

Bab III

Pop Melayu: Hegemoni Media Massa dalam Ranah Musik Populer di Indonesia

3.1 Identifikasi Pop Melayu sebagai Fenomena Industri Budaya dengan Komparasi terhadap Musik Pop *Indie* sebagai produk tandingan

Fenomena aliran pop Melayu yang sedang berlangsung di industri musik Indonesia menampilkan keseragaman yang sangat kental. Hal ini terlihat dari lirik-lirik mereka yang hanya seputar perselingkuhan, elegi patah hati, aransemen musik yang sederhana, pengungkapan lirik yang sehari-hari dan banal, dan cengkok Melayu yang khas mirip musik-musik pop Malaysia yang pernah hadir di belantika musik Indonesia pada awal 1990an. Keseragaman di antara grup-grup musik pop Melayu ini adalah sesuatu yang menurut Adorno memiliki elemen standardisasi dan individualitas semu yang menjadi karakteristik dari musik populer, namun dalam kasus ini terlihat kedua elemen tersebut sangat kental dan tidak dapat dibantahkan lagi karena keseragaman yang menjadi benang merah di aliran pop Melayu tersebut yang sangat mencolok.

Teori standardisasi dan individualitas semu digunakan oleh penulis dalam menganalisis lagu-lagu pop Melayu yang diterbitkan oleh *major labels* melalui studi komparasi terhadap musik pop yang diterbitkan dari jajaran *indie labels*. Penulis akan membandingkan antara beberapa elemen yaitu musikalitas, tema lagu, lirik, serta video klip yang ditampilkan. Pada studi ini, penulis mengambil sampel lima lagu pop Melayu modern dan lima lagu pop *indie*. Berikut ini adalah daftar lagu yang dijadikan sampel.

Grup Musik Pop Melayu	Judul	Perusahaan Rekaman
ST12	' <i>Cari Pacar Lagi</i> '	Trinity Optima Production
Kangen Band	' <i>Selingkuh</i> '	Sony BMG

Angkasa	' <i>Jangan Pernah Selingkuh</i> '	Warner Indonesia
Merpati	' <i>Tak Selamanya Selingkuh itu Indah</i> '	Nagaswara
Matta Band	' <i>Ketahuan</i> '	PPS

Berikut ini adalah daftar lagu *indie* yang digunakan oleh penulis dalam tulisan ini.

Grup Musik Indie	Judul	Perusahaan Rekaman
Sore	' <i>Pergi Tanpa Pesan</i> '	Aksara Records
Sinetosca	' <i>Kepompong</i> '	Nubuzz Records
White Shoes & Couple Co.	' <i>Senandung Maaf</i> '	Aksara Records
Agrikulture	' <i>Kompom Meleduk</i> '	Future10 Records
Efek Rumah Kaca	' <i>Cinta Melulu</i> '	Aksara Records

Lagu-lagu yang beredar di masyarakat dan kerap menjadi hit ini menampilkan standardisasi baik dari aransemen, lirik, tema lagu, hingga tampilan video klip. Dari segi aransemen, musik mereka dapat dianggap sangat sederhana, lagu-lagu mereka memiliki *chord* musik yang sederhana dan natural yaitu *chord* mayor dan minor tanpa ada variasi *extended chord* seperti *major 9th* atau *half-diminished*. Dari segi melodi, yang dinyanyikan sang vokalis pun terlihat tidak ada tantangannya karena jarak interval yang dekat dan umumnya hanya berjarak tidak lebih dari dua oktaf⁸¹. Hal ini juga disertai adanya repetisi atau pengulangan melodi yang dinyanyikan seolah-olah hanya untuk mencapai durasi 3—4 menit, yang merupakan formula standar dalam musik pop. Selain itu, dalam susunan *chord* yang digunakan pun juga standar karena tidak adanya modulasi atau perubahan tangga nada di dalam suatu lagu sehingga kreatifitas sedikit terbatas karena *chord* dan melodi yang berputar hanya di satu tempat. Perhatikan lagu dari Angkasa yang berjudul '*Jangan Pernah Selingkuh*'⁸² di bawah ini.

⁸¹ Budidarma, Pra. 2001. *Buku Kerja Teori Musik sebagai Pengantar Komposisi dan Aransemen. (untuk kalangan sendiri)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

⁸² <http://www.youtube.com/watch?v=of4g7IQ0YE4>.

D minor

A minor

1. Jangan kau dus- ta- i a - ku, jangan kau sa - ki - ti a - ku
2. Jangan kau bo-hong-i a - ku, jangan kau lu - ka - I a - ku

D minor

A minor

1. Bi-la kau cin - ta, pa - da - ku.
2. Bi-la kau sa - yang, pa - da - ku.

F Major

C Major

1. tan-pa ku ta - hu sa-lah-ku tanpa ku ta - hu do - sa-ku
2. Jangan per-nah kau se-ling-kuh jangan pernah kau men-du-a

D minor

Bb Major

1. kau berbu-at se - ma - u - mu
2. Bi-la kau me-mang cin - ta - ku

D minor

A minor

1. Jangan kau de-kat- i a - ku, jangan kau me - ra - yu a - ku
2. Buanglah si - fat bu-ruk-mu buang se- mu - a e - go -mu

D minor

A minor

1. Bi-la kau te - rus, be - gi - tu.
2. Karna ku tak su - ka I - tu

Perhatikan pula lagu yang berjudul '*Selingkuh*'⁸³ ciptaan Kengen Band di bawah ini.

A Major

E Major

A Major

- Pa-car- ku sa-ya-ngi-lah a - ku se-per-ti -ku me-nya-yang-i- mu
1. Pa-car-ku mengerti - lah a - ku se-per-ti -ku me-nger-ti - ka-mu dan

A Major

E Major

A Major

- Pa-car- ku cin-ta- i - lah a - ku se-per-ti a - ku cin - ta ka-mu
1. Pa-car- ku pa-ham-i - lah a - ku se-per-ti ku - me-ma-ha-mi-mu

D Major

E Major

A Major

⁸³ <http://www.youtube.com/watch?v=n-SwCUREKyQ>

1&2 Tapi ka-mu kok se-ling-kuh ta-pi ka-mu kok se-ling-kuh

D Major E Major A Major G# F# minor
An-dai-kan bu-lan an-dai-kan bin-tang da - pat ber-bi-ca - ra

D Major E Major A Major
kan ku bi -ar-kan ta - hu yang se-sungguh - nya

D Major E Major A Major G# F# minor
An-dai-kan bu-lan an-dai-kan bin-tang m're-ka sa-ling ber-bi - sik

D Major E Major A Major
Ten-tu cin-ta ki-ta tak - kan ter - u - sik

Kedua lagu di atas mewakili lagu-lagu pop Melayu lainnya yang disajikan dengan musikalitas yang sederhana, aliran musik pop yang didukung oleh media *mainstream* ini menampakkan standardisasi dan individualitas semu yang mencolok, berbeda dengan musik pop yang disajikan oleh jajaran pop *indie* seperti band White Shoes & the Couples Company atau band Sore yang lebih kaya aransemen dan musikalitas. Lagu White Shoes yang berjudul ‘*Senandung Maaf*’⁸⁴ menyajikan aransemen musik yang lebih berisi, seperti dengan penggunaan *chord* lagu yang mayoritas *extended chord* yaitu *C Major 7th*, *D minor 7th*, *E minor 7th*, atau *A7th*. Perputaran *chord* mereka juga mengandung sesuatu yang disebut lingkaran 2-5-1, formula yang kerap dipakai pada musik *jazz* klasik yang pada lagu ini terdapat pada bagian akhir lagu atau *coda*.⁸⁵

Lagu ‘*Kompur Meleduk*’—ciptaan Benyamin S.—yang dibawakan dan diaransemen ulang oleh Agrikulture menampilkan musik yang berbeda meskipun sama-sama beraliran pop dengan pop Melayu, Agrikulture mengubah aransemen ‘*Kompur Meleduk*’⁸⁶ menjadi sebuah lagu bernafaskan *dance pop*. Lagu ini sarat dengan unsur elektronik karena dominannya pemakaian elemen musik digital

⁸⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=WJ9wTSjHnMY>.

⁸⁵ Lihat Budidarma, Pra. 2001. *Teori Improvisasi dan Referensi: Musik Kontemporer*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

⁸⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=Cuh-VO3u40k>.

sehingga berbeda dengan musik pop Melayu yang digarap secara sederhana oleh instrumen-instrumen dasar seperti gitar, bass, dan drum.

Sedangkan lagu dari grup musik Sore yang berjudul ‘Pergi Tanpa Pesan’⁸⁷ memiliki nilai-nilai musikalitas yang bahkan lebih kaya daripada lagu ‘Senandung Maaf’. Lagu ‘Pergi Tanpa Pesan’ memiliki progresi *chord* dan perpindahan tangga nada atau modulasi seperti pada awal lagunya yang memiliki *chord G Major-Bb Major-Eb Major-D7th* serta pada bagian *reff*-nya yang memiliki susunan *chord* yang juga penuh dengan perpindahan tangga nada. Perhatikan strukturnya di bawah ini.

	G	Bb	Eb Major 7 th	D7 th			
Jauh berjalan			mencari	intan pujaan			
	G	Bb	F	Bb	F		
			aduhai...	dimana puan ,			
Bb	F	D7 th	G	Bb	Eb Major 7 th	D7 th	
mengapa			PERGI TANPA PAMITAN				
	G	Bb	Eb Major 7 th	D7 th			
Lembah kuturuni ,			bukit nan ting-	gi ku daki			
	G	Bb	F	Bb	F		
			aduhai...	Tak kunjung jumpa ,			
Bb	F	D7 th	G	G7 th			
mengapa hilang tak tentu			rimba				
Ab		Eb	F7 th	Bb	Eb		
Laut hempaskan ku padanya ,			bintang tunjukkan arah				
			D7 th				
oh angin bisikkanlah malam							
	G	Bb	Eb Major 7 th	D7 th			
Ini...							
	G	Bb	Eb Major 7 th	D7 th			
Hati cemas bimbang ,			harapan	timbul			
	G	Bb	F	Bb	F	Bb	F D7 th

⁸⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=2JZjBnh-DZ4>.

Tenggelam...

aduhai... permata hati , mungkinkah kelak berjumpa lagi ...

Tema yang terdapat di pop Melayu sarat dengan pengagung-agungan cinta, pemujaan terhadap sang kekasih atau seseorang yang didambakan. Posisi para pelantun lagu adalah seseorang yang subordinat terhadap kekasih yang dipuja-puja, entah itu cintanya berakhir dengan baik atau tidak tetapi pelantun lagu ini akan selalu di posisi yang sama. Tema yang umum digunakan di pop Melayu umumnya hanya bertemakan cinta, elegi patah hati, *mellow*, perselingkuhan, dan lirik yang sehari-hari. Lagu-lagu tersebut kerap memiliki tema yang mengagung-agungkan cinta meskipun itu terdengar seolah menyakitkan untuk sang pelantun lagu. Pengharapan agar cintanya dibalas atau kerap mengemis-ngemis cinta pada sang pujaan hati diungkapkan melalui lirik yang banal dan sehari-hari. Penggunaan bahasa yang sehari-hari dan jauh dari lirik-lirik yang puitis telah dijadikan komoditas untuk lebih banyak mendapatkan pendengar yang umumnya pada kelas menengah ke bawah. Penggunaan bahasa yang sehari-hari ini digunakan oleh grup-grup musik tersebut sehingga tidak meningkatkan kapasitas intelektual bagi para pendengarnya. Hal ini menunjukkan bahwa semua lagu ini hanya untuk hiburan semata dan kepentingan korporat kapitalis yang berideologikan bisnis atau profit. Perhatikan lagu dari ST12 yang berjudul '*Cari Pacar Lagi*' berikut ini.

G Em
Cinta - ku cin-ta-ku pa-da-mu tak be-sar se-per-ti du-lu

Am D
Kamu kok be-gi-tu, me-ni-lai cin-ta-ku, be- gi-tu ren-dah di - ma-ta-mu

G Em
Sayangku sa-yang-ku pa-da-mu tak in-dah se-per-ti du-lu

Am D
Ma-u-mu be-gi-ni, ma-u-mu be-gi-tu tak per-nah kau har-ga-i a - ku

C D G
Owh.. I am sor-ry, ku tak a-kan love you la -gi

G Em
Ku pe-luk me-me-luk di-ri - mu tak ha-ngat se-per-ti du -lu

Am D
Ku ja -di se-ling-kuh kar na kau selingkuh bi-ar sa-ma-sa-ma ki-ta se-lingkuh

C D G
Owh.. I am sor-ry, ku tak a-kan love you la -gi

Reff

C D Bm
Bi-ar-ku pu-tus-kan sa-ja, ku tak ma-u ha-ti-ku ter-lu-ka
Em Am D G
Le-bih ba-ik ku-cu-kup-kan saj-a, ku tak ma-u ba-tin ku ter-sik-sa
C D Bm
Jan-gan kau s'la-lu me-ra-sa Wa-ni-ta bu-kan di-ri- mu sa - ja
Em Am D G
Le-bih ba-ik ku pu-tus-kan sa - ja Ca-ri pa- car la - gi

Lirik lagu 'Cari Pacar Lagi' tersebut menggunakan bahasa yang sehari-hari, tanpa terdapat suatu kiasan apapun sehingga apa yang tampil di permukaan lirik lagu tersebut adalah apa yang dimaksudkan. Hal ini berarti makna dalam lagu ini sangat denotatif dan tidak perlu dicerna lagi secara intelektual. Demikian pula lagu dari Matta Band yang berjudul *Ketahuan* ini.

Am F
Da-ri a-wal a- ku tak per-nah per-ca-ya kata- ka-ta mu
G E
Ka-re-na ku ha-nya me-li- hat se-mu- a da-ri pa- ras mu
Am F
Ter-ak- hir kau bi-lang pa-da-ku kau tak kan per-nah se-ling-kuh
G E
Te-ta- pi ter-nya-ta di-ri-mu ber-ma -in di be- la - kang-ku
F C
Sa-at ku me-li-hat-mu kau se-dang ber-me-sra-an de-
Dm E
-ngan se-o - rang yang ku ke- nal

Reff:

Am G Em Am G E Am
oh ka -mu ke-ta-hu- an pa-ca-ran la-gi de-ngan di-ri - nya te-man baik-ku
Am G Em Am G E Am
Oh.. ka-mu ke-ta-hu-an pa-ca-ran la -gi de-ngan di-ri-nya te-man ba-ik- ku
F C

Sa-at ku me-li-hat-mu kau se-dang ber-me-sra-an de-

Dm E

-ngan se-o - rang yang ku ke- nal

Am G Em Am G E Am

oh ka -mu ke-ta-hu- an pa-ca-ran la-gi de-ngan di-ri - nya te-man baik-ku

Am G Em Am G E Am

oh.. ka-mu ke-ta-hu-an pa-ca-ran la -gi de-ngan di-ri-nya te-man baik-ku

Am G Em Am G E Am

oh ta-pi tak mengapa a-ku tak he-ran kar-na di - ri-mu cin-ta se-sa-at-ku

Pop Melayu yang hanya berkisar soal percintaan dan didukung oleh industri musik *mainstream* ini terlihat kontras bila dibandingkan dengan musik pop yang datang dari jajaran *indie label*, atau yang lebih dikenal sebagai *indie-pop*. Sebagai contoh, saat pop Melayu yang hanya bertemakan cinta dilawan oleh kehadiran lagu yang berjudul ‘*Kepompong*’ oleh Sindetosca rilisan Nubuzz Record dengan mengangkat tema persahabatan yang dikemas dengan gaya bahasa pengandaian namun dapat dengan mudah dicerna. Perhatikan lirik dari lagu *indie* tersebut di bawah ini.

Kepompong Sindetosca

Dulu kita sahabat	Mengubah ulat menjadi kupu-kupu
dengan begitu hangat	Persahabatan bagai kepompong
mengalahkan sinar mentari	Hal yang tak mudah berubah jadi indah

Dulu kita sahabat	Persahabatan bagai kepompong
berteman bagai ulat	Maklumi teman hadapi perbedaan
berharap jadi kupu-kupu	Persahabatan bagai kepompong
	na na na na na..

Kini kita berjalan berjauh-jauhan	
kau jauhi diriku karena sesuatu	Semua yang berlalu
mungkin ku terlalu bertingkah kejauhan	Biarkanlah berlalu
namun itu karena ku sayang	Seperti hangatnya mentari

Persahabatan bagai kepompong	Siang berganti malam
------------------------------	----------------------

Sembunyikan sinarnya

Hingga dia bersinar lagi

Perhatikan juga sebuah lagu dari White Shoes & The Couples Company yang berjudul ‘*Senandung Maaf*’, rilisan Aksara Records, dengan gaya bahasa yang puitis dan tinggi, seperti di lagu-lagu tempo dulu, berbeda dengan lirik-lirik yang terdapat di pop Melayu.

Senandung Maaf White Shoe

Senandungkan lagu ini

Atas rindu di hati

Berlutut di lantai bumi

Bersedih menyepi

Toreh kisah senandung kasih

Maafrican tuan aku berjanji

Tak mau menuai murka

Untukmu oh kawan

Berbisik di dalam hati

Kumohon maafkan

berbagi peluh menuju cita

Daku membasuh keringat luka

Du du du du.....

Nikmati di atas dahan

Menyusun sarangnya

Kukembalikan hatimu

Seperti semula

Hapuskanlah lagu terangi cinta

Meniti lagu menyemat suka

Du du du du.....

Gelombang nestapa.....

Gelombang nestapaku harap sirna

Gelombang nestapa.....

