



**DESAKRALISASI BUDAYA JAWA DALAM VIDEO KLIP  
(ANALISIS ISI TERHADAP VIDEO KLIP *LATHI – WEIRD  
GENIUS FT. SARA FAJIRA DAN LONG AS I GET PAID –  
AGNEZ MO*)”**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Dikerjakan Oleh :

Nama : Mutia Rahmah

NIM : 1706015238

Peminatan : Penyiaran



**Uhamka**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2021**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutia Rahmah  
NIM : 1706015238  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul : Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi – Weird Genius Ft. Sara Fajira Dan Long As I Get Paid – Agnez Mo*)”.

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk diperjuangkan sebagaimana mestinya.

Bogor, 18 Juni 2021

Yang menyatakan



**Mutia Rahmah**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi* – Weird Genius Ft. Sara Fajira Dan *Long As I Get Paid* – Agnez Mo).

Nama : Mutia Rahmah

NIM : 1706015238

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui

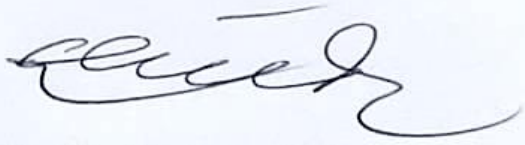
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dini Wahdiyati, S.Sos. M.I.Kom**

Tanggal: 19 Oktober 2021

  
**Dr. Eko Digdoyo, M.Hum**

Tanggal: 24 November 2021

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

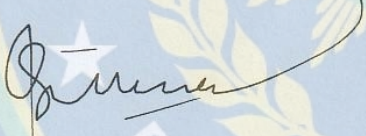
Judul Skripsi : Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi – Weird Genius Ft. Sara Fajira Dan Long As I Get Paid – Agnez Mo*)”.


Nama : Mutia Rahmah  
NIM : 1706015238  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jum'at, 03 Desember 2021, dan dinyatakan LULUS

  
Drs. Said Romadlan, M. Si.  
Penguji 1  
Tanggal : 03 Januari 2022

  
Dra. Tellys Corliana, M. Hum.  
Penguji 2  
Tanggal : 01 Desember 2022

  
Dini Wahdiyati, M. Ikom.  
Pembimbing 1  
Tanggal : 02 Januari 2022

  
Dr. Eko Digoyo, M. Hum.  
Pembimbing 2  
Tanggal :

Mengetahui,

Dekan



Dra. Tellys Corliana, M. Hum

## ABSTRAK

Judul Skripsi : Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi* – Weird Genius Ft. Sara Fajira Dan *Long As I Get Paid* – Agnez Mo)

Nama : Mutia Rahmah  
NIM : 1706015238  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Halaman : 139 + xiv halaman + 3 lampiran + 6 tabel  
Jumlah Referensi : 37 buku, 7 jurnal, dan 9 website

Video klip *Lathi* – Weird Genius ft. Sara Fajira dan *Long As I Get Paid* mengangkat unsur kebudayaan Jawa yang dipadukan dengan nilai-nilai kebudayaan Barat. Salah satunya dalam video klip *Lathi*, dimana adegan tari Kuda Lumpung diiringi dengan alunan musik *Electronic Dance Music* (EDM), sedangkan dalam video klip *Long As I Get Paid* – Agnezmo, ia mengenakan baju Batik yang dipadukan dengan celana ketat beraksen lace dan menggunakan mahkota ala *western classic*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori imperialisme budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian ini deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode analisis isi kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan studi pustaka, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif sebagai metode utama dalam mengungkapkan bentuk-bentuk desakralisasi Budaya Jawa dalam video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa bentuk desakralisasi budaya Jawa dalam video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid* yang nyaris tidak terbaca oleh audiens karena fenomena ini dianggap hal yang lumrah terjadi di era modernisasi saat ini.

**Kata Kunci: Desakralisasi Budaya Jawa, Video klip.**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Pembatasan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Kontribusi Penelitian.....	16
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	17
1.7. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II KERANGKA TEORI.....	20
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.2. Paradigma Penelitian.....	23
2.3. Komunikasi.....	24
2.3.1. Definisi Komunikasi.....	24
2.3.2. Fungsi Komunikasi.....	25
2.3.3 Model Komunikasi Harold Lasswell.....	25
2.3.4. Konteks Komunikasi.....	27
2.4. <i>Komunikasi Massa</i> .....	29
2.4.1. Definisi Komunikasi Massa.....	29
2.4.2. Karakteristik Komunikasi Massa.....	29
2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa.....	33
2.5. <i>Cultural Imperialisme Theory</i> .....	35
2.6. Media Massa.....	42
2.6.1. Definisi Media Massa.....	42
2.6.2. Jenis Media Massa.....	43
2.7. Video Klip.....	45
2.7.1. Definisi Video Klip.....	45
2.7.2. Tujuan/Kepentingan Video Klip.....	46
2.8. Budaya.....	48

2.8.1. Pengertian Budaya.....	48
2.8.2. Wujud Kebudayaan.....	49
2.8.3. Komponen Kebudayaan.....	50
2.8.4. Budaya Jawa.....	52
2.9 Kerangka Pemikiran.....	65
BAB III METODOLOGI PEMIKIRAN.....	67
3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian.....	67
3.1.1. Pendekatan Penelitian.....	67
3.1.2. Metode Penelitian.....	68
3.1.3. Jenis Penelitian.....	69
3.2. Unit Analisis dan Unit Pengamatan.....	69
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.4. Teknik Analisis Data.....	72
3.5. Bagan Alur Penelitian.....	75
3.6. Waktu dan Jadwal Penelitian.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1. Gambaran Objek Penelitian.....	77
4.1.1. Video Klip <i>Lathi</i> .....	77
4.1.2. Video Klip <i>Long As I Get Paid</i> .....	80
4.2. Hasil Penelitian.....	85
4.2.1. Bentuk Desakralisasi Budaya Jawa dalam Video Klip <i>Lathi</i> dan <i>Long As I Get Paid</i> .....	85
4.2.2. Desakralisasi Budaya Jawa dalam Video Klip <i>Lathi</i> dan <i>Long</i> <i>As I Get Paid</i> .....	91
4.3. Pembahasan.....	98
4.3.1. Desakralisasi Budaya Jawa dalam Video Klip <i>Lathi</i> dan Long <i>As I Get Paid</i> Dalam Perspektif Teori Imperialisme Media / Budaya.....	98
BAB V PENUTUP.....	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran.....	106

