

Komunikasi Kreatif Budaya Madura Melalui Lagu

Lulus Sugeng Triandika, S.I.Kom., M.I.Kom.
lulus.triandika@ecampus.ut.ac.id

Dewi Maharani Rachmaningsih, S.Hum., M.A.
dewi.rachmaningsih@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Lagu memiliki fungsi sebagai media komunikasi untuk mentransmisikan atau menyebarkan pesan. Melalui konsep *New Media* semua kalangan bisa mengakses lagu kapan saja dan dimana saja tanpa batasan. Lagu adalah salah satu metode komunikasi kreatif dalam mengirim pesan kepada khalayak. Mendengarkan lagu merupakan peristiwa terjadinya proses komunikasi dimana khalayak sebagai komunikan tidak hanya mendengarkan lirik. Namun komunikan juga ikut meresapi pesan dalam lirik lagu yang dibawakan oleh penyanyi. Lagu merupakan media komunikasi yang mudah diterima dan didengar oleh semua kalangan. Sehingga lagu kemudian dipakai sebagai media komunikasi yang universal dan efektif.

Pesan yang terkandung dalam lirik lagu memiliki muatan berupa nilai-nilai tertentu baik pesan moral, budaya, atau bahkan kritikan. Melalui lagu proses transmisi nilai budaya bisa dilakukan yakni dengan menggunakan lirik-lirik yang mengandung pesan moral. Lagu bisa menjadi media dalam mewariskan identitas kultural antar generasi. Bahkan lagu bisa berfungsi sebagai bentuk kritik sosial dan ajakan kepada masyarakat untuk kembali peduli dengan budaya leluhurnya.

Lagu berbahasa Madura berjudul "*Kacong tor Jhebbing*" adalah sebuah contoh komunikasi kreatif melalui sebuah lagu. Didalamnya terdapat proses transmisi pesan tentang budaya Madura kepada khalayak khususnya orang madura. Lirik lagu ciptaan Adrian Pawitra ini berisi representasi identitas kultural orang Madura. Konotasi citra positif tentang orang Madura divisualisasikan melalui substansi lirik lagu. Ajakan untuk peduli & melestarikan adat Madura terdapat dalam lagu "*Kacong tor Jhebbing*". Stereotype orang Madura yang terkesan negatif dan telah melekat cukup

lama berusaha diluruskan kembali melalui lirik lagu “*Kacong tor Jhebbing*”. Lagu sebagai salah satu media komunikasi massa dengan pengaruh dan penyebaran cukup luas merupakan fakta penting untuk dikaji. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif kajian dilakukan terhadap objek lagu “*Kacong tor Jhebbing*”. Metode analisis wacana digunakan dalam menganalisis lirik lagu “*Kacong tor Jhebbing*”. Sumber data utama dalam kajian adalah lirik lagu kemudian diperkuat data tambahan berupa wawancara dengan pencipta lagu.

Kata Kunci: Komunikasi kreatif, Lagu, Budaya Madura, dan Analisis Wacana.

PENDAHULUAN

Komunikasi dan budaya adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi merupakan bagian dari budaya, sedangkan budaya adalah sebuah proses komunikasi (Hall dalam Suminar, 2019). Nilai-nilai kebudayaan merupakan bagian dalam pembentukan identitas kultural. Identitas kultural merupakan bagian yang menjadi jati diri sebuah kelompok atau bangsa yang telah melekat sejak lama.

Identitas kultural adalah dasar dalam kehidupan karena merupakan ciri pokok dalam sebuah budaya. Eliot (dalam Suminar, 2019) mendefinisikan identitas kultural sebagai semua hal yang membuat hidup, dapat ditinggali dan membentuk masyarakat. Manusia mengenal manusia lainnya karena budaya yang melekat dalam kehidupan mereka. Masyarakat yang tinggal di wilayah tertentu akan memiliki ciri budaya mereka sendiri. Pewarisan identitas kultural menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena merupakan ciri pokok bagi mereka.

Proses pewarisan identitas kultural sejatinya merupakan sebuah proses komunikasi, karena terdapat proses transmisi pesan lintas generasi. Sedangkan pelaku komunikasinya adalah leluhur dengan penerusnya lalu berlanjut ke generasi setelahnya. Pewarisan identitas kultural kemudian menjadi sebuah hal yang penting supaya generasi selanjutnya tidak kehilangan budaya sebagai jati diri mereka.

