang selalu ramai dibicarakan selama satu dekade terakhir. Amerika Serikat menjadi salah satu negara yang melegalkan gerakan LGBT. Hal ini diperkuat dengan pernyataan American Psychiatric Association (APA) yang bersumber dari *amnesty.id*, telah menghapus homoseksual dari istilah Diagnostic and Statistical

Manual of Mental Disorder (DSM) sejak 1973.

Pada umumnya, masyarakat Indonesia mempunyai pandangan kontra terhadap gerakan LGBT. Alasan umum bagi yang menentang gerakan LGBT ialah karena dianggap tidak sesuai dengan pandangan bangsa dan negara. Hampir semua media di Indonesia tidak setuju dan sering memuat pernyataan berita yang memang tidak membuka diri akan pemahaman LGBT di Indonesia. Mengutip dari DW Media (2022), Ragil Mahardika, seorang *gay* asal Indonesia yang kini tinggal di Jerman berpendapat bahwa LGBT akan sulit tumbuh di Indonesia.

Adapun musik sudah menjadi salah satu budaya yang paling populer di dunia. Sudah banyak musisi luar negeri yang lagunya menjadi bahan perbincangan masyarakat di media sosial. Salah satunya Troye Sivan, penulis lagu *Angel Baby*. Troye Sivan ialah seorang aktor sekaligus penyanyi yang berasal dari Australia. Namun karir Troye pada dunia akting lebih dikenal sebelumnya daripada karir musiknya. Troye sudah merilis album debutnya saat berusia 12 tahun, satu tahun lebih lambat daripada saat dia menjalani debut akting dalam film. Dikenal sebagai artis muda, Troye juga pernah berkolaborasi dengan *dj* terkenal yaitu Martin Garrix dalam lagu berjudul "There For You".

Judul lagu *Angel Baby* karya Troye yang diluncurkan pada 9 September 2021 lalu. *Angel Baby* menjadi lagu ketiga karya Troye sekaligus pernah bertengger di Billboard Charts YouTube dunia. Kemudian Troye meluncurkan versi visualizer dari *Angel Baby*. Lagu visualizer ialah video klip lagu yang hanya berisi semacam animasi grafis atau animasi lainnya yang tersinkronisasi dengan frekuensi beat seperti musik aslinya. Lagu visualizer dengan durasi 3 menit 41 detik ini mengangkat konsep kasih sayang, cinta, mega pop, dan kekuatan diam-diam dari seorang *gay*. *Angel Baby* ia ciptakan karena adanya keputusan sebelumnya. "Ini dimulai dari seperti.. saya di ambang menyerah pada gagasan cinta," tutur Sivan. "Seperti seseorang yang benar-benar hancur oleh masa lalunya. Dan kemudian berubah menjadi fantasi penuh. Sangat menyenangkan membiarkan diri saya bermimpi." (Audacy, 2021).

Lagu ini mulai populer bermula dari platform TikTok ketika *Angel Baby* dijadikan *background* pada konten-konten TikTok di Indonesia. Sejak saat itu masyarakat khususnya generasi muda mulai penasaran dengan lagu ini. Meskipun jarak antara perilisan lagu dengan masa *trending* lagu di Indonesia yaitu 6 bulan, tidak mengurangi minat *viewers* untuk melihat video klip *Angel Baby (Visualiser)*.

Alhasil lagu tersebut pernah masuk 50 besar kategori *Weekly Top Music Videos* di Indonesia selama 6 pekan berturut-turut, dengan puncak *views* terjadi pada 1-7 April 2022 (minggu pertama) yang mana menempati urutan 22 dari list tersebut. Pada minggu itu tercatat videoklip itu dilihat sebanyak 1.080.198 *views*. Pada *platform* musik lain, tercatat per 16 Oktober 2023 lagu *Angel Baby* telah diputar sebanyak 443.418.353 kali di seluruh dunia pada platform musik *Spotify*.

