

## RESEPSI KHALAYAK PADA RELASI MAKNA LIRIK LAGU DAN VISUAL DALAM MUSIK VIDEO “ADA TITIK-TITIK DI UJUNG DOA” KARYA SAL PRIADI

Muhammad Deco Aliakbar <sup>1</sup> & Susilowati <sup>2</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

**Abstract.** *The development of digital technology has made music an audiovisual work that is widely consumed through platforms such as YouTube. The music video "Ada Titik-Titik di Ujung Doa" by Sal Priadi presents the meaning of the song lyrics and visuals that allow for various interpretations by audiences. This study aims to determine how audiences interpret the relationship between the meaning of the song lyrics and the visuals in the music video. This study employed a descriptive qualitative approach using Stuart Hall's reception theory. Data were collected through observation, documentation, and semi-structured interviews with one key informant and four informants. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, conclusion drawing, and verification using source and technique triangulation. The results showed that all informants acknowledged the relationship between the meaning of the song lyrics and the visuals in the music video "Ada Titik-Titik di Ujung Doa." Two informants were in the dominant-hegemonic position, accepting the relationship between the meaning of the song lyrics and the visuals as a whole. Meanwhile, three informants acknowledged the relationship between the meaning of the song lyrics and the visuals but produced diverse interpretations or receptions, influenced by certain audience factors (negotiated).*

**Keywords:** Audience Reception, Sal Priadi, Music Video, Song Lyrics

**Abstrak.** *Perkembangan teknologi digital menjadikan musik sebagai karya audiovisual yang banyak dikonsumsi melalui platform seperti YouTube. Musik video "Ada Titik-Titik di Ujung Doa" karya Sal Priadi menyajikan makna lirik lagu dan visual yang membuka beragam penafsiran dari khalayak. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana khalayak memaknai relasi makna lirik lagu dan visual dalam musik video tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori resepsi Stuart Hall. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara semi terstruktur dengan satu key informant dan empat informan. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, penarikan kesimpulan, serta verifikasi menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan mengakui adanya relasi antara makna lirik lagu dan visual dalam musik video "Ada Titik-Titik di Ujung Doa". Dua informan berada pada posisi (dominant-hegemonic), yaitu menerima relasi makna lirik dan visual secara keseluruhan. Sementara itu, tiga informan menerima adanya relasi antara makna lirik lagu dan visual, namun menghasilkan pemaknaan atau resepsi yang beragam, karena dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu pada khalayak (negotiated).*

**Kata Kunci :** Resepsi khalayak, Sal Priadi, Musik video, Lirik lagu

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah konsumsi musik dari format audio menjadi audiovisual melalui berbagai platform digital. Perubahan ini menjadikan musik video sebagai media komunikasi yang memadukan lirik, visual, dan narasi untuk menyampaikan pesan secara lebih kompleks kepada khalayak. Musik video menggabungkan lirik dan visual dalam satu video yang dikemas seperti cerita atau drama singkat, potongan-potongan visualnya disesuaikan dengan lirik dan irama untuk membangun makna yang sesuai dan mendalam. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Onong Uchjana Effendy tentang musik video yang merupakan sebuah video yang memiliki alur cerita berdasarkan pada musik dan lirik yang melatar belakangnya. Konsep cerita yang dibuat di dalam musik video berdasarkan pada musik yang ada kemudian divisualisasikan. Adapun bentuk dari musik video adalah sekumpulan potongan-potongan gambar yang dimasukkan dalam musik dan disesuaikan dengan durasi dari musik tersebut (Amalia et al., 2022).

Berdasarkan DataReportal yang dikutip oleh GoodStats, melaporkan bahwa musik video menjadi konten favorit di ranah digital Indonesia. Data laporan Digital 2025: Indonesia oleh DataReportal menunjukkan bahwa 60,8% pengguna internet berusia 16 tahun ke atas menonton musik video. Diikuti konten komedi, meme, atau video viral 51,7%, tutorial atau how-to video 43%, Konten edukasi 36,5%, review produk 35,9%, serta olahraga atau komentar olahraga 30,1% (Dadang, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa musik video merupakan jenis konten digital yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia usia 16 tahun ke atas (60,8%). Hal ini menandakan bahwa musik video tidak lagi sekadar menjadi media promosi lagu, tetapi telah menjadi bagian penting dari konsumsi media digital di Indonesia.