Namun pengaruh globalisasi budaya modern, perpindahan tempat tinggal, serta perkembangan teknologi perlahan menggerus identitas kultural. Hal tersebut menjadi ironi karena disaat melimpahnya akses

teknologi justru menggerus identitas budaya. Maka diperlukan ide-ide kreatif dalam mewariskan identitas kultural sesuai dengan perkembangan jaman.

Salah satunya adalah metode komunikasi menggunakan lagu. Dibanding dengan metode memberi nasehat atau membacakan hikayat dari cerita-cerita lama, komunikasi dengan lagu diyakini sebagai sebuah metode yang efektif dan mudah diterima semua kalangan. Komunikasi menggunakan lagu mudah diterima siapa saja, karena keluwesannya dalam mengharmonisasikan substansi lirik/teks dengan irama musik sehingga bisa dinikmati siapa saja.

Dalam konteks Ilmu Komunikasi aktifitas mendengarkan lagu merupakan sebuah peristiwa terjadinya proses komunikasi. Pasalnya pendengar lagu tidak hanya menikmati musik dan mendengarkan lirik saja, namun secara tidak langsung ikut meresapi pesan dalam lirik. Unsur teks/lirik dalam sebuah lagu mengandung muatan nilai-nilai tertentu baik pesan moral, budaya, atau bahkan kritikan. Sehingga melalui lagu proses transmisi nilai budaya dimungkinkan bisa dilakukan. Lirik dalam lagu bahkan digunakan sebagai media dalam mewariskan identitas kultural antar generasi. Proses penyampaian pesan dilakukan antar generasi guna menjaga identitas kultural kedepannya.

Sebuah lagu sejatinya adalah cara bagaimana seorang penyanyi berkomunikasi dengan pendengarnya. Melalui lagu sebuah pesan memungkinkan untuk ditransmisikan kepada khalayak oleh si penyanyi. Pada dasarnya lagu dibuat dengan menggabungkan antara musik dan lirik/teks yang mengandung pesan. Unsur pesan dalam lagu terletak pada substansi atau lirik lagu itu sendiri (Rusfien, 2016). Pesan merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah proses komunikasi selain adanya komunikator dan komunikan.

Lagu sebagai media komunikasi sebenarnya telah lama digunakan dalam berbagai budaya daerah. Contohnya adalah banyak lagu tradisional yang telah ada sejak lampau. Didalamnya terdapat lirik lagu yang merepresentasikan kisah masa lalu serta nasehat-nasehat ajakan berbuat baik. Lagu berbahasa daerah ini merupakan contoh penggunaan lagu sebagai bagian dari atribut kebudayaan.

Namun tidak sedikit lagu berbahasa tradisional digubah dengan aransemen musik modern. Fenomena ini merupakan jawaban atas kebutuhan adaptasi terhadap perkembangan jaman. Lagu-lagu daerah

bernuansa kontemporer ini akhirnya mudah diterima oleh generasi muda. Bahkan banyak lagu baru sengaja diciptakan dengan menggunakan bahasa daerah.

Salah satu contohnya adalah lagu *Kacong tor Jhebbhing*, lagu berbahasa madura ciptaan dari Adrian Pawitra. Lagu *Kacong tor Jhebbhing* merupakan lagu berbahasa Madura dengan nuansa musik kontemporer. Jika diamati, lirik lagu *Kacong tor Jhebbhing* memiliki makna tertentu yang ingin disampaikan kepada pendengar. Pasalnya dalam beberapa bagian lirik lagu yang telah diterjemahkan terdapat kalimat ajakan untuk kembali peduli dengan budaya asal. Sehingga lagu *Kacong tor Jhebbhing* dapat dikatakan sebagai sebuah metode komunikasi karena didalam teks/lirik lagu mengandung makna. Karena menurut Moylan (dalam Yuliarti, 2007) dalam sebuah lagu selalu terdapat unsur teks/lirik yang memiliki sebuah makna atau pesan tertentu.

Lagu sebagai salah satu media komunikasi massa dengan pengaruh dan penyebaran cukup luas merupakan fakta penting untuk dikaji. Pasalnya didalam sebuah lagu terkandung fungsi komunikasi massa yakni proses transfer nilai-nilai tertentu dari satu generai ke generasi lainnya (Yuliarti, 2015). Khususnya lagu *Kacong tor Jhebbhing* yang memiliki lirik yang merepresentasikan nuansa budaya Madura.

