

**NASKAH PUBLIKASI**

**PERAN KOMUNIKASI MUSIKAL DANGDUT DALAM KAMPANYE POLITIK  
(STUDI KASUS PILKADA 2014 ALUN-ALUN SELATAN YOGYAKARTA)**



**Maria Armalita Tunimbang**

122 0685 412

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2015**

## ABSTRAK

Musik dangdut adalah salah satu bentuk musik yang telah melebur dalam masyarakat penggemarnya; dengan jenis musik inilah musik dangdut menjadi pilihan bagi para politisi; pejabat politisi yang menjadikannya sebagai genre musik dalam perhelatan politik oleh partai tertentu. Sejak tahun 1970 hingga saat ini, musik dangdut tetap di hati masyarakat penggemarnya maka pada kampanye di tahun 2014 di Yogyakarta, musik dangdut tetap diposisikan sebagai musik penggiring massa. Musik dangdut dianggap memiliki daya pikat dan pesona tersendiri dalam menghantarkan massa pada sebuah lingkup pertunjukan. Lantunan vokal biduanita serta goyangan yang dipertunjukkan pada pertunjukan dangdut dalam kampanye di Alun Alun Utara Yogyakarta menjadi hal menarik dalam menggiring massa.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan antara lain teori dramaturgi, interaksi simbolik dan komunikasi politik. Penelitian ini bersifat tekstual dan kontekstual. Penelitian tekstual diterapkan cara memperhatikan elemen musik yang terdapat pada bada lagu dangdut yang dibawakan oleh biduanita. Penelitian kontekstual yaitu menunjukkan hak – hal yang terdapat langsung di lapangan : 1. Bentuk komunikasi politik dan musik dangdut sebagai media persuasif, pengantar pesan politik partai tertentu kepada kelompok massa yang mengerumuni arena panggung kampanye; 2. Ketajaman bentuk pesan kampanye pada kepiawaian seorang biduanita yang mampu menguasai panggung dan berkomunikasi langsung dengan massa yang hadir. Musik dangdut itu sendiri memberi daya dan pesona tersendiri dalam pertunjukan yang dihadirkan oleh biduanita dan musisinya; dengan demikian melalui musik dangdut mampu menyelaraskan kebutuhan masyarakat penikmat yang mampu mengkomunikasikan maksud pesan dalam sebuah orasi.

**Kata- Kata Kunci : Dangdut, Kampanye, dan Komunikasi**

## ABSTRACT

Dangdut is a genre of music that has captured the hearts of fans, especially those of middle and lower classes. It is this genre of music that the politicians and officials mostly preferred to be performed at political event of particular parties. They are aware of its potential to attract voters in their competition with their rival political parties. Considering that dangdut music has been the people's favorite music since 1970s, the 2014 political campaign rally in Yogyakarta used this music as the public entertaining music. Dangdut music is considered as having special attractiveness and appeal that allure masses at the performances. Vocal and sensual dance of the female singer at dangdut music performance during the political campaign rally held in north square of Yogyakarta Palace fascinated the masses. Dangdut music performance in every political campaign has attracted the writer to discover the communication aspects and strategies the female singer used to convey the message to the audience.

The study employed a method of qualitative case study. The theories used in this study are dramaturgy, symbolic interaction, and political communication. It is also a textual and contextual study. By textual we mean considering the musical elements that constitute the songs sung by female singers. By contextual we mean indicating what we have discovered in the field: (1) A form of political communication and dangdut music as a medium to persuade masses and to convey political messages of certain political parties to the masses that surround the campaign stage; and (2) Clear-cut message conveyed by the female singer who skillfully owned the stage and made direct communication with the masses. Dangdut music in and of itself is capable of radiating great charm as displayed by both the female singer and the musicians. Thus, this genre of music is capable of harmonizing the need of the people for entertainment on one hand, and conveying messages, on the other. Supporters and the audience opined that dangdut music in a political campaign rally held in north square of Yogyakarta Palace presented them with entertainment. It subsequently serves as mass-attracting music. Political campaign rallies that involve dangdut music performance tend to attract more masses compared to those that do not.