Gelombang nestapaku harap sirna

Pada musik pop Melayu, tema percintaan juga secara otomatis menurunkan tema lain yang juga umum digunakan, yaitu tema perselingkuhan. Tema perselingkuhan ini seolah menjadi suatu stigma agar suatu lagu lebih menarik dibandingkan tema percintaan biasa, juga agar lebih mudah diingat, lebih berkesan di hati pendengar, dan menampilkan sisi yang lain dari suatu percintaan. Tema perselingkuhan dalam pop Melayu dikemas dengan beragam sudut pandang. Pada lagu ‘*Selingkuh*’ oleh Kangen Band, misalnya, digambarkan pengharapan agar sang kekasih juga mencintai seperti yang dilakukan oleh sang pelantun lagu. Hal ini dianggap berlawanan oleh sang pelantun karena kecewa

terhadap perselingkuhan yang dilakukan sang kekasih terhadap dirinya, bahkan setelah mengetahui hal tersebut sang pelantun masih mengharapkan cinta tanpa adanya perselingkuhan lagi. Begitu juga dalam lagu ST12 yang berjudul '*Cari Pacar Lagi*', lagu itu menggambarkan berkurangnya rasa cinta yang dimiliki sang pelantun karena sang kekasih yang berselingkuh. Setelah itu, sang pelantun juga ikut berselingkuh dan akhirnya menghentikan hubungan di antara mereka berdua

Sementara itu, lagu '*Jangan Pernah Kau Selingkuh*' menceritakan ketidakpercayaan atau petuah yang memaksa agar sang kekasih tidak berselingkuh atau berbuat semaunya, lagu yang diciptakan oleh grup musik Angkasa ini intinya menggambarkan kebencian terhadap perselingkuhan. Selain itu, hadir lagu '*Ketahuan*' oleh Matta Band yang dikemas dengan ceria. Lagu ini menggambarkan perselingkuhan yang dijalani sang kekasih dengan seorang sahabat, sebuah perselingkuhan yang sebenarnya tidak berpengaruh besar terhadap perasaan yang diselingkuhi sehingga sudut pandang yang digunakan di lagu ini berbeda dengan kedua lagu sebelumnya. Lain lagi dengan lagu dari Merpati Band yang berjudul '*Tak Selamanya Selingkuh itu Indah*' yang dikemas dengan kalam. Hal ini disebabkan oleh adanya gambaran kepedihan yang dalam ketika menjalani perselingkuhan, diiringi pengharapan yang besar terhadap sang kekasih dalam menjalani perselingkuhan tersebut.

Keseragaman dalam menggunakan tema perselingkuhan ini dapat dianggap standardisasi dalam industri musik. Pengemasan, dalam arti penggunaan sudut pandang yang berbeda, tema perselingkuhan ini adalah suatu bukti individualitas semu. Kita disajikan sesuatu yang tampak berbeda, namun sebenarnya sama. Tema cinta yang menceritakan perselingkuhan dijadikan sebuah tuntutan komoditas dalam industri musik dan disajikan dengan bahasa yang sederhana agar lebih menarik bagi para pendengar dan menghasilkan profit bagi media maupun korporat yang terlibat di dalamnya.

Video clip yang ditampilkan lagu-lagu pop Melayu ini juga mencerminkan standardisasi. Tema cinta yang dominan dalam lagu pop Melayu mengakibatkan konsep pembuatan *video clip* dalam pop Melayu menjadi standar dan mudah karena hanya berceritakan atau menampilkan hubungan percintaan antara sang

pelantun lagu dengan sang pujaan, atau hubungan percintaan antara para model *video clip* lagu-lagu tersebut. Karena grup-grup musik itu didukung oleh industri rekaman *major label*, model-model *video clip* yang digunakan adalah para artis papan atas atau model-model yang cukup ternama. *Video clip* dalam lagu ‘*Cari Pacar Lagi*’, misalnya, menampilkan seorang artis papan atas, yaitu Wulan Guritno. Demikian juga dengan *video clip* dari Matta Band. *Video clip* ini memiliki penceritaan yang sederhana, sang pelantun lagu digambarkan menangkap basah sang kekasih yang sedang berselingkuh dengan teman-teman sang pelantun yang di situ juga merupakan anggota grup musik Matta. Setara dengan Wulan Guritno pada video klip ST12, model yang dipilih dalam *video clip* ini adalah Julie Estelle.

Standardisasi pola ini juga terjadi dalam *video clip* ‘*Selingkuh*’ milik Kangen Band yang sederhana dan tidak ada perbedaan mencolok dengan dua *video clip* sebelumnya. *Video clip* ini menampilkan sepasang kekasih yang tampak sedang bemesraan, kemesraan yang kemudian berhenti di tengah jalan karena aktor pria –yang diperankan oleh artis papan atas Junior Liem– digambarkan tiba-tiba teringat akan perselingkuhan yang dilakukan oleh aktris wanita. Adegan kemesraan yang berhenti karena memori perselingkuhan tersebut diciptakan berulang-ulang, tanpa ada perbedaan mencolok karena hanya sebatas penggantian lokasi adegan atau pakaian yang dikenakan oleh model-model *video clip* tersebut. Repetisi yang dilakukan ini seolah dilakukan agar mempermudah pengambilan gambar yang juga disesuaikan oleh bagian *reff* lagu yang juga diulang-ulang tersebut. Oleh karena model *video clip* yang ternama itu pula, lagu-lagu tersebut menjadi hit dan sering diputar beberapa acara TV nasional. Pemilihan model papan atas tersebut merupakan suatu strategi industri dan korporat agar memperoleh perhatian pemirsa yang kemudian akan mengkonsumsi lagu tersebut baik oleh album fisik atau melalui *ring back tone*.

Keseragaman video klip pop Melayu sangat berbeda dengan video klip pop indie yang cenderung lebih eksportif atau beragam. Sebagai contoh, video klip ‘*Kompas Meleduk*’ oleh Agrikulture menggunakan satu kali *take*, tidak terdiri dari kumpulan adegan yang digabung-gabungkan. Kemudian, video klip ini hanya

menggunakan satu angle pengambilan gambar. Selain itu, mereka tidak menampilkan gaya penceritaan seperti video klip pop Melayu yang menggambarkan hubungan sepasang kekasih atau selingkuhan. Video klip ini juga tidak menggambarkan anggota band yang memainkan instrumennya masing-masing, mereka hanya berdiri dan melakukan gerakan yang sudah dikoreografikan, berbeda dengan video klip pop Melayu yang menampilkan personil band yang memainkan instrumennya masing-masing. Karena lagu dalam video klip ini merupakan ciptaan dari komedian legendaris Benyamin, Agriculture menampilkan film yang diperankan oleh komedian tersebut sebagai latar belakangnya. Model dalam video klip ini hanya menampilkan para personil band itu sendiri, berbeda dengan video klip pop Melayu yang umumnya diisi oleh model atau artis papan atas.

Selain video klip oleh Agriculture di atas, video klip yang berjudul '*Senandung Maaf*' oleh grup indie White Shoes & The Couples Company juga tidak menggunakan model video klip selain para personil band. Tema video klip mereka bergaya retro atau tempo dulu, kemudian tidak bertemakan/menggambarkan hubungan sepasang kekasih, sehingga lebih memfokuskan video klip di musiknya yang lebih kaya secara musikalitas.

Adapun video klip dari grup musik Sore yang berjudul '*Pergi Tanpa Pesan*' menampilkan video klip yang menggambarkan sebuah lokasi pelacuran yang dikunjungi oleh personil band tersebut, yang kemudian digambarkan secara sederhana dan singkat ketika sedang melakukan hubungan intim dengan seorang pelacur. Video klip ini berjalan dengan lambat, dan bernuansa kelam, selain itu video klip ini hanya menampilkan dua dari enam personil grup musik tersebut, berbeda dengan video klip pop Melayu yang menampilkan keseluruhan personil.

Video klip oleh Sindentosca yang berjudul '*Kepompong*' memiliki penggambaran yang sama dengan tema dari lagu tersebut yang menceritakan persahabatan. Video klip ini menggambarkan dua perempuan yang masih remaja dan sedang bermain bersama di taman, atau jalanan dekat rumah mereka. Sang pelantun lagu pun digambarkan secara sederhana, yaitu hanya berdiri dan memainkan gitar sambil bernyanyi dengan mengenakan kaus dan celana jins,

berbeda dengan video klip pop Melayu yang menampilkan personil grup musik yang sudah didandani pakaiannya secara glamor. Lain pula halnya dengan video klip oleh Efek Rumah Kaca yang berjudul '*Cinta Melulu*' sangat berbeda dengan video klip lainnya, mereka hanya menampilkan potongan *slideshow* yang berwarna hitam putih sambil sesekali menayangkan lirik di layar untuk menekankan pesan dari lagu tersebut.

Dari beberapa contoh di atas terlihat bahwa terdapat perbedaan mencolok antara video klip pop Melayu yang umumnya seragam dan terformulasikan dengan pop indie yang lebih beragam atau eksploratif, video klip pop indie ini menjadi suatu produk tandingan terhadap pop Melayu yang lebih sering ditayangkan di media massa seperti TV.

Standardisasi dan individualitas semu yang terdapat pada fenomena pop Melayu dapat diidentifikasi sebagai produk industri budaya yang tak dapat dibantah lagi. Hal ini tercermin dari berbagai elemen yang dominan sehingga menciptakan benang merah yang sangat kuat, seperti musikalitas yang sederhana dan tidak eksploratif; tema percintaan yang khususnya pemujaan terhadap sang kekasih atau yang didamba sehingga menampilkan posisi ordinar dan subordinat; tema perselingkuhan yang dibuat dengan berbagai sudut pandang seolah-olah menampilkan sesuatu yang baru; penggunaan lirik yang sehari-hari, tidak puitis, serta diksi yang banal sehingga makna yang tersirat sesuai dengan apa yang ditampilkan, atau dengan kata lain sangat denotatif. Hal ini sungguh berbeda apabila dibandingkan dengan musik pop dari jajaran *indie label* yang bertolak belakang baik dari segi musikalitas yang lebih kaya, pengangkatan tema yang tidak hanya soal percintaan, lirik yang lebih puitis atau denotatif, maupun videoklip dengan budget terbatas namun beragam dan kreatif. Secara tidak langsung, konten dari pop *indie* yang tidak memiliki elemen industri budaya ini menjadi bentuk alternatif atau produk tandingan untuk suatu jenis musik pop di tanah air, bila dibandingkan dengan pop Melayu yang seragam dan standar.

3.2 Observasi Musik Pop Melayu pada Program Musik Pagi Hari di Televisi

Fenomena atau *booming* musik pop Melayu di industri musik Indonesia salah satunya diprakarsai oleh media televisi yang mendukung aliran tersebut dengan menayangkan grup-grup musik pop Melayu di program-program musik yang sekarang banyak ditayangkan oleh TV nasional/*mainstream*. Program musik di televisi nasional –seperti Dahsyat di RCTI, Klik di ANTV, KissVaganza di Indosiar, dan Derings di TransTV– mendadak menjadi banyak ketika lahirnya program musik Inbox yang ditayangkan perdana oleh SCTV pada tahun 2007. Berikut ini adalah daftar program musik pagi hari yang seragam dan ditayangkan oleh beberapa stasiun TV nasional.

Nama Program	Saluran Televisi	Jadwal Penayangan
Inbox	SCTV	7.30-9.30 setiap hari
Derings	TransTV	7.30-9.00 setiap hari
KissVaganza	Indosiar	7.00-8.30 setiap hari
Dahsyat	RCTI	9.00-11.00 setiap hari

Penulis mengamati tayangan program-program musik di pagi hari seperti Inbox, Derings, KissVaganza, dan Dahsyat untuk menganalisis dominasi pop Melayu melalui hegemoni program-program musik di media TV. Penulis menemukan bahwa ragam pop Melayu kerap ditayangkan di program-program tersebut, baik melalui pada format *video clip* atau penampilan langsung (*live show*) dan memiliki porsi yang besar dibanding grup-grup musik atau artis-artis lainnya. Masyarakat luas terlihat menyambut baik grup-grup musik pop Melayu yang ditayangkan oleh media TV nasional tersebut dan sampai sekarang ragam pop Melayu terus direproduksi berdasarkan temuan penulis akan kehadiran grup musik pop Melayu yang baru dan ditampilkan di layar kaca.

Pada hari pertama observasi, penulis merekam aksi panggung sebuah grup musik pop Melayu yang bernama WALI di acara Inbox oleh SCTV. Mereka membawakan tiga lagu. Ini merupakan porsi yang besar karena umumnya artis

yang tampil di acara tersebut umumnya membawakan satu atau dua lagu saja. Penulis juga menemukan beberapa grup musik pop Melayu lainnya seperti Kangen Band dan Salju yang menempati tangga lagu Inbox di deretan 20 lagu teratas, mengalahkan musik pop lainnya.

Pada hari kedua, penulis menemukan tayangan *video clip* band ST12 yang berjudul *Jangan Pernah Berubah* di program musik KissVaganza oleh Indosiar. Selain itu, terdapat *video clip* oleh Wali yang berjudul *Cari Jodoh* yang ditayangkan di Derings oleh TransTV dan sedang menempati posisi 6 di tangga lagu program musik tersebut. Tidak lama kemudian iklan di Inbox SCTV juga menampilkan *video clip* yang sama untuk mempromosikan lagu baru Wali yang berjudul *Cari Jodoh* tersebut melalui iklan RBT atau NSP. Hari kedua ini kebetulan bertepatan dengan hari ulang tahun Ahmad Dhani—*icon* musik pop tanah air—dan ST12 seolah-olah terpilih sebagai satu-satunya grup musik pop Melayu yang sukses sehingga dapat memperoleh kesempatan untuk memberi ucapan selamat ulang tahun kepada Ahmad Dhani di acara Inbox di antara artis-artis lainnya seperti Vina Panduwinata dan Armand Maulana.

Pada hari ketiga, Derings memperkenalkan grup musik pop Melayu bernama Cemara Band yang ternyata merupakan asuhan dari Charly, vokalis band ST12. Di program ini Cemara Band tampil secara *live* (namun *lip sing*) dan membawakan lagu yang ditulis oleh Charly untuk grup musik tersebut. Tidak lama kemudian, Derings menayangkan *video clip* dari ST12 yang berjudul *Jangan Pernah Berubah*, disusul oleh *video clip* dari Wali yang berjudul *Cari Jodoh* yang telah beranjak ke posisi 3 dari posisi ke-6 pada hari sebelumnya. Ketika program Dahsyat oleh RCTI tayang setelah program lainnya usai pada pukul 9, penulis menemukan bahwa program tersebut menampilkan aksi panggung dari ST12 yang berjudul *Aku Masih Sayang* dan juga aksi panggung dari Kangen Band yang berjudul *Sayang* sehingga terdapat dua aksi panggung dari grup musik pop Melayu dalam satu program musik yang bernama Dahsyat tersebut.

Keesokan harinya yaitu pada hari keempat, Dahsyat kembali menayangkan aksi panggung grup musik pop Melayu yang bernama Vegetoz. Hal ini

menandakan bahwa ragam aliran tersebut telah terlegitimasi. Selain itu, ia juga memiliki porsi yang besar untuk ditayangkan di RCTI.

Pada hari kelima, Derings menampilkan aksi panggung dari grup musik pop Melayu, Angkasa, yang membawakan *single* pertamanya yang berjudul *Jangan Pernah Kau Selingkuh*. Setelah itu, program Dahsyat yang menayangkan *video clip* Wali yang berjudul *Cari Jodoh*. *Video klip* ini masih merupakan pendatang baru di Dahsyat sehingga berbeda dengan program Derings yang sudah menempati tangga lagu ke-3.

Pada hari keenam, Wali tampil di Dahsyat dengan membawakan dua lagu yaitu *Dik* dan *Cari Jodoh*. Setelah itu, Dahsyat menampilkan *video clip* dari grup musik pop Melayu yang bernama Hijau Daun dan Kangen Band. Kedua lagu tersebut berjudul *Cobalah* dan *Terbanglah Bersamaku*.

Pada hari ketujuh, Inbox menampilkan *video clip* dari Wali yang berjudul *Cari Jodoh* yang telah menempati posisi ke-4 dan *video clip* dari Salju yang berjudul *Selamat Tinggal* yang telah menempati posisi ke-19. Selain itu, Inbox juga menampilkan *video clip* yang disertai aksi panggung dari Kangen Band yang berjudul *Terbanglah Bersamaku* dan *Doy*. Setelah itu, acara ditutup dengan *video clip* terbaru dari grup musik Hijau Daun. Selain Inbox, Derings juga menayangkan *video clip* dari Kangen Band yang berjudul *Terbanglah Bersamaku*, serta *video clip* terbaru dari grup musik pop Melayu lainnya, yaitu Matta Band yang berjudul *Ada Yang Marah*. Derings kemudian menutup tayangannya dengan menampilkan *video clip* dari grup musik pop Melayu lainnya yaitu Mahkota Band. Setelah itu, program musik Dahsyat menampilkan aksi panggung dari ‘senior’ pop Melayu yaitu Radja dengan lagunya yang berjudul *Benci Bilang Cinta*.

Setiap harinya program musik pagi hari yaitu Inbox, Dahsyat, Derings, dan Kissvaganza secara keseluruhan rata-rata menampilkan 20 aksi panggung dan 20 video klip, sedangkan *exposure* grup musik Melayu mencapai antara tiga hingga sepuluh kali (sepuluh kali *exposure* ini jarang tapi pernah ditemukan penulis yaitu pada hari ke tujuh) tayangan. Hasil ini cukup menggambarkan bahwa *exposure* grup musik pop Melayu di program musik pagi hari tersebut

cukup menonjol terlebih karena keseragaman musik mereka yang mudah dikenali.⁸⁸

Berdasarkan observasi penulis di atas, musik pop Melayu telah diberikan porsi yang besar untuk tampil di program-program musik yang ditayangkan oleh stasiun-stasiun TV swasta nasional. Hal ini otomatis menjadikan pop Melayu sebagai aliran musik dan produk hegemoni yang diciptakan oleh media massa karena penayangannya yang rutin. Grup-grup aliran musik pop Melayu yang berjumlah banyak dan musiknya mudah dikenali membuat mereka memiliki frekuensi penampilan yang banyak pula, meskipun musik yang ditampilkan tidak jauh berbeda sehingga sepiantas agak sulit untuk mengenali individualitas grup-grup musik tersebut.

