

INDUSTRI ORKESTRA DI INDONESIA: TELAAH MENGENAI PENGARUH *HABITUS - FIELD - KAPITAL* DALAM PRODUKSI BUDAYA

Studi Kasus 3 Orkestra di Jakarta: Erwin Gutawa Orkestra,
Nusantara Symphony Orchestra, dan Twilite Orchestra

Penelitian ini bertujuan mengungkap produksi, konsumsi, dan industri budaya suatu orkestra. Penelitian ini menggunakan paradigma teori kritis dengan pendekatan Pierre Bourdieu tentang habitus, field, dan kapital. Penelitian menemukan bahwa pihak orkestra membentuk dan memperkuat taste konsumen. Di balik penyajian orkestra terdapat maksud lain selain budaya. Realitas yang diterima masyarakat sebenarnya realitas semu, yaitu realitas yang diatur pihak produsen dan industri guna memenuhi kebutuhan dan prinsip keberhasilan mereka sendiri.

Musik klasik sering dihubungkan orang dengan orkestra yang memainkan karya-karya klasik. Musik klasik sendiri mempunyai pengertian "semua seni musik serius yang di dalamnya terdapat perbedaan watak, aliran, maupun khazanah zaman masing-masing. Di sana ada musik renaisans, barok, klasik, romantik, dan sebagainya," (*Tempo*, 5-12 April 2004).

Namun demikian, seiring perkembangan zaman, terjadi perubahan. Orkestra juga membawakan jenis musik-musik lain seperti pop ataupun rock, dan peminat orkestra makin banyak. Ada beberapa hal yang mempengaruhi perkembangan itu. **Pertama**, pengaruh publikasi hasil penelitian yang mengungkapkan hubungan antara musik klasik dengan kecerdasan seseorang—sering disebut *Mozart's Effect* (Campbell, 2001)—sehingga menimbulkan kecenderungan baru pada masyarakat untuk memanfaatkan musik klasik demi meningkatkan kecerdasan anak mereka. **Kedua**, peningkatan jumlah orkestra di tanah air,

* Penulis adalah pemusik, sekaligus pengajar pada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia. Artikel ini adalah ringkasan tesis penulis.

khususnya di Jakarta. **Ketiga**, peningkatan frekuensi media massa menampilkan musik klasik serta orkestra akibat globalisasi. Perkembangan teknologi memungkinkan masyarakat lebih mudah mengakses pelbagai bentuk informasi dan budaya daripada masa sebelumnya.

Di lain pihak, penampilan orkestra tidak bisa lepas dari bagaimana ia diproduksi, termasuk di dalamnya industri budaya, serta hukum pasar tentang permintaan dan kebutuhan. Pertanyaannya, jika penonton mempunyai permintaan mendengarkan orkestra, apakah yang mendorong kebutuhan itu? Apakah itu muncul dari kebutuhan sendiri, ataukah sengaja diciptakan agar masyarakat merasa bahwa itu merupakan kebutuhan mereka? Siapa pula yang berada di balik orkestra itu?

Oleh sebab itu, produksi dan konsumsi orkestra, faktor sosial, ekonomi, budaya yang melatarbelakanginya, serta pesan yang disampaikan, menarik dibahas. Pembahasan ini ditekankan guna mengungkapkan segala hal yang berada di balik kehidupan suatu orkestra; siapa yang berada di belakangnya, serta apa alasan yang mendorong seseorang mengkonsumsi musik ini. Sebab, apa yang biasa kita lihat adalah penampilan orkestra itu *an sich* tanpa memperhatikan hal-hal lain yang berada 'di balik layar.'

Tiga orkestra yang dibahas dalam penelitian ini didasarkan atas kekhususan masing-masing—terutama jenis musik yang dimainkan, mengingat tidak semua terpaku hanya memainkan musik klasik. Ketiga orkestra itu adalah Erwin Gutawa Orchestra (EGO), Nusantara Symphony Orchestra (NSO), dan Twilite Orchestra (TO). Fokus penelitian adalah produksi, konsumsi, dan industri budaya suatu orkestra, serta faktor sosial, ekonomi, dan budaya di balik penampilan orkestra-orkestra itu, juga pengaruhnya bagi kehidupan orkestra itu sendiri, dan juga bagi khalayak.

Agar memudahkan, selanjutnya saya menggunakan istilah **industri orkestra** dalam menjelaskan faktor-faktor yang berada di belakang orkestra sebagai sistem konsumsi dan produksi budaya yang sekaligus merupakan bagian industri. Fokus ini dipilih dengan pertimbangan bahwa industri orkestra masih tergolong baru di Indonesia.

Pembahasan topik ini menggunakan pendekatan Pierre Bourdieu tentang **habitus**, **field**, dan **kapital**, yaitu pemikiran mengenai produksi budaya yang melibatkan konsumsi budaya serta kelas dan status kelompok. Selain itu saya menambahkan pemikiran Adorno dan Horkheimer mengenai industri budaya, serta

pendekatan lain yang menunjang penelitian ini, yakni komodifikasi, terutama komodifikasi budaya.

Posisi agen merupakan hasil *interplay* antara *habitus* agen itu dengan letaknya dalam *field* yang didefinisikan melalui distribusi bentuk kapital yang pantas atau sesuai (Calhoun, LiPuma & Postone, 1993: 5). Menurut Bourdieu (1984: 1-2), observasi ilmiah menunjukkan bahwa kebutuhan budaya merupakan produk pendidikan dan cara kita dibesarkan. Terhadap hirarki seni, terjadilah hirarki sosial dari konsumen. Ini mendasari *taste* untuk berfungsi sebagai penanda kelas. *Taste* mengklasifikasikan diri dan ia mengklasifikasikan sang pemberi klasifikasi (h.6). Selain itu konsumsi seni dan budaya mempunyai kecenderungan—baik secara sadar dan sengaja atau tidak—memenuhi fungsi sosial atas perbedaan sosial yang sah (h.7). Empat formasi dasar *taste* menurut Bourdieu (1984: 146):

1. *Legitimate taste*, meningkat seiring tingkat pendidikan, dan tertinggi pada kelas dominan yang paling kaya dalam kapital pendidikan.
2. *Middlebrow taste*, menyatukan karya minor dari karya seni yang utama. Lebih umum bagi kelas menengah, atau pada bagian intelektual dari kelas dominan.
3. *Popular taste*, ditandai dengan pilihan—misalnya—musik klasik yang menurun nilainya karena kepopulerannya. Paling sering didapati pada kelas pekerja dan bervariasi dengan rasio terbalik terhadap kapital pendidikan.
4. *Pure aesthetic disposition*, dapat diaplikasikan pada semua obyek, niat murni atas sebuah usaha artistik yang menjadi tujuannya sendiri (Hebdige, 1987: 77).

