

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2008 jumlah musisi di industri musik populer di Indonesia bertambah dengan hadirnya grup-grup musik baru dengan warna seragam, yaitu pop Melayu. Hal ini bermula dari Kangen Band, yang populer melalui lapak-lapak bajakan di Sumatera, diambil oleh Warner Music Indonesia, perusahaan rekaman *major label*. Setelah itu muncul grup-grup musik lainnya yang setipe/seragam dengan Kangen Band, seperti ST 12, Republik, Matta, Wali, Salju, Langit, Pudja, VagetoZ, Merpati, dan Hijau Daun. Grup-grup musik yang biasanya hanya mengandalkan satu lagu hit dan terkesan seragam ini kerap tampil di beberapa stasiun televisi swasta yang menyiarkan acara musik sepanjang tahun 2008, seperti program Inbox di SCTV, Dahsyat di RCTI, dan Klik di ANTV. Hal ini belum termasuk penampilan acara-acara musik *live* atau konser yang ditayangkan.

Kesuksesan grup-grup tersebut dalam industri musik *mainstream* ini ternyata mengundang kritikan dari kalangan musisi atau pengamat musik. Sepanjang tahun 2008 LOUD Musik Magazine memuat beberapa kritikan dalam artikelnya, seperti ucapan “Fenomena *band* musik yang mendayu-dayu membuat degradasi musik Indonesia,” dari Ridho Hafiez (editor LOUD dan gitaris dari band SLANK) pendapat “Musik bernuansa Melayu yang beredar ibarat vetsin dalam makanan, gurih, tetapi kalau terlalu banyak, bikin mual,” dari Denny MR (seorang pengamat musik).¹ Selain dua kritikan tersebut, terdapat juga kritikan lainnya terhadap fenomena pop Melayu di majalah musik ini.² Umumnya, kritikan-kritikan tersebut berasal dari keseragaman musik yang mendayu-dayu,

¹ LOUD Musik Magazine edisi Januari '08 dan April '08.

² LOUD Musik Magazine edisi Agustus '08 oleh Magi grup musik *major label* /RIF, edisi September oleh grup musik *major label* JROCK, dan edisi Oktober oleh grup musik *indie label* Jibriel.

pengungkapan lirik yang banal atau dangkal, dan tema yang hanya seputar perselingkuhan. Perhatikan sepenggal lirik dari lagu ST 12 yang berjudul *P.U.S.P.A* berikut ini. *Jangan jangan kau tak terima cintaku/Jangan jangan kau hiraukan pacarmu/Putuskanlah saja pacarmu/Lalu bilang I love you, padaku...* Atau simak lagu dari Kangen Band yang berjudul *Selingkuh* di bawah ini. *Pacarku sayangilah aku/Seperti ku menyayangimu/Pacarku cintailah aku/Seperti aku cinta kamu/(reff)Tapi kamu kok selingkuh/Tapi kamu kok selingkuh.*

Keseragaman musik dan penurunan kualitas bermusik terdapat pada musik pop³ Indonesia semenjak 2008. *Major label*⁴ seperti Warner dan Sony yang dikenal cukup selektif memilih artisnya pun akhirnya harus memajukan grup-grup musik seperti Kangen Band (Warner Musik Indonesia) dan VagetoZ (Sony BMG Indonesia). Hal ini disebabkan oleh adanya pembajakan lagu secara digital yang mengakibatkan penjualan album fisik menurun sehingga industri-industri rekaman tersebut mengalami kesulitan ekonomi. Warner mengincar kontrak dengan Kangen Band yang populer justru melalui lapak-lapak pembajakan di Sumatera. *Major label* pun mengambil jalan pintas dengan mencari grup musik yang diminati masyarakat lalu membawanya ke dapur rekaman kemudian menjadikannya model untuk memproduksi atau melahirkan grup-grup musik lain

³ Istilah *pop* menurut Shuker dalam *Key Concepts in Populer Musik* digunakan untuk menggolongkan grafik atau *chart* dari musik yang diminati oleh remaja. Penulis lagu dan produser dianggap sebagai daya kreatif utama dibelakang artis-artis pop. Kebanyakan dari musik pop dinyatakan sebagai karya yang dapat dibuang (*disposable*), sedangkan karya-karya yang baik dan dapat bertahan dianggap sebagai *golden oldies* atau lagu-lagu lama yang abadi. Secara musikal, musik pop didefinisikan melalui aksesibilitas atau daya aksesnya yang luas, dengan penekanan pada pola ritmik atau melodik yang memikat.