3.3 Pop Melayu sebagai Produk Hegemoni Media Massa melalui Media TV

Penulis mewawancarai Dian Purba selaku produser eksekutif Inbox, sebagai program yang membangkitkan program musik di televisi dengan menjadi acuan bagi program musik sejenis yang tayang baik pagi, sore, atau malam hari. Inbox merupakan program musik pelopor yang mempopulerkan pop Melayu untuk tayang di TV. Program-program sejenis pun lahir setelah Inbox. Program-program sejenis ini kemudian menjadi wadah dan menjadi ajang perkenalan grup musik atau artis musik pop baru, khususnya pop Melayu yang terus lahir hingga penelitian ini dilakukan. Menurut Purba, Inbox lebih tepat untuk dikatakan sebagai *role model* program musik pagi hari –suatu program yang tidak pernah dilakukan di TV lain– yang kemudian memang menjadi acuan bagi stasiun televisi

⁸⁸ Menurut Jan Djuhana dalam Focus Group Discussion yang dilakukan oleh majalah musik *TRAX* (Maret 2009), secara karakter beliau masih salut dengan grup-grup musik dulu yang masih bisa dibedakan satu dengan yang lainnya. Grup-grup musik angkatan 90 hingga awal 2000an masih punya karakter, seperti grup-grup music yang berada dalam naungan SONY BMG yaitu Cokelat, Padi, Sheila on 7, Gigi, dan Rif/. Grup-grup tersebut lebih mudah dikenali bila diperdengarkan, berbeda dengan grup-grup musik masa kini yang dianggap cukup sulit karena banyaknya grup musik yang mempunyai kemiripan dalam kemasan lagunya sehingga cukup sulit untuk menandai atau membedakan grup musik yang satu dengan lainnya.

lain untuk program sejenis seperti Dahsyat, Derings, KissVaganza, dan *Klik*. Purba menuturkan bahwa Inbox tayang perdana pada bulan Desember tahun 2007. Selama empat bulan pertama, Inbox masih berjalan sendirian tanpa ada kompetitor dari program-program sejenis. Inbox memiliki rating yang tinggi. Hal ini sangat menggiurkan untuk ditiru oleh TV lain maka lahirlah program-program sejenis yang menjadi kompetitor Inbox seperti Global TV yang mencoba meniru pada bulan ke dua ketika awal Inbox tayang dari pukul 8-9 setiap hari Senin sampai dengan Kamis. Namun, karena kurang mencapai target *rating*, program tersebut dihentikan.

Setelah bulan keempat Inbox berjalan, RCTI menayangkan Dahsyat untuk pertama kalinya dan ditayangkan setengah jam sebelum Inbox yang waktu itu tayang pukul 8 untuk mengalahkan Inbox yang memang ratingnya selalu tinggi. Waktu itu, Dahsyat sempat berganti format beberapa kali, mengganti *host*, dan *repackage* berulang-ulang untuk menyaingi Inbox. Namun, akhirnya karena sulit untuk bersaing dengan Inbox, Dahsyat pindah jam tayang ke siang hari agar tidak memiliki kompetitor di jam tersebut. Dengan lahirnya Inbox, tayangan musik yang tadinya sore atau malam hari kemudian berubah menjadi dominan di pagi hari karena stasiun TV lainnya menayangkan acara serupa.

Sebelumnya, SCTV memiliki program musik yang bernama *Hip Hip Hura*, yang menampilkan grup-grup musik baru dari dunia musik Indonesia. Namun, penayangannya tidak dilakukan tiap hari, berbeda dengan Inbox yang *stripping* (istilah penyiaran untuk program yang tayang setiap hari) sehingga dampak dan reaksinya ke masyarakat lebih kuat dan lebih luas. Ketika Inbox tayang setiap hari, masa durasinya adalah satu setengah jam. Sekarang, Inbox tayang dengan durasi dua jam setiap hari sehingga total empat belas jam seminggu sehingga pengaruhnya terhadap masyarakat mengenai program musik di pagi hari semakin kuat dan tak dapat dielakkan, belum termasuk tayangan program-program musik sejenis dari TV lain.

Hadirnya Inbox merupakan suatu fenomena baru di program TV pagi hari yang sebelumnya didominasi sinetron. SCTV memang sudah konsisten di program musik semenjak tahun 2004, dulu ada program yang bernama *Duet Maut*,

program yang populer dengan Inul Daratista. Semenjak tahun 2004, SCTV juga memiliki program bernama *Carnaval* yaitu program musik yang digelar di lima kota, tahun kemarin digelar di sepuluh kota. Ini menandakan bahwa SCTV memang konsisten di program TV yang menayangkan musik.

Menurut Purba, sejarah Inbox berawal pada tahun 2007. Manajemen SCTV memutuskan untuk menciptakan program musik baru yang tayang di pagi hari. Di samping itu, mereka berencana menciptakan suatu acara yang menampilkan tangga lagu-lagu (*chart show*) yang sedang sukses di Indonesia. Secara kebetulan, saat itu banyak muncul grup musik baru yang berpotensi sehingga Inbox lahir di saat yang tepat. Acara Inbox yang berlokasi di luar ruangan, umumnya di mal, dan selalu pindah-pindah tempat, juga merupakan inovasi karena masyarakat yang jenuh dengan program musik yang sudah biasa. Musik Indonesia ketika itu sedang beranjak naik dan membutuhkan wadah. Karena saat itu Inbox memiliki rating tertinggi, semua grup musik dan perusahaan rekaman otomatis fokus ke Inbox, yang bahkan rating perdananya jauh di atas target. Purba menambahkan bahwa terkadang TV memang perlu merilis sesuatu yang baru, untuk program produksi ciptaan sendiri (*inhouse production*) dan tidak mau menjadi pengikut. SCTV tidak pernah secara eksplisit mengatakan menjadi pelopor, tidak seperti stasiun TV lain yang mungkin mengatakan itu bahkan dengan gamblang. Namun, menurut produser eksekutif Inbox, hal itu adalah penilaian pemirsa apakah SCTV dengan Inbox-nya merupakan pelopor bangkitnya industri musik Indonesia, yang bisa dilihat dari masa sekarang yang hampir semua TV menayangkan *video clip* musisi tanah air, bahkan hingga ke TV lokal seperti Surabaya.

Ketika Inbox lahir, sudah lama acara tangga lagu tidak ditayangkan di media TV. *Chart show* yang terdapat di Inbox dengan menampilkan *video clip* grup musik atau penyanyi menjadi pelengkap untuk suatu program musik di televisi, sesuatu yang kemudian berkaitan erat dengan industri musik, karena video klip memiliki wadah untuk ditayangkan dan akhirnya diproduksi massal oleh industri musik tersebut. Acara tangga lagu ini otomatis juga ditiru oleh stasiun TV lain yang menayangkan program sejenis seperti Dahsyat, Derings, dan

KissVaganza yang ternyata menyebabkan suatu fenomena sendiri karena tiap acara memiliki versi tangga lagu yang berbeda-beda. Sebagai contoh, suatu artis dapat menempati posisi 8 di Dahsyat namun, menempati posisi 24 di acara lain, bahkan dapat juga menjadi pendatang baru di acara lainnya, seperti yang terjadi pada grup musik Wali, berdasarkan observasi penulis terhadap program-program musik pagi hari. Hal ini tentu menyebabkan kebingungan atau kejanggalan terhadap masyarakat yang melihat kehadiran empat program musik yang menayangkan lagu-lagu yang sejenis/seragam (sangat didominasi musik pop) namun, memiliki perbedaan versi pada tangga lagu sehingga sulit untuk dijadikan acuan, lain halnya apabila terdapat program-program musik yang berbeda yang memiliki fokus aliran musik yang berbeda sehingga otomatis acara tangga lagu yang disajikan juga akan berbeda. Contohnya adalah tangga lagu musik *rock*, *dangdut*, dan *jazz*.

Ketika baru berjalan tiga bulan, acara tangga lagu ini juga berdampak ke radio yang menjadikan Inbox sebagai rujukan atau referensi untuk memutar musik baru di media tersebut. Terkadang radio menanyakan apakah suatu musisi yang baru sudah tayang di Inbox sebelum memutar lagunya di radio. Inbox juga memantau radio tentang lagu apa yang sedang berkembang, tetapi ternyata radio pun merujuk ke Inbox. Menurut Purba, seolah ada anggapan bahwa apabila sudah tampil di Inbox, artis atau grup musik tersebut sudah memiliki kualitas tersendiri.

Prosedur yang dilakukan oleh Inbox dalam menayangkan grup-grup musik di acara mereka biasanya melalui seleksi terhadap grup musik yang sudah diajukan oleh perusahaan rekaman. Sistemnya akan lebih mudah dengan cara seperti itu karena perusahaan rekaman sudah memiliki kategori sendiri. Dalam kerja samanya dengan perusahaan rekaman, Purba mengatakan bahwa manajemen Inbox pasti melihat sesuatu yang kooperatif dan harus sama-sama menguntungkan karena TV mengharapkan sesuatu dan perusahaan rekaman juga begitu. Kerja sama antara TV dan perusahaan rekaman harus saling menguntungkan karena yang dicari adalah *profit* dan *share*. Apabila Inbox menampilkan suatu grup tertentu, *rating* Inbox juga akan naik atau tidak, TV berpandangan seperti itu. *Rating* yang tinggi juga akan menaikkan harga suatu iklan yang akan ditayangkan

di Inbox. Hal ini adalah salah satu cara bagaimana program musik yang setiap hari dan gratis untuk dikonsumsi masyarakat dapat bertahan hidup. Adapun bentuk pemasukan dari Inbox adalah melalui kerja sama dengan pihak *provider* seluler berupa penayangan iklan *ring back tone* atau nada sambung pribadi dari suatu grup musik yang dirilis oleh perusahaan rekaman, sebagai sponsor Inbox agar saling menguntungkan. Karena TV perlu menunjukkan program yang disukai penonton, dan melalui sponsorship dari iklan RBT atau NSP ini, grup-grup musik juga dapat promosi, sehingga saling menguntungkan. Menurut penulis, bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pihak-pihak media yang terlibat di industri musik ini memperkuat ideologi bisnis yang dianut oleh pengelolanya. Ketika setiap pihak semakin berlomba-lomba untuk mencari keuntungan, tidak ada lagi pertimbangan progresi dalam seni musik itu sendiri karena musik yang dapat dijual terlepas dari kualitas atau keragamannya otomatis akan direproduksi secara massal agar mempertahankan dominasi ekonomi yang sedang berlangsung.

Menurut Purba, dari segi konsumen, mayoritas yang datang ke acara Inbox adalah kaum perempuan seperti remaja putri atau ibu rumah tangga –meskipun menurut pengamatan penulis kaum pria remaja yang datang juga banyak– dan pada hari Sabtu atau Minggu biasanya yang datang sekeluarga dan datang dengan membawa minuman sendiri. Karena bisa melihat artis-artis papan atas, mereka pun rela datang dari pagi bahkan satu jam sebelum acaranya dimulai. Terlebih lagi karena acara Inbox gratis, orang yang datang pun otomatis banyak. Ada yang datang memang untuk mengejar bandnya, ada yang suka dengan program Inboxnya, dan ada juga yang hanya ingin berinteraksi dengan artis pujaannya, bahkan ada orang yang datang dengan membawa album yang isinya foto dan tanda tangan artis. Para konsumen selain dapat datang ke lokasi acaranya secara langsung, mereka juga bisa menonton di TV. Seorang ibu rumah tangga di pagi hari dapat memasak di rumah sambil nonton atau ‘mendengarkan Inbox’, istilah baru menurut survei yang dilakukan tim Inbox. Selain itu, sambil bersiap-siap berangkat kerja atau sambil mandi, mereka menyetel Inbox di TV untuk mengetahui perkembangan musik atau lagu baru. Mayoritas konsumen secara kelas biar bagaimanapun adalah masyarakat kelas bawah. Meskipun diadakan di

lokasi yang mewah, tetap yang datang itu adalah masyarakat kelas C, D, E tersebut.⁸⁹ Hal ini berarti masyarakat kelas bawah kita haus hiburan, bahkan mereka rela datang sambil membawa anaknya yang masih kecil-kecil dan di bawah terik matahari. Berbeda dengan di luar negeri yang menurut Purba harus bayar untuk menonton pertunjukkan seperti itu.

Bila masyarakat kelas bawah antusias dengan Inbox, menurut Purba, tanggapan masyarakat kelas atas terhadap Inbox justru kurang, seperti di Benton Junction depan Universitas Pelita Harapan. Mahasiswa hanya lewat sebentar ketika Inbox sedang *shooting* di sana meskipun yang tampil adalah Andra & the Backbone. Biar bagaimanapun, yang menonton adalah masyarakat kelas bawah yang datang dari pukul 6. Namun, tidak demikian masyarakat kelas atas. Mereka enggan harus berjejal dan berdesak-desakan karena alternatif hiburan mereka lebih banyak daripada masyarakat kelas bawah kita. Ketika masyarakat kelas atas itu sedang suntuk, mereka bisa langsung jalan-jalan di mal atau berinteraksi lewat dunia maya melalui laptop, memeriksa akun Facebook mereka, suatu hiburan yang tidak dimiliki masyarakat kelas bawah.

Tingkat kesulitan penyiaran Inbox cukup tinggi karena lokasi tayangannya yang selalu *outdoor*. Pada awal Inbox tayang, merupakan hal yang wajar apabila menemui kendala di sana-sini, baik itu mencari format, teknis tangga lagu, penyamaan persepsi antara sutradara, tim penata grafis, asisten produser, dan bidang lainnya. Meskipun Inbox memiliki beberapa kendala dalam proses awalnya, bahkan saat itu tim Inbox SCTV tidak tahu apakah program ini akan berhasil atau tidak, ternyata dampaknya luar biasa dan banyak menghasilkan pengekor seperti *Klik* di ANTV, TV ONE, INDOSIAR, dan Trans7.

Selain kesulitan dari segi lokasi, adapun kesulitan lainnya yang dialami Inbox seperti kompetitor dari program sejenis yang banyak, seperti dari TransTV dengan program *Derings* yang juga tayang di jam yang sama dengan Inbox yaitu

⁸⁹ Pendapat Dian Purba mengenai kelas C, D, dan E tersebut berdasarkan penggolongan status ekonomi pada sistem kapitalisme Amerika Serikat, yaitu C sebagai kaum semi profesional, D sebagai golongan pekerja atau pekerja tetap, dan E sebagai kaum pengangguran, pekerja tidak tetap, kaum buruh musiman, atau orang yang bergantung pada tunjangan.
Sumber: e-dukasi.net/klasifikasi_kelas_sosial

di pagi hari. Banyak yang ingin menjatuhkan Inbox karena *rating* Inbox masih yang tertinggi, berbeda dengan Dahsyat yang masih baru sehingga para kompetitor Inbox tidak tayang di jam sama seperti Dahsyat. Dengan banyaknya TV yang menayangkan program musik yang sama, proses kanibalitasnya sangat tinggi. Persaingan yang luar biasa terjadi di antara program-program musik sejenis tersebut. Konsekuensi dari persaingan yang ketat ini adalah bajak-membajak, dan tiru meniru, seperti saat TransTV merilis program mistis yaitu *Dunia Lain*, kemudian banyak TV lain yang mengikuti, kecuali SCTV.

Desember ini, program Inbox menginjak umur dua tahun. Oleh karena itu, sudah banyak tayangan yang berubah. Hal ini juga disebabkan oleh stasiun TV lain yang menayangkan program musik di pagi hari. Konsekuensi logisnya adalah stasiun TV akan kesulitan untuk mendapatkan jadwal manggung untuk suatu grup musik karena manajemen dari perusahaan rekaman atau grup musik yang pasti mempunyai jadwal sendiri untuk manggung, seperti kepentingan tur keliling kota di 5—10 kota.

Inbox menggunakan lokasi *outdoor* dan di mal sebagai lokasi *shooting*. Lokasi itu menjadi salah satu keunggulan Inbox yang dapat digunakan dalam transformasi acara tersebut menjadi semacam *reality show*. Semua orang dapat menonton dan dapat berhadapan atau berinteraksi dengan artis pujaannya, berbeda dengan program sejenis namun di studio seperti Dahsyat yang memiliki akses lebih sulit. Program yang konsisten dengan *shooting outdoor* dan aksesnya mudah ini cuma Inbox di antara saluran TV lainnya, bahkan tayangan berita saja tidak setiap hari di luar. Namun, Inbox setiap hari selama dua jam dan selalu pindah-pindah lokasi. Hal ini otomatis mengakibatkan Inbox memiliki pengaruh yang kuat dalam menyebarkan informasi musik terbaru.

Menurut Purba, selain lokasi *shooting*, kekuatan Inbox juga terletak di musiknya dengan mengedepankan grup musik baru atau grup musik besar yang bikin lagu atau album baru. Musisi papan atas juga masih sering tampil di Inbox, seperti grup musik Ungu atau Gigi. Hal ini mengakibatkan Inbox menjadi pilihan pertama dari industri rekaman, dunia *label* atau *band* untuk tampil di TV, sebagai wadah untuk mempromosikan karya-karya mereka. Terkadang perusahaan

rekaman menawarkan langsung agar artisnya untuk tampil di Inbox. Karena hubungan itu dijalin lama, *image* tersebut kian melekat di dunia industri rekaman.

