

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung dalam menikmati musik *reggae* di Till Drop Bar & Resto tidak terbatas pada aktivitas mendengarkan musik sebagai hiburan, tetapi melibatkan cara mereka merasakan ruang, tubuh, emosi, dan relasi sosial. Dalam konteks *Reggae Night*, musik *reggae* membentuk rangkaian pengalaman yang bergerak dari suasana awal kafe yang padat dan cenderung canggung menuju suasana yang lebih santai, akrab, dan hidup ketika pertunjukan berlangsung. Dengan demikian, musik *reggae* berperan penting dalam membentuk pengalaman pengunjung secara menyeluruh.

Terkait rumusan masalah pertama, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengunjung mengalami dan memaknai musik *reggae* sebagai pengalaman musikal yang mengubah cara mereka menghayati ruang kafe dan diri mereka sendiri. Ketika musik dimainkan, tubuh pengunjung merespons melalui gerak-gerak sederhana seperti mengangguk, bergoyang, atau mengetukkan kaki, disertai emosi rileks, bebas, dan sesekali nostalgik. Pengalaman ini terjalin dengan interaksi sosial bersama pengunjung lain dan musisi, sehingga Till Drop dipahami sebagai ruang kebersamaan yang dibentuk melalui musik *reggae*.

Terkait rumusan masalah kedua, penelitian ini menemukan bahwa unsur-unsur musikal *reggae* terutama ritme dan tempo yang santai, pola bass yang dominan, warna bunyi instrumen dan vokal, serta pemilihan lagu-lagu yang familiar berperan nyata dalam membentuk suasana emosional dan sosial di ruang kafe. Unsur-unsur tersebut menata alur suasana, mendorong keterlibatan tubuh,

serta menghubungkan emosi dan memori pribadi pengunjung ke dalam pengalaman musikal yang bersifat kolektif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa musik *reggae* di Till Drop Bar & Resto tidak berfungsi sebagai musik latar semata, melainkan menjadi medium penting yang membentuk suasana ruang, pengalaman emosional, dan kedekatan sosial pengunjung selama *Reggae Night*.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, pengelola Till Drop Bar & Resto disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan konsep *Reggae Night* sebagai identitas kafe, dengan tetap memperhatikan penataan ruang dan kualitas tata suara agar musik dapat dinikmati secara nyaman tanpa mengganggu interaksi sosial pengunjung. Bagi musisi dan pihak yang terlibat dalam pertunjukan, disarankan untuk terus menjaga karakter utama musik *reggae*, khususnya ritme dan tempo yang santai, permainan bass yang stabil, serta pemilihan lagu-lagu yang familiar, sekaligus peka terhadap respons dan suasana pengunjung selama pertunjukan berlangsung.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas konteks dan partisipan, melibatkan genre musik atau ruang yang berbeda, serta menggunakan pendekatan dan teknik pengumpulan data yang lebih beragam untuk memperkaya kajian mengenai hubungan antara musik, ruang, dan pengalaman sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Y., et al. (2021). *Pengaruh live music terhadap kepuasan konsumen di kafe*. Jurnal Pariwisata Indonesia.
- Afolabi, T. (2023). Exploring the influence of music on student consumptive behavior. *Journal of Consumer Studies*, 15(2), 1–12.
- Ballato, R., Latuni, G., Takalumang, L., & Program Studi Seni Drama, Tari & Musik, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Manado, Tondano, Indonesia. (n.d.). *Pengaruh live music pada daya tarik pengunjung di Kafe Reid Coffee & Eatery di Bitung* [Journal article].
- Benvidi, R. (2025). Phenomenology of musical perception: Rethinking Dufrenne's aesthetics. *Journal of Phenomenological Research*, 48(1), 1–15.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*.
- Braun, V., & Clarke, V. 2006. "Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology* 3(2): 77–101.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dagnini, J. (2010). *The importance of reggae music in the worldwide cultural universe*. *Cahiers d'Études Africaines*, 50(1), 22–42.
- Dell'Anna, A., Leman, M., & Berti, A. (2021). Musical interaction reveals music as embodied language. In J. Keil (Ed.), *Frontiers in Neuroscience* (Vol. 15, Article 667838). <https://doi.org/10.3389/fnins.2021.667838>
- Giomi, A. (2019). The case for an embodied approach to listening: Bodies, technologies and perception. *Hybrid*, 6. <https://doi.org/10.4000/hybrid.581>
- IFPI. (2023, 11 Desember). *IFPI's global study finds we're listening to more music in more ways than ever*. IFPI.
- Josevski, B. (2020). *Individual's experiences of music and well-being in everyday life* (Honours thesis). University of Newcastle, Australia.
- Juslin, P. N., & Sloboda, J. A. (Eds.). (2010). *Handbook of music and emotion: Theory, research, applications*. Oxford University Press.
- Levitin, D. J. (2006). *This is your brain on music: The science of a human obsession*. Dutton.
- Merleau-Ponty, M. (1962). *Phenomenology of perception* (C. Smith, Trans.). Routledge.

- Milliman, R. E. (1982). Using background music to affect the behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*, 46(3), 86–91. <https://doi.org/10.2307/1251706>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications, Inc.
- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023, October 21). *Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5224>
- Nweke, P. C. (2020). Influence of reggae music on the economic development of Jamaica. *International Journal of Arts and Social Sciences*, 3(2), 1–10.
- Pasaribu, A. P., Tamba, G. M., & Pasaribu, K. L. (2024, June 30). *Pengaruh musik terhadap kesehatan mental mahasiswa Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Budaya*. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpkp/article/view/350>
- Peters, V., Bissonnette, J., Nadeau, D., Gauthier-Légaré, A., & Noël, M.-A. (2024). The impact of musicking on emotion regulation: A systematic review and meta-analysis. *Psychology of Music*, 52(5), 548–568. <https://doi.org/10.1177/03057356231212362>
- Ramadevi, V., & Lakshmi, R. (2024). The role of music in advertising: A study of the relationship between music and consumer behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 12(1), 1–8.
- Roziq, M., et al. (2024). Dampak musik terhadap daya tarik pengunjung kafe. *Journal of Tourism & Hospitality*.
- Santoso, B., et al. (2022). Musik reggae dan identitas komunitas penggемarnya. *Jurnal Budaya & Identitas Sosial*.
- Sedletskyi, M. (2024). Pengalaman musikal: A phenomenological exploration of music and culture. *Journal of Music and Society*, 18(3), 27–39.
- Setiawan, A. (2022). Pengaruh musik DJ terhadap persepsi pengunjung Liquid Café Semarang. *Jurnal Seni Musik*, 9(2), 10–20.
- Small, C. (1998). *Musicking: The meanings of performing and listening*. Wesleyan University Press.
- Szyszkowska, M. (2018). Musical phenomenology and everyday experience. *Journal of Aesthetic Studies*, 14(2), 110–120.

Vilanova, J. (2024). Kingston be wise: Jamaica's reggae revival and musical livity in the global music industry. *International Journal of Communication*, 18, 8454–8470.