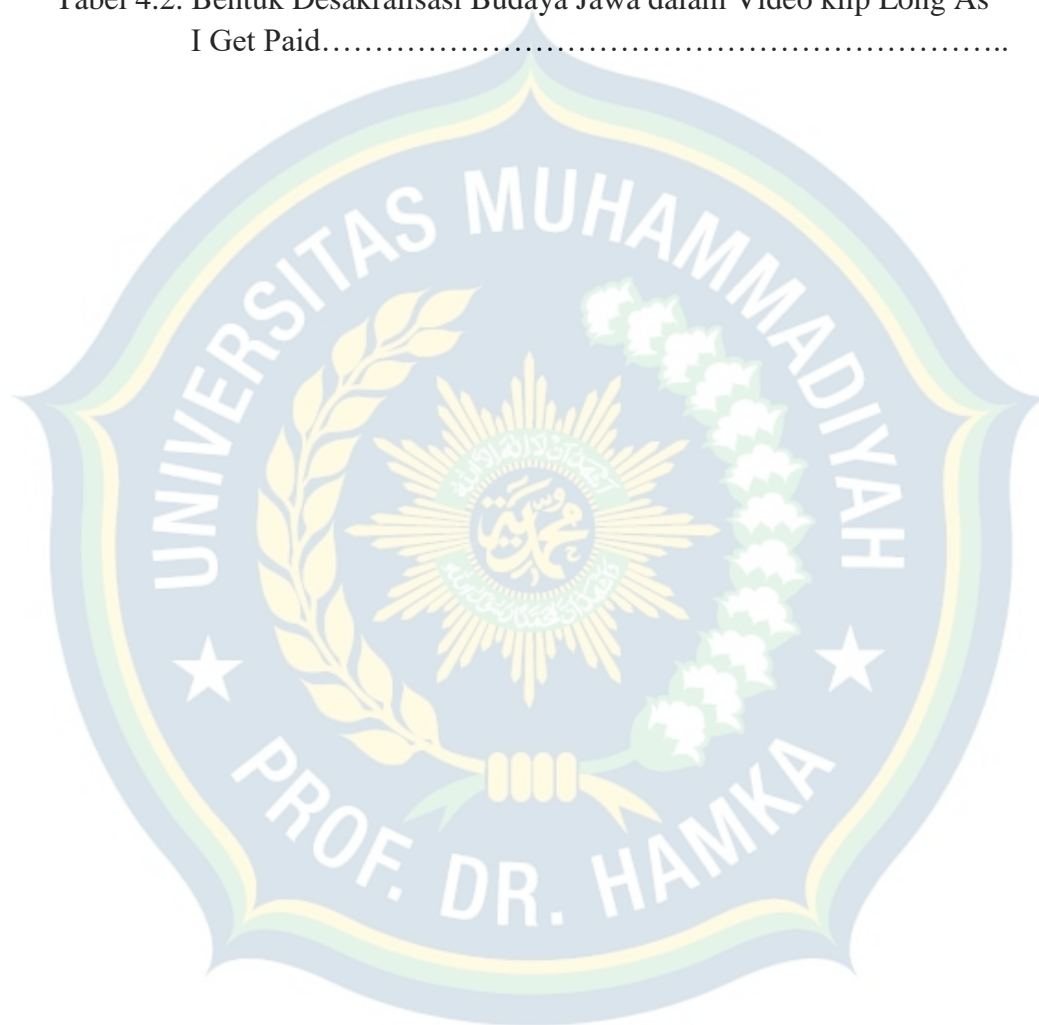
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	112





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.2. Kerangka Pemikiran.....	66
Tabel 3.1. Bagan Alur Penelitian.....	75
Tabel 3.2. Rancangan Jadwal Penelitian.....	76
Tabel 4.1 Bentuk Desakralisasi Budaya Jawa dalam Video klip Lathi.....	82
Tabel 4.2. Bentuk Desakralisasi Budaya Jawa dalam Video klip Long As I Get Paid.....	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Laman Youtube Video Klip <i>Lathi</i> .....	4
Gambar 1.2. Video Lathi challenge pada akun Instagram @jharnabhawagni.....	5
Gambar 1.3. Weird Genius di Times Square.....	6
Gambar 1.4. Video klip Agnez Mo “ <i>Long As I Get Paid</i> ”.....	7
Gambar 1.5. Kutipan Twitter @wandazrin.....	11
Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell.....	27
Gambar 2.2. <i>Cultural Imperialism Theory</i> .....	42
Gambar 3.1. Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman.....	74
Gambar 4.1. Album <i>Lathi</i> .....	77
Gambar 4.2. Video klip <i>Long As I Get Paid</i> .....	80
Gambar 4.3. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	85
Gambar 4.4. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	85
Gambar 4.5. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	86
Gambar 4.6. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	86
Gambar 4.7. Penari Jaipong.....	87
Gambar 4.8. Seorang penari kuda lumping.....	88
Gambar 4.9. Seorang penari kuda lumping.....	88
Gambar 4.10. Dua orang penari kuda lumping.....	88
Gambar 4.11. Tarian sensual Agnez.....	89
Gambar 4.12. Tarian sensual Agnez.....	89
Gambar 4.13. Tarian sensual Agnez.....	89
Gambar 4.14. Tarian sensual Agnez.....	90
Gambar 4.15. Dua penari pengiring Agnez.....	90
Gambar 4.16. Dua penari pengiring model pria.....	90
Gambar 1.1. Laman Youtube Video Klip <i>Lathi</i> .....	4
Gambar 1.2. Video Lathi challenge pada akun Instagram @jharnabhawagni.....	5
Gambar 1.3. Weird Genius di Times Square.....	6
Gambar 1.4. Video klip Agnez Mo “ <i>Long As I Get Paid</i> ”.....	7
Gambar 1.5. Kutipan Twitter @wandazrin.....	11
Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell.....	27
Gambar 2.2. <i>Cultural Imperialism Theory</i> .....	42
Gambar 3.1. Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman.....	74
Gambar 4.1. Album <i>Lathi</i> .....	77

