

ROCKER JUGA MANUSIA
Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal
Band Starlight di Yogyakarta



SKRIPSI

Oleh
GUSTI RANGGA
19321094

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

Halaman Persetujuan Skripsi

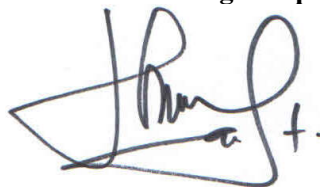
ROCKER JUGA MANUSIA Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal Band Starlight di Yogyakarta

Disusun Oleh
GUSTI RANGGA
NIM 19321094

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal: Senin, 2 Maret 2025

Mengetahui
Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Herman Felani', with a stylized flourish at the end.

Dr. Herman Felani, S.S., M.A
NIDN 0521128202

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Magang ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, tanggal : 20 Januari 2026

Mahasiswa Pelaksana Magang


Gusti Rangga
NIM.19321094

Yogyakarta, 20 Januari 2026

Dosen Pembimbing Akademik


Holy Rafika Dhona, S.I.Kom, M.A.
NIDN.0512048302



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms.
NIDN.0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Surat Pernyataan Integritas Akademik

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Gusti Rangga
Tempat dan Tanggal Lahir	: Yogyakarta, 19 Oktober 2000
Alamat	: Jalan Ringroad Selatan No.22 Krapyak, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta
NIM	: 19321094
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Hubungan Internasional adalah karya saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan:

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar.
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi.
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil kerja saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya di atas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 10 Februari 2026



Gusti Rangga

MOTTO

“Cause nothin’ lasts forever, even cold November rain.” -W.Axl Rose

“Take it slow, It’ll work itself out fine. All we need is just a little patience.”
-Guns N’ Roses

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata’ala. Yang Maha Mengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan rahmat dan kelancaran dalam segala usaha pengerjaan skripsi selama ini.

Karya ini saya persembahkan untuk:

Keluarga saya tercinta

Ibu Sri Handayani S.S
Gusti Rayna
Zubaedah
Azizah
Ziko

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi UII

Seluruh Dosen beserta Staf program studi Ilmu Komunikasi serta teman-teman angkatan 2019

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya, shalawat dan salam kita ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, membuat saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi saya yang berjudul “Rocker Juga Manusia: Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal *Band Starlight* di Yogyakarta”. Tugas akhir ini diajukan sebagai syarat untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Selama proses pengerjaan skripsi dari awal sampai selesai tentunya tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan kali ini, izinkan saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang senantiasa mendukung saya dalam kondisi suka maupun duka, yaitu,

1. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu yang selalu dengan sabar memberikan kasih sayang, dukungan, dan semangat secara moril dan material kepada penulis. Selalu mendoakan setiap langkah yang penulis ambil serta menjadi motivasi terbaik dari awal perkuliahan hingga akhirnya bisa menyelesaikan studi S1 ini sesuai dengan yang diharapkan.

Bapak Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

2. Bapak Herman Felani, S.S., M.A selaku dosen pembimbing saya yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, kritik, dan saran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis memohon maaf sebesar-besarnya apabila selama proses bimbingan terdapat hal yang kurang berkenan.
3. Semua dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah membantu saya sepanjang proses perkuliahan hingga tugas akhir.
4. Semua teman-teman mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UII Angkatan 2019, di sini saya belajar banyak hal tentang pengetahuan akademik maupun non akademik.
5. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan mohon maaf atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. semoga semua bantuan dan doa yang diberikan menjadi amal kebaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis

mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Kemudian penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Landasan Teori	10
F. Metodologi.....	19
1. Jenis Penelitian	19
2. Pendekatan Penelitian	20
3. Lokasi Penelitian.....	21
4. Sumber Data	21
5. Teknik Pengumpulan Data	21
6. Teknik Analisis Data.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM	26
A. Starlight Band	26

BAB III HASIL PEMBAHASAN	32
A. Temuan	32
1. Komunikasi Interpersonal	32
2. Strategi Komunikasi Interpersonal Starlight Band	50
B. Pembahasan	58
BAB IV PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Keterbatasan Penelitian	66
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Starlight Band.....	28
Gambar 2. 2 Instagram Starlight Band.....	30
Gambar 2. 3 Feeds Starlight Band	31
Gambar 3. 1 Gaya Rockstar Bassist.....	35
Gambar 3. 2 Kedekatan Personil Band bersama Penonton.....	38
Gambar 3. 3 Penonton Jamming	40
Gambar 3. 4 Peneliti Jamming bersama Starlight.....	41
Gambar 3. 5 Aksi Panggung Starlight.....	43
Gambar 3. 6 Peneliti bersama Narasumber 2.....	45
Gambar 3. 7 Personil Starlight Mendatangi Meja Penonton.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	71
---	----

ABSTRAK

Rangga, Gusti, 19321094. *ROCKER JUGA MANUSIA* : Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal Band Starlight i Yogyakarta (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2026

Grup musik atau band merupakan sebuah organisasi yang mengedepankan komunikasi interpersonal dalam melakukan pertunjukan dan interaksi dengan penggemarnya. Perpaduan antara komunikasi interpersonal dan grup musik menciptakan sebuah gaya komunikasi yang kompleks untuk menjaga loyalitas *audiens*. Interaksi tersebut tidak hanya membangun kedekatan emosional, tetapi juga membuka relasi yang lebih luas untuk keberlanjutan bisnis maupun sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami bagaimana personil grup musik *Starlight Band* melakukan komunikasi interpersonal, baik saat berada di atas panggung, di bawah panggung, maupun dalam kehidupan di luar panggung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam dengan anggota *band* serta *audiens*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Starlight Band* secara konsisten mengedepankan komunikasi interpersonal tatap muka sebagai strategi utama untuk menciptakan suasana yang lebih intim dan membangun rasa saling menghargai. Interaksi spontan di atas panggung dan kedekatan personal di luar panggung menjadi kunci dalam memperkuat identitas mereka sebagai *band rock* yang humanis serta menjaga eksistensi mereka di ekosistem musik Yogyakarta.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Musik, Etnografi, *Starlight Band*

ABSTRACT

Rangga, Gusti, 19321094. *ROCKERS ARE HUMANS TOO: An Ethnographic Study of Interpersonal Communication Styles of Starlight Band in Yogyakarta.* (Undergraduate Thesis). Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia. 2026

Music groups or bands are organizations that prioritize interpersonal communication in conducting performances and interacting with their fans. The fusion of interpersonal communication and music groups creates a complex communication style to maintain audience loyalty. This interaction not only builds emotional proximity but also opens wider networks for both business and social sustainability. This study aims to examine and understand how the members of the Starlight Band perform interpersonal communication, whether on stage, off stage, or in their lives outside of the stage. The research method used is qualitative with an ethnographic approach. Data collection techniques were conducted through participant observation and in-depth interviews with band members and the audience. The results show that Starlight Band consistently prioritizes face-to-face interpersonal communication as a primary strategy to create a more intimate atmosphere and build mutual respect. Spontaneous interaction on stage and personal closeness off stage are key to strengthening their identity as humanist rockers and maintaining their existence within the Yogyakarta music ecosystem.

Keywords: Interpersonal Communication, Music, Ethnography, Starlight Band.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik memiliki komposisi yang terbentuk dari bunyi atau suara. Definisi “Musik ialah partisi dari kehidupan dan perkembangan dalam jiwa manusia” diberikan oleh Kamtini (2005) Musik memiliki kemampuan mendasar untuk menginspirasi dan menenangkan perasaan sejumlah besar individu. Seseorang mungkin berpendapat bahwa musik merupakan perilaku sosial yang canggih dan meresap dalam kehidupan, semua orang dalam suatu kehidupan bermasyarakat adalah potret kehidupan musik karena setiap peradaban memiliki apa yang dikenal sebagai musik khas. Perbedaan juga dapat dipengaruhi oleh variabel budaya; dalam budaya barat, ada perbedaan yang jelas antara mereka yang menciptakan musik dan mereka yang mendengarkannya. Padahal hampir semua kalangan bisa mendengarkan musik, menyukainya, dan termotivasi untuk mengembangkannya menjadi salah satu tujuan umum musik adalah sebagai media hiburan manusia. Profesor musik dari Kentucky, Ronald Pen dari Bukunya *The Introduction Of Music* mengatakan bahwa alasan orang mendengarkan musik karena mereka menyukainya. Lebih lanjut dikatakan bahwa seberapa banyak orang menyukai musik memengaruhi mereka. Ada minimal tiga tingkat: tingkat pembangkit suasana, tingkat asosiasi pemikiran tertentu, dan tingkat analisis. Musik dianggap sebagai cara untuk bersantai sambil memenuhi emosi tertentu, seperti rindu atau kesedihan. Musik dapat memicu kenangan atau pemikiran tertentu jika didengarkan secara pasif untuk waktu tertentu. Musik didengarkan secara pasif pada tingkat pembangkit suasana. Dalam situasi seperti ini, para komposer sering menggunakannya untuk membuat karya baru atau mengembangkan gagasan mereka tentang gambaran kontur bunyi. Aktif bermusik menempatkan seseorang pada tingkat analitis. Telinganya memiliki kemampuan untuk menyerap dan memahami unsur-unsur musik seperti ritme, melodi, dan dinamika bunyi. Saat ini, pemusik dapat dianggap memiliki

kemampuan untuk membuat penilaian kritis tentang kualitas penampilan mereka.

Pada kisaran tahun 1950-an *genre rock* menjadi yang populer hingga dikenal secara luas. Ada banyak pengaruh yang memengaruhi musiknya, termasuk blues dan musik country dari tahun 1940 hingga 1950-an. Selain itu, Skena musik Rock mengambil inspirasi dari musik jazz, musik klasik, dan musik daerah. Musik ini biasanya diisi oleh beat yang kuat dan digawangi oleh raungan gitar yang keras, musik rock adalah salah satu jenis musik yang terkenal di seluruh dunia. Dalam beberapa lagu rock, saksofon dan harmonika sering digunakan sebagai instrumen solo selain gitar bersenar enam. Tahun 80-an bisa dikatakan sebagai era emasnya dari sejarah musik Rock Indonesia bahkan di dunia. Awal tahun 1988 bahkan menjadi sejarah pertama di mana musik Rock ditampilkan langsung di depan publik. Bahkan tidak sedikit kota besar di Indonesia yang menjadi band-band Rock sebagai inspirasi dalam berkarya. Singkatnya, pada era inilah terjadi demam musik Rock di tanah air.

Pada masa ini kepopuleran musik rock ini sudah tergeser dengan generasi muda yang lebih memilih musik pop modern karena lebih mudah untuk didengarkan dan mudah dicakup semua kalangan melalui sosial media yang banyak di akses oleh generasi saat ini. Lagu-lagu pop modern ini lebih sering terdengar di Sosial media karena banyak yang menggunakan sebagai backsound sebuah konten sosial media. Media televisi, radio maupun musik yang di putar di tempat umum kebanyakan pop modern baru yang pasti akan lebih membantu penyebaran popularitasnya di telinga masyarakat. Hal ini menjadi suatu tantangan bagi pecinta *music rock* untuk mempertahankan music kesayangannya agar tidak tertinggal jauh dari musik new release masa kini, maka para musisi rock harus siap untuk bertempur dengan masa.

Seorang musisi harus mempersiapkan diri untuk segala hal yang berkaitan dengan musik yang akan dibawakan, seperti penampilan, aransemen musik, dan gaya panggung, agar mereka dapat menciptakan sebuah penjiwaan saat menampilkan karya mereka. Hal ini juga mencakup apa yang akan disampaikan oleh para musisi kepada pendengarnya. Hal ini termasuk dalam

bagaimana seorang musisi berinteraksi kepada para penonton serta penggemar mereka, baik ketika mereka berada diatas panggung maupun ketika mereka sedang tidak diatas panggung. Interaksi yang diterapkan yang kerap dilakukan biasanya dilakukan dengan cara melakukan komunikasi interaktif antara penonton dengan musisi. Salah satu komunikasi yang sering diterapkan merupakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan dua atau lebih orang secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi interpersonal terjadi ketika seseorang yang menjadi komunikator mengirimkan stimuli berupa simbol verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain dalam sebuah kejadian komunikasi.

Menurut Mulyana (2019) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antar seseorang dengan orang lain dalam masyarakat maupun organisasi, baik berupa organisasi bisnis maupun non bisnis dengan menggunakan media komunikasi serta bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu (Rufiah, 2018). Komunikasi interpersonal sendiri memiliki karakteristik tertentu seperti diantaranya arus pesan dua arah, dilakukan seacara tatap muka serta umpan balik segera. Dalam konteks ini seorang musisi kerap melakukan interaksi kepada para penoton seperti menanyakan lagu apa yang mereka inginkan untuk dibawaakan musisi dalam penampilannya.

Komunikasi interpersonal merupakan faktor yang dapat menunjang sebuah penampilan seorang musisi ketika berada diatas panggung. Dapat dikatakan seperti itu dikarenakan dalam melakukan penampilan seorang musisi dituntut untuk bisa menghidupkan suasana. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan interaksi kepada penonton yang bertujuan agar penampilan yang mereka bawaakan tidak menimbulkan kesan yang membosankan. Komunikasi interpersonal tak hanya menunjang musisi ketika melakukan penampilan melainkan juga mereka terapkan ketika tidak berada diatas panggung, seperti

ketika mereka bertemu dengan penggemar mereka. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau mendapatkan kesan baik dimata penggemar mereka.

Didasari latar belakang musik rock yang sangat kuat, musisi yang akan membawakan musik rock akan diwajibkan seksama mempelajari bagaimana para idolanya bermusik dan membentuk citra diri mereka sebagai personel band rock, mengingat kajian musik rock sangat luas dengan berbagai *sub-genre* yang telah dipopulerkan oleh band ternama. Salah satu contohnya adalah musik *Classic Rock* dengan musik yang tidak begitu berat, alunan melodi gitar yang ikonik, lengkingan vokal yang tinggi, dan dandanan urakan para pria berambut panjang. Adapun juga genre musik *Hard Rock/Metal* yang menampilkan musik cadas, hentakan drum dan bass yang keras yang akan membuat kita *Headbang* dan dandanan yang serba hitam. Dalam beberapa hal di atas merupakan tantangan musisi yang akan membawakan genre musik ini yang harus mampu untuk memainkan instrumen secara handal dan bernyanyi dengan range vokal yang luas, tidak lupa dengan penampilan yang harus mencerminkan musisi rock dengan gaya ala rockstar.

Genre musik rock dianggap sebagai musik yang kuat dan dapat dinikmati semua umur, berbagai generasi selalu mendapat pengaruh oleh musik rock. Bagi generasi tua didapati musik ini sangat populer pada masa era 90an di berbagai macam stasiun televisi, radio, dan acara musik pasti selalu ada segmen khusus genre musik ini. Karena pengaruh band rock dari luar sangat kuat maka banyaknya peminat musik rock lokal yang sangat antusias untuk menjadi seperti mereka, ada berbagai band yang menjadi band *cover* maupun menciptakan karya musik rock. Starlight Band menjadi salah satu band dengan *genre rock* yang cukup terkenal di Yogyakarta. Starlight Band berdiri pada tahun 2009 dengan latar belakang dari para personil yang memiliki kesamaan hobi dan memiliki visi yang sama. *Starlight* juga menjadi band yang terkenal sangat interaktif kepada penonton serta penggemar mereka saat berada diatas panggung maupun diluar penampilan mereka.

