



REPRESENTASI BUDAYA POPULER DALAM LAGU RELIGI OPICK RAMADHAN TIBA VERSI DJ REMIX

Rafli Argireza Akbar¹, Isro Nur Siti Khotidjah², Davina Oktiara Wardana³,
Bima Dwi Kurnia⁴ dan Noviana Safira⁵

Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya^{1,2,3,4,5}
rafliargirezaakbar@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini membahas representasi budaya populer lagu religi Opick Ramadhan Tiba versi DJ remix dan budaya populer me-remix lagu termasuk lagu pop religi milik Opick tersebut. Dalam hal ini, objek penelitiannya adalah video konten yang menggunakan lagu religi milik Opick “Ramadhan Tiba” versi DJ Remix dari berbagai media sosial seperti Youtube, TikTok dan Instagram. Dalam konten video itu juga menyelipkan *footage* ilustrasi kebiasaan-kebiasaan unik umat Islam di Indonesia dalam menyambut Bulan Ramadhan, seperti kegiatan keliling membangunkan sahur, bermain petasan, dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis teks di sosial media yang didukung dengan teori budaya populer dan representasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lagu religi Opick Ramadhan tiba telah berubah fungsi setelah versi yang di-remix.

Kata kunci: Lagu Religi, DJ Remix, Budaya Populer, Opick

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, kebudayaan-kebudayaan berbeda yang saling berhubungan satu sama lain mengalami pencampuran dan perubahan. Budaya muncul ketika suatu perilaku manusia marak terjadi dan menjadi suatu kebiasaan. Di era sekarang, dengan adanya sosial media yang terus berkembang membebaskan bagi setiap orang untuk mengekspresikan kegemaran mereka. Bagi sebagian orang, musik menjadi bagian dari mereka. Musik yang mereka dengarkan memiliki fungsi yang tidak sama. Semakin berjalannya perkembangan teknologi membuat kreativitas seseorang untuk berinovasi dengan lagu yang ada. Budaya populer remix lagu menjadi salah satu contoh budaya yang kini kian menjamur di tengah masyarakat Indonesia.



Lagu-lagu seperti lagu pop, lagu jazz hingga lagu dangdut banyak dijadikan untuk bahan remix. Tak hanya itu, budaya pop remix lagu pada bulan Ramadhan ini banyak yang merambah ke lagu religi. Salah satunya yakni lagu milik Opick bertajuk Ramadhan Tiba yang telah banyak dibuat versi DJ remix-nya.

Selain itu, lirik dalam lagu juga dapat mempengaruhi identitas genre musik. Dalam genre musik pop, lirik sering kali sederhana dan mudah dimengerti, sedangkan dalam genre musik hip-hop, lirik cenderung berfokus pada kata-kata yang mengekspresikan pesan politik atau sosial. Pada akhirnya, genre musik merupakan cara yang berguna untuk membantu pendengar mengidentifikasi dan membedakan berbagai jenis musik. Meskipun beberapa lagu dapat memiliki unsur-unsur dari beberapa genre yang berbeda, genre musik masih memiliki peran penting dalam menciptakan kesamaan dalam industri musik dan membantu pendengar menemukan musik yang sesuai dengan selera mereka. Musik diciptakan sebagai tuntutan masyarakat, yang menggambarkan keadaan suatu zaman. Dengan demikian musik dan proses terciptanya musik juga ditentukan oleh pengaruh politik, sosial, ekonomi dan teknologi di Indonesia . Selain itu, dalam beberapa kasus, musik tradisional atau religi dapat dipadukan dengan musik modern dan populer untuk menciptakan alunan musik yang lebih menarik dan sesuai dengan selera masyarakat, seperti genre musik koplo remix yang menggabungkan unsur musik tradisional Jawa dengan musik modern.

Lagu merupakan seni yang diciptakan dengan menggunakan bunyi sebagai medianya. Sedangkan remix merupakan sebuah musik yang komposisinya sebagian besar berasal dari dari lagu artis lain yang diubah atau dibuat ulang oleh seorang produser sesuai dengan ciri khas dari produser tersebut. Secara garis besar lagu remix merupakan bentuk alternatif dari sebuah lagu. Lagu tersebut diubah ke genre yang berbeda tetapi tetap dalam satu rangkaian nada dan ditambahkan unsur elektronik ke dalam musik tersebut. Ciri-ciri dari lagu remix sendiri adalah kental dengan unsur



EDM (Electronic Dance Music) dengan tempo yang bersemangat dan memasukkan banyak unsur musik serta efek suara ke dalamnya (Asprizal, Resita, and Aminudin 2022).

Lagu dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada masyarakat. Selain itu, lagu juga dapat digunakan sebagai bentuk media komunikasi massa yang dapat mempengaruhi perilaku dan pandangan masyarakat terhadap suatu isu atau topik tertentu. Oleh karena itu, lagu dapat menjadi bagian dari media massa yang berperan penting dalam membentuk opini dan pandangan masyarakat terhadap suatu isu atau topik tertentu .

Menurut Sumarno, lagu religi memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakan dengan lagu lainnya. Lagu-lagu religi memiliki tema yang mengandung ajaran-ajaran agama, dan biasanya berbentuk paduan vokal dan berisikan pujaan-pujaan. Lagu religi berisi nasehat- nasihat keagamaan dan biasanya muncul pada momen-momen tertentu seperti hari besar keagamaan seperti Ramadhan. Dalam syairnya berisi ajakan untuk lebih dekat dengan Tuhan. Selain itu lagu religi biasanya dibawakan dengan suara dan nada yang mendayu untuk menggambarkan syair-syair pada lagu tersebut (Riyanti 2019).

Lagu religi Ramadhan Tiba yang dinyanyikan oleh Opick bercerita tentang menyambut bulan suci Ramadhan dengan sukacita dan bahagia. Lagu religi Opick Ramadhan Tiba berisikan pesan pesan dakwah yang berisikan ajakan serta nasihat-nasihat untuk menjalankan ibadah puasa. Lagu ini juga mengajarkan umat Islam untuk menahan diri selama berpuasa, mulai dari mata, telinga, lidah, dan juga hati. Lirik lagu ini juga menyampaikan pesan untuk memperbanyak ibadah dan amal kebaikan selama bulan Ramadhan, serta memohon ampunan dan ridha Allah SWT (Indriyana 2021). Lagu ini dibawakan dengan suara yang mendayu dengan paduan vokal pada beberapa



bagian. Lagu ini dibawakan dengan suasana menenangkan.

Remix merupakan proses mengolah ulang lagu atau musik yang sudah ada dengan memberi efek-efek musik digital, sehingga mengubah beberapa aspek dari lagu tersebut, seperti nada, tempo, hingga struktur musik. Hasil setelah lagu di-remix biasanya terdengar berbeda dari versi aslinya. DJ atau *disc jockey* kebanyakan mengkreasikan album lagu remix yang berisi campuran lagu dengan ciri khas teknik mereka sendiri dalam mengolah musik digital. Sementara itu, genre musik DJ Remix merupakan genre musik elektronik yang dihasilkan dari lagu yang di-remix atau yang telah diolah ulang dengan ditambahkan efek-efek musik digital (Asprizal et al. 2022).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut maka lagu religi remix merupakan sebuah lagu religi yang diolah kembali dan diubah ke genre yang berbeda dengan menambahkan unsur EDM, perubahan tempo, dan efek suara. Lagu Ramadhan Tiba karya Opick merupakan salah satu lagu religi yang banyak di remix contohnya adalah yang dilakukan oleh channel Youtube DJ Opus yang mengubah lagu Ramadhan Tiba menjadi DJ Ramadhan Tiba remix.