Gambar 4.2. Video klip <i>Long As I Get Paid</i> .....	80
Gambar 4.3. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	85
Gambar 4.4. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	85
Gambar 4.5. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	86
Gambar 4.6. Seorang dalang bermain wayang kulit.....	86
Gambar 4.7. Penari Jaipong.....	87



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah proses dimana pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan baik berbentuk verbal maupun nonverbal dengan tujuan mendapatkan timbal balik atau *feedback*. Komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu aspek komunikasi semakin berkembang, salah satunya komunikasi massa (Halik, 2013: 2). Terdapat dua jenis media massa, yakni media cetak (majalah, koran, tabloid, undangan, brosur, banner, dll) dan media elektronik (radio, televisi, film, dan internet).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin melesat membuat masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi dimanapun dan kapanpun. Saat ini, masyarakat menjadikan informasi sebagai salah satu kebutuhan hidup sehingga masyarakat mengandalkan media massa sebagai sumber informasi. Pesan atau informasi yang disampaikan melalui media massa dapat dengan mudah sampai kepada *audiens* atau komunikan tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Salah satu jenis media massa yang cukup berpengaruh yakni video. Karakteristik video serupa dengan film, dimana informasi yang disampaikan dikemas dalam bentuk *audio* (suara) dan *visual* (gambar).

Nama “video” diambil dari bahasa Latin yakni “*video-vidi-visum*” yang artinya melihat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) video

adalah sebuah rekaman gambar hidup atau sebuah bagian dari program televisi yang nantinya akan ditayangkan melalui pesawat televisi, atau dapat disimpulkan pula bahwa video merupakan sebuah tayangan gambar bergerak disertai dengan suara. Dapat disimpulkan bahwa video adalah salah satu media berjenis audio dan visual yang dikemas dengan berbagai konsep sehingga memiliki daya tarik tersendiri, oleh karenanya video dapat disajikan dalam berbagai topik didalamnya, seperti informasi, hiburan, peristiwa, musik, dan lain sebagainya.

Industri musik tidak melulu tentang musik, namun didalamnya terdapat sebuah video pendukung dari musik itu sendiri, video tersebut disebut video klip. Menurut Moller (2012: 34) Video klip merupakan video yang dibuat untuk mendampingi alunan musik atau lagu, ia juga berpendapat bahwa video klip di era modern saat ini selain sebagai hiburan digunakan untuk menghibur, memprovokasi pemikiran dan mempromosikan berbagai hal. Saat ini, video klip tidak hanya sebagai alat promosi lagu oleh seorang musisi, melainkan telah beralih menjadi media komunikasi massa yang kekuatannya menyerupai film (Moller, 2011: 6). Oleh karena itu, dalam pembuatan video klip dibutuhkan ide serta kreatifitas yang tinggi. Selain lagu dan penyanyi, tema dan konsep video klip juga dapat mempengaruhi kesan yang ditangkap oleh penonton. Konsep video klip yang unik dapat dengan mudah menarik perhatian para penikmat musik, sehingga pesan yang disampaikan dalam video klip tersebut dapat dengan mudah tersampaikan kepada penonton.

Isu mengenai kebudayaan selalu jadi sebuah topik yang menarik untuk dibahas terutama di era globalisasi saat ini. Mengetahui kebudayaan suatu bangsa berarti mengetahui pula aspirasinya dalam segala aspek kehidupan. Globalisasi tidak dapat dihindari, sekaligus dapat membuka kesempatan yang luas, hal ini dimanfaatkan oleh grup musik asal Indonesia bernama Weird Genius. Grup musik beraliran *electronic dance music* (EDM) ini terdiri dari tiga orang personel, yakni Reza Arap Oktovian, Gerald Liu dan Eka Gustiwana. Dalam beberapa bulan terakhir, Weird Genius sempat menjadi perbincangan hangat dunia musik Indonesia bahkan internasional, karena single terbarunya yang berkolaborasi dengan Sara Fajira berjudul '*Lathi*'.

*Electronic Dance Music* merupakan genre lagu asal barat yang sudah ada pada tahun 1960. Awal mula genre musik ini masuk ke Indonesia dimulai dari kultur *mobile disco* pada era 1970-an. *Electronic Dance Music* (EDM) adalah salah satu genre musik yang mengandalkan perkusi elektronik. Awalnya, genre musik ini diproduksi untuk lingkungan hiburan berbasis dansa atau *dance* seperti di klub malam. Tak heran bila banyak musisi yang mengusung *Electronic Dance Music* (EDM) memiliki latar belakang sebagai seorang DJ (*disc jockey*) yang memang melekat dengan dunia tersebut.

Perbedaan musik EDM dengan genre lainnya adalah EDM lebih menekankan kepada struktur dari keseluruhan lagu dari pada notasi-notasi yang ada. Hal-hal seperti *drop*, *breakdown*, *build up* merupakan hal-hal

yang selalu ada dalam lagu-lagu EDM dan memberikan identitas tersendiri dari lagu tersebut. Melalui bukunya yang berjudul *Dance Music Manual : Tools, Toys and Technique* (2009), Rick Snoman melakukan kajian komprehensif mengenai produksi dance music atau EDM. Beberapa aspek musikal yang menjadi ciri khas musik EDM antara lain sintesa suara, beat yang repetitif, dan alur lagu. Aspek-aspek tersebut memberikan identitas yang unik, terutama dalam mengenali sub-sub genre yang ada di EDM (Purba, Harmony, dan Hadijaya, 2021: 34).

Pada 26 Maret 2020 silam, video klip '*Lathi*' diupload di kanal Youtube milik Weird Genius dan mendadak viral di Indonesia bahkan dunia. Selain musiknya yang bagus, pengemasan visual dalam video klip tersebut sangat menarik, terlebih lagi dimasukkannya unsur budaya dalam video klip seperti tarian tradisional, pakaian adat, suara gamelan, dan terdapat lirik yang dikemas dengan Bahasa Jawa membuat lagu ini semakin menarik perhatian.