Pemilihan Starlight Band sebagai objek dalam penelitian ini didasari oleh beberapa pertimbangan strategis yang membedakannya dari grup musik beraliran serupa di Yogyakarta. Di tengah ekosistem musik lokal, Starlight dipandang sebagai entitas yang paling konsisten berada di jalur musik rock dengan fleksibilitas genre yang lebih luas, berbeda dengan beberapa band pesaing seperti Feelgood Band yang cenderung membatasi diri pada ranah rock blues era 90-an, atau Black Velvet yang berfokus spesifik pada aliran grunge dan alternative rock. Cakupan musikalitas Starlight yang lebih komprehensif ini memungkinkan terjadinya interaksi interpersonal dengan basis massa yang lebih heterogen, sehingga memberikan data yang lebih kaya bagi peneliti. Selain itu, legitimasi Starlight telah diakui oleh berbagai tokoh dan legenda musik rock di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah, yang menempatkan band ini sebagai representasi penting dalam peta musik rock lokal. Konsistensi dan pengakuan luas inilah yang menjadikan Starlight Band sebagai subjek yang paling relevan untuk membedah bagaimana identitas 'Rocker' tetap selaras dengan nilai-nilai komunikasi interpersonal yang humanis di tengah dinamika industri musik saat ini.

Berdasarkan latar belakang yang ada peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh Starlight Band. Peneliti bertujuan untuk mengetahui sejauh mana interaksi yang Starlight Band lakukan kepada para penggemar mereka sehingga dapat terkenal dengan band yang memiliki interaksi baik kepada penonton mereka. Peneliti menuangkan semua itu kedalam penelitian ini yang berjudul “Rocker Juga Manusia : Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal Band Starlight di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Starlight Band mengonstruksi gaya komunikasi interpersonal untuk mempertahankan eksistensi dan otentisitas musik rock di tengah dinamika industri musik di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana interaksi yang dilakukan oleh Starlight Band dengan menerapkan komunikasi interpersonal. Dengan fokus penelitian ini diharapkan mampu untuk mengetahui tujuan dan komunikasi yang terjadi antara Starlight Band dengan penonton.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Secara teoritis penelitian ini akan menyumbangkan kepada pembaca dan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk bagaimana pembentukan citra diri dari musisi rock untuk mempertahankan musik rock di kota Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis:

Manfaat praktis yang didapat dari penelitian ini adalah menyajikan gambaran bagaimana para musisi rock yang ada di kota Yogyakarta membentuk citra diri mereka untuk berkarya dalam melestarikan musik rock.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

a. Citra Diri dan Popularitas Artis

Sebuah Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Esther Meilany pada tahun 2015 tentang Citra diri dan popularitas selebritis menemukan bahwa para artis melakukan berbagai upaya untuk mempersiapkan citra diri yang mereka inginkan di depan media. Artis sangat menyadari betapa pentingnya melakukan persiapan sebelum interview dan bertemu dengan media. Penelitian ini relatif sama dengan skripsi penulis yang dapat dilihat pada fokus mengenai pengelolaan kesan (impression management). Kedua penelitian menunjukkan bahwa subjek secara sadar mengatur penampilan fisik dan kesiapan mental untuk membentuk

citra diri tertentu di mata publik. Perbedaan utamanya terletak pada konteks interaksinya. Penelitian Meilany berfokus pada pembentukan citra formal melalui media massa (interview), sedangkan penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal yang bersifat langsung, spontan, dan tanpa sekat (face-to-face). Jika subjek Meilany menggunakan manajemen untuk mengatur trik citra, Band Starlight lebih mengedepankan aspek kemanusiaan dan keintiman melalui aksi panggung seperti flooring untuk membangun relasi yang lebih emosional dengan audiensnya

b. Citra Diri dan Tato di Kalangan Musisi Kota Semarang

Pada tahun 2019, dalam Skripsi oleh Angeline Rahma Mutiara meneliti tentang Tato adalah elemen seni dan identitas yang memiliki estetika, menurut penelitian tentang citra diri dan tattoo di lingkungan musisi Kota Semarang. Menurut keterangan dari Subjek Pertama, yang memiliki tato di beberapa bagian tubuhnya, Dirinya tidak pernah mempertimbangkan cara orang lain melihatnya. Menurut subjek kedua tato tidak dapat dilihat sebelah mata. Tato dapat meningkatkan citra diri seorang musisi karena berbagai cara orang-orang di sekitarnya melihat dan memperlakukannya. Menurut perspektif subjek terakhir, tato dapat meningkatkan citra diri seorang musisi. Dirinya mengatakan pendapat tato adalah ciri khas individu sebagai citra diri, menjadikan perbedaan pandangan dan treatment dari lingkungan sekitar. Persamaan penelitian ini dengan studi Angeline Rahma Mutiara (2019) terletak pada penggunaan atribut visual seperti tato dan gaya berpakaian sebagai instrumen komunikasi dalam membentuk citra diri musisi, namun perbedaan utamanya adalah jika penelitian Mutiara berfokus pada makna tato sebagai simbol identitas tunggal, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan membedah bagaimana seluruh aspek visual dan perilaku tersebut dikelola sebagai strategi komunikasi interpersonal yang bersifat langsung, spontan, dan intim dalam membangun relasi sosial serta bisnis dengan audiens di Yogyakarta

c. **Perilaku Komunikasi Musisi Rock**

Penelitian Jurnal oleh Agus Nurdianto pada tahun 2015 di Yogyakarta yang merupakan kota merupakan kota yang tumbuh dengan segudang budaya yang berkembang di dalamnya. Di kota ini juga banyak sekali bermunculan band - band rock, pop, alternative, reggae, emo, punk, melodic, rock n roll, disco, jazz dan bahkan music tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa Jogjakarta merupakan kota yang sangat maju mengenai musik dan semua jumlahnya tidaklah sedikit. Maka dari itu penelitian ini mengarah ke salah satu genre yang cukup banyak peminatnya di kota Yogyakarta dan dengan band yang mewakili sebagai ikon rock di kota ini yaitu Captain Jack. Penelitian ini mengidentifikasi perilaku band rock Captain Jack berkomunikasi pada saat di panggung dan keseharian mereka dibawah panggung. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui bagaimana budaya rock pada grup band captain jack mengetahui dimana budaya yang dibentuk dari musik rock ini mampu mempengaruhi fenomena gaya hidup masyarakat seperti cara berpakaian, tutur kata, dan gaya hidup yang bebas. Persamaan penelitian ini dengan studi Agus Nurdianto (2015) terletak pada lokus penelitian di Yogyakarta dan fokus pengamatan terhadap perilaku komunikasi band rock baik di atas maupun di bawah panggung, namun perbedaan fundamentalnya adalah jika penelitian Nurdianto lebih menekankan pada bagaimana budaya musik rock memengaruhi gaya hidup masyarakat secara luas, penelitian ini secara spesifik menggunakan pendekatan etnografi untuk membedah bagaimana Starlight Band mengelola komunikasi interpersonal sebagai strategi untuk membangun keintiman dan relasi kemanusiaan yang lebih mendalam dengan audiensnya.

d. **Resistensi Musisi Independen terhadap Komodifikasi dan Industrialisasi Musik di Indonesia**

Jurnal yang dilakukan oleh Meilinda, Giovanni, Triana, & Lutfina (2021) mengenai resistensi musisi independen terhadap

komodifikasi musik di Indonesia memberikan dasar teoritis yang kuat mengenai posisi musisi di tengah arus industri. Studi tersebut membahas relevansi kritik Theodor Adorno tentang bagaimana musik sering kali direduksi menjadi sekadar komoditas untuk memperoleh keuntungan kapital semata. Adorno memandang musik populer sebagai “perekat sosial” (social cement) yang menawarkan relaksasi pasif bagi masyarakat, seolah-olah memberikan kebahagiaan dan resolusi, namun sebenarnya membuat pendengarnya berhenti berpikir kritis tentang realitas. Dalam industri musik Indonesia, karakteristik musik yang dikritik Adorno meliputi adanya standarisasi, sifat yang dapat ditukarkan (interchangeable), serta efek pseudo-individualism (individualitas semu). Namun, penelitian Meilinda dkk. menemukan bahwa tidak semua musisi mengikuti logika pasar tersebut. Musisi seperti Iwan Fals, Efek Rumah Kaca, hingga Orchest Stamboel menunjukkan teguh pada aliran mereka sendiri tanpa memprioritaskan selera pasar massal, yang membuktikan adanya ruang bagi idealisme di tengah industrialisasi. Relevansi penelitian ini terletak pada posisi Starlight Band yang melakukan dekonstruksi terhadap standarisasi industri musik melalui gaya komunikasi interpersonal yang intim dan autentik, sehingga membuktikan bahwa interaksi antara musisi dan audiens bukan sekadar komoditas pasif melainkan sebuah relasi sosial yang hidup dan humanis.

e. **Interferensi Komunikasi Interpersonal dalam Jam Session Komunitas Jazz Yogyakarta**

Skripsi oleh Arie Kusumah (2021) Penelitian yang dilakukan mengenai interferensi komunikasi dalam komunitas Jazz Yogyakarta membahas fenomena jam session sebagai model pertunjukan musik di mana musisi bermain tanpa persiapan latihan kelompok sebelumnya. Dalam budaya musik Jazz, istilah conversation (percakapan) menjadi terminologi utama untuk menggambarkan bagaimana antar pemain saling merespons secara spontan di atas panggung. Fokus utama studi

tersebut adalah mencari bentuk pola interferensi atau gangguan dalam komunikasi interpersonal yang muncul ketika pesan musikal tidak tersampaikan dengan baik di antara para pemain. Pengambilan data dilakukan melalui observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung sebagai pemain, serta melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang terlibat dalam pertunjukan tersebut.

2. Landasan Teori

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi interpersonal ini terjadi ketika seseorang yang sebagai mediator mengirimkan stimuli atau sinyal yang biasanya berupa simbol-simbol verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain atau berkomunikasi didalam sebuah peristiwa komunikasi. Seperti komunikasi pada umumnya, komunikasi interpersonal juga memiliki ciri-ciri tertentu dan juga memiliki karakteristik yang lebih khusus.

Dalam *Theories of Human Communication*, komunikasi interpersonal dikaji bukan hanya sebagai proses pertukaran pesan antar individu, tetapi juga sebagai proses membangun makna melalui interaksi sosial yang melibatkan dimensi simbolik, hubungan, dan struktur. Littlejohn dkk. menegaskan bahwa komunikasi interpersonal menyangkut penciptaan makna dalam konteks hubungan dan dipengaruhi oleh ekspektasi sosial serta identitas komunikator (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017).

Pendekatan Coordinated Management of Meaning (CMM) menjelaskan bahwa dalam komunikasi interpersonal, makna diciptakan secara koheren berdasarkan konteks percakapan, identitas pelaku komunikasi, dan norma sosial yang berlaku. Dengan demikian, setiap pesan tidak berdiri sendiri, melainkan bergantung pada latar sosial dan

budaya dari para pelaku komunikasi (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017).

1) Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Mulyana, (2019), komunikasi merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain atau lawan bicaranya secara langsung. Menurut Zayani & Rozi, (2018) komunikasi adalah hal yang esensial dalam rutinitas kehidupan sehari-hari. Komunikasi interpersonal merupakan penyampaian secara verbal maupun nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi Devito (1997). Sedangkan menurut Effendy (1986) komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antar seorang komunikator dengan komunikan dan jenis komunikasi ini dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, ataupun perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis. (Barnlund, 1968) berpendapat bahwa komunikasi interpersonal selalu dihubungkan dengan pertemuan antara dua atau lebih orang yang mungkin terjadi secara spontan dan tidak berstruktur.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara langsung dan tidak berstruktur dengan penyampaian secara verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan *feedback* secara langsung.

2) Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Menurut Barnlund, (1968) ada beberapa ciri komunikasi interpersonal yaitu sebagai berikut:

- a) Terjadi secara spontan
- b) Tidak mempunyai struktur yang teratur
- c) Terjadi secara kebetulan
- d) Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu
- e) Dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaan yang terkadang kurang jelas
- f) Bisa terjadi sambil lalu

Menurut Rogers (1976) menyebutkan beberapa ciri komunikasi interpersonal sebagai berikut ini:

- a) Arus pesan cenderung dua arah
- b) Konteks komunikasi adalah tatap muka
- c) Tingkat umpan balik yang tinggi
- d) Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi
- e) Kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lambat
- f) Efek yang terjadi antar lain perubahan sikap

Berdasarkan ciri-ciri komunikasi interpersonal diatas dapat dirumuskan beberapa ciri komunikasi interpersonal yaitu:

- a) Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
- b) Tidak mempunyai tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu.
- c) Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
- d) Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja.
- e) Sering kali berbalas-balasan
- f) Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan.
- g) Harus membuahkan hasil.
- h) Menggunakan lambang-lambang yang bermakna.

3) Unsur Komunikasi Interpersonal

Dalam komunikasi interpersonal, terdapat sejumlah unsur kunci yang secara integral membentuk dinamika pertukaran pesan antarindividu. Unsur-unsur ini bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga berfungsi secara kontekstual dalam membentuk makna, hubungan, serta pengaruh emosional di antara pelaku komunikasi. Menurut Joseph A. DeVito (2013), proses komunikasi interpersonal melibatkan setidaknya lima komponen utama, yaitu:

a) Sumber (*Source*)

Sering disebut juga dengan pengirim (*sender*), komunikator (*communicator*), atau pembicara (*speaker*). Sumber merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu negara. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam perasaan atau pikiran, sumber harus mengubah perasaan atau pikirannya tersebut kedalam seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan. Proses inilah yang biasa disebut dengan penyandian (*encoding*).

b) Pesan

Merupakan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan adalah seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber. Pesan memiliki tiga komponen yaitu : makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah bahasa, yang dapat merepresentasikan benda, gagasan, dan perasaan baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, novel, puisi, artikel, pamflet). Bahasa atau kata-kata memungkinkan seseorang berbagi pikiran dengan orang lain.

c) Media

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Media boleh merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, berbentuk verbal ataupun nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua media yakni cahaya dan suara, meskipun seseorang menggunakan kelima indra untuk menerima pesan dari komunikator.

d) Penerima (*Receiver*)

Sering disebut juga sasaran/tujuan (*destination*), penyandi balik (*decoder*), khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), atau penafsir (*interpreter*). Penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengamatan masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat dipahami. Proses ini disebut penyandian balik (*decoding*).

e) Efek

Merupakan akibat yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan. Misalnya penambahan pengetahuan, terhibu, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.

f) Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (2013), komunikasi interpersonal memiliki sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik ini mencerminkan sifat dinamis, timbal balik, dan personal dari komunikasi antarindividu. Enam karakteristik utama komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

- (1) Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri sendiri (*self*). Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berkat dari diri sendiri.
- (2) Komunikasi interpersonal bersifat transaksional. Ciri komunikasi seperti ini terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
- (3) Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi. Maksudnya bahwa efektivitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan melainkan juga ditentukan kadar hubungan antar individu.
- (4) Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antar pihak-pihak yang berkomunikasi. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala antar pihak-pihak yang berkomunikasi itu saling bertatap muka.
- (5) Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu sama lainnya (interdependensi). Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.
- (6) Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika seseorang sudah terlanjur mengucapkan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan. Memang apabila seseorang terlanjur melakukan salah ucap, orang tersebut dapat meminta maaf dan diberi maaf tetapi tidak menghapus apa yang sudah diucapkan.

