

***Wtlg (We're The Lost Generation): Penciptaan Lagu Pop House  
Mengangkat Isu Quarter-Life Crisis***



**KARYA PROYEK KOMUNIKASI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

**FARIDH FADILLAH**

**21321065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2026**

**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

***Wtlg (We're The Lost Generation): Penciptaan Lagu Pop House  
Mengangkat Isu Quarter-Life Crisis***

Oleh:

**FARIDH FADILLAH**  
**21321065**

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: Kamis, 15 Januari 2026

Mengetahui  
Dosen Pembimbing Skripsi

**Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIDN. 0511119003**

الجمعة الاستاذة الاندو

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

*Wtlg (We're The Lost Generation): Penciptaan Lagu Pop House Mengangkat Isu Quarter-Life Crisis*

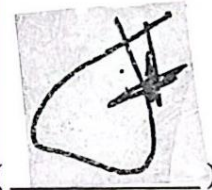
Disusun oleh:  
FARIDH FADILLAH  
21321065

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Pada : Senin  
Hari  
Tanggal : 19 Januari 2026

Dosen Penguji :

Ketua : Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN. 0511119003



Anggota :

Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A.  
NIDN. 0523098701



البعثة الإسلامية الأندلسية  
Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Dr. Zaki Habibi, M.Comms.

NIDN. 0517078101

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faridh Fadillah

Nomor Mahasiswa : 21321065

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini, saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 5 Maret 2025

Yang menyatakan,



Faridh Fadillah (21321065)

## **MOTTO**

*“Anyone who hates failure and love Lotek Pandega Putri is my friend  
till Jannah without introduction”*

*(Faridh Fadillah)*

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Umi, Abi, Aa Oji, Mba Fanny, dan Abang Dedi
2. Kampus saya tercinta, terkhususnya Prodi Ilmu Komunikasi
3. Untuk semua teman-teman saya di dunia maupun di surga-Nya nanti, inshaallah.

## KATA PENGANTAR

*Asalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah washalatu wasalamu 'ala Rasulillah, tidak henti-hetinya saya ucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat, rahmat dan juga karunia kepada para hamba-Nya, yang mana segala berkah dan hidayah yang diturunkan oleh-Nya menjadikan saya dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir saya yang berjudul "*Wtlg (We're The Lost Generation): Penciptaan Lagu Pop House Mengangkat Isu Quarter-Life Crisis*" dengan lancar dan aman sentosa. Karya ini dibuat dan disusun sedemikian rupa guna memenuhi persyaratan sekaligus memperoleh gelar yang selama ini saya impikan yaitu Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya di Universitas Islam Indonesia.

Karya ini penulis persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kasih kepada kedua orang tua tercinta, Abi dan Umi. Terima kasih atas segala doa tulus yang tak pernah putus, pengorbanan, dukungan materiil, serta kasih sayang tak terhingga yang menjadi bahan bakar utama penulis untuk terus melangkah hingga titik ini. Rasa sayang juga penulis sampaikan kepada ketiga Kakak tercinta yang selalu menjadi orang terdepan dalam mendukung segala pilihan yang saya ambil selama ini. Penulis menyadari bahwa terwujudnya karya proyek komunikasi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak secara profesional. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing Karya saya, Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom yang selalu mendampingi dan memberikan arahan terbaik untuk karya saya.
2. *The one and only*, Fatih Abdul Hanan (WOY). Terimakasih sudah membuat beat dari "*Wtlg*" yang kerennya tidak masuk akal dan selalu memandu saya dalam proses pembuatan karya ini.
3. Adelia Saptari, atas suara emasnya yang menjadikan karya lagu ini lebih spektakuler. *Please, don't waste your angelic voice!*
4. Rayhan Wibowo (Wowo Cilacap), terimakasih atas dedikasinya untuk selalu mendokumentasikan segala aktivitas dalam proses pembuatan karya ini.
5. Terimakasih untuk Bang Ajixxx dari *Saint House* yang dengan sukarela memberikan *feedback* baik untuk karya kecil saya ini.

6. Terimakasih kepada Saqila Ponyo yang dengan ikhlas membantu merapihkan struktur laporan Tugas Akhir saya yang sebelumnya dapat membuat sakit mata para pembacanya.
7. Dosen Penguji Projek Komunikasi, Mba Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A. yang telah sabar menguji dan mengoreksi Laporan TA dari mahasiswa tua seperti saya.
8. Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang selalu saya jadikan panutan hebat selama masa perkuliahan saya.
9. Kakak tingkat terbaik saya dari prodi tetangga, Mba Nisrina. Yang tidak bosan-bosannya mendengarkan keluh kesah saya selama hidup di Jogja, terimakasih selalu menjadi teman *life-update* dan kuliner saya di masa perantauan ini.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Abim Bekasi, Ojan Vespa, Enbe Americano, Ian Mbantul, Ikkal Denis, Rey Forza, Bima Skinny Jeans, Bani Jawir, Wowo Cilacap, Idam Vermak Taylor The Creator, Dicky Tegal, Ka'ab Al-Hanif, Jaki Sepatu Roda dan seluruh angkatan Ilmu Komunikasi 21 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, semoga kita akan selalu menjadi sahabat di dunia maupun di surga-Nya kelak.
11. Sahabat-sahabat “Ngueengg” yaitu Pannes Lodadi, Jeka PNS, dan Tegar Sepatu Boots. Semoga kedepannya kita masih bisa jalan-jalan dan kulineran.
12. Seluruh dosen, staff, dan juga karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu membimbing saya selama menempuh perjalanan kuliah saya, dan selalu memperlakukan saya sebagai keluarga.

Walaupun Karya Tugas Akhir ini telah saya selesaikan, tentunya masih banyak kekurangan-kekurangan pada karya ini. Sehingga, saya sebagai pencipta dan penulis karya ini mengharapkan kritik dan juga saran membangun yang dapat menjadikan karya selanjutnya bisa lebih sempurna lagi. Semoga karya ini bisa membawa berkah dan manfaat untuk saya sendiri dan juga untuk orang lain.

Yogyakarta, 5 Maret 2025

Salam,

Faridh Fadillah

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	1
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 LATAR BELAKANG.....	2
1.2 RUMUSAN IDE PENCIPTAAN.....	4
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT KARYA.....	4
1.3.1 Tujuan Karya.....	4
1.3.2 Manfaat Karya.....	5
1.4 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1.5 DESKRIPSI RANCANGAN KARYA.....	11
1.5.1 Jenis Karya.....	11
1.5.2 Bahan dan Media.....	11
1.5.3 Karakter.....	11
1.5.4 Durasi.....	11
1.5.5 Bentuk dan Ukuran.....	12
1.5.6 Proses Produksi.....	12
1.5.7 Alur Pengerjaan Karya.....	12
1.6 METODE PENCIPTAAN KARYA.....	13
1.6.1 Perencanaan Kreatif.....	13
1.6.2 Perencanaan Teknis dan Peralatan.....	14
1.6.3 Sistem Kerja atau Produksi.....	14
1.6.4 Sumber Daya Pendukung.....	15
1.7 ANGGARAN DAN JADWAL PELAKSANAAN.....	16
1.7.1 Perencanaan Teknis dan Peralatan.....	16
1.7.2 Jadwal Pelaksanaan.....	17

BAB II.....	18
IMPLEMENTASI DAN ANALISIS KARYA .....	18
2.1    LAPORAN HASIL KARYA.....	18
2.1.1    Proses Penciptaan Karya.....	18
2.1.2    Dinamika dan Perubahan Selama Proses .....	27
2.1.3    Analisis Karya.....	29
2.1.4    Analisis SWOT .....	35
2.2    PROSPEK KARYA.....	37
BAB III .....	38
SIMPULAN DAN EVALUASI .....	38
3.1    SIMPULAN .....	38
3.1.1    Keterbatasan Proyek .....	38
3.1.2    Saran dan Rekomendasi .....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Cover art “Yang Ku Butuh”.....	9
Gambar 1.2 Cover art “ <i>Black and Yellow</i> ”.....	10
Gambar 2.1 Konsultasi pengembangan tema lagu dengan Dosen Pembimbing TA.....	18
Gambar 2.2 Penulisan lirik lagu di Notes .....	19
Gambar 2.3 Brainstorming susunan melodi dan gaya instrument bersama Woy Abdul selaku produser melalui Discord.....	19
Gambar 2.4 Penyusunan melodi-melodi instrumen sesuai dengan genre lagu menggunakan FL Studio 21 .....	20
Gambar 2.5 Hari pertama rekaman vokal bersama Adelia selaku featuring artist .....	21
Gambar 2.6 Hari kedua rekaman vokal bersama Adelia selaku featuring artist.....	21
Gambar 2.7 Tampilan keseluruhan vokal yang terekam.....	21
Gambar 2.8 Proses <i>Mixing</i> lagu.....	22
Gambar 2.9 Proses <i>Mastering</i> lagu.....	22
Gambar 2.10 Proses Publishing lagu “Wtlg” menggunakan TuneCore .....	23
Gambar 2.11 Pembuatan Materi Press Release untuk Media KWB Space .....	24
Gambar 2.12 Proses syuting Live Session di Studio Ikonisia TV .....	24
Gambar 2.13 Tim yang membantu proses syuting Live Session .....	24
Gambar 2.14 Tampilan isi Smart Links.....	25
Gambar 2.15 Artist profile Ajixxx di Spotify.....	26
Gambar 2.16 Channel Youtube Saint House .....	26
Gambar 2.17 Hearing session bersama Ajixxx secara daring.....	27
Gambar 2.18 Penambahan chorus pada bagian akhir lagu .....	27
Gambar 2.19 Penyesuaian durasi instrumen agar selaras dengan chorus.....	28
Gambar 2.20 Revisi lirik bagian bridge.....	28
Gambar 2.21 Cover Art lagu “Wtlg” .....	31
Gambar 2.22 Unggahan Teaser/Audio Snippet “Wtlg” di Instagram.....	33
Gambar 2.23 Press Release dan promosi yang diunggah di akun Instagram KWB Space .....	33
Gambar 2.24 Promosi lagu “Wtlg” yang diunggah di akun Instagram Galaxy Radio .....	34
Gambar 2.25 Thumbnail Video Live Session di Ikonisia TV .....	34

## ABSTRACT

**Faridh Fadillah. 21321065. *Wtlg (We're The Lost Generation): The Creation of a Pop House Song Addressing the Quarter-Life Crisis. A Communication Project Work, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2025.***

Generation Z is currently facing a phase of psychological uncertainty known as the Quarter-Life Crisis, characterized by identity confusion, financial pressure, and anxiety about the future. This phenomenon is often exacerbated by social media exposure, creating a collective feeling of being "lost" or trapped. However, there is a lack of communication media that can validly articulate this restlessness in a language relevant to youth culture. This final project aims to create an expressive communication medium in the form of a Pop House genre song titled "Wtlg" (We're The Lost Generation). The objective is to transform the narrative of anxiety into a representation of the voice of Generation Z that is honest and optimistic. The creation method employs a Practice-led Research approach based on Expressive Communication Theory and Quarter-Life Crisis Theory. The audio production process was carried out digitally (Home Recording) using FL Studio software, combining satirical lyrics with upbeat Pop House arrangements. Visually, the cover art utilizes color semiotics (yellow and blue) to symbolize the duality of "caution" and "melancholia." The result of this project is a popular culture product that functions not only as entertainment but also as a message carrier, where the fusion of dynamic beats and reflective lyrics succeeds in "enlivening" the audience's emotions. This work concludes that Pop House music is a strategic creative solution to voice Gen Z's uncertainty, turning the feeling of vulnerability into a spirit of survival.