**Gambar 1. Tangkapan Layar Lagu DJ Ramadhan Tiba Oleh DJ Opus di
Sumber: YouTube**

Lagu-lagu yang diciptakan oleh Opick memang dikenal dengan lagu yang sangat *iconic* bagi pendengarnya. Begitu juga dengan salah satu lagunya yang berjudul “Ramadhan Tiba” yang tentu saja menjadi ciri khas tersendiri dari nada musik maupun makna lagu yang tersirat di dalam lagu milik Opick tersebut. Lagu ini menjadi sangat populer dan menjadi *anthem* sebelum ataupun sedang dalam bulan puasa Ramadhan. Lirik lagu ini sederhana dan mudah dihafal, sehingga banyak orang yang menyukai dan menghafalnya. Lagu ini juga menjadi salah satu lagu religi yang paling banyak didengarkan dan ditonton di media sosial, dengan jumlah tontonan yang mencapai jutaan kali. Dalam album "Cahaya Hati" yang dirilis pada tahun 2008, lagu "Ramadhan Tiba" menjadi salah satu lagu religi populer yang dinyanyikan oleh Opick. Sang penyanyi lagu religi ini tentu juga selalu menambahkan pesan yang mendalam pada lagu yang diciptakannya (Setyawan 2013). Meskipun lagu yang berjudul “Ramadhan Tiba” ini sudah terbit begitu lamanya, akan tetapi makna dan ciri khas dalam lagu ini membuat setiap generasi tetap setia mendengarkan lagunya hingga sekarang.



Lagu “Ramadhan Tiba” ini memiliki makna sebagai bentuk kegembiraan umat muslim dalam menyambut bulan Ramadhan. Tak hanya itu, lagu “Ramadhan Tiba” juga mengandung makna agar kita menahan diri dan nafsu selama berpuasa. Dibuktikan dengan lirik pada lirik "dalam bersahur ada pahala, dalam berbuka alangkah indah, menahan diri menahan lidah, menjaga hati menjaga mata" (Sayyidatus Syarifah 2023). Opick mengingatkan umat muslim bahwa segala sesuatu yang dikerjakan di bulan puasa ini menyimpan pahala yang besar (Fina Mastura 2022). Selain menahan lapar dan dahaga, kita juga harus menjaga lisan agar tidak mengatakan hal yang tidak baik serta menjaga amarah pada bulan yang suci ini. Kemudian pada lirik "banyakkan amal hari-harinya, pahala datang berlipat ganda, berlomba-lomba untuk ibadah, dunia bahagia surga nantinya" memiliki makna bahwa kita sebagai umat muslim harus berlomba-lomba untuk memperbanyak amalan di bulan Ramadhan. Karena setiap amalan apa pun yang dikerjakan di bulan yang penuh berkah ini akan dilipat gandakan pahalanya (Safitri, Dr. Syamsul Hidayat, and Drs. Zaenal Abidin 2013).

Seiring perkembangan teknologi dan media yang begitu cepat menyebar. Bersamaan dengan adanya globalisasi, penyebaran dan perkembangan suatu budaya tak terkecuali lagu juga sangat berdampak dengan mudahnya menyebar ke segala penjuru dunia. Di Indonesia sendiri perubahan perilaku dalam menikmati lagu di tengah masyarakat cenderung menjadikan musik sebagai hiburan. Pada dasarnya lagu biasanya digunakan sebagai media penyampai pesan. Dengan berbagai genre musik seperti, jazz, RnB, hardcore, pop, dan sebagainya. Lagu pop religi hadir sekitar tahun 1970 an yang juga menghadirkan penyanyi- penyanyi religi seperti, Rhoma Irama, Nasida Ria, Bimbo, dan lainnya. Pada masa itu musik pop religi tidak mendapat respon yang cukup bagus dari kalangan penikmat musik di Indonesia. Lagu religi merupakan lagu hiburan yang mendekatkan kita dengan sang pencipta. Lagu religi merupakan cara



dakwah yang dapat mencakup segala lapisan masyarakat (Istiqomalia, Al-, and Surabaya 2022). Selain itu, lagu religi juga merupakan sarana menyebarkan agama. Pada sebuah lagu religi berisi makna yang biasanya memberikan nasehat atau pengingat untuk kita agar selalu ingat kepada tuhan.

Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2004 muncul band Gigi dengan mengeluarkan album religi dengan judul “Raihlah Kemenangan” yang menarik perhatian masyarakat. Band Gigi yang sebelumnya memang terkenal sebagai band yang membawakan lagu-lagu dengan tema cinta, pada bulan Ramadhan berubah haluan dengan mengeluarkan lagu dengan lirik dakwah yang kemudian dikenal sebagai lagu pop religi. Tak hanya itu, pada tahun 2004 juga, Opick membawakan lagu Tombo Ati yang mampu membawakan suasana segar di kalangan masyarakat. Kemunculan lagu pop religi yang jika dilihat lebih luas lagi dalam sistem ekonomi kapitalisme sekarang lebih dominan. Bagi masyarakat yang berada dalam sistem kapitalisme, sebuah karya seperti lagu pop religi tidak hanya dapat dipandang sebagai sebuah bentuk ekspresi artistik saja namun dapat dilihat sebagai produk yang dapat menghasilkan keuntungan. Banyaknya bentuk kesenian jaman sekarang sudah dapat dikatakan menjadi salah satu bentuk kebudayaan yang disebut sebagai budaya pop (Ahmad Yusuf Prasetiawan and Safitri 2020). Produk budaya massa atau yang biasa disebut budaya pop akan ditujukan kepada khalayak massa, suatu bentuk masyarakat yang menjadi konsumen yang pasif dan mudah dikendalikan melalui guyuran propaganda yang akan mengikuti apa pun keinginan produsen.

Pergeseran perilaku masyarakat yang awalnya kurang tertarik kepada lagu pop religi sampai pada akhirnya lagu pop religi ini menjadi *booming*, menarik perhatian, dan semakin digemari masyarakat sehingga menjadi fenomena tersendiri dalam masyarakat. Dengan adanya era musik digital yang memudahkan masyarakat dalam mendengarkan lagu di mana pun dan kapan pun. Di berbagai platform media baru yang



ada, dapat diketahui lebih banyak musik maupun lagu yang sedang tren. Walaupun dalam pemakaian musik menggunakan gaya pop, akan tetapi isi lirik dalam lagu tersebut berhubungan erat dengan ajaran, pandangan, konsep, serta simbol-simbol kebaikan (Ahmad Yusuf Prasetiawan and Safitri 2020). Setelah itu banyak muncul musisi atau penyanyi baru bahkan band yang membuat album lagu-lagu islami. Lagu religi Opick Ramadhan Tiba versi DJ remix dapat disebut sebagai budaya populer karena lagu tersebut dikenal dan digemari oleh banyak orang, terutama pada saat bulan Ramadhan. Lagu ini juga mudah ditemukan di berbagai platform musik seperti YouTube, SoundCloud, dan Spotify, serta sering diputar di acara-acara tertentu seperti acara buka puasa bersama. Selain itu, lagu ini juga menggabungkan unsur-unsur musik tradisional dengan musik modern, sehingga dapat menarik perhatian berbagai kalangan masyarakat. Penelitian ini sebagai upaya untuk memenuhi tugas mata kuliah Kajian Media dan Budaya dengan tema “Religion and Pop Culture” dengan melakukan penelitian tentang lagu religi Opick Ramadhan Tiba hingga perubahan fungsinya dari lagu religius menjadi lagu populer setelah dijadikan lagu religi versi remix dan representasinya di berbagai media sosial, seperti Youtube, Tiktok, dan Reels Instagram sebagai bagian dari media budaya populer.