Produk budaya merupakan *taste* yang terbentuk; *taste* yang telah meningkat dari pengalaman yang setengah atau tidak berbentuk melalui proses obyektivikasi (Bourdieu, 1984: 231). Kontribusi produk budaya mengasumsikan disposisi dan kompetensi yang tidak didistribusikan secara universal sehingga produk ini dikenakan pembayaan eksklusif (h.228). Oleh karena itu, perbedaan dan pertarungan antarkelas menambah motivasi dalam produksi. Oleh karena itu pula, produksi dibuat supaya selalu ada sesuatu untuk semua orang (h.231). Budaya diwariskan melalui reproduksi budaya yang merupakan hal penting dalam pembentukan diri seseorang. Umumnya reproduksi budaya disampaikan melalui pendidikan guna meningkatkan kapital budaya seseorang.

Budaya dan kapital tidak berhubungan penting di luar kenyataan bahwa perbedaan budaya membantu mereproduksi dan menyebarkan ketidakadilan kapital ekonomi. Kapital budaya (Bowles, [Http://www.williambowles.info/mimo/refs/tecelef.htm](http://www.williambowles.info/mimo/refs/tecelef.htm)) merupakan serangkaian nilai, norma, tingkah laku, pengalaman, yang memberikan kecukupan bagi manusia untuk menjalani hidup di tengah masyarakat.

Bourdieu ([Http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU](http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU)) juga menjelaskan bagaimana masyarakat terstratifikasi dan pertentangan antara kelas dominan dan terdominasi. Selain itu ia juga menjelaskan hubungan antara struktur sosial dengan kegiatan produksi serta konsumsi budaya (Bourdieu, 1984; LiPuma, 1993).

Industri budaya menjadi dasar pemikiran bagi industri orkestra sebagai bagian budaya itu sendiri. Konsep industri budaya menggambarkan sebuah budaya yang terkomodifikasi dan terindustrialisasi, diatur dari atas dan terutama diproduksi dengan tujuan mencari keuntungan (Bettig, 2002: 209). Industri budaya menyediakan sesuatu bagi semua orang sehingga tidak ada seorangpun dapat lolos, sedangkan perbedaan yang ada diberikan penekanan serta diperluas ([Http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm](http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm)).

■ METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma teori kritis yang mendefinisikan ilmu sosial sebagai proses yang berusaha mengungkap *the real structures* di balik ilusi, *false needs*, yang dinampakkan dunia materi. Peneliti paradigma kritis melihat bahwa obyek atau realitas sosial yang mereka amati merupakan penampakan realitas semu (*virtual reality*) atau sekedar ekspresi kesadaran palsu (*false consciousness*) yang dimiliki manusia, bukan realitas obyektif (Hidayat, 2000: 3-6). Hal inilah yang akan diungkap dalam industri orkestra di Indonesia. Kriteria kualitas penelitian ditentukan berdasarkan *historical situatedness*, yaitu sejauh mana penelitian memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, dan politik.

Metode studi kasus dipilih karena masalah yang hendak diungkap banyak, yaitu hubungan *habitus, field, kapital*, juga sebab akibat dalam struktur ekonomi, sosial, budaya dalam produksi, konsumsi orkestra, industri budaya, serta rasionalitas yang mendasari tiga orkestra (EGO, NSO, TO) yang mempunyai

pendekatan berbeda untuk bertahan dan menciptakan industri orkestra di tanah air.

Selain alasan itu, peneliti memiliki kontrol yang terbatas atas suatu kejadian, juga fokus adalah fenomena masa kini dalam konteks kehidupan yang nyata (Yin, 1994). Studi kasus bertipe kolektif dengan desain *multi cases, multi level*. Pendekatan penelitian adalah kualitatif agar peneliti dapat keadaan nyata secara menyeluruh dan mendalam. Sifatnya eksplanatif.

Para informan adalah sosok berpengaruh dalam EGO, NSO, dan TO, pengamat orkestra yang dianggap mampu menilai perkembangan industri secara obyektif, pemusik orkestra profesional saat ini, konsumen orkestra, pihak media massa yang mempertunjukkan orkestra di media mereka serta mampu mengamati konsumsi dan produksi orkestra.

■ TEMUAN PENELITIAN

Ketiga orkestra yang diteliti, yakni EGO, NSO, dan TWO memiliki jalur musik yang berbeda. EGO mengkhususkan diri memainkan lagu-lagu Indonesia. Musik-musik mereka ditulis atau digubah sendiri oleh Erwin Gutawa—sang konduktor—sebagai sarana berekspres. Dalam pertunjukan, EGO seringkali tampil bersama kelompok musik ataupun para penyanyi pop dan rock. EGO memilih memproduksi sendiri acara atau konser mereka sehingga bisa tampil, berkreasi, dan bertahan dalam pasar orkestra di tanah air.

Nusantara Symphony Orchestra (NSO) dalam pertunjukan menampilkan repertoar beragam, mulai karya klasik zaman barok hingga komposisi masa kini, seperti *broadway* dan musik-musik populer, *jazz, rock and roll*. NSO dijalankan sebagai sebuah perusahaan dan dikelola secara profesional. Selain itu NSO memilih sumber daya pemusik terbaik guna meningkatkan penampilan mereka. Keistimewaan orkestra ini dibanding yang lain adalah sistem kontrak yang diterapkan kepada para pemusik mereka.

Adapun TO dikenal sebagai *pops orchestra*, yakni membawakan karya yang lebih *ngepop*, namun dalam lingkup klasik, seperti karya musik *broadway* dan klasik ringan lain. Namun demikian, dalam perkembangan orkestra ini juga berusaha menampilkan karya-karya klasik yang berbobot walaupun dalam skala terbatas.

Walau jalur musik mereka berbeda, ketiga orkestra ini mempunyai beberapa kesamaan, yakni tampil dengan format orkestra, memiliki kebutuhan mendapatkan dana bagi kelanjutan hidup mereka, dan berusaha merangkul penonton yang sesuai

dengan repertoar masing-masing. Musik klasik bagi masyarakat Indonesia adalah 'baru,' sehingga diperlukan upaya memperkenalkan orkestra dan musik-musiknya. Ketiga orkestra menyadari hal ini. Mereka berusaha meningkatkan apresiasi seni masyarakat dengan cara masing-masing.