Dengan tanggapan yang positif terhadap lagu ini, Sivan berhasil mempertahankan relevansinya di industri musik dan menunjukkan kemampuannya untuk terus berinovasi, khususnya dalam menciptakan lagu-lagu yang menyentuh tema emosional dan personal yang dapat diterima oleh berbagai kalangan pendengar.

RUMUSAN MASALAH

Di tengah gempuran informasi pada media sosial yang diiringi jumlah pengguna yang semakin menjamur, maka kemampuan khalayak aktif kini dapat berpengaruh dalam mengubah atensi suatu peristiwa menjadi lebih besar, yang menarik untuk dicermati. Maka khalayak aktif dipahami sebagai fenomena sosial yang unik, dalam hal ini ketika lagu *Angel Baby* yang sempat hits di Indonesia namun sebagian masyarakat masih belum tahu

bahwa lagu tersebut menyelipkan unsur LGBT di dalamnya.

Secara umum, pandangan LGBT di Indonesia cenderung negatif. LGBT yang berasal dari barat, akan lebih diterima karena budaya barat mempunyai karakteristik yang berbeda dengan budaya dunia timur. Oleh karena itu, para seniman atau kreator musik mempunyai banyak cara agar pandangan LGBT mereka dapat diterima oleh khalayak luas di seluruh dunia. Salah satu caranya yaitu dengan mencari celah untuk menyalurkan eksistensi dan aspirasi mereka dengan menyisipkan dalam berbagai hal termasuk produk audio dan audio-visual. Hal itulah yang turut menyuarkan aspirasi mereka dalam menunjukkan jati diri mereka. Dengan adanya musik atau lagu menjadi salah satu terobosan dalam menyalurkan pandangan tersebut karena keragaman pada satu lagu itu dapat mengaburkan suatu tujuan tertentu yang mungkin bertentangan dengan salah satu budaya masyarakat namun dapat diterima oleh masyarakat itu sendiri. Kemudian untuk menunjukkan eksistensi komunitas LGBT sebagai kaum minoritas melalui lagu dapat ditunjukkan dengan tidak hanya melalui lirik lagu saja. Adapun cara lainnya yaitu dengan menyisipkan penggunaan tanda-tanda dalam sebuah video musik. Video musik atau klip dikemas dengan baik maka dapat

menarik perhatian dari pendengar yang mana akan menambah individu lain yang terterpa pesan yang terkandung di dalamnya.

Ditambah adanya wawancara peneliti bahwa stereotip negatif mengenai LGBT masih berkembang hingga sekarang. *Angel Baby* (2021) merupakan salah satu lagu yang dipopulerkan oleh Troye Sivan. Troye Sivan sebagai salah satu aktor sekaligus penyanyi internasional yang mulai dikenal saat lagu dengan judul ‘*Angel Baby*’ nya mulai dijadikan sound dalam berbagai konten TikTok di Indonesia. “*Angel Baby*” memang sempat populer mengingat Troye Sivan dikenal sebagai salah satu *gay* dan terdapat penelitian sebelumnya juga mengungkapkan bahwa lagu ‘*Angel Baby*’ mempunyai unsur LGBT di dalamnya yang mana pandangan tersebut masih menuai pro dan kontra di Indonesia.

Lagu ini sempat ramai di kalangan masyarakat Indonesia khususnya pada April hingga Mei 2022 lalu, yang diikuti dengan bertebaran konten dengan unsur lagu ini di berbagai media sosial. Hal ini justru bertolak belakang dengan stigma negatif LGBT bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Perlindungan terhadap orang yang mendukung LGBT di Indonesia secara spesifik belum ada yang mengaturnya. Adapun kehadiran lagu *Angel Baby* dapat menghadirkan adanya

bias makna dan perbedaan paham mengenai kampanye LGBT melalui *Angel Baby* di kalangan penikmat musik pop itu sendiri. Pengamatan itu menandakan bahwa lagu *Angel Baby* dapat diterima dengan positif dari segi marketing musik serta peran lagu *Angel Baby* dapat berkontribusi pada penerimaan identitas LGBT secara tak langsung. Maka peneliti tertarik bagaimana sebenarnya pemaknaan khalayak terhadap lagu *Angel Baby* di kalangan masyarakat khususnya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk menjelaskan permasalahan :

Bagaimana keragaman pemaknaan khalayak terhadap LGBT dalam lirik lagu “*Angel Baby*” oleh Troye Sivan?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemahaman khalayak mengenai LGBT dalam lirik lagu *Angel Baby* oleh Troye Sivan.