Dampak dari acara Inbox sendiri terhadap promosi artis atau musisi sangatlah besar, menurut pengakuan Aura Kasih terhadap Purba. Dia mengakui bahwa semenjak tampil di Inbox telah mendapatkan banyak tawaran manggung di tempat lain. Namun, menurut Purba bagaimanapun juga grup-grup musik yang dilahirkan oleh Inbox yang paling fenomenal adalah grup-grup musik pop Melayu seperti Wali, Angkasa, atau VagetoZ yang sekarang sedang menjadi dominasi tersendiri di ranah musik Indonesia hari ini.

Musik populer di Indonesia hari ini menurut Purba sedang mengalami masa kejayaan. Seseorang dapat menjadi kaya mendadak karena musik, Purba menambahkan seseorang yang 'gembel miskin nggak punya duit' mendadak jadi seseorang yang kaya raya. Hal ini mengakibatkan banyak orang awam berlomba-lomba untuk mencari keuntungan, *fame and fortune*. Sekarang ini seseorang bisa kaya mendadak dalam waktu 3-4 bulan melalui musik, seperti VagetoZ yang RBTnya diunduh 2 juta kali sudah menghasilkan 2 miliar rupiah, keuntungan itu kemudian dibagikan ke *provider*, perusahaan rekaman, dan pencipta musik sehingga ketiganya pun berlomba-lomba untuk menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Hal ini senada dengan pernyataan Taufik, produser program musik *indie* di salah satu stasiun TV lokal O Channel yang disebut *Dem-O*. Taufik mengatakan bahwa secara *mainstream* musik populer di Indonesia saat ini sedang produktif. Berbeda dengan jaman sebelumnya, sekarang lebih banyak orang yang ingin jadi anggota grup music karena sekarang ini lebih mudah untuk menjadi tenar dan lebih cepat kaya. Sebelum ini, masyarakat lebih giat untuk mengadu nasib dengan terjun di dunia sinetron, tetapi sekarang banyak yang lebih berani mencoba cari uang lewat musik.

Dari sudut pandang konsumen musik, yang dalam hal ini adalah konsumen program musik sejenis Inbox atau Dahsyat, Ridwan sebagai konsumen mengatakan bahwa industri musik sekarang lagi bagus, karena kuantitas grup musik yang banyak, hampir setiap minggu keluar grup musik atau artis pop baru.

Senada dengan Ridwan, Ayu sebagai konsumen yang menggemari Dahsyat mengatakan bahwa industri musik sedang bagus karena kuantitas grup musik yang banyak dan selalu bermunculan yang baru.

Purba menambahkan bahwa saat ini mudah bagi masyarakat awam yang memiliki uang untuk membuat sebuah album musik, bahkan fenomena ini juga merambah ke dunia hiburan yang bukan dari kalangan pemusik; seperti artis sinetron, model, dan presenter TV. Kemudahan untuk menggapai *fame and fortune* ini membuat industri musik kita jadi berkembang meskipun terdapat tanggapan negatif terhadap beberapa kalangan masyarakat yang memiliki status sebagai selebritas atau model kemudian menjadi penyanyi. Menurut Purba masalah kualitas dalam hal ini adalah penilaian masyarakat. Namun, hal ini membuat dinamika industri musik menjadi sangat berkembang. Bayangkan saja, ada beberapa lapangan pekerjaan dan perputaran uang yang dihasilkan oleh industri musik pada masa sekarang ini, mungkin mencapai puluhan miliar.

Faktor revolusioner dalam perkembangan industri musik sekarang ini adalah di bidang teknologi telepon seluler itu sendiri, khususnya di teknologi *RBT*, teknologi ini yang memungkinkan seorang pemusik menjadi kaya raya dalam sekejap. Hal ini yang membedakan musisi sekarang dengan musisi 20 tahun lalu seperti Endang S. Taurina atau Koes Plus, yang hanya mengandalkan penjualan album fisik. Sekarang ini bukanlah suatu masalah besar apabila album fisik yang diproduksi oleh pihak label dan artisnya tidak laku, yang penting *RBT* atau *NSP*-nya meledak. Teknologi sendiri memungkinkan revolusi sehingga apapun bisa terjadi dan *fame n fortune* tersebut bisa diraih dengan sekejap. Menurut Purba, dengan hanya bermodalkan 20 juta saja seseorang bisa membuat album. Itulah keajaiban teknologi saat ini. Masyarakat yang tidak bisa bernyanyi jadi bisa bernyanyi, terlebih apabila *RBT*-nya meledak di pasaran dan jadi kaya raya, lalu populer di kalangan masyarakat. Tentu semua orang menginginkan hal tersebut. Karena hal ini pula, semua orang berlomba-lomba membuat perusahaan rekaman, sehingga perusahaan-perusahaan kecil atau studio musik bertumbuhan, karena seseorang dapat menjadi kaya-raya dari musik di masa sekarang ini. Hal ini bisa terlihat di Bandung atau Jakarta. Itu adalah hal yang luar biasa, dan

momen kelahiran Inbox juga merupakan faktor penting dalam perkembangan industri musik sekarang ini.

Menurut Taufik, imbas industri musik yang sedang berkembang dan pengaruh dominasi pop juga berdampak ke musik *indie*. Hal ini dapat dilihat dari kiriman lagu atau *video clip* ke program musik *indie Dem-O* rilisan stasiun TV lokal Jakarta, O Channel, yang semakin banyak. Saat ini *booming* untuk bermusik sedang melanda di Indonesia karena industri musik yang tidak seketat dulu dalam menyeleksi artisnya. Namun, fenomena musik populer di Indonesia yang sedang naik ini membuat lebih banyak orang lebih berani untuk menjadi anggota grup musik walaupun dia menambahkan “terkadang *sorry to say* diantara mereka jadi banyak *band* yang kurang bagus”, karena ada fenomena ini. Berikut kutipan penulis terhadap pernyataan Taufik.

Ibaratnya filternya bolong, band-band yang keluar ya walaupun ga bisa dibilang jelek, ya standar lah, ya memang ada yang jelek, atau standar lah ga ada yang bisa stand out atau seperti peterpan lagi, nidji, padi. Masyarakat yang mencoba berkiprah di dunia musik sekarang hanya mengejar penjualan khususnya bagaimana caranya agar RBT mereka di download sebanyak-banyaknya, hal ini mengakibatkan lagu-lagu yang beredar juga semakin komersil dan dikemas sedemikian rupa agar bisa mendapatkan keuntungan bagi label atau perusahaannya.

Senada dengan Taufik, bahkan Ayu sebagai konsumen setia program musik Dahsyat mengatakan bahwa kualitas industri musik populer di Indonesia sedang menurun, berikut kutipannya:

Musik kita kualitasnya masih mengekor, meskipun secara kuantitas banyak, dulu masih bisa dihitung ada berapa grup musik yang aktif. Dulu setiap grup musik dapat dibedakan antara satu dengan yang lainnya, sekarang musik [mereka] sama, suara sama, dandanannya sama, image sama. Sekarang terlihat musik Indonesia industrinya kuat, tapi secara kualitas lebih baik yang dulu.

Taufik menambahkan, sekarang ini masyarakat Indonesia berpikir, “Kalau ada yang bisa dikerjakan, ya, dikerjakan saja karena siapa tahu dapat mendatangkan uang,” meskipun dulu tidak sampai seperti ini, tetapi karena industri musik kita lagi naik jadinya masyarakat awam juga banyak yang ingin terjun di dunia ini. Tidak apa-apa bila banyak grup musik yang lahir, meskipun

kualitasnya dipertanyakan seperti yang terjadi sekarang ini. Hal ini hanya akan menjadi seleksi alam. Hal yang penting adalah industri musik tetap hidup dan sangat produktif.

Intinya, menurut Taufiq, adalah industri musik sedang lesu atau sedang produktif, kualitas musik tidak perlu dipikirkan. Apapun jenis musik yang sedang dominan sekarang, mudah-mudahan dapat begini terus karena keadaan sekarang tidak dapat dibilang buruk, karena industri yang sedang produktif ini menciptakan banyak pihak yang diuntungkan. Lapangan pekerjaan banyak meskipun ada benarnya kalau banyak yang berpendapat kalau musik sekarang sedang menurun kualitasnya. Namun, segi industrinya sekarang sedang bagus. Dengan demikian, walaupun nanti ada grup musik yang bagus nanti akan muncul sendiri. Pemikiran Taufik ini memiliki kemiripan dengan ideologi bisnis yang menjadi ciri khas industri budaya, yang fokus pada karya seni yang massal dan instan, dan menyerahkan solusi perbaikan kualitas ini kepada masyarakat, suatu solusi yang menurut penulis terdapat di kalangan musisi *indie* karena tidak kompromis atau disetir oleh industri budaya.

Mengenai musik *indie* sendiri yang jarang ditayangkan oleh Inbox, Dian Purba menganggap bahwa istilah *indie* itu sendiri harus didefinisikan ulang. Apabila seorang artis *indie* menjadi populer, apakah kategori musik *indie* itu tidak dikatakan komersil, tidak punya distribusi luas, apakah musiknya tidak diterima masyarakat sehingga dikatakan *indie*. Kalau di istilah jurnalistik, ada istilah *Name Make News*. Yang ditayangkan itu adalah artis-artis dari *major labels* seperti Warner dan Sony BMG, nama-nama besar yang dianggap akan membuat berita dan menaikkan rating. Hal ini yang mengakibatkan musik *indie* mendapat porsi yang sangat kecil untuk tampil di program musik sejenis Inbox dibandingkan grup musik atau musisi *major label* karena *indie label* yang bersifat lokal tidak memiliki nama besar untuk sebuah perusahaan rekaman, tidak seperti *major label* yang umumnya berasal dari perusahaan rekaman internasional.

Pernyataan Purba di atas koheren dengan sikap Ridwan sebagai konsumen Inbox, Derings, Dahsyat, dan KissVaganza, yang tidak tahu sama sekali mengenai musik Indie, meskipun setiap hari menonton program-program musik sejenis

seperti itu. Berbeda dengan Ridwan, Ayu mengetahui keberadaan musik-musik Indie yang diketahuinya melalui internet, karena *exposure* band indie yang minim di TV swasta nasional seperti SCTV, RCTI, dan lainnya.

Berangkat dari hal tersebut di atas, menurut Bam, grup musik *indie* terkesan dikesampingkan bila ingin tayang di program seperti Dahsyat. Bam menceritakan pengalamannya tentang grup musik *indie* Rocket Rockers yang pernah beberapa kali tampil di program Dahsyat, yang memiliki tujuan untuk mempromosikan grup musik mereka terhadap masyarakat secara nasional, tanpa melupakan akarnya di *indie*. Promosi itupun harus dibayar dengan harga yang sangat mahal karena harus bayar di atas 10 juta rupiah untuk tampil *lip sing* sebanyak dua lagu dan video klip yang diputar dua kali. Ketika itu, manajemen dari TV nasional tersebut mengharuskan mereka untuk tampil *lip sing* dan tidak boleh *live performance* karena ada grup musik besar yang mau tampil *live*. Untuk memudahkan urusan teknis, grup-grup musik lainnya tidak boleh tampil *live*. Pada awalnya, Rocket Rockers tidak setuju apabila diharuskan tampil *lip sing*, tetapi manajernya kemudian membujuk agar lebih mendahulukan kepentingan promosi nasional, daripada kepuasan batin karena tampil *live*. Penuturan Bam mengenai pengalaman dari suatu grup musik *indie* tersebut mengindikasikan suatu bentuk kapitalisme yang seolah-olah alami karena statusnya yang hanya sebuah grup musik *indie* maka grup tersebut harus membayar untuk tampil di program tersebut.

Sistem di program musik seperti Inbox awalnya dianggap oleh komunitas indie dengan mengundang suatu grup musik indie yang memiliki materi bagus. Namun, ternyata kalangan musisi *indie* yang tampil di acara seperti itu harus membayar dengan jumlah besar. Persaingan antara sesama program musik sejenis di antara stasiun-stasiun TV nasional memang sangat tinggi. Menurut penuturan Bam, apabila suatu grup musik akan tampil di beberapa program musik yang berdekatan waktu tampilnya, ada kemungkinan terjadinya pembatalan tampil, meskipun sudah membayar uang muka, seperti yang terjadi pada grup Rocket Rockers. Persaingan seperti itu tidak terdapat pada sesama stasiun TV yang menayangkan program musik *indie* seperti di Bandung karena memiliki visi yang

sama yaitu untuk memajukan musik *indie* dan tidak berideologi bisnis dalam manajemennya.

Ideologi bisnis yang diterapkan Inbox menciptakan kesan bahwa mereka hanya menampilkan musik-musik yang sifatnya menjual agar bisa menaikkan *rating* TV mereka sendiri tanpa memikirkan kualitas dari grup musik atau musisi tersebut. Purba memiliki pandangannya sendiri mengenai kualitas. Kualitas yang dimaksud Purba dalam musik adalah bagaimana karya musik tersebut diapresiasi oleh masyarakat luas, bukan hanya oleh kalangan tertentu. Berikut penulis mengutip pernyataan Purba.

Untuk masalah kualitas itu kembali ke masyarakatnya, daripada menciptakan 10-12 lagu yang idealis tapi kurang laku di pasar, maka label-label besar akan berkurang dukungannya. Akhirnya kualitas adalah bagaimana respon masyarakat luas terhadap suatu lagu, bisa diingat atau tidak, bisa memberikan inspirasi atau tidak. Itulah guna televisi, yaitu memberikan kebutuhan masyarakat, kalau idealis itu sulit.

Pandangan Purba ini menandakan suatu karya musik yang berkualitas adalah musik yang mendatangkan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat, tidak berhubungan dengan kreatifitas atau sisi intelektual dari suatu karya musik. Hal ini adalah ciri khas dari teori Industri Budaya yang dikemukakan oleh Adorno, bahwa mereka menganut ideologi bisnis dengan memproduksi karya musik yang standar dan seolah-olah terlihat baru agar bisa mendatangkan keuntungan bagi mereka yang terlibat, bukan seni sebagai wadah kreatifitas atau tantangan intelektual.

Aliran musik yang ditayangkan di Inbox sangat didominasi oleh musik *pop*, dengan target pasar kelas C, D, dan E. Sekitar sebulan penayangan, Inbox telah melahirkan banyak grup musik baru, seperti Vegetoz, Wali, Kangen Band, dan Angkasa. Sebagian publik memang mengkritik musik-musik seperti itu; merasa musik mereka kurang berkualitas, tetapi kenyataannya mereka didukung oleh industri rekaman utama atau *mainstream*. Berikut kutipan penulis terhadap pernyataan Purba soal aliran pop Melayu.

Inbox sangat diperkuat oleh aliran pop di kiblata musiknya, bahkan seolah terdapat stigma di industri musik kita: kalau mau menjadi hit, ya, ciptakanlah lagu-lagu yang *mellow*. Meskipun The Changcuters meledak

dengan gayanya sendiri yang *rock n roll* dan fenomenal, tetap lebih mudah bila berjuang di musik pop, bahkan untuk saat ini bisa dikatakan lebih sukses di aliran pop Melayu, aliran yang memang pertama kali menjadi *booming* dan didukung oleh Inbox yang kemudian juga sukses dan ditayangkan di stasiun TV nasional lainnya.

Pernyataan ini juga didukung oleh beberapa konsumen tayangan Inbox, Dahsyat, atau program sejenis lainnya, bahwa sekarang ini aliran pop Melayu sedang dominan di industri musik populer Indonesia. Berikut kutipan konsumen yang bernama Ridwan:

Saya nonton hampir semua program musik sejenis Inbox, Derings, dan lainnya, kebetulan saya suka semuanya, jadi tidak ada yang terlalu jadi favorit, pindah-pindah channel terus.... Saya suka yang Melayu-Melayu, seperti Hijau DAun, VagetoZ, Wali, ST12, Kangen Band, Angkasa, Matta.... Sekarang lagi jamannya band-band pop Melayu... selain pop Melayu saya suka sama grup musik seperti Gigi atau Coklat, meskipun sekarang grup musik seperti mereka tidak setenar atau sesukses grup musik pop Melayu.

Kemudian perhatikan pengakuan dari Ayu sebagai konsumen program musik Dahsyat:

Saya lebih suka sama Dahsyat, Dahsyat lebih dipercaya karena siarannya lebih bagus dan tidak terlalu berlebihan... Sekarang musiknya lebih ke Melayu-Melayuan, ke pop Melayu, mungkin nanti balik seperti jaman band Malaysia seperti Exist atau Slam, yang kalau tidak salah lagu-lagu lama seperti Isabella sudah mulai dibawain lagi oleh ST12... Sekarang memang sedang jaman lagunya Melayu dan lagu yang lebih gampang diinget dan semakin aneh juga, atau lagu-lagu yang jelek seperti lagunya Olga... Atau seperti lagunya Wali yang aneh, jadi juga banyak yang menyanyikan. Ayah saya sedang iseng membuat sebuah grup musik, kemudian ada seorang produser musik yang bertanya apa aliran musik ayah, ayah bilang pop alternatif, produser itu kemudian menyuruh ganti ke pop Melayu saja karena sekarang pop alternatif sedang tidak disukai [oleh pasar].

Pop Melayu menurut Rizaldi Siagian, merupakan labelisasi dari kondisi kultural, karena konteks Melayu itu bisa dianggap sebagai potensi yang sangat dasar dalam hal pemasaran. Dan alasannya cukup masuk akal, karena sejak awalnya pun ketika munculnya negara-negara bangsa di kawasan Asia Tenggara disebabkan oleh bahasa Melayu sebagai bahasa perdagangan, yang dikenal dengan istilah *linguistic lingua franca*. Jadi kalau ini dimanfaatkan sebagai salah satu *vehicle* untuk menjangkau pasar, maka akan sangat beralasan. Karena hampir di semua pulau-pulau yang ada di kawasan nusantara, menggunakan akar bahasa Melayu itu. Rizaldi menambahkan,

akan sangat berbahaya ketika industri memberi label untuk menentukan pasarnya, mereka tidak peduli, jadi semua sangat kapitalistis, sehingga orang bermain musik lagi memang sasarannya tidak berbeda dan tidak kurang hanya menjadi hiburan, musik tidak seperti itu.