**Keyword:** *quarter-life crisis, gen z, pop house, digital music production.*

## ABSTRAK

**Faridh Fadillah. 21321065. *Wtlg (We're The Lost Generation): Penciptaan Lagu Pop House Mengangkat Isu Quarter-Life Crisis. Karya Proyek Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2025.***

Generasi Z saat ini dihadapkan pada fase ketidakpastian psikologis yang dikenal sebagai *Quarter-Life Crisis*, ditandai dengan kebingungan identitas, tekanan finansial, dan kecemasan akan masa depan. Fenomena ini seringkali diperparah oleh paparan media sosial yang menciptakan perasaan kolektif "tersesat" atau terjebak. Namun, minimnya media komunikasi yang mampu mengartikulasikan keresahan ini dengan bahasa yang relevan bagi kultur anak muda menjadi kesenjangan tersendiri. Tugas Akhir ini bertujuan untuk menciptakan sebuah medium komunikasi ekspresif berupa lagu bergenre *Pop House* yang berjudul "Wtlg" (*We're The Lost Generation*). Tujuannya adalah mengubah narasi kecemasan tersebut menjadi representasi suara Generasi Z yang jujur dan optimis. Metode penciptaan karya menggunakan pendekatan *Practice-led Research* dengan landasan Teori Komunikasi Ekspresif dan Teori *Quarter-Life Crisis*. Proses produksi audio dilakukan secara digital (Home Recording) memanfaatkan perangkat lunak FL Studio, menggabungkan lirik yang satir dengan aransemen *Pop House* yang upbeat. Secara visual, *cover art* dirancang menggunakan semiotika warna kuning dan biru untuk menyimbolkan dualitas "peringatan" (*caution*) dan "melankolia". Hasil dari proyek ini adalah sebuah produk budaya populer yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai pembawa pesan, di mana peledakan beat dinamis dan lirik reflektif sukses "menghidupkan" emosi audiens. Karya ini menyimpulkan bahwa musik *Pop House* merupakan solusi kreatif yang strategis untuk menyuarkan ketidakpastian Gen Z, mengubah rasa keterpurukan menjadi semangat untuk bertahan hidup.

**Kata kunci:** quarter-life crisis, gen z, pop house, produksi musik digital.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan musik dalam masyarakat mencerminkan dinamika budaya, teknologi, dan ekonomi yang terus berubah. Seiring dengan perubahan sosial dan teknologi yang cepat, musik telah mengalami transformasi signifikan dari bentuk tradisionalnya hingga menjadi manifestasi yang lebih kompleks dan beragam. Musik terus mengeksplorasi dan mengekspresikan berbagai aspek pengalaman manusia, baik dari sudut pandang kreatif maupun seniman. Oleh karena itu, musik tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga medium ekspresi sosial yang mencerminkan kondisi dan perasaan individu dalam masyarakat. (Sonyria, Tolan, & Amasanan, 2024).

Di era digital ini, teknologi memainkan peran penting dalam produksi, distribusi, dan konsumsi musik. *Digital Audio Workstation (DAW)* seperti Fruity Loops Studio 21 memberikan kemampuan luar biasa bagi musisi dan produser, baik profesional maupun amatir, untuk menciptakan karya musik yang inovatif dan berkualitas menggunakan komputer pribadi. *Software* ini menyediakan antarmuka yang *user-friendly* dan fitur yang lengkap, yang mana memudahkan para pengguna untuk bereksperimen dengan suara dan teknik produksi (Zam Zami, 2010). Selain itu, internet dan media sosial memungkinkan akses luas terhadap berbagai genre musik, menyatukan pendengar dari berbagai budaya dan latar belakang. Dengan demikian, kombinasi teknologi dan musik tentu dapat menciptakan peluang baru bagi musisi untuk menyalurkan kreativitas mereka secara lebih luas (Jonathan, Prasetyo, & Darmayuda, 2023).

Dalam konteks ini, genre musik *Pop House* muncul sebagai bentuk ekspresi menonjol dalam musik house modern. Dibandingkan dengan *Pop-oriented music*, genre *Pop House* menawarkan sudut pandang lebih pribadi dan introspektif, dengan lirik yang mengeksplorasi tema kehidupan sehari-hari bahkan hingga politik (AllMusic, 2023). Genre musik *Pop House* terus berkembang menjadi suara bagi generasi baru. Melalui medium musik ini, mereka mengekspresikan kompleksitas dan keragaman pengalaman. Genre ini memungkinkan musisi bereksperimen dengan berbagai elemen musik lain seperti *electronic synth pop*, *latin soul*, *dub reggae*, rap dan jazz yang menciptakan karya yang menghibur sekaligus memberikan wawasan dan inspirasi. Dengan semakin populernya genre *Pop House*, banyak musisi muda

mulai mengadopsinya untuk mencerminkan pengalaman dan realitas sosial mereka sendiri (Yellowbrick, 2023). Kebutuhan Generasi Z akan media yang mampu memvalidasi emosi mereka tercermin dalam pola konsumsi audio digital saat ini. Berdasarkan data dari *Edison Research Gen Z Audio Study* kuartal keempat tahun 2024, tercatat sebanyak 86% Generasi Z mendengarkan musik secara spesifik untuk memperbaiki suasana hati. Hal ini mengindikasikan bahwa musik tidak lagi sekadar hiburan, melainkan instrumen regulasi emosi yang vital di tengah tekanan psikologis. Lebih lanjut, tren pasar musik global menunjukkan pergeseran minat yang signifikan ke arah musik elektronik dan turunannya. Laporan *IMS Business Report 2024* mencatat valuasi industri musik dance global mencapai US\$ 11.8 Miliar, didorong oleh bangkitnya kembali tren *House Music* klasik yang diminati oleh audiens muda. Di Indonesia sendiri, fenomena *Cross Genre* atau peleburan genre menjadi tren utama pada tahun 2024, di mana musik Pop yang dilebur dengan elemen elektronik (seperti *Pop House*) semakin diminati karena karakteristiknya yang dinamis namun tetap melodius.

Data-data tersebut memperkuat relevansi penciptaan karya 'Wtlg' yang mengusung genre Pop House. Dengan menggabungkan kebutuhan Gen Z akan *mood booster* (86%) dan tren musik elektronik yang sedang menanjak, karya ini diharapkan mampu menjadi medium yang tepat sasaran secara pasar maupun psikologis. Di sisi lain, saat ini terdapat fenomena sosial yang sangat relevan di kalangan Gen Z, yaitu *quarter-life crisis*. Saat ini, banyak generasi muda yang sedang menghadapi tekanan besar mengenai masa depan mereka, mulai dari ketidakpastian pekerjaan, kestabilan ekonomi, masalah percintaan hingga masalah eksistensial. Mereka sering merasa khawatir, *insecure*, dan mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) yang menghantui setiap harinya. Keadaan ini menimbulkan perasaan resah dan ketidakpastian yang berkelanjutan (Puspita Sari, 2021; Rosyiddin & Afandi, 2022).

*Quarter-life crisis* adalah periode krisis emosional yang terjadi pada individu di usia 20-an, termasuk perasaan tidak berdaya, isolasi, keraguan diri, dan ketakutan akan kegagalan (Atwood & Scholtz dalam Balzarie & Nawangsih, 2019). Penelitian menunjukkan bahwa generasi ini sering menghadapi kecemasan dalam menghadapi masa depan, tekanan dari lingkungan keluarga, serta kekhawatiran tentang pekerjaan, hubungan asmara, dan keuangan (Puspita Sari, 2021). Generasi Z, yang lahir dalam periode perkembangan teknologi yang pesat, juga menunjukkan perilaku yang berbeda dalam menghadapi *quarter-life crisis*, termasuk frustrasi ketika tidak dapat

memotivasi diri, panik karena tekanan lingkungan keluarga, dan perasaan tidak berdaya saat mendengarkan musik yang seolah mengikuti hidup mereka. Oleh karena itu, diperlukan medium ekspresi yang dapat merepresentasikan pengalaman mereka serta memberikan dukungan emosional yang positif (Rosyiddin & Afandi, 2022).

Proyek karya ini bertujuan mendalami proses perancangan dan pembuatan lagu Pop House menggunakan Fruity Loops Studio 21. Lagu ini akan mengangkat isu *quarter-life crisis* pada Gen Z dengan menyampaikan pesan inspiratif dan motivasi kepada pendengar. Melalui lirik yang kuat tetapi juga humoris, ritme yang memacu semangat, ditambah dentuman beat yang cepat, lagu ini akan membangkitkan semangat dan memotivasi pendengar untuk tidak mudah menyerah menghadapi rintangan kehidupan dan terus mengejar impian mereka (AllMusic, 2023). Selain menghasilkan musik yang autentik dan menarik, penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman lebih baik tentang dinamika genre *Pop House* dan peran teknologi dalam produksi musik modern (Sonyria, Tolan, & Amasanan, 2024).

## 1.2 RUMUSAN IDE PENCIPTAAN

"Bagaimana pesan *Quarter-Life Crisis* dikreasikan melalui aransemen musik *Pop House* sebagai medium representasi dan solusi kreatif suara Gen Z?"

## 1.3 TUJUAN DAN MANFAAT KARYA

### 1.3.1 Tujuan Karya

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang *quarter-life crisis* kepada Audiens  
Meningkatkan kesadaran di kalangan Gen Z mengenai *quarter-life crisis* dan dampaknya terhadap kesehatan mental dan emosional. Lagu ini bertujuan untuk membuka percakapan tentang tantangan yang dihadapi oleh generasi muda dalam menghadapi masa depan yang tidak pasti (Puspita Sari, 2021; Rosyiddin & Afandi, 2022).
- 2) Menyampaikan pesan dukungan dan motivasi melalui lirik yang kuat dan ritme yang memacu semangat. Lagu ini diharapkan dapat memberikan dorongan kepada pendengar untuk tidak menyerah dalam menghadapi rintangan hidup dan terus mengejar impian mereka (Puspita Sari, 2021; Rosyiddin & Afandi, 2022).

- 3) Menginspirasi Gen Z untuk melihat *quarter-life crisis* sebagai fase yang dapat diatasi dengan ketekunan dan semangat. Lagu ini bertujuan untuk memberikan pandangan positif dan membangkitkan semangat juang dalam menghadapi tantangan hidup (Puspita Sari, 2021; Rosyiddin & Afandi, 2022).

### 1.3.2 Manfaat Karya

#### 1) Manfaat Umum

1. Kesadaran Publik: Meningkatkan kesadaran publik mengenai *quarter-life crisis* dan pentingnya dukungan emosional serta kesehatan mental di kalangan Gen Z.
2. Pengaruh Budaya: Memberikan kontribusi positif pada budaya musik dengan menghadirkan karya yang relevan dan bermakna, yang dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu-isu sosial yang dihadapi generasi muda.

#### 2) Manfaat Khusus

##### 1. Manfaat Praktis

- a. Panduan Produksi Musik: Memberikan panduan praktis bagi seniman dan produser musik tentang cara menciptakan lagu bergenre *Pop House* menggunakan Fruity Loops Studio 21. Panduan ini dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan teknis dalam produksi musik.
- b. Inspirasi Kreatif: Menyediakan contoh konkret bagaimana isu sosial dapat diangkat dalam karya musik, menginspirasi seniman lain untuk menciptakan karya yang bermakna dan relevan dengan kondisi sosial.

##### 2. Manfaat Akademis:

- a. Penelitian Musik: Menyumbangkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai proses pembuatan musik bergenre *Pop House* dan dinamika *quarter-life crisis* di kalangan Gen Z.