Komunikasi Kreatif Melalui Lagu

Mendefinisikan konsep komunikasi bukanlah hal yang mudah karena kemunculannya selalu ada dalam setiap bidang kehidupan (Yuliarti, 2015). Bahkan setiap aktifitas manusia baik disengaja maupun tidak sengaja bisa berpeluang menjadi sebuah proses komunikasi. Sehingga proses komunikasi adalah tentang proses penggunaan simbol, bahasa, dan gerakan untuk menggambarkan sebuah pesan.

Metode dalam proses penyampaian pesan terdiri dari beragam cara dan wujud. Penggunaan media sebagai alat pengirim pesan adalah suatu keharusan karena merupakan salah satu unsur pokok proses komunikasi. Beragam jenis media telah digunakan sejak peradaban manusia mulai mengenal proses komunikasi dalam menyampaikan pesan.

Seiring dengan perkembangan jaman, proses komunikasi harus beradaptasi terhadap perubahan yang ada. Penggunaan *New Media* merupakan keniscayaan sebagai dampak perkembangan zaman. Kemudian muncul istilah komunikasi kreatif, dimana bisa diartikan sebagai sebuah

keterampilan dalam menemukan hubungan baru, serta melihat subjek dari sudut pandang berbeda, hingga mampu mengkombinasikan berbagai konsep baik baru atau lama menjadi suatu konsep yang berbeda (Zarkani, 2017)

Lagu merupakan contoh metode komunikasi kreatif dalam menyampaikan pesan. Karena menggunakan unsur seni sebagai medium penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Didalam sebuah lagu terdapat kombinasi unsur seni dan unsur informasi/pesan. Kedua unsur tadi menjadikan lagu memiliki keunggulan dibanding metode komunikasi lainnya. Keluwesan penggunaan teks/lirik dalam menyampaikan pesan membuat lagu mudah diterima oleh semua kalangan. Unsur teks/lirik dalam sebuah lagu adalah unsur penting dalam mengemas pesan kepada pendengar, sehingga diperlukan keterampilan dalam menyusunnya.

Selain keluwesannya dalam beradaptasi dengan budaya modern, lagu merupakan medium komunikasi yang mampu berkolaborasi dengan konsep *New Media*. Bahkan dengan adanya *New Media*, khalayak diberi kemudahan untuk mengakses berbagai lagu. Bahkan dengan menggunakan akses internet khalayak dengan mudah mengunduh lagu yang diinginkan. Konsep *New Media* akan membuat khalayak perlahan meninggalkan cara lama yakni dengan mendengarkan lagu melalui media *vcd*, *cd*, dan kaset.

Sejatinya mendengarkan lagu merupakan peristiwa terjadinya proses komunikasi dimana khalayak sebagai komunikan tidak hanya mendengarkan lirik. Namun komunikan juga ikut meresapi pesan dalam lirik lagu yang dibawakan oleh penyanyi. Sehingga kemudian muncul konsep *komunikasi musik*, yaitu pesan yang disebarkan oleh lagu yang berasal dari elemen lagu itu sendiri (Yuliarti, 2015)

Lagu merupakan media komunikasi yang mudah diterima dan didengar oleh semua kalangan. Sehingga lagu kemudian dipakai sebagai media komunikasi yang universal dan efektif. Pesan yang terkandung dalam lirik lagu memiliki muatan berupa nilai-nilai tertentu baik pesan moral, budaya, atau bahkan kritikan. Melalui lagu proses transmisi nilai budaya bisa dilakukan yakni dengan menggunakan lirik-lirik yang mengandung pesan moral.

Sejak lama lagu menjadi media dalam mewariskan identitas kultural antar generasi. Bahkan lagu bisa berfungsi sebagai bentuk kritik sosial atau menjadi ajakan kepada masyarakat untuk kembali peduli dengan budaya leluhurnya. Lirik lagu sebagai medium pesan merupakan implementasi komunikasi kreatif dari penyanyi atau penciptanya.

Budaya Madura

Menurut Samovar keberadaan budaya adalah untuk melayani kebutuhan vital dan praktis manusia (dalam Suminar, 2019). Budaya bertujuan untuk membentuk suatu masyarakat serta memelihara kelangsungan hidup manusia. Tujuan lainnya adalah menurunkan pengetahuan dan pengalaman dalam berkehidupan dari generasi ke generasi selanjutnya.