Media digital telah menjadi sarana komunikasi yang dekat dengan kehidupan masyarakat melalui penyebaran informasi berbasis internet. Perkembangan ini melahirkan media sosial yang memungkinkan pengguna berkomunikasi, berbagi informasi, berinteraksi, serta menciptakan dan

mendistribusikan berbagai karya digital. Menurut data Datareportal 2026: melaporkan bahwa jumlah pengguna YouTube Indonesia mencapai 151 juta pada akhir tahun 2025. Data ini berasal dari sumber periklanan Google (Kemp, 2025). Sebagai media sosial berbasis audiovisual, YouTube memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan membagikan video serta berinteraksi melalui fitur komentar. Selain berfungsi sebagai media hiburan, YouTube juga menjadi sarana penyebaran informasi, pengetahuan, dan ekspresi. Menurut Rofi & Rakhmad yang menyatakan YouTube adalah platform dengan format audio visual yang menyediakan banyak informasi dalam bentuk video yang bisa dicari dan ditonton secara langsung, di mana pengguna berperan dalam mengunggah video dan audio, yang selanjutnya akan dibagikan dan bisa disaksikan di seluruh dunia (Zuhdi, 2025).

Setiap tayangan di YouTube dapat menghasilkan penafsiran yang berbeda di kalangan penonton. Perbedaan resepsi tersebut dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, serta pengalaman hidup masing-masing individu dalam memaknai pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, resepsi merupakan proses aktif dalam membangun makna berdasarkan pemahaman terhadap suatu karya. Resepsi menekankan adanya partisipasi aktif dari setiap individu penonton dalam proses pemaknaan karya. Resepsi juga berfokus pada bagaimana suatu karya diterima, dipahami, dan diinterpretasikan sesuai pemahaman penonton (Maulidah & Abror, 2024). Makna musik video dapat berbeda pada setiap penonton karena dipengaruhi oleh proses resepsi masing-masing individu. Dalam musik video, makna dibangun melalui relasi antara lirik dan visual, sehingga hubungan keduanya menjadi aspek penting dalam membentuk interpretasi khalayak.

Salah satu musisi yang memanfaatkan YouTube sebagai media distribusi karya adalah Sal Priadi. Musik video *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"* yang dirilis pada 11 Maret 2026, disutradarai oleh Bernardus Raka dan merupakan bagian dari album *Markers and Such Pens Flashdisk* (MASPF), berhasil menduduki posisi pertama (trending) di YouTube Music Indonesia hanya beberapa hari setelah dirilis. Hingga April 2026, musik video tersebut

telah ditonton lebih dari 8 juta kali di kanal YouTube Sal Priadi. Musik video *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"* karya Sal Priadi menampilkan sosok ayah yang bekerja sebagai pengemudi truk sebagai pusat narasi visual, menggambarkan kesepian dan kerinduan karena jauh dari keluarga. Sementara itu, lirik lagunya mengisahkan perasaan yang belum usai terhadap seseorang yang masih diam-diam disebut dalam doa. lirik *"titik-titik di ujung doa"* menjadi simbol harapan, kenangan, dan perasaan yang tidak lagi dapat disampaikan secara langsung. Lirik lagu ini juga merepresentasikan upaya untuk memaafkan orang yang telah melukai, sekaligus harapan agar diri sendiri turut dimaafkan atas kesalahan dalam hubungan tersebut (Andi, 2026). Musik Video *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"* menuai beragam tafsir karena lirik lagu dan visual Musik Video nya tidak bisa langsung dimengerti relasi keterkaitannya. Menurut Nurindahsari Pesan dalam lirik lagu mengandung kata-kata dan kalimat visual yang dapat menciptakan beragam imajinasi dan suasana, sehingga makna pesan yang diterima oleh penontonnya berbeda-beda (Taufiqurrohman & Andreas, 2024).