4) Fungsi Komunikasi Interpersonal

Kegiatan komunikasi interpersonal yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan atau sesuatu yang diharapkan. Tujuan dari komunikasi interpersonal sangat beragam namun pada intinya tujuan komunikasi interpersonal adalah dapat tercipta saling pengertian diantara pihak yang terlibat dalam komunikasi. Sedangkan fungsi dari komunikasi interpersonal adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Menurut Joseph A. DeVito (2013) dan juga dikuatkan oleh Ronald B. Adler & George Rodman (2006), komunikasi interpersonal memiliki dua fungsi utama, yakni:

a) Fungsi Sosial

Komunikasi interpersonal secara otomatis mempunyai fungsi sosial, karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial dimana orang/individunya berinteraksi satu sama lain. Dalam keadaan demikian, maka fungsi sosial komunikasi interpersonal mengandung aspek-aspek sebagai berikut:

- (1) Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan biologis dan psikologis.
- (2) Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
- (3) Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
- (4) Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
- (5) Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

b) Fungsi Pengambilan Keputusan

Seperti yang telah diketahui bahwa manusia merupakan makhluk yang dikaruniai akal sebagai sarana berpikir yang tidak dimiliki oleh semua makhluk didunia ini. Karenanya ia

mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan dalam setiap hal yang harus dilaluinya. Pengambilan keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh yang kuat dari orang lain. Adapun aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika kita kaitkan dengan komunikasi yaitu:

- (1) Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.
- (2) Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain.

b. Musik Rock sebagai Medium Komunikasi

Musik bukan sekadar kumpulan nada dan lirik yang bersifat menghibur, melainkan Musik Rock sebagai Medium Komunikasi. Musik bukan sekadar kumpulan nada dan lirik yang bersifat menghibur, melainkan sebuah instrumen komunikasi yang kompleks. James Lull (1992) menyatakan bahwa musik populer merupakan bentuk komunikasi yang sangat kuat karena mampu menyampaikan ideologi, nilai, dan identitas sosial kepada pendengarnya. Dalam konteks musik rock, medium ini berfungsi sebagai simbol perlawanan, kebebasan, dan ekspresi kejujuran yang menjadi dasar interaksi antara musisi dan audiensnya. Sebagai medium komunikasi, musik rock bekerja melalui dua level:

- 1) Level Verbal: Melalui lirik lagu yang sering kali mengangkat isu-isu kemanusiaan, realitas sosial, dan pengalaman personal yang relevan dengan kehidupan pendengarnya.
- 2) Level Non-Verbal: Melalui distorsi gitar, ritme yang energetik, serta performa panggung yang atraktif. Unsur non-verbal ini menciptakan "vibe" atau suasana yang memungkinkan terjadinya komunikasi interpersonal yang intens tanpa harus selalu menggunakan kata-kata formal.

Bagi Band Starlight, musik rock menjadi shared code (kode bersama). Ketika band memainkan genre ini, mereka sebenarnya sedang mengirimkan pesan tentang identitas "Rocker" yang humanis. Penonton yang memahami kode ini akan merasa terhubung secara

emosional, sehingga hambatan komunikasi (noise) dapat diminimalisir dan interaksi interpersonal di atas maupun di bawah panggung menjadi lebih cair.

c. **Fandom dan Budaya Partisipan**

Hubungan antara grup musik dan penggemarnya saat ini tidak lagi bersifat satu arah (top-down), melainkan bersifat partisipatif. Henry Jenkins (1992) dalam teorinya mengenai Participatory Culture menjelaskan bahwa audiens atau penggemar bukan sekadar konsumen pasif, tetapi mereka adalah peserta yang aktif dalam menciptakan makna dan budaya di sekitar idolanya.

Dalam studi etnografi terhadap Band Starlight, fenomena ini dapat dilihat melalui konsep Fandom. Fandom adalah komunitas yang terbentuk karena adanya ketertarikan yang sama terhadap suatu objek budaya. Karakteristik utama dari budaya partisipan dalam fandom ini meliputi:

- 1) Keterlibatan Emosional: Penggemar merasa memiliki ikatan personal dengan personil band. Hal ini didorong oleh gaya komunikasi interpersonal Starlight Band yang menghilangkan jarak (seperti melalui aksi flooring atau turun ke penonton).
- 2) Interaksi Sosial: Fandom menciptakan ruang bagi para anggota (fans) untuk saling berinteraksi, tidak hanya dengan band, tetapi juga sesama penggemar, sehingga membentuk jaringan sosial yang solid.
- 3) Penghancuran Hierarki: Dalam budaya partisipan, batas antara "bintang" dan "penggemar" menjadi kabur. Praktik jamming bareng di atas panggung yang dilakukan Starlight Band adalah bentuk nyata dari budaya partisipan, di mana audiens diberi ruang untuk menjadi bagian dari pertunjukan itu sendiri.

Dengan menggunakan kacamata fandom ini, peneliti dapat melihat bahwa gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan Starlight Band bertujuan untuk mengubah "penonton biasa" menjadi "penggemar

setia" yang memiliki loyalitas tinggi dan rasa memiliki terhadap komunitas Starlight.

F. Metodologi

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam skripsi ini adalah Etnografi. Etnografi bukan sekadar teknik pengumpulan data, melainkan sebuah prosedur penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara utuh suatu budaya atau sub-kultur. Sesuai dengan arahan metodologis, peneliti secara spesifik menggunakan model James P. Spradley. Spradley (1997) mendefinisikan etnografi sebagai sebuah kerja kebudayaan untuk memahami cara hidup dari sudut pandang penduduk asli (*the native's point of view*). Inti dari etnografi adalah upaya untuk menemukan Pengetahuan Budaya (*Cultural Knowledge*)—yaitu sistem makna yang digunakan oleh anggota kelompok untuk menginterpretasikan pengalaman dan menghasilkan perilaku sosial.

Pemilihan etnografi sebagai jenis penelitian sangat krusial karena Band Starlight bukan sekadar kelompok pemusik, melainkan sebuah komunitas yang memiliki bahasa, simbol, dan norma komunikasi tersendiri. Melalui metode Spradley, peneliti melakukan serangkaian langkah sistematis yang dikenal sebagai "The Developmental Research Sequence" (Alur Penelitian Maju Bertahap). Tahapan ini meliputi:

- a. Menetapkan Informan dengan Memilih personil Band Starlight sebagai informan kunci yang memiliki pengetahuan mendalam tentang budaya rock di Yogyakarta.
- b. Wawancara Etnografis berupa Melakukan percakapan yang bertujuan (proposif) untuk menggali makna di balik perilaku komunikasi interpersonal. Peneliti tidak hanya bertanya, tetapi juga mendengarkan bahasa khas (*native terms*) yang digunakan oleh musisi tersebut.
- c. Observasi Partisipan: Peneliti terjun langsung ke dalam lingkungan sosial band, merasakan atmosfer pertunjukan, dan mengamati

bagaimana interaksi tatap muka dilakukan untuk membangun keintiman dengan audiens.

d. Analisis bertahap: Peneliti menerapkan empat jenis analisis data Spradley:

- 1) Analisis Domain: Untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial.
- 2) Analisis Taksonomi: Untuk mengorganisir domain-domain tersebut ke dalam struktur internal yang lebih rinci.
- 3) Analisis Kompensial: Untuk mencari perbedaan ciri antar kategori dalam budaya band tersebut.
- 4) Analisis Tema Budaya: Untuk menemukan "benang merah" atau nilai-nilai yang menyatukan seluruh pola komunikasi interpersonal mereka.

Sejalan dengan pemikiran Malinowski (1999), penggunaan jenis penelitian etnografi memungkinkan peneliti untuk menangkap visi dunia musisi rock dalam hubungannya dengan kehidupan sosial mereka. Hymes (1996) juga mempertegas bahwa etnografi berkaitan erat dengan bagaimana struktur budaya mempengaruhi interaksi dan komunikasi. Melalui etnografi Spradley, peneliti dapat menjelaskan secara komprehensif bagaimana Band Starlight menegosiasikan identitas mereka sebagai rocker yang gahar di atas panggung namun tetap mengedepankan nilai-nilai humanis dalam komunikasi interpersonalnya, sehingga mampu mempertahankan eksistensi mereka di tengah arus industrialisasi musik.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif. Secara epistemologis, penelitian kualitatif berakar pada paradigma interpretif yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik, multidimensi, dan dinamis, bukan sesuatu yang tunggal atau dapat diukur secara statistik. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif merupakan sebuah sarana untuk mengeksplorasi dan

memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam perspektif ini, peneliti tidak datang dengan hipotesis yang kaku, melainkan berusaha memahami fenomena dari "dalam" situasi sosial tersebut.

Sugiyono (2018) menambahkan bahwa dalam pendekatan kualitatif, peneliti ditempatkan sebagai instrumen kunci (key instrument). Hal ini berarti keberhasilan penelitian sangat bergantung pada ketajaman peneliti dalam melakukan observasi, wawancara, dan menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul di lapangan. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena objek penelitian yaitu gaya komunikasi interpersonal Band Starlight melibatkan aspek emosional, nilai-nilai budaya, dan pengalaman subjektif yang memerlukan pendalaman naratif. Miller (1997) menegaskan bahwa fokus studi kualitatif adalah pada deskripsi mendalam mengenai cara orang berkomunikasi dan berinteraksi untuk membentuk realitas sosial mereka. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menangkap nuansa komunikasi "Rocker Juga Manusia" yang tidak hanya terlihat di atas panggung, tetapi juga dalam hubungan personal yang lebih intim di belakang layar.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berlokasi Kota Yogyakarta, Tepatnya di Studio Musik, *Basecamp Band Starlight*, dan di beberapa Kafe dan Bar tempat Starlight band mengisi acara, Dan beberapa lokasi lagi yang menyediakan sarana panggung untuk musisi. terdapat beberapa musisi rock yang masih bertahan untuk mengisi musik dalam panggung acara kafe dalam kota.

4. Sumber Data

Data primer didefinisikan sebagai data yang didapat secara langsung dari subjek penelitian, seperti individu, kelompok, atau satuan organisasi Ruslan (2010). Sumber data primer akan berasal dari personil band rock yang masih berpartisipasi dalam berbagai acara musik di kota Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan pendekatan

etnografi. Pendekatan etnografi membantu peneliti dalam mendapatkan data dengan cara memahami bagaimana komunikasi berinteraksi dengan suatu fenomena. Berikut adalah beberapa cara pengumpulan data melalui pendekatan etnografi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang sangat efektif dalam sebuah penelitian. Dalam metode ini, peneliti memberikan pertanyaan secara bertahap dan mendalam kepada narasumber yang bertujuan untuk memperoleh data yang lebih maksimal serta mendalam terkait topik yang sedang diteliti. Menurut (Edi, 2016) dalam bukunya "*Wawancara Psikodiagnostik*" wawancara merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi melalui interaksi sosial antara peneliti dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung selama 6 bulan dengan narasumber yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria penelitian ini. Narasumber yang diambil oleh peneliti adalah Agung Saptono dan Cahyo yang merupakan personil dari Starlight Band yang hingga saat ini masih tergabung dengan Starlight Band, dan Fans Starlight yang bernama Momo yang selalu hadir saat Starlight Band mengisi sebuah acara.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data secara langsung dan terjun ke lapangan berdasarkan objek yang akan diteliti. Nasution (1998) dan Sugiyono, (2018) berpendapat bahwa teknik pengumpulan data observasi merupakan dasar dari segala ilmu pengetahuan namun terdapat fakta-fakta tertentu yang hanya dapat diperoleh dari observasi. Marshall (1995) berpendapat bahwa melalui teknik observasi peneliti dapat memahami perilaku responden terhadap sebuah situasi maupun fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap perilaku apa yang dilakukan oleh objek penelitian terhadap fenomena yang ada.

Dari beberapa perspektif peneliti harus bisa meyakini untuk memahami dan melihat situasi serta kondisi objek penelitian dengan cara melakukan observasi secara cermat dan langsung agar data yang diambil merupakan data yang sesuai dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi yang digunakan oleh peneliti merupakan arsip dokumen mengenai peristiwa di masa lalu yang digunakan kembali dimasa sekarang untuk mendapatkan data. Metode dokumentasi sering digunakan dalam penelitian kualitatif, hal ini karena dapat menjadi sebuah opsi rujukan untuk melengkapi data yang diperoleh.

Menurut (Sugiyono, 2018) dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang berbentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan adalah pembahasan atau ulasan berupa gambar atau laporan mengenai Starlight Band agar bisa mendukung penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Proses mencari informasi dan mengaplikasikan secara sistematis hasil wawancara, catatan, dan sumber lain yang dipahami oleh peneliti dikenal sebagai analisis data. Data disatukan menjadi komponen yang dapat diatur, diidentifikasi artinya, dan dilaporkan secara sistematis untuk melakukan analisis.

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa analisis data mempunyai sifat induktif yang berarti analisis dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dan kemudian diolah menjadi hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan secara interaktif dan proses ini tidak berhenti hingga data yang diperoleh sudah tidak ada lagi menambah informasi baru jika dibandingkan dengan data yang telah ada sebelumnya Miles dan Huberman (1984).

a. Reduksi Data

Sugiyono (2018) reduksi dalam analisis data merupakan proses memilih dan memfokuskan pada inti atau pokok dari data yang diperoleh untuk mencari pola atau skema tertentu. Dalam tahap ini, peneliti akan melakukan penyederhanaan data dengan cara mengidentifikasi informasi penting, mengelompokkan data, dan menemukan tema-tema yang muncul.

Tujuan dari proses reduksi data sendiri adalah untuk menyusun data yang kompleks menjadi bentuk yang lebih sederhana serta teratur. Dengan demikian, peneliti dapat lebih mudah memahami esensi dari data dan menemukan pola-pola atau sekam yang mungkin akan muncul. Reduksi data merupakan langkah awal dalam analisis data kualitatif yang penting, hal tersebut karena reduksi data membantu peneliti dalam mengenali isu-isu yang relevan serta fokus penelitian.

b. Penyajian Data

Langkah berikutnya adalah menyajikan data sesuai dengan pola yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari penyajian data adalah untuk memudahkan pemahaman tentang apa yang sebenarnya terjadi dalam penelitian dan membantu peneliti dalam merencanakan langkah-langkah selanjutnya.

Penyajian data dilakukan dengan cara yang sistematis dan terstruktur, menggunakan metode yang sesuai dengan jenis data yang dianalisis. Hal ini memungkinkan peneliti dan pembaca untuk melihat hubungan antar data, mengidentifikasi pola atau tren yang muncul, dan memperoleh wawasan yang lebih mendalam. Dalam proses penyajian data, peneliti harus mempertimbangkan audien yang akan mengakses hasil penelitian tersebut. Penyajian data yang jelas, terorganisir dengan baik, dan mudah dipahami akan memudahkan pembaca memahami serta menginterpretasikan informasi yang disajikan.

Dengan melakukan penyajian data yang baik, peneliti dapat mengkomunikasikan hasil penelitian secara efektif, mengungkapkan

temuan yang relevan, dan menjelaskan implikasi dari temuan tersebut. Selain itu, penyajian data yang baik juga membantu peneliti untuk mengevaluasi kembali temuan-temuan mereka dan merencanakan langkah-langkah tindak lanjut yang lebih efektif dalam penelitian selanjutnya

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah data yang diperoleh disajikan dengan baik, peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan ini merupakan rangkuman dari temuan-temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan dari penelitian. Kesimpulan tersebut harus didukung oleh data yang valid dan hasil analisis yang kredibel.

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Starlight Band

Starlight Band adalah band bergenre Classic Rock yang peneliti temui dan menjadi band dijadikan objek penelitian etnografi, pertemuan peneliti dengan Starlight didasari dari band ini yang seringkali mengisi acara di Yogyakarta. band ini sangat dinantikan oleh para penikmat musik rock lawas karena pembawaannya yang sempurna karena di racik dengan Penampilan, Gaya Panggung dan Aransemen Musik yang seperti Band Aslinya membuat para penikmat terkesima layaknya melihat langsung rocker idolanya. Band Starlight mengusung pertunjukkan musik yang dihiasi dengan aksi-aksi panggung memukau sebagaimana musisi rock menampilkan kecadasannya, diawali dari aksi sang vokalis dengan pencapaiannya di nada tinggi, gitaris dengan kecepatan tangannya dalam mengisi bagian melodi, dan aksi sang bassis yang sangat memukau. Band ini juga sangat komunikatif kepada penonton yang hadir sehingga mereka terhibur dan tidak jenuh untuk selalu menyaksikan penampilan mereka. Pertunjukan musik rock di Yogyakarta bukan hanya tentang musik, tetapi juga tentang merayakan identitas kreatif dan keberagaman seni. Dengan komunitas yang solid, tempat-tempat ikonik, dan dukungan yang terus berkembang, Yogyakarta terus menjadi pusat vitalitas bagi musik rock di Indonesia.