Menurut Stuart Hall dalam bukunya, representasi adalah proses di mana arti atau makna diproduksi melalui bahasa dan dipertukarkan oleh anggota masyarakat dalam budaya mereka. Representasi juga dapat berarti sebagai suatu tindakan yang menghadirkan atau merepresentasikan sesuatu lewat tanda atau simbol. Representasi sendiri merupakan salah satu cara untuk memproduksi makna dari konsep yang ada di pikiran kita melalui bahasa. Proses produksi makna tersebut dimungkinkan dengan hadirnya sistem representasi yang terdiri dari dua komponen penting, yakni konsep dalam pikiran dan bahasa (Hall 1997).



Budaya populer adalah budaya yang dikenal dan digemari kebanyakan masyarakat pada umumnya, relevan dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang, serta mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. KBBI mendefinisikan budaya populer sebagai budaya yang dikenal dan digemari kebanyakan masyarakat pada umumnya, relevan dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang, serta mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Budaya populer bersifat massa yang dinikmati, disukai dan diterima oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa memandang umur, gender, status sosial dan lain-lain. Teori budaya populer atau yang biasa disebut dengan budaya pop merupakan suatu kebudayaan yang lahir dari adanya keterkaitan dengan media (Abdul Wazib 2020). Artinya, melalui suatu media itu bisa memproduksi sebuah budaya yang kemudian akan dikonsumsi oleh khalayak dan kemudian dijadikan sebuah bentuk kebudayaan. Populer dalam konteks ini tentu saja tidak lepas dari perilaku konsumsi media massa yang mana khalayak bertindak sebagai konsumen. Media memiliki peran sebagai penyalur informasi yang mempopulerkan sebuah produk budaya. Akibatnya, apa pun yang hadir di media akan diterima oleh khalayak sebagai suatu nilai atau budaya yang bahkan dapat dijadikan kiblat oleh khalayak itu sendiri. Budaya populer memiliki keterkaitan dengan budaya massa. Budaya massa sendiri ialah budaya populer yang dilahirkan dari teknik-teknik industrial produksi massa yang kemudian dipasarkan untuk tujuan mendapat keuntungan dari khalayak sebagai konsumen massa. Budaya massa ini bisa berkembang diakibatkan oleh kemudahan-kemudahan reproduksi yang ditawarkan oleh teknologi contohnya, percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya.

Representasi budaya populer dalam lagu religi Ramadhan Tiba versi DJ remix dapat dilihat dari penggunaan musik yang populer dan familiar di kalangan masyarakat, kemudian diubah dengan aransemen yang lebih modern dan disesuaikan dengan selera pasar. Lagu remix religi sering kali menjadi populer dan banyak didengarkan oleh



masyarakat karena memiliki irama yang enak didengar dan mudah diingat, sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam menghafal lagu-lagu religi. Selain itu, lagu remix religi juga sering digunakan sebagai lagu yang menjadi latar belakang atau backsound konten video di media sosial.

Dengan demikian, hal ini merupakan salah satu bentuk percampuran budaya pop dan religi yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikannya fokus penelitian pada kali ini. Penelitian ini sebagai upaya untuk meneliti tujuan dan fungsi dibuatnya lagu religi itu sendiri, hingga perubahan fungsinya setelah dijadikan lagu religi versi remix di media sosial, seperti YouTube, Tiktok, dan Reels Instagram. Penelitian ini berfokus pada bagaimana budaya populer direpresentasikan dalam lagu religi saat ini yang marak dibuat versi “DJ Remix”-nya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis teks. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan studi literatur. Objek penelitian ini adalah konten-konten pada platform media sosial, seperti YouTube Shorts, TikTok, dan Reels Instagram yang berisi lagu atau *sound* Ramadhan Tiba versi DJ Remix dan sejenisnya. Peneliti mengambil beberapa contoh konten video di media sosial yang menggunakan *sound* Ramadhan Tiba versi DJ Remix, lalu menganalisis konten-konten itu untuk menemukan representasi dan maknanya serta untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya populer direpresentasikan dalam lagu religi Opick Ramadhan Tiba?
2. Bagaimana efek tren budaya me-remix lagu dalam menggeser fungsi lagu religi?
3. Bagaimana maksud dari konten video tersebut?



4. Apakah konten video itu berkaitan dengan *sound* yang digunakan?
5. Apakah sesuai dengan penggunaan lagu religi walaupun setelah di-remix?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi budaya populer dalam lagu religi Opick “Ramadhan Tiba” versi DJ Remix dapat ditinjau dari bagaimana budaya populer me-remix lagu yang semakin digandrungi masyarakat dapat berpengaruh pada pergeseran fungsi atau penggunaan sebuah lagu, tak terkecuali lagu religi. Lagu religi yang awalnya untuk sarana mengingat tuhan atau untuk hal yang religius (seperti lagu Ramadhan Tiba untuk menyambut bulan Ramadhan) dapat bergeser fungsi menjadi lagu populer dan sekadar untuk hiburan. Terkadang penggunaannya bisa jauh berbeda dan tidak berkaitan, karena unsur lagu religi yang tradisional telah diaransemen ulang menjadi lagu populer yang bergenre DJ Remix. Hal ini cukup terlihat jauh perbedaannya, ketika lagu religi Opick Ramadhan Tiba yang versi aslinya dengan versi DJ remix yang dibuat oleh beberapa konten kreator lagu-lagu DJ remix hingga sound-nya digunakan untuk latar belakang musik konten video di media sosial seperti pada Youtube, Tiktok, dan Instagram.

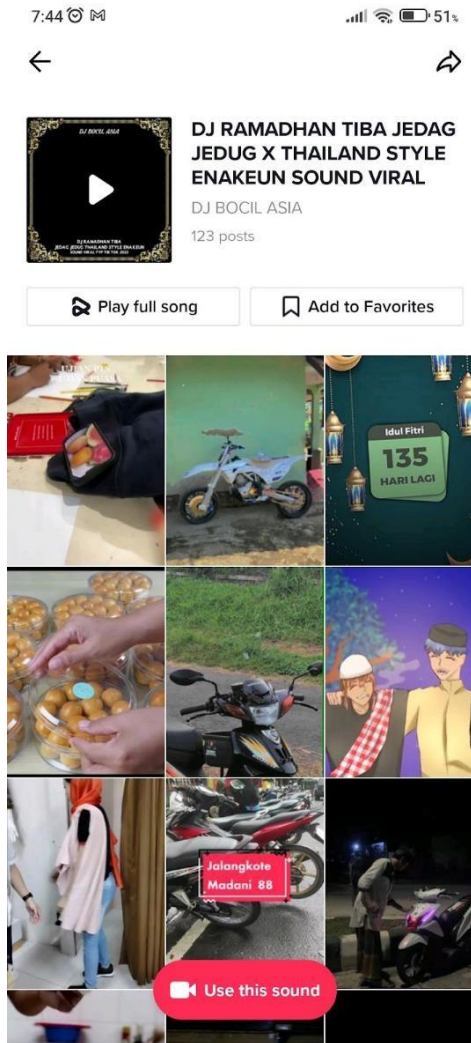
Walaupun terdapat beberapa orang yang lebih suka menggunakan lagu religi Opick “Ramadhan Tiba” versi aslinya untuk menyambut bulan Ramadhan, tetapi tidak sedikit juga yang menggunakan lagu religi Opick “Ramadhan Tiba” versi DJ Remix untuk menyambut bulan suci Ramadhan karena pembawaan lagu religi versi remix lebih asyik dan lebih menghibur untuk beberapa kalangan dengan penambahan iringan unsur DJ Remix. Dengan itu, tren menggunakan lagu religi Opick “Ramadhan Tiba” versi DJ Remix ini ada pada awalnya sebagai bentuk antusiasme masyarakat dalam menyambut bulan Ramadhan dan cenderung menyukai musik-musik bergenre DJ Remix atau Jedag Jedug dan lain sebagainya. Ini karena pada dasarnya dalam lagu religi