Penelitian ini dilakukan karena musik video sebagai karya audiovisual memiliki kemampuan membentuk makna melalui perpaduan unsur lirik dan visual. Penulis memilih Musik video *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"*. Karena peneliti ingin melihat bagaimana khalayak memaknai relasi antara lirik dan visual pada musik video. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan teori resepsi Stuart Hall. Menurut Nawiroh Vera didalam bukunya menjelaskan bahwa analisis resepsi berfokus pada bagaimana pesan komunikasi diterima, diinterpretasi, dan direspons oleh khalayak. Teori resepsi Stuart Hall melihat bagaimana khalayak melakukan decoding terhadap pesan media melalui posisi dominan, negosiasi, maupun oposisi (Vera, 2024). Berdasarkan uraian tersebut, kajian utama penelitian ini terletak pada bagaimana resepsi khalayak memaknai relasi antara lirik dan visual dalam musik video, dengan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap Relasi Makna Lirik Lagu Dan Visual Dalam Musik Video *"Ada Titik-Titik Di Ujung Doa"* Karya Sal Priadi.

## **Tinjauan Pustaka**

### **1. New Media**

Definisi mengenai media baru atau new media dapat diawali dengan melihat pernyataan dari Croteau yang menyatakan, new media merujuk pada kemajuan teknologi dalam bidang media, seperti teknologi serat optik, televisi kabel, dan komputer. Teknologi-teknologi ini memungkinkan pengguna secara interaktif membuat pilihan dan memberikan respons yang beragam terhadap berbagai produk media (Jatmiko, 2024). Pernyataan Croteau tersebut diperkuat oleh McQuail yang menjelaskan new media atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi informasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Varenia & Phalgun, 2022). karakteristik utama media baru meliputi: 1) keterhubungan, (2) kemampuan menjangkau individu sebagai penerima sekaligus pengirim pesan, (3) interaktivitas, (4) penggunaan yang beragam, (5) sifatnya yang terbuka, (6) keberadaannya yang dapat diakses di mana saja (Allo et al., 2023). Menurut Martin Lister, New Media adalah media komunikasi berbasis distribusi informasi massal yang ditujukan kepada khalayak luas melalui sistem pemasaran modern. Jenis New Media meliputi beberapa bentuk, media komunikasi interpersonal, permainan interaktif, pencarian informasi, dan media kolektif partisipatif (Nauvalia & Setiawan, 2022).

### **2. Media Sosial**

Media sosial adalah salah satu platform online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dalam berbagai bentuk, seperti teks, audio, visual, maupun gabungannya. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi secara virtual atau online (Asari et al., 2023). Sejalan dengan pernyataan Asari dkk, Van Dijk menambahkan, media sosial merupakan platform yang berfokus pada keberadaan pengguna serta memfasilitasi mereka untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dipahami sebagai media daring yang memperkuat hubungan antarpengguna sekaligus membentuk ikatan sosial (Azmi et al.,

2021). Menurut Mayfield, media sosial adalah bentuk komunikasi daring dengan karakteristik utama: (1) partisipasi, (2) keterbukaan, (3) percakapan, (4) komunitas, dan (5) keterhubungan. Karakteristik tersebut membedakannya dari media tradisional karena memungkinkan interaksi dua arah dan hubungan yang lebih personal (Asnahwati et al., 2025).

Berdasarkan karakteristik tersebut, YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang merepresentasikan konsep new media. Sebagai platform berbasis video, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi konten audiovisual, tetapi juga memungkinkan terjadinya interaksi antara pembuat konten dan khalayak melalui berbagai fitur yang tersedia. Menurut Lister dkk YouTube merupakan media sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna mencari informasi melalui berbagai kanal serta membuat kanal sendiri. Melalui kanal tersebut, informasi dapat disebarluaskan. Proses ini menyerupai produksi acara televisi, tetapi dikemas dalam bentuk media sosial (Nasrullah, 2017). Sejalan dengan pernyataan Lister dkk, Menurut Kietzmann, YouTube disebut sebagai media sosial berbagi media, khususnya video dan foto. Pengguna dapat mengunggah video miliknya sendiri, sehingga bisa membagikan pengalaman dan pengamatannya kepada pengguna lain (Puspita, 2021).