Budaya mengandung aturan dan norma dalam berperilaku sehingga harus diwariskan kepada generasi penerusnya. Namun saat ini pewarisan nilai-nilai budaya antar generasi cenderung mengalami banyak hambatan. Khususnya bagi generasi muda yang berasumsi jika segala hal yang berhubungan dengan budaya dianggap kolot dan terlalu kaku. Bahkan banyak generasi muda yang bersikap tidak peduli jika nantinya bisa saja kehilangan identitas kulturalnya. Ketidakpedulian ini tentu merupakan sebuah masalah. Sebab akan mengganggu proses pewarisan pesan identitas kultural.

Generasi muda sebagai komunikan cenderung bersikap selektif dalam menerima pesan. Hal-hal yang dianggap kolot dan tidak sesuai dengan perkembangan jaman tidak akan diterima untuk dimaknai. Generasi muda cenderung melakukan penyerapan informasi dengan cepat, sehingga mereka secara tidak langsung menuntut pesan yang disajikan harus sesuai dengan selera mereka.

Fenomena diatas merupakan realita yang terjadi saat ini dimana pewarisan identitas kultural mengalami hambatan akibat generasi penerus cenderung selektif dan kurang peduli. Fenomena yang terjadi dalam berbagai kelompok budaya, tak terkecuali budaya Madura sebagai salah satu suku bangsa terbesar di Indonesia.

Persoalan lain yang menghampiri khususnya orang Madura adalah melekatnya stereotype negatif. Munculnya stereotype ini karena identitas suku Madura dibentuk oleh suku lain, sehingga citra diri mereka sendiri seolah tersembunyi (Kusumah dalam Rizam, 2013). Sedangkan menurut Ma'arif, terbentuknya stereotype pada orang Madura merupakan warisan era kolonialisme (Ma'arif, 2015). Stereotype tentang orang Madura juga merupakan dampak dari banyaknya pemberitaan media yang terkesan hanya berfokus pada topik negatif. Seperti pemberitaan tentang *Carok* yang secara tidak langsung menjadi kesan orang Madura yang kejam dan keras.

Sebenarnya, banyak dari stereotype ini yang telah berhasil diubah oleh orang Madura sendiri. Sayangnya hingga kini labelling stereotype negatif terus tertanam dalam benak masyarakat luar, bahkan dalam orang madura sendiri. Banyak usaha telah dilakukan sebagai upaya mengubah setereotype negatif orang Madura. Salah satunya adalah seperti apa yang dilakukan oleh Adrian Pawitra dalam lagu *Kacong tor Jhebbhing*. Sebagai sebuah metode komunikasi, lagu *Kacong tor Jhebbhing* berisi lirik/teks yang mengandung pesan tentang budaya Madura.

Lagu *Kacong tor Jhebbhing* merupakan metode komunikasi kreatif dalam penyampaian pesan identitas kultural. Lagu sebagai metode komunikasi identitas kultural diyakini sebagai metode yang bisa diterima semua kalangan terutama generasi muda. Sebab lagu dapat menjadi sarana pewarisan identitas kultural suatu kebudayaan agar dapat diserap oleh masyarakatnya.

Lagu *Kacong tor Jhebbhing* diciptakan sebagai lagu kontemporer (seni modern) dengan aransemen modern. Namun di dalamnya menggunakan bahasa Madura dalam liriknya. Bahasa madura merupakan salah satu bahasa daerah dengan penutur terbesar setelah bahasa Jawa, bahasa Sunda, dan bahasa Melayu. Didalam lirik lagu *Kacong tor Jhebbhing* sarat akan pesan – pesan budaya Madura yang dikemas sesuai dengan selera khalayak pendengar terutama generasi muda. Lagu *Kacong tor Jhebbhing* sendiri sering menjadi lagu pembuka kegiatan budaya daerah seperti pemilihan duta wisata serta kegiatan wisata daerah.