⁴ Lihat Resmadi (2008), Menurut Wendi Putranto (editor majalah musik Rolling Stone Indonesia), musik *mainstream* atau *major label* yang dimaksud di sini adalah arus utama tempat grup musik atau musisi yang bernaung di bawah industri rekaman yang besar, atau industri yang mapan. Artis-artis tersebut dipasarkan secara meluas yang cakupan promosinya juga secara luas (nasional maupun internasional) dan mendominasi promosi di seluruh media massa, baik media cetak, elektronik hingga multimedia. Hal ini mengakibatkan artis-artis di industri rekaman ini terekspos dengan baik, sehingga secara industri yang tampak dari kriteria *mainstream* itu adalah nilai investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan rekaman. Boleh dianggap hanya masalah uang karena industri musik ini berdasarkan atas profit.

secara massal dalam industri. Tanpa memandang kualitas, selera pasar dijadikan acuan agar *major label* terhindar dari kebangkrutan.

Musik pop Melayu kontemporer memiliki alunan mendayu dengan cengkok yang menjadi ciri khas serta tema lirik lagu yang menghadirkan nuansa yang berbeda. Tema kisah cinta dianggap mendominasi pop Melayu modern. Tema ini dibalut dengan masalah keseharian, seperti perselingkuhan dan saat-saat berpacaran. Walhasil, karena dibalut dengan tema keseharian, lirik-lirik lagunya sangat ringan dan mudah dicerna, kurang mengandung kata-kata kiasan dan tidak terlalu puitis. Konsep musik pop Melayu modern yang ringan dan mudah dicerna membuatnya dinilai sebagai musik yang kurang berkelas. Meskipun sempat dicerca oleh sebagian publik, tidak dapat dipungkiri bahwa lagu-lagu pop Melayu tersebut disukai oleh masyarakat luas. Banyak grup musik yang mengusung aliran tersebut menjadi terkenal, seperti VagetoZ, Kangen Band, Wali, Matta, Republik, Angkasa, Pudja, dan ST 12 yang sedang mengalami masa jaya di industri musik Indonesia. Sampai saat ini, grup-grup musik pop Melayu terus dilahirkan oleh perusahaan rekaman besar atau *major label* di Indonesia. Fakta tersebut, hal ini merupakan fenomena musik populer di Indonesia dalam konteks industri budaya.

Sebelum adanya aliran pop Melayu sebagai kategori musik seperti sekarang ini, sejarah menyebutkan bahwa pada mulanya musik Melayu digunakan hanya untuk mengiringi upacara kepercayaan seperti animisme. Dalam perkembangannya, musik Melayu menjadi bagian dari teater-teater tradisional Melayu dan tari-tarian hiburan, sebagai suatu bagian yang tak terpisahkan. Masyarakat Melayu meliputi wilayah kultural yang luas, yaitu seperti di Siam Selatan, Malaysia Barat, Singapura, Brunei, Malaysia Timur, dan Indonesia. Di Indonesia masyarakat Melayu menjangkau wilayah sepanjang pesisir timur Sumatera dari Aceh Timur, pesisir Sumatera Utara, Propinsi Riau, pesisir Jambi, serta Kalimantan Barat. Karena letaknya yang berada pada jalur lalu lintas yang ramai, yaitu Selat Malaka dan Laut Cina Selatan, masyarakat Melayu mendapat pengaruh bangsa-bangsa lain, seperti Cina, Siam, Arab, India Selatan, Persia, dan

Portugis. Mereka juga mendapat pengaruh dari suku-suku tetangga, seperti Batak dan Jawa.⁵

Menurut Rizaldi Siagian, seorang etnomusikolog, Melayu terbagi dua, yaitu Melayu pedalaman (proto Melayu) dan Melayu pesisir (detro Melayu). Melayu pedalaman, seperti Dayak dan Batak Toba, lebih berada pada konteks kesenian dibandingkan Melayu pesisir yang lebih cenderung pada sistem kenegaraan, pemerintahan, atau kerajaan. Pada awalnya kultur Melayu berasal dari Taiwan yang dibawa oleh bangsa Indo-Cina yang masuk terlebih dahulu dari Kalimantan. Pada tahun 1500 sebelum Masehi Melayu mulai menyebar ke Sumatera Timur, kemudian terjadilah varian-varian yang berbeda dalam musik Melayu.⁶ Melayu ini bukan geneologis, jadi kultural, pertemuan, mempersatukan mereka menjadi persamaan bahasa, persamaan ke dalam satu sistim adat istiadat.