### **3. Musik Video**

Musik video merupakan salah satu bentuk media audiovisual. Menurut Finus Galeri, Musik video adalah kumpulan rangkaian potongan gambar-gambar atau visual yang disusun mengikuti ketukan, irama, lirik, dan instrumen dalam sebuah lagu (Krisnanda et al., 2023). Dalam pernyataan Finus Galeri, Carlsson menambahkan, musik video adalah media komunikasi audiovisual yang membentuk makna melalui musik, lirik lagu, dan visual. Media ini memungkinkan musik diekspresikan secara visual. musik video memadukan musik dan visual untuk menciptakan narasi visual yang khas (Dwipayana et al., 2024). musik video atau video klip merupakan film pendek atau video yang disajikan untuk mengiringi alunan musik, umumnya berupa lagu. Dalam perkembangannya, musikvideo modern juga berfungsi sebagai

media pemasaran untuk mempromosikan album rekaman (Kristono et al., 2025).

#### **4. Relasi Lirik Lagu dan Visual Musik Video**

Relasi antara lirik lagu dan visual dapat dipahami melalui pernyataan, Menurut Lu'lu'atul dkk yang menyatakan, Musik video memadukan lirik lagu, visual, efek suara, dan ekspresi dalam satu kesatuan naratif. Unsur ini membentuk relasi antara lirik lagu dan visual. Lirik lagu membangun suasana batin tertentu dan visual menghadirkan simbolisme pada pesan yang tidak tersampaikan melalui kata-kata (Ilma et al., 2025). Sejalan dengan Lu'lu'atul dkk, Desya menambahkan, lirik lagu dan visual pada Musik video memiliki relasi penting dalam memvisualisasikan pesan yang terkandung dalam lirik lagu. Melalui konsep visual yang tepat, maksud dan tujuan yang ingin disampaikan oleh penulis lirik lagu atau musisi dapat diterima dengan lebih jelas oleh penikmat lagu (Khafi & Febriana, 2024). unsur audio dan visual dalam musik video merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Relasi antara lirik lagu dan visual bekerja bersama dalam membentuk pengalaman menonton dan mendengar secara utuh dalam musik video (Al-Jannah, 2023).

#### **5. Resepsi Khlayak**

Resepsi khalayak merupakan proses khalyak dalam menerima, memahami, serta menafsirkan pesan media sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosialnya, khalayak tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi pihak yang aktif dalam membentuk makna terhadap isi media (Nasrullah, 2019). Resepsi khalayak adalah studi yang membahas tentang bagaimana khalayak menerima, menginterpretasikan, dan menanggapi pesan komunikasi. Dengan kata lain, fokus utama resepsi khalayak adalah bagaimana khalayak menerima dan memahami pesan media (Vera, 2024). Secara umum, resepsi khalayak menunjukkan bahwa arti pesan tidak hanya ditetapkan oleh pengirim pesan, tetapi juga oleh khalayak yang menerima pesan itu. Khalayak bisa memberikan respons berupa dukungan, minat, umpan balik, penolakan, atau pemahaman lain sesuai dengan perspektif

yang mereka miliki, proses resepsi sangat terkait dengan cara khalayak membaca, mendengarkan, menonton, merasakan, dan menilai pesan media dalam kehidupan sehari-hari (Pujarama & Yustisia, 2020).

#### 6. Teori Resepsi Stuart Hall

Menurut Briandana dkk, Teori resepsi yang diperkenalkan oleh Stuart Hall berfokus pada teks, produksi, dan khalayak media dalam satu kerangka analisis. Teori resepsi merupakan kajian dalam komunikasi yang membahas penerimaan serta pemaknaan pesan media oleh khalayak (Rachman et al., 2023). Berdasarkan teori resepsi Stuart Hall, pemaknaan khalayak terhadap media tidak bersifat tunggal, melainkan dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, serta konteks sosial masing-masing individu. Karena itu, satu pesan bisa memiliki makna yang berbeda untuk setiap orang. Menurut Morisan teori resepsi Stuart Hall, Khalayak diposisikan menjadi tiga posisi yang berbeda (Ramadhan, 2024), yaitu:

- a. Hegemoni Dominan, yaitu khalayak menerima sepenuhnya makna atau pesan yang dimaksudkan pembuat pesan
- b. Negoisasi, yaitu ketika khalayak menerima pesan atau makna, tetapi khalayak menyesuaikan dengan pandangan dan pemahaman khalayak.
- c. Oposisi, yaitu ketika khalayak menolak pesan atau makna dari pembuat pesan dan menafsirkan pesan atau makna tersebut berlawanan dengan pembuat pesan.

#### Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami resepsi khalayak terhadap relasi makna lirik dan visual dalam musik video *Ada Titik-Titik di Ujung Doa* karya Sal Priadi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan, penafsiran, dan pengalaman khalayak secara mendalam, bukan pada pengukuran angka atau statistik. Teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk melihat posisi pemaknaan khalayak, yaitu hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi.

Objek penelitian ini adalah musik video *Ada Titik-Titik di Ujung Doa* karya Sal Priadi yang diunggah di kanal YouTube resmi Sal Priadi. Penelitian berlangsung selama April–Juni 2026. Subjek penelitian terdiri atas satu *key informant* dan empat informan yang dipilih secara purposive sesuai kebutuhan penelitian. Kriterianya ialah telah menonton musik video *Ada Titik-Titik di Ujung Doa*, memahami isi tayangan, serta mampu menafsirkan relasi makna lirik dan visual. *Key informant* dipilih karena memiliki pengetahuan lebih mendalam, sedangkan informan lain dipilih untuk melihat keragaman resepsi khalayak terhadap pesan media yang sama.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisipan, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan menonton musik video *Ada Titik-Titik di Ujung Doa* secara berulang, sebelum menggali pertanyaan dan pemaknaan dari khalayak terkait unsur lirik, visual, dan relasi maknanya. Wawancara dilakukan kepada *key informant* (penulis lagu dan musisi) dan informan (khalayak umum) untuk menggali pemaknaan mereka, sedangkan dokumentasi berupa transkrip lirik dan potongan scene yang digunakan sebagai data pendukung dalam wawancara. Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman, Analisis data mencakup tiga alur yang berlangsung secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan verifikasi (A. Rahman et al., 2022). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari *key informant* dan informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menguji konsistensi serta validitas data.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan mengakui adanya keterkaitan antara makna lirik lagu dan visual yang ditampilkan dalam musik video *“Ada Titik-Titik di Ujung Doa”*. Akan tetapi, bentuk pemaknaan yang muncul tidak sepenuhnya sama. Perbedaan resepsi dipengaruhi oleh

latar belakang pengalaman, cara memahami lirik, fokus perhatian terhadap visual, serta pengalaman emosional masing-masing informan. Secara umum, hasil penelitian dibagi ke dalam tiga temuan utama, yaitu: (1) pemaknaan khalayak terhadap makna lirik lagu, (2) pemaknaan khalayak terhadap makna visual musik video, dan (3) pemaknaan khalayak terhadap relasi makna lirik lagu dan visual dalam musik video dan (4) Analisis Resepsi Khalayak Berdasarkan Teori Stuart Hall.

### 1. Pemaknaan Khalayak terhadap Makna Lirik Lagu

Berdasarkan hasil wawancara, lirik lagu *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"* dimaknai para informan sebagai ungkapan emosi yang berkaitan dengan kehilangan, kerinduan, penyesalan, dan doa yang tidak tersampaikan secara langsung. Lirik dipahami sebagai simbol hubungan emosional yang belum selesai dengan seseorang yang pernah hadir dalam kehidupan, baik pasangan, anggota keluarga, maupun orang terdekat lainnya. Frasa *"titik-titik di ujung doa"* dimaknai sebagai representasi sosok yang masih disebut dalam doa secara diam-diam, tanpa diungkapkan secara langsung. Perbedaan penafsiran antar informan menunjukkan bahwa lirik lagu ini bersifat terbuka dan personal, sehingga maknanya sangat dipengaruhi oleh pengalaman emosional masing-masing pendengar.