Gambar 1.1  
Laman Youtube Video Klip *Lathi*



Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=8uy7G2JXVSA>

Gambar di atas menunjukkan hingga saat ini, tepat sebelas bulan setelah video klip *Lathi* di upload di Youtube, jumlah penontonnya cukup fantastis, yakni sebanyak 105 juta *viewers*. Belum lagi jika ditotal dengan video

*cover*, *video reaction*, dan *video challenge* yang diupload oleh berbagai akun diseluruh dunia, angkanya akan jauh lebih besar dari jumlah penonton video klipnya saat ini.

Kesuksesan *Lathi* yang berhasil meraih popularitas diberbagai *platform streaming* musik dan media sosial di Indonesia dan dunia, membuat netizen menduga mereka membayar *influencer* untuk mempromosikan lagunya. Padahal realitanya, dari sekian banyak unggahan video tentang lagu ini, yang paling populer dan banyak menyita perhatian adalah video *make up Lathi challenge* milik Jharna Bhawagni yang diunggah pada akun Instagramnya @jharnabhagwani.

Gambar 1.2.  
Video *Lathi challenge* pada akun Instagram @jharnabhawagni



Sumber : <https://www.instagram.com/p/CAUv-H4p5ac/>

Hingga kini, video tersebut sudah ditonton lebih dari tujuh belas juta pengguna Instagram dan menjadi titik awal kemunculan *Lathi challenge*. Setelah video tersebut viral di media sosial, munculah video-video lain yang berhubungan dengan *Lathi*, seperti *video reaction*, *video challenge*, bahkan



beberapa penyanyi luar negeri seperti Emma Haters (Belanda), Alexander Stewart (Kanada), Nida (Korea Selatan), Kurt Hugo (Amerika Serikat), dan lain-lain sempat mengcover lagu ini. Tak hanya itu, kepopuleran *Lathi* semakin nyata ketika Weird Genius dan *Lathi* nampak jelas di Times Square New York, Amerika Serikat (12/7/2020).

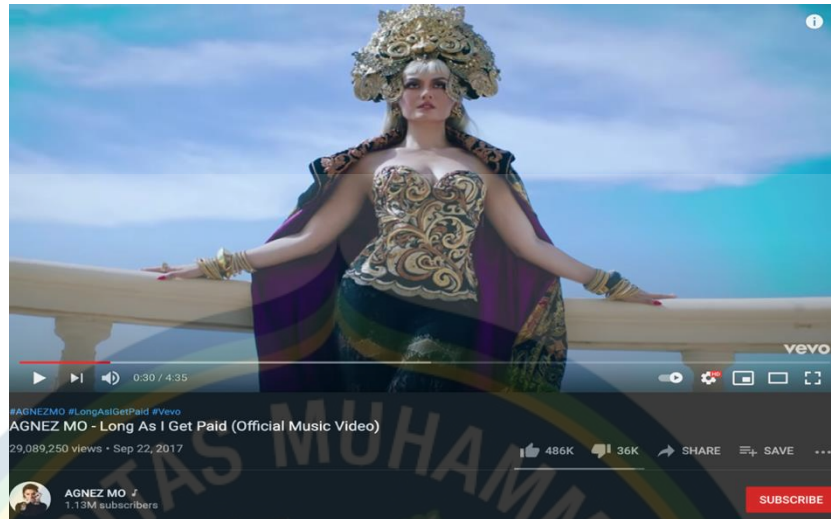
Gambar 1.3.  
Weird Genius di Times Square New York



Sumber : <https://public.urbanasia.com/images/post/2020/07/12/1594552731-Weird-Genius-Times-Square.png>

Selain Weird Genius, Agnez Mo yang sudah lebih dulu menerbitkan sayapnya di dunia musik internasional merilis sebuah *single* berjudul “*Long As I Get Paid*” pada tanggal 22 Desember 2017 silam. Sama seperti *Lathi*, Agnez Mo memasukan unsur budaya Indonesia khususnya budaya Jawa dalam video klipnya.

Gambar 1.4.  
Video klip Agnez Mo “*Long As I Get Paid*”



Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=NWH85qhrdoY>

Dalam video klip *Long As I Get Paid*, Agnez mengenakan kostum atasan bustier batik berwarna emas dan hitam yang dibalut dengan jubah bermotif batik yang megah dan menjuntai ke lantai, serta bawahan ketat berwarna hitam beraksen lace. Tak hanya itu, ia juga mengenakan mahkota keemasan dan sepatu dengan aksent batik pada ujungnya yang menambah kesan *glamour* dan *modern*.

Walaupun lagu tersebut tidak sepopuler *Lathi*, namun cukup berhasil menarik banyak perhatian penikmat musik Indonesia bahkan internasional, selain vokalnya yang tidak bisa diragukan lagi kualitasnya, pakaian yang dikenakannya cukup menarik perhatian penonton Indonesia bahkan Luar Negeri.

Dengan demikian, apa yang ditampilkan dalam video klip *Long As I Get Paid* dan *Lathi* secara tidak langsung menjadi informasi tentang budaya Indonesia. Akan tetapi sangat disayangkan masih banyak penonton yang

belum memahami Indonesia secara keseluruhan khususnya orang luar negeri. Di luar negeri, seolah hanya ada hanya budaya Jawa di Indonesia, karna yang dominan ditampilkan di media dan promosikan di kancah internasional biasanya terkait dengan budaya Jawa, padahal nyatanya Indonesia memiliki keberagaman etnis dan budaya yang seolah - olah tidak terwakilkan, seperti Aceh, Papua, Maluku dan sebagainya. Hingga muncul fenomena yang disebut Jawanisasi. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa *image* budaya Jawa memanglah sangat melekat pada Indonesia di mata internasional.

Salah satu bentuk fenomena Jawanisasi dapat dilihat pada video klip *Lathi* dan *As Long I Get Paid*, dimana konsep video klip tersebut bertemakan budaya Jawa yang dipadukan dengan tema internasional, hal tersebut berhasil menarik perhatian dunia. Seperti yang telah dijelaskan diatas, video klip *Lathi* sudah ditonton sekitar 108 Milyar *viewers* dan jumlah tersebut belum termasuk video *reaction* dan *cover* yang dibuat oleh warga asing. Tak hanya *Lathi*, video klip *As Long I Get Paid* juga tak kalah menarik perhatian dunia, walaupun jumlah penontonnya tidak sebanyak *Lathi*, namun AgnezMo telah lebih dulu melebarkan sayapnya di kancah musik internasional sehingga karyanya sudah tak asing di mata dunia. Hal ini menjadi kebanggaan tersendiri sebagai bangsa Indonesia, dimana budaya Jawa dapat dikenalkan ke seluruh dunia oleh musisi-musisi Indonesia yang sangat bertalenta, namun disisi lain agak mengkhawatirkan

karena keluhuran nilai-nilai budaya Jawa yang ditampilkan dalam video klip terbaca mengalami desakralisasi.