Pembahasan

Judul Lagu	:	Kacong tor Jhebbhing
Pencipta	:	Adrian Pawitra
Penyayi	:	Titik Gharin

KACONG TOR JHEBBHING (Bahasa Madura)

Du pasèra sè ta' lèburrâ, nangalè rèng raddhin pojhâân

sedḡhâ' robâna, ngapèncot atè, alos andhikana

Anḡhâp asor atèna, lèbur ongghu têngka ghulina

gânḡeng robâna, ngapèncot atè, manès pamèsemma

Reff:

*Torè oladhi Kacong Jhebbhing, sè binè' asampèran,
ngangghuy ghellung malang, sè lakè' atongkosân, òu cè' èsagghâ*

Pottra-pottrè Madhurâ sadhâjâna, padâ areng-sareng

Tarongghu t' rèsna adhât Madhurâ, sè ampon abit ta' èsarbhi.....

Analisis lagu *Kacong tor Jhebbhing* menggunakan 5 elemen **Elemen Wacana** **Teun A. Van Dijk**.

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik (Apa yang dikatakan?)	Topik
Superstruktur	Skematik (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	Semantik (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, maksud, detail, peranggapan, nominalisasi.
Struktur Mikro.	Sintaksis (Bagaimana pendapat yang disampaikan ?)	Bentuk, kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	Stilistik (Pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon

Struktur Wacana

- **Struktur Makro**

Struktur makro mengamati tema maupun topik yang terkandung baik secara tersirat maupun tertulis dalam salah satu kalimat dirangkaian teks

wacana, yang dimaksud dengan tema atau topik adalah gagasan inti atau ringkasan dari sebuah wacana.

Tema utama yang terkandung dalam syair lagu *Kacong tor Jhebbhing* adalah ajakan kepada putra – putri Madura untuk mencintai adat madura. Dalam tema besar ini ditemukan dua sub tema penting yang menjadi poin inti dari teks utuh yaitu, pertama penjabaran identitas sosial masyarakat madura tentang putra – putri (remaja) Madura sekaligus pencitraan identitas kultural.

Kedua, kritik sosial terhadap putra – putri Madura yang telah lama tidak memperdulikan adat istiadat madura. Kedua sub tema tersebut yang terdapat dalam tema besar syair lagu *Kacong tor Jhebbhing*

- **Superstruktur**

Superstruktur yang dimaksud adalah bagaimana pesan di sampaikan oleh pencipta lagu melalui syair lagu berbahasa daerah Madura ini. Skema atau alur yang disampaikan berawal dari pencitraan identitas putra – putri Madura yang dikategorikan sebagai “*reng Madhura pojhaan*” (orang madura pujaan) Identitas kultural yang di citrakan terbagi menjadi dua sub struktur yaitu identitas kultural kenampakan (penampakan) dan identitas kultural yang membahas perilaku (tindak – tanduk).

Selanjutnya, bagian dari syair ini mencitrakan tentang sosok “*kacong – Jhebbhing*” , yakni adalah sebuah istilah dalam budaya madura untuk penyebutan remaja laki-laki dan perempuan, “*Kacong*” merupakan sebutan untuk anak laki-laki sementara “*Jhebbhing*” sebutan untuk anak perempuan.

Bagian akhir dari teks wacana berupa syair lagu ini diakhiri dengan maksud dan tujuan utama pesan kulturalnya, yaitu ajakan untuk melestarikan adat madura, namun didalam ajakan tersebut sekaligus memuat unsur kritik kepada putra – putri Madura atas ketidak perduliannya terhadap kultur madura.

- **Struktur Mikro Semantik**

Yaitu bagaimana pendapat pencipta lagu disampaikan melalui syair lagu *Kacong tor Jhebbhing*, identifikasi elemen yang didapatkan antara lain latar, detil dan maksud. Latar ialah penentu kearah mana pandangan

khalayak akan dibawa (Eriyanto, 2001). Latar sangat berguna untuk membantu mencari makna tersirat dalam teks. Latar tersirat berupa ajakan untuk remaja madura melestarikan adat madura yang mulai tidak diperdulikan

Sebutan “*kacong – Jhebbhing*” untuk mencitrakan sosok laki –laki dan perempuan beridentitas kultural madura yang kental. Latar dalam syair lagu ini menyoroti pergeseran stereotype buruk tentang identitas kultural yang penuh dengan keburukan menjadi stereotype positif .

Elemen detil sangat mendominasi dalam syair lagu berbahsa daerah ini, pencipta lagu menggambarkan citra positif tentang bagaimana sosok orang madura disaat masih remaja. Detil yang didapat dalam teks adalah penggambaran karakter baru alih – alih menggunakan stereotype buruk yang selama ini menjadi ciri khas identitas kultural masyarakat madura. Kata dan kalimat positif disebutkan hampir diseluruh lagu, tidak ada kalimat dan kata yang cenderung keras dan kasar.