- b. Studi Kasus: Menjadi studi kasus yang dapat digunakan dalam pendidikan dan penelitian di bidang komunikasi, psikologi, dan musik.
3. Manfaat Sosial
- a. Dukungan Emosional: Lagu ini diharapkan dapat menjadi sumber dukungan emosional bagi mereka yang mengalami *quarter-life crisis*, membantu mereka merasa dipahami dan tidak sendirian dalam perjuangan mereka.
  - b. Diskusi Kesehatan Mental: Mendorong diskusi lebih lanjut tentang kesehatan mental dan pentingnya dukungan sosial bagi generasi muda, serta mempromosikan pentingnya menerima perjalanan hidup dengan segala tantangannya (Puspita Sari, 2021).

## 1.4 TINJAUAN PUSTAKA

### 1.4.1 Landasan Teori

#### 1) Komunikasi Ekspresif

Dalam studi ilmu komunikasi, fungsi komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi faktual, tetapi juga sebagai sarana pengungkapan diri. Menurut William I. Gordon (dalam Harta & Jelantik, 2022), komunikasi ekspresif erat kaitannya dengan komunikasi sosial yang dapat dilakukan baik sendirian maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif didefinisikan sebagai bentuk komunikasi yang tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) komunikator.

Harta dan Jelantik (2022) menjelaskan bahwa dalam komunikasi ekspresif, pesan disampaikan tidak hanya melalui verbal, tetapi juga aspek non-verbal yang cenderung mengarah pada bagaimana seseorang mengungkapkan perasaannya. Lebih lanjut, penelitian mereka menjabarkan fungsi utama komunikasi ekspresif yang relevan dalam penciptaan konten kreatif, antara lain:

- a. Menggambarkan perasaan komunikator sesuai dengan tema yang diangkat.
- b. Menggunakan emosi untuk memberi "jiwa" pada kata-kata sehingga dapat menggugah perasaan audiens.
- c. Mendapatkan umpan balik untuk menciptakan kesepahaman rasa antara pencipta dan penikmat karya.

Dalam konteks penciptaan lagu "Wtlg" (*We're The Lost Generation*), teori ini digunakan sebagai pisau analisis untuk membedah bagaimana lagu berfungsi sebagai medium ekspresi emosional. Penulis memposisikan diri sebagai komunikator yang menyampaikan kegelisahan kolektif Generasi Z. Melalui lirik yang lugas (verbal) dan aransemen musik Pop House yang dinamis (non-verbal), karya ini bertujuan untuk "menghidupkan" keluhan-keluhan *Quarter-Life Crisis* menjadi sebuah pesan yang dapat dirasakan dan dipahami oleh pendengarnya, sesuai dengan fungsi komunikasi ekspresif untuk menciptakan sikap saling mengerti.

## 2) Fenomena Sosial Gen Z dan *Quarter Life-Crisis*

Fenomena kecemasan yang diangkat dalam karya ini juga dibedah menggunakan konsep teori *Quarter-Life Crisis* (QLC). Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh Robbins dan Wilner (2001) yang mendefinisikannya sebagai respons terhadap ketidakstabilan puncak, perubahan konstan, dan terlalu banyaknya pilihan hidup, disertai perasaan panik dan tidak berdaya yang biasanya menyerang individu di rentang usia 20-an.

Menurut Robbins dan Wilner (2001), terdapat ciri utama atau dimensi dari fase ini yang relevan dengan Gen Z:

- a. Kebingungan Identitas (*Identity Confusion*): Pertanyaan mendasar tentang "siapa saya" dan "apa tujuan hidup saya".
- b. Ketidakpastian (*Uncertainty*): Kecemasan akan masa depan karier dan finansial.
- c. Perasaan Terjebak (*Feeling Trapped*): Merasa salah mengambil jalan hidup namun takut untuk memulai ulang.

Rosyiddin & Afandi (2022) dalam penelitiannya terhadap Gen Z menambahkan bahwa media sosial turut memperparah krisis ini melalui fenomena membandingkan diri (*social comparison*). Teori ini menjadi landasan utama penulis dalam menyusun lirik lagu "Wtlg", di mana lirik-lirik spesifik diciptakan untuk merepresentasikan dimensi ketidakpastian finansial dan tekanan sosial tersebut.

Setelah dilakukan pencarian referensi sumber penciptaan karya, terdapat beberapa karya terdahulu yang dapat dihubungkan sekaligus dibandingkan dengan karya ini, hal ini dilakukan untuk menunjukkan kebaruan dan pembeda dari karya-karya yang telah ditinjau. Berikut review dan juga kritik terhadap karya-karya sebelumnya:

1) Pembuatan Lagu Indie Menggunakan Fruityloops Studio oleh Ahmad Zam Zami

Naskah Publikasi ini menjelaskan metode pembuatan lagu indie menggunakan Fruityloops Studio 8.0, yang mencakup proses *recording*, *mixing*, dan *mastering* (Zam Zami, 2010). Penulis menekankan pentingnya pemahaman tentang teori dasar musik dan penggunaan efek serta *channel sound plugin* untuk memperkaya *sound* yang dihasilkan. Kritik terhadap naskah publikasi ini adalah kurangnya fokus pada pesan sosial yang disampaikan melalui lirik. Karya "Wtlg" memanfaatkan teknik-teknik produksi musik yang dijelaskan, tetapi juga menekankan pentingnya menyampaikan pesan sosial yang kuat melalui lirik, menjadikannya lebih relevan dengan isu-isu yang dihadapi oleh Gen Z.

2) Pembuatan Musik Hip-Hop Pada Software Fruity Loops Studio 10 oleh Anju D P Emanuel

Anju DP Emanuel dalam skripsinya membahas pembuatan musik hip-hop menggunakan Fruity Loops Studio 10 di Studio AQ Flow Medan, termasuk teknik *sound design* dan pengaruhnya terhadap beat maker (Emanuel, 2013). Kritik terhadap jurnal ini adalah kurangnya penekanan pada lirik dan pesan sosial. Karya "Wtlg" menggabungkan teknik produksi hip-hop yang dijelaskan, tetapi menambahkan elemen lirik yang bermakna untuk mengangkat isu *quarter-life crisis*, memberikan dimensi baru yang lebih dalam dan relevan.

3) Pembuatan Cinematic Music Melalui Pengolahan Digital  
Menggunakan FL Studio 11 oleh Zain Darmawan Nasution

Naskah Publikasi oleh Zain Darmawan Nasution menjelaskan proses pembuatan musik sinematik melalui pengolahan digital menggunakan FL Studio 11. Proses produksi mencakup *composing, arranging, recording, sound design, sampling, audio editing, mixing*, hingga *mastering* (Darmawan Nasution, 2014). Jurnal ini memberikan panduan komprehensif tentang penggunaan FL Studio 11 untuk menghasilkan musik berkualitas tinggi. Kritik terhadap jurnal ini adalah fokusnya yang terbatas pada musik sinematik untuk film, tanpa memperhatikan aspek lirik dan pesan sosial. Karya ini, "Wtlg," mengembangkan pendekatan tersebut dengan menggabungkan teknik-teknik yang dipelajari dalam pembuatan musik sinematik, tetapi berfokus pada isu sosial yang relevan dengan Gen Z, menjadikan lirik sebagai elemen sentral untuk menyampaikan pesan tentang *quarter-life crisis*.

4) "Yang Ku Butuh" – WOY & LuminiX (2024)



Gambar 1.1 Cover Art "Yang Ku Butuh"

Karya ini merupakan lagu bergenre *Pop House* yang diproduksi oleh WOY (Abdul) berkolaborasi dengan LuminiX. Lagu ini menonjolkan karakteristik aransemen upbeat namun tetap mempertahankan melodi vokal yang *catchy* dan emosional. Karya ini dipilih sebagai referensi utama dalam aspek Gaya Aransemen. Penulis menjadikan gaya

produksi WOY dalam lagu ini sebagai *benchmark* untuk penciptaan lagu "Wtlg". Elemen spesifik yang diadopsi meliputi penggunaan synthesizer yang plucky, struktur drop yang energik, serta teknik vocal *chopping* yang menjadi ciri khas produser. Hal ini sejalan dengan visi penulis untuk menciptakan lagu *Quarter-Life Crisis* yang tidak terdengar suram, melainkan dinamis dan *uplifting*.

5) "*Black & Yellow*" – Wiz Khalifa (2010)



Gambar 1.2 Cover Art "*Black and Yellow*"

Single hits dari Wiz Khalifa ini dikenal dengan identitas visualnya yang ikonik, menggunakan dominasi warna kuning dan hitam yang kontras. Pemilihan warna ini awalnya merepresentasikan warna tim olahraga Pittsburgh, namun secara global telah menetapkan standar bagaimana kombinasi dua warna ini menciptakan impresi visual yang kuat, enerjik, dan *eye-catching*. Karya ini menjadi referensi utama penulis dalam perancangan identitas warna dominan *cover art* "Wtlg". Penulis mengadopsi skema warna *High Contrast* dari *cover art* "*Yang Ku Butuh*" dan "*Black and Yellow*" untuk menarik atensi di platform digital, sekaligus sebagai kode warna emosional (Kuning=Bahagia/Waspada, Biru=Sedih/Tenang) yang selaras dengan pesan lagu.

## 1.5 DESKRIPSI RANCANGAN KARYA

### 1.5.1 Jenis Karya

Karya yang akan diproduksi adalah digital audio berbentuk sebuah lagu bergenre *Pop House* yang mengangkat isu *quarter-life crisis* di kalangan Gen Z. Lagu ini dirancang untuk menyampaikan pesan inspiratif dan motivasi melalui lirik yang kuat, relatable, sekaligus humoris dengan ritme yang memacu semangat.

### 1.5.2 Bahan dan Media

- 1) *Software* Produksi Musik: FL Studio 21 akan digunakan sebagai *Digital Audio Workstation* (DAW) utama untuk seluruh proses produksi, termasuk *composing*, *arranging*, *recording*, *mixing*, dan *mastering*.
- 2) Instrumen Musik: Berbagai instrumen virtual plugin (VST) akan digunakan untuk menghasilkan suara yang beragam, termasuk synthesizer, drum machine, dan sampel suara.
- 3) Vokal: Vokal akan direkam menggunakan mikrofon kondensor berkualitas tinggi yang dihubungkan dengan soundcard untuk memastikan kejernihan suara dan ekspresi vokal yang maksimal.

### 1.5.3 Karakter

Lagu ini akan memiliki karakter yang introspektif, emosional, tetapi juga ringan, dengan lirik-lirik *relatable* dan sedikit humoris yang menggambarkan kecemasan, ketidakpastian, dan perjuangan yang dialami oleh Gen Z dalam menghadapi *quarter-life crisis*. Melodi dan ritme akan dirancang untuk menciptakan suasana yang menggugah dan memberikan semangat kepada pendengar.

### 1.5.4 Durasi

Durasi lagu yaitu empat menit satu detik, yang merupakan durasi umum untuk lagu-lagu komersial dalam genre *Pop House*. Durasi ini memungkinkan penyampaian pesan yang efektif tanpa membuat pendengar kehilangan minat.

### **1.5.5 Bentuk dan Ukuran**

- 1) **Bentuk:** Lagu ini akan memiliki struktur tradisional yang terdiri dari intro, verse, chorus, bridge, dan outro. Struktur ini dipilih untuk memastikan lagu mudah diikuti dan memiliki dinamika yang menarik.
- 2) **Ukuran File:** Ukuran akhir file audio akan bergantung pada format dan resolusi yang digunakan. Lagu akan disimpan dalam format WAV untuk kualitas tertinggi selama proses produksi dan kemudian di-render dalam format MP3 untuk distribusi yang lebih mudah.