Desakralisasi dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI) disebut sebagai penghilangan kesakralan; proses menghilangnya sifat sakral (suci). Desakralisasi, dilihat dari segi bahasa, berasal dari kata “*sacral*”, yang berarti suci, keramat, atau angker. Kata ini sepadan dengan kata “*demitologisasi*”, artinya proses pembuangan nilai-nilai mitologis. Jadi, bila demikian kata “*desakralisasi*” yang dimaksud adalah suatu proses masyarakat dari anggapan atau perilaku mensucikan, mengkeramatkan, membakukan, mengagungkan sesuatu, atau beberapa hal yang sebenarnya tidak suci, tidak keramat, tidak baku, dan tidak agung, namun hal ini tidak dimaksudkan untuk menghapuskan orientasi keagamaan pada hal-hal yang dimaksud tersebut (Parson dalam Ishomiddin, 2018:330). Desakralisasi menurut Jayanti (2015: 52) merupakan gerakan norma-norma tradisional menuju norma-norma modern seiring dengan berkembangnya peristiwa-peristiwa sejarah dan berjalan sesuai dengan perubahan masyarakat. Sedangkan Nasr memberikan penjelasan singkat tentang proses desakralisasi, ia memfokuskan perhatiannya pada struktur modernisme, yaitu : reduksi realitas pada yang inderawi yang terkait dengan bangunan pengetahuan modern. Dalam tradisionalisme, realitas itu tidak melulu inderawi, dan bersifat sakral, sedangkan bagi modernisme, realitas adalah yang inderawi, dan bersifat profan. Jadi dapat disimpulkan desakralisasi kebudayaan adalah

penghilangan kesakralan atau nilai-nilai yang dianggap suci dari sebuah kebudayaan yang dipengaruhi oleh modernisasi.

Desakralisasi kebudayaan membuat budaya yang ditampilkan dalam video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid* seringkali tidak dipahami secara komprehensif oleh *audiens*, seperti kasus dalam video klip *Lathi*, dimana seorang netizen menyangkut pautkan hal-hal gaib dalam video klip tersebut, seperti pengaruh Nyi Roro Kidul, asal-usul *Lathi*, hingga tradisi Jawa yang dianggap keramat.

Dilansir dalam situs Fitrianto (2020) bahwa terdapat satu komentar yang cukup menarik perhatian pada video klip *Lathi* di youtube, yang berbunyi: *“Ketika era Majapahit, Dewi Lathi merupakan seorang gadis tidak berdosa yang kemudian dilecehkan oleh seorang pangeran, kemudian pangeran tersebut meninggalkannya, hal ini membuat Dewi Lathi tertarik untuk memiliki sihir yang kuat, dengan kekuatan tersebut ia berhasil membunuh pangeran dan para pengikutnya”*. Yang lebih memprihatinkan, komen yang dicantumkan tanpa referensi tersebut disukai ribuan orang pada video klip tersebut. Tak hanya itu, salah satu tokoh agama asal Malaysia bernama Wan Dazrin melalui akun Twitternya menyebut bahwa *Lathi Challenge* merupakan kegiatan yang haram.

Gambar 1.5.  
Kutipan Twitter @wandazrin



Sumber : <https://media.suara.com/pictures/653x366/2020/06/06/14605-ustaz-malaysia-sebut-lathi-challenge-haram-dan-undang-setan.jpg>

Gambar di atas menunjukkan bahwa @wandazrin menyebut budaya Jawa dalam lagu dan video klip *Lathi* diyakini memiliki keterkaitan dengan ilmu hitam dan dapat mengundang makhluk halus.

Kasus di atas merupakan bentuk penyalah artian makna budaya Indonesia, oleh karena itu perlu berhati-hati dalam mengeksport budaya Indonesia agar dapat tetap menjaga keaslian nilainya. Sayangnya budaya Indonesia khususnya budaya Jawa yang di tampilkan dalam media khususnya video klip seringkali dikreasikan dengan nilai modern sehingga berpotensi menghilangkan keaslian atau kesakralan nilai budaya tersebut.

Sebagai contoh, dalam video klip *Lathi* terdapat adegan Tari Kuda Lumping yang diiringi dengan genre musik *electronic dance musik (EDM)*. Selain itu, terdapat alunan gamelan yang digabungkan dengan *electronic dance musik (EDM)* dan terdapat beberapa *scene* lainnya yang menunjukkan bentuk-bentuk deskralisasi budaya Jawa. Sedangkan dalam video klip *Long As I Get Paid*, Agnez Mo memadukan unsur tradisional dan modern dalam kostumnya. Dimana, ia menggunakan bustier dan jubah bermotif batik yang

dipadukan dengan model Barat sehingga menambah kesan *glamour* dan *modern*. Selain itu, dengan kostum batiknya Agnezmo melakukan gerakan tarian sensual untuk menarik perhatian lawan jenisnya dalam video klip tersebut, tarian sensual yang dipraktikan Agnezmo dalam video klip tersebut sama sekali tidak mencitrakan masyarakat Indonesia khususnya Jawa dan terdapat *scene* lain yang menunjukkan desakralisasi budaya Jawa.