Penguraian pesan pada lagu ini yang mengarah kepada citra baik disebutkan secara jelas yaitu berupa deskripsi, “*Seddha’ robana, Alos andhikana, andhap asor atena, tengka ghulina, Ganteng robana*” (manis sikapnya, halus pembawaanya, rendah hatinya, perilakunya, tampanya wajahnya). Sebaliknya, pesan yang muatannya ada unsur citra buruk di selubungkan pada kalimat berpola ajakan. Penulis lagu membuat kepribadian buruk remaja madura yang sudah lama tidak peduli terhadap adat madura diuraikan tersembunyi dibalik kalimat ajakan, “*Pottra pottre madhura sadhajana pada areng-sareng, Tarongghu tresna adhat madhura, Se ampon abit ta’ esarbhi*” (putra-putri madura semuanya mari bersama-sama, bersungguh-sungguh cinta budaya madura, yang telah lama tida diperdulikan)

Sintaksis

Terdapat satu elemen yang membantu menguraikan pesan kultural dalam lagu ini, antra lain elemen koherensi. Koherensi ialah jalinan antarkata, atau kalimat dalam teks (Eriyanto, 2011). Koherensi yang terdapat dalam syair lagu ini adalah koherensi kondisional, yaitu mengarahkan pesan sesuai dengan kondisi yang ingin di tonjokan. Kata – kata yang dipilih dalam syair dibuat untuk memfokuskan pesan kearah citra positif.

Stilistik

Pemilihan kata dalam teks dinamakan elemen Leksikon (Eriyanto, 2011), tiap kata dan kalimat dibuat agar pendengar lagu dapat membayangkan bagaimana sosok yang di maksud pencipta lagu. Kalimat dan kata yang positif dilengkapi tekanan karakter terdapat di seluruh bagian lagu.

Syair awal, **“Du paserra se ta’leburra, Nengale reng madhura pojhaan”** (Duh siapa yang tidak suka, Melihat orang madura pujaan) menjelaskan bahwa lagu ini bercerita tentang sosok orang madura ideal yang menjadi pujaan hati masyarakat. Kalimat awal menekankan bahwa sosok yang akan digambarkan merupakan sosok ke “suka-an” masyarakat. Kedua kalimat syair tersebut menegaskan bahwa lagu ini akan menggambarkan identitas kultural orang madura pujaan, syair selanjutnya merupakan penjelas identitas yang ingin diangkat penulis lagu.

Pada syair selanjutnya, **“Seddha’ robana, Ngapencot ate”** (manis parasnya, memikat hati) kata manis dalam teks menunjukkan identitas yang lebih bersifat feminim . kata manis juga dipakai karena gadis maupun perempuan madura memiliki ciri dan penilaian berbeda untuk merepresentasikan sosok cantik. Pencitraan kecantikan wanita madura berlainan dengan pengandaian yang dilakukan pujangga sastra tempo doeloe (Rifa’i, 2007).

Titik terpenting bagi kecantikan wanita madura terdapat pada pencitraan akibat adaptasi dengan lingkungan hidupnya, contohnya dari berbagai peribahasa didapatkan anggapan bahwa orang madura lebih menghargai kulit yang kehitaman (terutama hitam manis). Hal ini dikarenakan akibat dari etos kerja yang tinggi di berbagai bidang menuntut mereka untuk tidak takut terpapar sinar matahari. Mien a. Rifa’i juga menjelaskan bahwa perbedaan pencitraan ini disebabkan oleh kondisi setempat, terutama akibat dari keadaan tanah yang tandus gersang serta dikelilingi lautan menyebabkan suhu udara cenderung lebih panas.

Penggunaan kata manis ini merujuk pada pencitraan baru yang mengungkapkan kondisi remaja madura yang dianggap dapat mengisi citra positif yang kuat jika dibandingkan kata lainnya. Paras yang **“Seddha”** dapat mencuri perhatian dan pada akhirnya akan mengakibatkan **“Ngapencot ate”** yang artinya memikat hati.