Berdasarkan wawancara dengan personil Starlight Band, Band ini memilih genre rock classic bukan tanpa alasan, para personil memilih genre ini karena kesamaan hobi dari para personil yang sama-sama menyukai genre rock classic. Pada awalnya Starlight Band pernah mencoba memainkan beberapa genre seperti top 40, jazz, dan juga pop. Namun karena pada tahun 2009 sudah banyak genre top 40 dan para personil Starlight Band juga mengalami kejenuhan akhirnya Starlight Band memutuskan untuk memilih genre rock classic hingga saat ini. Personil Starlight Band sendiri sudah tergabung kedalam grup musik yang berbeda-beda. Namun karena adanya

kejenuhan dalam bermain di genre tersebut dan karena para personil Starlight Band memang memiliki selera yang sama akhirnya mereka memutuskan untuk membentuk band dengan genre musik rock classic. Hal tersebut juga didukung dengan keadaan pada awal pembentukan Starlight Band, dimana banyak cafe yang kosong untuk pengisi band ber genre rock. Sejak saat itulah Starlight Band akhirnya terus berkembang dan tetap bertahan hingga saat ini.

Grup Band ini terbentuk di Kota Yogyakarta, Band berkonsep rock ini berdiri karena kesamaan visi anggotanya untuk melestarikan hobinya yaitu bermusik khususnya musik rock. Band ini mampu dan sanggup untuk mempelajari hingga hafal membawakan ratusan lagu rock lawas yang cukup populer, karena lagu-lagu untuk dibawa dipanggung biasanya juga di request oleh para hadirin yang ingin mendengarkan secara langsung lagu kesukaannya, maka sebuah pekerjaan rumah besar bagi band ini untuk mengulik banyak lagu yang setiap hari terus bertambah, untuk keperluan entertainment dan hiburan tidak hanya musik rock juga yang band ini pelajari seperti pop populer masa kini mereka pelajari supaya menjadi sarana refreshing dan perasaan lain para penikmat musik, mengingat mereka bermain di tempat umum yang mungkin tidak semua orang mengerti dapat menikmati musik rock andalan Starlight band.



Gambar 2. 1 Starlight Band
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Band yang beranggotakan Agung (Bass), Cahyo (Gitar), Otto (Keyboard), Ronny (Drum), dan Uunk sebagai *frontman* yang mengeluarkan suara emas ala rockernya untuk menghibur para penikmat musik rock. , band ini sangat dinantikan oleh para penikmat musik rock lawas karena pembawaannya yang sempurna karena di racik dengan Penampilan, Gaya Panggung dan Aransemen Musik yang seperti Band Aslinya membuat para penikmat terkesima layaknya melihat langsung rocker idolanya. Band Starlight mengusung pertunjukkan musik yang dihiasi dengan aksi-aksi panggung memukau sebagaimana musisi rock menampilkan keadasannya, diawali dari aksi sang vokalis dengan pencapaiannya di nada tinggi, gitaris dengan kecepatan tangannya dalam mengisi bagian melodi, dan aksi sang bassis yang sangat memukau. Band ini juga sangat komunikatif kepada penonton yang hadir sehingga mereka terhibur dan tidak jenuh untuk selalu menyaksikan

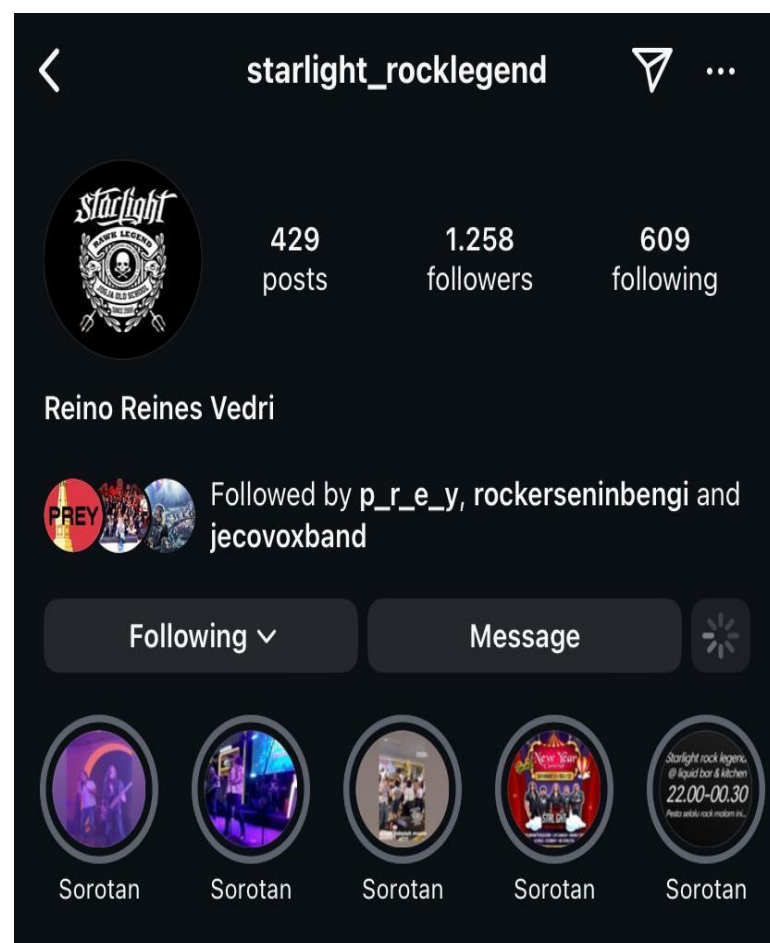
penampilan mereka. Pertunjukan musik rock di Yogyakarta bukan hanya tentang musik, tetapi juga tentang merayakan identitas kreatif dan keberagaman seni. Dengan komunitas yang solid, tempat-tempat ikonik, dan dukungan yang terus berkembang, Yogyakarta terus menjadi pusat vitalitas bagi musik rock di Indonesia.

Band ini mengedepankan konsep interaksi dan performance yang dekat dengan penontonnya, setiap mereka beraksi diatas panggung pasti mengajak para penonton yang mungkin memiliki bakat bermusik atau bernyanyi bergabung membawakan beberapa lagu Bersama mereka, tidak lupa pada saat turun panggung mereka menghampiri tongkrongan penonton yang ada disana untuk saling berkenalan dan bercerita tentang musik ataupun hal lain. Hal inilah yang menjadi pembeda band ini dengan lainnya sehingga dirasa lebih dekat dengan para penonton.

Kota Yogyakarta dengan segala isinya menjadi sebuah labuhan bagi para musisi yang mencari panggung untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari maupun menjadi pekerjaan sampingan untuk memenuhi gaya hidup termasuk yang dilakukan oleh Starlight band. Karena di Kota ini terdapat berbagai macam tempat seperti kafe, bar, pusat perbelanjaan dan acara yang dibuat khusus untuk panggung hiburan masyarakat, disanalah para pemusik akan menghibur pengunjung dengan memainkan bakat bermusiknya. Khususnya musik rock yang masih banyak peminatnya saat ini yang setiap pekan selalu ada event untuk bernostalgia tembang lawas musik rock bersama para musisi atau band rock, setiap pertunjukan bukan hanya merupakan ekspresi musikal semata, tetapi juga perayaan keberagaman, kreativitas, dan semangat komunitas. Band ini bekerja sama dengan menandatangani kontrak dengan beberapa kafe untuk menjadi penampil tetap

Di beberapa kafe dan menjadi penampil tetap setiap hari sesuai jadwal. Kedatangan band disuatu kafe ini juga sebagai marketing café sehingga mengundang khalayak pecinta musik maupun fans dari band ini berkunjung meramaikan café. Terdapat beberapa event yang komunitas ini buat untuk tetap melestarikan musik rock di Kota Yogyakarta, diantaranya adalah Event Rock

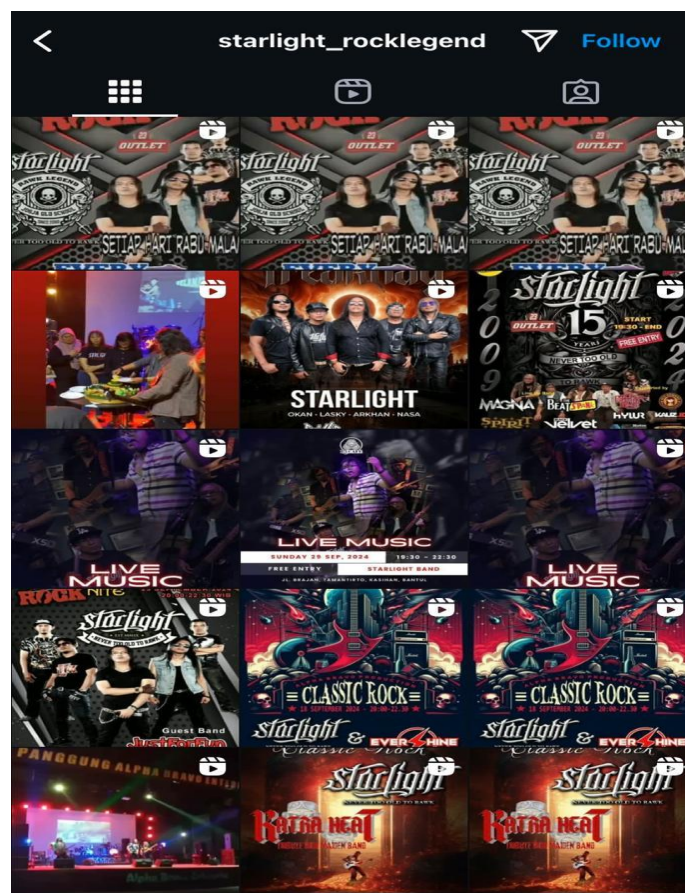
Senen Bengi yang diselenggarakan oleh KRSB (Komunitas Rocker Senen Bengi) yang bekerja sama untuk menyediakan panggung menampilkan sajian Musik Rock yang disajikan oleh beberapa Band yang senantiasa membawakan *cover* dari tembang-tembang rock lawas membuat para hadirin bernostalgia. Kerjasama ini akan menguntungkan kedua belah pihak dimana kafe akan mendapatkan pengunjung dari komunitas yang pasti akan membeli makanan dan minuman sembari menikmati penampilan dari band rock tersebut.



Gambar 2. 2 Instagram Starlight Band

Starlight band memiliki akun sosial media Instagram yang menampilkan beberapa cuplikan mereka saat beraksi menghibur penonton diatas panggung acara besar maupun kecil seperti kafe dan bar. Selain itu juga ada banyak kumpulan poster promosi acara yang diisi oleh band ini yang ditujukan untuk menginformasikan kepada seluruh pengikut band ini dan

menghadiri meramaikan acara tersebut. Akun instagram yang dikelola oleh Agung Saptono sang bassist dari juga bisa menjadi Contact Person bagi para calon klien yang ingin mengundang Starlight band untuk mengisi acaranya, Portofolio dari beberapa pertunjukan menjadikan acuan untuk menarik minat para calon klien yang akan lebih yakin dengan kemampuan dan jam terbang band ini.



Gambar 2. 3 Feeds Starlight Band

BAB III

HASIL PEMBAHASAN

Bab ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta membahas temuan dengan temuan yang lain mengenai Gaya Komunikasi Interpersonal Band Starlight di Yogyakarta. Pertanyaan penelitian terdiri dari 3 pertanyaan yaitu, bagaimana cara musisi rock membentuk citra, apa yang ingin disampaikan musisi rock yang masih bertahan hingga saat ini, dan apa yang membuat mereka tetap bertahan disaat musik rock sudah sedikit peminat.

Ketiga pertanyaan tersebut akan dibahas dalam sub-bab temuan, dimana peneliti akan merangkum informasi yang diperoleh dari narasumber yaitu Starlight band. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang tidak bertujuan untuk menggeneralisasi temuan.

Setelah peneliti menjelaskan ikhtisar pada temuan, narasi akan dipresentasikan berdasarkan pengalaman pribadi narasumber baik secara historis maupun empiris. Temuan dituangkan kedalam beberapa sub-bab sesuai dengan pertanyaan yang telah diajukan. Pada bab ini, peneliti merangkum beberapa jawaban dari narasumber yang telah bertemu dan bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman serta cerita mereka dalam berkemcimpung di dunia musik rock. Pengalaman ini mencakup aspek empiris dan historis yang mereka peroleh selama menjadi musisi band rock.

A. Temuan

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal adalah suatu mekanisme penyampaian informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara langsung dan tidak terstruktur, menggunakan cara verbal maupun non-verbal untuk memperoleh tanggapan secara langsung. Dalam setiap kegiatan yang dilakukan Starlight Band, baik di atas panggung maupun di belakang panggung, terdapat lima elemen penting yang terlibat dalam Komunikasi Interpersonal. Proses ini melibatkan pertukaran pesan antara individu yang

berlangsung secara langsung dan bersifat timbal balik, baik melalui simbol-simbol verbal maupun nonverbal, serta memungkinkan terjadinya umpan balik secara bersamaan. Ketika Starlight Band tampil, baik di atas panggung atau di luar, komunikasi interpersonal sangat penting untuk membangun hubungan dengan penonton serta antar anggota tim. Pemahaman mengenai proses komunikasi ini dapat diuraikan melalui model komunikasi dasar yang terdiri dari lima elemen utama, yaitu komunikator, pesan, media, penerima, dan efek. Starlight Band bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan melalui pertunjukan musik, sementara penonton berfungsi sebagai penerima pesan tersebut. Interaksi ini menghasilkan respons dalam bentuk kognitif, emosional, dan perilaku, yang mencerminkan efektivitas proses komunikasi interpersonal yang terjadi.

a. Komunikasi Interpersonal Dimulai Dari Diri Sendiri .

Komunikasi interpersonal sebenarnya tidak hanya berasal dari interaksi antara individu, tetapi juga dimulai dari komunikasi intrapersonal, yaitu proses internal yang reflektif dalam membentuk citra diri dan identitas sosial. Menurut pandangan Teori Identitas yang dijelaskan oleh Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017), manusia akan menciptakan dan merundingkan identitasnya melalui simbol, tindakan, dan interaksi sosial. Identitas ini bersifat dinamis, bukan tetap, dan terus dibangun serta ditampilkan dalam konteks sosial tertentu sebagai bagian dari representasi diri yang disadari.

Dalam konteks ini, anggota Starlight Band menunjukkan bagaimana identitas mereka terbentuk melalui penampilan dan gaya panggung yang sejalan dengan karakter musik rock yang mereka bawa. Visual diri sebagai "rockstar" bukan hanya sekadar tampilan fisik, tetapi juga merupakan bentuk identitas performatif yang mencerminkan cara individu menampilkan dirinya untuk mengarahkan sudut pandang masyarakat tertentu. Teori Penyajian Diri Menurut Goffman (2017) mengemukakan bahwa individu dalam konteks sosial

tertentu akan memainkan peran tertentu dengan harapan dapat membentuk pandangan orang lain. Dalam hal ini, panggung musik berfungsi sebagai tempat tampil di mana para anggota Starlight menunjukkan citra sebagai rocker melalui kostum, gerakan fisik, ekspresi musik, dan interaksi dengan penonton.