Kebudayaan merupakan salah satu bentuk identitas sebuah bangsa. Van Peursen (1976: 18-19) dalam karyanya *Strategi Kebudayaan* menjelaskan bahwa kebudayaan terbagi dalam ranah mitos, ontologis dan ranah fungsional. Ranah mitos dapat dikatakan sabagai ranah yang bersifat sakral dan filosofis, ranah ontologis menjadikan manusia sebagai subjek dan kebudayaan sebagai objek, sedangkan ranah fungsional menjadikan kebudayaan sebagai alat semata berdasarkan fungsinya (Koentjaraningrat: 2000: 374). Menurut Arif (2016: 66) Di tahapan fungsional ini, kebudayaan cenderung menjadi alat yang berfungsi sebagai ornamen dan citra artificial semata sebagai suguhan kepada pihak eksternal. Pemosisian kebudayaan dalam ranah artificial fungsional maupun ontologis-objektif-menghasilkan kebudayaan menjauh dari nilai-nilai moral dan budaya yang reflektif maupun mendalam. Cara pandang ini menjadikan kebudayaan sekedar tontonan, artifisial, dan dibendakan. Makna filosofis yang merupakan refleksi nilai-nilai budaya menjadi tersingkir, tergantikan oleh artificial. Kebudayaan hanya dijadikan sebagai bentuk hiburan semata dan dipaksa untuk sesuai dengan zaman yang menuntut keestetikaan dalam tampilannya,

bukan kebudayaan yang ditujukan kepada masyarakat lokal dengan standar yang telah ada. Tuntutan tersebut dapat dikatakan sebagai upaya untuk mengakomodasi dan melemahkan kebudayaan dengan mendaur ulang untuk dijadikan sebagai konsumsi eksternal yang berakibat menghilangkan makna dan nyawa dari kebudayaan itu sendiri. Fenomena tersebut membuat kebudayaan hanya dijadikan sebagai hiburan untuk konsumsi eksternal dan tontonan semata, sedangkan kesakralan dari kebudayaan itu sendiri dikesampingkan bahkan dihilangkan.

Fenomena di atas tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Semakin kesini maka efek modernisasi semakin mengkiat. Bukti dari peningkatannya adalah teknologi dan media yang semakin berkembang. Semakin maju teknologi dan media maka desakralisasi akan semakin kuat (Maduro, 1988: 371-385). Di era teknologi informasi sekarang, aspek mediatisasi semakin tidak terhindarkan. Mediatisasi merupakan konsep bagaimana media tidak hanya mempengaruhi audiens mengenai pemaknaan dan sikap atas sebuah isu atau produk media, tetapi mengubah pola perilaku (sikap), struktur, dan hubungan sosial, dalam konteks masyarakat. Hal ini menjadi bahasan Stig Hjarvad (2013:16-21) dalam *The Mediatization of Culture and Society* dan juga Andreas Hepp (2013:29) di karyanya *Culture of Mediatization*. Hjarvad menyatakan bahwa mediatisasi, termasuk mediatisasi budaya menampilkan totalitas objek yang direpresentasikan dengan menggunakan logika media. Sementara itu, Hepp lebih menekankan spesifikasi kebudayaan di hadapan kuasa mediatisasi yang cenderung



melahirkan sifat menjadikan produk budaya sebagai sekedar tampilan artifisial (artifisialisasi). Selain itu, juga muncul gejala desakralisasi akibat artifisialisasi dari wujud kebudayaan yang ada.

Mediatisasi ini tidak terlepas dari teori *imperialisme* budaya. Menurut Nurudin (2015: 175) awal mula dikemukakan teori imperialism media atau budaya oleh Herb Schiller tahun 1973, melalui karya pertamanya berjudul *Communication and Cultural Domination*. Dalam bukunya ia menjelaskan bahwa teori ini membahas tentang keberadaan media negara Barat yang mendominasi media diseluruh dunia, hal ini dikarenakan *power* yang dimiliki oleh media massa dunia Barat cukup kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media Barat dianggap sangat mengesankan oleh media dunia ketiga, sehingga apa yang ditampilkan dalam media Barat tersebut ditiru oleh media dunia ketiga termasuk dalam aspek kebudayaan.

Latar belakang di atas menunjukkan bahwa di era digital saat ini, selain studi tentang teknologi, ternyata studi mengenai literasi budaya juga perlu diperhatikan. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menjaga, mempertahankan dan menyebarkan budaya Indonesia di era digital dengan tidak menghilangkan kesakralannya. Meski memang, apa yang ditampilkan bukanlah tarian ritual, akan tetapi penghayatan akan nilai budaya dan pesan moral terhadap praktik seni yang ditampilkan tidaklah diprioritaskan sejak awal. Jika hal ini sudah dianggap hal yang biasa maka lambat laun akan berpengaruh pada bergesernya orientasi budaya dari

orientasi nilai budaya ke dalam orientasi fungsional artifisial. Pergeseran ini berpotensi menggerus nilai budaya dan menjadikan desakralisasi budaya semakin menonjol. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk desakralisasi Budaya Jawa yang ditampilkan dalam video klip *Lathi* - Weird Genius ft. Sara Fajira dan *Long As I Get Paid* - Agnez Mo, dengan pendekatan analisis isi kualitatif dengan judul **“Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi* – Weird Genius ft. Sara Fajira dan *Long As I Get Paid* – Agnez Mo)”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu: “Bagaimana bentuk-bentuk desakralisasi Budaya Jawa yang ditampilkan dalam video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid*?”.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Pada judul “Desakralisasi Budaya Jawa Dalam Video Klip (Analisis Isi Terhadap Video Klip *Lathi* – Weird Genius ft. Sara Fajira dan *Long As I Get Paid* – Agnez Mo)”. Penulis membatasi penelitian pada hal-hal berikut:

1. Peneliti hanya meneliti video klip lagu *Lathi* yang dipopulerkan oleh Weird Genius ft. Sara Fajira dan video klip *Long As I Get Paid* yang dipopulerkan oleh Agnez Mo.
2. Peneliti hanya meneliti video klip lagu *Lathi* yang diunggah di kanal *youtube* Weird Genius tahun 2020 dan *Long As I Get Paid* yang diunggah di kanal *youtube* Agnez Mo tahun 2017.

3. Peneliti hanya menganalisis bentuk-bentuk desakralisasi budaya Jawa dalam video klip tersebut.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu : “Untuk menjelaskan serta mendeskripsikan bagaimana bentuk-bentuk desakralisasi budaya Jawa dalam video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid*”.

#### **1.5. Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menjelaskan representasi budaya Jawa dalam video klip lagu *Lathi*. Adapun kontribusi penelitian ini adalah:

##### **1. Kontribusi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan khususnya ilmu komunikasi massa, khususnya kajian tentang teori imperialisme budaya dan media dalam bidang penyiaran atau *broadcasting*, khususnya video klip. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan bacaan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

##### **2. Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah metode penelitian ilmu komunikasi khususnya mengenai kajian analisis isi. Selain itu, dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan metode-metode penelitian baru yang lebih valid.