KERANGKA TEORITIS

Teori Queer

LGBT merupakan istilah dari Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender. Lesbian dijelaskan sebagai perempuan yang cenderung tertarik dengan sesama perempuan secara seksual. Gay merupakan kecenderungan seksual laki-laki yang suka

dengan sesama laki-laki. Biseksual dipahami sebagai kecenderungan seksual dimana seseorang bisa menyukai dua jenis kelamin sekaligus, baik perempuan dan laki. Adapun transgender adalah seseorang yang mengubah kelaminnya secara sadar yang turut mengubah identitas gendernya. Menurut *Zakiyatul Faizah, dr., M.Kes.*, Ahli Genetik dari Universitas Airlangga, menjelaskan bahwa LGBT dapat terjadi akibat terdapat kelainan pada genetik seseorang (Detik, 2023).

Menurut Littlejohn (2009:886), Teori Queer adalah perspektif luas yang mencakup hampir semua aspek komunikasi dan aktivitas simbolik manusia. Ini meliputi cara berpikir dan menganalisis kata-kata dan label, pemahaman tentang kelompok sosial, serta kajian tentang hasrat, pernikahan, dan institusi secara umum. Bagian ini memberikan gambaran umum tentang Teori Queer dengan mengeksplorasi konsep-konsep dasarnya, ruang lingkup konseptual, penerapannya dalam komunikasi, serta isu-isu terkini yang terkait dengan perkembangannya.

Sebagai perspektif teoretis dan alat metodologis, Teori Queer memberikan wawasan yang signifikan mengenai dinamika kekuasaan, proses normalisasi, dan normativitas dalam berbagai konteks komunikasi. Secara metodologis, Teori Queer menawarkan pendekatan yang

berbeda dalam menghubungkan, mengumpulkan, dan menyajikan informasi untuk menangkap sifat komunikasi manusia, hubungan sosial, dan wacana publik yang bersifat afektif dan performatif.

Secara umum, di Indonesia, pandangan terhadap hak asasi LGBT tidak didukung secara luas oleh hukum nasional, meskipun tindakan yang berkaitan dengan homoseksualitas itu sendiri tidak dianggap sebagai tindakan pidana. Baik pernikahan maupun adopsi oleh komunitas LGBT tidak diizinkan, dan belum ada undang-undang anti-diskriminasi yang secara langsung berkaitan dengan orientasi seksual atau identitas gender. Sikap sosial dan budaya terhadap keberagaman orientasi seksual dan identitas gender mencerminkan adanya perbedaan antara kelompok yang progresif dan terbuka terhadap penerimaan, dan mayoritas masyarakat yang mungkin tidak sepenuhnya memahami masalah tersebut.

Konsep Pemaknaan Khalayak

Burton dalam Morissan (2016:264) berpendapat bahwa khalayak dapat dipahami berdasarkan uraian berikut:

- Mereka adalah beberapa individu berbeda yang kebetulan membaca satu teks dalam satu waktu.

- Kelompok sosial yang saling berhubungan karena ciri-ciri umum di luar konsumsinya.
- Kelompok massa yang identitasnya berasal dari jenis konsumsinya.

