

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Pada penelitian yang menggunakan metode *reception analysis* ini peneliti membahas mengenai bagaimana penerimaan khalayak mengenai desakralisasi dalam video klip Indonesia Raya + Indonesia Pusaka karya Alffy Rev. Dalam penelitian ini peneliti menemukan informan yang masuk dalam posisi *opposition* yang artinya informan melihat adanya desakralisasi pada aransemen lagu kebangsaan Indonesia Raya dan desakralisasi pada visual video klip Indonesia Raya karya Alffy Rev ini. Jawaban dari informan dipengaruhi oleh latar belakangnya yang merupakan mahasiswa sekaligus aktivis, sehingga dapat memaknai suatu fenomena dengan kritis.

Selain itu ada pula latar belakang lain yang mempengaruhi jawaban beberapa informan, yakni latar belakang mereka yang merupakan penggemar sejarah dan tidak menyukai *genre* musik EDM. Bagi informan dalam posisi ini lagu kebangsaan Indonesia dan Bendera Merah Putih merupakan lambang negara yang sakral, sehingga menurut mereka ada baiknya jika kita tidak mengubah atau mengaransemen dengan alasan apa pun. Selain itu sebagian informan juga menyatakan bahwa lambang-lambang kebesaran Indonesia di atur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44

Tahun 1958 tentang Lagu Kebangsaan Indonesia Raya, sehingga penggunaan lagu kebangsaan dan bendera harus sesuai dengan hukum yang mengatur.

Peneliti juga menemukan informan dengan posisi *negotiated* yang artinya informan tidak sepenuhnya mempermasalahkan aransemen lagu kebangsaan Indonesia Raya dan visual pada video klip Indonesia Raya karya Alffy Rev ini. Informan yang berada dalam posisi *negotiated* tidak mempermasalahkan apa yang dilakukan oleh Alffy Rev dalam video klip Indonesia Raya + Indonesia Pusaka karyanya, akan tetapi mereka juga menjelaskan bahwa jika disangkutpautkan oleh Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1958 tentang Lagu Kebangsaan Indonesia Raya maka sebaiknya Alffy Rev mengikuti hukum tersebut.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Selain menggunakan metode *reception analysis*, penelitian ini juga dapat dianalisis menggunakan metode lain contohnya semiotika dimana simbol dan lambang pada video klip Indonesia Raya + Indonesia Pusaka karya Alffy Rev feat. Misellia ini dapat diinterpretasikan satu demi satu oleh peneliti selanjutnya.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para pemusik atau musisi untuk lebih berhati-hati dalam membuat karya yang ada sangkutpautnya

dengan lambang kebesaran negara Indonesia seperti lagu kebangsaan Indonesia Raya dan Bendera Merah Putih.

### **V.2.3. Saran Sosial**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat lebih memahami lagi makna lambang negara Indonesia, yakni lagu kebangsaan Indonesia Raya dan Bendera Merah Putih.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alasuutari, Pertti. (1999). *Rethinking The Media Audience*. London: SAGE Publications Ltd.
- Attias, Bernardo Alexander et.al. (2013). *DJ Culture in the Mix: Power, Technology, and Social Change in Electronic Dance Music*. London: Bloomsbury Publishing Inc.
- Barker, Chris. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hadi, Ido Prijana (ed.). (2015). *Information and Communication Technology, dan Literasi Media Digital*. Yogyakarta: ASPIKOM.
- Hall, Stuart et.al. (2011). *Budaya, Media, Bahasa*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Junaedi, Fajar et.al. (ed.). (2014). *Sport, Komunikasi, dan Audiens*. Yogyakarta: ASPIKOM.
- Krisdinanto, Nanang (ed.). (2014). *Menakar Media Massa dan Gaya Hidup Kita*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. (1997). *Audience Analysis*. California: SAGE Publications, Inc.
- (2011). *Teori Komunikasi Massa (Edisi 6, Buku 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mintargo, Wisnu. (2018). *Budaya Musik Indonesia*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Mulyana, Ahmad & Sulisty (ed.). (2016). *Komunikasi Digital Kreativitas dan Interkonektivitas*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Moleong, Lexy. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Moerdijati, Sri. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT. Revka Petra Media
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- . (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2017). *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rev, Alfyy & Angelia. (2019). *Senja & Pagi*. Jakarta: Lovable x Bhumi Anoma.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif dan Konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Vernallis, Carol. (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. New York: Columbia University Press.