Kalimat **“Alos andhikana”** merujuk pada identitas kultural remaja perempuan madura priayi. Dari berbagai peribahasa dan penelitian tentang

kultur madura sikap khas yang dimiliki oleh perempuan madura di masyarakat terkenal lebih tajam, tegas dan cekatan jika dibandingkan dengan perempuan di daerah lain. Hal ini dikarenakan kondisi demografi dan kebiasaan masyarakat yang berusaha hidup di lahan tandus dan kering, serta dekat dengan lautan. Perjuangan untuk hidup inilah yang secara tidak sengaja membentuk karakter kuat, keras dan tangguh baik laki – laki maupun perempuan madura.

“andhap asor atena” ini juga menggeser stereotype penetiti luar negeri tentang kepribadian orang madura yang suka memamerkan, mulai dari diri, harta, sampai hal yang dimiliki kerabatnya pun sering menjadi objek pembicaraan. Ukuran perilaku baik dalam bersosial yang paling ditonjolkan penulis pribumi ialah rendah hati. *Andhap asor* mensyaratkan kesantunan, kesopanan, penghormatan dan nilai – nilai luhur lainnya yang harus dimiliki orang madura (Zubairi, 2013). Kalimat *“tengka ghulina”* diartikan Zubairi sebagai luhur perilakunya. Perilaku yang luhur mendapat tempat diatas segala sikap dan sifat lahiriyah. Perilaku luhur juga lebih diutamakan dibandingkan sifat yang dapat dilihat dan dinilai secara langsung, contohnya kekayaan, ketampanan, jabatan kerja dan lain - lain.

Makna kalimat *“Ganteng robana”* dalam pencitraan orang madura merujuk pada kondisi rupa muka ataupun wajah remaja laki-laki. Stereotype kolonial, Van Gennop (Jonge, 2011) menjelaskan bahwa perbedaan yang paling mudah terlihat adalah perawakan orang madura yang kekar, berotot, tetapi berperawakan lebih kecil atau seukuran dengan orang jawa. Kenampakan muka yang terlihat adalah muka lebih melebar, tidak halus dan tulang pipi yang sangat menojol. Juga disebutkan bahwa orang madura memiliki tampang lebih galak dan sering kasar. Penelitian zaman kolonial ini sering menjadi acuan pengungkapan identitas kultural kenampakan laki – laki madura.

Kebanyakan peribahasa madura maupun penelitian kultur madura mencitrakan kondisi tubuh saja, sangat sedikit yang dapat mendeskripsikan “tampilan paras” orang madura. Syair dalam lagu ini lebih menyoroti kearah

pencitraan positif yang titik pentingnya adalah keramahan, terlihat di kalimat selanjutnya **“Manes pamesemma”** (manis senyumnya).

Kalimat **“Tore oladhi Kacong tor Jhebbing”** memastikan bahwa pemilih identitas kultural yang di komunikasikan oleh pencipta lagu adalah sosok remaja laki – laki dan perempuan dngan identitas kultural bagian dari masyarakat madura. *Kacong tor Jhebbing* diartikan Kacong-Jebbing adalah sebuah istilah dalam budaya madura untuk penyebutan remaja laki-laki dan perempuan, “Kacong” merupakan sebutan untuk anak laki-laki sementara “Jebbing” sebutan untuk anak perempuan.

Dalam syair **“Se bine’ asamperean, ngangghuy ghellung malang”** artinya adalah Si perempuan memakai (samper) kain, dan memakai sanggul. **Jhebbing** dijelaskan dalam lagu menggunakan **“Samper”** atau kain dan memakai sanggul. Kenampakan rambut perempuan madura ini menjadi ciri khas madura sejak zaman dahulu, dijelaskan dalam tembang madura tentang penggambaran sosok Sariwati/ Saribati. *Rambut lebat panjang sampai ke bokongnya, kalau digelung bagai bokor terbalik* (Rifa’i, 2007). Ciri khas ini masih dipergunakan dalam kontes *Jhebbing* Madura hingga saat ini, meskipun mulai hadir **Jhebbing** syar’i yang menggunakan hijab.

Pencitraan *kacong* sebagai simbol teladan remaja laki- laki madura disyairkan **“Se lake’ atongkosan du ce’esaggha”** yang artinya Si lelaki memakai (odheng) ikat kepala, duh sangat indahny. Odheng merupakan tutup kepala atau pelindung kepala terbuat dari (biasanya) batik, dikenakan oleh pria Madura (rakyat kebanyakan) sebagai kelengkapan berbusana, pada zaman dahulu mencerminkan kedudukan kelas dalam masyarakat Madura.

