

***Soundscape* dalam Kajian Ilmu Komunikasi: Relevansi Berdasarkan Tinjauan Pustaka**

¹Hasan Ali Murtadha, ²Prima M. Agustini, ³Septiawan K. Santana

^{1,2}Program S2 Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta

³ Universitas Islam Bandung, Bandung

E-mail: ¹hasanalimurtadha@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini merupakan bagian dari tinjauan literatur yang mengkaji konsep *soundscape* dalam perspektif Ilmu Komunikasi. Fokus utama tulisan ini adalah mengidentifikasi relevansi *soundscape* sebagai elemen strategis dalam praktik komunikasi massa, baik dalam konteks teoritis maupun aplikatif. Dengan menggunakan pendekatan kajian pustaka, artikel ini memetakan perkembangan konsep *soundscape* mulai dari kajian awal dalam ekologi akustik hingga perannya dalam menciptakan pengalaman komunikasi yang imersif di era media modern. Temuan dalam kajian ini menunjukkan bahwa *soundscape* tidak hanya berfungsi sebagai latar auditori, melainkan sebagai medium komunikasi yang mampu menyampaikan pesan, membentuk identitas, dan membangun keterlibatan emosional audiens. Lebih jauh, artikel ini menegaskan bahwa *soundscape* memiliki relevansi tinggi dalam berbagai ranah komunikasi massa seperti penyiaran, film, iklan, hingga kampanye sosial. Dengan demikian, integrasi *soundscape* dalam strategi komunikasi tidak hanya memperkaya penyampaian pesan, tetapi juga meningkatkan kualitas pengalaman audiens secara keseluruhan. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan penelitian lanjutan dan menjadi referensi awal bagi akademisi maupun praktisi komunikasi yang tertarik mendalami dimensi auditori dalam studi media.

Kata kunci : *kajian_pustaka, komunikasi_massa, soundscape, strategi_komunikasi*

ABSTRACT

This article is part of a review of previous studies in writing a thesis that examines the concept of soundscape from a Communication Science perspective. The main focus of this article is to identify the relevance of soundscape as a strategic element in mass communication practices, both in theoretical and applied contexts. Using a literature review approach, this article maps the development of the soundscape concept from early studies in acoustic ecology to its role in creating immersive communication experiences in the modern media era. The findings in this study indicate that soundscape does not only function as an auditory background, but also as a communication medium that is able to convey messages, shape identities, and build audience emotional involvement. Furthermore, this article emphasizes that soundscape has high relevance in various areas of mass communication such as broadcasting, film, advertising, and social campaigns. Thus, the integration of soundscape in communication strategies not only enriches message delivery but also improves the quality of the audience's overall experience. This article is expected to provide theoretical contributions to the development of further research and become an initial reference for academics and communication practitioners who are interested in exploring the auditory dimension in media studies.

Keyword : *communication_strategy, literature_review, mass_communication, soundscape,*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu komunikasi di era kontemporer tidak lagi terbatas pada studi tentang pesan, media, dan audiens dalam pengertian konvensional. Seiring dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya kesadaran akan dimensi multisensorik dalam komunikasi, dimensi auditori mulai mendapatkan perhatian yang semakin besar. Salah satu konsep yang relevan dalam memahami dimensi auditori ini adalah *soundscape* atau lanskap suara, yang awalnya berkembang dalam kajian ekologi akustik dan desain lingkungan auditori. *Soundscape* mengacu pada lanskap akustik yang terbentuk oleh kombinasi suara alami, buatan manusia, dan elemen akustik lainnya yang membentuk pengalaman mendengar seseorang dalam suatu ruang atau tempat (Schafer, 1977).

Meski demikian, dalam khazanah ilmu komunikasi, pembahasan mengenai *soundscape* relatif masih terbatas. Selama ini, fokus kajian komunikasi cenderung lebih terarah pada visualitas, teks, dan simbol dalam komunikasi massa maupun komunikasi interpersonal. Padahal, suara memiliki kekuatan komunikatif yang tidak kalah signifikan dibandingkan dengan pesan visual (SUMBER). Suara mampu membentuk makna, menciptakan atmosfer, bahkan menjadi penanda identitas budaya dalam komunitas tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memeriksa sejauh mana *soundscape* dapat dipahami dan dimanfaatkan dalam konteks komunikasi, baik sebagai medium penyampaian pesan maupun sebagai

bagian dari praktik komunikasi yang lebih luas.

Melalui tinjauan pustaka ini, artikel bertujuan untuk memetakan relevansi *soundscape* dalam kajian ilmu komunikasi dengan mengkaji berbagai literatur lintas disiplin. Dengan pendekatan ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana lanskap suara dapat berperan dalam proses komunikasi lingkungan, komunikasi budaya, hingga produksi media massa yang berbasis audio maupun audio-visual. Selain itu, tinjauan ini juga dimaksudkan untuk mengidentifikasi ruang-ruang pengembangan penelitian di masa mendatang yang dapat memperkuat posisi *soundscape* dalam peta keilmuan komunikasi.