Opick “Ramadhan Tiba” mengandung pesan untuk mengajak masyarakat khususnya umat Islam untuk mempersiapkan diri dengan datangnya bulan Ramadhan. Oleh karena itu, tren ini ada setiap menjelang bulan Ramadhan untuk meramaikan euforia bulan suci dan hal-hal yang identik dengan bulan Ramadhan khususnya di Indonesia.

Tren Lagu Religi Ramadhan Tiba Versi DJ Remix

Tren lagu religi versi DJ versi remix, termasuk "Ramadhan Tiba" semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Remix ini sering diputar selama bulan Ramadhan dan menjadi populer di kalangan anak muda. Beberapa versi remix DJ populer dari "Ramadhan Tiba" antara lain versi DJ Opus, DJ Dora, dan DJ Takbiran. Remix ini dapat dijumpai di berbagai platform seperti YouTube, Spotify, Tiktok, Instagram dan situs web musik. Popularitas lagu religi remix ini menunjukkan bagaimana musik dapat digunakan untuk menjembatani kesenjangan antara budaya tradisional dan modern, dan bagaimana musik dapat menyatukan orang selama bulan suci Ramadhan.



**Gambar 2. Tampilan tren sound lagu religi Ramadhan Tiba Versi DJ Remix
Sumber: Tiktok**

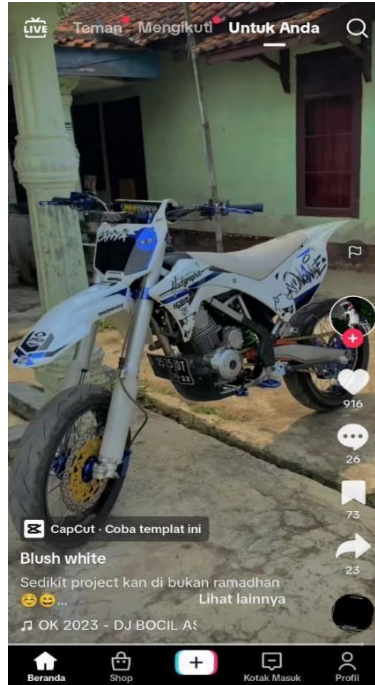
Berdasarkan hasil observasi di berbagai media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan YouTube. Peneliti menemukan tren konten video yang lagu religi Opick “Ramadhan Tiba” versi DJ Remix yang marak digunakan para pembuat konten di setiap mendekati atau menjelang bulan suci Ramadhan. Hal itu mereka lakukan sebagai bentuk antusias masyarakat dalam menyambut bulan Ramadhan. Dapat ditunjukkan dengan beberapa konten video di media sosial Tiktok yang menggunakan



sound yang berjudul DJ Ramadhan Tiba Versi DJ Remix dengan berbagai versi judul, seperti DJ Ramadhan Tiba Jedag Jedug X Thailand Style Enakeun Sound Viral, DJ Ramadhan Tiba By DJ Opus, hingga lagu parodinya DJ Ramadhan Tiba (Pura Pura Puasa).

Analisis Konten Video Dengan Sound DJ Ramadhan Tiba

Untuk mengetahui lebih dalam terkait representasi budaya populer, peneliti mencoba membandingkan beberapa konten video di media sosial yang menggunakan sound DJ Ramadhan Tiba. Analisis ini dipilih karena konten merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan dalam menyampaikan informasi di media sosial. Konten yang dimaksud yakni isi yang berupa sajian teks, gambar, musik maupun video yang menggabungkan unsur audio visual dalam penyampaian pesan dan informasinya. Pengolahan unsur-unsur inilah yang nantinya menjadi penentu maksud dari pesan yang disampaikan pengunggah konten kepada followers-nya maupun khalayak luas. Dari hasil analisis terhadap beberapa konten video di media sosial yang menggunakan sound DJ Ramadhan Tiba dan yang sejenisnya, peneliti menemukan 10 konten video untuk dianalisis.



Gambar 3. Konten Akun Tiktok Blush White

Pada media sosial Tiktok, pemilik akun @riscahyana21 atau Blush white menggunakan sound DJ Ramadhan Tiba milik Opick. Pada konten Tiktok dari akun itu memperlihatkan video sederhana dari sepeda motor KLX dengan beberapa paket berisi pernak pernik dari sepeda motor. Kemudian video tersebut menunjukkan body dari sepeda motor tersebut dari berbagai sisi terutama bagian bagian yang baru. Video berdurasi 33 detik tersebut menunjukkan before dan after dalam memodifikasi sepeda motor. Dalam video tersebut menggunakan caption “Sedikit project di bulan ramadhan” dan menggunakan beberapa hashtag seperti #SupermotoProject, #supermototiktok, #cinematicramadhan. Video tersebut menggunakan lagu dj ramadhan tiba jedag jedug x Thailand style milik akun @djbocilasiaremix. Video Tiktok ini memiliki 900 likes dan 23 komentar. Dalam kolom komentar lebih banyak

membahas body sepeda motor dan pertanyaan seputar modifikasi sepeda motor tidak terdapat bahasan terkait ramadhan seperti lagu yang digunakan. Berdasarkan caption serta konteks video pengunggah hanya ingin menunjukkan modifikasi motor yang dilakukan pada bulan Ramadhan.



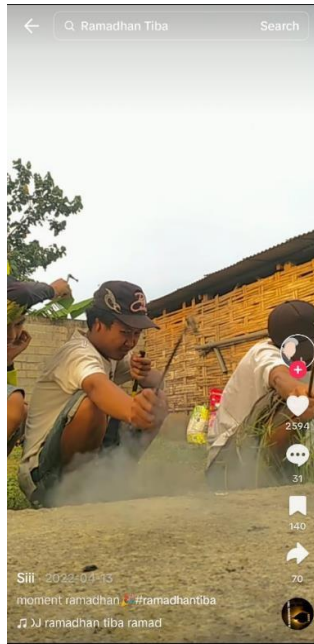
Gambar 4. Konten Akun Tiktok aneh4ja_

Pada konten video Tiktok selanjutnya yang dianalisis bersumber dari akun @aneh4ja_. Video tersebut menampilkan cuplikan seseorang yang tengah membawa botol minum ditambah dengan teks dalam video yang bertuliskan “berteman denganku bulan puasa ini dijamin full cees!”. Video tersebut dianggap sebagai konten yang mengandung ajakan untuk melakukan hal tidak baik sebab mengandung ajaran buruk yang bertentangan dengan ajaran agama, terutama yang bersangkutan adalah agama Islam. Video dengan durasi 15 detik yang diunggah pada tanggal 13 Maret ini tentu saja menyeleweng dari aturan serta norma keagamaan yang berlaku, pasalnya



pengguna mengunggah video tersebut pada saat bulan suci Ramadhan yakni ketika berlangsung pula ibadah puasa Ramadhan bagi umat muslim. Pengertian kata full cees memang tidak ada di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Namun, yang dimaksud dengan “cees” (baca: ce-es) merupakan kata ganti “teman dekat” dalam bahasa gaul yang sering diucapkan oleh remaja masa kini. Ditambah dengan pemilik akun menuliskan “wkwk” pada deskripsi terkesan membuat candaan dan menunjukkan sangat berkebalikan dengan kewajiban umat muslim untuk taat beribadah puasa. Arti dari video tersebut adalah sang pemilik video secara tidak langsung mengatakan bahwa dia selalu batal atau mokol puasa di bulan Ramadan dan bangga memamerkan ke media sosial.