Ciri khas *Kacong Jhebbing* berupa bentuk rambut digelung, samper hingga odheng ini dilestarikan dalam bentuk boneka mainandan lain – lain sebagai cinder mata di sektor pariwisata. Pemilihan duta *Kacong Jhebbing* – pun masih sering dilaksanakan di berbagai lembaga baik formal maupun non formal, bahkan dalam acara – acara yang diselenggarakan masyarakat secara swadaya.

Namun bait terakhir dari lagu ini, **“Pottra pottre madhura sadhajana pada areng-sareng, Tarongghu tresna adhat madhura, Se ampon abit ta’ esarbhi”** yang dapat diartikan Putra putri madura mari bersama-sama, Bersungguh cintai adat madura, Yang telah lama tidak dilestarikan ini mengisyaratkan arti implisit yang sebenarnya menjadi inti dari lagu ini. Dibalik ajakan untuk mencintai dan melestarikan adat Madura, terdapat kritikan

terhadap generasi muda saat ini yang telah lama tidak melestarikan adat madura. Kritik ini seolah – olah disampaikan kepada generasi muda agar menjadi bahan introspeksi diri sebelum makin berlarut – larut.

KESIMPULAN

Lagu berjudul “*Kacong tor Jhebbhing*” adalah sebuah contoh komunikasi kreatif dalam proses pewarisan identitas kultural. Penggunaan media lagu bertujuan untuk bisa menjangkau semua kalangan karena sifatnya yang universal dan mudah diterima. Sehingga proses transmisi pesan moral dan nilai-nilai budaya diharapkan bisa lebih efektif dengan menggunakan lagu.

Berdasar hasil analisis dengan menggunakan elemen analisis wacana Van Dijk, mengungkap bahwa didalam lagu *Kacong tor Jhebbhing* terdapat proses transmisi pesan tentang budaya Madura. Lirik lagu ciptaan Adrian Pawitra ini berisi representasi identitas kultural orang Madura. Ajakan untuk peduli & melestarikan adat Madura terdapat dalam lirik lagu, karena semakin sedikit yang peduli dengan identitas kulturalnya.

Konotasi citra positif tentang orang Madura divisualisasikan melalui subtext lirik lagu. Sepanjang lirik lagu tidak terdapat kata-kata berkonotasi buruk, sebaliknya pemilihan kata-kata yang terdapat dalam lagu adalah kata-kata positif. Gambaran bahwa pemuda dan pemudi Madura adalah orang-orang yang berbudi luhur, berperilaku baik dan tahu sopan santun. Di dalam lagu juga terdapat aturan bertingkah laku yang sesuai dengan adat dan istiadat sesuai dengan deskripsi dari kata *Adhap Asor*. Kemudian melalui lirik lagu “*Kacong tor Jhebbhing*” stereotype orang Madura yang terkesan negatif berusaha diluruskan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

De Jonge, Huub (2011). *Garam, Kekerasan, dan Aduan Sapi*, Yogyakarta, Indonesia: PT. LKIS.

- Ma'arif, Samsul (2015). *The History of Madura*, Yogyakarta, Indonesia: PT. LKIS.
- Mulyana, Dedy. (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya
- Eriyanto (2011). *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta, Indonesia: PT. LKIS.
- Rizam, Masyithah Maghfirah (2013). *Perubahan Sosial Etnik Madura dalam lirik lagu kontemporer Berbahas Madura*. *Jurnal Pendidikan dan Humaniora*, 109-116.
- Rusfien, Ismail Taufik (2017). *Logika Pesan Komunikasi Musik Dalam Lirik Lagu "Smells Like Teen Spirit"*. *Wahana*, 1, 24-27.
- Suminar, Erna. (2019). *Komunikasi dan Identitas Kultural Remaja Suku Dawan di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur*. *ENSAINS*, 2, 25-28.
- Yulianti, Monika Sri (2015). *Komunikasi Musik: Pesan Nilai-Nilai Cinta dalam Lagu Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 189-198.
- Zarkani, (2017). *Membangun Komunikai Kreatif Dalam Dakwah Islamiyah*. *Orasi*, 8, 121-134. (2016). *Madura 2045*, Yogyakarta, Indonesia: PT. LKIS.