Dengan demikian, pembahasan dalam artikel ini tidak hanya bersifat deskriptif mengenai konsep *soundscape*, tetapi juga menawarkan sintesis yang kritis terkait kontribusinya dalam pengembangan studi komunikasi. Kontribusi ini diharapkan dapat membuka cakrawala baru bagi para peneliti, praktisi komunikasi, maupun pembuat kebijakan yang berkepentingan terhadap isu-isu komunikasi berbasis lingkungan, budaya, dan teknologi media.

Dalam era komunikasi multisensorik, kajian tentang lanskap suara atau *soundscape* semakin mendapatkan tempat yang signifikan dalam berbagai disiplin ilmu. Meskipun selama ini *soundscape* lebih banyak dibahas dalam konteks ekologi akustik, arsitektur, desain suara, atau pariwisata berkelanjutan, perkembangan studi komunikasi membuka ruang bagi perspektif yang

lebih luas terhadap pengalaman auditori manusia dalam lanskap sosial-budaya. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi relevansi *soundscape* dalam kajian ilmu komunikasi melalui tinjauan pustaka dari berbagai sumber interdisipliner, untuk memetakan sejauh mana suara dapat berfungsi sebagai medium komunikasi massa, komunikasi lingkungan, maupun komunikasi budaya.

Tujuan Penulisan

1. Mengkaji konsep dasar *soundscape* dan asal-usul teorinya.
2. Menelaah perkembangan studi *soundscape* dalam konteks komunikasi.
3. Memetakan relevansi *soundscape* dalam berbagai ranah komunikasi, seperti komunikasi lingkungan, komunikasi budaya, hingga media dan komunikasi visual-audio.
4. Menyusun sintesis dari berbagai literatur untuk memperkuat posisi *soundscape* sebagai perangkat analisis dalam ilmu komunikasi

beberapa konsep utama yang berasal dari lintas disiplin, yaitu teori ekologi akustik, teori semiotika komunikasi, serta konsep komunikasi multisensorik.

1. Teori Ekologi Akustik (*Acoustic Ecology Theory*).

Teori ekologi akustik yang dipelopori oleh R. Murray Schafer menjadi pijakan awal dalam memahami *soundscape*. Schafer (1977) dalam *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World* menekankan bahwa lanskap suara mencerminkan keseimbangan ekologi suatu lingkungan. Suara tidak hanya dipandang sebagai elemen auditori, tetapi juga sebagai cerminan dinamika sosial, budaya, dan ekologis masyarakat. Perspektif ini memungkinkan kajian *soundscape* untuk dibawa ke dalam konteks komunikasi lingkungan, di mana suara berfungsi sebagai indikator perubahan ekologi sekaligus media penyadaran publik terhadap isu-isu keberlanjutan.

2. Teori Semiotika Komunikasi

Pendekatan semiotika, terutama yang dikembangkan oleh Roland Barthes dan Charles Sanders Peirce, memandang bahwa suara dalam *soundscape* dapat dimaknai sebagai tanda atau simbol yang mengandung pesan tertentu. Dalam komunikasi, tanda auditori

2. LANDASAN TEORI

Dalam upaya memahami *soundscape* dalam kerangka ilmu komunikasi, diperlukan landasan teoretis yang memadai guna menjelaskan hubungan antara elemen auditori, pesan, dan audiens dalam proses komunikasi. Kerangka teori dalam penelitian ini akan memadukan

seperti dentang lonceng gereja atau sirine darurat, memiliki konvensi makna yang dipahami bersama oleh komunitas tertentu. Dengan demikian, *soundscape* dapat dianalisis melalui kacamata semiotik untuk memahami bagaimana makna dibentuk, dikodekan, dan diinterpretasikan oleh audiens dalam konteks sosial-budaya mereka.

3. **Konsep Komunikasi Multisensorik**

Komunikasi multisensorik menekankan pentingnya integrasi berbagai indra dalam proses penyampaian pesan. Dalam konteks ini, suara tidak berdiri sendiri tetapi berinteraksi dengan elemen visual, taktil, bahkan kinestetik, guna menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih kaya dan mendalam. Teori ini sangat relevan untuk memahami bagaimana *soundscape* dapat meningkatkan keterlibatan audiens, khususnya dalam media imersif seperti VR, *immersive audio*, atau dalam kampanye komunikasi berbasis pengalaman. Integrasi ini memungkinkan pesan tidak hanya diterima secara kognitif, tetapi juga diresapi secara emosional dan sensorik.

4. **Teori Komunikasi Lingkungan dan Budaya.**

Teori komunikasi lingkungan menyoroti bagaimana pesan tentang keberlanjutan dan kesadaran ekologis disampaikan melalui berbagai medium, termasuk suara. Sementara itu, komunikasi budaya melihat bagaimana praktik dan identitas budaya dipertahankan serta dikomunikasikan melalui simbol, ritual, dan tentu saja, lanskap suara yang khas. Melalui perspektif ini, *soundscape* dapat dipahami sebagai medium komunikasi budaya yang menyampaikan narasi tentang sejarah, nilai, dan identitas suatu komunitas.