Penampilan visual ini memiliki makna simbolik yang mendalam. Dalam kerangka Interaksionisme Simbolik, identitas terbentuk dari makna simbol-simbol yang diciptakan dan diinterpretasikan melalui interaksi sosial Littlejohn (2017). Elemen seperti jaket kulit, rambut panjang, sepatu boot, hingga aksi panggung yang penuh ekspresi menjadi simbol komunikasi yang menyampaikan pesan tentang keaslian, kebebasan, dan pemberontakan—nilai-nilai yang menjadi bagian dari budaya rock. Penampilan yang konsisten dan totalitas dalam bermusik menjadi cara bagi Starlight untuk membangun diferensiasi simbolik sekaligus memperkuat citra kolektif mereka sebagai band rock yang autentik.

Hal ini dipertegas oleh pernyataan Agung Saptono, salah satu personel Starlight Band:

“Kalau influence banyak ya... dari musisi dalam negeri maupun luar negeri yang show dan stage act-nya bagus itu aku kagum dengan mereka dan aku ingin juga seperti mereka yang memberikan suguhan yang terbaik untuk audience sehingga ada kesan entertaining dari kita supaya orang tidak bosan untuk melihat kita. Lama-lama juga otomatis mengalir sendiri, jadi secara visual (kostum yang dipakai) yang tidak digunakan orang lain, kami tetap memakainya karena aku suka dan saya menghargai tamu dan pengunjung yang datang. Kalau aku pakai pakaian seenaknya, kasihan mereka yang sudah effort banyak untuk melihat kita dan untuk menghargai diri sendiri. Selain itu, otomatis dengan tampilan ini kita terpandang sebagai rocker.” (Wawancara dengan Agung Saptono, Bassist Starlight Band)

Pernyataan tersebut menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya pengelolaan citra diri sebagai bagian dari komunikasi interpersonal dalam konteks hiburan. Dalam hal ini, *Starlight Band* memaknai bahwa komunikasi tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga melalui simbol-simbol visual dan tindakan performatif yang dapat membangun kedekatan psikologis dengan audiens.

Berdasarkan observasi saat saya melihat penampilan *Starlight*. Gaya panggung dan berpakaian yang ditampilkan oleh para personel *Starlight Band* selalu meninggalkan kesan kuat dan dapat dijadikan rujukan dalam konteks penciptaan identitas musik. Aksi panggung yang dinamis, ekspresi emosional yang kuat, serta konsistensi visual mereka, mampu membentuk persepsi audiens secara signifikan, sekaligus memperkuat relasi emosional yang bersifat interpersonal.



Gambar 3. 1 Gaya Rockstar Bassist
(Sumber: Dokumentasi Narasumber)

Gaya panggung dan berpakaian yang mereka tampilkan menurut sudut pandang peneliti selalu meninggalkan kesan menarik untuk menjadi panutan dalam bermusik, aksi yang ditampilkan juga

sangat menghibur peneliti dan audience yang hadir menyaksikan Starlight Band.

Dengan demikian, komunikasi interpersonal yang dimulai dari diri sendiri merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan dengan audiens. Identitas yang dikonstruksi melalui refleksi intrapersonal, dipertunjukkan secara simbolik dalam interaksi sosial, menjadi dasar dari proses komunikasi yang autentik, efektif, dan bermakna.

b. Komunikasi Interpersonal Bersifat Transaksional

Komunikasi antarpribadi memiliki sifat transaksional, yang berarti bahwa proses komunikasi berlangsung secara bersamaan dan saling memengaruhi, di mana setiap peserta secara aktif bertukar pesan dalam sebuah interaksi yang terintegrasi. Konsep ini menolak pemahaman komunikasi sebagai suatu proses yang hanya mengalir satu arah, melainkan menekankan pentingnya hubungan timbal balik serta partisipasi kedua belah pihak dalam bersama-sama menciptakan makna Littlejohn (2017) Dalam pelaksanaan komunikasi oleh Starlight Band, pendekatan transaksional ini terlihat pada upaya mereka untuk berhubungan langsung dengan penonton, baik ketika mereka tampil di atas panggung maupun di luar waktu pertunjukan.

Salah satu bentuk konkret dari pendekatan ini adalah praktik yang mereka sebut sebagai *flooring*, yaitu turun langsung dari panggung untuk berinteraksi secara informal dengan penonton. Interaksi ini tidak hanya mencerminkan pendekatan humanistik dalam komunikasi interpersonal, tetapi juga menjadi strategi relasional untuk memperkuat ikatan dengan audiens dan membangun identitas kolektif. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu personel Starlight Band:

"Untuk hal itu saya biasa menyebutnya flooring (turun langsung ke audiens), jadi efeknya sangat penting bagi klien bakal mengingat

kita, klien juga bisa dapet kontak kita, kita juga menambah pertemanan dan relasi sehingga chance kita untuk menambah job lebih besar daripada kita tidak mendatangi dan mengajak ngobrol tamu. jadi efek dari kita menghargai mereka yang datang adalah memanusiakan manusia, kami anggap mereka temen yang datang kerumah dan menyikapinya dengan menyambut dengan obrolan hangat."

Interaksi tersebut menunjukkan dimensi relasional dalam komunikasi yang sejalan dengan *Relational Communication Theory*, yakni bahwa komunikasi merupakan proses yang membentuk, mempertahankan, atau mengubah hubungan interpersonal (Littlejohn et al., 2017). Pendekatan ini juga mendekati *Communication Competence Theory*, yang menekankan pentingnya kecakapan dalam menyampaikan pesan secara efektif dan etis dalam situasi sosial yang relevan.

Efek dari interaksi yang dilakukan secara intens tersebut tampak nyata dalam kesaksian audiens, yang menunjukkan keterikatan emosional dan persepsi positif terhadap band:

"Saya sudah lama selalu hadir dimana Starlight band hadir, karena saya juga sudah anggap mereka menjadi keluarga sendiri. Ditambah juga Starlight setiap hari rabunya selalu mengisi di cafe punya saya sendiri juga. jadi saya ngerasa kaya ngundang temen kerumah dan dinyanyiin langsung sama mereka. yang jelas ngerasa dikasih persembahan spesial kaya intimate concert gitu sama mereka"



Gambar 3. 2 Kedekatan Personil Band bersama Penonton
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Pernyataan tersebut mencerminkan bagaimana interaksi interpersonal berkontribusi dalam pembentukan ikatan sosial yang erat, bahkan hingga pada tingkat *perceived kinship* atau anggapan bahwa hubungan yang terjalin telah menyerupai relasi kekeluargaan. Hal ini mendukung teori Social Penetration yang menjelaskan bahwa kedekatan emosional terbentuk melalui pertukaran interaksi yang bersifat terbuka, pribadi, dan berulang dari waktu ke waktu.

Komunikasi interpersonal yang bersifat transaksional menjadi strategi utama bagi Starlight Band dalam membangun hubungan yang erat dan berkelanjutan dengan audiens. Melalui interaksi langsung yang melibatkan empati, penghargaan, dan keterlibatan emosional, mereka tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun basis relasi yang kuat dan berorientasi jangka Panjang sebuah praktik komunikasi yang efektif dalam konteks hiburan dan pemasaran personal.

c. Komunikasi Interpersonal Menyangkut Aspek Isi Pesan Dan Hubungan Antar Pribadi.

Komunikasi interpersonal pada hakikatnya mencakup dua dimensi utama, yaitu aspek isi pesan (content) dan aspek relasional (relationship). Aspek isi berkaitan dengan informasi yang disampaikan secara eksplisit, sedangkan aspek relasional menyangkut bagaimana pesan itu disampaikan dan bagaimana pesan tersebut mencerminkan hubungan antara komunikator dan komunikan Littlejohn, Foss, & Oetzel (2017). Kedua aspek ini senantiasa hadir secara simultan dalam setiap interaksi interpersonal, termasuk dalam konteks pertunjukan musik sebagai media komunikasi sosial.

Dalam praktik pertunjukan Starlight Band menunjukkan dimensi isi pesan tercermin dari pesan-pesan verbal maupun musikal yang mereka sampaikan melalui lirik lagu, ajakan interaktif kepada audiens, serta improvisasi panggung. Sedangkan aspek hubungan tampak dalam cara mereka membangun kedekatan, menciptakan suasana inklusif, serta membuka ruang partisipasi aktif bagi penonton. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu penggemar:

“Dari atas panggung mas agung melalui mikrofon nawarin apakah ada yang mau request, atau mau jamming bareng band mereka. dari situ aku sering ikut ngejam mereka. Kebetulan aku ini bisa dikit-dikit main gitar tapi ya gak punya band jadi rasanya aku main sama mereka kaya jadi bagian band Starlight.soalnya asik juga ternyata main diatas panggung sama mereka”



Gambar 3. 3 Penonton Jamming
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Jamming session bersama Starlight Band menjadi suatu daya tarik yang tidak semua band miliki, Karena ratusan koleksi lagu Rock Classic yang sudah dikuasai oleh band ini menjadi suatu keunggulan yang dicari banyak penikmat musik rock di kota Yogyakarta karena pastinya setiap orang memiliki lagu favoritnya masing-masing yang itu bermacam yang pasti mereka berharap lagu itu akan dibawakan oleh band Starlight saat performance.



Gambar 3. 4 Peneliti Jamming bersama Starlight
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Fenomena ini mencerminkan teori komunikasi interpersonal dari Joseph A. DeVito (1997), yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan secara verbal dan nonverbal yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang saling memengaruhi secara timbal balik. Dalam hal ini, undangan untuk jamming session bukan hanya menyampaikan ajakan (isi), tetapi juga menciptakan kesan keakraban dan kesetaraan (relasi). Interaksi yang bersifat spontan, tanpa perencanaan formal, merupakan bentuk autentik dari komunikasi interpersonal dalam konteks hiburan.

Menurut Interactional View dari Watzlawick, Beavin, & Jackson (dalam Littlejohn et al., 2017), semua komunikasi bersifat simultan dan multidimensi setiap pesan tidak hanya berbicara tentang apa yang dikatakan, tetapi juga tentang hubungan antara komunikator. Ketika Starlight mengundang penonton untuk bermain musik bersama, mereka secara implisit menyatakan bahwa penonton adalah bagian penting dari

pengalaman performatif, bukan sekadar penikmat pasif. Praktik ini juga menguatkan pandangan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran dalam membangun komunitas simbolik. Seperti dijelaskan dalam Symbolic Convergence Theory (Bormann, dalam Littlejohn et al., 2017), komunikasi yang menyatukan pengalaman emosional kolektif dapat menciptakan "kesadaran kelompok" (group consciousness) yang mempersatukan identitas individu ke dalam satu entitas sosial yang kohesif dalam hal ini, antara Starlight Band dan penggemarnya.

Aspek emosional dari pertunjukan musik juga menciptakan resonansi psikologis, di mana musik berfungsi sebagai medium emotional contagion atau penularan emosi (Juslin & Sloboda, 2001). Seperti diungkapkan oleh Agung Saptono, energi rock yang mereka sampaikan bukan hanya untuk menghibur, tetapi juga untuk menularkan semangat hidup kepada penonton:

“Kalau dari energi rocknya yaa jangan sampai kita ini menye menye artinya jangan sampai lemes harus fight strong apapun yang terjadi di kehidupan, kalau aku energi rock ini memberikan influence. Saat memutar lagu rock akan memberikan semangat.”

Hal ini sejalan dengan teori emotional expression in performance yang menyatakan bahwa performa musik adalah bentuk komunikasi emosi yang mendalam, dan dalam konteks interpersonal, dapat mempererat relasi serta meningkatkan sense of belonging di antara partisipan (Gabrielsson & Juslin, 1996).



Gambar 3. 5 Aksi Panggung Starlight
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Berdasarkan observasi saya selama mengikuti aktivitas mereka sebelum dan sesudah tampil. totalitas performatif para personel Starlight, mulai dari aransemen, ekspresi panggung, hingga keterlibatan audiens, menunjukkan integrasi antara aspek isi dan relasi dalam komunikasi interpersonal. Penampilan mereka tidak hanya menyampaikan pesan-pesan musikal yang eksplisit, tetapi juga membangun koneksi afektif melalui ekspresi emosi dan interaksi langsung dengan penonton. Inilah yang menjadikan komunikasi interpersonal dalam pertunjukan musik sebagai pengalaman simbolik dan emosional yang kuat, dan meningkatkan ikatan sosial.

d. Komunikasi Interpersonal Mensyaratkan Kedekatan Fisik Antara Pihak Yang Berkomunikasi

Salah satu karakteristik mendasar dari komunikasi interpersonal adalah pentingnya kedekatan fisik (physical proximity) sebagai syarat terjadinya interaksi yang bermakna dan efektif. Komunikasi interpersonal secara esensial terjadi dalam ruang sosial yang memungkinkan pertukaran pesan verbal dan nonverbal secara langsung. Dalam teori Proxemics yang dikembangkan oleh Edward T. Hall (dalam Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2017), jarak fisik memengaruhi kualitas dan makna komunikasi: semakin dekat jarak antarindividu, semakin tinggi tingkat keterlibatan emosional dan kedalaman interaksi yang dapat dicapai.

Seperti yang dilakukan oleh Starlight Band, kedekatan fisik bukan hanya memungkinkan penyampaian pesan yang lebih ekspresif dan langsung, tetapi juga membangun suasana psikologis yang lebih akrab antara performer dan audiens. Akses langsung antara musisi dan penonton, baik saat di atas maupun di luar panggung, memungkinkan terjadinya komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relasional dan emosional.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu penggemar:

“Iya, saya lebih suka untuk ketemu ngobrol langsung karena lebih intim dan lebih cepat akrab, kemudian jadi lebih ngerti kalau besok mereka datang lagi bakal lebih notice. Itu penting karena Tamu/pengunjung pada saat kita panggil sapa namanya dari atas maupun bawah panggung dia akan merasa akrab “Oh, ternyata aku diinget oleh band starlight ini”.



**Gambar 3. 6 Peneliti bersama
Narasumber 2
(Dokumentasi Peneliti)**

Mudah untuk mengingat wajah dan nama, Namun efeknya bagi mereka luar biasa dan akan meninggalkan kesan. sehingga mereka bakal bisa menjadi teman yang berharga bagi kita, dia pasti akan selalu mendatangi kita. dan plusnya lagi mereka akan membukakan jalan lagi untuk relasi kedepannya seperti contohnya mereka mengajak teman yang mereka. dengan bahasa *“Yuk besok ke cafe ini, ada band ini main. aku kenal diantara mereka”* pasti teman-temannya juga bakal merasa senang bila dikenalkan juga.

Testimoni ini memperlihatkan pentingnya kehadiran fisik dalam membentuk hubungan yang lebih dekat dan bermakna. Ketika komunikasi dilakukan secara langsung, hadir dalam ruang yang sama, maka persepsi atas perhatian, pengakuan, dan penghargaan menjadi lebih kuat. Hal ini sejalan dengan Interpersonal Needs Theory dari Schutz (dalam Littlejohn et al., 2017), yang menyatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan akan afiliasi, kontrol, dan inklusi dalam setiap

interaksi sosial, yang paling efektif dipenuhi melalui komunikasi langsung.

Pendekatan *Relational Dialectics Theory*, kedekatan fisik berkontribusi dalam negosiasi antara kebutuhan untuk keterikatan (connectedness) dan otonomi dalam relasi interpersonal (Littlejohn et al., 2017). Praktik Starlight Band menyapa audiens secara personal, mengingat nama mereka, serta menciptakan interaksi dua arah di dalam dan luar panggung, memperkuat keterikatan sosial yang bersifat inklusif dan akrab. Inilah yang kemudian membentuk loyalitas emosional dan ikatan kolektif yang tidak hanya bersifat musikal tetapi juga relasional.