Unggahan video diikuti dengan penambahan backsound berupa lagu DJ Tiba-tiba Ramadhan milik opick yang justru berkebalikan dengan makna video tersebut. Pada lagu Tiba-tiba Ramadan yang dipopulerkan oleh opick memiliki syair dan lirik yang sedang menyambut bulan suci Ramadhan dengan hati yang ceria dan bahagia. Sedangkan pada video yang diunggah dan menggunakan backsound lagu Tiba-tiba Ramadhan yang telah dimodifikasi menjadi aliran DJ memiliki fungsi yang berbeda. Lagu ini seakan memberikan kesan bahwa lagu ini untuk menciptakan rasa bermain main dalam menjalankan ibadah puasa.



Gambar 5. Konten Akun Tiktok Siii @ownercbrempi

Pada konten tiktok selanjutnya adalah video yang bersumber dari pemilik akun @ownercbrempi. Dalam video itu memperlihatkan 3 orang laki-laki yang membuat petasan dari busi motor dan diledakkan di permukaan semen. Konten video itu memperlihatkan keseruan tiga orang laki-laki yang menunjukkan cuplikan cara membuat petasan dari busi motor dengan di las dan ditambahkan seperti bahan peledak dan spirtus kemudian diledakkan dengan cara dibenturkan di permukaan semen seperti dalam video. Video berdurasi 15 detik ini diunggah pada 13 April 2022 dan ditonton sebanyak 273.500 penonton dengan 2594 likes dan 31 komentar. Pengunggah memaknai petasan sebagai bentuk memeriahkan dan menyambut bulan Ramadan. Suara ledakan petasan di awal video disesuaikan dengan beat lagu atau sound yang digunakan yaitu DJ ramadhan tiba yang di-remix oleh Dj ASIK. Pada unggahan tersebut caption yang dicantumkan yaitu “moment ramadhan” dengan tagar #ramadhantiba.



Gambar 6. Konten Akun Tiktok kecebong kecil

Pada konten video Tiktok yang diunggah oleh akun kecebong kecil dengan nama pengguna @kodok_besar. Video itu menunjukkan proses menggambar si kreator membuat ilustrasi digital atau digital art bergaya manga yang menggambarkan dua orang laki-laki atau sepasang sahabat berwarna kulit sawo matang yang sedang bergurau. Mereka menggunakan atribut yang identik dengan pakaian umat Islam di Indonesia, seperti pakaian yang digunakan karakter tersebut menunjukkan baju koko, berpeci dengan sarung yang diselempangkan di pundak secara menyilang. Video itu berdurasi 29 detik dengan menggunakan konsep timelapse yang menunjukkan proses menggambar dari sketsa hingga ilustrasinya menjadi berwarna hingga ilustrasi tersebut jadi. Hal ini merupakan bentuk ekspresi antusiasme si kreator dalam menyambut bulan suci Ramadan dengan membuat konten video yang menggambarkan ilustrasi digital bertema Ramadan itu. Pengunggah menulis takarir atau caption pada



konten video itu “jan lupa sahur cuy” untuk mengingatkan bahwa jangan lupa untuk sahur diikuti dengan berbagai macam tagar seperti #janjigaknangis, #ramadhan2023, dan #digitalart.



Gambar 7. Konten Akun Tiktok Gorontalo taekwondo centre

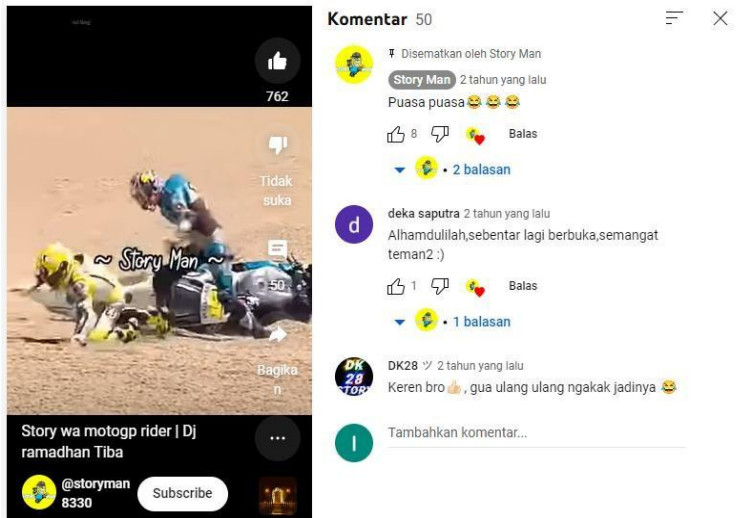
Konten berikut salah satu konten Tiktok dari akun @taekwondotraningcenter yang juga menggunakan latar music yang sama yakni DJ RAMADHAN TIBA. Di dalam video yang berdurasi 40 detik ini menunjukkan aktivitas latihan olahraga bela diri taekwondo. Di dalam video juga terdapat teks bertuliskan “Ramadhan tetap latihan guys”, yang menunjukkan bahwa si pemilik video merupakan umat muslim dan mengikuti ibadah puasa. Video ini memiliki arti atau makna bahwa si pemilik akun masih kuat menjalankan puasa meskipun dengan latihan taekwondo seperti hari biasa ketika tidak berpuasa. Fungsi lagu opik Ramadhan tiba yang awalnya sebagai salah satu dakwah telah dibuatkan versi DJ nya oleh seseorang. Dan setelah terdapat versi DJ nya, lagu ini memiliki fungsi yang sangat beragam. Dalam video tersebut, lagu



tersebut berfungsi sebagai pengiring pemilik video agar bersemangat menjalankan ibadah puasa meskipun dengan latihan taekwondo.

Konten YouTube

Salah satu video pada media sosial Youtube yang menggunakan sound DJ Ramadhan Tiba milik Opick yakni konten hasil unggahan akun @storyman8330. Video tersebut masuk dalam kategori Shorts Youtube dengan durasi 30 detik yang telah ditonton sebanyak 42.000 kali dan mendapat sebanyak 762 like. Shorts tersebut diawali dengan credit dari akun pengunggah yakni Story Man. Sedangkan keseluruhan konten berupa video kompilasi, yakni jenis konten yang menggabungkan potongan beberapa video menjadi satu. Hal ini dibuktikan dari ungkapan pengunggah (@storyman8330) pada kolom komentar yang menanggapi komentar viewers, “Saya cuma ambil kompilasinya aja”. Video kompilasi biasanya menggabungkan potongan video dengan konteks maupun tema yang serupa. Dalam hal ini, video unggahan akun @storyman8330 menyajikan kompilasi pengendara MotoGP. Mulai dari potongan video pengendara MotoGP yang terjatuh dari motor, tertabrak oleh pengendara lain hingga pengendara MotoGP yang terlibat adu pukul.