Aliran pop Melayu, kenyataannya, memberikan sumber pemasukan yang luar biasa bagi mereka yang terlibat di dalamnya, baik itu musisi, industri rekaman, maupun *content provider celluler* yang bekerja sama dengan menjual lagu melalui *ring back tone* atau nada sambung pribadi. Berikut perolehan yang didapat artis pop Melayu yang sukses dan perbandingannya dengan yang artis pop non-Melayu dari berbagai sumber yang umumnya menjadi *headline* di situs-situs berita di internet seperti kapanlagi.com, rileks.com, dan lintasberita.com.

Grup musik atau artis pop Melayu

Grup Musik/Artis	Perusahaan Rekaman	Pendapatan via RBT/NSP
ST12	Trinity Optima Production	6 juta <i>download</i> = Rp 6 Miliar
Hijau Daun	Sony BMG	6 juta <i>download</i> = Rp 6 Miliar
Wali	Nagaswara Records	4 juta <i>download</i> = Rp 4 Miliar
VagetoZ	Sony BMG	5 juta <i>download</i> = Rp 5 Miliar
Kangen Band	Sony BMG	4 juta <i>download</i> = Rp 4 Miliar
Matta Band	PPS	3 juta <i>download</i> = Rp 3 Miliar

Grup musik atau artis non-pop Melayu

Grup Musik/Artis	Perusahaan Rekaman	Pendapatan via RBT/NSP
D'Massive	Musika	5 juta <i>download</i>
Rossa = lagu Ayat-Ayat Cinta	Trinity Optima Production	2 juta <i>download</i>
Aura Kasih	Universal Musik Indonesia	1 juta <i>download</i>
Samson	Universal Musik Indonesia	1 juta <i>download</i>

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa grup musik pop Melayu rata-rata berkisar 3—5 juta unduhan atau 3—5 miliar rupiah, berbeda dengan grup musik non-pop Melayu yang hanya berkisar 1—3 juta unduhan. Hal ini menunjukkan bahwa musik pop Melayu sangat menguntungkan dibanding aliran musik non-pop Melayu sehingga musik pop Melayu tersebut direproduksi terus oleh industri dan masyarakatnya itu sendiri dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya.

Menurut Bam, selaku produser eksekutif program musik *indie* di salah satu TV lokal Bandung, sepertinya sekarang grup musik yang membuat musik aliran pop Melayu seolah sedang melamar kerja ke perusahaan. Tujuannya mencari uang, bukan masalah otentisitas atau kreatifitas dalam bermusik. Dominasi aliran Melayu ini bahkan terasa hingga ke area festival musik *indie* nasional, menurut penuturan Bam yang sempat menjadi panitia LA Lights Indie Fest tahun 2008. Lebih dari 500 grup musik yang mendaftar dan mengirim sampel lagu mereka ke LA Lights Indie Fest. Sekitar 200 grup musik pendaftar dengan beraliran pop Melayu. Ketika penjurian di Jakarta, Arian sebagai juri festival dari grup *rock* Seringai dan Agus Sasongko terheran-heran melihat Bandung didominasi lagu cinta Melayu yang kurang berkualitas. Namun, grup-grup musik non pop Melayu itu berkualitas. Lima ratus grup musik yang mendaftar itu secara berasal dari Jawa Barat, dan bukan cuma Bandung. Pernah ada yang menelpon ke *hotline* LA Lights Indie Fest di Bandung. Mereka bertanya mengapa yang menang itu mempunyai gaya bermusik yang, menurut mereka, aneh. Mereka bertanya seperti itu karena mereka mengaku bahwa musik mereka seperti Kangen Band, Bam pun menjawab, “Terserah saja kalau mau daftar musik apa saja. Bebas. Tidak tahu, ya. Seolah konsep *indie*-nya belum dipahami betul oleh masyarakat. Mereka memang tidak peduli dan menganggap festival ini sebagai batu loncatan saja.” Hal ini mencerminkan bahwa dominasi pop Melayu sudah merambah dengan sangat luas hingga ke jajaran musik *indie*, suatu percampuran yang sangat bertolak belakang karena ideologi pop Melayu dijadikan komersil oleh industri dengan ideologi musik *indie* yang otentik dan non-komersil.

Booming pop Melayu ini terkesan membuat musik yang berorientasi pada bisnis. Mereka berlomba-lomba menjadi seperti Wali dan Hijau Daun untuk mengejar kekayaan dan ketenaran. Menurut pandangan Bam, masyarakat yang berlomba-lomba untuk bermusik pop Melayu seolah-olah yang penting mereka menjadi artis, terserah musiknya seperti apa, “ecek-ecek kayak gimana”.

Dulu di mal Paris Van Java di Bandung ada semacam festival musik. Kalau tidak salah, *band* urutan ketiga itu dandanannya *rock* yang lengkap dengan jaket kulit dan rambut berwarna, Gitarnya pun gitar yang modelnya *rock*. Ketika harus membawakan lagu orang lain, mereka membawakan lagunya

Wali, antara dandanan dengan lagunya sama sekali tidak berhubungan. Dandanan *punk rock* mereka yang seharusnya erat dengan istilah *musik with attitude* ternyata dibuat mendayu-dayu oleh lagu mereka. Semua penonton pun terdiam, ternyata ketika harus membawakan lagu ciptaan sendiri juga sama seperti lagu sebelumnya, lagu pop Melayu. Menurut Bam musiknya itu merusak dandanannya. Orang yang awalnya berniat untuk berbincang-bincang mereka akhirnya tidak jadi karena perasaan janggal tersebut.

Bam selaku produser program musik *indie* di STV Bandung yang bernama Ziggy Wiggy tidak menstandarkan *video clip* yang dikirim harus sempurna. Hal terpenting adalah grup musik itu memiliki *video clip* yang masih layak diputarkan, dan tidak ada unsur SARA atau pornografi. Belakangan ini ada program baru yang namanya *New Ziggy*, yang dimaksudkan untuk regenerasi grup-grup musik legenda *indie* Bandung seperti Burgerkill atau Jeruji dan menayangkan grup-grup musik baru yang berpotensi. Dalam segmen *New Ziggy* itu ternyata juga masuk *video clip* kiriman yang beraliran pop Melayu dan terlihat sekali ideologi atau unsur komersilnya, padahal konsep programnya bukan untuk menayangkan aliran yang komersil atau *mainstream*, sebagaimana diberitahukan sebelumnya. Hal ini terjadi karena dominasi pop Melayu sedang mewabah di Indonesia sehingga mencoba menginvasi ke seluruh area dan ideologi bermusik.

Secara kuantitas, grup musik atau musisi sangat banyak yang bermunculan, dan namun semuanya seragam. Hal ini mengakibatkan standar kualitas musik menurun dan memunculkan banyak model atau presenter TV yang ikut pula mencoba bermusik atau bernyanyi. Menurut Bam, hal ini mengakibatkan kualitas musik nasional mengalami kemunduran, mungkin disebabkan media-media besar yang mencari keuntungan. Oleh karena itu, apapun yang bisa menghasilkan uang banyak akan diangkat oleh mereka. Pengaruh iklan atau sponsor semakin menunjang pencarian keuntungan tersebut, apalagi dengan adanya *RBT*. Beberapa waktu lalu Bam menjadi manajer grup musik *mainstream*, yang menurut pendapat orang lain mirip seperti reinkarnasi grup musik *rock* Rif/. Setelah itu, dikirimlah demonya ke Trinity Production, industri rekaman yang memproduksi ST12. Ternyata, demo lagu mereka ditolak. Setelah itu, Bam memiliki teman yang memiliki gaya hidup *indie* dan main musik di kafe. Berikut kutipan penulis mengenai kelanjutan pengalaman Bam.

Dia ada lagu yang Melayu, dan dia memang niatnya buat cari duit, bukan buat *ngeband* masalah hati. Dikirimlah lagu itu ke Trinity, produsernya ST12, terus baru didenger setengah lagu saja langsung disetujui, langsung dibeliin seperangkat alat rekaman, alat *mixer*, terus *software* atau *hardware*-nya juga dibeliin. Dua bulan *deadline*, cepet sudah harus ada sepuluh lagu. Terus, karena penciptanya bikin juga iseng, dan terus personilnya nggak ada, ditawarkan ke anak-anak juga nggak ada yang mau gabung, tapi dicari-cari. Dan, karena namanya duit, yah, jadi ada yang mau gabung. Namanya waktu itu diganti jadi the Bagindas, Melayu banget, mungkin bentar lagi jadi adiknya ST12. Anak-anak berkomentar, “gila, yah, kita yang bikin musik mati-matian, dikeren-kerenin, terus dia bikin musik iseng di kamar, Melayu-Melayuan, tahunya *label* tertarik. Nggak tahu, ya. Mungkin rezeki berbedabeda..

Bam kemudian menceritakan dirinya yang merupakan teman dekat dari Charly vokalis ST12 semenjak menyanyi di kafe-kafe. Menurut Bam, vokalis ST12 itu selalu menciptakan lagu *rock* yang bagus, namun tidak diperkenankan untuk dimasukkan ke album. Mereka dituntut harus beraliran pop Melayu oleh produser mereka di Trinity Optima Production. Bam berusaha untuk membujuk Charly agar penghasilan dia dari ST12 diinvestasikan ke industri *indie* seperti *distro* atau *indie label*, yang katanya diibaratkan untuk menebus dosa Charly karena tidak mengikuti kata hati dan mengalah terhadap determinasi ekonomi.

Aliran pop Melayu sudah menjadi dominasi tersendiri di industri musik populer di Indonesia melalui keberhasilannya dalam memperoleh keuntungan bagi pihak industri musik yang terlibat di dalamnya. Artis pop Melayu yang sukses dapat memperoleh keuntungan yang mencapai antara 3—7 miliar rupiah. Melihat hal ini, industri dan masyarakat sama-sama tergoda untuk mereproduksi grup-grup musik aliran pop Melayu atas nama determinisme ekonomi. Hal ini mengakibatkan grup-grup musik pop Melayu diproduksi massal oleh industri dan berulang-ulang bahkan sampai sekarang. Menurut data yang diperoleh penulis, pada tahun 2009 ini, grup musik yang paling sukses adalah grup musik pop Melayu yang bernama Hijau Daun dengan perolehan 6 juta *download* atau 6 miliar rupiah hanya dalam waktu tiga bulan pertama di awal tahun 2009. Berangkat dari hal ini, industri musik populer di Indonesia pun akhirnya dilanda keseragaman oleh banyaknya grup musik pop Melayu yang direproduksi dan secara kualitas menciptakan kemunduran dalam musik populer di Indonesia berdasarkan analisis penulis menurut teori Industri Budaya oleh Adorno.

Kehadiran empat stasiun TV yang menayangkan program yang sejenis dan berfokus pada penayangan musik pop telah menjadi wadah bagi grup-grup musik pop, khususnya pop Melayu, dengan kuantitas penayangan yang tinggi karena jumlah grup musik yang memiliki keseragaman tersebut yang banyak. Grup-grup musik pop Melayu ini seolah diistimewakan sehingga porsinya hampir menyaingi grup-grup musik senior papan atas. Hal ini terlihat dari penampilan *live on stage* (baik *lip sing* maupun *playback*). Mereka yang pasti ‘menghiasi’ layar kaca selalu akan terus ditampilkan meskipun membawakan lagu-lagu yang lama. Media setiap hari mengarahkan masyarakatnya dengan menampilkan grup-grup musik pop Melayu dengan jumlah banyak sehingga masyarakat tidak dapat menghindari keberadaan musik tersebut tanpa disuguhi alternatif yang berbeda, hal ini otomatis membuat band-band tersebut sukses dan meraup keuntungan yang luar biasa baik dari penjualan *RBT* lewat TV atau tawaran panggung. Kesuksesan ini membuat musik pop Melayu tersebut direproduksi oleh masyarakat yang ingin mencari kekayaan instan dan didukung oleh industri maupun media massa. Reproduksi massal ini menciptakan dominasi tersendiri di dunia musik populer di Indonesia karena dukungan masyarakat dan media yang terlibat secara aktif dalam proses tersebut. Hal ini yang mengakibatkan Purba dapat mengatakan, “Lebih mudah berjuang di musik pop, bahkan saat ini bisa dikatakan lebih mudah sukses di pop Melayu.” Reproduksi massal musik pop Melayu membuat masyarakat berlomba-lomba mencari kekayaan mendadak. Dalam hal ini terlihat adanya rasa epigonistik yang bertujuan bukan untuk menciptakan karya seni yang otentik atau progresif karena kemasan mereka yang tidak eksploratif dan hanya berputar di formula atau pola yang sama baik secara musikalitas maupun tema lagu. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pop Melayu telah menjadi komoditas seni yang kemudian menjadi dominan melalui dukungan media dengan program-program musiknya yang hegemonik terhadap masyarakat dengan tujuan melanggengkan kekuasaan pihak-pihak kapitalis seperti media atau industri musik yang terlibat di dalamnya, yang kemudian direproduksi terus oleh pihak-pihak tersebut untuk mempertahankan hegemoni mereka yang berdeterminisme ekonomi atau kapitalis.

3.4 Counter-Hegemony oleh Komunitas Indie Label

3.4.1 *Counter-Hegemoni Indie Label* melalui Media TV Lokal

Perlawanan musik *indie*, secara implisit, terhadap dominasi pop Melayu dapat terlihat dari media yang menayangkan program-program musik *indie*. Terdapat tiga stasiun TV lokal di Bandung yang konsisten menayangkan program musik *indie*. Tiga stasiun TV itu antara lain Bandung TV—satu atap dengan Bali TV, Semarang TV, Jogja TV—dengan programnya yang bernama REAKSI; PJTV dengan programnya Lokal Lebel; STV dengan programnya yang bernama ZIGGY WIGGY. Program-program *indie* seperti ini tercipta memang karena keinginan para produsernya, seperti penuturan Iman dari program musik *indie* REAKSI yang memang dulu bercita-cita membuat liputan musik *indie* di TV setelah radio GMR yang kerap memutar musik *indie* di Bandung tidak lagi beroperasi karena pemancarnya yang tumbang akibat petir. Hal ini juga didukung oleh kenyataan tidak dapat beroperasinya GOR Saparua, yang kerap dijadikan *venue* untuk menampilkan musik *indie*, karena gedungnya yang sudah tidak layak. Keprihatinan terhadap tidak adanya wadah untuk menampung karya-karya musisi *indie* mendorong Iman dan timnya untuk membuat program-program *indie* tersebut.

Momen ini kemudian sejalan dengan bangkitnya komunitas *indie* dengan mengadakan pertunjukan di Dago Tea House, yang kemudian sejalan pula dengan dukungan media-media lokal yang mulai giat meliput acara-acara *indie*. Sempat pada awalnya ketika meliput acara-acara *indie* itu, para panitia acara takut akan dimintai bayaran oleh stasiun TV yang meliputnya padahal tidak perlu karena program ini memang berpandangan untuk memajukan musik *indie* tanpa berorientasi bisnis apapun. Liputan-liputan dari program musik *indie* seperti REAKSI dan ZIGGY WIGGY membuat grup-grup musik dan *event organizer* (EO) *indie* mengetahui keberadaan media-media tersebut. Hal ini mengakibatkan para musisi *indie* juga menjadi konsisten dengan mengirim *video clip* musik *indie* atau menginformasikan adanya acara *indie* yang akan berlangsung di tempat-tempat seperti The Score Ciwalk atau Dago Tea House.

Selain Iman, penulis juga mewawancarai Bam selaku produser program *indie* Ziggy Wiggy yang ditayangkan STV. Hampir mirip dengan Iman, Bam dengan program Ziggy Wiggy-nya berawal dari teman yang diminta oleh atasannya untuk membuat program anak muda yang berdurasi sejam kemudian mengajak Bam untuk gabung dalam tim produksi program anak muda tersebut. Saat itu, komunitas *indie* mengalami kekurangan media. Majalah *indie* seperti Ripple tergolong terbatas dan harganya kurang terjangkau. Sebaliknya, TV memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih mudah diakses. Karena alasan tersebut, terciptalah Ziggy Wiggy yang momennya sesuai dengan kebangkitan komunitas *indie*. Konsep tayangan Ziggy Wiggy adalah pemutaran *video clip* grup musik *indie*, liputan acara musik *indie*, dan wawancara grup musik. Terkadang, tim Ziggy yang mencari grup-grup musik *indie* untuk meminta *video clip* mereka agar bisa ditayangkan. Tidak jarang pula grup-grup musik tersebut didorong atau disemangati agar bersedia dipromosikan meskipun baru sebatas lokal. Komunitas *indie* yang kekurangan media juga mengakibatkan banyaknya penggemar musik tersebut yang ingin tahu soal grup-grup musik atau artis-artis *indie* favoritnya, namun kurang referensi tentang hal tersebut. Berangkat dari hal itu, Ziggy Wiggy semakin memantapkan programnya dan ternyata mendapat respon yang baik dari warga Bandung.

Bam menceritakan bahwa pemilik STV awalnya dari *production house* (*PH*) yaitu Prima Production, *PH* yang umumnya memproduksi sinetron atau FTV. Barangkali, saat itu dunia *PH* sedang lesu sehingga sang pemilik menciptakan TV lokal. Dengan demikian, lahirlah STV di Bandung, disusul PROTV di Semarang. Barangkali pula, cita-cita sang pemilik itu adalah menciptakan stasiun TV lokal di tiap kota, yang menurut Bam ini adalah hal yang positif karena dapat memperbanyak program musik *indie* di beberapa stasiun TV lokal tersebut.