Maka khalayak aktif dalam penelitian ini ialah mereka yang menyadari pengalaman dalam proses penerimaan pesan dari media, menyampaikan serta mendiskusikan pemaknaannya kepada orang-orang di lingkungannya. Mengacu pada kenyataan sekarang, khalayak telah berkembang menjadi sebuah kolektifitas individu yang memiliki pendirian secara sosial dan budaya yang mempunyai sikap independen dalam memilah penerimaan dari media. Dari arti independensi tersebut maka khalayak mampu membuat pilihannya sendiri dan merespon fenomena berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka sendiri tanpa pengaruh dominan dari media atau pihak luar lainnya.

Konsep Media Baru

Istilah komunikasi massa mulai digunakan pada akhir 1930-an, meskipun karakteristik utamanya telah dikenal luas dan relatif stabil. Janowitz (1968) dalam (McQuail, 2010: 81) mendefinisikan komunikasi massa sebagai institusi dan teknik di mana kelompok tertentu menggunakan teknologi untuk menyebarkan pesan simbolik kepada

audiens yang luas, heterogen, dan tersebar. Adapun dalam perkembangannya, teknologi sudah semakin canggih. Maka Lev Manovich mengembangkan teori new media sebagai lanjutan dari komunikasi massa yang semakin beragam karena menyesuaikan perkembangan teknologi.

Penelitian ini akan berkaitan dengan media sosial yang mana digunakan oleh Troye Sivan dalam promosi lagu Angel Baby. Media sosial dapat dikatakan sebagai bagian dari media baru bila dilihat dari bidang ilmu komunikasi. Ada beberapa definisi mengenai media baru menurut Littlejohn, Power, dan Flew. Littlejohn dan Power dalam mendefinisikan media baru sebagai sebuah babak baru yang mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. Maka konsep media baru disimpulkan bahwa kekuatan dalam suatu media itu ialah penguasaan teknologi yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat (Anis Hamidati *et al*, 2011: 53).

Media baru (New Media) sebagai salah satu teori yang mempunyai hubungan dengan komunikasi massa, maksudnya teori ini sebagai perluasan konsep dari teori komunikasi massa. Contoh alat media baru seperti media sosial, blog, atau aplikasi digital dapat mengubah cara informasi diproduksi, didistribusikan, hingga dikonsumsi khalayak. Manovich (2001)

berargumen bahwa media digital sebagai bagian dari media baru memiliki karakteristik yang berbeda dengan media konvensional namun masih menjadi bagian dari media baru.

Maka musik menjadi salah satu bagian dari media baru karena memiliki beberapa aspek yang menjadi ciri utama media baru. Yaitu musik muncul sebagai teknologi baru pada akhir abad ke-19 yang menawarkan konten dan fungsi yang inovatif. Media ini mengubah cara presentasi dan distribusi hiburan tradisional dengan menyajikan cerita, spektakuler, musik, drama, humor, dan trik teknis untuk konsumsi populer. Sebagai media massa, lagu menyajikan inovasi baru dalam hiburan yang dapat memenuhi kebutuhan.

METODE PENELITIAN

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif menurut Soehartono (2011:25) adalah untuk memberikan penjelasan mengenai suatu komunitas atau populasi tertentu, untuk menggambarkan fenomena atau hubungan antara dua fenomena atau lebih. Posisi peneliti digambarkan sebagai instrument penting yang menjelaskan fenomena secara rinci. Tipe penelitian ini bersifat verifikatif, maksudnya akan menjelaskan sekaligus memberi alasan

berkaitan bagaimana fenomena itu terjadi (Rachmat, 2006: 62). Pada dasarnya, analisis semiotik merupakan usaha untuk memahami suatu hal yang unik. Maksudnya ketika membaca suatu narasi atau teks, maka diperlukan untuk mengajukan pertanyaan lebih mendalam. Analisis ini berkaitan dengan pragmatisme dan makna yang tersirat. Maka penelusuran makna melibatkan identifikasi hal-hal yang tersembunyi di balik teks. Analisis semiotik khususnya model Barthes seringkali bertujuan untuk menemukan makna dari “makna yang tersembunyi di balik narasi” dalam konteks yang lebih luas. Dalam penelitian ini secara sistematis peneliti akan menjelaskan objek penelitian terhadap objek yang sedang diteliti secara relatif.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini diambil menggunakan *purposive sampling*. Menurut Herdiansyah yang dikutip dalam Anindyaguna (2021), *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang mana subjek akan dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah remaja hingga dewasa, khususnya berusia 18 tahun ke atas. Hal ini didasarkan pada Teori Psikososial Erik