Komunikasi interpersonal yang dibangun melalui kedekatan fisik dalam konteks pertunjukan musik bukan hanya memperkaya dimensi isi pesan yang disampaikan, tetapi juga memperkuat relasi antarpersonal yang mendalam. Interaksi semacam ini menjadi sarana penting dalam membangun pengalaman yang tidak hanya menghibur, tetapi juga berkesan dan membentuk komunitas emosional yang kuat antara performer dan audiens.

e. Komunikasi Interpersonal Menempatkan Kedua Belah Pihak yang Berkomunikasi Saling Bergantung

Salah satu karakteristik esensial dalam komunikasi interpersonal adalah adanya hubungan timbal balik dan ketergantungan antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam pandangan Joseph A. DeVito (2013), komunikasi interpersonal adalah proses transaksional yang melibatkan dua individu atau lebih dalam pertukaran simbolis yang bersifat simultan. Setiap pihak secara aktif memengaruhi dan dipengaruhi oleh pesan yang dikomunikasikan, sehingga tercipta suatu dinamika interdependensi. Hal ini juga diperkuat oleh konsep komunikasi menurut Wilbur Schramm, yang menyatakan bahwa setiap individu dalam komunikasi interpersonal berperan sebagai pengirim sekaligus

penerima pesan (encoder–decoder), serta berbagi *field of experience* yang memungkinkan pemaknaan bersama.

Hubungan antara musisi dan audiens terbangun tidak hanya melalui performa musikal di atas panggung, tetapi juga melalui interaksi sosial di luar panggung. Seorang narasumber mengisahkan awal mula perkenalannya dengan band ini yang bermula dari kesukaan pribadi terhadap musik rock. Intensitas kehadirannya dalam pertunjukan Starlight Band menarik perhatian salah satu personil band, sehingga tercipta interaksi awal yang mempererat hubungan mereka:

“Suatu saat aku pas itu lagi duduk sendiri di kafe nonton mereka, ternyata mas agung notice kalau aku sering nonton dia di cafe sini. disamperin lah aku dan diajak kenalan, dia memperkenalkan diri dan aku juga. aku mengenalkan diri juga ke om agung. Dari situ lah aku memulai percakapan dan ternyata kita juga banyak yang kenal.”

Hubungan tersebut berlanjut ke ranah pertemanan dan kolaborasi artistik. Interaksi yang terjadi mencerminkan prinsip saling ketergantungan komunikasi, di mana keberadaan audiens bukan hanya sebagai penerima pasif, melainkan sebagai mitra komunikasi yang turut membentuk makna pertunjukan. Hal ini terlihat dari keterlibatan langsung penggemar dalam sesi jamming bersama band:

“Aku sering ikut ngejam mereka hehehe. soalnya asik juga ternyata main diatas panggung sama mereka”.

Komunikasi interpersonal tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial di mana para partisipan berbagi peran, makna, dan harapan satu sama lain. Ketergantungan ini tampak dalam cara personil Starlight Band membangun relasi secara informal dengan para penonton. Tidak hanya menghibur, mereka juga menyapa, tersenyum, dan berdialog dengan hangat setelah pertunjukan. Salah satu penggemar menyampaikan kesannya (Littlejohn, Foss, dan Oetzel 2017):

“Dari awal aku dah ngira sih kalau mereka orangnya baik, soalnya murah senyum. dipanggong kaya gapernah berhenti senyum sambil mengajak interaksi penonton. dari situ aku bisa nangkep mereka pasti adalah orang yang baik dan asik”



Gambar 3. 7 Personil Starlight Mendatangi Meja Penonton
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Aktivitas pascapertunjukan, seperti menyampaikan informasi jadwal tampil berikutnya, menunjukkan adanya kesinambungan komunikasi yang memperkuat ikatan sosial antara musisi dan audiens. Interaksi semacam ini mempertegas bahwa komunikasi interpersonal tidak berhenti pada satu titik kontak, melainkan menjadi proses berkelanjutan yang menempatkan kedua belah pihak dalam hubungan yang saling mendukung dan saling menghidupi.

f. Komunikasi Interpersonal Tidak Dapat Diubah Maupun Diulang

Citra sebagai seorang “rocker” yang ditampilkan oleh anggota Starlight Band merupakan hasil dari proses komunikasi interpersonal yang mencakup aspek simbolik dan sosial. Meskipun musik rock seringkali dikaitkan dengan citra keras, maskulin, atau bahkan menyeramkan, para personil Starlight Band justru membangun representasi diri yang lebih terbuka dan bersahabat. Hal ini merupakan bentuk dari strategi presentasi diri (self-presentation) sebagaimana dijelaskan oleh Erving Goffman (1959), di mana individu secara sadar mengelola kesan yang ditampilkan kepada khalayak untuk menciptakan identitas sosial yang sesuai dengan tujuan komunikatifnya.

Para personil Starlight Band tidak hanya mengandalkan gaya berpakaian dan ekspresi artistik di atas panggung, tetapi juga aktif menjalin kedekatan personal dengan audiens di luar pertunjukan. Mereka secara aktif menyapa penggemar, memperhatikan reaksi penonton saat tampil, dan membangun hubungan interpersonal melalui interaksi langsung. Seorang personil band menyatakan:

“Kami juga sering mas menyapa terlebih dahulu, jadi waktu manggung kita juga sambil memperhatikan mas siapa saja penontonnya karna itu tadi kita sering tampilnya di cafe jadi ya gampang buat memperhatikannya.”

Pernyataan tersebut mengindikasikan adanya proses komunikasi interpersonal dua arah yang bersifat transaksional DeVito (2013), bahwa komunikasi interpersonal adalah proses simultan di mana pengirim dan penerima saling bertukar pesan, membentuk makna bersama, dan menyesuaikan perilaku satu sama lain dalam konteks sosial.

Kebiasaan menyapa terlebih dahulu, memperhatikan ekspresi penonton, dan membedakan antara penggemar setia dan penonton umum menunjukkan kepekaan sosial serta intensi untuk memperkuat ikatan emosional dengan audiens. Dalam konteks ini, komunikasi non-

verbal seperti ekspresi wajah, senyuman, atau gestur menyapa menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap Starlight Band sebagai kelompok musisi yang ramah dan inklusif.

Lebih dari sekadar menciptakan kesan positif, perilaku ini juga berfungsi menjaga kohesi sosial dan menghindari konflik interpersonal. Sikap terbuka dan penggunaan ungkapan maaf saat berbincang dengan penggemar mencerminkan nilai-nilai komunikasi yang etis dan berorientasi pada hubungan jangka panjang. Dengan demikian, Starlight Band tidak hanya menyampaikan pesan musikal melalui pertunjukan mereka, tetapi juga membangun narasi kolektif tentang siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dikenang oleh komunitasnya.

2. Strategi Komunikasi Interpersonal Starlight Band

Penerapan strategi komunikasi interpersonal oleh starlight band memiliki tujuan yang diharapkan yaitu terciptanya pengertian antara dua pihak yang terlibat dalam komunikasi. Konsep Komunikasi Humanis berkesimpulan bahwa komunikasi ini berfokus pada interaksi yang memperhatikan aspek perasaan, empati, dan hubungan antarindividu. Dalam komunikasi humanis, tujuan utamanya adalah untuk membangun koneksi yang lebih dalam antara individu, menghargai perbedaan, serta meningkatkan pemahaman dan kerjasama. Komunikasi ini sangat penting dalam berbagai konteks, baik dalam hubungan pribadi, profesional, maupun dalam masyarakat luas. Komunikasi adalah jembatan yang menghubungkan manusia, dan pemahaman yang dalam dapat dicapai hanya jika kita mendengarkan dengan hati, bukan sekadar telinga Covey (1989).

Dengan pemahaman ini, komunikasi humanis dapat menjadi alat yang kuat untuk mengatasi konflik dan membangun hubungan yang harmonis. Dengan menerapkan komunikasi humanis, band tidak hanya mempersembahkan musik, tetapi juga membangun komunitas yang loyal dan berdedikasi, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi penggemar yang sangat diperlukan untuk membangun band menjadi lebih

besar dan mencapai kesuksesan. Peneliti telah menyimpulkan Strategi Komunikasi humanis yang dilakukan oleh band Starlight.

a. Mengutamakan Tatap Muka Daripada Media Sosial

Komunikasi secara tatap muka yang diunggulkan oleh band ini dengan cara mengunjung satu persatu dan mengajaknya saling berkenalan hingga mengerti kepribadian maupun latar belakang satu sama lain akan menjadikan sebuah momen intim berkesan bagi kedua belah pihak. hal ini sangat memungkinkan untuk timbulnya rasa saling percaya satu sama lain untuk menjalin kerjasama. Kerjasama yang dilakukan bisa terkait dengan band maupun pekerjaan diluar band. dibutuhkan media sosial di masa kini sangat berpengaruh bagi sebuah brand, tak dipungkiri dari media sosial untuk sebuah Band. Banyak dari band di Indonesia yang menjadikan media sosial sebagai platform untuk melakukan promosi ke masyarakat luas, yang dampak dari promosi media sosial ini lebih mudah dan efisien untuk memberikan hasil yang terbaik. Namun hal ini tidak terlalu berpengaruh bagi Starlight band, Diketahui pada saat peneliti menanyakan bagaimana pengaruh bagi band ini, Agung Saptono selaku pemegang kendali manajemen media sosial mengatakan

“Kalau kami sosmed ada dari IG dan FB. dan untuk jangkauannya mungkin lumayan untuk feedbacknya untuk ke orang-orang baru yang belum mengenal kami secara tatap muka. Soalnya kalau untuk orang-orang lama yang sudah mengenal kami udah biasa menghubungi kami atau langsung ke venue dimana kita biasa untuk perform.”

Akun media sosial yang dikelola oleh band Starlight pada instagram @starlight_rocklegend lebih mengutamakan sebagai portofolio dan dokumentasi panggung-panggung yang sudah band ini

meriahkan. Mulai dari aksi panggung, kemeriahan acara dan cuplikan saat band ini menghibur audiens akan menjadi daya tarik tersendiri bagi calon klien yang membutuhkan Starlight untuk acaranya yang akan ditunjukkan pada calon klien. Keunggulan dari Komunikasi Secara tatap muka bagi Starlight Band juga dibuktikan pada saat peneliti menanyakan tentang apakah bertambahnya relasi terjadi lebih banyak dari promosi mulut ke mulut daripada melalui sosmed

“Betul sekali,hal yang tidak bisa dilakukan melalui sosmed. namun efeknya dari sosmed ya lumayan bagus untuk yang kita rasa diluar jangkauan (luar kota) dan bagi yang belum pernah kenal kita jadi tau akan band kita namun tidak secara personal. dan dari sosmed baru sedikit yang menghubungi kita dari inbox “

“Jadi kalau sudah ada di venue maka aku akan lebih berbicara secara tatap muka, namun jika di media sosial pada saat aku upload story flyer aku perform, orang2 lama yang tidak berjumpa dengan kita biasanya akan mengingat kita kembali sehingga akan berjumpa kembali dengan kita untuk mempererat pertemanan”

Terkait perkataan narasumber diatas, Peneliti menyimpulkan bahwa media sosial adalah sebagai secondary option bagi pemasaran Band Starlight.

b. Memanusiakan Manusia

Berdasarkan kutipan dari Maslow (1968) Mazhab Humanisme berpendapat bahwa tingkah laku manusia yang baik adalah yang sesuai dengan nilai manusiawinya, atau kodrat manusia. Konkrit menjadi ukuran dalam tindakan manusia, sehingga pikiran, perasaan, dan keadaan semuanya memengaruhi tindakan konkrit. Orang yang melakukan tindakan adalah yang menentukan apakah tindakan itu baik atau buruk. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tindakan yang

baik adalah tindakan yang sesuai dengan kodrat manusia, jadi tidak mengurangi atau menentang kemanusiaan. Hal ini selalu Starlight band lakukan diatas,dibawah,maupun diluar panggung.

c. Interaksi Diatas Panggung

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan melihat beberapa penampilan dari Starlight Band, ada beberapa interaksi yang sering dilakukan oleh mereka salah satunya adalah dengan melontarkan pertanyaan kepada penonton terkait lagu apa yang mereka ingin untuk dibawakan oleh Starlight Band. Hal tersebut peneliti perkuat dengan melakukan wawancara kepada salah satu personil Starlight Band. Peneliti bertemu dengan salah satu personil Starlight Band dan melakukan wawancara secara langsung.

“Kami sering ini sih mas kayak melempar pertanyaan seperti penonton mau request lagu apa untuk dibawakan, terkadang mereka meminta lagu karna ingin mendengarkan lagu itu atau karna sesuai dengan suasana hatinya sih mas.”

Berdasarkan penuturan salah satu personil Starlight Band, mereka melakukan interaksi seperti menanyakan lagu apa yang diinginkan penonton. Menurut salah satu personil tersebut mereka tidak mempersiapkan apapun untuk dilakukan saat diatas panggung. Jadi semua interaksi yang mereka lakukan berlangsung secara spontan tanpa adanya persiapan apapun.

“Biasanya kami juga sering menanyakan darimana asal penonton terus nama mereka siapa ketika mereka request lagu dan juga biasanya kita juga sering menanyakan sih mas kenapa pengen dibawakan lagu itu,terkadang juga banyak yang ingin main bareng atau

nge jamming bareng. Dari kita juga mempersilahkan mereka apabila mau nyanyi atau main alat musik bareng kita dipanggung.”

Menurut penuturan salah satu personil Starlight Band selain menanyakan ingin dibawakan lagu apa, Starlight Band juga sering berinteraksi dengan cara menyapa dan berkenalan dengan penonton yang melakukan *request* berasal darimana. Tak hanya hal tersebut melainkan Starlight Band juga sering menanyakan alasan penonton ingin dibawakan lagu tersebut dan Starlight Band juga sangat mempersilahkan apabila salah satu dari penonton maupun penggemar mereka yang ingin melakukan *jamming* bareng dengan Starlight Band dengan cara menunjukkan kemampuan mereka dalam bermain alat musik maupun bernyanyi bersama dengan Starlight Band. Hal ini mereka lakukan untuk menghidupkan suasana dan menjadi semakin dekat dengan penonton, salah satu tujuan agar penonton tidak merasa kecewa untuk datang jauh menonton Starlight Band. Hal tersebut peneliti simpulkan berdasarkan dari hasil wawancara dengan salah seorang penggemar setia Starlight Band dan juga dengan melakukan beberapa observasi secara langsung ketika Starlight Band sedang melakukan penampilan mereka.

Peneliti menemui salah satu penonton dari Starlight Band, Sebuah pembicaraan muncul dari pembicaraan mengenai musik rock yang dapat menjadikan band dan penontonnya menjadi lebih akrab yaitu dengan tentunya adalah bermain musik bersama karena sesama pecinta musik pasti juga memiliki kemampuan untuk bermain musik. Dari itu lah tak jarang para penonton yang menonton band Starlight tak segan untuk *Jamming* seperti salah satu penggemar yang penulis wawancarai.

“Dari atas panggung mas agung melalui mikrofon nawarin apakah ada yang mau request, atau mau jamming bareng band mereka.

dari situ aku sering ikut ngejam mereka. Kebetulan aku ini bisa dikit-dikit main gitar tapi ya gak punya band jadi rasanya aku main sama mereka kaya jadi bagian band Starlight. soalnya asik juga ternyata main diatas panggung sama mereka”

Jamming session bersama Starlight Band menjadi suatu daya tarik yang tidak semua band miliki, Karena ratusan koleksi lagu Rock Classic yang sudah dikuasai oleh band ini menjadi suatu keunggulan yang dicari banyak penikmat musik rock di kota Yogyakarta karena pastinya setiap orang memiliki lagu favoritnya masing-masing yang itu bermacam yang pasti mereka berharap lagu itu akan dibawakan oleh band Starlight saat *performance*.