Menurut Iman dari REAKSI, media TV yang konsisten menayangkan musik *indie* hanya TV lokal. TV nasional tidak ada yang melakukan hal demikian sama sekali. Hal ini berkesan bahwa stasiun TV nasional tersebut memonopoli dan mengatur musik apa yang akan dijadikan suatu hit—dengan tujuan bisnis,

bukan seni—atau untuk memajukan musik itu sendiri. Grup-grup musik *indie* atau yang termarginalkan tidak pernah diliput oleh TV nasional. Di situlah gunanya program musik *indie* yang ditayangkan oleh media TV. Iman menceritakan bahwa respon mereka yang pernah diliput oleh REAKSI sangat positif, bahkan grup musik *indie* dari Yogyakarta iri dengan media TV lokal di Bandung yang konsisten dengan liputan-liputan musik *indie*-nya.

Media program musik *indie* meliput musik-musik berkualitas yang tidak memiliki ideologi komersialisme pada artisnya, berbeda dengan media TV nasional yang menurut Iman sepertinya sedang berkiblat ke aliran musik pop. Iman memberikan contoh. Pada saat *icon* grup musik *metal* dari luar negeri, yaitu Lamb of God, yang sudah mendunia tampil di Jakarta, media TV nasional yang berbasis di Jakarta sama sekali tidak ada yang meliput acara tersebut. Hanya REAKSI dari Bandung dan media-media *indie* lainnya yang meliput.

Menurut Iman, sebelum *booming* pop Melayu ada, komunitas *indie* selalu konsisten dengan pergerakannya. Komunitas *indie* itu setia, dan seperti fenomena gunung es, jumlahnya banyak, tetapi letaknya di bawah membuatnya tidak terlihat. Namun, dari konsumsi publik, karena pop Melayu tiba-tiba kerap mendominasi tayangan TV nasional, pergerakan *indie* sebagai alternatif pun semakin dilirik karena kejenuhan yang disiarkan oleh industri TV *mainstream* tersebut.

Di program REAKSI yang ditayangkan oleh Bandung TV, musik yang diputar bukanlah musik *mainstream* seperti pop Melayu yang dimiliki Wali, Angkasa, dan ST 12. Musik-musik yang diputar berasal dari grup-grup music yang mempunyai ideologi nonkomersil, seperti White Shoes & the Couples Company, Efek Rumah Kaca, Sindetosca, dan BurgerKill. Poin yang paling jelas terlihat dari grup-grup demikian adalah sifat militansinya. Efek Rumah Kaca yang pop *indie* itu pun bersifat militan. Penonton mencari alternatif karena jenuh dengan tayangan yang musik yang selalu seragam dari stasiun TV nasional. Media lokal Bandung mendukung hal tersebut karena komunitas *indie* Bandung lebih kuat. Hal ini berbeda dengan komunitas *indie* di Jakarta yang menurut Taufik “tidak sekuat Bandung” sehingga medianya juga secara tidak langsung

terpengaruh oleh media nasional yang *mainstream*. Hal ini otomatis mengakibatkan media lokal di Jakarta kurang memperhatikan pergerakan *indie* di kotanya.

Tim REAKSI pasti akan menanyakan aliran dari suatu *video clip* yang dikirim ke mereka. Langkah itu adalah prosedur standar di program tersebut. Bila ideologi yang ditampilkan dalam suatu video adalah komersil, video tersebut tidak akan ditayangkan. Walaupun sudah disamarkan seperti apapun, ideologi komersil pasti terlihat. Iman memberikan contohnya. Pernah ada grup musik yang mengirim *video clip* yang musiknya disamarkan oleh unsur musik *punk*, tetapi terlihat bahwa ideologinya adalah komersil, maka tidak ditayangkan. Musik *rock and roll* pun tidak selalu akan diputar di REAKSI, seperti The Changcuters yang beraliran *rock and roll*. Ideologi komersilnya membuat lagu-lagu grup music tersebut tidak akan diputar di REAKSI.

Menurut Iman, TV lokal Bandung tidak mempermasalahkan suatu grup musik yang belum dikenal atau belum pernah terlihat penampilannya di panggung. Catatan yang penting adalah musik berkualitas dan tidak bersifat komersil. Iman pernah menerima *video clip* musik *indie* yang dititipkan di satpam Bandung TV yang ternyata musiknya berkualitas seperti grup musik Mocca. *Video clip* itu pun ditayangkan di REAKSI. Melihat realita yang demikian, banyak orang di Bandung berlomba-lomba untuk membuat grup musik, membuat lagu beserta *video clip*-nya.

Senada dengan Iman, Bam menganggap Ziggy Wiggy menayangkan *video clip* yang tidak komersil dan otentik. Lebih lanjut, Bam mengatakan Ziggy Wiggy hanya menayangkan musik yang tidak ditayangkan di stasiun TV nasional, seperti video grup musik La Luna yang *indie*, tetapi ditayangkan di beberapa TV *mainstream*. Program musik nasional, seperti Dahsyat atau Inbox, menurut Bam bukanlah saingan. Apabila mereka *market leader*, program musik *indie* hanya menjadi perelung pasar, yaitu mengambil pasar yang tidak diambil oleh media-media *mainstream* tersebut.

Berbeda dengan Inbox, REAKSI tidak pernah memutarakan pop Melayu karena musiknya bersifat *mainstream* dan komersil. Namun, grup musik PHB –

yang beraliran dangdut dan mirip seperti grup musik Pancaran Sinar Petromak yang sudah melegenda itu— ditayangkan karena tidak ditayangkan di TV nasional. Stasiun TV nasional seolah-olah benar-benar pandai merasakan musik yang bersifat jualan, yang kemudian juga menguntungkan untuk mereka karena menaikkan rating TV. Perlawanan dari media yang menawarkan musik *indie* dilakukan dengan cara menyuguhkan musik yang ideologinya berbeda dengan musik yang ditawarkan oleh media-media *mainstream*. Dengan demikian, perlawanan dari media *indie* tersebut tidak bersifat frontal, tetapi cukup dengan menyajikan sesuatu yang berbeda. Perlawanan tersebut bersifat lembut dengan menyajikan musik yang alternatif untuk melawan kejenuhan, keseragaman, dan pendiktean dari hegemoni media massa yang besar.

Berbeda dengan pandangan Purba, musik populer di Indonesia hari ini menurut Iman sedang mengalami kejatuhan karena suguhan dari media TV yang berkuasa hanya menampilkan musik yang seragam sehingga kualitasnya menurun. Hal ini mengakibatkan kehadiran musik alternatif di media lokal membantu dirinya yang sudah jenuh dengan stasiun TV nasional yang menayangkan lagu yang selalu seragam tersebut. Dia mengatakan, “Lagu Hijau Daun di mana-mana. Kayak nggak ada lagu lain meskipun satu saja.” Berikut kutipan penulis terhadap pernyataan Iman mengenai musik pop Melayu.

Kayaknya, masyarakat sudah agak jenuh dengan pop Melayu, atau mungkin malah tidak, karena *band* pop Melayu kita laku di Malaysia. Iklan lagu Wali yang baru itu beberapa kali muncul untuk *RBT*-nya. Itu doktrin sekali. Secara pribadi, memang kalau cari uang memang tempatnya di pop Melayu, tetapi kalau mengikuti idealisme, kekayaan batin, wah, itu jauh sekali, sangat dilematis. Misalnya, kasus *band* Kotak yang bilang sudah bukan jamannya lagi idealis, seolah-olah idealismenya kalah karena terpaksa, padahal musik harusnya tidak seperti itu. Jangan tanya mulut kamu, tetapi tanya hati kamu.

Sikap komunitas *indie* sendiri terhadap fenomena pop Melayu ini menurut Iman biasanya hanya berkulat seputar sindiran terhadap aliran tersebut, seperti perkataan vokalis Koil, Otong, yang berbunyi “Oke, lagu berikutnya dari ST 12.” atau sindiran dari grup musik Burgerkill ketika sedang manggung terhadap fenomena tersebut. Kritik yang dilayangkan oleh komunitas *indie* Bandung hanya sebatas sindiran saja, tidak secara frontal seperti dari grup musik Efek Rumah

Kaca yang membawakan lagu *Cinta Melulu* yang memang bertujuan mengkritik pop Melayu.

Di Bandung ada sarana alternatif dengan adanya beberapa TV lokal yang menyajikan program band *indie*. Isu mengenai pop Melayu pun tidak terlalu 'panas', berbeda dengan di Jakarta yang dikelilingi oleh stasiun TV *mainstream* dengan tayangan pop Melayu. Menurut penulis, barangkali hal ini adalah salah satu alasan kenapa lagu Efek Rumah Kaca yang berjudul *Cinta Melulu* lahir di Jakarta. Kalau di Bandung tidak ada tayangan alternatif dari beberapa stasiun TV lokal, lagu yang mengkritik pop Melayu itu dapat saja lahir di Bandung.

Iman bersyukur karena di Bandung ada beberapa program yang menayangkan musik *indie* atau alternatif dari musik *mainstream* yang ditayangkan oleh stasiun-stasiun TV nasional. Program *indie* seperti Ziggy Wiggy dari STV ditayangkan hari Minggu. Demikian pula dengan REAKSI dari Bandung TV yang juga ditayangkan di hari Minggu, tetapi tidak di jam yang sama, dan juga menayangkan siaran ulangnya pada hari Selasa. Alhasil, tayangan musik *indie* di Bandung cukup berpengaruh meskipun tentunya kalah dengan siaran dari stasiun TV nasional yang tayangnya setiap hari dan jumlahnya lebih banyak. Meskipun *indie* memiliki keterbatasan, menurut Iman, tetap harus ada yang menyajikan tayangan alternatif ini. Ada pertanyaan yang ditujukan untuk Iman dari seorang warga Jakarta yang melihat tayangan REAKSI, apakah tayangan REAKSI di Bandung sampai di Jakarta. Hal ini tentu tidak mungkin dilakukan karena sinyal pemancar dari TV lokal sangat terbatas. Kenyataan ini menandakan bahwa Jakarta pun juga haus tayangan musik alternatif karena pendiktean media massa nasional yang menyajikan karya-karya musik yang seragam.

Menurut Bam, kebanyakan orang menganggap grup musik *indie* itu adalah grup musik yang belum masuk atau ditolak *major label*. Seharusnya, cukup dilihat dari gaya hidupnya atau pandangan musiknya, anggapan itu tidak tepat. Konsep otentisitas dan antikomersil yang terdapat pada komunitas *indie* agaknya kurang dimengerti masyarakat yang cenderung epigon dalam menciptakan musik pop Melayu yang sifatnya komersil. Di program Ziggy Wiggy nya STV, video demo

pop Melayu banyak sekali yang masuk ke mereka, tetapi tidak dapat ditayangkan. Berikut penulis mengutip pernyataan Bam.

Bahkan, presenternya sudah berpesan bahwa konsep musiknya seperti ini (*indie*). Sudah mengerti kalau orang nonton, jadi kalau musiknya tidak seperti ini atau gaya hidupnya juga tidak seperti ini, jangan dimasukkan karena video itu tidak akan ditayangkan.

Sebenarnya, nggak salah juga mau bikin lagu se-Melayu mungkin. Waktu itu, ada *band* Malaysia yang namanya Hujan tampil. *Band* pembukanya salah satu *legend indie* di Bandung, yaitu Pure Saturday. Saya bingung, kok, mau-maunya Pure Saturday jadi pembuka *band* Malaysia. Dikira musiknya bakal Melayu. Ternyata, Pure Saturday adalah *role model band* Malaysia tersebut. Keren, sih. Manajernya Pure Saturday pun menganggap hal itu ironis. Di saat *band* Indonesia ingin seperti *band* Malaysia, di sana mereka ingin seperti kita.

Senada dengan Iman, menurut Bam perlawanan terhadap pop Melayu di komunitas *indie* Bandung tidak diniatkan secara *frontal*, cukup dengan menyajikan yang berbeda saja. Hal yang penting adalah kenyataan bahwa komunitas musik *indie* kuat. Komentar positif dari masyarakat Bandung terhadap Ziggy Wiggy bermunculan karena program tersebut menyuguhkan sesuatu yang dapat dijadikan alternatif. Masyarakat bosan menonton musik-musik *mainstream* terus-menerus.

Menurut Bam, perlawanan yang *frontal* justru datangnya dari grup musik yang berdomisili di ibukota sebagai pusat penyiaran media massa nasional. Grup musik tersebut, Efek Rumah Kaca, melawan dengan lagu yang santai, namun memiliki lirik yang tajam. Musiknya juga santai dan tidak rusuh atau teriak-teriak. Seharusnya, menurut Bam, generasi seperti ERK-lah yang tampil di Dahsyat atau Inbox, bukan grup-grup musik pop atau pop Melayu yang seragam semua. Senada dengan Iman, Bam juga berpendapat, barangkali sekarang ini kualitas musik populer di Indonesia sedang mencapai titik terendah, berbeda seperti dahulu ada saat musik-musik yang berkualitas, lebih otentik dan kurang komersil, seperti Rif/ atau Boomerang daripada musik pop. Namun, sekarang grup musik *rock mainstream* tidak ada. Boomerang balik ke jalur *indie*, Netral juga kembali ke *indie*. Grup musik berkualitas yang beraliran pop *retro* seperti Naif juga kembali ke *indie*. Mereka menciptakan segala sesuatunya sendiri dengan musiknya yang

santai. Menurut penulis, kehadiran grup-grup musik *rock* berhubungan erat dengan musik *indie* karena secara umum memiliki ideologi yang kurang komersil dan otentik ini. Namun, mereka 'ditenggelamkan' oleh media yang mempertahankan dominasi pop Melayu yang mereka ciptakan. Absensi grup-grup musik *rock* di ranah *mainstream* ini semakin memperkuat dan mempertegas dominasi pop Melayu di musik nasional sehingga terlihat jelas dominasi mereka.

Menurut Bam, fenomena pop Melayu ini tidak akan mereda kalau tidak ada yang melawan secara bersama-sama, sama seperti dulu, saat Bam masih duduk di bangku SMP. Saat itu, musik populer di Indonesia sedang diramaikan oleh *rapper* seperti Iwa K atau penyanyi seperti Denada. Lahirlah Pas Band dengan musik *indie*-nya yang berkualitas. Masyarakat pun berlomba-lomba membuat musik seperti Pas Band. Tidak lama kemudian, lahir Netral, yang disusul oleh Boomerang juga.

Untuk melakukan perlawanan seperti itu diperlukan kekuatan baik dalam segi mental maupun materi. Bam kemudian menuturkan pengalamannya tentang pertemanannya dengan Log Zhelebour. Log Zhelebour adalah seorang promotor musik dan produser musik yang awalnya ingin pensiun dari dunia tersebut, namun ketika melihat tayangan di TV yang didominasi pop Melayu, dia memutuskan untuk memberikan perlawanan. Dia ingin membuat festival *rock* lagi, memproduseri Boomerang lagi, dan mencari grup musik *rock mainstream* yang lebih keras dari Zamrud untuk mengacak-acak industri pop sekarang. Bam berharap ada orang-orang seperti Log Zhelebour agar dapat memperbaiki kualitas musik populer di Indonesia yang sedang dilanda keseragaman musik ini.

Memberikan perlawanan tersebut dapat ditempuh melalui cara yang sederhana untuk masyarakat biasa. Bam memberikan contoh bagaimana dia memberikan CD lagu Efek Rumah Kaca dan Mocca ke sang pacar ketika sang pacar mendengarkan musik band Ungu yang *mainstream* di mobilnya. Setelah itu, sang pacar mulai giat ke *distro* untuk membeli CD grup-grup musik *indie*. Bam juga mengatakan bahwa perlawanan dapat dilakukan dengan cara membeli CD atau kaset bajakan grup-grup *mainstream*. Namun, untuk grup musik *indie*, kita

harus beli yang asli. Hal tersebut juga dapat membantu grup-grup musik *indie* tersebut. Itu adalah bentuk perlawanan yang paling sederhana menurut Bam.

Musik dalam arti luas saat ini sedang sangat ternodai oleh determinisme ekonomi sehingga tidak menampilkan suatu karya musik yang asli dan tidak ada bedanya dengan bekerja untuk mencari uang. Hal tersebut berbeda dengan ideologi musik *indie* yang bermusik memang untuk kemajuan seni dengan menampilkan karya yang otentik dan tidak komersil. Komunitas *indie* prihatin dengan kecenderungan masyarakat yang bermusik untuk mencari keuntungan ekonomi sehingga menampilkan ideologi seni yang palsu dan berakibat ke regresi musik populer di Indonesia. Media-media lokal yang memperhatikan kualitas musik *mainstream* populer di Indonesia yang terseragamkan tersebut memberikan perlawanan secara implisit yaitu melalui penyajian tayangan musik yang alternatif, yaitu musik *indie* yang lebih asli dan tidak komersil. Hal tersebut juga bertujuan memancing daya kreatifitas masyarakat agar menciptakan hal-hal yang baru dan berbeda sehingga otomatis akan mengalami peningkatan kualitas bermusik dan tidak terjebak di industri musik *mainstream* yang saat ini sedang statis dan regresif.

3.4.2 Observasi terhadap program musik indie di TV lokal Bandung

Penulis melakukan observasi terhadap sebuah program musik indie di TV lokal Bandung yang bernama REAKSI, disiarkan oleh Bandung TV untuk melihat keberagaman serta ideologi non-komersil seperti yang diungkapkan melalui metode wawancara tersebut pada sub-bab sebelumnya. Program musik REAKSI terdiri dari tiga segmen, pertama adalah segmen Rubrik Aksi, yaitu liputan acara komunitas musik indie lokal atau band underground luar negeri, kemudian segmen video Clip of the Day, yaitu pemutaran video klip band indie lokal, baik itu dari Bandung sendiri atau Jakarta, Yogyakarta, dan sebagainya. Kemudian segmen penutup yaitu segmen pengumuman kuis yang disambung pengumuman terhadap audiens yang ingin acara komunitas musik indienya diliput secara gratis untuk mengirimkan proposal ke kantor mereka. Lokasi syuting program musik REAKSI terkadang di dalam studio (dibantu oleh *blue screen*) atau terkadang di

luar ruangan, MC umumnya mengenakan kaos dengan simbol musik rock atau metal, untuk menegaskan ideologi DIY yang memang erat dengan aliran musik tersebut, meskipun tayangan REAKSI meliputi beragam aliran musik, seperti pop indie, rock indie, metal indie, dangdut indie, dsb. Berikut observasi dan analisis penulis.