### 2. Pemaknaan Khalayak terhadap Makna Visual Musik Video

Dari sisi visual, para informan memaknai musik video *"Ada Titik-Titik di Ujung Doa"* sebagai representasi perjuangan, kerinduan, kehilangan, dan kasih sayang yang tidak tersampaikan secara verbal. Sosok ayah dipandang sebagai pusat emosi dalam video, digambarkan sebagai figur yang menanggung beban hidup, rindu, dan pengorbanan terhadap keluarga. Visual perjalanan ayah juga dimaknai sebagai metafora perjalanan batin dalam menghadapi kehilangan dan harapan. Selain memperkuat nuansa sendu dan reflektif lagu, visual menghadirkan lapisan makna tersendiri melalui ekspresi tokoh, suasana sepi, dan ritme adegan. Meski demikian, pemaknaan visual berbeda-beda, ada yang melihatnya sebagai kisah hubungan ayah dan keluarga, ada pula yang menafsirkannya sebagai simbol umum tentang kehilangan.

### 3. Pemaknaan Khalayak terhadap Relasi Makna Lirik Lagu dan Visual

Pemaknaan khalayak terhadap relasi makna lirik lagu dan visual menunjukkan bahwa seluruh informan melihat adanya hubungan antara keduanya dalam musik video Ada Titik-Titik di Ujung Doa. Namun, hubungan tersebut tidak dipahami secara literal, melainkan sebagai relasi simbolik yang saling memperkuat. Lirik dimaknai menghadirkan tema kehilangan, kerinduan, dan doa, sedangkan visual memperluas tema tersebut melalui narasi sosok ayah yang hidup dalam jarak, kesepian, dan kerinduan. Meski demikian, tidak semua informan melihat hubungan keduanya secara langsung; sebagian menilai visual lebih sebagai interpretasi kreatif dari pesan lagu. Temuan ini menunjukkan bahwa relasi lirik dan visual dalam musik video bekerja sebagai kesatuan makna yang membangun pengalaman emosional penonton.

### 4. Analisis Resepsi Khalayak Berdasarkan Teori Stuart Hall

Hasil penelitian kemudian dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall, khususnya melalui tiga posisi decoding, yaitu: posisi hegemoni dominan, posisi negoisasi, dan posisi oposisi.

#### a. Hegemoni Dominan

Dua informan berada pada posisi dominan. Mereka menerima pesan yang dibangun dalam musik video sesuai dengan makna yang dianggap dominan oleh teks. Informan dalam posisi ini melihat bahwa lirik dan visual memiliki relasi yang kuat dan saling mendukung. Mereka memahami lagu dan musik video sebagai satu kesatuan narasi emosional tentang kehilangan, kerinduan, doa, dan relasi keluarga. Visual ayah dipahami selaras dengan lirik yang berbicara tentang seseorang yang tetap disebut dalam doa, sehingga tidak ada pertentangan berarti dalam proses pemaknaan mereka.

#### b. Negoisasi

Tiga informan berada pada posisi negosiasi. Informan dalam posisi ini menerima bahwa terdapat relasi antara lirik dan visual, tetapi mereka tidak sepenuhnya menafsirkan pesan sesuai makna dominan. Mereka

melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman pribadi, sudut pandang emosional, dan cara masing-masing dalam memahami lagu. Ada yang memaknai lirik sebagai kehilangan pasangan, tetapi visual sebagai kisah keluarga; ada pula yang menerima kesamaan suasana emosionalnya, meskipun tidak melihat visual sebagai representasi langsung dari isi lirik. Posisi negosiasi ini menunjukkan bahwa khalayak aktif dalam membangun makna, bukan hanya menerima pesan media secara pasif.