Peneliti menarik kesimpulan bahwa ketika berada diatas panggung Starlight Band menerapkan komunikasi interpersonal. Hal tersebut diperkuat dengan interaksi yang Starlight Band lakukan berlangsung secara langsung dan tidak adanya perencanaan diawal atau dilakukan secara spontan. Tujuan Starlight Band melakukan interaksi tersebut adalah untuk menghidupkan suasana ketika pertunjukan dan tidak ingin membuat penonton merasa kecewa.

d. Interaksi Di Bawah Panggung

Menurut penuturan narasumber kedua yang adalah penonton Starlight band, sudah sejak kecil dia mulai suka dengan musik-musik *rock*. Hal itu yang mungkin bisa membuat sebuah jalan menuju pengenalan antara personil band dan penonton menjadi lebih mudah. Musik sebagai pemersatu antara mereka, Kesukaan terhadap musik rock ini yang kemudian membawa Narasumber bertemu dengan Band Starlight. Berawal dari menikmati kafe dengan live musik Rock di daerah Jogjakarta, Hingga dihampiri oleh salah satu personil Band Starlight karena saking seringnya hadir dalam acara live musik Rock yang diisi oleh Band Starlight.

“Suatu saat aku pas itu lagi duduk sendiri di kafe nonton mereka, ternyata mas agung notice kalau aku sering nonton dia di cafe sini. disamperin lah aku dan diajak kenalan, dia memperkenalkan diri dan aku juga. aku mengenalkan diri juga ke om agung. Dari situ lah aku memulai percakapan dan ternyata kita juga banyak yang kenal.

Komunikasi Intrapersonal yang baik juga didukung oleh sikap personil Band Starlight yang ramah dan murah senyum menjadi kesan yang baik untuk mengenal mereka lebih dekat

“Dari awal aku dah ngira sih kalau mereka orangnya baik, soalnya murah senyum. dipanggung kaya gapernah berhenti senyum sambil mengajak interaksi penonton. dari situ aku bisa nangkap mereka pasti adalah orang yang baik dan asik” ujar penonton setia band ini.

Setelah pertunjukan selesai tidak lupa para personil band Starlight selalu memberi informasi dan mengajak untuk mengunjungi kafe dimana mereka bermain di esok hari, dengan hal itu pasti juga para penonton yang sudah nyaman karena obrolan dengan para personil band ini akan berkunjung ke penampilan mereka selanjutnya untuk bergembira, bernyanyi maupun bermain bersama dipanggung dengan Band Starlight. *“Aku sering ikut ngejam mereka hehehe. soalnya asik juga ternyata main diatas panggung sama mereka”*. Selain mengobrol, Jamming Session bersama Band ini juga menjadi kesan baik karena pembawaan yang sangat nyaman bagi peserta jamming.

e. Interaksi Di Luar Panggung

Berdasarkan observasi yang akukan dengan mengikuti keseharian salah satu personil dari Starlight Band yaitu Agung Saptono yang juga memiliki pekerjaan sebagai *sales* disalah satu dealer sepeda motor. Walaupun sedang tidak berada diatas panggung dan dengan

menggunakan pakaian formal akan tetapi aura *rocker* sejati masih kuat bagi sang *bassist* dari Starlight Band. Hal tersebut karena memang jiwa *rocker* sudah tertanam dalam dirinya serta pembentukan jiwa *entertaining* yang kuat untuk memikat beberapa penggemarnya. Kehidupan sehari-hari para personil band Starlight layaknya manusia pada umumnya. Selain bermusik mereka juga memiliki pekerjaan utama diluar musik. Seperti Agung Saptono yang bekerja menjadi seorang Sales di sebuah dealer motor kota Yogyakarta, pekerjaan itu dia lakukan karena ia juga bertanggung jawab menghidupi keluarganya yang membutuhkan gaji pokok. Sedangkan dari bermusik, pemikirannya bukan lagi untuk mencari uang.

“Kemudian ketika ditanya kita ini mencari uang atau tidak, sebuah pertanyaan yang biasanya orang akan menjawab (ya saya mencari uang) itu benar tetapi kalau kita sudah diterima disuatu tempat atau disebuah venue (panggung) itu mindset saya ga cari uang lagi, namun apa ya yang bisa aku berikan ke audiens/orang, gimmick apa yang aku bisa berikan ke mereka sehingga berkesan dan terhibur. jadi kalau uang kenapa dipikirin karena pasti sudah jelas kita dapet”

Tutur Agung Saptono. Karena baginya uang bukanlah segalanya, karena didunia musik yang ia butuhkan tidak hanya uang tetapi relasi dan pertemanan lebih mahal dari sekedar uang. Menurut penuturannya uang bukan sesuatu yang diatas segalanya, selama berkecimpung dalam dunia musik justru relasi dan pertemuan yang jauh lebih berharga daripada sekedar uang.

“Kalau orang dalam bermusik ini mindsetnya untuk cari uang, maka dari rumah tidak ada effort apapun mereka hanya sekedar main di suatu cafe perform dan pulang layaknya orang bekerja. dan dia hanya mendapat uang, tidak mendapat relasi. Namun jika mindset

disana itu bekerja untuk memberikan sesuatu yang lebih, maka insyallah dapetnya lebih dari sekedar uang. seperti pertemanan yang relasinya besar dan mahal. jadi apa gunanya ketika kita ngejob disuatu cafe ada banyak tamu kita diam dan tidak menyapa.”

Dari pernyataan narasumber berikut, peneliti menyimpulkan bahwa pekerjaan yang dilakukan oleh para personil band Starlight mengutamakan untuk berkomunikasi secara interpersonal kepada tamu yang datang, hal ini untuk sembari bekerja dan mendapatkan uang dari hasil performance, mereka juga akan menambah relasi dengan berkenalan dengan para tamu untuk mendapatkan lebih dari sekedar uang yaitu pertemanan. Seperti yang dikatakan oleh narasumber “Kita sesama manusia harus saling memanusiakan”, itu lah yang dilakukan mereka untuk menghargai dengan cara menyapa para tamu agar terasa nyaman dengan band ini. Mengingat relasi yang ada pada tamu-tamu itu mungkin akan membukakan ladang pekerjaan selanjutnya bagi Starlight.

B. Pembahasan

Menurut penelitian yang dilakukan Esther Meilany pada tahun 2015 tentang Citra Diri dan Popularitas artis yang mengkaji bagaimana cara artis membentuk citra dirinya dihadapan publik untuk dapat tetap menjaga popularitasnya. Citra diri bagi para publik figur menentukan kesan yang ingin dibentuk di hadapan publik, semakin baik citra diri maka peluang untuk mendapatkan kesan yang lebih baik akan tercapai. Pengaruh paling besar adalah dari komunikasi artis dengan orang-orang sekitarnya yang dari komunikasi itu akan menjadi sebuah realita. Realita itu harus mampu dibingkai sang artis menjadi sebuah citra diri yang baik baginya. Disimpulkan oleh peneliti bagaimana cara-cara artis untuk menjaga citranya yaitu Artis harus cerdas dalam mengelola citra diri diatas popularitasnya, menjauhkan dari perbuatan

buruk dan gaya hidup yang tidak baik sedangkan Artis juga dihibau untuk terus menjalin kerjasama dan komunikasi yang baik

Peneliti setuju dengan penelitian ini, karena pentingnya membangun sebuah citra yang baik yang dilakukan oleh Band Starlight dengan selalu menyapa dan mengajak interaksi para penontonnya menjadikan para anggota band Starlight bisa di cap ramah di mata orang lain. Sikap ramah dan suka mengobrol secara tatap muka dengan para tamu yang hadir disetiap pertunjukkan band Starlight juga akan membukakan jalan kerjasama yang baik antara pihak band dan tamu yang berpotensi untuk menjalin sebuah kerjasama kedepannya. Berkat citra yang baik yang dibentuk dengan penampilan layaknya rocker yang baik hati, band rock dengan kostum garang dan musik cadas namun memberikan interaksi yang sangat nyaman untuk diterima oleh para audiens.

Berdasarkan penelitian mengenai Citra Diri dan Tato di Kalangan Musisi Kota Semarang Yang dilakukan oleh Angeline Rahma Mutiara, Bagi Sebagian kelompok masyarakat, Tato digunakan untuk meningkatkan citra diri mereka yang beranggapan bahwa tato dapat meningkatkan persatuan dalam suatu kelompok dan membentuk sebuah identitas. Seseorang atau kelompok musisi akan lebih percaya diri dan dapat mengenali diri mereka sendiri, Kualitas bermusik pun akan bertambah bagi mereka hasil dari kepercayaan diri yang dibuat dari tato ini. Hasil dari penelitian yang membuat kesimpulan tentang Makna tato sebagai social self di kalangan musisi Semarang, Yakni tato bersifat multi interpretasi bagi para musisi, menunjukkan adanya pemahaman apresiasi seni dan menjadikan identitas diri bagi pengguna tato. Makna tato juga sebagai spiritual self dikalangan musisi semarang yang dapat menunjukkan sisi yang sangat personal dari pengguna tato. Disamakan dengan hasil penelitian yang saya lakukan, terkait dengan salah satu anggota band Starlight yang selalu berpenampilan layaknya rocker sejati diatas panggung maupun dibawah panggung dengan rambut gondrong, jaket kulit, dan aksesoris seperti gelang rantai menunjukkan identitas rockernya menjadi perspektif berbeda bagi orang lain, narasumber bercerita dengan penampilannya yang selalu all out dimanapun, ia didatangi oleh seseorang yang langsung mengecap dirinya adalah

rocker. Yang ternyata orang tersebut adalah pengelola sebuah event festival band rock se Indonesia. Dari berpenampilan seperti itu juga jelasnya Agung menyatakan sangat percaya diri, dengan kepercayaan diri itulah mendatangkan juga sebuah komunikasi dari orang lain yang membawanya kepada jenjang lebih jauh.

Dilihat dari Penelitian tentang Live Music Sebagai Komoditas Dalam Pembentukan Ruang Masyarakat Urban yang dilakukan oleh Pri Ario Damar pada Tahun 2015 menyatakan dalam pelaksanaan Live Musik di sebuah kafe terdapat sebuah trikonomi yang jelas antara seniman, karya seni dan audiens yang tidak dapat dipisahkan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa genre music tertentu dapat mencairkan kedudukan antara band dengan para pengunjung. Audiens live music di café rata-rata berumur 18 hingga 60 tahun, Pemain band harus selalu professional untuk menggunakan music sebagai media interaksi dengan audiens. Maka dari itu Live Musik dikemas dengan beberapa variasi genre lagu disetiap sesinya, Seperti genre Rock dibawakan dengan sentuhan dan irama berbeda dengan gaya entertain yang memperlihatkan kreativitas dan berusaha sepenuh hati untuk membawakan musik yang berkesan hingga menyentuh emosi hati para penontonnya. Pertunjukkan juga dibawakan dengan semenarik mungkin menggunakan daya tarik lagu-lagu populer yang juga dianggap sebagai “perekat sosial” yang memungkinkan untuk membentuk sebuah ruang pada masyarakat yaitu komunitas.

Peneliti menyimpulkan dari beberapa temuan yang ada jika tersebut memang benar adanya, Diawali dari Narasumber yang selalu mengedepankan performance dan stage actnya selalu bervariasi untuk mengentertain para pengunjung supaya tidak bosan dan akan selalu datang untuk mengunjungi café dimana band starlight setiap minggunya. Setiap minggunya juga akan ada sebuah variasi gimmick untuk setiap lagu dipformance. Seperti yang dikatakan Agung saptono ia beranggapan secara visual kami adalah adalah seni rupa, seni peran, dan juga seni music dengan menggabungkan segala elemen itu akan datang sebuah emosi yang pastinya mampu untuk mengentertain para

audiens. Dari sebuah pertunjukkan musik genre rock di sebuah kafe, terbentuk sebuah komunitas pecinta musik rock yang terbentuk dari para penonton setia dari Starlight band maupun band rock di jogja lainnya. Komunitas ini selalu datang untuk meramaikan dimana ada sebuah event music Rock yang ada di Yogyakarta, seperti di sebuah kafe maupun event yang diselenggarakan berbagai tempat bersama Komunitas Rocker Bengi.

Berdasarkan penelitian tentang Perilaku komunikasi musisi rock yang dilakukan oleh Agus Nurdianto pada 2015. Penelitian ini mengarah ke salah satu genre yang cukup banyak peminatnya di kota Yogyakarta dan dengan band yang mewakili sebagai ikon rock di kota ini yaitu Captain Jack. Penelitian ini mengidentifikasi perilaku band rock Captain Jack berkomunikasi pada saat di panggung dan keseharian mereka dibawah panggung.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Meilinda, Giovanni, Triana, Lutfina pada tahun 2021 membahas mengenai musik populer yang dibawakan musisi di Indonesia menjadi alat utama untuk memperoleh keuntungan dengan genre unik yang tidak mengikuti kepopuleran zaman sangat cocok dengan penelitian yang peneliti lakukan karena musik dengan genre rock saat ini bersaing dengan musik-musik pop yang selalu ada di urutan teratas tangga nada musik Indonesia. Hingga saat ini, musik aliran pop dengan tema personal, khususnya cinta, masih mendominasi selera pasar Indonesia. Tema ini memang tidak mengalami perubahan.

Dapat disimpulkan, kritik Adorno yang mengatakan bahwa musik adalah komoditas masih cukup relevan untuk digunakan dalam memahami industri musik Indonesia. Namun, hal ini tidak merepresentasikan karakteristik semua musisi di Indonesia. Ini karena meskipun kebanyakan musik di Indonesia dijadikan sebagai alat utama mengumpulkan kapital, tetapi muncul juga beragam musik dengan genre unik yang dibawakan oleh musisi dengan karya yang tidak sesuai dengan karakteristik yang dipaparkan oleh Adorno. dalam kasus ini Starlight band tetap dengan teguh mengumandangkan slogan *Rock Never Dies*, setiap penampilannya selalu mereka usahakan untuk tampil all out dengan segala gimmick, improvisasi dan berpakaian yang sangat *rockstar*. Dari

pernyataan Agung Saptono disimpulkan bahwa Band Starlight mengambil sebuah celah diantara genre musik lainnya yang biasanya menjadi pengiring live musik di kafe ataupun tempat umum lainnya yang membuat band Starlight menjadi musisi rock yang memiliki value lebih besar dibandingkan musisi lain yang ada di kota yogyakarta. berbagai tempat seperti hotel,cafe maupun bar rela mengeluarkan budget yang lebih untuk mengundang band ini yang pasti mampu untuk menghibur semua kalangan dari generasi muda hingga tua.

Penelitian tentang Interferensi Komunikasi Interpersonal dalam Jam Session Komunitas Jazz Yogyakarta, Pada pertunjukan jam session interaksi antar pemain dapat banyak ditemukan. Istilah jam session cukup dikenal erat pada gaya musik jazz, meski pada perkembangannya istilah ini digunakan juga digunakan dalam berbagai gaya musik lain seperti afro-cuban (latin) dan rock. Jam session sendiri memiliki beberapa pengertian seperti gaya pertunjukan musik jazz atau rock tanpa sebuah persiapan. Pengertian lain jam session yang kadang disebut jamming adalah sebuah kegiatan musik yang terstruktur di mana terdapat interaksi sosial dan musik antara musisi dan audiens. Kelompok yang bermain ditentukan sesuai dengan jumlah partisipan yang ada walaupun mereka tidak saling mengenal (Pinheiro, 2011). Pertunjukan jam session umum ditampilkan dalam bentuk combo band dengan jumlah pemain dua sampai lima. Improvisasi menjadi suguhan utama yang disajikan kepada penonton. Konsep sederhananya jam session dalam gaya musik jazz adalah dengan memainkan putaran tema lagu lalu bermain bebas dengan ide dari progresi akor lagu. Begitupun yang dilakukan oleh Band Starlight saat melakukan latihan maupun saat sedang mengulik lagu yang mereka belum latih saat ada pengunjung yang request lagu. Band ini melakukan improvisasi dan langsung berkomunikasi atas progresi yang dilakukan diatas panggung agar tetap bermain secara kompak.