Reaksi #153 1-2-09

Reaksi pada episode #153 1-2-09 meliputi konser tunggal band pop Indie Bandung yang sudah menjadi legenda yang bernama Pure Saturday, bertempat di GSK Itenas. Kemudian mereka menayangkan satu lagu yang dibawakan oleh band tersebut, meskipun dengan teknik liputan yang sederhana. Mereka menangkap semangat penggemar ketika menikmati pertunjukkan tersebut, meskipun bukan band pop yang sifatnya nasional melalui distribusi yang luas. Mereka juga meliput konser dan launching album dari band rock indie yang bernama Dinning Out, bertempat di The Score, meliput press conference band tersebut, memperkenalkan pengisi acara yang menjadi band-band pembuka di acara tersebut, band pembuka tersebut bernama Insulin Coma, sebuah band punk indie di Bandung. kemudian menayangkan satu lagu yang dibawakan dalam konser tersebut, lagi dengan teknik peliputan yang sederhana, hanya dengan satu angle, kemungkinan karena keterbatasan di kru dan kamera untuk meliput, namun mereka tetap meliput konser tersebut.

Reaksi kemudian menayangkan *Clip of the Day*, oleh band thrash metal indie Bandung yang bernama Dajjal, berjudul '*Tuduhan Tanpa Bukti*'. Video klip yang menampilkan konser band tersebut di acara yang bertemakan Viking Day, band tersebut tampil dengan kostum lengkap (kecuali drummer), rambut gimbal, pakaian yang mirip baju zirah namun sepiantas terlihat dibuat kotor agar imagenya semakin gelap dan kasar, cocok dengan musiknya yang keras. Setelah *clip of the day* MC kemudian menceritakan kerinduannya akan masa lalu ketika band-band dapat tampil di sebuah gedung pertunjukkan, karena semenjak tragedi kematian beberapa penggemar pada konser musik indie di gedung Asia Africa Cultural Center acara musik indie semakin dibatasi dan dipersulit perijinannya, MC

kemudian menyampaikan pesan yang mengharapkan pemerintah agar merealisasikan penyediaan gedung pertunjukkan.

Pada program Reaksi episode #155 15-2-9, mereka meliput peringatan tragedi AACC, meliput pembacaan doa, mewawancarai Solidaritas Independent Bandung yang memiliki tema Melawan Lupa, agar kejadian terdahulu tidak terulang, juga pemicu kemajuan komunitas bawah tanah Bandung. Peringatan ini dihadiri beberapa pihak, teman-teman komunitas, keluarga korban, perwakilan komunitas kreatif, serta wakil gubernur Jabar Dede Yusuf. Kemudian menayangkan pembacaan doa surat Yaasin dengan singkat, terlihat suasana sendu yang tampil di acara tersebut. semenjak tragedi tersebut kegiatan musik anak muda Bandung seolah terhenti karena perizinan yang semakin dipersulit. Panitia berpesan mengingatkan bahwa banyak artis-artis sukses nasional yang lahir di Bandung, namun tidak ada sarana publik yang layak untuk mengaktualisasikan karya-karya musisi atau seniman di Bandung.

Reaksi kemudian menayangkan Clip of the Day, yang pertama adalah untuk mengenang tragedi AACC dengan menampilkan band yang konser di acara tersebut, yaitu band yang bernama Beside dengan lagunya yang berjudul *Holyman*. Video ini kemudian disusul dengan menayangkan video klip selanjutnya, yang pada sesi ini menceritakan legenda metal dan *icon* komunitas Indie Bandung yang diceritakan oleh MC baru pulang setelah tur di Australia, band tersebut bernama Burgerkill dengan lagu yang berjudul *Shadow of Sorrow*.

Video klip selanjutnya, Reaksi menayangkan band rock indie bandung yang bernama Restrain, dengan lagu berjudul *Gemini Killers*, MC menceritakan mereka sedang mengumpulkan materi untuk pembuatan album, sambil mempromosikan band tersebut kepada masyarakat atau event organizer yang ingin mengundang mereka. terlihat bahwa band tersebut amatiran namun video klip yang ditayangkan cukup baik dengan adanya penggunaan efek-efek yang disesuaikan dengan lagunya.

Untuk episode #166 3-5-09, Reaksi meliput acara coup de neuf di CCF jalan Purnawarman, sebuah remake yang rutin *ne voila* tahun 2005-06, yang saat itu bertemakan pop indie. Acara itu menampilkan band Mocca, Hollywood

Nobody, Homogenic, Cascade, Angsa dengan Serigala. Band-band pop indie tersebut terlihat berkualitas dan memiliki massa yang cukup banyak. Reaksi meliput acara ini dengan sederhana, masih dengan satu *angle* pengambilan gambar karena keterbatasan sumber daya, kemudian menayangkan cuplikan band-band yang tampil di acara tersebut.

Reaksi kemudian meliput band Jakarta yang baru merilis album barunya, band tersebut bernama Getah dan beraliran *Industrial Gothic*, yang menurut MC telah memberi warna di khazanah musik Indonesia. Band-band indie Bandung menjadi band pembuka. Reaksi meliput dengan sederhana, one angle, menayangkan satu lagu yang dibawakan di konser tersebut, kemudian ditutup dengan penampilan dari band indie Dining Out, Reaksi meliput aksi panggung mereka yang membawakan satu lagu.

Setelah acara liputan, Reaksi menayangkan *Clip of the Day*, yaitu video klip dari band Mocca yang sebelumnya tampil di *coup de neuf*, dan berencana tur asia di bulan juni. Lagu Mocca menjadi soundtrack film *Catatan Akhir Sekolah*. Clip lainnya kemudian Homogenic, yang berencana tampil di Malaysia, MC kemudian berkomentar dan bersorak karena band-band Bandung tampil di luar negeri semua. Lagu Homogenic berjudul *Utopia*, Homogenic sendiri beraliran elektronik pop, video klip digarap dengan profesional, artistik, dan banyak menggunakan efek editing.

Episode Reaksi #171 tanggal 07-06-09 dibuka dengan menayangkan video klip dari musisi bernama Anda, dengan lagunya yang berjudul *Dalam Suatu Masa*, bernuansa pop yang musikalitasnya cukup kaya dan berkualitas, karena didukung oleh instrumen-instrumen yang berbeda dibanding karya musik pop lain pada umumnya seperti kontra bass, perkusi, piano. MC menceritakan bahwa Anda sempat mendapat award salah satu best album.

Reaksi kemudian menayangkan video klip dari The Upstairs, yaitu band pop indie Jakarta yang musiknya agak retro dan bertempo cepat, video klipnya sendiri cukup artistic karena banyak mengeksplorasi warna dan efek, berbeda dengan video klip musik pop lainnya yang terstandarkan. Setelah video klip tersebut, Reaksi kemudian melanjutkan acara dengan menayangkan video klip

dari Pure Saturday yang berjudul Bangku Taman, video klipnya sangat artistik dan berbeda, pengambilan gambar hanya dilakukan dengan one take, menampilkan band yang sedang bermain musik mengelilingi bangku taman yang sedang ditempati oleh yang nampak seperti sepasang kekasih. Kemudian hal lainnya yang membuat menarik adalah terdapat seorang personil band yaitu sang vokalis yang membuat gambar-gambar seperti awan, lukisan, binatang, angka, dan lain-lain di layar kaca. sang vokalis juga menghapus gambar-gambar tersebut untuk kemudian diganti dengan gambar lain, sangat artistik dan kreatif. Jauh berbeda dengan standardisasi musik pop pada umumnya.

Reaksi kemudian menayangkan video klip dari band Burgerkill berjudul *Shadow of Sorrow*, Burgerkill adalah *icon* musik hardcore metal indie Bandung yang baru saja menyelesaikan tur di Australia, dan Asia Tenggara, yang kabarnya band tersebut juga sedang menyelesaikan album baru. Video klip ini juga tribute terhadap Ivan Firmansyah, *icon* metal indie Bandung sekaligus *icon* musik indie legendaris yang meninggal karena mengalami peradangan di otak. Video klip ini kemudian disambung dengan video klip lainnya dari Koil yang merupakan *icon* musik indie di Bandung dengan lagunya yang berjudul *Aku Lupa Aku Luka*, beraliran *rock gothic industrial*. Video klip dibuat dengan mengambil cuplikan band tersebut yang konser di beberapa tempat di Indonesia, konser dalam video klip tersebut dibuat kelam dan bernuansa gelap.

Pada Reaksi episode #173 21-06-09, acara dibuka dengan menayangkan Video klip dari Glory of Love, band indie punk Bandung, video klip dibuat secara amatiran namun kualitasnya cukup baik, hasil editing juga baik. Musikalitas cukup baik, terdapat solo gitar di akhir lagu. Video klip ini disambung dengan video klip lainnya dari band pop indie bernama Guru, berjudul *Lost*, video klip menggunakan animasi, tidak menampilkan para personil band kecuali pada bagian akhir video, animasi yang dilakukan dibuat dengan sederhana, personil band digambarkan secara animasi sedang bertualang.

Reaksi kemudian menayangkan Video klip dari skater punkers indie bernama Rosemary, berjudul *Miracle*, video klip menampilkan aksi cuplikan aksi panggung band dan penggemarnya yang sedang menyaksikan konser tersebut,

diiringi nuansa punk dan para *skaters* yang membawa papan skate-nya, video klip juga menampilkan keseharian mereka. Video klip ini kemudian disambung dengan video klip lainnya dari AFD, yang berjudul *The Anthem*, perpaduan artis bernama Aldiator dan FS Dawn, musik mereka menggabungkan aliran rap, hip-hop dan hardcore. Video klip dibuat dengan amatiran namun memiliki kualitas editing yang baik, disertai dengan efek pencahayaan dan setting yang bernuansa kelam.

Video klip berikutnya berasal dari Burgerkill, khusus diputar karena banyaknya permintaan untuk mengenang almarhum Ivan Scumbag, vokalis band tersebut, dengan lagu berjudul *Tiga Titik Hitam*, berkolaborasi dengan Fadly yaitu vokalis band pop Padi dari major label. Video klip dibuat di lokasi syuting indoor, bernuansa sangat gelap karena penggunaan warna hitam yang dominan di latar belakang maupun pakaian para personil band, kecuali pakaian Fadly yang berwarna putih. Acara reaksi pada episode ini ditutup dengan menayangkan video klip dari band indie Jogja bernama Captain Jack, yang diklaim menggunakan sekitar 6000 foto untuk pengambilan gambar video klipnya. Aliran musik mereka adalah rock gothic, video klip dibuat dengan artistic dengan konsep gothic atau bernuansa kelam.

Program Reaksi episode #174 28-6-09 dibuka dengan liputan pentas seni tahunan SMA 8, yang sempat batal tahun lalu karena masalah perizinan, menampilkan aksi panggung dari beberapa indie dan satu band major dari Jakarta, seperti Efek Rumah Kaca, Agrikulture, dan Netral. Selain itu pentas seni tersebut juga menampilkan band-band tuan rumah SMA 8. Tim Reaksi mewawancarai band-band tersebut mengenai kesan-kesan mereka terhadap pentas seni SMA 8 dan masalah perizinan acara musik di kota Bandung. Netral mengungkapkan kritiknya mengenai arah industri musik populer di Indonesia yang semakin ke arah musik-musik Malaysia atau Melayu, kemudian mengharapkan agar masalah perizinan tidak lagi menjadi masalah karena musik-musik indie memajukan kualitas musik populer di Indonesia. Band Indie Efek Rumah Kaca menceritakan bahwa mereka senang dapat bermain di acara tersebut karena tahun lalu mereka tidak jadi main sehubungan pembatalan acara karena masalah perizinan. Masalah

perizinan merupakan kepedulian pemerintah kota Bandung yang harus mendukung gerakan anak musik di Bandung, karena gerakan tersebut hanya merupakan sebuah bentuk ekspresi, bukan aksi kekerasan. Reaksi kemudian menayangkan aksi panggung band tersebut dan membawakan lagu yang berjudul Di Udara, sebuah lagu yang berceritakan tentang kasus pembunuhan aktivis HAM Munir. Video klip band ini yang berjudul *Cinta Melulu* kemudian ditayangkan oleh REAKSI, lagu ini berisikan suatu perlawanan atau kritik terhadap fenomena lagu cinta yang dominan khususnya yang diusung oleh aliran musik pop Melayu yang selalu memiliki pola tema, dan musikalitas yang terseragamkan demi memenuhi tuntutan pasar.

Setelah liputan tersebut, Reaksi kemudian melanjutkan acara dengan menayangkan video klip dari band rock alternatif indie yang bernama Like Father Like Son, berjudul Sudut Kota Kembang, menceritakan tentang indahnya kota Bandung, video klip ini menampilkan seorang gadis yang merekam pemandangan kota Bandung dengan menggunakan Handycam, selain itu juga menampilkan para personel band yang memainkan instrument mereka.

Observasi di atas menunjukkan bahwa keberagaman musik yang ditampilkan oleh program musik indie tersebut sangat jauh berbeda dengan program musik di TV swasta nasional yang cenderung seragam, karena TV swasta nasional tersebut lebih memfokuskan diri ke arah musik pop yang cenderung seragam dan terstandarkan pula, khususnya dalam kasus fenomena dominasi musik pop Melayu yang dikukuhkan melalui hegemoni program-program musik sejenis Inbox, Derings, Dahsyat, dsb. Dominasi penayangan program-program musik *mainstream* tersebut lebih menampilkan musik dari label major yang seolah dibuat secara profesional, meskipun kualitas dan kreatifitas musiknya dapat dipertanyakan apabila diperbandingkan dengan musik indie yang terkesan amatiran. Tayangan Reaksi tidak menampilkan tangga lagu, berbeda dengan program musik *mainstream* yang ditayangkan TV swasta nasional. Selain itu program musik Reaksi fokus dalam pembahasan suatu karya musik indie, berbeda dengan program musik *mainstream* yang tidak fokus dalam membahas musik

karena kerap menampilkan gosip di antara kalangan MC sendiri atau disertai lawakan-lawakan yang seolah diciptakan untuk mengisi durasi acara penayangan. Dengan demikian program musik Indie Reaksi dapat diambil kesimpulan sebagai *counter-hegemony* terhadap hegemoni media massa program-program musik pagi hari yang sejenis tersebut.

3.4.3 Reaksi Grup Musik *Indie* Efek Rumah Kaca terhadap Pop Melayu sebagai Produk Hegemoni Media Massa melalui Lagu *Cinta Melulu*

Mendengar pendapat Bam atau Iman mengenai perlawanan frontal yang dilakukan grup musik *indie* Efek Rumah Kaca—yang disingkat menjadi ERK—terhadap musik pop Melayu, penulis merasa harus meneliti lagu *Cinta Melulu* yang memang diciptakan sebagai sebuah bentuk kritikan yang eksplisit terhadap fenomena dominasi pop Melayu tersebut. Lagu ‘*Cinta Melulu*’ oleh ERK berisikan kritik terhadap grup musik atau musisi yang hanya mengusung tema cinta dalam setiap lagu-lagunya, suatu fenomena yang saat itu (hingga penelitian ini dibuat) sedang berlangsung. Kritikan dapat terlihat dari lirik lagu tersebut. Pada bait pertama terdapat kritikan terhadap stigma musik populer di Indonesia yang seolah-olah agar sukses harus membawakan lagu lagu yang minor (*mellow*) karena permintaan pasar. Terdapat juga kritik terhadap kecenderungan tema perselingkuhan yang dibawakan para musisi agar lagunya mendapat perhatian lebih. Tema perselingkuhan dianggap sebagai sesuatu yang ‘nakal’ sehingga dapat memancing perhatian pendengar yang ingin mendengar sesuatu yang dahulu ditabukan. Namun, sekarang hal itu sudah dianggap hal yang biasa karena banyaknya artis yang mengusung tema perselingkuhan tersebut. Frase *elegi patah hati* dan *ode pengusir rindu* dalam lirik lagu *Cinta Melulu* merupakan kritikan terhadap lagu-lagu yang mengagung-agungkan kepahitan cinta sekaligus pemujaan berlebihan kepada sang pasangan yang didamba. Kritikan ini ditujukan kepada industri dan masyarakat yang mengusung tema tersebut atas nama permintaan pasar di industri musik agar lagunya bisa dijual dan mendapatkan keuntungan.

Pada bagian *reff* terlihat bahwa lagu ini secara eksplisit merupakan kritikan terhadap musik pop Melayu yang hanya mengusung tema cinta dan selalu mendayu-dayu, tanpa mencoba untuk mengambil sudut pandang (*angle*) lain dalam menciptakan karya-karya musik tersebut. Hal ini terlihat jelas dari lirik di bagian *reff* tersebut yang berbunyi, “*lagu cinta melulu... apa memang karena kuping Melayu... suka yang sendu-sendu...*” Lagu ini mencoba mengkritik sekaligus menyadarkan masyarakat untuk keluar dari stigma musik Melayu yang *mellow* atau mendayu-dayu sehingga dalam pembuatan suatu lagu dapat lebih eksploratif dan kreatif agar tidak terjebak di pola yang sama dan berulang-ulang. Lirik ini sendiri sudah menjadi sebuah bentuk kritikan terhadap industri budaya yaitu bagaimana tema cinta yang sendu digunakan sebagai komoditas dalam mereproduksi suatu karya musik yang massal dan seragam padahal masih banyak tema lain yang dapat dijelajah dalam pembuatan suatu karya lagu. Hal tersebut dimaksudkan agar lagu-lagu tidak terkesan standar atau menampakkan sesuatu yang seolah-olah baru, padahal tidak. Lebih jelasnya, perhatikan lirik dari lagu *Cinta Melulu*⁹⁰ ini.