c. Oposisi

Dalam penelitian ini tidak ditemukan informan yang secara jelas berada pada posisi oposisi. Tidak ada informan yang sepenuhnya menolak relasi antara lirik dan visual atau memaknai musik video secara bertentangan dengan pesan utama yang dibangun. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun terdapat perbedaan tafsir, seluruh informan tetap mengakui adanya hubungan makna antara lirik dan visual dalam musik video tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik video sebagai teks audiovisual dipahami melalui hubungan antara lirik dan visual, bukan secara terpisah. Dalam musik video *Ada Titik-Titik di Ujung Doa*, lirik menghadirkan makna emosional yang puitis dan terbuka, sedangkan visual memberi bentuk naratif yang konkret dan simbolik. Temuan ini menegaskan bahwa khalayak memaknai musik video secara aktif sesuai teori resepsi Stuart Hall, yaitu dengan menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman hidup dan latar emosional masing-masing. Dominannya posisi negosiasi menunjukkan bahwa khalayak menerima pesan utama musik video, tetapi tetap memberi tafsir pribadi terhadap relasi lirik dan visual. Secara keseluruhan, kekuatan musik video ini terletak pada kemampuannya menggabungkan lirik dan visual untuk membangun pengalaman emosional tentang kehilangan, kerinduan, pengorbanan, dan doa.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa khalayak memaknai musik video “Ada Titik-Titik di Ujung Doa” karya Sal Priadi sebagai karya audiovisual yang memperlihatkan relasi antara makna lirik lagu dan visual. Lirik lagu dipahami sebagai ungkapan kehilangan, kerinduan, penyesalan, dan doa terhadap sosok yang masih diingat, sedangkan visual musik video dimaknai sebagai representasi perjuangan, kesepian, dan kerinduan melalui sosok ayah pengemudi truk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan mengakui adanya hubungan antara lirik dan visual dalam musik video, meskipun hubungan tersebut dipahami dengan cara yang berbeda-beda. Dua informan berada pada posisi hegemoni dominan karena menerima relasi makna lirik dan visual secara utuh sesuai dengan pesan dominan yang disampaikan dalam musik video. Sementara itu, tiga informan lainnya berada pada posisi negosiasi karena mengakui adanya relasi tersebut, namun tetap menyesuaikan pemaknaannya dengan pengalaman pribadi, latar belakang, serta sudut pandang masing-masing. Adapun penelitian ini tidak menemukan informan yang berada pada posisi oposisi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa relasi makna lirik lagu dan visual dalam musik video “Ada Titik-Titik di Ujung Doa” karya Sal Priadi cukup berhasil membangun serta menyampaikan pesan yang dimaksud oleh pencipta lagu kepada khalayak. Hal ini ditunjukkan oleh pengakuan seluruh informan terhadap adanya keterkaitan antara makna lirik lagu dan visual dalam musik video tersebut. Dua informan menerima relasi makna lirik lagu dan visual secara keseluruhan sehingga berada pada posisi hegemoni dominan. Sementara itu, tiga informan lainnya menerima adanya relasi antara makna lirik lagu dan visual, tetapi pemaknaan atau resepsi yang dihasilkan tetap beragam, baik terhadap makna lirik lagu maupun visualnya, karena dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang melekat pada masing-masing khalayak.