Melihat dinamika komunikasi yang terjadi dalam setiap pertunjukan Starlight Band, dapat ditafsirkan bahwa komunikasi interpersonal yang mereka bangun tidak hanya bersifat transaksional, melainkan juga bersifat simbolik dan representasional. Dalam konteks ini, band berperan sebagai agen pencipta makna (meaning-maker) yang tidak hanya menyampaikan pesan melalui musik,

tetapi juga menciptakan identitas, nilai, dan hubungan melalui keterlibatan aktif dengan audiens. Teori komunikasi interpersonal menurut Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017) menekankan bahwa komunikasi interpersonal selalu mengandung dua aspek: isi (content) dan hubungan (relationship). Dalam praktik Starlight Band, isi tercermin dalam pesan musikal dan lirik lagu, sedangkan hubungan dibangun lewat kontak mata, sapaan personal, bahkan ajakan jamming sebagai bentuk kedekatan emosional.

Dalam kerangka performatif, penampilan panggung para personel Starlight bukan hanya pertunjukan musik semata, melainkan juga bentuk dari self-presentation sebagaimana diuraikan oleh Erving Goffman. Mereka secara sadar membentuk citra diri sebagai rocker yang tidak hanya garang dalam tampilan visual, tetapi juga hangat dan ramah secara sosial. Citra ini tidak dibentuk secara instan, melainkan melalui proses interaksi berulang, yang diperkuat oleh feedback dari audiens yang secara konsisten merespons positif interaksi mereka. Penampilan visual seperti rambut gondrong, jaket kulit, serta gesture panggung yang ekspresif merupakan bagian dari front stage identity mereka, sedangkan komunikasi hangat di luar panggung merepresentasikan sisi back stage yang menegaskan kompleksitas identitas sosial mereka.

Keterlibatan emosional audiens juga tidak lepas dari konsep co-creation of meaning, di mana pengalaman menikmati musik tidak hanya datang dari penonton yang pasif, tetapi dari partisipasi aktif melalui jamming, request lagu, atau sekadar percakapan hangat usai pertunjukan. Dalam hal ini, musik menjadi medium komunikasi partisipatif yang membuka ruang keterlibatan kolektif. Fenomena ini menguatkan pendapat bahwa komunikasi interpersonal dalam ruang budaya seperti pertunjukan musik bukanlah proses linier, melainkan dialogis dan intersubjektif, yang memungkinkan munculnya ikatan komunitas berbasis afeksi dan pengalaman bersama.

Akhirnya, Starlight Band tidak hanya berhasil menjadi pelaku hiburan, tetapi juga agen sosial yang membentuk ruang interaksi bermakna dalam masyarakat urban. Komunikasi interpersonal yang mereka bangun menjembatani perbedaan latar belakang audiens dan membentuk ruang inklusif

yang menyatukan penikmat musik dalam satu identitas bersama: komunitas pecinta musik rock. Keberhasilan Starlight bukan semata karena musikalitasnya, tetapi karena konsistensinya dalam menghadirkan komunikasi yang manusiawi, terbuka, dan bersifat timbal balik—menjadikan setiap pertunjukan bukan sekadar tontonan, melainkan ruang pertemuan antar manusia.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana bentuk interaksi yang dilakukan oleh Starlight Band melalui penerapan komunikasi interpersonal, maka berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Pertama, Starlight Band secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip komunikasi interpersonal dalam hampir setiap aspek kegiatannya, baik saat berada di atas panggung, di luar panggung, maupun dalam kehidupan sosial sehari-hari. Komunikasi interpersonal yang dilakukan bersifat dua arah, intensional, dan berkelanjutan, serta menunjukkan adanya hubungan timbal balik yang erat antara personel band dan audiens. Di atas panggung, Starlight Band secara aktif membangun kedekatan dengan penonton melalui interaksi verbal dan non-verbal, seperti menyapa, mengajak bercakap, membuka kesempatan bagi audiens untuk melakukan request lagu, hingga mengundang penonton untuk bergabung dalam sesi jamming. Aksi ini menunjukkan penerapan karakteristik komunikasi interpersonal yang bersifat transaksional, personal, dan penuh empati.

Kedua, komunikasi interpersonal yang dibangun oleh Starlight Band terbukti mampu membentuk hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Salah satu narasumber yang sebelumnya merupakan penonton biasa menyatakan bahwa interaksi awal melalui sapaan dan jamming bersama di atas panggung telah menciptakan kedekatan emosional yang berkelanjutan, hingga pada akhirnya menjadikannya sebagai penggemar loyal yang senantiasa hadir dalam setiap penampilan Starlight Band. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Starlight Band bukan sekadar aktivitas teknis di atas panggung, melainkan sebuah upaya sadar untuk membangun ruang keintiman sosial. Hal ini terlihat dari kualitas respon afektif

yang muncul, di mana audiens tidak lagi menempatkan diri sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai bagian dari komunitas 'Rocker Juga Manusia'. Kedekatan ini terkonfirmasi melalui hasil wawancara dan observasi partisipan, di mana interaksi tatap muka (seperti aksi *flooring*) berhasil meruntuhkan sekat hierarkis antara musisi dan penggemar, menciptakan ikatan emosional yang tulus dan berkelanjutan.

Ketiga, aspek penampilan fisik juga menjadi bagian integral dari komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Starlight Band. Penampilan visual seperti kostum serba hitam ala rock n' roll yang dipadukan dengan sikap ramah dan ekspresi wajah yang bersahabat menjadikan band ini menarik tidak hanya secara musikal, tetapi juga secara sosial. Elemen visual dan ekspresi tersebut menjadi stimulus penting dalam menarik perhatian calon klien maupun audiens baru, serta memperkuat positioning band sebagai entertainer profesional yang memadukan musikalitas dengan citra diri yang kuat.

Keempat, penelitian ini juga menemukan bahwa Starlight Band lebih mengedepankan promosi dan pembentukan relasi melalui komunikasi interpersonal tatap muka dibandingkan pemanfaatan media sosial. Bagi mereka, komunikasi langsung mampu menciptakan kesan yang lebih personal, hangat, dan intim, yang pada akhirnya memperluas jejaring sosial dan meningkatkan peluang kerja sama. Sementara media sosial lebih digunakan sebagai portofolio digital yang menampilkan dokumentasi aksi panggung dan rekam jejak profesional mereka. Dengan demikian, komunikasi interpersonal tidak hanya menjadi sarana interaksi, tetapi juga strategi branding dan ekspansi relasi yang efektif dalam konteks industri musik live performance.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal dimana belum terlalu banyak referensi penelitian yang membahas terkait penelitian dengan objek musisi. Kemudian selanjutnya terbatasnya waktu narasumber menjadikan informasi yang dapat digali terbatas. Yang ketiga jumlah informan yang terbatas membuat peneliti memiliki keterbatasan informasi yang didapat.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan komunikasi interpersonal oleh Starlight Band dalam konteks pertunjukan musik, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai implikasi praktis dan teoretis:

1. Pentingnya Konsistensi Komunikasi Interpersonal dalam Dunia Pertunjukan

Musik Pelaku seni pertunjukan, khususnya band atau grup musik yang tampil secara langsung di hadapan publik, disarankan untuk terus mengembangkan dan mempertahankan pola komunikasi interpersonal yang hangat, terbuka, dan partisipatif. Sebagaimana yang ditunjukkan oleh Starlight Band, pendekatan yang berorientasi pada interaksi dua arah mampu membentuk kedekatan emosional dengan audiens, memperkuat loyalitas penonton, dan menciptakan komunitas yang berkelanjutan di sekitar pertunjukan musik.

2. Optimalisasi Interaksi Tatap Muka sebagai Strategi Branding Sosial

Interaksi langsung dengan penonton bukan hanya memiliki nilai sosial, tetapi juga berkontribusi pada penguatan citra dan nilai jual musisi. Oleh karena itu, pelaku seni pertunjukan perlu menyadari bahwa komunikasi interpersonal bukan sekadar bagian dari pengalaman panggung, tetapi merupakan bagian integral dari strategi promosi dan pembentukan reputasi. Nilai keintiman dan keterhubungan emosional yang dibangun dari interaksi personal dapat memberikan diferensiasi positif dibandingkan dengan promosi berbasis media sosial semata.

3. Pemberdayaan Komunitas Musik Lokal melalui Komunikasi yang Inklusif

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang inklusif dapat mendorong terbentuknya komunitas yang aktif dan saling mendukung. Oleh karena itu, pelaku seni dan penyelenggara acara musik di tingkat lokal perlu memfasilitasi ruang komunikasi yang dialogis antara musisi dan penonton, termasuk melalui sesi jamming, tanya-jawab, atau forum diskusi ringan setelah pertunjukan. Hal ini dapat memperkuat solidaritas antar pecinta musik serta meningkatkan partisipasi publik dalam kegiatan kesenian lokal.

4. Penguatan Pendidikan Komunikasi di Kalangan Musisi

Disarankan pula agar institusi pendidikan seni maupun komunitas musik menyediakan pelatihan atau pembekalan terkait keterampilan komunikasi interpersonal. Selain penguasaan teknis bermusik, kemampuan menyampaikan pesan secara efektif, memahami dinamika relasi sosial, serta mengelola citra diri di ruang publik adalah keterampilan penting bagi musisi profesional dalam ekosistem seni yang kompetitif dan kolaboratif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnia, P. (2022). *Kenali Jenis Sampah Sebelum Pilah Sampah*.
<https://surakarta.go.id/?p=24210#:~:text=Sampah merupakan bara ng yang sudah,padat%2C cair%2C dan gas>
- Barnlund, D. C. (1968). *Interpersonal Communication*. Houghton Mifflin.
- Cresswell. (2008). *Educational Research : Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Merrill Prentice Hall.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antara Manusia Edisi Kelima* (I. A. Maulana (ed.)). Profesional Books.
- Edi, R. (2016). *Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*. Andi CV.
- Effendy. (1986). *Dimensi Dimensi Komunikasi*. Alumnus.
- Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience*. Routledge.
- Frith, S. (1996). *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Oxford University Press.
- Hymes. (1996). *Ethnography, Linguistics, Narrative Inequality: Toward an Understanding of Voice*. Taylor & Francis.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Lindlof, & Taylor. (2002). *Qualitative Communication Research Methods*. Sage Publication.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Lull, J. (1992). *Popular Music and Communication*. Sage Publications.
- McNally, D., & Speak, K. . (2004). *Be Your Own Brand : Resep Jitu Meraih Personal Band Yang Unggul*. Gramedia Pustaka Utama.
- Meilany, E. (2015a). Citra Diri dan Popularitas Artis. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1). <https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7390>
- Meilany, E. (2015b). Citra Diri Dan Popularitas Artis. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 22–32. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n1.3>

- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rodakarya.
- Ngalimun. (2022). *Komunikasi Interpersonal (Cetakan I)*. Pustaka Pelajar.
- Rogers, E. M. (1976). *Komunikasi dan Pembangunan Perspektif Kritis*. LP3ES.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambajong, J. (1992). *Ensiklopedia Musik*. PT Cipta Adi Pustaka.
- Zayani, N. A., & Rozi, F. (2018). Improving Communication Skills Of Tertiary Level Indonesia Learners Through a Conversation Lounge. *ASIAN EFL Journal*, 20(4).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

Wawancara ini berfungsi untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Studi Etnografi terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal Band Starlight di Yogyakarta”. Pertanyaan penelitian ini dilaksanakan wawancara secara tidak terstruktur dan wawancara secara langsung dengan Narasumber, Tujuan peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur, yaitu untuk menjalin keakraban dengan responden dan mendapatkan pembicaraan yang lebih mengalir. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah:

A. Daftar Pertanyaan untuk Narasumber 1: Personil Band (Agung Saptono)

1. Konstruksi Identitas dan Sejarah Budaya Band

- a. Bagaimana latar belakang dan visi awal pembentukan Band Starlight pada tahun 2009?
- b. Mengapa musik classic rock dipilih sebagai identitas utama band di tengah dominasi genre musik lain di Yogyakarta?
- c. Bagaimana Anda memaknai genre musik rock sebagai "jiwa" atau identitas personal para anggota band?

2. Strategi Eksistensi dan Branding Image

- a. Bagaimana pandangan Anda mengenai persaingan industri musik rock saat ini dibandingkan dengan era 90-an?
- b. Apa strategi yang diterapkan Band Starlight untuk tetap eksis dan memiliki "kelas" tersendiri di mata klien maupun audiens kafe?
- c. Sejauh mana totalitas aksi panggung (stage act) dan aspek visual (kostum) berpengaruh terhadap branding image Band Starlight sebagai grup musik rock?
- d. Bagaimana Anda menyeimbangkan antara idealisme bermusik dengan aspek entertaining (hiburan) agar audiens tidak merasa bosan?

3. Gaya Komunikasi Interpersonal dan Interaksi Sosial

- a. Dalam konteks komunikasi interpersonal, apa yang dimaksud dengan konsep flooring (turun ke audiens) yang sering Anda lakukan?
- b. Mengapa Band Starlight lebih mengedepankan komunikasi tatap muka langsung dibandingkan optimalisasi media sosial?
- c. Bagaimana Anda memulai obrolan pembuka dengan audiens baru untuk membangun kedekatan emosional?
- d. Bagaimana teknik Anda dalam mengingat wajah dan nama audiens dapat menciptakan kesan akrab bagi mereka?
- e. Bagaimana Anda memaknai filosofi "memanusiakan manusia" dalam setiap interaksi pasca-pertunjukan?

4. Dampak Komunikasi terhadap Relasi dan Ekonomi

- a. Bagaimana dampak dari komunikasi interpersonal yang intim tersebut terhadap perluasan jaringan (networking) dan peluang kerja (job)?
- b. Bagaimana Anda membedakan mindset "bekerja mencari uang" dengan mindset "membangun relasi" dalam setiap penampilan?
- c. Dapatkah Anda menceritakan pengalaman nyata di mana komunikasi interpersonal secara langsung membuahkan hasil tak terduga (seperti endorsement atau tawaran profesional lainnya)?

B. Daftar Pertanyaan untuk Narasumber 2: Audiens/Penggemar (Momo)

1. Persepsi Budaya dan Daya Tarik

- a. Apa alasan utama Anda tertarik menonton dan mengikuti penampilan Band Starlight dibandingkan band lainnya?
- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap pembawaan dan kualitas musik yang disuguhkan oleh Band Starlight?
- c. Bagaimana persepsi Anda terhadap identitas visual (gaya berpakaian) para personil Starlight, baik di atas panggung maupun di luar panggung?

2. Pengalaman Interaksi Interpersonal

- a. Bagaimana awal mula terjadinya interaksi personal antara Anda dengan personil band (khususnya Mas Agung)?
- b. Bagaimana perasaan Anda ketika personil band menyapa atau mengajak mengobrol secara langsung di tengah atau setelah acara?
- c. Bentuk interaksi seperti apa yang paling membuat Anda merasa dianggap sebagai bagian dari komunitas (misalnya: ajakan jamming atau request lagu)?
- d. Apakah gaya komunikasi yang ramah dan terbuka tersebut mempengaruhi loyalitas Anda untuk terus menonton pertunjukan mereka?