Blaya produksi orkestra yang besar disebabkan oleh pelbagai faktor, antara lain jumlah pemain minim karena institusi seni yang mampu mencetak pemain handal masih kurang; dibutuhkan usaha besar untuk mempelajari instrumen dengan baik; blaya instrumen tinggi, baik pembelian maupun perawatannya; honor bagi pemain besar; blaya sewa gedung konser dan tempat latihan, alat, dan kelengkapan detail yang lain besar. Untuk menutupi blaya-blaya itu, tidak mungkin mengandalkan penjualan tiket belaka, sehingga diperlukan penyandang dana atau sponsor yang membantu memblayai produksi orkestra.

Walaupun blaya tinggi, orkestra sering digunakan pelbagai kalangan guna meningkatkan prestise, atau keeleganan suatu badan atau perusahaan. Hal ini juga dilakukan media massa yang menampilkan orkestra dalam pertunjukan mereka. Ini mendorong pemunculan kelompok musik atau *chamber* yang sering menamakan diri orkestra guna memenuhi pesanan produsen melengkapi suatu acara. Namun demikian, seringkali format mereka bukan orkestra, tapi sekedar mewakili citra sebuah orkestra melalui penampilan beberapa pemain string¹ yang dipadu dengan instrumen elektronik dan *rhythm section*. Jadi, masalah estetika tidak diperhitungkan, namun lebih condong ke bisnis dan pembentukan citra.

Fenomena ini diamati seorang produsen acara televisi, yaitu bahwa banyak orang menonton konser orkestra dengan 'topeng.' Artinya, menonton, namun belum tentu mengerti dan menikmati. Banyak juga penonton yang 'snob,' yaitu menonton demi status, demi gengsi. Bagi pihak orkestra, penonton jenis ini tentu dibutuhkan karena mereka memiliki uang dan bersedia memberikan donasi bagi kehidupan orkestra. Jadi, untuk penonton seperti ini, pihak orkestra—seperti TO—menyesuaikan program yang akan mereka mainkan. Penonton semacam ini sekaligus merupakan kesempatan bagi TO memainkan karya klasik yang berat.

Selain *snob*, faktor pertemanan juga berpengaruh terhadap kegiatan menyaksikan orkestra. Tentu saja di luar itu, ada orang menonton orkestra karena mereka benar-benar menyukai musik

itu. Jadi, mereka penonton yang mengapresiasi konser orkestra. Dengan semakin meningkatnya produksi dan terpaan orkestra kepada masyarakat, serta anggapan bahwa musik klasik mampu meningkatkan kecerdasan, masalah reproduksi budaya semakin diperhatikan. Pemunculan lembaga-lembaga pendidikan musik dan peningkatan jumlah murid sekolah atau kursus musik merupakan contoh peningkatan reproduksi budaya masyarakat. Hal ini dengan sendirinya dapat memperkaya *kapital* budaya seseorang.

Dengan skala besar dan sedikit banyak berorientasi pada bisnis dan keuntungan, serta dijalankan sebagai sebuah perusahaan, orkestra bisa dianggap sebagai industri. Perkembangan orkestra menjadi industri dipandang pro dan kontra oleh beberapa informan. Addie M.S., menolak anggapan bahwa orkestra adalah industri karena industri di sini mempunyai makna sebenarnya, bukan makna industri yang dimaksud Adorno dan Horkheimer dalam industri budaya.

■ DISKUSI

■ *Habitus, Field, dan Kapital*

Produksi budaya orkestra pada kasus TO, NSO, serta EGO ternyata sangat dipengaruhi *interplay* antara *habitus*, *field*, dan *kapital*. *Habitus* sebagai figur yang sangat berperan dalam orkestra, ternyata mempengaruhi produksi orkestra dalam hal kandungan (*content*) atau repertoir yang ditampilkan. *Habitus* itu tentu saja kemudian mempengaruhi *field* yang memungkinkan seseorang bertindak atas dasar prinsip yang diberikan *habitus*-nya, dan kemudian juga mendorong seseorang memperoleh *kapital*. Hal ini sesuai dengan pendapat Calhoun, LiPuma & Postone (1993: 5) bahwa posisi agen merupakan hasil *interplay* antara *habitus* agen itu dengan tempatnya dalam *field* yang didefinisikan melalui distribusi bentuk *kapital* yang pantas atau sesuai.

■ *Taste*

Apa yang ditampilkan orkestra juga merupakan cerminan *taste* para tokoh dominan yang berada di belakang orkestra itu. Misalnya saja, EGO yang dengan konsisten membawakan lagu-lagu Indonesia tidak lepas dari *taste* Erwin yang secara taat asas memproduksi budaya dalam bentuk musik gubahannya sendiri.

Sedangkan TO di bawah komando Addie M. S. memilih *taste* yang condong ke klasik atau pops. Istilah pops di sini adalah seleksi atau pilihannya pada karya-karya klasik yang populer (*Tempo*, 5-

11 April 2004). Menurutnya, strategi itu dipilih karena aman, bisa bertahan diterima masyarakat.

Hampir serupa dengan TO, NSO dengan *taste* yang cenderung klasik mempunyai misi bahwa musik klasik yang sulit pun mampu mereka mainkan. NSO berpendapat bahwa langkah penting yang mereka ambil adalah memproduksi orkestra sambil mendidik penonton sehingga penonton bisa mulai memahami serta mengapresiasi musik yang mereka mainkan.

Dari pemaparan tersebut, TO dan NSO jelas tidak bisa langsung memaksakan *taste* mereka, karena faktor penonton yang belum siap menerima *taste* mereka. Namun demikian, kompromi yang mereka lakukan tidak terlalu melenceng dari *taste* mereka, dan semakin lama semakin mendekati *taste* yang mereka bentuk menjadi suatu produksi budaya, yakni orkestra.

Sedangkan EGO bisa lebih leluasa menyalurkan *taste*, karena yang mereka tuju adalah pasar yang jelas, yaitu musik-musik Indonesia yang tidak asing bagi telinga konsumen walaupun telah diorkestrasikan. Dengan demikian, secara keseluruhan produk EGO benar-benar mencerminkan *taste* Erwin Gutawa sebagai direktur musik, penggubah, serta konduktor, dan bisa digolongkan dalam *pure aesthetic disposition* yang merupakan niat murni suatu usaha artistik untuk menjadi tujuan sendiri.

Dalam membahas *taste*, Bourdieu menyampaikan empat formasi dasar, yaitu *legitimate*, *middlebrow*, *popular*, *pure aesthetic* (Hebdige, 1987: 77). Dengan mengambil *Concerto for the Left Hand* sebagai contoh *legitimate taste*, *Rhapsody in Blue* dan *The Hungarian Rhapsody* sebagai *middlebrow taste*, *Blue Danube* dan *L'Arlesienne* untuk *popular taste*, jika dibandingkan dengan keadaan di Indonesia, pada umumnya tidak ditemukan perbedaan dalam ketiga *taste* itu. Seluruh contoh tersebut, bagi masyarakat pada umumnya akan dianggap sebagai musik klasik, minimal musik klasik "berat" dan klasik "ringan." Namun demikian, mungkin contoh karya dengan perbedaan *taste* inilah oleh Adle disebut sebagai musik klasik yang berat dan ringan, atau bagi NSO sebagai karya musik klasik yang gampang dan yang sulit dimainkan.