### **1.5.6 Proses Produksi**

- 1) *Composing:* Menyusun melodi dasar dan struktur lagu menggunakan FL Studio 21.
- 2) *Arranging:* Menambahkan instrumen dan elemen musik lainnya untuk memperkaya komposisi.
- 3) *Recording:* Merekam vokal dan elemen suara lainnya menggunakan peralatan studio.
- 4) *Mixing:* Menggunakan berbagai VST Plugins untuk menciptakan suara unik yang mendukung tema lagu dan menggabungkan semua elemen suara menjadi satu kesatuan yang harmonis.
- 5) *Mastering:* Proses akhir untuk memastikan semua elemen suara, keselarasan dan kualitas audio yang konsisten, optimal dan siap untuk distribusi.

### **1.5.7 Alur Pengerjaan Karya**

- 1) **Pra-produksi:** Tahap perencanaan dan penyusunan ide.
- 2) **Produksi:** Tahap utama yang melibatkan *composing, arranging, recording, mixing, dan mastering*.
- 3) **Pasca-produksi:** Penyelesaian karya mulai dari distribusi digital dan berbagai bentuk promosi.

## 1.6 METODE PENCIPTAAN KARYA

### 1.6.1 Perencanaan Kreatif

#### 1) Ide dan Tema

1. Persoalan yang Diangkat: Karya ini mengangkat isu *quarter-life crisis* di kalangan Gen Z. Ide ini muncul dari pengamatan terhadap fenomena sosial yang menunjukkan kecemasan, ketidakpastian, dan tekanan yang dialami oleh generasi muda saat menghadapi masa depan.
2. Tema Karya: Tema yang diangkat adalah perjuangan dan pencarian jati diri di tengah tekanan sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh generasi muda. Lagu ini akan menggambarkan ketakutan, kebingungan, dan harapan yang dirasakan oleh mereka yang mengalami *quarter-life crisis*.

#### 2) Konsep Teknis

1. Sinopsis: Lagu "The Lost Generation" menceritakan keadaan emosional pada generasi yang sedang menghadapi *quarter-life crisis*. Lagu ini menggabungkan elemen introspektif, motivasional dan humoris dengan lirik yang menyenangkan, menggugah dan beat yang energik.
2. Naskah Lirik: Lirik akan ditulis untuk mencerminkan pengalaman nyata dari mereka yang mengalami *quarter-life crisis*. Lirik akan disusun untuk membangkitkan emosi dan memberikan pesan inspiratif kepada pendengar.
3. Produksi: Proses produksi akan melibatkan *composing, arranging, recording, mixing, dan mastering* menggunakan FL Studio 21.
4. Karakter Produksi: Karakter lagu akan emosional dan introspektif, dengan fokus pada lirik yang kuat dan ritme yang dinamis.

5. Media: Media utama yang digunakan adalah format digital untuk produksi musik dan distribusi gratis seperti Soundcloud dan Spotify.

### **1.6.2 Perencanaan Teknis dan Peralatan**

#### 1) Konsep Teknis

1. *Software*: FL Studio 21 akan digunakan sebagai *Digital Audio Workstation* (DAW) utama untuk seluruh proses produksi.
2. VST Plugins: Berbagai VST plugins seperti Fab-Filter, Soothe2, dan Antares Auto-Tune, yang digunakan untuk menciptakan efek suara yang beragam dan dinamis.
3. Personal Computer: Spesifikasi tinggi dengan prosesor cepat, RAM besar, dan penyimpanan yang cukup untuk menangani produksi musik.
4. Audio Interface: M-Audio M-Track Duo untuk menghubungkan suara berkualitas tinggi dari Condenser Microphone.
5. Studio Monitor: Edifier R1080BT untuk monitoring audio yang akurat.
6. Headphone Monitor: Superlux HD-330 untuk *mixing/mastering* dan Audio Technica SR50BT untuk monitoring saat *recording* vokal.
7. Microphone: Condenser Microphone Audio Technica AT2035 untuk perekaman vokal berkualitas tinggi.

### **1.6.3 Sistem Kerja atau Produksi**

- 1) *Composing*: Menyusun melodi dasar dan struktur instrumen lagu menggunakan FL Studio 21.
- 2) *Arranging*: Menambahkan instrumen dan elemen musik lainnya untuk memperkaya komposisi pada lagu.
- 3) *Recording*: Merekam vokal dan elemen suara lainnya menggunakan peralatan studio.

- 4) *Mixing*: Menggabungkan semua elemen suara menjadi satu kesatuan yang harmonis dan mengedit semua elemen suara untuk memastikan keselarasan dan kualitas yang konsisten.
- 5) *Mastering*: Proses akhir untuk memastikan kualitas audio optimal dengan standar setiap platform digital dan siap untuk distribusi.

#### **1.6.4 Sumber Daya Pendukung**

##### 1) Tim Produksi

1. Produser
2. Penulis Lirik
3. Vokalis
4. *Sound Engineer*

##### 2) Tugas dan Peran

1. Produser: Bertanggung jawab atas penyusunan dan pembuatan keseluruhan instrumen pada musik yang diproses melalui composing dan arranging.
2. Penulis Lirik: Menciptakan lirik yang kuat dan relevan dengan tema *quarter-life crisis*.
3. Vokalis: Menyanyikan lirik dengan ekspresi yang tepat dan sesuai dengan emosi lagu.
4. *Sound Engineer*: Mengatur dan mengoptimalkan kualitas suara selama perekaman, mendesain suara-suara tertentu supaya selaras dengan keseluruhan vokal, dan *mixing* pada keseluruhan vokal yang terekam agar setiap vokalnya memiliki suara yang unik tetapi juga profesional, dan juga mastering untuk menyesuaikan volume lagu ke standar setiap platform digital.

## 1.7 ANGGARAN DAN JADWAL PELAKSANAAN

### 1.7.1 Perencanaan Teknis dan Peralatan

No	Komponen Kebutuhan	Biaya (Rp)
<b>1.</b>	<b>Sumber Daya Manusia</b>	
	Producer/Lisensi	Rp165.335,00
	Penulis Lirik	Rp50.000,00
	Vokalis (Talent)	Rp200.000,00
	Dokumenter	Rp150.000,00
<b>2.</b>	<b>Biaya Operasional</b>	
	Transportasi dan Konsumsi selama masa Produksi	Rp50.000,00
	Sewa Alat/ <i>Maintenance</i>	Rp200.000,00 (2 hari)
<b>3.</b>	<b>Biaya Tambahan</b>	
	Distribusi Digital (Aggregator)	Rp244.854 (menggunakan TuneCore)
	<b>TOTAL</b>	<b>Rp 1.060.189</b>

### 1.7.2 Jadwal Pelaksanaan

No	Tahapan Kegiatan	Bulan 1 (Desember)	Bulan 2 (Januari)	Bulan 3 (Februari)
1.	<b>Pra-Produksi</b>			
	Riset & Pengumpulan Data	✓		
	Penulisan Lirik & Komposisi	✓		
2.	<b>Produksi</b>			
	<i>Recording Vokal</i>	✓	✓	
	<i>Composing &amp; Arrangement</i>		✓	✓
	<i>Mixing &amp; Mastering</i>		✓	✓
3.	<b>Pasca-Produksi</b>			
	Pembuatan <i>cover art</i> & Video Kreatif (Promosi)			✓
	Distribusi ke DSP & Publikasi ( <i>Press Release</i> )			✓
	Penyusunan Laporan Akhir		✓	✓

## BAB II

### IMPLEMENTASI DAN ANALISIS KARYA

#### 2.1 LAPORAN HASIL KARYA

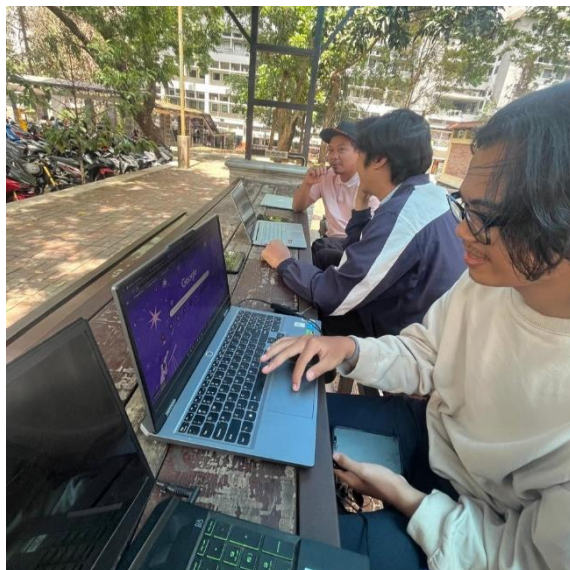
Proyek komunikasi yang berjudul “*Wtlg*” telah diselesaikan dalam bentuk lagu bergenre Pop House dengan sentuhan elemen rap. Lagu ini dirancang untuk mengangkat isu *quarter-life crisis* yang banyak dialami oleh generasi muda, terutama pada generasi Gen Z. Melalui proses produksi yang melibatkan penggunaan *software* FL Studio 21, karya ini berhasil diwujudkan dengan struktur yang matang, elemen musik yang dinamis, serta lirik yang relevan dan introspektif. Bagian ini akan menguraikan proses dan hasil karya secara lebih mendalam.

##### 2.1.1 Proses Penciptaan Karya

Proses penciptaan karya ini dilakukan melalui beberapa tahap utama, yaitu:

a. Pra-Produksi

- 1) Pengembangan Ide dan Tema: Tema *quarter-life crisis* dipilih berdasarkan hasil pengamatan sosial yang menunjukkan bahwa isu ini sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Ide ini kemudian dielaborasi untuk menciptakan pesan yang dapat memberikan motivasi dan semangat. Genre *Pop House* juga dipilih karena fleksibilitasnya dalam mengekspresikan berbagai isu seperti emosional dan sosial.



*Gambar 2.2 Konsultasi pengembangan tema lagu dengan Dosen Pembimbing TA*

- 2) Penulisan Lirik: Lirik lagu dirancang untuk menggambarkan pengalaman nyata seperti kecemasan karier, tekanan sosial, dan pencarian jati diri. Misalnya, lirik pada verse pertama yang berbunyi “*Okay, okay wanna blamin’ on me? Masih 21, kepikiran rabi*” menggambarkan kebingungan yang dirasakan anak muda dalam memenuhi harapan masyarakat, keluarga, bahkan diri sendiri.



Gambar 2.3 Penulisan lirik lagu di Notes

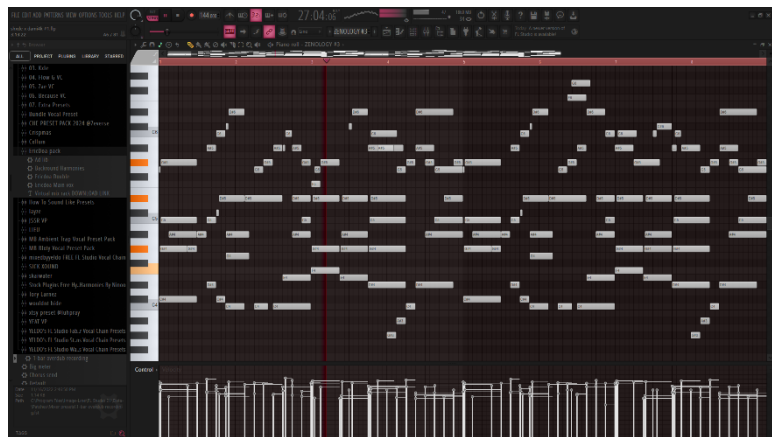
- 3) Perencanaan Produksi: Struktur lagu dirancang dengan kombinasi melodi yang energik dan bagian melodik yang reflektif. Pemilihan instrumen yang meliputi dari berbagai VST plugin mulai dari plugin-plugin bawaan dari FL Studio 21 maupun plugin-plugin external seperti *GMS*, *Flex Extensions*, dan *Zenology*.