Mengacu pada keempat kerangka tersebut, penelitian ini memposisikan *soundscape* sebagai konstruksi komunikasi yang memiliki dimensi ekologis, semiotik, multisensorik, serta kultural. Kerangka ini membantu menjelaskan bahwa *soundscape* bukan sekadar fenomena auditori, melainkan sebuah medium komunikasi yang kaya makna dan memiliki kekuatan untuk memediasi hubungan manusia dengan lingkungannya, membangun identitas kolektif, serta menyampaikan pesan sosial-budaya secara efektif. Dengan pemetaan teoretis ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi tidak hanya pada pengembangan teori komunikasi berbasis audio, tetapi juga pada praktik komunikasi lingkungan, budaya, dan media yang lebih inklusif dan imersif

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan pustaka (literature review) sebagai strategi utamanya. Tinjauan pustaka dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memetakan konsep *soundscape* dalam kerangka ilmu komunikasi berdasarkan kajian literatur yang relevan dan terkini. Metode ini memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis temuan-temuan dari berbagai sumber ilmiah guna memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana *soundscape* diposisikan dalam studi komunikasi.

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena *soundscape* dalam komunikasi secara sistematis dan komprehensif melalui analisis konsep, teori, serta hasil-hasil penelitian terdahulu. Deskriptif-kualitatif dipilih karena sesuai untuk menggali makna, perspektif, dan penafsiran mendalam dari berbagai sumber pustaka yang dianalisis.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penelusuran literatur sekunder dari berbagai sumber ilmiah yang kredibel, antara lain:

1. Buku-buku teori komunikasi, ekologi akustik, dan kajian budaya.
2. Artikel jurnal nasional dan internasional terindeks Scopus, Sinta, atau setara.
3. Prosiding konferensi akademik yang relevan.
4. Publikasi daring dari lembaga resmi atau badan riset.
5. Dokumen dan laporan penelitian sebelumnya yang membahas *soundscape*, komunikasi lingkungan, komunikasi budaya, dan media berbasis audio.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kata kunci seperti: *soundscape*, *acoustic ecology*, *sound in communication*, *environmental communication*, *cultural soundscape*, *sound-based media*, dan *multisensory communication*. Penelusuran dilakukan melalui basis data seperti Google Scholar, Scopus, ResearchGate, serta portal jurnal nasional seperti Garuda dan Sinta.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi. Proses ini merupakan seleksi literatur yang relevan dan memenuhi kriteria inklusi, yaitu membahas tentang *soundscape* dalam kaitannya dengan komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Kategorisasi. Pengelompokan literatur berdasarkan tema-tema utama, yaitu: teori dasar

soundscape, *soundscape* dalam komunikasi lingkungan, *soundscape* dalam komunikasi budaya, serta integrasi *soundscape* dalam media massa.

3. Sintesis Temuan. Analisis dan merangkum temuan dari setiap kategori untuk kemudian disusun menjadi narasi yang utuh dan sistematis.
4. Identifikasi Gap Penelitian: Menelaah keterbatasan dalam literatur yang ada untuk menemukan celah atau kekosongan riset yang dapat menjadi peluang pengembangan kajian lebih lanjut.

4. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Untuk memastikan kualitas dan relevansi literatur yang digunakan, penelitian ini menetapkan kriteria sebagai berikut:

Inklusi. Publikasi ilmiah yang membahas *soundscape* dalam konteks komunikasi, baik teoritis maupun aplikatif. Sumber yang diterbitkan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir (2014–2024), untuk memastikan relevansi dan keterkinian data. Literatur yang tersedia dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris.

Eksklusi. Sumber yang tidak melalui proses *peer-review* atau tidak berasal dari penerbit akademik yang kredibel. Publikasi yang hanya membahas aspek teknis suara tanpa keterkaitan dengan komunikasi.

5. Validitas Data

Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi sumber melalui:

1. Perbandingan temuan dari berbagai jurnal dan buku untuk memastikan konsistensi informasi.
2. Menggunakan referensi dari pakar atau peneliti yang memiliki rekam jejak di bidang komunikasi, ekologi akustik, atau kajian budaya.
3. Peninjauan ulang terhadap sumber literatur sebelum proses analisis akhir guna menghindari bias interpretasi.

Dengan metodologi ini, diharapkan artikel dapat memberikan kontribusi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dalam memetakan relevansi *soundscape* dalam ilmu komunikasi. Selain itu, metode ini juga memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi kekosongan kajian yang dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan di masa mendatang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian mengenai lanskap suara atau *soundscape* pertama kali dipopulerkan oleh R. Murray Schafer melalui konsep *acoustic ecology*, yang menyoroti bagaimana lingkungan akustik memengaruhi perilaku manusia serta hubungan mereka dengan ruang sekitar. Dalam perkembangannya, *soundscape* tidak hanya dipandang sebagai kajian lingkungan, tetapi juga sebagai bagian

integral dari pengalaman kultural dan sosial masyarakat. Suara-suara yang hadir dalam keseharian kita, baik yang berasal dari alam maupun aktivitas manusia, membentuk persepsi kolektif terhadap suatu ruang dan bahkan menjadi identitas akustik dari komunitas tertentu.