Secara terang-terangan tidak ada yang menyebut perbedaan *taste*. Namun demikian, jika dianalisis lebih mendalam, pembagian *taste* ini bisa terlihat samar-samar. Untuk konser bagi jajaran manajemen tingkat atas perusahaan semacam *chief executive officer* (CEO), TO misalnya menampilkan *Picture at an Exhibition* karya Mussorgsky. Ini dilakukan karena karakteristik penonton

kebanyakan *snob*, sehingga mereka tidak mengeluh walaupun tidak mengerti.

Demikian pula NSO yang memainkan karya klasik sulit seperti *Nutcracker* karya P. I. Tschaikovsky dalam konser Natal 2003 yang tiketnya dijual hingga satu juta rupiah. Kedua hal ini menunjukkan bahwa musik-musik itu ditujukan bagi kelas dominan yang menurut Bourdieu, kaya dalam *kapital* pendidikan, atau bisa digolongkan dalam kelompok *legitimate taste*.

Adapun *middlebrow* dan *popular taste* bisa digabungkan karena umumnya kelas pekerja (yang dibandingkan dengan kelas menengah oleh Bourdieu) bisa diartikan sebagai kelas menengah-bawah, dan kelas menengah-bawah di Indonesia umumnya tidak mendengarkan musik klasik, melainkan jenis musik yang akrab dengan mereka semisal pop, dangdut, campur sari, dan sejenisnya. Jadi, *taste* berikutnya diperuntukkan bagi kelas menengah, termasuk pelajar dan mahasiswa. Kedua *taste* ini diwakili oleh 'karya minor dari karya seni yang utama,' juga musik klasik yang nilainya menurun karena kepopuleran, atau *light music*.²

Pemaparan di atas memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia yang umumnya kurang mengenal pembagian musik klasik (setidaknya mampu membedakan musik klasik ringan dan berat) tidak terlalu memahami pembagian *taste* itu. Pihak yang membentuk dan mewujudkan *taste* itu, justru berasal dari orkestra. Dengan memperhatikan struktur kelas sosial, pihak orkestralah yang menyusun repertoar sehingga bisa sesuai bagi kelas-kelas sosial yang ada. Bagi kelas dominan, *taste* mereka sebetulnya bukan 'pilihan' mereka sendiri, tetapi 'disuguhkan' oleh pihak orkestra yang berusaha menyesuaikan antara posisi mereka sebagai kelas dominan dengan karya klasik yang dianggap paling tinggi. Ini tidak diprotes kelas dominan karena mereka beranggapan bahwa apa yang disuguhkan orkestra bagi mereka, sesuai bagi kelas mereka, juga sesuai dengan citra atau kesan yang ingin atau harus dimiliki mereka sebagai kelas dominan.

Demikian pula bagi kelas terdominasi yang diwakili kelas menengah-atas (dengan asumsi kelas menengah-bawah tidak diperhitungkan sebagai pendengar musik klasik). Kebanyakan mereka masih dalam taraf belajar mengenal dan mengapresiasi musik klasik sehingga pihak orkestra menyuguhkan mereka karya-karya klasik ringan atau yang populer yang mudah dicerna.

Dengan demikian, *middlebrow-popular taste* diberikan kepada mereka oleh pihak orkestra sehingga melekat menjadi *taste* kelas

menengah-atas. Adapun *pure aesthetic disposition*—sesuai dengan sebutannya—cenderung mencerminkan kemurnian pilihan musik seseorang tanpa dipengaruhi kelas sosial. Musik-musik yang ditampilkan EGO, misalnya dari Slank hingga Chrisye, mencerminkan selera pelbagai kelas sosial dalam masyarakat, yang murni dipandang dari lagu atau musiknya.

Kembali kepada masyarakat Paris tempat Bourdieu menjalankan penelitian ini, musik klasik merupakan hal umum bagi masyarakat di sana. Pengetahuan tentang musik klasik sudah membudaya. Oleh sebab itu, mereka cenderung bisa menentukan sendiri *taste* mereka atas karya klasik, yang ternyata juga mencerminkan pembagian kelas sosial. Sementara itu di Indonesia, pilihan *taste* atas musik klasik diatur pihak orkestra yang menyesuaikan repertoir dengan posisi kelas sosial masyarakat, yang kemudian—disadari atau tidak—menciptakan formasi *taste* masyarakat menjadi tiga formasi: *legitimate*, *middlebrow-popular*, dan *pure aesthetic disposition*.

■ Produksi Orkestra

Produksi orkestra juga dipengaruhi hal-hal lain di luar repertoir yang dihasilkan *habitus* itu, yakni bisnis orkestra seperti usaha meningkatkan *kapital* demi kelangsungan hidup orkestra, komodifikasi dalam penampilan orkestra, serta yang paling penting adalah penonton atau konsumen orkestra.

Ada pelbagai pertimbangan mengapa seseorang mengkonsumsi orkestra yang dalam hal ini merupakan tahap dalam proses komunikasi, seperti tindakan menerjemahkan, atau melakukan *decoding*. Bourdieu menyampaikan bahwa pencarian budaya memiliki sejumlah syarat. **Pertama**, tingkat, durasi, dan kualitas pendidikan. **Kedua**, asal sosial dan kelas *habitus*. Kelas dan struktur sosial juga mempengaruhi bagaimana seseorang mengkonsumsi budaya untuk memperkuat perbedaan klasifikasi dirinya. Dari penjelasan mengenai penampilan orkestra di televisi, terlihat ada dua logika yang dimainkan di sini. Pihak media harus berkompromi dengan logika pihak klien yang ingin acaranya dikonsumsi masyarakat agar bisa menyampaikan pesan perusahaannya, lengkap dengan kesesuaian *taste* konsumen yang memang merupakan segmen yang dikejanya.

Selain itu, hubungan timbal balik yang terbentuk melalui logika tersebut disadari baik oleh produsen acara yang menerjemahkan keinginan klien maupun konsumen yang merasa dia berasal dari

kelas yang dituju produsen. Ini juga disampaikan Bourdieu bahwa hubungan timbal balik itu "disadari dalam kegiatan konsumsi dan hanya melalui pemikiran mengenai kesamaan antara barang dan kelompok yang mendefinisikan *taste*." (Bourdieu, 1984: 23).