### **Jurnal**

- Bakhri, Syamsul & Hidayatullah. (2019). Desakralisasi Simbol Politeisme dalam Silsilah Wayang: Sebuah Kajian Living Qur'an dan Dakwah Walisongo di Jawa. *Jurnal Sangkep*, 2, (1), 13-30.
- Caesari, Yasinta Karina et.al. (2013). "Kuliah Versus Organisasi" Studi Kasus Mengenai Strategi Belajar Pada Mahasiswa Yang Aktif Dalam Organisasi Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Diponegoro. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (2), 164-175.
- Cahyono, Habib. (2019). Peran Mahasiswa di Masyarakat. *De Banten-Bode: Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1, (1), 32-43.
- Doho, Yohannes Don Bosco & Algazali. (2018). Analisis Hermeneutika Atas Lirik Lagu Indonesia Raya Tiga Stanza Sebagai Peneguhan Cinta Tanah Air. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 3, (2), 92-103.
- Dwita, Desliana & Sommaliagustina. (2018). Interpretasi Feminisme: Analisis Resepsi Khalayak Pekanbaru Tentang Film 'Kartini'. *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi*, 2, (2), 1-9.
- Fathurizki, Agistian & Malau. (2018). Pornografi dalam Film: Analisis Resepsi Film "Men, Women & Children". *ProTVF*, 2, (1), 19-35.
- Fitrianto. (2017). Kesenian Janengan; Identitas Keetnisan Masyarakat Jawa di Pajaresuk Lampung. *Invensi*, 2, (1), 27-39.
- Hadi, Ido. (2008). Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 2, (1), 1-7.

- Himawan, Fajry & Al-fatta. (2012). Pembuatan Video Klip“Terbang” Oleh “Flourescent Band” Dengan Menggunakan Teknik Stop Motion. *Jurnal Dasi*, 13, (4), 17-23.
- Hulukati, Wenny & Djibran. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2, (1), 73-114.
- Kartika, Sekar Hayu Rifna & Wirawanda. (2019). Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, (1), 23-41.
- Mahanani, Prima Ayu Rizqi. (2014). Media Sosial dan Gaya Komunikasi. *Jurnal Komunikator*, 6, (1), 81-96.
- Muhammad, Nurdinah. (2013). Memahami Konsep Sakral dan Profan dalam Agama-Agama. *Jurnal Substantia*, 15, (2), 268-280.
- Natalia, El Chris. (2016). Remaja, Media Sosial dan Cyberbullying. *Jurnal Komunikatif*, 5, (2), 119-139.
- Nugraheni, Yuli & Widyaningrum. (2017). Social Media Habit Remaja Surabaya. *Jurnal Komunikatif*, 6, (1), 13-30.
- Supriyatman, Adia & Nugroho. (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang dalam Kanal Youtube “Yuka Kinoshita”. *E-Proceeding Of Management*, 6, (1), 1428-1440.
- Suryani, Any. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video YouTube ‘Keong Racun’ Sinta Dan Jojo. *The Messenger*, 5, (1), 39-45.
- Toni, Ahmad & Fajariko. (2017). Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism “Kill The Messenger”. *Jurnal Komunikasi*, 9, (2), 151-163.

### **Internet**

- BBC. (2019). Alfyy Rev: Ambisi ‘Menduniakan’ Indonesia Lewat Musik. Diunduh dari <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-47117189>, diakses pada 05 Agustus 2020.
- Fadhil, Haris. (2018). Komisi II Minta Kontroversi Aransemen Indonesia Raya Ditertibkan. Diunduh dari <https://news.detik.com/berita/d-4175574/komisi-ii-minta-kontroversi-aransemen-indonesia-roya-ditertibkan>, diakses pada 05 Desember 2019.
- Net Entertainment News. (2018). Kontroversi Gubahan Lagu Indonesia Raya Oleh Alfyy Rev. Diunduh dari

[https://www.youtube.com/watch?v=vqTAKTMDf\\_w&t=411s](https://www.youtube.com/watch?v=vqTAKTMDf_w&t=411s), diakses pada 05 Maret 2020.

Rahayu, Suci. (2018). Lagu Cover Indonesia Raya Alffy Rev Tuai Kontroversi, Benarkah Melanggar Hukum?. Diunduh dari <https://jateng.tribunnews.com/2018/08/19/lagu-cover-indonesia-raya-alfy-rev-tuai-kontroversi-benarkah-melanggar-hukum?page=2>, diakses pada 05 Desember 2019.

### **Skripsi**

Adelia, Yohana Debby. (2019). *Penerimaan Penonton Mengenai Desakralisasi Agama dalam Film Horor Indonesia Pasca Orde Baru*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Unuversitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pusung, Florence. (2020). *Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui Corporate Advertising SK II "Bare Skin Project"*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Unuversitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Septian, Resa. (2019). *Analisis Wacana Kritis pada Kasus Cyberbullying terhadap Alffy Rev yang Menggubah Lagu Indonesia Raya*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom Bandung.

### **Dokumen**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1958 tentang Lagu Kebangsaan Indonesia Raya.