### 3. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pengetahuan dan menambah pemahaman masyarakat mengenai bentuk-bentuk desakralisasi budaya Jawa yang dikemas dalam video klip, khususnya video klip *Lathi* dan *Long As I Get Paid*. Hal ini sebagai upaya untuk meminimalisir kasus desakralisasi budaya Indonesia dalam video klip yang berdampak pada penyalah artian makna budaya Indonesia, khususnya oleh orang luar negeri.

### 4. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat video klip dengan latar budaya agar bisa mempresentasikannya dengan tepat dan tidak merusak keluhuran nilai budayanya.

## 1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

### a. Kelemahan Penelitian

Terdapat beberapa kelemahan dalam penelitian ini, yaitu:

- Peneliti kesulitan mendeskripsikan bentuk desakralisasi budaya Jawa yang berbentuk audio (gamelan) sehingga analisis mengenai gamelan tersebut tidak dicantumkan dalam penelitian ini.
- Peneliti kesulitan mencari referensi terkait tema penelitian.

### b. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini terjadi ketika proses pengambilan data, karena saat ini masih pandemic covid-19 proses pengambilan data menjadi terhambat salah satunya ketika pengajuan

wawancara yang cukup memakan waktu, selain itu proses observasi data pun sedikit terhambat karena mobilitas dibatasi. Sehingga kurangnya referensi-referensi di lapangan terkait masalah penelitian.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal ini, penulis menuangkan III bab dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis menyantumkan : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian serta kontribusi penelitian.

#### **BAB II : KERANGKA TEORI**

Dalam bab ini, penulis menyantumkan : kajian terdahulu, paradigma yang digunakan, dan teori yang digunakan seperti teori komunikasi, teori semiotika, dan teori-teori lain yang relevan.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini, penulis menyantumkan : pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, validitas data, lokasi penelitian dan waktu penelitian.

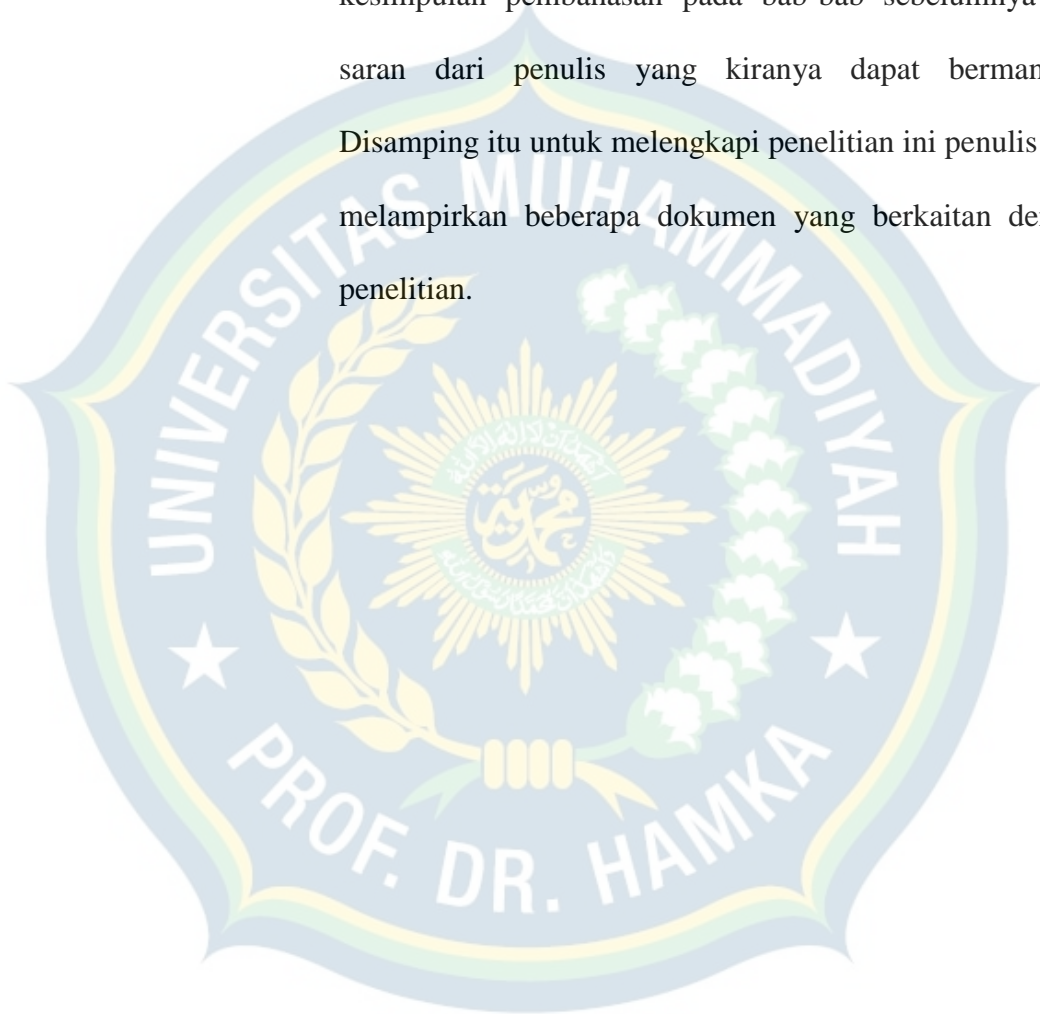
#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini, berisi gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, analisis data dan pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir dalam skripsi ini yang berisi kesimpulan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran dari penulis yang kiranya dapat bermanfaat.