■ Reproduksi dan *Kapital Budaya*

Faktor lain yang turut mempengaruhi pengetahuan seseorang akan musik klasik adalah reproduksi budaya, atau bagaimana budaya diwariskan. Musik klasik dan orkestra di tanah air berkembang selain karena masyarakat semakin terekspos oleh orkestra, tentu juga lantaran tingkat pendidikan pada umumnya. Bourdieu (1984: 1) menegaskan bahwa salah satu bentuk reproduksi budaya juga didapat melalui institusi atau tingkat pendidikan seseorang. Seringkali orang tua tidak menyadari bahwa kegemarannya mendengarkan musik klasik merupakan awal bagi anaknya belajar menyukai atau akrab dengan musik itu. Jika nantinya anak itu belajar memainkan musik klasik, atau hanya sekedar menjadi penggemarnya, tentunya banyak faktor lain yang mempengaruhi hal itu.

Satu hal lain yang menarik ditelusuri adalah pendapat Langer bahwa reproduksi budaya dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap seni (Bourdieu, 1984: 31). Jika orang dibesarkan dalam lingkungan keluarga kaya yang memiliki akses terhadap seni, reproduksi budaya terhadap seni itu bisa berjalan. Sebaliknya, reproduksi budaya sejenis pada orang yang mempunyai latar belakang keluarga yang kurang mampu terhadap seni itu tidak bisa atau sulit berlangsung lantaran tidak ada akses.

Oleh sebab itu, secara tidak langsung, dalam reproduksi budaya, tidak budaya saja yang diwariskan, tetapi juga formasi sosial masyarakat. Namun demikian, karena reproduksi budaya tidak bekerja seperti mesin fotokopi, faktor lain ikut mempengaruhi keberhasilan reproduksi budaya. Ini diperkuat pendapat Bourdieu bahwa semua kebutuhan budaya merupakan hasil pendidikan dan cara membesarkan seseorang (1984: 1). Di sinilah *kapital budaya* berperan membentuk perilaku seseorang.

Bowles ([Http://www.williambowles.info/mimo/refs/tece1ef/htm](http://www.williambowles.info/mimo/refs/tece1ef/htm)) juga menyatakan bahwa sebagaimana kekayaan, kekuasaan, dan status, warisan budaya bisa diterjemahkan menjadi sumber sosial. *Kapital budaya* yang terkumpul sejak lahir bisa digunakan pada sistem pendidikan. Oleh karena itu, tidak heran para orang tua yang mempunyai pendapatan tinggi berlomba-lomba memberikan pendidikan terbaik bagi putera-puteri mereka.

Selain itu, guna meningkatkan *kapital* budaya, banyak orang tua yang mendorong anak-anak mereka mempelajari bentuk budaya seperti musik karena seperti dicontohkan Bourdieu ([Http://www.english.upenn.edu/~jenglish/Courses/hayes-pap.html](http://www.english.upenn.edu/~jenglish/Courses/hayes-pap.html)) kemampuan dan bakat individu ditentukan terutama oleh waktu dan *kapital* budaya yang diinvestasikan dalam diri mereka oleh orang tua. Selain itu Bourdieu juga menyebutkan, akumulasi awal *kapital* budaya—dimulai dari sumbernya—hanya berlaku bagi keturunan keluarga yang memiliki keahlian *kapital* budaya yang kuat.

Dalam membahas hubungan antara *kapital* budaya dan *kapital* ekonomi dalam mengkonsumsi budaya, Ninok Leksono—redaktur senior Kompas yang sering meliput dan mengamati penampilan orkestra—berpendapat bahwa saat ini terjadi paradoks, yakni kemampuan masyarakat umumnya secara ekonomi menurun, namun apresiasi mereka terhadap musik menjadi lebih serius dan lebih baik. Dengan kata lain, *kapital* budaya lebih tinggi daripada *kapital* ekonomi.

Yang harus diperhatikan, kelompok masyarakat manakah yang mengirim anak-anak mereka ke sekolah-sekolah musik ini pada krisis ekonomi? Dari pengamatan saya terhadap beberapa sekolah musik semisal Lembaga Pendidikan Musik IYO yang berlokasi di Panglima Polim, umumnya murid diantar dengan mobil. Ada yang ditunggu orang tua, pengasuh, atau supir. Tidak banyak murid datang menggunakan kendaraan umum. Sebagian besar murid berasal dari sekolah-sekolah swasta terkenal. Harga sebuah biola lebih kurang mulai Rp400.000,00 sedangkan iuran les per bulan sekitar Rp200.000,00.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kelas sosial yang mampu meningkatkan *kapital* budaya anak-anak mereka didominasi kelompok menengah-atas. Adapun kelompok menengah-bawah masih harus bertarung memenuhi kebutuhan pendidikan dasar anak-anak mereka sehingga belum sampai ke taraf meningkatkan *kapital* budaya. Keadaan ini membawa implikasi bahwa kelas menengah-atas berkemampuan mempertahankan status quo mereka sehingga kesenjangan sosial semakin dalam. Kelas menengah-atas mampu mempertahankan status quo melalui investasi *kapital* budaya pada anak-anak mereka. Hal yang sulit dikejar kelas menengah-bawah.

■ Struktur Kelas dan Sosial

Bourdieu (1984: 260) mengemukakan pendapatnya mengenai bagaimana masyarakat terstratifikasi. Ia menyebutkan bahwa kelas dominan adalah ruang independen tempat struktur didefinisikan berdasarkan distribusi *kapital* ekonomi dan budaya di antara anggota-anggotanya. Dengan demikian, kegiatan menonton orkestra bagi kelas dominan mencerminkan bagaimana *kapital* ekonomi serta budaya mereka terdefinisi karena seringkali dengan menonton orkestra, status mereka bisa meningkat. Walaupun demikian, hal ini tidak bisa dipukul rata.

Berdasarkan pandangan itu dan hasil penelitian, meningkatkan status merupakan faktor yang banyak ditemui pada kelas dominan. Umumnya mereka bisa menerima *taste* yang tertinggi—yang 'paling klasik'—walaupun belum tentu mereka memahami karya yang ditampilkan. Dengan demikian, pencarian budaya mereka cenderung ditentukan oleh kelas sosial guna mempertahankan dominasi. Adapun kelas terdominasi umumnya merupakan khalayak yang hanya mendapatkan *taste* yang lebih rendah. Sebab, akses mendapatkan tontonan orkestra dengan *taste* tertinggi, 'yang paling klasik' lebih sulit lantaran tingginya harga tiket atau eksklusivitas konser yang diperuntukkan bagi kalangan tertentu saja.

Selain itu kelas terdominasi dianggap sebagai penonton yang sesungguhnya dalam arti mereka menonton orkestra karena sedikit banyak mampu mencerna musik itu. Jika mereka diberikan repertoar yang tidak mereka pahami seperti karya yang 'sangat klasik,' mereka bisa kesulitan menikmati, sehingga jera menonton kembali.