## Daftar Pustaka

- Al-Jannah, Z. J. (2023). *Analisis Resepsi Penggemar di Indonesia Mengenai Nilai Inklusivitas Dalam Music Video Bangtan Sonyeondan (BTS) "Permission to Dance."*
- Allo, M. S. T., Onsu, R. R., & Tulung, L. E. (2023). Pengaruh Konten Youtube Cretivox Friends with Benefit Terhadap Perilaku Negatif Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal: Administrasi Bisnis*, 13(1), 50–58. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.50-58>
- Amalia, A. F., Kristanto, N. H., & Waluyo, S. (2022). Semiotika Nonverbal dalam Musik Video "Azza" Karya Rhoma Irama (Kajian Semiotika Roland Barthes). *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 5(4), 731–748. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- Andi, S. N. (2026, January 23). *Lirik Lagu "Ada titik-titik di ujung doa" dari Sal Priadi beserta Maknanya.* Detiksulsel. <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-8370853/lirik-lagu-ada-titik-titik-di-ujung-doa-dari-sal-priadi-beserta-maknanya>
- Asari, A., Ningsi, E. R. S. N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Firdan Gusmara Kusumah, G. P. Y., & Murti, S. (2023). *Buku Komunikasi digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Asnahwati, Hutajulu, B. E. H., & Simanungkalit, T. B. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tebing Tinggi. *Jurnal: Economic Development Progress*, 4(2), 102–112.
- Azmi, S. R. M., Dewi, M., & Dailami. (2021). Etika Berkomunikasi Menggunakan Media Sosial (WhatsApp) di STMIK Royal Kisaran. *JBSI: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(01), 75–80. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v1i01.1306>
- Dadang, I. (2025, August 9). *Musik Video Masih Jadi Raja Konten Digital di Indonesia 2025 - GoodStats.* Goodstats. <https://goodstats.id/article/musik-video-masih-jadi-raja-konten-digital-di-indonesia-audio-streaming-melesat-eoQ3c>
- Dwipayana, D. K., Ni Kadek Dwiyani, S.S., M. H., & Made Rai Budaya Bumiarta, S.Sn., M. A. (2024). Penerapan Teknik Editing Pola Ritmis Dalam Musik Video Electronic Dance Music "Rhtx." *Jurnal: Film Dan Televisi Calaccitra*, 04(1), 69–79.
- Ilma, L., Firmansyah, M. B., & Rokhmawan, T. (2025). Realitas Sosial dalam Video Klip "Mangu" Karya Fourtwnty Ft. Charita (Perspektif Wacana Multimodal). *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(6), 4522–4529. <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i6.1800>
- Jatmiko, T. (2024). PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM REELS SEBAGAI MEDIA KAMPANYE POLITIK (Analisis Konten Pada Akun Instagram @Ganjar\_Pranowo). *TEGAL: Repository UPS*.

- Kemp, S. (2025, November 5). *Indonesia's Global Digital Insights*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Khafi, A. A. D., & Febriana, P. (2024). Analisis Semiotik Video Sal Priadi Mesra-Mesraannya Kecil-Kecilan Dulu. *Jurnal: Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i1.2710>
- Krisnanda, I. bagus P. B., Suardana, I. W., & Yasa, G. P. P. A. (2023). PENERAPAN KONSEP REPRESENTASI PADA MUSIC VIDEO TINKERBELLE BALI DI DEWATLANTIS STUDIO. *Jurnal Calaccitra*, 03(01).
- Kristono, I. A., Setyawa, M., & Pratiwi, P. (2025). Perancangan Video Musik "Mayfly" sebagai Media Promosi Idol Group Oriana. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual.*, 2(1), 192-212. <https://doi.org/10.62383/misterius.v2i1.562>
- Maulidah, U., & Abror, M. (2024). Respon Pendengar Terhadap Lagu Berisik, Kota, dan Tanya Karya Dere Melalui Perspektif Resepsi Sastra Wolfgang Iser. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(4), 630-636. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v4i4.1025>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. jakarta: Prenada Media.
- Nauvalia, N., & Setiawan, I. (2022). Peran media "Tik Tok" dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Jurnal Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(1), 126-138. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media*. Malang: UB Press.
- Puspita, R. (2021). *Modul Kajian Media Sosial Komunikasi Pada Media Sosial*. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Rachman, M. Z., Mardani, P. B., & Christanti, M. F. (2023). Analisis Resepsi Followers TikTok Dalam Membangun Self Development Pasca Pandemi Covid 19. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1-14. <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6646>
- Ramadhan, A. F. (2024). *Analisis Resepsi Audiens Tentang Toleransi Pada Program Login Episode "6 Pemuka Agama" Dalam Channel Youtube Deddy Corbuzier*.
- Taufiqurrohman, M., & Andreas, R. (2024). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Kritik Sosial Kehidupan Masyarakat Modern Pada Lirik Lagu Fstvlst. (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Varenia, I. A. N., & Phalgun, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *SADHARANANIKARANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram*, 4, 623-632. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN>

Vera, N. (2024). *Analisis Resepsi: Metode riset khlayak media*. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Zuhdi, F. (2025). *analisis resepsi video musik JKT48 berjudul "Benang Sari, Putik, dan kupu-kupu malam" pada mahasiswa uin sunan kalijaga*.