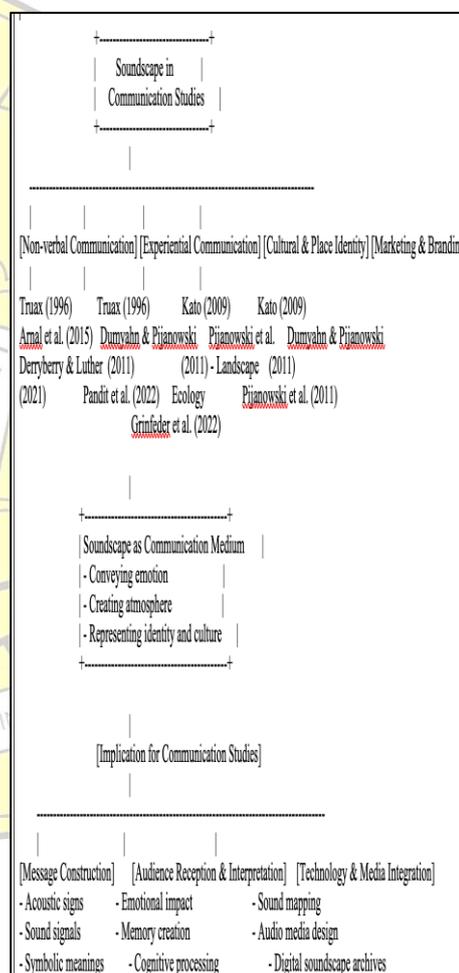
Jika kata kunci *soundscape* diketikkan pada google scholar, diperoleh data sekitar 82.100 hasil (0,11 dtk), demikian dilanjutkan dengan memilih dan memilah relevansi setiap data berdasarkan relevansi dengan penelitian ini. Pengetikan kata kunci *Soundscape AND communication* memperoleh sekitar 44.600 hasil (0,10 dtk). Namun, yang benar-benar relevan adalah beberapa data sebagai berikut:

1. Truax, B. (1996). Truax menjelaskan konsep acoustic communication, bagaimana lingkungan sonik berfungsi sebagai sistem komunikasi alami. Ini sangat relevan dengan karena menunjukkan bahwa soundscape itu bukan sekadar latar suara, tapi medium komunikasi yang dapat menyampaikan pesan-pesan ekologis dan emosional secara non-verbal. Oleh karena itu, artikel ini membantu memperkuat argumen bahwa kajian komunikasi harus memasukkan dimensi suara sebagai bagian dari studi komunikasi lingkungan.
2. Derryberry & Luther (2021) membahas acoustic communication dalam soundscape urban, serta apa yang sudah diketahui dan yang masih menjadi gap penelitian. Referensi ini berguna untuk membandingkan konsep soundscape natural (geopark) dengan soundscape buatan (urban), sekaligus memperlihatkan tantangan komunikasi suara dalam konteks yang lebih luas.
3. Arnal et al. (2015) menemukan bahwa teriakan manusia menempati niche khusus dalam soundscape komunikasi, yang menunjukkan bahwa suara tertentu memiliki peran istimewa dalam menarik perhatian. Temuan ini dapat memperkaya diskusi tentang hierarki komunikasi dalam soundscape dan bagaimana pesan tertentu (alamiah vs. antropogenik) diterima oleh pendengar, terutama dalam konteks mengurangi polusi suara dan membiarkan suara alam lebih dominan dalam experience wisatawan.
4. Kato, K. (2009) membahas hubungan antara soundscape, lanskap budaya, dan konektivitas. Sangat relevan untuk menguatkan argumentasi tentang bagaimana soundscape bukan hanya aspek alam, tetapi juga bagian dari identitas budaya destinasi, mendukung *destination branding* dalam konteks geopark.
5. Dumyahn & Pijanowski (2011) berfokus pada soundscape conservation secara ekologi dan lanskap. Artikel ini memberikan fondasi kuat bagi dalam menempatkan soundscape

sebagai bagian dari upaya konservasi, bukan hanya sebagai pengalaman turistik, tetapi juga bagian dari komunikasi keberlanjutan (environmental communication).