Gambar 8. Konten Akun Youtube Story Man

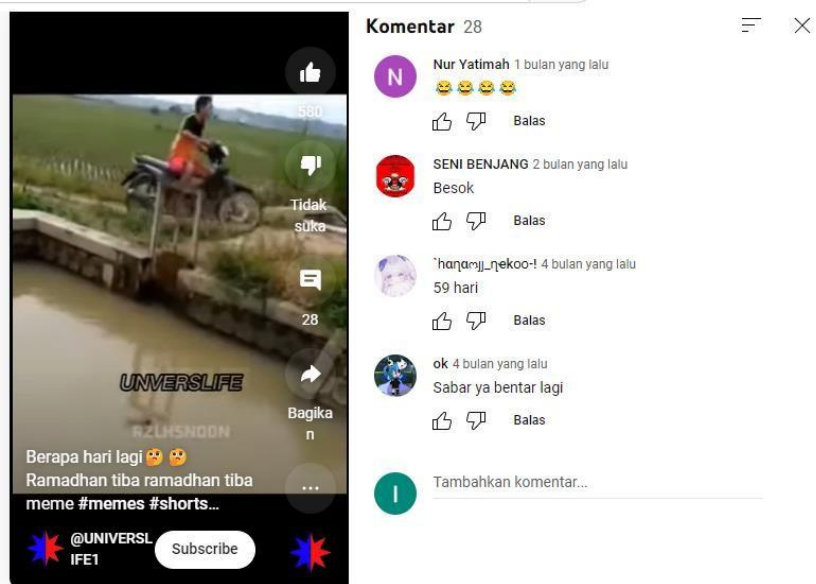
Selain itu, konten ini juga dilengkapi dengan caption yang bertuliskan “Story wa motogp rider | Dj ramadhan Tiba”. Dari segi teks tersebut dapat dipahami bahwa maksud akun @storyman8330 mengunggah video tersebut yakni agar konten MotoGP dengan iringan lagu DJ Ramadhan Tiba tersebut dapat dipergunakan viewers-nya untuk bahan mengupload story di Whatsapp. Hal ini sejalan dengan nama akun Youtube tersebut yakni ‘Story Man’ yang sebagian besar konten-konten nya memang ditujukan untuk bahan upload story.

Pada kolom komentar, ditemukan sejumlah 50 komentar dengan kisaran 80% komentar menanggapi klip MotoGP, mulai dari tanggapan yang menyebutkan nama pengendara MotoGP hingga menertawakan klip kompilasi MotoGP tersebut. Peneliti hanya menemukan sekitar 20% komentar yang mengandung tanggapan tentang puasa dan berbuka puasa. Di antaranya yakni akun @dekasaputra4536 yang menuliskan “Alhamdulillah, sebentar lagi berbuka, semangat teman2 :)” pada kolom komentar. Sedangkan akun pengunggah sendiri juga sempat melontarkan tanggapan yang dapat dilihat pada bagian paling atas kolom komentar, “Puasa puasa”, ujarnya



sambil menambahkan *emoticon* tertawa. Ungkapan pengunggah di kolom komentar tersebut dinilai merujuk pada klip video yang banyak menampilkan tindakan pengendara MotoGP yang marah setelah terjatuh dan terlibat adu pukul dengan pengendara lainnya. Ungkapan tersebut ditujukan untuk mengingatkan bahwa seharusnya mereka mengendalikan amarah atau mengontrol emosi di saat bulan Ramadhan ataupun saat menjalankan ibadah puasa.

Dapat diambil makna keseluruhan bahwa maksud tujuan akun @storyman8330 mengunggah konten kompilasi MotoGP tersebut yakni agar video dapat dijadikan bahan story Whatsapp oleh viewers-nya. Waktu pengunggahan video yang bertepatan dengan bulan Ramadhan menyebabkan akun @storyman8330 memilih sound DJ Ramadhan Tiba untuk melengkapi kontennya tanpa adanya kaitan lirik lagu dengan isi video. Selain itu, waktu pengunggahan video di bulan ramadhan ini juga menyebabkan @storyman8330 beserta beberapa viewers-nya melontarkan komentar yang mengaitkan konten MotoGP tersebut dengan konteks bulan Ramadhan dan ibadah puasa.



Gambar 9. Konten Akun Youtube UNIVERSLIFE

Video Youtube lainnya yang menggunakan sound DJ Ramadhan Tiba pada kontennya dan akan dijadikan bahan analisis penelitian kali ini yakni video hasil unggahan akun @UNIVERSLIFE1. Sesuai dengan kategorinya yang merupakan video Youtube Shorts, video yang satu ini memiliki durasi yang sangat pendek yakni sekitar 38 detik saja. Shorts tersebut sudah ditonton sebanyak 16.000 kali dan telah mendapat sejumlah 580 like. Tidak jauh berbeda dengan konten sebelumnya, shorts kali ini juga merupakan jenis video kompilasi yang menggabungkan beberapa klip video menjadi satu video. Klip video yang dimaksud berasal dari berbagai macam video-video lucu dan kocak. Oleh sebab itu, pengunggah menambahkan hashtag #meme dan #memes untuk mewakili jenis konten berupa video lucu yang diunggah.

Terlihat beberapa potongan video memang berkaitan dengan sound DJ Ramadhan Tiba yang dipakai, seperti cuplikan orang membangunkan sahur, anak kecil yang mengganggu orang shalat hingga tindakan kocak saat menyalakan petasan. Namun, ditemukan juga klip video yang memang murni berisi kejadian lucu dan tidak



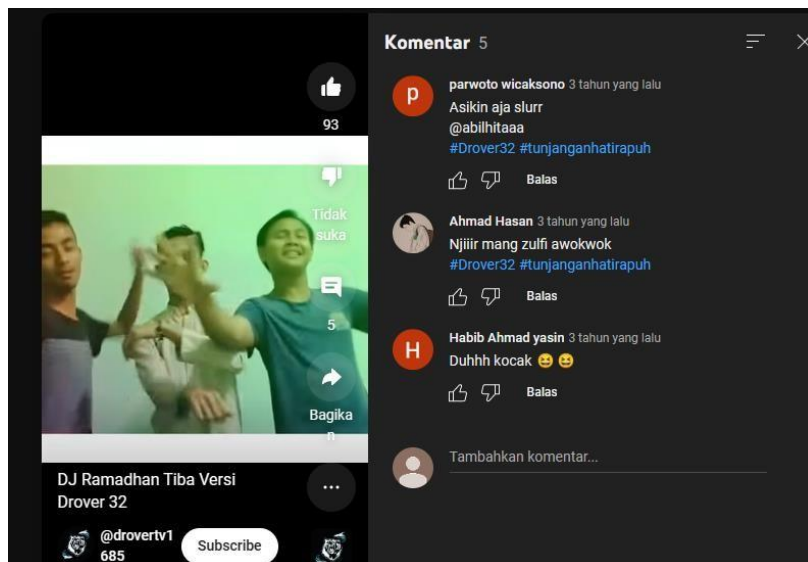
memiliki sangkut paut dengan sound yang digunakan. Klip yang dimaksud antara lain kejadian pengendara motor tercebur ke sungai dan pria yang terkejut saat sedang memakan mie instan.