Erikson. Menurut Rerung (2023:54), usia 18 tahun merupakan tahap keenam (Masa Dewasa Muda) dalam teorinya, yang mana merupakan tahap dimana individu sudah melewati tahap mencari identitas, sehingga sudah beranjak ke fase membentuk komitmen jangka panjang. Subjek terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan usia di atas 18 tahun yang pernah mencermati atau mendengarkan lagu Angel Baby yang dipopulerkan oleh Troye Sivan. Disamping itu, dikutip dari Data Reportal dalam Goodstats (2023) terdapat 153 juta jiwa orang yang menggunakan media sosial dan berumur lebih dari 18 tahun di Indonesia. Peneliti menentukan 4 orang informan yang akan melakukan analisis resepsi lirik lagu Angel Baby. Peneliti memilih 1 orang yang pro dengan LGBT, 2 orang yang kontra namun tetap menerima lagu, serta 1 orang yang kontra terhadap lagu dan LGBT agar mendapatkan berbagai latar belakang yang berbeda.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman khalayak mengenai LGBT serta kategori khalayak dalam memaknai *Angel Baby* oleh Troye Sivan. Maka penelitian ini akan menggunakan dua analisis data yaitu :

1. Analisis Semiotika Barthes

a. Identifikasi denotasi dan konotasi

Langkah pertama adalah mengidentifikasi makna denotatif, yaitu makna literal atau dasar dari tanda dalam teks. Ini adalah makna yang paling langsung dan umum yang sering kali dapat ditemukan dalam kamus. Setelah denotasi, Barthes menganalisis konotasi, yaitu lapisan makna tambahan yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, atau pribadi. Konotasi mencerminkan bagaimana suatu tanda dapat membawa makna emosional, asosiasi, atau ideologi tertentu yang lebih dalam.

b. Analisis Makna atau Konsep

Barthes mengidentifikasi bahwa teks dipenuhi dengan berbagai kode yang membentuk maknanya. Beberapa kode yang sering dibahas oleh Barthes meliputi:

- Kode Hermeneutik (Enigma Code): Ini berkaitan dengan unsur misteri atau pertanyaan dalam teks yang membuat pembaca tertarik untuk menemukan jawabannya.
- Kode Semantik: Berkaitan dengan makna yang diberikan oleh kata-kata atau frase tertentu yang mengandung makna konotatif.
- Kode Simbolik: Melibatkan oposisi atau kontradiksi dalam teks yang menciptakan makna simbolis yang lebih mendalam.

- Kode Naratif (Proairetik Code): Berkaitan dengan elemen aksi dalam teks yang mendorong cerita maju, menciptakan harapan atau prediksi tentang apa yang akan terjadi selanjutnya.

c. Mempertimbangkan Konteks Sosial Budaya

Barthes juga menekankan pentingnya memahami mitos dan ideologi yang tersirat dalam teks. Mitos, menurut Barthes, adalah narasi budaya yang memberikan makna mendalam dan berfungsi untuk menegakkan nilai-nilai sosial yang dominan. Analisis ini mengeksplorasi bagaimana teks dapat memperkuat atau mempertanyakan ideologi yang berlaku, serta bagaimana makna dalam teks dapat dimanipulasi untuk mendukung pandangan dunia tertentu.

2. Analisis Resepsi Stuart Hall

Analisis data kedua yang akan digunakan yaitu Analisis Resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi Stuart Hall bertujuan untuk memahami bagaimana informan menempatkan diri mereka dalam tiga posisi pemaknaan. Adapun prosedur Analisis Resepsi Stuart Hall yang akan diaplikasikan peneliti:

1. Pemilihan Subjek Penelitian: Peneliti menentukan informan yang akan diteliti, biasanya melalui kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Dalam

penelitian ini, peneliti menentukan sendiri berdasarkan subjek penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Pengumpulan Data: Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam untuk menggali bagaimana informan menafsirkan pesan dalam lirik lagu *Angel Baby*.