6. Pandit, Bridge, & Ross (2022) menjelaskan bagaimana perubahan kondisi lingkungan memengaruhi komunikasi individu dan komposisi soundscape secara keseluruhan. Artikel ini relevan untuk menunjukkan bagaimana aktivitas manusia dan perubahan ekologis di destinasi wisata seperti geopark dapat memengaruhi soundscape, sehingga penting untuk dikelola dengan kesadaran komunikasi lingkungan.
7. Pijanowski et al. (2011) merupakan Salah satu artikel foundational dalam *soundscape ecology*. Dia memperkuat fondasi teoretis bahwa soundscape adalah dimensi penting dari lanskap ekologi dan harus diperlakukan sebagai medium komunikasi yang kompleks antara manusia dan alam.
8. Grinfeder et al. (2022) membahas definisi fungsional soundscape dalam ekologi. Artikel ini membantu mendefinisikan dengan presisi istilah "*soundscape*" dan memberikan dasar konseptual untuk menghubungkan soundscape dengan kerangka ilmu komunikasi.
9. Pijanowski et al. (2011) mengenai Landscape Ecology

memberikan pengantar menyeluruh tentang apa itu soundscape ecology dan mengapa penting. Ini juga mendukung argumentasi bahwa kajian soundscape seharusnya diperkaya dengan pendekatan komunikasi, bukan hanya perspektif ekologi teknis.



Gambar 1 Peta Konsep (menggunakan AI/pgsql)

Berdasarkan peta konsep tersebut, dapat diringkaskan bahwa soundscape adalah fenomena yang dapat dianalisis dari berbagai

perspektif komunikasi, diantaranya adalah

1. *Non-verbal Communication*: Soundscape sebagai bentuk komunikasi tanpa kata.
2. *Experiential Communication*: Soundscape membangun pengalaman imersif yang memengaruhi emosi dan persepsi.
3. *Cultural and Place Identity*: Soundscape menciptakan identitas budaya dan rasa tempat (*sense of place*).
4. *Marketing and Branding*: Soundscape digunakan dalam strategi komunikasi merek, branding destinasi, dan promosi.

Diketahui, bahwa *soundscape as communication medium*, bukan hanya latar, tapi juga pesan aktif. Oleh karena itu, implikasinya untuk Studi Komunikasi, mencakup pembahasan mengenai:

1. Bagaimana pesan dibentuk melalui *soundscape*.
2. Bagaimana audiens memproses pesan suara.
3. Bagaimana teknologi mendukung produksi & distribusi *soundscape* dalam media.

Ilmu Komunikasi sebagai disiplin yang mempelajari proses penyampaian pesan, media, dan efek komunikasi, telah mengalami perluasan ranah kajian seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang makin kompleks. Jika sebelumnya komunikasi lebih banyak dimaknai melalui medium visual dan tekstual, kini komunikasi

multisensorik mulai mendapat tempat yang signifikan. *Soundscape* menjadi salah satu elemen yang potensial untuk dianalisis lebih dalam, terutama karena kemampuannya membangun suasana, menyampaikan pesan implisit, serta memediasi hubungan manusia dengan lingkungannya. Namun demikian, pembahasan mengenai *soundscape* dalam perspektif ilmu komunikasi masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian tentang *soundscape* lebih berfokus pada aspek teknis, seperti mitigasi kebisingan atau penciptaan suasana dalam arsitektur ruang. Padahal, jika dikaji dari sudut pandang komunikasi, *soundscape* dapat diposisikan sebagai media pesan yang sarat makna dan mampu memengaruhi konstruksi sosial audiens.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuka ruang diskusi tentang hubungan antara *soundscape* dengan aspek komunikasi. Misalnya, penelitian dalam bidang komunikasi lingkungan telah memanfaatkan *soundscape* untuk meningkatkan kesadaran publik tentang degradasi ekologi melalui representasi auditori perubahan lanskap alam. Kajian semacam ini menunjukkan bahwa suara dapat menjadi media kampanye lingkungan yang efektif, karena sifatnya yang mampu membangkitkan emosi dan membangun kedekatan dengan alam.

Dalam konteks komunikasi budaya, *soundscape* dipahami sebagai bagian dari warisan budaya takbenda (*intangible cultural heritage*). Suara khas suatu daerah, seperti bunyi gamelan di Jawa atau dengungan aktivitas pasar tradisional, tidak hanya

merepresentasikan identitas budaya tetapi juga menjadi narasi auditori yang memperkuat ikatan komunitas.

Sementara itu, dalam ranah media, integrasi *soundscape* telah dimanfaatkan dalam produksi film, radio, podcast, hingga pengalaman media berbasis teknologi imersif seperti virtual reality (VR). Elemen auditori yang kaya ini mampu menciptakan realitas semu yang memperkuat penyampaian pesan, memperdalam keterlibatan audiens, dan memperkaya narasi media.

Namun, tinjauan atas literatur yang ada juga menunjukkan bahwa kajian mengenai *soundscape* dalam komunikasi belum sepenuhnya menyentuh aspek teoretis yang mendalam. Banyak riset yang bersifat aplikatif dan deskriptif, namun masih kurang dalam hal konstruksi kerangka teori yang solid dalam disiplin ilmu komunikasi itu sendiri.

Melihat perkembangan dan kesenjangan kajian yang ada, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan kontribusi teoretis sekaligus praktis dalam pengembangan studi komunikasi berbasis auditori. Penelitian ini berupaya untuk menyusun pemetaan yang lebih sistematis mengenai posisi *soundscape* dalam lanskap ilmu komunikasi, dengan merujuk pada tinjauan pustaka yang mencakup ekologi akustik, komunikasi lingkungan, komunikasi budaya, serta media berbasis suara.