Gambar 2.4 Brainstorming susunan melodi dan gaya instrument bersama Woy Abdul selaku produser melalui Discord

## b. Produksi

- 1) Composing dan Arranging: Melodi dasar disusun dengan chord progression minor untuk menciptakan nuansa melankolis tetapi juga optimistis. Bass yang diterapkan juga memberikan beat cepat pada bagian chorus, sementara pada bagian bridge menggunakan pola ritme yang lebih lambat untuk memberikan ruang audiens untuk refleksi emosional. Semua proses ini dikerjakakan oleh Woy Abdul selaku produser lagu yang bertanggung jawab dalam pembuatan instrumen lagu.



Gambar 2.5 Penyusunan melodi-melodi instrumen sesuai dengan genre lagu menggunakan FL Studio 21

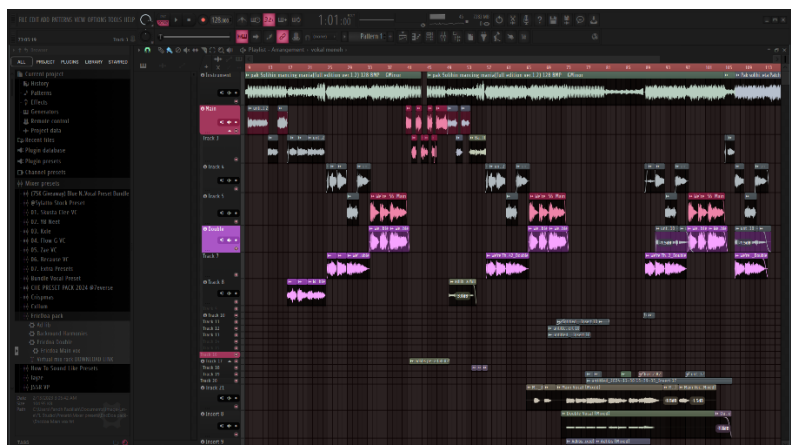
- 2) Recording: Vokal direkam dengan *microphone condenser* Audio Technica AT2035 yang dihubungkan ke *audio interface* M-Audio M-Track Duo. Menggunakan teknik *layering* pada beberapa bagian vital contohnya pada bagian Hook. Efek tambahan seperti *delay* dan *reverb* diterapkan untuk menonjolkan gaya vokal yang terkesan “*deep*” di lagu ini.



*Gambar 2.6 Hari pertama rekaman vokal bersama  
Adelia selaku featuring artist*



*Gambar 2.7 Hari kedua rekaman vokal bersama  
Adelia selaku featuring artist*



*Gambar 2.8 Tampilan keseluruhan  
vokal yang terekam*

- 3) *Mixing dan Mastering*: *Mixing* memastikan bahwa vokal tetap dominan tanpa menutupi elemen instrumental dengan menggunakan beberapa plugin bawaan dari FL Studio seperti Fruity Parametric EQ, Fruity Limiter dan Fruity Stereo Shaper. Tidak lupa dengan penambahan plugin-plugin eksternal seperti Antares Auto-Tune, Virtual Rack, dan Crystalline. *Mastering* dilakukan untuk menyeimbangkan frekuensi rendah dan tinggi, sehingga memberikan hasil audio yang bersih dan seimbang untuk semua platform musik, pada proses ini diperlukan beberapa plugin eksternal seperti Fab-Filter, Soothe2, dan Yourlean Loudness. Lagu ini memiliki kualitas stereo dengan durasi empat menit satu detik.



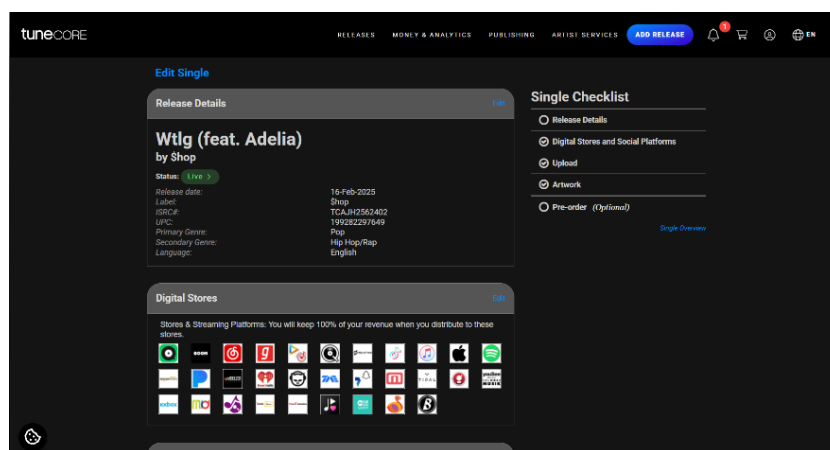
Gambar 2.9 Proses Mixing lagu



Gambar 2.10 Proses Mastering lagu

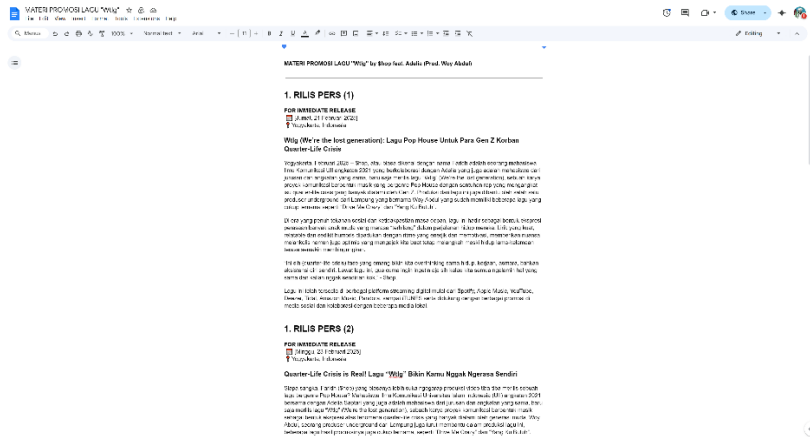
### c. Pasca-Produksi

- 1) Distribusi Digital: Distribusi lagu ini menggunakan distributor TuneCore yang sudah cukup memiliki nama di pasar distribusi musik individual. Setelah membeli paket distribusi, file lagu yang sudah melalui tahap *mastering* diunggah ke berbagai platform seperti Spotify, Apple Music, Youtube Music, Deezer, Pandora, Tidal, dan Amazon Music yang mana semua platform ini sudah menjadi satu paket distribusi dari TuneCore untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Metadata seperti genre, deskripsi, dan kata kunci juga ditambahkan untuk meningkatkan visibilitas lagu ini.



Gambar 2.11 Proses Publishing lagu “Wtlg” menggunakan TuneCore

- 2) Promosi: Promosi dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan *cover art* dan *audio snippet* dari lagu ini, sekaligus bekerja sama dengan media lokal seperti KWB Space dan Galaxy Radio di Instagram dan membuat video *Live Session* yang diunggah di kanal Youtube Ikonisia TV. *Music smart links* yang berisi tautan-tautan lagu “Wtlg” dari berbagai platform juga dibuat untuk mempermudah audiens dalam menjangkau lagu ini.



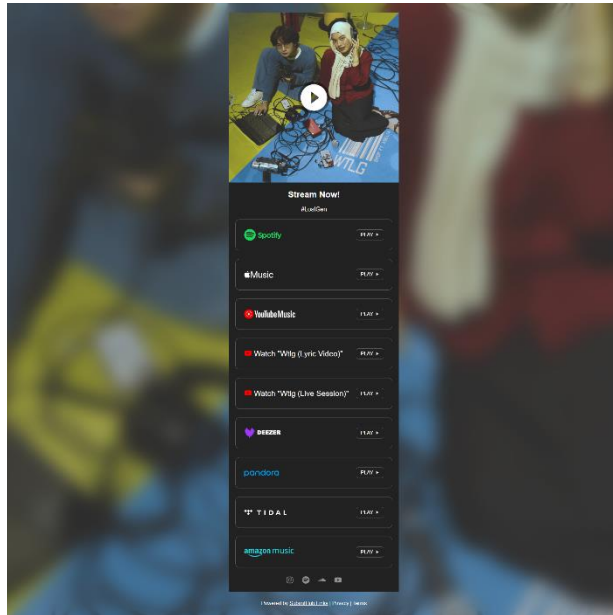
*Gambar 2.12 Pembuatan Materi Press Release untuk media KWB Space dan Galaxy Radio*



*Gambar 2.13 Proses syuting Live Session di Studio Ikonisia TV*



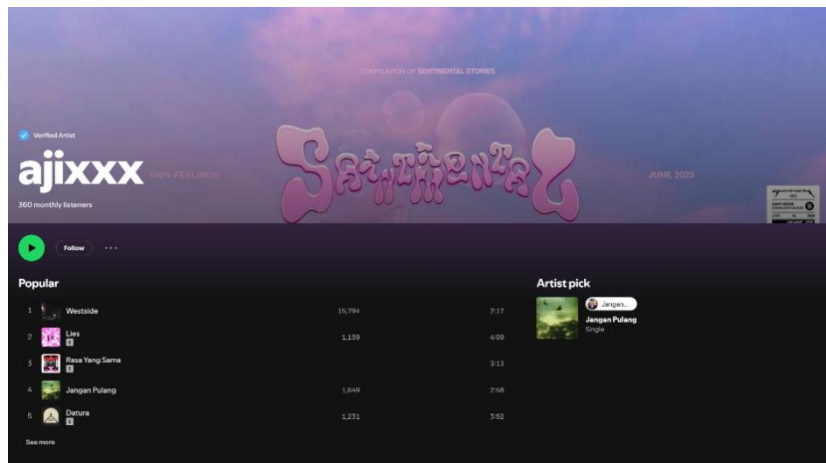
*Gambar 2.14 Tim yang membantu proses syuting Live Session*



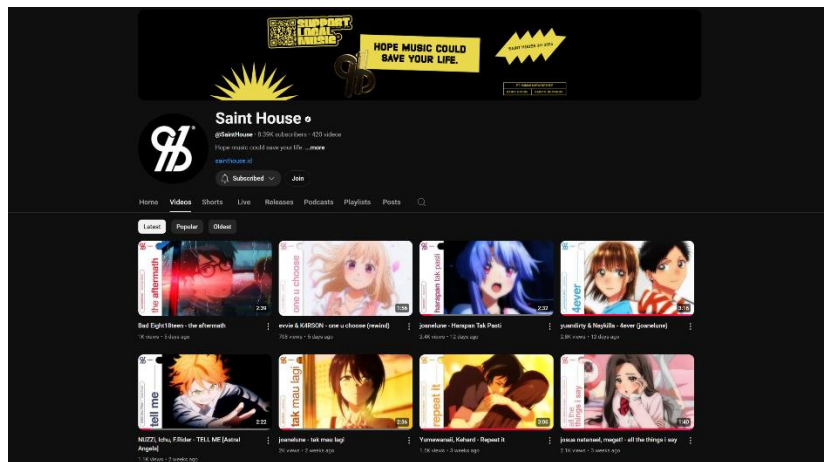
Gambar 2.15 Tampilan isi Smart Links

- 3) Kurasi Karya: Kurasi karya dilakukan untuk mengetahui bagaimana perasaan audiens setelah mendengar lagu “Wtlg” dan apa saja *feedback* yang bisa diberikan untuk lagu ini. Untuk itu, diadakan *hearing session* bersama seorang *music artist* dari Bali bernama Ajixxx, beberapa lagunya yang cukup ternama seperti “Westside” dan “Jangan Pulang” membuat Ajixxx menjadi salah satu *verified artist* di Spotify dengan 360 pendengar perbulannya. Selain itu, Ajixxx juga merupakan *founder* dari label musik *underground* yaitu Saint House yang menaungi banyak artis-artis musik bawah tanah dari seluruh pejuuru Nusantara seperti Noya Clarissa, RYO hingga Josua Natanael dengan pengikut di kanal Youtubenanya yang sudah mencapai 11.900 *subscribers* (Per tanggal 19 Januari 2026). Melalui *video call Discord*, Ajixxx menyatakan bahwa lagu “Wtlg” sangat enak didengar dan mudah untuk dipahami, terutama bagi pendengaran awam. Ia juga menekankan pentingnya kedekatan produk dengan konsumen dan menyatakan bahwa lagu ini cukup mudah diterima karena lirik lagunya yang ringan dan sesuai dengan genre *Pop House* yang diusung. Tetapi, ada beberapa kritik yang diberikan oleh Ajixxx, khususnya pada bagian chorus awal dinilai kurang