'Hal lain yang mirip perbedaan kelas adalah struktur sosial yang melekat, dalam arti internalisasi struktur kognitif dihasilkan agen sosial dalam pengetahuan praktis mereka mengenai dunia sosial (Bourdieu, 1984: 468). Jadi, dengan struktur sosial yang melekat ini—seperti dalam menikmati musik—terdapat struktur sosial yang dibangun melalui proses belajar dan memahami yang turut bekerja di belakangnya tanpa kita sadari.

Jika seorang agen, melalui pengalaman atau *habitus*-nya, menganggap bahwa musik klasik yang dimainkan orkestra merupakan konsumsi kalangan atas dan bentuk budaya tinggi (sebagai hasil mengkuualifikasi objek), anggapan itu diinternalisasi dan dijadikan dasar bertindak.

Artinya, jika ia berasal dari struktur kaum elit, ia akan mengkonsumsi musik sesuai klasifikasinya sebagai anggota kelompok elit. Bahkan bukan tidak mungkin seandainya kelak dangdut menjadi musik kelas elit, orang mendengarkannya guna mengukuhkan dirinya sebagai anggota kelompok elit. Jadi, pandangan mengenai struktur sosial ini menggabungkan kelas dan status, menghubungkan keduanya pada tindakan dan praktik melalui *habitus*, dan menjelaskan reproduksi hirarki (LiPuma, 1993: 15-16).

■ Industri Orkestra

Perkembangan orkestra menjadi sebuah industri dipandang secara pro dan kontra oleh beberapa pihak. Konsep industri budaya yang pertama kali diperkenalkan Adorno dan Horkheimer digunakan buat menggambarkan budaya yang terkomodifikasi serta terindustrialisasi, diatur dari atas, dan terutama diproduksi dengan tujuan mencari keuntungan (Bettig, 2002: 209). Menurut Adorno ([Http://www.elopos.net/politics/eu_adorno.html](http://www.elopos.net/politics/eu_adorno.html)), kata 'industri' di sini tidak dapat diartikan terlalu harfiah. Ia mengacu standarisasi rasionalisasi teknik distribusi, namun tidak hanya terbatas pada proses produksi. Dengan keluaran (*output*) yang diatur logika *kapital*, yakni besarnya keuntungan yang mungkin didapat, industri budaya menyediakan sesuatu bagi semua orang sehingga tidak ada yang dapat lolos. Perbedaan yang ada diberikan penekanan serta diperluas.

Dari penjelasan itu, kita bisa memahami mengapa setiap orkestra mempunyai agenda serta menu masing-masing dalam berproduksi. Ini semata-mata karena mereka berusaha membuat perbedaan sehingga mereka bisa menjangkau pasar yang spesifik. Oleh karena itu—dengan skala yang besar dan sedikit banyak berorientasi pada keuntungan serta dijalankan sebagai perusahaan—orkestra bagi pihak yang pro dengan pendapat ini bisa dianggap sebagai industri. Namun demikian, pihak yang kontra seperti Addie M. S. menolak anggapan bahwa orkestra adalah industri karena makna industri berasosiasi dengan kata industri yang sebenarnya, bukan seperti dimaksud Adorno dan Horkheimer dalam industri budaya.

Dalam perspektif ekonomi politik, komodifikasi dan industrialisasi kreativitas intelektual dan artistik secara signifikan membatasi otonomi relatif para pekerja industri budaya, teks media, dan khalayak (Bettig, 2002: 215-216). Hal ini terlihat pada

media massa yang menayangkan orkestra dalam acara mereka. Di Metro TV, sebagai contoh, para pekerja di bidang industri budaya ini diharuskan menghasilkan komoditas yang menguntungkan, yakni tayangan TV yang sesuai selera klien yang membayar acara itu. Mereka harus berusaha menampung keinginan klien sebanyak-banyaknya berdasarkan anggaran yang tersedia.

Di lain pihak ada tekanan untuk mengembangkan minat kelas kapitalis. Tekanan ini muncul karena Metro TV mempunyai segmen AB sehingga harus menampilkan pertunjukan sesuai segmen AB. Tontonan harus dibuat berkelas, mewah, dan megah, misalnya acara yang mengapresiasi para pembeli Bank Mandiri.³

Dengan demikian, kreativitas intelektual dan artistik para awak media tidak bisa benar-benar bebas dan spontan lantaran ada tuntutan menyesuaikan diri dengan keinginan klien dan kebijakan media.

Ada benarnya pendapat Bettig bahwa komodifikasi budaya dan informasi, intervensi dari elit politik dan ekonomi, serta pengaruh periklanan menghasilkan produksi teks media (atau dalam konteks ini bisa disebut kandungan budaya) cenderung memperkuat status quo.

Betapa tidak, setiap stasiun TV tentu memiliki segmen tertentu. Jika segmennya sangat lebar—misalnya rentang ABCDE—tidak terlihat adanya penguatan status quo. Namun demikian, Metro TV membatasi khalayaknya pada segmen AB, sehingga kandungan budaya harus dibuat sesuai segmen itu. Metro TV pada akhirnya mempertahankan status quo, yakni memperkuat keberadaan dirinya sebagai stasiun bersegmen atas.

Historical situatedness untuk menentukan kriteria kualitas penelitian—yakni sejauh mana penelitian memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, dan politik—terekam dalam pengamatan mengenai *interplay* antara *habitus*, *field*, dan *kapital*. Pengamatan itu membahas konteks sosial seseorang baik dari pihak konsumen maupun produsen budaya seperti masalah kelas, atau status. Selain itu ia juga memperhatikan faktor budaya yang membentuk perilaku seseorang seperti *habitus*, reproduksi budaya, serta faktor ekonomi-politik dalam mempraktikkan bentuk budaya semacam orkestra.

Di luar itu semua, masalah konteks sosial tempat seluruh kejadian ini berlangsung—yakni pada masyarakat yang terkena dampak globalisasi, dan struktur sosial yang timpang—turut mempengaruhi fenomena dalam masyarakat itu. Semua ini

bercampur sehingga memberikan dampak bagi industri orkestra di tanah air.