Urgensi lain dari penelitian ini terletak pada meningkatnya relevansi komunikasi berbasis suara di era

digital saat ini. Dengan semakin populernya media seperti podcast, *immersive audio*, hingga kampanye berbasis *soundscape*, pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana lanskap suara dapat memediasi pesan menjadi kebutuhan yang mendesak bagi para akademisi dan praktisi komunikasi.

Selain itu, artikel ini juga diharapkan dapat membuka ruang bagi pengembangan riset lanjut, khususnya dalam konteks Indonesia yang kaya akan keberagaman lanskap suara. Dengan demikian, *soundscape* tidak hanya dipahami sebagai unsur pendukung, tetapi sebagai bagian integral dalam proses komunikasi yang mampu membentuk makna, membangun identitas, serta mempengaruhi perilaku audiens secara lebih mendalam.

***Soundscape* dalam Perspektif Komunikasi**

Dalam kerangka Ilmu Komunikasi, *soundscape* dapat dipahami bukan sekadar kumpulan suara yang membentuk lingkungan auditori, melainkan juga sebagai konstruksi pesan yang memiliki kekuatan komunikatif. Sebagai sebuah lanskap akustik, *soundscape* menciptakan konteks bagi interaksi manusia, memediasi makna, serta mempengaruhi persepsi audiens terhadap ruang sosial, budaya, maupun lingkungan tempat mereka berada.

Komunikasi, pada hakikatnya, adalah proses pertukaran makna yang melibatkan berbagai elemen pesan, medium, dan audiens. Selama ini, dominasi medium visual dalam

komunikasi massa seringkali menempatkan aspek auditori pada posisi sekunder. Padahal, suara memiliki karakteristik unik sebagai saluran komunikasi, yaitu mampu menembus batasan ruang visual dan menghadirkan pengalaman yang bersifat imersif. Melalui *soundscape*, pesan-pesan yang bersifat simbolik maupun afektif dapat disampaikan secara efektif tanpa bergantung pada representasi visual. Dalam konteks komunikasi budaya, *soundscape* berperan penting dalam membangun dan memelihara identitas kolektif. Setiap komunitas memiliki lanskap suara yang khas, yang terbentuk oleh aktivitas sehari-hari, praktik tradisional, hingga ritus-ritus budaya yang terdengar dalam ruang hidup mereka. Suara gamelan di Yogyakarta, seruan azan di kota-kota Muslim, atau gemuruh ombak di kawasan pesisir, semuanya membentuk narasi auditori yang menjadi bagian dari memori kolektif masyarakat. *Soundscape* dalam hal ini bukan sekadar latar bunyi, melainkan juga media komunikasi budaya yang menyampaikan pesan tentang identitas, nilai, dan sejarah suatu komunitas.

Dalam ranah komunikasi lingkungan, *soundscape* dapat menjadi indikator kondisi ekologi sekaligus alat untuk membangun kesadaran publik terhadap perubahan lingkungan. Lanskap suara alam, seperti kicauan burung atau gemericik air sungai, mencerminkan keberlangsungan ekosistem yang sehat. Sebaliknya, dominasi suara mesin atau kebisingan urban menjadi pertanda degradasi lingkungan. Dengan memanfaatkan *soundscape*, kampanye komunikasi lingkungan

dapat lebih efektif dalam membangun keterikatan emosional audiens terhadap isu-isu ekologi, karena suara mampu membangkitkan respons afektif yang kuat.

Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi modern seperti *immersive audio*, realitas virtual (VR), dan podcast telah membuka ruang baru bagi eksplorasi *soundscape* dalam praktik komunikasi massa. Melalui teknologi tersebut, produsen media dapat menciptakan pengalaman mendengar yang lebih kaya dan mendalam, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami secara kognitif tetapi juga dirasakan secara emosional. Hal ini menunjukkan bahwa *soundscape* tidak lagi sekadar pelengkap, tetapi telah menjadi elemen strategis dalam desain pesan komunikasi yang efektif.

Dengan demikian, *soundscape* dalam perspektif komunikasi tidak hanya menawarkan pendekatan baru dalam memahami hubungan antara manusia, pesan, dan lingkungan, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan model komunikasi yang lebih inklusif dan multisensorik. Kajian ini menegaskan bahwa lanskap suara harus diposisikan sebagai bagian integral dalam analisis proses komunikasi, baik dalam ranah teoritis maupun praktis.

Research Gap: Suatu Analisis Peluang Kajian Konsep *Soundscape*

Berdasarkan hasil penelusuran pustaka, *soundscape* secara umum banyak dikaji dalam ranah ekologi akustik dan desain lingkungan. Studi-studi tersebut, seperti yang dikembangkan oleh Schafer (1977)

dan dilanjutkan oleh sejumlah peneliti ekologi urban, menekankan pentingnya lanskap suara sebagai indikator kesehatan lingkungan serta media untuk meningkatkan kesadaran ekologis. Suara-suara alami seperti kicauan burung, deru air terjun, atau desir angin dalam kawasan konservasi menjadi penanda vitalitas ekosistem dan bagian dari pengalaman auditori yang mendalam bagi manusia.