Berdasarkan isi konten yang merupakan hasil gabungan klip video peristiwa dan tindakan lucu, dapat diambil pengertian bahwa maksud akun @UNIVERSLIFE1 selaku pengunggah adalah untuk membagikan konten hiburan berupa video lucu atau yang biasa disebut dengan meme. Hal ini juga didukung dari hashtag yang digunakan pengunggah yakni #meme dan #memes pada bagian caption-nya. Selain itu, peneliti juga mendapati caption yang ditulis oleh pengunggah yakni “Ramadhan tiba ramadhan tiba meme” yang dianggap merujuk pada lirik lagu DJ Ramadhan Tiba yang dipilih sebagai sound pengiring konten meme tersebut. Sedangkan tambahan kata ‘meme’ di akhir kalimatnya dapat diartikan sebagai penggolongan jenis konten yang tengah diunggah pengguna.

Pada kolom komentar sendiri ditemukan sejumlah 28 komentar, baik dari viewers maupun hasil reply dari akun @UNIVERSLIFE1. Peneliti mendapati beberapa viewers konten yang melontarkan tanggapan mengenai video lucu dan jawaban atas caption yang berupa pertanyaan. Salah satu komentar yang diunggah oleh akun @zonecacing yang memberikan tanggapan dengan dilengkapi emoticon tertawa, “lucu sekali ya”. Ujaran tersebut mengarah pada konten video lucu itu sendiri dan tidak mengandung pembahasan mengenai bulan Ramadhan maupun puasa. Sedangkan sebagian besar komentar lain menanggapi caption “Berapa hari lagi. Ramadhan tiba ramadhan tiba meme” yang berupa pertanyaan. Salah satunya yakni komentar dari akun SENI BENJANG yang menuliskan “Besok”. Tanggapan akun tersebut memang dinilai salah, namun karena konteks video yang diunggah adalah video lelucon, alhasil netizen menanggapi pertanyaan mengenai bulan puasa dengan santai dan terkesan memberikan lawakan juga.



Jika dilihat dari segi tujuan pengunggah, konten ini memang ditujukan hanya untuk hiburan. Namun, @UNIVERSLIFE1 menyajikan konten peristiwa lucu dalam saat bulan puasa karena waktu pengunggahan yang berdekatan dengan bulan Ramadhan. Selain itu, penggunaan sound DJ Ramadhan Tiba dipakai karena lagu hasil remix ini dinilai masih sesuai untuk konten lelucon yang masih menyangkut konteks religi. Tanggapan dari viewers konten ini pun masih berputar di konteks yang santai dan lucu tanpa melupakan pembahasan mengenai bulan Ramadhan yang akan tiba dalam beberapa minggu.



Gambar 10. Konten Akun Youtube DROVER TV

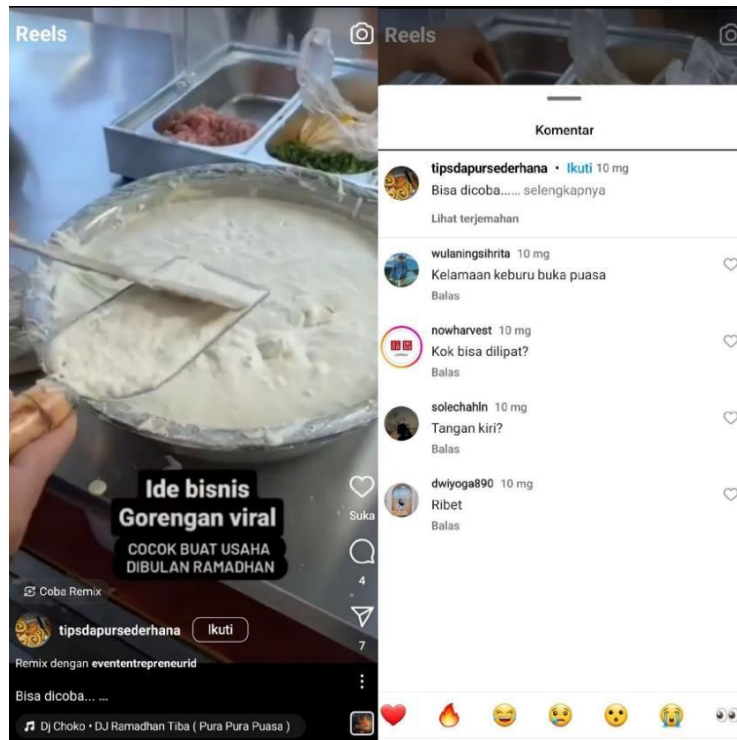
Kemudian pada akun Youtube @drovertv1685 mengunggah sebuah short youtube dengan menggunakan lagu DJ Ramadhan Tiba Remix. Video berdurasi 44 detik tersebut telah ditonton sebanyak 5,3 ribu kali dan memiliki 93 like. Dalam video tersebut diperlihatkan foto serta video random dari beberapa laki-laki yang dikemas dengan video jedag jedug. Video diawali dengan foto seorang laki-laki sedang menari yang kemudian dilanjutkan dengan klip random seorang laki-laki sedang memegang sapu lidi dan berakting seperti sedang bermain pedang. Kemudian dilanjutkan dengan



foto random seperti foto seorang sedang tidur dengan helm dan foto kebersamaan para laki-laki. Video diakhiri dengan tiga orang laki-laki yang sedang menari dengan dengan lagu DJ Ramadhan Tiba Remix.

Pada video short youtube tersebut terdapat caption “DJ Ramadhan Tiba Versi Dover 32”. Dari caption tersebut dipahami video tersebut merupakan visualisasi dari DJ Ramadhan Remix. Pengunggah memaknai DJ Ramadhan Tiba Remix sebagai lagu pengiring untuk hal yang lucu, random, dan untuk bersenang senang seperti pada video yang diunggah. Video short youtube tersebut memiliki 5 komentar yang keseluruhannya membahas aksi orang- orang yang terdapat pada video tersebut seperti “Asikin aja slurr” dan “Duhhh kocak” yang disertai dengan emoticon tertawa. Pada kolom komentar juga ditemukan dua hastag #Drover32 dan #tunjanganharirapuh yang digunakan oleh tiga pengomentor. Hashtag tersebut merupakan salah satu syarat dari akun instagram @drover.tv bagi yang mengikuti giveaway atau THR dari akun tersebut. Dari konteks video secara keseluruhan tidak ditemukan unsur religi menyambut bulan Ramadhan seperti lagu yang digunakan.