3. Analisis Data: Menelaah transkrip wawancara untuk mengidentifikasi pola interpretasi dan mengkategorikannya ke dalam salah satu dari tiga kategori pemahaman: pemahaman dominan, pemahaman negosiasi, dan pemahaman yang berlawanan atau oposisi.

4. Interpretasi Hasil: Menafsirkan temuan dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi interpretasi informan.

Hasil dari analisis semiotika Barthes memberikan hal dasar berupa *preferred reading*, yang digunakan peneliti untuk memahami dalam menginterpretasikan lirik lagu. *Preferred Reading* yang ada kemudian diperluas dalam beberapa pertanyaan yang diajukan kepada informan untuk menemukan pemaknaan mereka yang dilanjutkan dengan Analisis Resepsi Stuart Hall sebagai analisis kedua yaitu analisis pemaknaan dari informan. Keterkaitan ini memungkinkan peneliti

mengeksplorasi dinamika antara pesan teks dan interpretasi informan secara mendalam.

PEMBAHASAN

Pemaknaan Khalayak Lirik Lagu

Lirik lagu merupakan bentuk pesan yang disampaikan oleh media kepada publik dan kemudian diterima oleh audiens yang secara sadar memilih pesan tersebut serta media tempat pesan itu disampaikan. Informan sebagai target dari produksi pesan, memahami lirik lagu yang memuat tema LGBT sesuai dengan cara pandang yang umumnya diterima oleh masyarakat. Melalui proses ini, pesan dan makna dalam lirik lagu yang mereka konsumsi diterjemahkan ulang, menciptakan makna baru yang menjadi bagian dari proses pemahaman audiens terhadap pesan tersebut.

Lirik Lagu di Media Baru

Lirik lagu *Angel Baby* karya Troye Sivan yang disebarluaskan melalui media baru, seperti platform streaming, media sosial, dan video musik digital, dapat dianalisis menggunakan teori queer karena menggambarkan cinta yang melampaui norma heteronormatif. Lirik *Angel Baby* menggambarkan perasaan cinta dan kerinduan yang dalam, yang dapat dipahami sebagai bagian dari pengalaman queer. Melalui media baru, lagu ini dapat diakses audiens global, menyampaikan

pesan cinta yang inklusif dan mewakili berbagai identitas. Teori queer mendukung interpretasi ini sebagai upaya menormalkan hubungan di luar batas heteronormatif.

Media baru seperti Spotify, YouTube, X, dan TikTok menyediakan ruang bagi karya yang mewakili identitas queer. *Angel Baby* adalah salah satu contoh bagaimana media ini membantu menyebarkan narasi queer, memungkinkan audiens LGBT merasa terwakili. Teori queer menekankan pentingnya media seperti ini dalam melawan dominasi norma tradisional.

Teori queer menolak pandangan bahwa cinta dan hubungan harus mengikuti pola tertentu. Lirik *Angel Baby* mengungkapkan cinta secara mendalam tanpa membatasi pada norma tradisional, sehingga membuka peluang interpretasi yang lebih fleksibel dan beragam.

Informan tidak hanya menerima pesan dari lagu ini, tetapi juga menciptakan makna baru berdasarkan pengalaman pribadi mereka. Lirik lagu *Angel Baby* bagi pendengarnya, bisa menjadi representasi atau pengakuan atas pengalaman cinta mereka sendiri, sesuai dengan prinsip teori queer. Lagu ini menggunakan narasi personal untuk menantang stereotip sosial. Dengan lirik yang emosional, *Angel Baby* menggambarkan hubungan yang mungkin

dianggap "tidak biasa" sebagai sesuatu yang wajar dan indah. Teori queer memandang ini sebagai langkah penting dalam melawan norma yang membatasi ekspresi cinta dan identitas. Melalui media baru, *Angel Baby* bukan hanya menjadi karya seni, tetapi juga sarana untuk mempromosikan diskusi tentang cinta queer dan menggugat norma-norma yang ada, sejalan dengan prinsip teori queer.