Selain itu, dalam kajian budaya, *soundscape* juga mulai mendapatkan perhatian sebagai bagian dari warisan budaya takbenda (*intangible cultural heritage*). Penelitian oleh Smith (2017) menunjukkan bahwa lanskap suara tradisional, seperti bunyi alat musik khas daerah atau suara pasar tradisional, mampu memperkuat identitas komunitas sekaligus merekam narasi budaya yang dinamis. *Soundscape* dalam konteks ini berperan bukan hanya sebagai latar, tetapi juga sebagai pembentuk memori kolektif masyarakat.

Dalam ranah media dan teknologi komunikasi, pemanfaatan *soundscape* semakin berkembang seiring dengan kemajuan media berbasis audio seperti podcast, radio naratif, dan media imersif berbasis teknologi VR. Penelitian oleh Blesser dan Salter (2007) mengenai *aural architecture* menggarisbawahi bahwa desain auditori yang baik dapat menciptakan *sense of place* dalam ruang virtual maupun fisik, sehingga meningkatkan keterlibatan audiens secara emosional dan kognitif.

Namun demikian, dari berbagai studi yang dianalisis, tampak bahwa fokus kajian-kajian tersebut masih

cenderung tersekat dalam batas-batas disiplin masing-masing. Interkoneksi antara *soundscape* dengan teori komunikasi secara eksplisit masih relatif minim. Mayoritas studi lebih menyoroti aspek deskriptif atau aplikatif, seperti bagaimana *soundscape* digunakan untuk tujuan desain ruang atau konservasi, tanpa mengaitkan secara mendalam dengan model-model komunikasi seperti proses encoding-decoding pesan, framing, atau teori efek komunikasi.

Dari analisis literatur yang telah dilakukan, terdapat beberapa kekosongan riset (*research gap*) yang dapat diidentifikasi:

1. Minimnya integrasi teori komunikasi. Meskipun *soundscape* banyak dibahas dalam ekologi akustik dan studi budaya, kajian yang secara eksplisit mengaitkan *soundscape* dengan teori komunikasi — seperti semiotika komunikasi, konstruksi makna, dan model komunikasi interaktif — masih sangat terbatas. Hal ini membuka ruang untuk pengembangan model komunikasi berbasis auditori yang lebih sistematis.
2. Kurangnya pendekatan multisensorik dalam analisis *soundscape*. Sebagian besar studi tentang *soundscape* masih berfokus pada pengalaman auditori semata, tanpa mempertimbangkan interaksi dengan indera lainnya dalam konteks komunikasi multisensorik. Padahal, dalam komunikasi modern,

keterlibatan multisensorik terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan keterhubungan emosional audiens.

3. Keterbatasan konteks lokal (Indonesia dan global selatan). Studi tentang *soundscape* dalam konteks Indonesia maupun negara-negara Global Selatan masih sangat terbatas. Padahal, keberagaman budaya dan lanskap suara di kawasan ini menawarkan kekayaan data yang sangat potensial untuk dijelajahi, baik dalam konteks komunikasi budaya, pariwisata berkelanjutan, maupun kampanye lingkungan.
4. Kurangnya eksplorasi *soundscape* sebagai strategi komunikasi lingkungan dan budaya. Sebagian besar penggunaan *soundscape* dalam komunikasi lingkungan dan budaya bersifat pasif atau hanya sebagai pelengkap. Penelitian yang menempatkan *soundscape* secara strategis sebagai pesan utama dalam kampanye lingkungan atau pelestarian budaya masih jarang dilakukan.

Dengan mengidentifikasi gap-gap ini, artikel ini tidak hanya memperkaya wacana teoretis tentang *soundscape* dalam ilmu komunikasi, tetapi juga membuka jalan bagi penelitian lanjutan yang lebih terintegrasi dan aplikatif. Ke depan, kajian tentang *soundscape* dapat dikembangkan dalam bentuk model komunikasi berbasis suara yang holistik, yang menggabungkan pendekatan ekologis, budaya,

teknologi, serta aspek kognitif dan afektif audiens secara seimbang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *soundscape* memiliki relevansi yang sangat signifikan dalam kajian ilmu komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi lingkungan, komunikasi non-verbal, serta komunikasi pengalaman (*experiential communication*). *Soundscape* tidak hanya berfungsi sebagai latar pendukung dalam interaksi manusia, tetapi juga sebagai medium penyampai pesan ekologis yang kuat. Melalui pengalaman inderawi pendengaran, *soundscape* mampu membangun kesadaran lingkungan, membentuk persepsi tempat (*sense of place*), dan memediasi hubungan emosional antara manusia dan alam.