Intro

Badd9 E6 E

Aadd9 D6 D

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Nada-nada yang minor

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Lagu perselingkuhan

DMaj7 C#m7 Bm7 C#m7 DMaj7 D

Atas nama pasar semuanya begitu klise

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Elegi patah hati

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Ode pengusir rindu

⁹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=z6peu1pEJvA>

DMaj7 C#m7 Bm7 C#m7 DMaj7 D

Atas nama pasar semuanya begitu banal

Reff:

C#m7

Wohoo...

C#7 F#m

Lagu cinta melulu

G DMaj7

Kita memang benar-benar Melayu

Dm7 C#m7

Suka mendayu-dayu

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Lagu cinta melulu

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Apa memang karena kuping Melayu

DMaj7 C#m7 Bm7 Badd9

Suka yang sendu-sendu

Penulis mewawancarai Cholil Mahmud selaku konseptor dari grup musik tersebut untuk mengetahui ideologi musik mereka, khususnya mengenai kritikan yang dilayangkan terhadap pop Melayu. Menurut Cholil, musik ERK sesuai dengan ideologi otentisitas *indie*. Dia mengatakan bahwa mereka membuat musik yang mereka senangi. Mereka juga jujur terhadap musik yang mereka senangi itu sehingga dapat menikmati permainan mereka. ERK memiliki warna musik yang gelap sehingga seceria apapun musiknya tetap akan bernuansa gelap. Visi musik dari ERK bertujuan untuk menciptakan musik yang bukan hanya menjadi sekadar hiburan meskipun Cholil mengakui mereka pernah di fase itu. Cholil menambahkan bahwa salah satu alasan mengapa ERK memiliki ideologi seperti ini adalah karena ERK tidak melakukan rekaman atau *sign* dengan *major label* sehingga tidak ada yang mengatur arah visi musik mereka. Karena sudah lama bermain musik sambil mencari-cari format yang cocok, musik ERK akhirnya

berkembang menjadi seperti sekarang ini, musik yang bukan menjadi sekadar hiburan.

Cholil menambahkan bahwa musik itu harus memiliki sisi edukasinya, harus ada manfaatnya sehingga tidak hanya sekadar lewat dan menjadi hiburan. Secara strategi, ERK juga mencari format, musik apa yang akan mereka mainkan, di mana kompetitornya, dan bahasa apa yang akan digunakan, bahasa Inggris atau Indonesia. Musik *indie* umumnya menggunakan bahasa Inggris, tetapi ERK memakai bahasa Indonesia agar pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat bisa lebih mudah diterima dan dimengerti. Pada umumnya, kaum *indie* lebih fokus ke pemberontakan sikap, bukan pemberontakan pemikiran atau isi dari suatu lagu. ERK lebih memfokuskan diri ke pemberontakan pemikiran agar bisa menyampaikan pesan. Itu memang sesuatu yang mereka sukai. Hal ini tentu sangat berbeda bila dibandingkan dengan musik pop yang hanya bertujuan menghibur di bawah nuansa yang dianggap umum, yaitu nuansa percintaan atau romansa, yang jumlahnya sangat banyak dan massal karena permintaan dari industri yang mereka anggap berdasarkan tuntutan pasar.

Awal terjadinya lagu *Cinta Melulu* adalah aransemen musik yang sudah tercipta lebih dulu pada tahun 2006, namun belum ada lirik. Penciptaan lirik terinspirasi dari fenomena banyaknya lagu cinta yang seragam dan tidak variatif baik dari segi sudut pandangnya maupun dengan bahasa yang sama. Saat itu, fenomena ini terjadi pada banyak grup musik tahun 2006 bahkan sampai sekarang. Berikut kutipan penulis pada pernyataan Cholil.

Misalnya, kamu pergi ke toko CD di tahun itu, bahkan saat sekarang, kamu bisa duga arah lagunya bakal ke mana dari judulnya. Itu nggak hanya satu *band*, tetapi terjadi di banyak *band*. Kira-kira 8—10 lagu dari keseluruhan lagu mereka adalah lagu yang itu-itu saja.

Menurut Cholil, hal ini berbeda di dunia musik *indie* yang lebih terbuka. Hal ini barangkali disebabkan oleh adanya desakan industri maka *indie* mengadakan perlawanan misalnya dengan musik *punk* atau *metal*. Perlawanan ERK adalah melalui jalan seni untuk perubahan. Lagu *Cinta Melulu* itu dimasukkan ke album pertama dengan tujuan supaya ada lagu yang temponya

upbeat di antara lagu-lagu yang ‘gelap’ dan *down tempo*. Hal ini dimaksudkan untuk membantu emosi mereka ketika sedang tampil. Lagu ‘*Cinta Melulu*’ menjadi *single* ke dua. *Single* pertama mereka kurang mendapat sambutan dari masyarakat, kecuali di radio-radio yang memang memperhatikan dunia *indie*. Namun, di radio *mainstream*, lagu *Cinta Melulu* kesannya menjadi *single* pertama. *Video clip Cinta Melulu* juga banyak ditayangkan, menurut Cholil, barangkali karena lagu itu memiliki isu yang relevan. Hal ini bergantung pada medianya, TV atau radio. Kalau di radio, barangkali isunya relevan. Sementara itu, karena gempuran di radio tinggi, stasiun TV merasa harus memutarakan meskipun isunya berlawanan dengan apa yang ditayangkan oleh TV itu sendiri.

Jadi, TV berkata mau kontennya mau menyerang apa yang penting demand-nya tinggi. Lagu-lagu di radio, ya, TV bakal putar, masa bodoh, padahal justru bertolak belakang dengan apa yang mereka lakukan. Mereka nggak punya ideologi. Tadi kita main *off air* di acara TV dan membawakan lagu *Cinta Melulu* sementara di belakang panggung banyak grup-grup antre untuk membawakan lagu-lagu cinta mereka. Pokoknya apapun kontennya, asalkan *demand-nya* tinggi, ya, TV akan menayangkan. Mereka entah tidak mengerti kontennya atau menutup mata soal itu.

Menurut Cholil, proses rekaman lagu ini tidak lama, hanya perlu waktu setengah tahun. Namun, isi dari lagu ini mengkritik fenomena yang sudah berjalan sekitar 5—6 tahun belakangan sehingga fenomena ini seperti memiliki *soundtrack*, bahkan sampai nanti pun masih relevan, selama fenomena ini masih ada terus dan berjalan. Masyarakat pun memberikan dukungan seolah-olah karena memiliki kesamaan visi dan pemikiran atau ide-idenya terwakilkan oleh lagu itu sehingga merasa harus menyebarluaskan ide-idenya ke orang lain. Hal ini dilakukan oleh media yang tanpa disadari memasarkan ERK dengan porsi yang melebihi grup musik lain. Menurut penulis, lagu ini tercipta seolah-olah mewakili pemikiran masyarakat akan tema ini, namun tidak ada yang berani mengatakannya, atau terdahulukan oleh ERK. Masyarakat mengetahui bahwa dominasi lagu-lagu yang beredar atau setidaknya dituntut oleh industri musik untuk diedarkan adalah lagu-lagu pop –atau pop Melayu yang saat ini dominan– yang mengusung tema cinta, namun masyarakat seolah-olah menganggap hal itu

adalah hal yang alami sehingga menjadi *common sense* tersendiri. Hal inilah yang dipotret oleh ERK dalam lagu *Cinta Melulu* tersebut.

Cholil mempertanyakan, kalau dilihat dari rumpunnya, apakah Melayu itu memang sesuatu yang sesuatu yang sendu, cengeng, atau memang begitu karena kata Melayu yang dianggap ‘me-layu’ menurut permainan bahasa. Cholil menambahkan sebenarnya pemusik bebas menciptakan musik apa saja, dan idealnya masyarakat bisa mengapresiasi musik yang berkualitas. Bila dari awal masyarakat memiliki pendidikan seni yang bagus, musisi yang tidak berkualitas seharusnya tidak diberikan publisitas yang bagus. Demikian halnya masalah moral atau etika. Contohnya adalah musisi yang ketauan menjiplak akan diapresiasi oleh masyarakat. Sayangnya, kondisi pendidikan terhadap seni di masyarakat kurang bagus sehingga menumbuhkan pendengar-pendengar yang kurang kritis, begitu pula pemusik yang menciptakan lagu-lagu yang ala kadarnya.

Musik dibuat sekadar untuk hiburan, dan ternyata hal itu disokong oleh industri yang tidak jelas arahnya, atau hanya sekadar mencari keuntungan. Jadi, setelah mereka rugi, mereka tambah lagi tidak memikirkan apa-apa, yang penting jadi duit, jadinya begini, jadi banyak beredar. Bisa saja seorang musisi *ngeluarin* lagu, tetapi kalau masyarakatnya tidak mau mendengarkan, musisi yang *menye-menye* ini mati. Jadi, dia hidup karena ada yang dengerin. Ada yang mau beli karena masyarakat tidak punya pilihan. Salah satu faktornya adalah sokongan dari media yang *mainstream*.

Cholil menambahkan bahwa hal ini adalah konsekuensi dari industri musik yang lebih menitikberatkan pada profit, bukan untuk memajukan seni atau kualitas musik yang beredar di masyarakat. Selain itu, industri rekaman melalui A&R (*artist and repertoire*) juga berperan dalam hal ini, yang kemudian disokong oleh media TV massa elektronik.

Namun, TV bisa melakukan hal ini sendirian. Dia (TV) melakukan penghancuran. Dia menayangkan lagu-lagu itu tanpa di-*support* radio-radio yang besar, dan akhirnya justru radio terdesak oleh TV.

Cholil mengkritik media yang telah terkesan mendikte arah dari suatu ideologi seni –yang seharusnya mengalami progresi dengan menjunjung tinggi kreatifitas– justru dibuat statis karena kreatifitas yang dikekang oleh media (TV). Hal ini disebabkan oleh adanya kemampuan media TV mengendalikan atau mengubah

suatu ideologi seni dari suatu masyarakat mengarah, terlepas dari aliran itu Melayu itu atau tidak.

Menurut Cholil, massa adalah pendengar. Namun, pendengar yang merupakan masyarakat kita ini mudah dibohongi. Apabila mayoritas pemusiknya kurang berkualitas dan pendengarnya kurang suka, mereka tidak akan hidup. Sebaliknya, kalau mayoritas pemusiknya kurang berkualitas, tetapi pendengarnya suka, mereka akan hidup. Bila ingin industrinya maju dan berkualitas, punya kemajuan, bereksplorasi, seharusnya A&R nya tidak merilis musik yang seragam seperti sekarang ini. Namun, kenyataannya, A&R Label melakukan itu. Bila di pasar laku, mereka akan mereproduksi musik yang seragam, instan, dan berulang-ulang lalu dikemas sedemikian rupa agar seolah-olah tampak baru.

Mungkin mereka pernah melakukan rilis musik yang berkualitas, tetapi kurang laku jadi tidak mau ambil risiko. Ditambah lagi, ada pembajakan. Mereka tambah cari aman. Begitu-begitu saja, akhirnya jadi begini.

Menurut Cholil, apa yang penting untuk dilakukan adalah dengan mencerdaskan masyarakatnya dahulu. Musisi punya hak mau buat musik seperti apapun. Bagi beberapa grup, pop Melayu itu adalah idealis, tetapi kalau musiknya tidak berkualitas, masyarakat paham mana yang layak didukung. Seharusnya, hal ini adalah tugas dari industri agar menyajikan musik-musik yang berkualitas, atau minimal, memberikan pilihan, seperti misalnya TV juga giat menghadirkan musik yang alternatif, agar tidak berat sebelah.

Nagaswara Records saja memiliki 80 artis lebih, dan yang rilis bersamaan sekitar 45. Namun, rata-rata semua musiknya itu seragam. Semassal apapun suatu industri harus bisa mencari celah dengan berusaha tidak memiliki kompetitor di era atau area yang ditempati agar bisa menjadi produk unggulan.

Secara kualitas, musik populer di Indonesia saat ini sedang mengalami regresi. Cholil, sebagai penikmat musik, tidak ingin musik Indonesia terseragamkan seperti sekarang. Hal ini sudah berlangsung tiga tahun dan sudah berjalan terlalu lama. Hal ini perlu dilawan, minimal dengan kritik, seperti ERK dengan lagu *Cinta Melulu* ini. Cholil juga menceritakan pengalamannya ketika mengikuti diskusi tentang musik populer di Indonesia –mengenai dominasi aliran

pop pada umumnya dan pop Melayu pada khususnya. Pelaku industri banyak yang tidak kompeten dan tidak dapat membuat industri untuk mempunyai fondasi yang kuat. Mereka juga tidak memiliki punya visi yang sama sehingga mereka berjalan sendiri. Stasiun TV yang lebih mengejar *rating* dengan mencari penonton sebanyak-banyaknya daripada menayangkan musik yang berkualitas.

Menurut banyak pengamat musik, fenomena pop Melayu ini akan mereda, tetapi menurut Cholil, tidak dalam waktu dekat. Hal ini membutuhkan beberapa tahun. Masyarakat masih akan menerima sampai kalau ada suatu kekuatan yang meng-*counter* itu. Misalnya, pada tahun 1970-an, musik-musik seperti Panbers di-*counter* oleh Chrisye. Namun, hal itu tidak bisa dilakukan sendirian. Terlalu banyak grup musik yang didukung oleh media. Seharusnya yang mampu tampil untuk meng-*counter* fenomena itu adalah grup musik yang seperti ERK. Dalam perlawanan ini, harusnya ada pendekatan ke masyarakat bawah karena pada umumnya *indie* hanya menjadi konsumsi di kelas A atau B, bukan C, D atau E. Sebaiknya dilakukan perlawanan yang mengarah ke kelas A atau B, tetapi juga dapat diterima kelas C, D, dan E tersebut. Grup musik Sore yang musiknya berkualitas tetapi lebih dekat ke kelas A atau B mengakibatkan *exposure* di TV juga minim. Karena publisitasnya kurang, masyarakat luas jadi tidak bisa mencintai musik itu. Perlawanan ini harus dilakukan bersama-sama. Harus ada kekuatan baru yang bisa meng-*counter* agar masyarakat punya pilihan. Masyarakat kita sejauh ini didoktrin dan mereka menerima karena sifat masyarakat kita yang pasif.

Dulu, kayak *Tenda Biru* diputerin terus, semua orang hapal. Artinya, kapital mempunyai kekuatan untuk menghegemoni orang. Misalkan lagi, *band* Sore di-*invest* terus dicekokin di beberapa TV, maka radio juga akan terdesak memutarakan sehingga kans orang Indonesia untuk menyukainya cukup tinggi, walaupun masih di kelas A atau B. Harusnya ada *band* kelas A dan B yang cukup banyak sehingga bisa disukai kelas C dan D juga, dalam arti kekuatan baru yang tidak seragam, dan berkualitas, yang juga harus dikasih peluang untuk sering tampil di TV.

Menurut Cholil, sekarang ini, perlawanan terhadap pop Melayu justru banyak dari media cetak atau internet, dengan adanya *blog* atau artikel-artikel di media cetak. Melalui *blog*, suatu grup musik dapat dipromosikan. *Blog* itu lebih berhubungan dengan tingkat pendidikan. Orang-orang yang ‘melek internet’ rata-

rata memiliki tingkat pendidikan yang cukup karena tingkat pendidikan dia mampu membuat dia jenuh, cepat bosan, dan kritis. Dengan segala kompleksitas, internet membuat orang-orang yang berada di internet adalah mereka yang punya tingkat kependidikan yang tinggi sehingga mereka jenuh dengan yang terseragamkan atau tidak ada perubahan. Oleh karena itu, grup musik yang melakukan perlawanan biasanya lebih populer melalui dunia internet. Permasalahannya adalah banyak yang tidak tahu, bagaimana mungkin seseorang mau menyukai suatu musik kalau mereka tidak tahu musik itu ada.

Perlawanan terhadap dominasi pop Melayu sebagai produk hegemoni media yang dihadirkan secara frontal oleh grup musik ERK dengan lagunya *Cinta Melulu* merupakan perlawanan atas kejenuhan yang secara general diciptakan oleh media TV nasional. Hal ini disebabkan oleh stasiun TV nasional menyajikan keseragaman musik yang karakteristiknya tidak menghadirkan sesuatu yang kreatif dan intelek. Menurut ERK, keadaan ini harus dilawan untuk memperbaiki kualitas dalam musik populer di Indonesia seperti yang terjadi sekarang ini. Perlawanan terhadap hegemoni ini harus dilakukan secara bersama-sama, dengan menyajikan suatu karya musik yang bertolak belakang dengan ideologi pop Melayu. Dengan demikian, dominasi mereka dapat terkikis perlahan-lahan. Karya musik yang disajikan berbeda dari musik *mainstream* ini juga harus dapat menjangkau kelas bawah karena mayoritas hegemoni yang diciptakan oleh industri tersebut diperkuat oleh 'kesepakatan' yang disetujui oleh kelas bawah. Selain itu, karya musik yang menjadi perlawanan tersebut juga harus ditampilkan ke masyarakat secara intensif, seperti melalui media TV lokal atau TV *mainstream* yang membelot. Hal ini bertujuan masyarakat dapat mengetahui adanya suguhan musik yang berbeda dari yang ditayangkan oleh media TV *mainstream* yang dominan, sehingga mereka mendapat kesempatan untuk menikmati sajian musik yang lain. Meskipun perlawanan yang diberikan oleh jajaran *indie label* ini tidaklah dalam skala besar, tindakan ini merupakan sebuah *counter-hegemoni* yang vital terhadap hegemoni budaya yang diciptakan oleh media massa, khususnya media TV.