Khalayak adalah pembaca, yang dalam penelitian ini merujuk pada informan yang mengonsumsi pesan berita dan kemudian menguraikannya menjadi berbagai tema pemaknaan. Dalam proses memahami pesan yang diterima, informan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti pengalaman pribadi dan nilai-nilai yang mereka anut. Hasil pemaknaan informan ini kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kategori: *dominant reading*, *negotiated reading*, atau *oppositional reading*. Dalam penelitian ini, ditemukan dua kelompok pemaknaan, yaitu *dominant reading* dan *negotiated reading*.

Poin utamanya ialah sebagian besar informan menerima kode-kode pemaknaan LGBT dalam lirik lagu, yang dikelompokkan menjadi kelompok *dominant-reading*. Posisi dominan informan sebanyak 9 serta posisi negosiasi informan sebanyak 3 pemaknaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang didapatkan adalah adanya 9 posisi dominan serta 3 posisi negosiasi dari total 12 keseluruhan pemaknaan informan. Hal itu menunjukkan bahwa informan setuju dengan *preferred reading* yang dimiliki peneliti. Makna dominan yang muncul yaitu bahwa narasi utama dalam lirik lagu *Angel Baby* adalah kisah cinta Troye Sivan, Troye menggunakan lirik *Angel Baby* sebagai bentuk ekspresi gaynya, dan lagu *Angel Baby* memuat pesan dan menjelaskan relasi LGBT.

Empat informan kesemuanya berada pada posisi dominan dalam dua dari tiga makna dominan yaitu pada narasi utama dalam lirik lagu adalah kisah cinta Troye dan Troye menggunakan lirik lagu untuk mengekspresikan gay. Posisi negosiasi pada makna dominan hanya berada dalam pemaknaan pada lagu *Angel Baby* yang memuat pesan dan menjelaskan relasi LGBT.

Posisi dominan menandakan bahwa informan menerima pesan secara utuh dan memberikan pendapat yang sama dengan pesan yang dimaknai sebelumnya oleh peneliti. Posisi dominan pada informan yaitu mereka meyakini bahwa narasi utama lagu adalah kisah cinta Troye Sivan terhadap pasangan sesama jenis, kisah cinta

sesama jenis itu sesuatu yang ada meskipun dianggap fana dan berdosa, dan Troye menggunakan lirik lagu *Angel Baby* untuk mengekspresikan gaynya. Kemudian posisi negosiasi pada makna dominan tersebut menunjukkan bahwa informan tidak sepenuhnya menolak pesan dominan, namun tetap memaknai berdasar latar belakang atau konteks mereka. Posisi negosiasi mencerminkan adanya persetujuan terhadap makna itu tetapi tidak sepenuhnya dimaknai dengan maksud dan tujuan yang sama. Posisi negosiasi yang muncul dapat disimpulkan bahwa *Angel Baby* dimaknai sebagai lagu yang memuat pesan kisah cinta heteroseksual sekaligus homoseksual.

Temuan baru pada penelitian ini adalah bahwa penelitian ini dapat membuka diskusi yang berkaitan dengan isu diskriminasi seperti LGBT untuk dapat dilihat dari konteks budaya, bukan konteks moral semata saja. Informan mengetahui bahwa *Angel Baby* memuat pesan LGBT di dalamnya namun mereka tetap menerimanya. Temuan lainnya adalah informan lebih mengutamakan unsur musikalitas sehingga *Angel Baby* dapat diterima di tengah kultur masyarakat Indonesia yang cenderung menolak LGBT serta menerapkan budaya heteronormatif. Informan mempunyai sikap kritis juga mampu mengapresiasi makna yang kaya

dan kompleks yang ada dalam *Angel Baby* meskipun juga terdapat interpretasi personal yang dimiliki informan.