■ KESIMPULAN

1. *Habitus* yang ber-*interplay* dengan *field* dan *kapital* berpengaruh besar terhadap produksi dan juga konsumsi budaya. Ini tampak dalam produksi ketiga orkestra serta tingkat kesenangan dan keseriusan seseorang ketika mengkonsumsi orkestra (yang sesuai dengan posisi *field*-nya) yang ternyata juga dipengaruhi *kapital* budaya orang itu. Jadi, *habitus* saja tidak cukup.
2. Semakin klasik *taste*, semakin kuat *habitus* dan semakin tinggi *kapital* budaya atau ekonomi. *Taste* yang populer, bisa berarti *habitus* tidak terlalu kuat atau *kapital* budaya atau ekonomi rendah, atau keduanya.
3. Kelas dan struktur sosial mempengaruhi bagaimana seseorang mengkonsumsi budaya untuk memperkuat perbedaan klasifikasi dirinya.
4. Kerja sama antara produksi dan konsumsi budaya orkestra menghasilkan industri orkestra. Industri orkestra banyak berperan dalam produksi budaya yang terkomodifikasi dan merasionalisasi teknik distribusi budaya itu sehingga dapat mencapai sasarannya, yaitu meningkatnya konsumsi budaya oleh khalayak. Sasaran itu sendiri dicapai produsen dan industri dengan membentuk realitas semu. Tujuan kegiatan itu mengandung unsur idealis yang berbaur dengan usaha mencari keuntungan sebagai bagian industri.

■ IMPLIKASI PENELITIAN

1. Penelitian ini memperkuat pendapat Bourdieu mengenai peran *habitus* sebagai subyektivitas yang disosialisasikan pada diri seseorang, termasuk pada budaya yang diproduksi dan dikonsumsi.
2. Penelitian ini menemukan modifikasi pada empat formasi *taste* yang disampaikan Bourdieu. Keempat formasi *taste* yang disampaikan Bourdieu—*legitimate*, *middlebrow*, *popular*, dan *pure aesthetic disposition*—tidak bisa diterapkan seluruhnya pada masyarakat Indonesia yang pada dasarnya memiliki budaya yang berbeda dengan masyarakat Barat. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini hanya dapat memberikan gambaran tentang formasi *taste* dalam konteks lokal. Yang patut diperhatikan—disadari atau tidak—faktor yang membentuk *taste* itu

sesungguhnya pihak orkestra. Penjelasan nya kembali pada masalah bahwa bagi kebanyakan masyarakat Indonesia, musik klasik adalah musik klasik. Oleh karena itu, pihak orkestra melalui repertoir mereka mainkan membantu membentuk dan memperkuat *taste* (yang tecermin dalam pemilihan karya klasik) yang disesuaikan dengan kelas sosial masyarakat Indonesia.

3. Industri orkestra di Indonesia juga sejalan dengan pendapat Adorno dan Horkheimer mengenai industri budaya yang menyediakan sesuatu bagi semua orang, sehingga tidak ada orang yang dapat lolos dari sergapan budaya itu. Pada akhirnya hal ini juga menjadi cerminan terjadinya komodifikasi budaya yang merupakan proses mengubah nilai kegunaan sebuah produk (budaya) menjadi nilai pertukaran produk itu. Oleh karena itu penelitian ini memberikan gambaran dan penjelasan mengenai peran kelas, *taste*, dalam industri, produksi, serta konsumsi orkestra di Indonesia, walau tidak bisa digeneralisasi untuk menggambarkan formasi *taste* masyarakat Indonesia.
4. Penelitian ini bisa memberi masyarakat kesadaran bahwa di balik penyajian orkestra terdapat makna, dan tujuan yang sarat unsur selain budaya, yakni ekonomi, politik, sosial. Seringkali ini masyarakat tidak menyadari bahwa realitas yang mereka terima sebenarnya realitas semu, yaitu realitas yang diatur pihak produsen dan industri guna memenuhi kebutuhan dan prinsip keberhasilan mereka (produsen dan industri) sendiri.

■ REKOMENDASI PENELITIAN

1. *Taste* konsumen terhadap orkestra yang mengiringi penyanyi pop atau *band* (atau sebenarnya yang lebih tepat: *taste* konsumen terhadap penyanyi pop atau *band* yang diiringi orkestra) merupakan hasil *habitus* konsumen. Oleh sebab itu, di luar masalah selera dan struktur sosial, besarnya minat seseorang terhadap penyanyi atau kelompok *band* tidak bisa lepas dari faktor industri musik, seperti banyaknya album yang dihasilkan, rekaman yang terjual, promosi yang dilakukan, serta terpaan media. Semua hal itu—yang tidak dibahas dalam penelitian ini—dapat membentuk kecenderungan dan dapat pula membentuk *habitus* konsumen. Oleh karena itu, penelitian lain hendaknya mengkaji secara lebih mendalam konsumsi dan produksi pada orkestra sejenis Erwin Gutawa Orchestra juga mengamati industri musik pada umumnya.

2. Untuk membahas masalah *taste* lebih mendalam, diperlukan penelitian kuantitatif seperti dilakukan Bourdieu, namun dengan konteks lokal, karena budaya Indonesia berbeda dengan budaya masyarakat Paris yang menjadi obyek penelitian Bourdieu.

■ DAFTAR PUSTAKA

■ Buku

- Baran, Stanley J dan Dennis K. Davis (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (2nd ed.). Canada: Wadsworth.
- Bettig, Ronald V (2002). "Culture Industries, Media as," dalam Jorge Reina Schement (ed.), *Encyclopedia of Communication and Information*. USA: Macmillan Reference.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. USA: President and Fellows of Harvard College and Routledge & Kegan Paul Ltd..
- Bourdieu, Pierre (1990). "Artistic Taste and Cultural Capital," dalam Jeffrey C. Alexander & Steven Seidman (eds.). *Culture and Society: Contemporary Debates*. USA: Cambridge University Press.
- Calhoun, Craig; Edward LiPuma & Moishe Postone (1993). "Introduction," dalam Craig Calhoun, Edward LiPuma & Moishe Postone (eds). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Calhoun, Craig (1993). "Habitus, Field, and Capital," dalam Craig Calhoun, Edward LiPuma & Moishe Postone (eds). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Campbell, Don (2001). *Efek Mozart Bagi Anak-Anak: Meningkatkan Daya Pikir, Kesehatan, dan Kreativitas Anak Melalui Musik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Grosswiller, Paul (2002). "Cultural Studies," dalam Jorge Reina Schement (ed.). *Encyclopedia of Communication and Information*. USA: Macmillan Reference.
- Haas, Karl (1984). *Inside Music, How to Understand, Listen to, and Enjoy Good Music*. New York: Doubleday.
- Hebdige, Dick (1987). "The Impossible Object: Towards a Sociological of the Sublime," dalam James Curran, David Morley, Valerie Walkerdine (eds.) (1996). *Cultural Studies and Communications*. Great Britain: Arnold.
- Jankowski, Nicholas W, dan Fred Wester (1995). "The Qualitative Tradition in Social Science Inquiry: Contribution to Mass Communication Research," dalam. Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W. Jankowski (eds.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- Lash, Scott (1993). "Pierre Bourdieu: Cultural Economy and Social Change," dalam. Craig Calhoun, Edward LiPuma & Moishe Postone (eds.). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Lindlof, Thomas R (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, Inc..
- LiPuma, Edward (1993). "Culture in the Concept of Culture In a Theory of Practice," dalam Craig Calhoun, Edward LiPuma & Moishe Postone (eds.). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mack, Dieter (2001). *Pendidikan Musik: Antara Harapan dan Realitas*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia-Masyarakat Seni Pertunjukkan Indonesia.
- McGuigan, Jim (1997). "Cultural Populism Revisited," dalam Marjorie Ferguson & Peter Golding (eds.). *Cultural Studies in Question*. London: Sage Publication
- Mosco, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publications Ltd..
- Ruben, Brent D (2002). "Culture and Communication," dalam Jorge Reina Schement (ed.). *Encyclopedia of Communication and Information*. USA: Macmillan Reference.
- Slonimsky N., & R. Kassel (1998). *Webster's New World - Dictionary of Music*. New York: Mac Millan.
- Yin, Robert K (1994). *Case Study Research: Design and Method*. (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