Disamping itu untuk melengkapi penelitian ini penulis juga melampirkan beberapa dokumen yang berkaitan dengan penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Agustinova, Eko Danu. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori &praktis*. Yogyakarta : Calpulis.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.
- Arif, Syaiful. 2016. *Refilosofi Kebudayaan; Pergeseran Pascastruktural*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Baran, Stanly J. 2012. *Pengantar Media Massa dan Melek Media dan Budaya*. Jakarta : Erlangga.
- Caturwati, E. 2007. *Tari di Tatar Sunda*. Bandung: Sunan Ambu Press STSI Bandung.
- Creswell, John W. 2003. *Qualitative, Quantitative, and Mix Methods Approaches Second Edition*. London: Sage Publications.
- Dan, Moller. 2011. *Redifining Music Video*. California: Major Written Assessment.
- Danial, E dan Warsiah N. 2009. *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: laboratorium PKn UPI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Endraswara, Suwardi. 2005. *Tradisi Lisan Jawa: Warisan Abadi Budaya Leluhur*. Yogyakarta: Narasi.
- Fachruddin, Andi. 2015. *Dasar – Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Hamid, Abd Rahman dan Muhammad Saleh Madjid. 2011. *Pengantar Ilmu Sejarah*. Ombak.
- Hepp, Andreas. 2013. *Culture of Mediatization*. Cambridge: Polity Press.

- Koentjaraningrat. 2000. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS).
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. 2006. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Yusuf.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- PaEni, Mukhlis(ed.). 2009. *Sejarah Kebudayaan Indonesia: Sistem Sosial*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. USA: Sage Publications Inc.
- Prasetyo, Panji. 2012. *Seni Gamelan Jawa Sebagai Representasi dari Tradisi Kehidupan Manusia Jawa : Suatu Telaah Dari Pemikiran Collingwood*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Sedyawati, Edi. 1981. *Pertumbuhan Seni Pertunjukan*. Jakarta : Sinar Harapan.
- Sugiyanto. 2010. *Model Model Pembelajaran Inovatif*. Surakarta : Yuma Pustaka.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsam. 2020. *Hayatan Gamelan. Kedalaman Lagu, Teori, dan Perspektif*. Yogyakarta: Penerbit Gading.
- Sumarsono, Hartono. 2012. *Batik Pesisir : An Indonesian Heritage*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Surajiyo. 2008. *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.



Suratman, R. 2007. *Pemahaman Seni Tari Tentang Pengertian dan Kekayaan*. Bandung: SMKI Bandung.

Yusuf, Pawit M. 2010. *Komunikasi Instruksional : Teori dan Praktek*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Yudhoyono, Ani Bambang. 2010. *My Batik Story*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Yudhoyono, Bambang. 1984. *Gamelan Jawa : Awal-Mula, Makna, dan Masa Depan*. Jakarta: Penerbit Karya Unipress.

### **Jurnal:**

Amanda, Annisa Tri. 2020. "Desakralisasi Figur Ustadz dalam Sinetron (Analisis Isi Terhadap Figur Ustadz Kemed Dalam Sinetron Dunia Terbalik di RCTI)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.7 No.1.

Jayanti, Kadek Rini. 2015. "Melemahnya Eksistensi Kesakralan Tari Barong Dalam Suatu Kelompok Seniman Di Bali". *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 2

Lang, Maduro. 1988. "The Desacralization of Marxism within Latin American Liberation Theology". *Social Compass*, XXXV/2-3.

Lapian, Andrias Hillbert. 2017. "Representasi Desakralisasi Tokoh Agama Katolik Dalam Film "Vacitan Tapes". *Jurnal E-Komunikasi*, Vol .5 No.1.

Sari, Noviana. 2016. "Imperialisme Budaya Dalam Media". *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, Vol. 19 No.3.

Yuliaswir, Putri. 2019. "Representasi Budaya Jawa Dalam Video Klip Tersimpan Di Hati (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)". *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komuikasi*, Vol.1 No.5.

Purba, Harmony dan Hadijaya. 2021. "Impelemntasi Electronic Dance Music Dalam Musik Iringan Ibadah I-Gen Youth Semarang". *Jurnal of theological students*, Vol.10 No. 1

### **Sumber Online:**

Youtube.com, (26 Maret 2020). "Weird Genius- Lathi (ft. Sara Fajira) Official Music Video". Diakses pada 10 Februari 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=8uy7G2JXVSA>

Idntimes.com, (02 Oktober 2018). "9 Ragam Motif Batik dan Penggunaannya Biar Gak Asal Pakai". Diakses pada 10 Oktober 2021, dari

<https://www.idntimes.com/life/women/vita/mengenal-kain-batik-dan-penggunaannya-1/9>

Instagram.com, (18 Mei 2020). “LATHI (𐄂𐄂𐄂) Embracing my Indonesian culture through the #LathiChallenge”. Diakses pada 10 Februari 2021, dari <https://www.instagram.com/p/CAUv-H4p5ac/>

Twitter.com, (17 Juni 2021). “Potret Ketiga Personel Weird Genius Ini Terpampang Berkat Pencapaian Jumlah Pemutaran Lagu 'Lathi' Yang Menembus 100 Juta Kali Di Platform Streaming Digital”. Diakses Pada 19 Juni 2021, dari <https://twitter.com/urbanasiacom/status/1405476502469111812>

Youtube.com, (22 September 2017). “AGNEZ MO – Long As I Get Paid (Official Music Video)”. Diakses pada 11 Februari 2021, dari <https://www.youtube.com/watch?v=NWH85qhrdoY>

Suara.com, (6 Juni 2020). “Ustaz Malaysia Sebut Lathi Challenge Undang Setan, Reza Arap Minta Bukti”. Diakses pada 11 Februari 2021, dari <https://www.suara.com/news/2020/06/06/153020/ustaz-malaysia-sebut-lathi-challenge-undang-setan-reza-arap-minta-bukti?page=all>

Qurera.com, (31 Mei 2020). “Lathi, Mantra Pemuja Weird Genius”. Diakses pada 11 Februari 2021, dari <https://www.quireta.com/post/lathi-mantra-pemuja-weird-genius>.

Kuliah Komunikasi.com, (24 Desember 2008). “Kuliah Komunikasi”. Diakses pada 11 Februari 2021, dari <https://kuliahkomunikasi.blogspot.com/2008/12/video-klip.html>

Yogyes.com, (13 Agustus 2021). “Pertunjukan Gamelan Orkestra a la Jawa”. Diakses pada 10 Oktober 2021, dari <https://www.yogyes.com/id/yogyakarta-tourism-object/arts-and-culture/gamelan-show/>.

## LAMPIRAN