SARAN

Saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan memperluas cakupan kajian, tidak hanya terbatas pada lirik lagu tetapi juga mencakup video klip lagu *Angel Baby*. Penelitian terhadap video klip ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana tema LGBT digambarkan dalam lagu tersebut. Untuk menganalisis video klip, dapat diterapkan pendekatan semiotika dari John Fiske yang melibatkan tiga level pengkodean sosial: level realitas, representasi, dan ideologi. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya mencari lagu-lagu yang memuat ide atau gagasan yang masih menjadi isu diskriminasi di Indonesia agar dapat memperluas wawasan dan mengetahui pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ang, Ien. 2006. *Desperately Seeking the Audience*. New York: Routledge
- Budiastuti, Dyah & Agustinus Bandur. (2018). *Validitas dan Realibilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media: hal. 140-144.

- Bullock, Darryl. (2017). *David Bowie Made Me Gay: 100 Years of LGBT Music*. New York: Abrams Press.
- Creswell, John W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D., McQuail, J.G. Blumler & J. Brown. (1972). *The Television Audience: A Revised Perspective* dalam McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. London: Penguin Books: hal. 135-165.
- Defleur, Melvin. (1989). *Theories of Mass Communication*. White Plains: Longman.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc: hal 105–117.
- Elizabeth B. Hurlock. 1980. *Developmental Psychology A Life Span Approach*. New York: Mc. Graw Hil Book: hal. 266.
- Gamble, Steven. 2021. *How Music Empowers: Listening to Modern Rap and Metal*. New York: Routledge.
- Habermas, Jürgen. 1984. *The Theory of Communicative Action, Volume One: Reason and Rationalization of Society* (asli: 1981, 'Theorie des Kommunikativen Handelns, Band I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung', transl by Thomas McCarthy). Boston: Beacon Press.
- Hamidati, Anis et al. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo: hal. 53.
- Littlejohn, Stephen W. and Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks: Sage Publications Ltd: hal. 889.
- Manniche, Lise. (1991). *Music and Musicians in Ancient Egypt*. London: London British Museum Press.
- McCracken, Allison. (2015). *Real Men Don't Sing : Crooning in American Culture*. Durham: Duke University Press Books.
- McQuail, Denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Thousand Oaks: SAGE: p. 139.
- Morissan. (2016). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia: hal. 264.
- Nasution, Arman Hakim. (2003). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Surabaya: Guna Widya.

Severin, Werner J. and & James W. Tankard Jr. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*, (Edisi Ke-5). Jakarta: Kencana.

Severin, Werner J. and & James W. Tankard Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*, (Edisi Ke-5). Jakarta: Kencana.

Thornham, S., Bassett, C., & Marris, P. (2009). *Media studies: A Reader*. New York: NYU Press.

Triningtyas, D. A. (2016). *Komunikasi Antar Pribadi*. Magetan: CV. AE Media Grafika: hal 10.

JURNAL

Darmawan, Arief. (2023, April). “Karakteristik Melankolisme Lirik Lagu Denny Caknan dalam Perspektif *Mourning and Melancholia* Sigmund Freud”. *Jurnal Ilmu Susastra dan Budaya* 12 (1): hal. 49.
<https://doi.org/10.51817/susastra.v12i1.99>

Morgan, Robert. (1991, Winter). “Music Perception: An Interdisciplinary Journal”. Vol. 9 (2). p. 267-276.

Rerung, Alvary Exan. (2023, April). “Peran Orang Tua Dalam Menciptakan

Kepercayaan Diri Anak Usia 18 Tahun Menggunakan Teori Psikososial Erik Erikson”. *Harati: Jurnal Pendidikan Kristen* 3 (1): hal. 54.

<https://ejournal.iaknpky.ac.id/index.php/harati/article/view/123>.