***Keywords: Dangdut, Campaign, Communication***

# BAB I

## PENDAHULUAN

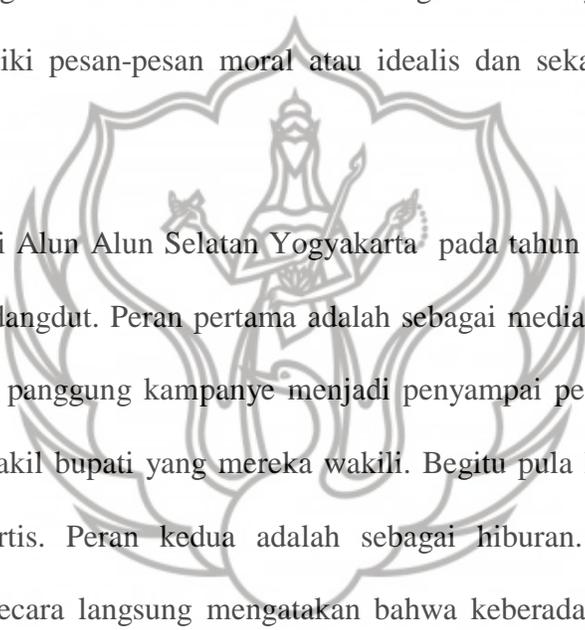
### A. Latar Belakang

Masyarakat pada umumnya menganggap bahwa proses komunikasi terjadi di dalam aktifitas sehari-hari untuk menyatakan atau mendapatkan pemahaman tentang pandangan, gagasan, ide-ide, maupun konsep-konsep dalam kehidupan bermasyarakat. Bagi mereka komunikasi merupakan bentuk interaksi yang dilakukan dengan menggunakan media baik yang berwujud ungkapan verbal maupun tertulis. Dengan demikian, fenomena komunikasi dimaknai sebagai kegiatan aksi dan reaksi untuk mendapatkan pengetahuan melalui kontak untuk menyampaikan pesan tentang apa saja yang dipahami bersama antara pengirim dan penerima pesan.

Musik sebagai salah satu cabang seni berpotensi sebagai media penyampaian pesan. Kredibilitas pertunjukan musik dipertaruhkan untuk dapat mengimbangi idealisme dengan berbagai orasi politik politik yang memiliki muatan keberpihakan terhadap kepentingan politik tertentu. Penggunaan musik dapat digambarkan dengan, musisi sebagai komunikator, lirik dan irama sebagai media, serta masyarakat sebagai komunikan; media ini akan dengan mudah menyentuh hati masyarakat penikmat. Maka, setiap perhelatan pemilu dalam ajang kampanye pengerahan massa tidak pernah ketinggalan joget dangdut sebagai penarik massa.

Perkembangan musik dalam peradaban manusia menunjukkan bahwa musik telah memiliki peran dan pengaruh yang berbeda dalam konteks ruang dan waktu yang berbeda. Keberadaan musik yang hadir di mana-mana menunjukkan betapa musik sebagai budaya

ekspresif dan media komunikasi untuk pengucapan perasaan artistik dan estetik serta juga etik tidak bisa diabaikan perannya. Secara mendasar dalam budaya populer, musik memiliki manfaat dan pengaruh tertentu pada diri seseorang atau kelompok. Apalagi mengingat bahwa musik yang bertujuan untuk menghibur, pada gilirannya mungkin pula memberikan dampak secara biologis, psikologis, sosial, dan juga politik. Musik sering berkaitan atau berisi syair juga yang dikenal dengan sebutan lirik. Lirik ini dapat berisi pesan-pesan tentang moral, keindahan, maupun mengenai kekecewaan. Pesan atau ide yang disampaikan melalui musik atau lagu biasanya memiliki keterkaitan dengan konteks historis. Muatan lagu tidak hanya sebuah gagasan untuk menghibur, tetapi memiliki pesan-pesan moral atau idealis dan sekaligus memiliki kekuatan ekonomis.