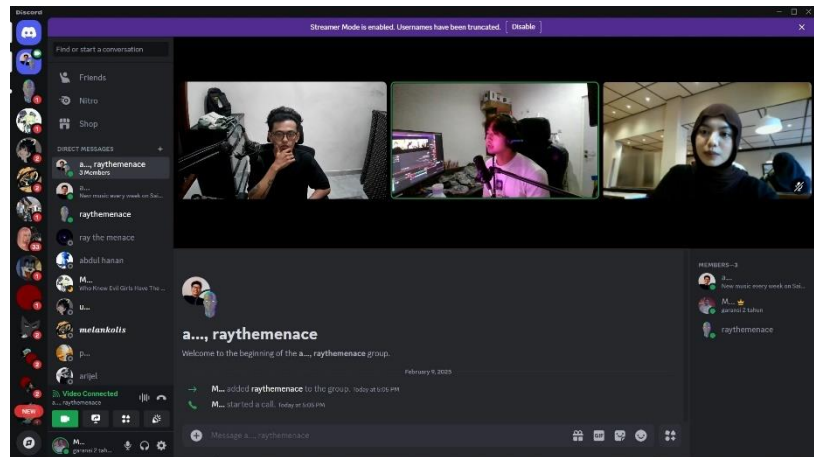
memuaskan secara pribadinya. Ajixx merasa hasil *mixing* di bagian tersebut tidak konsisten dan menyarankan untuk ditambahkan *layer vocal* untuk memperbaikinya. Begitu juga dengan durasi lagu yang mencapai 4 menit, dianggap terlalu panjang oleh Ajixxx dan menyarankan bagian intro mungkin bisa diperpendek. Namun secara keseluruhan, Ia mengatakan bahwa kekurangan-kekurangan pada lagu ini bisa dibilang masih cukup minor dan tanpa perbaikan yang disarankan pun dirasa tidak akan ada masalah.



Gambar 2.16 Artist profile Ajixxx di Spotify



Gambar 2.17 Channel Youtube Saint House

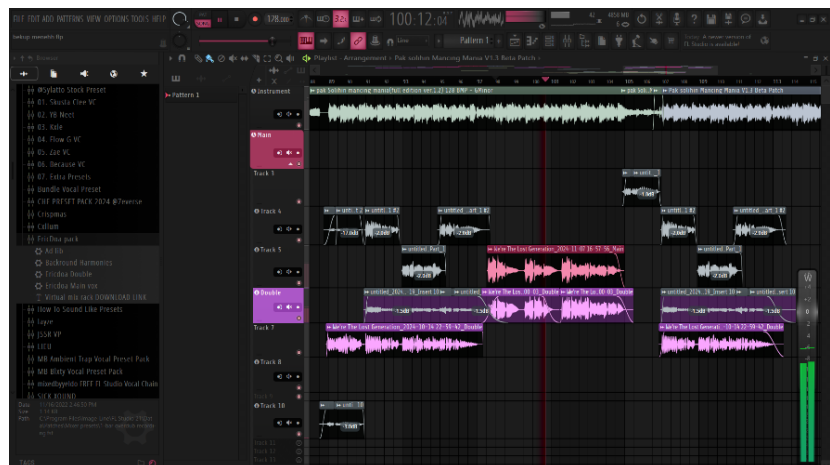


*Gambar 2.18 Hearing session  
bersama Ajixxx secara daring*

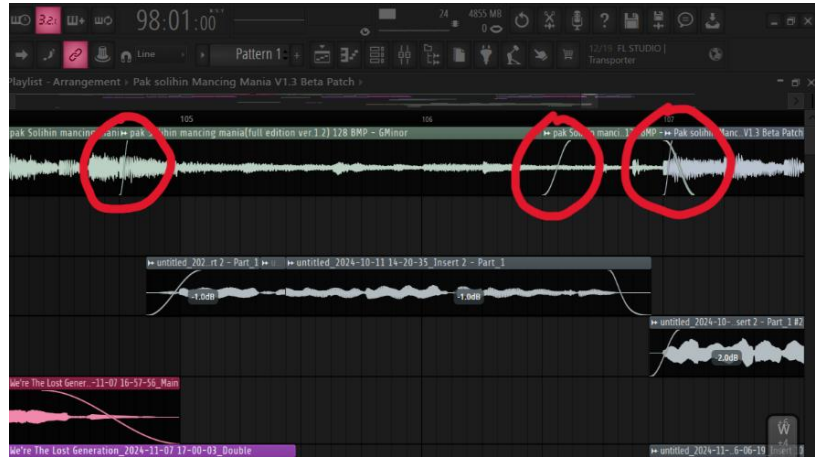
### 2.1.2 Dinamika dan Perubahan Selama Proses

Dalam proses produksi, terdapat beberapa perubahan signifikan yang terjadi:

- 1) Perubahan Struktur Lagu dan Instrumen: Pada awalnya, chorus pada lagu ini hanya dinyanyikan tiga kali. Tetapi, setelah uji coba rekaman, chorus ditambah pada bagian akhir sekaligus menjadi outro lagu, diharapkan penambahan chorus ini dapat memberikan efek “earworm” kepada para audiens. Penambahan chorus ini juga mengharuskan adanya penyesuaian ulang pada instrumen lagu, yang sebelumnya hanya berdurasi tiga menit, menjadi empat menit.

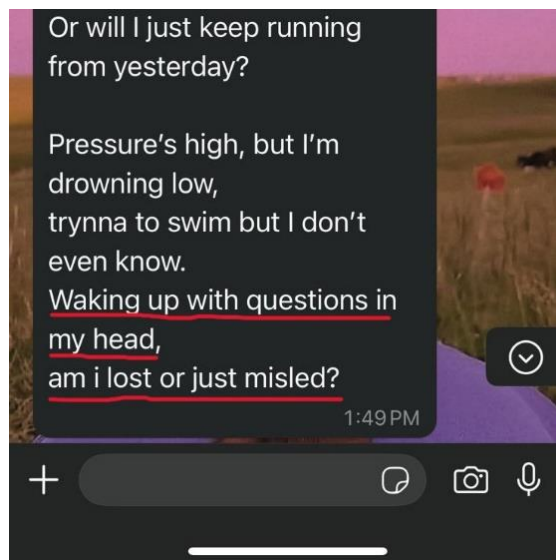


*Gambar 2.19 Penambahan chorus  
pada bagian akhir lagu*



Gambar 2.20 Penyesuaian durasi instrumen  
agar selaras dengan chorus

- 2) Revisi Lirik dan Nada: Verse kedua dan *bridge* yang dibawakan oleh Adelia menjadi bagian yang paling sering dilakukan revisi. Sebelumnya verse dua akan diisi dengan nada rap. Namun setelah itu kami merasa verse dua akan lebih bagus jika diisi dengan nada yang lebih melodik karena verse dua harus melaraskan dengan nada *bridge* yang akan menjadi bagian klimaks dari lagu ini. Perubahan lirik juga terjadi pada bagian akhir *bridge*, dengan tujuan penciptaan makna yang lebih mendalam.



Gambar 2.21 Revisi lirik bagian bridge

- 3) Penyesuaian Jadwal: Jadwal rekaman yang sebelumnya dijadwalkan pada pertengahan November harus diundur ke awal Desember, hal ini dikarenakan adanya kesibukan dari pihak vokalis kedua yaitu Adelia. Begitu juga dengan jadwal *mixing* dan *mastering* dari lagu ini yang dijadwalkan selesai pada awal Januari, harus diperpanjang menjadi akhir Januari karena kondisi waktu dan tempat yang kurang mendukung untuk melakukan *mixing* dan *mastering*.

### 2.1.3 Analisis Karya

Karya musik "Wtlg" (*We're The Lost Generation*) diciptakan tidak hanya sebagai produk hiburan, melainkan sebagai medium komunikasi ekspresif untuk menunjukkan keresahan kolektif Generasi Z. Berlandaskan teori Komunikasi Ekspresif, karya ini difungsikan sebagai instrumen penyampai pesan emosional dari penulis kepada audiens yang mengalami fase *Quarter-Life Crisis*.

Lirik dalam lagu "Wtlg" disusun sebagai manifestasi verbal dari dimensi-dimensi *Quarter-Life Crisis* yang dikemukakan oleh Robbins & Wilner (2001), khususnya dimensi *Identity Confusion* (kebingungan identitas) dan *Feeling Trapped* (perasaan terjebak). Penulis menggunakan gaya bahasa yang lugas dan satir untuk mengomunikasikan realitas tekanan finansial yang dihadapi Gen Z. Tekanan gaya hidup yang kontradiktif dengan realitas ekonomi digambarkan melalui lirik pembuka: "*Pengen kalung VVS, lihat harga langsung stress*". Istilah "VVS" (*Very Very Slightly Included*) yang merujuk pada kualitas berlian mahal, sengaja digunakan sebagai simbol materialisme yang diimpikan Gen Z, yang seketika dipatahkan oleh realitas dompet mereka ("*...lihat harga langsung stress*"). Penggalan lirik yang menyinggung perilaku konsumtif namun terbatas secara ekonomi ("*I don't do Qris, I do cash*") bukan sekadar humor, bagian ini digunakan untuk menertawakan diri sendiri; seolah-olah menolak teknologi pembayaran modern, padahal merefleksikan keterbatasan akses perbankan atau saldo. Dalam perspektif Komunikasi Ekspresif, penggunaan lirik yang lugas sekaligus humoris ini memenuhi fungsi utama komunikasi, yaitu mengungkapkan perasaan sesuai dengan tema untuk membangun kesamaan rasa (Harta & Jelantik, 2022: 45). Penulis secara sadar memilih diksi-diksi ini yang dekat dengan keseharian (*relatable*) guna mencapai apa yang disebut sebagai *mutual understanding* atau sikap saling mengerti antara komunikator (pencipta) dan komunikan (pendengar) (Harta & Jelantik, 2022: 48).