Lebih jauh, literatur menunjukkan bahwa *soundscape* berperan dalam membangun identitas suatu destinasi, yang kemudian dapat dikemas dalam strategi komunikasi pemasaran atau destination branding berbasis pengalaman alamiah. Dalam perspektif komunikasi lingkungan, *soundscape* juga dipandang sebagai pesan non-verbal yang secara efektif menyampaikan urgensi pelestarian ekosistem tanpa harus bergantung pada pesan-pesan verbal yang eksplisit.

Namun demikian, kajian tentang *soundscape* dalam ilmu komunikasi masih relatif terbatas dan cenderung terfokus pada aspek teknis atau estetika suara, tanpa menggali secara mendalam peran komunikatifnya

dalam konteks pembangunan kesadaran dan advokasi lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya ruang pengembangan riset lebih lanjut dalam kerangka interdisipliner antara komunikasi, ekologi, dan pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai *soundscape* perlu diperluas dalam kajian komunikasi, terutama dengan mengintegrasikan perspektif ekologi, pariwisata berkelanjutan, dan branding destinasi untuk memperkaya pemahaman tentang peran komunikasi inderawi dalam membangun kesadaran lingkungan.
2. Peneliti dan praktisi komunikasi diharapkan dapat memanfaatkan *soundscape* sebagai alat komunikasi non-verbal yang efektif dalam kampanye kesadaran lingkungan, baik dalam konteks konservasi maupun edukasi publik.
3. Destinasi wisata alam, seperti geopark atau kawasan konservasi, disarankan untuk mengintegrasikan *soundscape* alami dalam strategi branding mereka guna menciptakan pengalaman wisata yang lebih imersif dan mendalam.
4. Pemanfaatan teknologi seperti *sound mapping* dan rekaman audio berkualitas tinggi perlu didorong untuk mendokumentasikan kekayaan

soundscape dan memanfaatkannya dalam media komunikasi digital yang menarik.

Dengan demikian, *soundscape* dapat diposisikan secara lebih strategis dalam kerangka komunikasi lingkungan dan kontribusinya terhadap keberlanjutan dapat semakin ditingkatkan baik dalam ranah akademik maupun praktik komunikasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnal, L. H., Flinker, A., Kleinschmidt, A., Giraud, A. L., & Poeppel, D. (2015). Human screams occupy a privileged niche in the communication soundscape. *Current biology*, 25(15), 2051-2056.
- Blessner, B., & Salter, L.-R. (2007). *Spaces Speak, Are You Listening? Experiencing Aural Architecture*. MIT Press
- Derryberry, E. P., & Luther, D. (2021). What is known—and not known—about acoustic communication in an urban soundscape. *Integrative and Comparative Biology*, 61(5), 1783-1794.
- Dumyahn, S. L., & Pijanowski, B. C. (2011). Soundscape conservation. *Landscape ecology*, 26, 1327-1344.
- Farina, A. (2014). *Soundscape Ecology: Principles, Patterns, Methods and Applications*. Springer.

- Grinfeder, E., Lorenzi, C., Hauptert, S., & Sueur, J. (2022). What do we mean by “soundscape”? A functional description. *Frontiers in Ecology and Evolution*, 10, 894232.
- Krause, B. L., Napoletano, B. M., ... & Pieretti, N. (2011). Soundscape ecology: the science of sound in the landscape. *BioScience*, 61(3), 203-216.
- Kang, J. (2007). *Urban Sound Environment*. CRC Press.
- Pijanowski, B. C., Farina, A., Gage, S. H., Dumyahn, S. L., & Krause, B. L. (2011). What is soundscape ecology? An introduction and overview of an emerging new science. *Landscape ecology*, 26, 1213-1232.
- Kang, J., & Schulte-Fortkamp, B. (2016). *Soundscape and the Built Environment*. CRC Press.
- Pijanowski, B. C., et al. (2011). Soundscape ecology: The science of sound in the landscape. *BioScience*, 61(3), 203-216.
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Cities*, 22(5), 331-340.
- Rodaway, P. (1994). *Sensuous Geographies: Body, Sense and Place*. Routledge.
- Kato, K. (2009). Soundscape, cultural landscape and connectivity. *Sites: a journal of social anthropology and cultural studies*, 6(2), 80-91.
- Schafer, R. M. (1977). *The Tuning of the World*. Knopf.
- Krause, B. (2012). *The Great Animal Orchestra: Finding the Origins of Music in the World's Wild Places*. Little, Brown.
- Truax, B. (1996). Soundscape, acoustic communication and environmental sound composition. *Contemporary music review*, 15(1-2), 49-65.
- Miller, N. P. (2008). US National Parks and management of park soundscapes: A review. *Applied Acoustics*, 69(2), 77-92.
- Pandit, M. M., Bridge, E. S., & Ross, J. D. (2022). Environmental conditions lead to shifts in individual communication, which can cause cascading effects on soundscape composition. *Ecology and Evolution*, 12(10), e9359.
- Pijanowski, B. C., Villanueva-Rivera, L. J., Dumyahn, S. L., Farina, A.,