Pada kampanye di Alun Alun Selatan Yogyakarta pada tahun 2014, terdapat tiga peran bagi pertunjukan musik dangdut. Peran pertama adalah sebagai media komunikasi politik. Para biduanita yang tampil di panggung kampanye menjadi penyampai pesan-pesan kampanye dari pasangan calon bupati-wakil bupati yang mereka wakili. Begitu pula lirik musik dangdut yang dibawakan oleh para artis. Peran kedua adalah sebagai hiburan. Massa pendukung dan masyarakat yang hadir secara langsung mengatakan bahwa keberadaan musik dangdut dalam kampanye adalah sebagai bentuk hiburan bagi mereka. Peran ketiga adalah sebagai penarik massa. Aktifitas kampanye yang memiliki panggung pertunjukan dangdut memiliki jumlah massa lebih besar bila dibandingkan dengan kampanye yang tidak menggunakannya.

Melalui teks-teks dan lirik musik juga bisa difahami sebagai suatu proses interaksi sosial di mana musisi pada suatu tahap bercakap bagi pihak orang lain dan pada suatu tahap lain ia bercakap bagi pihaknya. Lirik ditulis untuk dimainkan hanya akan benar-benar hidup dalam

penampilan biduanita. Lagu dalam kata-kata merupakan tanda dari suara. Sebuah lagu selalu merupakan sebuah performa dan kata-kata dalam lagu senantiasa diucapkan-sarana bagi suara struktur bunyi yang merupakan tanda langsung dari emosi serta ciri dari karakter..lagu-lagu populer tidak merayakan sesuatu yang diartikulasikan melainkan sesuatu yang tidak diartikulasikan dan penilaian terhadap penyanyi populer tidak tergantung terhadap kata-kata melainkan pada bunyi yang timbul sekitar kata-kata (Frith 1983: 35).

Musik bisa menjadi media dan budaya ekspresif yang mengusung pesan pencerahan dalam proses demokrasi. Pada saat lain, musik menjadi media persuasi dan koersi yang mengusung pesan propaganda untuk tujuan politik tertentu. Musik menjadi salah satu unsur dalam kehidupan yang sangat anjal sifatnya. Salah satu fungsi asas musik adalah sebagai hiburan. Fungsi ini telah meletakkan musik sebagai salah satu bidang budaya yang dominan. Ini kerana, selain melodi, musik mengandung utusan dalam bentuk lirik. Gabungan keduanya antara dua melodi dan lirik boleh meletakkan musik sebagai salah satu aspek komunikasi yang bertenaga dalam kehidupan manusia.

Menjamurnya partai politik di Indonesia, membuat masyarakat kita menjadi bingung, namun ada beberapa kelompok masyarakat yang menanggapi menjamurnya partai politik dengan dingin tanpa menhiraukannya. Hal tersebut jelas menjadi perhatian khusus bagi para pemimpin partai politik (Parpol) untuk dapat mempublikasikan partainya, agar dikenal oleh masyarakat yang pada akhirnya akan menjadi partai besar dan partai yang akan menguasai kursi pemerintahan di Indonesia. Banyak cara yang dilakukan oleh para anggota parpol untuk bisa mendekati atau mengenalkan partai mereka kepada publik atau masyarakat, salah satunya adalah dengan cara kampanye. Kampanye merupakan tindakan yang dilakukan oleh suatu

organisasi atau lembaga yang memiliki tujuan dan maksud tertentu dengan membawa fitur visi dan misi.

Strategi kampanye dalam pengertian sempit maupun luas terdiri dari tiga unsur, yaitu tujuan (*ends*), sarana (*means*), dan cara (*ways*). Dengan demikian strategi adalah cara yang digunakan dengan menggunakan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Nasution, 2006). Tujuan akhir dalam kampanye pemilihan kepala daerah adalah untuk membawa calon kepala daerah yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan kepala daerah yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Agar tujuan akhir tersebut dapat dicapai, diperlukan strategi yang disebut strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik.

Pertunjukan dangdut pada arena kampanye bermula pada tahun 1970, musik berbasis India yang dimainkan orkes Melayu mengkristal menjadi dangdut. Menjelang pemilu, dangdut menjadi media penghimpun massa saat kampanye digelar. Masa sebelum dangdut masuk pada dunia politik, dangdut dikenal sebagai musik melayu. Tahun 1990 dimana Musik Melayu telah melewati masa - masa perjuangan untuk menyetarakan diri dengan genre musik lainnya. Anggapan tentang dangdut sebagai musik rakyat juga muncul di era ini. Semenjak itu menjadi subjek yang tidak pernah pudar. Dangdut kemudian mendapat stigma sebagai musik rakyat, dalam hal ini menjurus bahwa dangdut sebagai musik asli Indonesia.