Selain itu, narasi tentang ekspektasi orang tua merepresentasikan dimensi *Feeling Trapped* (perasaan terjebak), di mana individu merasa terkunci dalam pilihan hidup yang sulit namun takut untuk keluar (Robbins & Wilner, 2001: 4) tertuang pada lirik Verse 1: "*Masih 21 kepikiran rabi, Duit minta Abi, doa minta Umi*". Penggalan ini merepresentasikan kebingungan peran yang dialami Gen Z; di satu sisi sudah memikirkan tanggung jawab dewasa (menikah/*rabi*), namun di sisi lain masih memiliki ketergantungan finansial dan emosional pada orang tua (Abi & Umi). Perasaan terjebak oleh ekspektasi eksternal juga dianalisis pada lirik: "*Momma told me 'do your best', cuz for the money I can't rest*". Kalimat ini menunjukkan bahwa dorongan semangat dari orang tua justru seringkali terinternalisasi menjadi beban mental ("*...I can't rest*") bagi anak. Pada bagian *Bridge*, lirik "*If I stumble, will I ever find my way? Or will I just keep running from yesterday?*" mempertegas perasaan terjebak masa lalu yang belum tuntas, memvalidasi ketakutan akan kegagalan yang terus membayangi. Lirik-lirik ini mengomunikasikan konflik batin antara keinginan untuk membahagiakan orang lain dan ketidakberdayaan diri sendiri, sebuah inti masalah dari fenomena *Quarter-Life Crisis*. Dalam studi serupa mengenai representasi *Quarter-Life Crisis* pada karya Hindia, Ramadhani & Chairil (2025: 9535) menjelaskan bahwa lirik lagu yang mengangkat tema kegagalan dan ketidakpastian masa depan berfungsi sebagai ruang resepsi bagi audiens untuk merasa "terwakili".

Jika lirik mewakili komunikasi verbal, maka aransemen musik *Pop House* dalam karya ini berfungsi sebagai komunikasi non-verbal yang krusial. Mengacu pada Komunikasi Ekspresif, elemen musik (non-verbal) berfungsi untuk 'menghidupkan rangkaian kata' melalui emosi yang dibangun (Harta & Jelantik, 2022: 46). Pemilihan beat yang pumping dengan tempo 128 BPM dipilih bukan sekadar estetika, melainkan sebagai bentuk penyampaian informasi non-verbal yang menggambarkan kekacauan dalam pikiran Gen Z. Pada bagian Chorus saat lirik "*Say to me we're the lost generation...*" dinyanyikan, dominasi *kick drum* yang agresif berfungsi menyimbolkan "urgensi" dan kecepatan hidup yang memaksa Gen Z untuk terus berlari. Sesuai pandangan Sihabuddin et al. (2023: 58), elemen ritmis ini bukan sekadar ajakan menari, melainkan representasi fisik dari detak jantung kecemasan (*anxiety*) yang dialami penulis. Kontras emosional dibangun secara drastis pada bagian *Bridge* yang tadinya penuh hentakan berubah menjadi lebih atmosferik saat vokal Adelia masuk dengan teknik bernyanyi melodik pada lirik "*Pressure's high, but*

*I'm drowning low*". Perubahan tekstur musik ini memberikan ruang "bernapas" bagi audiens, menyimbolkan momen kontemplasi di tengah kekacauan pikiran. Hal ini juga sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi ekspresif dapat dilakukan melalui medium selain kata-kata, seperti nada atau *body language*, untuk menyampaikan pesan emosional yang mendalam (Harta & Jelantik, 2022: 47). "Wtlg" memenuhi fungsi sebagai "teman senasib". Aransemen *Pop House* berfungsi sebagai *mood booster*, sementara liriknya berfungsi sebagai jangkar emosi, menciptakan apa yang disebut sebagai "komunikasi rasa" yang efektif antara pencipta dan penikmatnya (Sihabuddin et al. 2023: 60). Musik *Pop House* dalam karya ini hadir sebagai medium katarsis, memberikan ruang bagi pendengar untuk melepaskan kecemasan mereka, sesuai dengan fungsi komunikasi ekspresif untuk memberikan pengaruh dan mencari makna dari perasaan audiens melalui umpan balik rasa yang sama (Harta & Jelantik, 2022: 49).

Sebagai bentuk komunikasi non-verbal yang melengkapi audio, *cover art* lagu "Wtlg" dirancang menggunakan pendekatan semiotika visual untuk memvisualisasikan kondisi psikologis Generasi Z. Analisis visual ini terbagi menjadi dua aspek utama: psikologi warna dan simbolisme objek. Mulai dari warna kuning dan untuk menyimbolkan "peringatan" (*caution*) dan warna biru yang menyimbolkan "melankolia". Tata letak barang-barang yang tidak rapi dalam *cover art* adalah metafora visual dari isi kepala seorang Gen Z yang sedang mengalami krisis identitas dan kekusutan kabel menyimbolkan rumitnya jalan hidup dan banyaknya pilihan yang justru membelenggu (Robbins & Wilner, 2001).



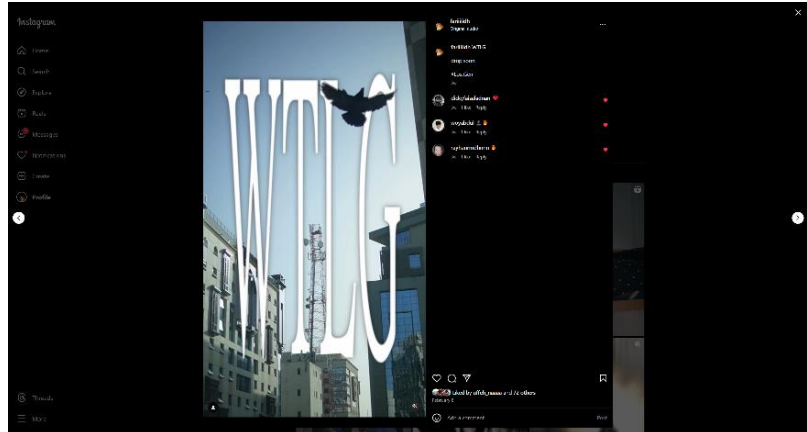
Gambar 2.22 Cover Art lagu "Wtlg"

a. Unsur Musik

- 1) Melodi dan Harmoni: Penggunaan synthesizer dengan bunyi yang *plucky* (pendek dan tajam) merepresentasikan dinamika emosi yang fluktuatif. Jika Ramadhani & Chairil (2025: 9538) menemukan bahwa musik ballad pada album Hindia membangun suasana kontemplatif, maka harmoni upbeat pada "Wtlg" menawarkan antitesis sebuah sikap optimis yang realistis yaitu tetap berharap hasil baik namun secara sadar menghadapi kenyataan yang sulit. Aransemen ini mengomunikasikan pesan bahwa di tengah krisis (lirik yang sedih), kehidupan harus tetap berjalan dinamis (musik yang semangat).
- 2) Tempo dan Ritme: Lagu ini menggunakan tempo 128 BPM dengan ketukan *Pop House* yang dominan. Berdasarkan teori komunikasi musik, elemen ritmis ini bukan sekadar pilihan estetika genre, melainkan pesan komunikasi non-verbal yang menyimbolkan "urgensi" dan "kekacauan" dalam pikiran Gen Z. Sihabuddin et al. (2023: 58) menekankan bahwa musik dapat mempengaruhi pendengar secara psikologis; beat yang cepat dan agresif dalam "Wtlg" dikreasikan untuk menstimulasi semangat bertahan hidup, berbeda dengan pendekatan melankolis yang umumnya digunakan dalam lagu-lagu galau.
- 3) Lirik: Lirik dalam lagu ini tidak dianalisis sebagai puisi bisu, melainkan sebagai pesan yang "berbunyi" (*sounded message*). Mengacu pada penelitian mengenai album Hindia, lirik lagu yang mengangkat tema kegagalan dan ketidakpastian masa depan berfungsi sebagai ruang resepsi bagi audiens untuk merasa terwakili (Ramadhani & Chairil, 2025: 9536).

b. Media Pendukung

- 1) Poster digital/*cover art* dari lagu ini yang menampilkan visual estetis dan diunggah ke berbagai media sosial.
- 2) *Audio snippet* yang menampilkan beberapa bagian dari lagu untuk *platform streaming digital* yang dirancang sebagai *teaser* menarik.



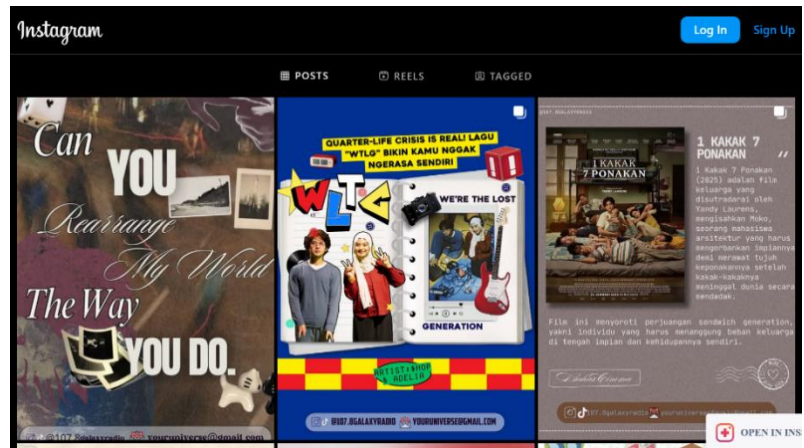
Gambar 2.23 Unggahan Teaser/Audio Snippet

“Wtlg” di Instagram

- 3) Kerja sama dengan media lokal yaitu KWB Space dan Galaxy Radio untuk melakukan *press release* sekaligus promosi pada lagu ini dengan membuat konten yang berisikan sedikit pembahasan dari lagu “Wtlg” di feeds Instagram mereka.



Gambar 2.24 Press Release dan promosi yang diunggah di akun Instagram KWB Space



Gambar 2.25 Promosi lagu “Wtlg” yang diunggah di akun Instagram Galaxy Radio

- 4) Membuat video *Live Session* untuk lagu ini dan diunggah di kanal Youtube Ikonisia TV sebagai bentuk promosi yang menarik. Cuplikan video *Live Session* ini pun disebarluaskan ke media sosial Instagram sehingga jangkauan audiens juga dapat semakin meluas.



Gambar 2.26 Thumbnail Video Live Session di Ikonisia TV

## 2.1.4 Analisis SWOT

### a. Strengths (Kekuatan)

- 1) Tema Relevan: Lagu ini mengangkat isu *Quarter-Life Crisis* yang secara teoritis merupakan fase krusial bagi individu usia 20-an, tervalidasi oleh lirik spesifik seperti "*We're okay, we're on the same page*", menjadikan lagu ini memiliki kedekatan emosional yang kuat dengan target audiens usia muda yang mengalami kebingungan identitas dan perasaan terjebak (Robbins & Wilner, 2001: 7). Kekuatan utama karya ini terletak pada kemampuannya memvalidasi perasaan tersebut menjadi sebuah produk budaya populer.
- 2) *Production Software*: Pemanfaatan *Digital Audio Workstation* (DAW) FL Studio 21 yang sederhana sehingga memungkinkan eksplorasi suara tanpa batas meskipun dengan sumber daya terbatas. Hal ini sejalan dengan Sonyria, Tolan, & Amasanan (2024) yang menyatakan bahwa FL Studio memberikan kemampuan bagi musisi untuk menciptakan karya inovatif dan berkualitas tinggi melalui fitur VST yang cukup lengkap.
- 3) Efektifitas Komunikasi Lirik: Penggunaan lirik yang menggabungkan unsur emosional dan humoris (satir) menjadi kekuatan komunikasi verbal. Seperti pada baris "*Di Ringroad I do the dash*". Hal ini menciptakan identitas karya yang distingtif, pendengar lokal merasa terhubung secara geografis (Jalan "*Ringroad*") sementara pendengar umum juga menangkap pesan "terburu-buru" (*dash*) yang dimaksud. Sesuai Teori Komunikasi Ekspresif, lirik ini berhasil menjalankan fungsi "mengungkapkan perasaan sesuai tema" dan membangun *mutual understanding* dengan audiens agar pesan yang berat dapat diterima dengan lebih ringan (Harta & Jelantik, 2022: 45).