Konten Instagram

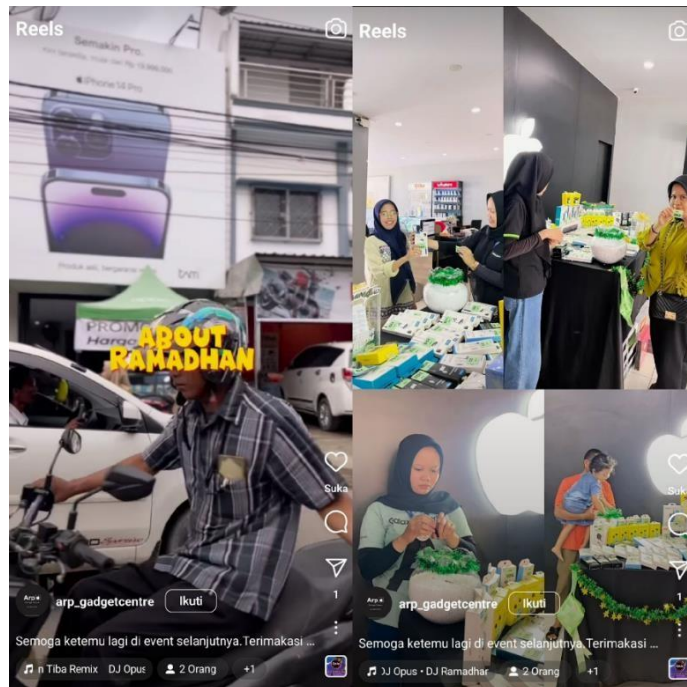


Gambar 11. Konten Akun Instagram @tipsdapursederhana

Di akun Instagram @tipsdapursederhana mengunggah konten video pendek yang berdurasi 15 detik dengan menggunakan sound “Dj Choko•DJ Ramadhan Tiba (Pura Pura Puasa)”. Pada video tersebut dapat dilihat bahwa antara isi video dan lagu yang digunakan tidak terlalu berhubungan. Video tersebut menampilkan cuplikan cara membuat gorengan seperti martabak mini. Ditunjukkan dengan si penjual yang sedang mengisi adonan tepung dengan sayur dan isian daging untuk digoreng. Di dalam frame video tersebut terdapat tulisan yang berisi “Ide bisnis gorengan viral, cocok buat usaha di bulan ramadhan”. Pada postingan ini juga memiliki caption yakni “Bisa dicoba #tipsdapursederhana”. Tak hanya itu, pada konten video berdurasi 15 detik ini juga mendapat feedback dari pengguna akun instagram lain yang dapat dilihat pada kolom komentar. Beberapa diantaranya adalah komentar yang ditinggalkan oleh akun



@wulaning***** yang bertuliskan “Kelamaan keburu puasa”, @dwiyoga*** yang meninggalkan komentar “ribet”, dan @solechah*** yang menulis “tangan kiri?”. Pada @tipsdapursederhana dapat disimpulkan bahwa akun tersebut bertujuan untuk memberikan ide bisnis yang cocok dijual saat bulan ramadhan yang akan datang.



Gambar 12. Konten Akun Instagram @arp_gadgetcentre

Selanjutnya pada akun Instagram @arp_gadgetcentre yang mengunggah konten video reels Instagram dengan backsound “DJ Opus•DJ Ramadhan Tiba Remix”. Pada video ini menampilkan cuplikan pegawai store handphone yang sedang membagikan sebuah brosur di pinggir jalan depan store mereka. Dalam video ini juga di kompilasi dengan foto dan video pendek yang berisi tentang beberapa pelanggan yang sedang mengambil undian hadiah. Di awal video tertera tulisan "About Ramadhan" yang menggambarkan kegiatan atau suasana ramadhan toko tersebut. Lalu, di akhir video juga ditampilkan foto dari beberapa pemenang undian doorprize yang mendapatkan hadiah doorprize iphone 128 ibox serta hadiah elektronik lainnya. Video



tersebut memiliki caption "semoga ketemu lagi di event selanjutnya. Terimakasih" dan dilengkapi dengan hashtag #ramadhan2023 dan #lebaran2023. Dapat disimpulkan pada postingan video ini, akun instagram @arp_gadgetcentre menggambarkan kegiatan toko tersebut di saat bulan ramadhan tiba dengan membagikan brosur, voucher, dan event undian berhadiah.

KESIMPULAN

Analisis teks mengenai representasi budaya populer dalam lagu religi Ramadhan Tiba versi DJ remix dapat melihat bagaimana lagu religi direpresentasikan dalam media dan budaya populer, seperti pada media sosial Tiktok, Instagram, dan Youtube. Lagu religi yang seharusnya dipergunakan untuk hal yang religius seperti berdakwah seperti mengajak untuk menyambut bulan Ramadan dengan sukacita. Namun, seketika fungsi religius itu pudar seiring dengan perubahan aransemen pada lagu religi dengan di-remix oleh para DJ Remix di media sosial.

Tren tersebut terlihat dari menganalisis 10 konten di media sosial dari sekian banyak konten video yang ditemukan dengan menggunakan sound lagu religi Opick Ramadhan Tiba versi DJ Remix atau dengan judul yang semacamnya. Lagu religi telah kehilangan maknanya dan tidak sesuai peruntukannya ketika digunakan sebagai sound di media sosial. Dengan demikian, lagu religi Opick Ramadhan Tiba versi DJ Remix mengalami pergeseran fungsi lagu religi dari yang seharusnya untuk hal religius menjadi pengiring konten video yang sekadar untuk tren atau budaya populer dan hiburan semata bukan untuk hal yang religius, bahkan untuk sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Wazib. 2020. "GLOBALISASI BUDAYA MEDIA DAN IDENTITAS : MUSLIMAH K-POP, KESALEHAN BERAGAMA DAN PRAKTIK BUDAYA POPULER." *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Retrieved May 31, 2023 (<https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44877/>).



- Ahmad Yusuf Prasetiawan, and Lis Safitri. 2020. "Muhibbin Sebagai Representasi Budaya Pop Santri Di Banyumas." *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya* 18(1):48–67. doi: 10.24090/IBDA.V18I1.3356.
- Asprizal, Muhammad, Citra Resita, and Rizki Aminudin. 2022. "Pengaruh Media Musik Remix Terhadap Minat Siswa Dalam Materi Senam Ritmik Pada Pembelajaran Pendidikan Jasmani SMAN 13 Depok." *Jurnal Speed (Sport, Physical Education, Empowerment)* 5(01):63–78. doi: 10.35706/jurnalspeed.v5i01.6685.
- Fina Mastura. 2022. "Lirik Dan Makna Lagu Ramadhan Tiba - Opick Indah Untuk Didengarkan." *BeritaSoloRaya.Com*, February 10.
- Hall, Stuart. 1997. "Representation, Meaning and Language." *Representation: Cultural Representation & Signifying Practices* 15–39.
- Indriyana. 2021. "Lirik Lagu Ramadhan Tiba – Opick, Lengkap Dengan Maknanya | Indozone.Id." *Indozone.Id*. Retrieved May 31, 2023 (<https://www.indozone.id/music/vWsZ7Xe/lirik-lagu-ramadhan-tiba-opick-lengkap-dengan-maknanya/read-all>).
- Istiqomalia, Yuntarti, Stid Al-, and Hadid Surabaya. 2022. "Metode Dakwah Dalam Menghadapi Perkembangan Budaya Populer." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4(2):361–78. doi: 10.55372/INTELEKSIAJPID.V4I2.252.
- Riyanti, Evi. 2019. "ANALISIS NILAI-NILAI RELIGI DALAM SYAIR LAGU WALI BAND PADA ALBUM INGAT SHOLAWAT DAN ALBUM CARI BERKAH."
- Safitri, Fatikha, Dr. Syamsul Hidayat, and M. Pd Drs. Zaenal Abidin. 2013. "Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Lirik Lagu Religi Karya Aunur Rofiq Lil Firdaus (Opick)."
- Sayyidatus Syarifah. 2023. "Ramadhan Tiba Milik Opick Bergaung Lagi, Berikut Makna Dan Fakta Menariknya." *Detikhot*, March 25.
- Setyawan, Tri Jayadi. 2013. "PESAN TAUHID DALAM LIRIK LAGU OPICK ALBUM CAHAYA HATI TAHUN 2008." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.