■ Sumber Internet

- Adorno, Theodor (1991). "Culture Industry Reconsidered." [Http://www.elopos.net/politics/eu_adorno.html](http://www.elopos.net/politics/eu_adorno.html), diakses tanggal 12 November 2003.
- Adorno dan Horkheimer (1944) "Dialectic of Enlightenment. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception." [Http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm](http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/adorno.htm), diakses tanggal 12 November 2003.
- Beasley-Murray, Jon. "Value and Capital in Bourdieu and Marx." [Http://www.art.man.ac.uk/SPANISH/Writings/capital.html](http://www.art.man.ac.uk/SPANISH/Writings/capital.html), diakses tanggal 1 Agustus 2003.
- Bourdieu, Pierre. "Introduction. Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste." [Http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/distinct/introUK.html](http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/distinct/introUK.html), diakses tanggal 1 Agustus 2003.
- Bourdieu, P.. Distinction — "The Sense of Distinction" (chp 5)." [Http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU](http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU), diakses tanggal 1 Agustus 2003
- Bourdieu, P.. Distinction — "Conclusion: Classes and Classifications." [Http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU](http://www.uchicago.edu/ssr1/PRELIMS/Strat/stmisc1.html#BOURDIEU), diakses tanggal 1 Agustus 2003
- Bowles. "Cultural Capital." [Http://www.williambowles.info/mimo/refs/tecelef.htm](http://www.williambowles.info/mimo/refs/tecelef.htm), diakses tanggal 21 November, 2003.

- Hayes, Elaine. "The Forms of Capital." [Http://www.english.upenn.edu/~jenglish/Courses/hayes-pap.html](http://www.english.upenn.edu/~jenglish/Courses/hayes-pap.html), diakses tanggal 21 November, 2003.
- Irvine, Martin (2002). "Context: Understanding Bourdieu." [Http://www.georgetown.edu/faculty/irvinem/CCTP737/Bourdieu-notes.html](http://www.georgetown.edu/faculty/irvinem/CCTP737/Bourdieu-notes.html), diakses 1 Agustus 2003.
- "Distinction: Taste and Aesthetics." [Http://www.pressure.to/legacy/anxious_practice/texts/distinction.htm](http://www.pressure.to/legacy/anxious_practice/texts/distinction.htm), diakses tanggal 1 Agustus 2003.
- "Glossary of Culture," diakses tanggal 20 Oktober 2003:
[Http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/culture-definition.html](http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/culture-definition.html).
[Http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/high-culture.html](http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/high-culture.html).
[Http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/popular-culture.html](http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/popular-culture.html).
[Http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/reproduction.html](http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/glossary/reproduction.html).
- "Habitus Defined." [Http://www.ahs.cqu.edu.au/psysoc/units/53225/pdf/ch11.pdf](http://www.ahs.cqu.edu.au/psysoc/units/53225/pdf/ch11.pdf), diakses tanggal 13 Oktober 2003
- Kompas, 19 Maret 2000. [Http://www.kompas.com/kompas%2Dcetak/0003/19naper/kese02.htm](http://www.kompas.com/kompas%2Dcetak/0003/19naper/kese02.htm), diakses tanggal 26 Maret 2004.
- KCM, 28 November 2002. [Http://www.kompas.com/gayahidup/news/0211/28/090600.htm](http://www.kompas.com/gayahidup/news/0211/28/090600.htm), diakses tanggal 26 Maret 2004.
- KCM 13 Mei 2003. [Http://www.kompas.com/gayahidup/news/0205/13/054720.htm](http://www.kompas.com/gayahidup/news/0205/13/054720.htm), diakses tanggal 26 Maret 2004.
- Scahill, John H. "Meaning-Construction and Habitus." [Http://www.ed.utuc.edu/EPS/PES-Yearbook/93_docs/SCAHILL.HTM](http://www.ed.utuc.edu/EPS/PES-Yearbook/93_docs/SCAHILL.HTM), diakses tanggal 13 Oktober 2003.
- "Sociology of Consumption: Theories of Consumption." [Http://uk.geocities.com/baliher_sanghera/contheories.html](http://uk.geocities.com/baliher_sanghera/contheories.html), diakses tanggal 21 November, 2003.
- "1986 Pierre Bourdieu's The Forms of Capital" is published in English. [Http://fcls.oise.utoronto.ca/~daniel_schugurensky/assignment1/1986bourdieu.html](http://fcls.oise.utoronto.ca/~daniel_schugurensky/assignment1/1986bourdieu.html), diakses tanggal 21 November, 2003

■ Sumber Koran dan Majalah

- Femina*, No.35/XXXI Edisi 28 Agustus-3 September 2003.
Kompas, 9 Agustus 2003.
Kompas, 6 Februari 2004.
Tempo, Edisi 5-11 April 2004.

■ Sumber Tidak Diterbitkan

- Hidayat, Dedy N. (2000). "Bahan Penunjang Kuliah MPS Bagian I." Program Pascasarjana FISIP Universitas Indonesia.

■ **Catatan**

¹Instrumen gesek atau string dimainkan dengan cara digesek, terdiri atas biola, viola (biola alto), cello, dan kontra bass.

²Contoh yang mudah, misalnya pemilihan dering telepon selular yang memperdengarkan pelbagai musik klasik yang akrab di telinga penggunanya.

³Acara berjudul "*Unforgettable Moments*" ini ditayangkan tanggal 24 Januari 2004 pukul 20.30 di Metro TV dengan menampilkan orkes *chamber* yang terdiri atas 15 orang *string section*.