4) Struktur Musik: Kombinasi beat *Pop House* (128 BPM), melodi synthesizer yang *plucky* dan pembagian peran vokal yang kontras antara bagian Rap (*\$hop*) yang lugas tetapi humoris dengan bagian vokal Adelia yang melodik dan lembut, mencegah kebosanan audiens (monoton) sepanjang durasi 4 menit. menciptakan stimulasi psikologis. Hal ini didukung oleh temuan Sihabuddin et al. (2023: 58) bahwa elemen musik ritmis memiliki kekuatan non-verbal untuk memengaruhi suasana hati pendengar secara langsung, menjadikan lagu ini efektif sebagai *mood booster*.

b. Weakness (Kelemahan)

- 1) Keterbatasan Teknis: Proses produksi yang dilakukan secara Home Recording memiliki keterbatasan dalam hal akustik ruang dan kualitas pre-amp dibandingkan studio profesional. Hal ini berdampak pada kejernihan vokal yang kurang mencapai standar industri audiophile seperti yang dijelaskan dalam standar produksi musik digital profesional (Zam Zami, 2010), sehingga memerlukan upaya ekstra pada tahap *mixing*.
- 2) Pemasaran: Sebagai musisi independen, strategi pemasaran masih terbatas dibandingkan mayoritas label musik. Tantangan ini berkaitan dengan ekosistem industri musik global di mana visibilitas karya sangat bergantung pada algoritma dan strategi promosi berbayar yang masif (*IMS Business Report, 2024*).

c. Opportunities (Peluang)

- 1) Pola Konsumsi Gen Z: Terdapat peluang pasar yang besar berdasarkan data *Edison Research* (2024), yang mencatat bahwa 86% Gen Z mendengarkan musik secara spesifik untuk memperbaiki suasana hati (*mood regulation*). Lagu "Wtlg" yang bergenre *Pop House* (*uplifting*) sangat cocok untuk mengisi ceruk kebutuhan pasar ini.
- 2) Resepsi Audiens: Tren audiens saat ini cenderung mencari karya yang merepresentasikan kondisi psikologis mereka. Sebagaimana temuan pada kasus album Hindia, audiens memiliki kecenderungan kuat untuk mengonsumsi musik yang

mampu memvalidasi ketakutan mereka akan masa depan (Ramadhani & Chairil 2025: 9540), sehingga "Wtlg" memiliki potensi penerimaan yang tinggi.

- 3) Media Sosial: Hook “*We’re The Lost Generation...*” yang repetitif dan *catchy* memiliki karakteristik yang sangat sesuai untuk dijadikan sound latar konten video pendek (TikTok/Reels), khususnya untuk konten-konten "curhat" atau keluh kesah Gen Z yang sedang tren.

d. Threats (Ancaman)

- 1) Persaingan Ketat: Valuasi industri musik *dance* yang mencapai US\$ 11.8 Miliar (*IMS Business Report*, 2024) mengindikasikan pasar yang sangat kompetitif. ribuan lagu dirilis setiap hari, sehingga karya ini menghadapi ancaman tenggelam di tengah arus informasi jika tidak memiliki strategi promosi yang berkelanjutan.
- 2) Perubahan Tren: Preferensi audiens terhadap genre musik tertentu dapat berubah dengan cepat, mengurangi daya tarik lagu dalam jangka panjang.
- 3) Hak Cipta: Risiko dalam pengelolaan hak cipta jika proses distribusi atau kolaborasi tidak dikelola dengan baik.

## 2.2 PROSPEK KARYA

Proyek Lagu “*Wtlg*” memiliki prospek yang bisa dibilang menjanjikan, terutama dalam menjangkau audiens muda yang mengalami *quarter-life crisis*. Dengan *positioning* sebagai lagu motivasional dan emosional, karya ini memiliki potensi untuk:

- a. Membangun Komunitas: Lagu ini dapat menjadi medium bagi generasi muda untuk berbagi cerita dan pengalaman serupa melalui forum atau komunitas daring.
- b. Peningkatan Kesadaran: Memberikan wawasan tentang pentingnya dukungan emosional dan Kesehatan mental bagi generasi muda. Kampanye digital dapat dilakukan untuk memperkuat pesan ini.
- c. Ekspansi Kreatif: Karya ini dapat dikembangkan ke bentuk lain seperti video musik berdurasi penuh, pameran visual, atau bahkan menjadi bagian dari kampanye sosial yang lebih besar.

## **BAB III**

### **SIMPULAN DAN EVALUASI**

#### **3.1 SIMPULAN**

“*Wtlg*” adalah sebuah proyek komunikasi yang berbentuk lagu bergenre Pop House, yang mana keseluruhan proyek ini dikerjakan menggunakan *software* FL Studio 21. Lagu ini dirilis dengan tujuan mengangkat isu sosial yang sedang relevan saat ini, yaitu *quarter-life crisis* yang banyak dialami oleh Gen Z. Lagu ini berhasil diproduksi sebagai solusi kreatif dan medium alternatif untuk menyuarakan gagasan mengenai *quarter-Life Crisis*, evaluasi dari hasil proyek komunikasi ini menunjukkan bahwa lagu ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan dieksploitasi lebih lanjut dalam industri musik maupun sebagai media kampanye sosial. Dampak langsung dari karya ini adalah memberikan representasi bagi individu yang mengalami *quarter-life crisis*, sementara dampak tidak langsungnya adalah membuka ruang diskusi mengenai kesehatan mental dan tekanan hidup yang dialami generasi muda. Melalui media distribusi digital, karya ini memiliki peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu yang diangkat

##### **3.1.1 Keterbatasan Proyek**

Dalam pelaksanaan proyek ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan untuk pengembangan karya selanjutnya:

- a. Keterbatasan Metode
  - 1) Penelitian terhadap audiens masih terbatas, sehingga efektivitas pesan dalam lirik lagu masih dapat diperkuat dengan studi lebih mendalam.
- b. Keterbatasan Teknis
  - 1) Proses produksi dilakukan dengan sumber daya yang terbatas, terutama dalam hal peralatan rekaman dan teknik *mixing/mastering* yang masih dapat ditingkatkan.
  - 2) Waktu pengerjaan yang terbatas mengakibatkan beberapa aspek produksi tidak dieksplorasi secara lebih luas, seperti eksplorasi suara tambahan, sampling ataupun efek vokal yang lebih kompleks.

c. Keterbatasan Tema

- 1) Meskipun *quarter-life crisis* adalah isu yang relevan, cakupan tema dalam lagu ini masih dapat diperluas dengan memasukan sudut pandang yang lebih beragam seperti pengalaman individu dengan latar sosial yang berbeda.

### 3.1.2 Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat menjadi acuan bagi pengembangan proyek ini maupun untuk penciptaan karya serupa di masa mendatang:

a. Penguatan Penelitian Audiens

- 1) Sebelum menciptakan karya, sebaiknya dilakukan riset yang lebih mendalam mengenai target audiens agar pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan memiliki ikatan emosional yang lebih kuat.

b. Peningkatan Kualitas Produksi

- 1) Penggunaan teknik produksi yang lebih profesional dan efektif, seperti eksplorasi *sound design* yang mungkin dapat dijadikan sample instrumen sehingga meningkatkan kualitas dan keunikan lagu.
- 2) Memanfaatkan studio rekaman yang lebih profesional, dan fasilitas yang lebih baik untuk menghasilkan vokal yang lebih jernih dan *mixing* yang lebih seimbang.

c. Ekspansi dan Kolaborasi

- 1) Kolaborasi dengan musisi, *content creator*, atau komunitas yang bergerak dalam isu kesehatan mental yang dapat meningkatkan daya jangkau dan dampak sosial dari karya ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- AllMusic. (2023). *House Music Genre Overview*. Retrieved from <https://www.allmusic.com/style/house-ma0000002651/albums>
- Edison Research. (2024). *The Gen Z Audio Report 2024*. Edison Research. <https://www.edisonresearch.com>.
- Emanuel, A. D. P. (2013). *Pembuatan Musik Hip-Hop pada Software Fruity Loops Studio 10*. Skripsi, Jurusan Sendratasik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan
- Harta, R., & Jelantik, S. K. (2022) *Komunikasi Ekspresif Konten Dharma Wacana Pada Media Youtube*. *COMMUNICARE*, 3(1), 42-50.
- Hernata Karsten, Y. Y. (2021). *Producing Music Dalam Pembuatan Lagu I Just Wanna See The Light*. Kerja Praktik, Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi, Universitas Dinamika.
- IMS Ibiza. (2024). *IMS Business Report 2024: Global Dance Music Industry Valuation*. International Music Summit.
- Jonathan, D. I. P., Prasetyo, G. E., & Darmayuda, I. K. (2023). *Proses Pembuatan Lagu Indah Pulau Dewata untuk Konten YouTube Channel Bali TV*. *Melodious: Journal of Music*. Retrieved from <http://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/melodious>.
- Khalifa, W. [Wiz Khalifa] (2010). *Black & Yellow* [Single Cover Art]. Rostrum Records.
- Music Gateway. (2023). *FL Studio Review: Why It's the Best DAW for Music Production*. Retrieved from <https://www.musicgateway.com/blog/music-production/fruity-loops-an-fl-studio-review>.
- Nasution, Z. D., & Kusnawi. (2014). *Pembuatan Cinematic Music Melalui Pengolahan Digital Menggunakan FL Studio 11*. STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Priyo Ananda, A. (2014). *Pembuatan Lagu Karaoke Berformat MIDI Menggunakan FL Studio 9*. Naskah Publikasi, Jurusan Sistem Informasi, STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Puspita Sari, M.A. (2021). *Quarter Life Crisis Pada Kaum Millennial*. Publikasi Ilmiah, Jurusan Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ramadhani, R. A., & Chairil, A. M. (2025). *Musik dan Representasi Quarter Life Crisis: Resepsi Audiens terhadap Album "Menari dengan Bayangan" Karya Hindia*. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 9534-9541.
- Robbins, A., & Wilner, A. (2001). *Quarterlife Crisis: The Unique Challenges of Life In Your Twenties*. Tarcher Penguin.
- Rosyiddin, A. A. I., & Afandi, N. A. (2022). *Quarter-life crisis in Generation Z Adults*. Student of Islamic Psychology Study Program. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. IAIN Kediri
- Sihabuddin, S., Itasari, A. A., Herawati, D. M., & Aji, H. K. (2023). *Komunikasi Musik: Hubungan*

*Erat Antara Komunikasi dengan Musik.. Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media, 12(1), 55-62..*

Sonyria, K. M., Tolan, S. S., & Amasanan, Y. D. (2024). *Pemanfaatan Aplikasi FL Studio sebagai Media untuk Membuat Instrument Musik pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Musik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Jurnal Citra Pendidikan (JCP). Retrieved from <http://jurnalilmiahcitrabakti.ac.id/jil/index.php/jcp/index>.*

WOY (2024, 27 Desember). *WOY & LuminiX - Yang Ku Butuh (Official Lyrics Video) [Video]. YouTube. [https://youtu.be/\_ryzuErf\_RI]*

Yellowbrick. (2023). *The Best 80s Pop Music Hits. Retrieved from <https://www.yellowbrick.co/blog/music/the-best-80s-pop-music-hits>.*

Zam Zami, A. (2010). *Pembuatan Lagu Indie Menggunakan Fruityloops Studio. Naskah Publikasi, Jurusan Sistem Informasi, STMIK AMIKOM Yogyakarta.*