Pertunjukan musik dangdut yang selalu direspons secara antusias oleh penikmatnya, dengan meriah. Hal itu dapat disebabkan dari beberapa faktor internal maupun eksternal, salah satu atraksi yang selalu jadi fenomenal dalam pertunjukan musik dangdut adalah “goyangan” biduanita yang khas dalam membawakan sebuah lagu. Arti “goyang” adalah gerak tubuh tidak

lebih dari “bergerak” tetapi dalam pertunjukan musik dangdut, goyang mengacu pada gerakan ayunan pinggul, pinggang, dan gerakan tubuh biduanita yang meliuk-liuk (Weintraub : 2012). Ciri khas dari dangdut inilah yang menjadikan sebuah cita rasa sendiri bagi penonton yang menyaksikannya.

Bagi masyarakat penikmat musik dangdut menganggap bahwa kepuasan hati adalah tujuan. Hal ini ditunjukkan dikarenakan terdapat lirik, irama, dan disitu pula ada tontonan menarik dengan bahasa verbal yang menggiring. Bahasa verbal tersebut sebagai sebuah kekuatan pelengkap kampanye di dalam menggiring massa untuk mempercayai visi misi partai politik yang dikampanyekan. Praktek komunikasi politik menggunakan dangdut tersebut akhirnya bertahan sampai sekarang. Hal itu bisa jadi daya tarik, karena mampu memobilisasi masyarakat atau kelas bawah untuk datang pada tempat diadakan sebuah kampanye.

Gejala yang menjadi perhatian peneliti adalah dari aspek komunikasi serta interaksi simbolik yang diciptakan oleh biduanita kepada penonton. Biduanita pada saat kampanye berlangsung selalu mendapat respon positif dari penonton di lapangan. Komunikasi yang terjalin antara biduanita (komunikator) dan penonton (komunikan) merupakan sebuah interaksi yang menarik. Ketika biduanita bernyanyi dengan hanya menggoyangkan badan (pinggul), maka penonton pun serentak menyuruh untuk bergoyang lebih antusias. Respon ini yang disiasati oleh biduanita untuk tampil lebih menarik dalam menciptakan sebuah goyangan yang lebih heboh dari sebelumnya.

Pesan dalam sebuah kampanye harus dirancang sedemikian rupa , sehingga menghasilkan perubahan sebesar mungkin dalam jangka waktu sesingkat mungkin. Dalam merancang pesan yang efektif, tentu saja harus memperhatikan berbagai faktor yang erat kaitannya dengan

komunikasikan sebagai penerima pesan. Peneliti melihat bahwa keefektifan sebuah pesan dapat dinilai dari sejauh mana pihak yang menjadi sasaran pesan itu menangkap dan memahami isinya, menangkap faedah pesan, mengingat-ingat pesan dan bertindak sesuai dengan pesan. Efektifitas komunikasi persuasif tergantung tidak hanya pada penentuan pendekatan komunikasi, tetapi juga kepada upaya pengemasan isi pesan, yang digunakan untuk memberikan keadaan yang menguntungkan (Hovland : 1953).

Penulis mengamati bahwa interaksi dengan penonton merupakan sebuah stimulus bagi biduanita dalam mensukseskan sebuah pertunjukan dangdut. Suara penonton yang menyuarakan goyangan yang lebih heboh, menjadi *booster* bagi biduanita untuk mampu ber-improvisasi dalam bernyanyi maupun bergoyang. Peristiwa ini sebagai isyarat bahwa seorang biduanita harus mampu menampilkan yang terbaik karena memang kehadirannya merupakan hiburan bagi penonton. Biduanita pun harus mampu mengkomunikasikan pesan-pesannya, ditargetkan atau tidak ditargetkan, langsung atau tidak langsung, kepada para pendukungnya dan para pemilih lainnya.

Komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan musik dangdut yang dipakai dalam setiap aksi para kader mampu mengkonstruksi pikiran masyarakat sehingga melahirkan sebuah opini . Opini menggabungkan kepercayaan, nilai, dan pengharapan, biasanya sebagai tanggapan terhadap suatu objek tersendiri . Tanggapan tersebut kemudian dinilai dan diterima oleh masyarakat sebagai bukti apresiasi masyarakat terhadap pilkada di tahun 2014 khususnya. Pilkada tahun ini mengisyaratkan bahwa musik dangdut masih memiliki posisi terutama dalam komunikasi musikal terhadap massa yang hadir dalam sebuah orasi politik.

Proses Pilkada 2014 ini merupakan *subject matter* dalam penelitian ini ditinjau dari daya pesona musisi, biduanita yang dapat menangkap dan menarik hati dari massa yang tergiring dan disitulah kemampuan musik dangdut dalam perannya sebagai media komunikasi. Berbasis musikal peran musisi dan biduanita tidak dapat dipisahkan karena keduanya adalah satu kekuatan yang menjadi magnet di atas panggung yang sama dan visi yang sama. Maka musik dangdut adalah musik yang selalu dekat dengan rakyat, sebagai salah satu media yang paling dicari oleh para politisi atau parpol tertentu penyelenggara kampanye dalam persaingan calon DPR, calon kepala daerah dan calon Presiden sekalipun

Fenomena yang dipaparkan diatas itulah yang dipilih peneliti sebagai obyek penelitian untuk meneliti mengenai musik dan hanya dibatasi pada masalah musik dangdut dalam kampanye politik pada Pilkada 2014 dengan lokasi kampanye Alun Alun Selatan Yogyakarta. Pengambilan jenis musik dan pemilihan lokasi kampanye merupakan bagian terpenting dalam penelitian ini; diukur dari kekuatan musik dangdut itu sendiri. Lokasi penelitian dipilih karena sangat familiar dengan masyarakat dan segi daya tamping massa yang besar.

## **B. Identifikasi dan Lingkup Masalah**

Faktor-faktor yang melatarbelakangi penyebab maraknya atraksi biduanita dalam pagelaran musik dangdut pada saat proses kampanye, dapat dilihat dari segi eksternal dengan segala kemungkinan kemungkinan yang akan muncul. Penulis membatasinya pada aspek aspek eksternal yang ditinjau dari peran komunikasi ‘musikal’ biduanita pada penonton pada saat pertunjukan. Obyek dalam penelitian ini lebih merujuk pada proses interaksi biduanita (komunikasi) kepada penonton pada saat kampanye berlangsung di Alun Alun Selatan Yogyakarta. Dalam komunikasi ini obyek yang penting adalah sebuah interaksi antara biduanita dan penonton yang mampu menyajikan produk politik yang baik mulai dari kemasan. Kemasan

tersebut dapat berupa; isi dan tampilan menarik serta mempunyai intensitas atau kemampuan menonton lebih banyak mampu mempengaruhi masyarakat dan melakukan tindak memilih kandidat tertentu.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini memunculkan dua pertanyaan penelitian yaitu :

1. Bagaimana proses interaksi antara biduanita dan penonton pada pertunjukan dangdut berlangsung ?
2. Bagaimana strategi komunikasi biduanita dalam menyampaikan pesan politik melalui pertunjukan musik dangdut?

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses interaksi anatar biduanita dan penonton pada pertunjukan dangdut dalam ajang Pilkada 2014 di Yogyakarta.
2. Sebagai bahan apresiasi untuk mengetahui strategi dari biduanita dalam perannya sebagai komunikator kepada penonton
3. Memberikan kontribusi terhadap pengetahuan bagi masyarakat dalam perkembangan ilmu musikologi

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian diharapkan akan memberikan informasi secara empiris dan aktual sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan terutama berkaitan dengan musik
2. Penelitian ini dapat memberikan pemecahan-pemecahan atas masalah yang dikaji.
3. Dengan memberikan gambaran dinamika mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh aktivitas musik terhadap dinamika proses musik dan politik dapat menjadi pertimbangan atas ilmu pengetahuan.