Pengaruh bangsa-bangsa luar dapat ditelusuri dalam alat-alat musik yang digunakan dalam lagu-lagu dan tarian Melayu, khususnya dalam musik Melayu Modern. Melayu Modern merupakan musik Melayu yang telah mendapat pengaruh Barat, seperti penggunaan instrumen biola, bass, gitar, piano, akordeon dan lain-lain.⁷

Rizaldi menambahkan, Melayu sendiri mempunyai ciri-ciri, Melayu yang ada di Sumatra timur, berbeda dengan yang ada di Kalimantan selatan, dan di Sulawesi. Namun sejauh apapun perbedaannya, akarnya tetap sama ada unsur ke-Melayu-an yang dominan dan banyak dipengaruhi oleh sistim *embellishment*, atau ornament yang dipengaruhi oleh musik hindu atau islam sehingga ada dasar yang bisa dijadikan parameter sesuatu yang dianggap Melayu atau tidak.

Budaya Melayu masuk dalam tataran industri yang terutama dipelopori ketika tahun 50an oleh Malaysia dan Singapura yang saat itu belum terpisah. Produk-produk film yang ada di Malaysia memberi warna terhadap bentuk-bentuk seni populer Melayu yang disimplifikasikan atau ditawarkan sebagai hal yang sifatnya ringan dan *entertaining*, dan menjadi suatu yang berbeda dengan produk

⁵ Sinar, Tengku Lukman. *Pengantar Etnomusikologi dan Tarian Melayu*. (Medan: Percetakan Perwira, 1990).

⁶ Trax Music Magazine. *Jiwa Melayu Musik Indonesia*. Maret 2009

⁷ Sinar, *loc.cit.*

kultural yang terkait dengan kontekstual upacara-upacara adat itu sendiri. Intinya kontekstual, terkait dengan kegiatan kultural yang ada di lingkungan masyarakat, terlepas dari sistem religi atau pertanian mereka, mereka tidak bermain musik tanpa ada suatu alasan.

Dalam musik Melayu kontemporer atau modern, dalam arti telah mendapat pengaruh Barat, Musik Melayu telah berkembang sehingga sering disebut sebagai musik pop Melayu. Menurut Rizaldi Siagian, pop Melayu dilabeli 'Melayu' untuk dibuat agar sifatnya massal yang kemudian menjadikannya populer, sehingga dapat populer karena mencapai populasi yang luas atau audiens yang seluas-luasnya, dengan memanfaatkan populasi yang ada. Hal itu adalah konsep dasar industri, mulai dari dapur rekaman, yang kemudian disebarluaskan.

Dalam ranah musik populer di Indonesia aliran pop Melayu sempat populer pada era 1970-an dan 1980-an. Pada era 1970-an, beberapa grup musik pop Indonesia pernah merilis album pop Melayu, seperti Koes Plus, Bimbo, Mercy's, D'lloyd dan Favourite's. Pada era 1980-an ketika musik Indonesia merujuk pada pop Barat, warna Melayu diambil alih oleh para musikus Malaysia. Beberapa grup musik seperti Search, Slam, dan Iklim sempat berjaya di Indonesia dengan warna Melayu-nya. Untuk era 2000-an kejayaan pop Melayu diangkat kembali dengan mengambil sentuhan distorsi dari musik *rock*. Grup musik Radja dapat dianggap sebagai grup yang mempopulerkan kembali warna musik Melayu yang kemudian diikuti pula dengan lahirnya Kangen Band, Angkasa, dan ST 12.

Menurut Denny Sakrie, seorang pengamat musik Indonesia tahun 1985, fenomena tren Melayu tersebut menciptakan kesan seolah-olah pop Melayu adalah potret musik Indonesia, padahal selain pop Melayu masih banyak genre musik lainnya yang juga berkembang. Ketika genre pop Melayu mendapat respon positif dari masyarakat, industri dan media massa terdorong untuk memenuhi tuntutan pasar. Pemutaran musik pop Melayu dari TV dan Radio yang berulang-ulang mengakibatkan masyarakat menjadi pendengar yang pasif karena didikte oleh industri dan media massa.⁸

⁸ Putranto, *loc cit.*

Sakrie menambahkan, fenomena pop Melayu disebabkan adanya mental pengekor atau epigonistik yang kental dalam kultur masyarakat Indonesia. Ketika ada sesuatu yang mencapai kesuksesan, tidak lama akan muncul pengekornya. Demikian halnya dengan tema lagu. Banyaknya penggunaan tema perselingkuhan dalam penciptaan karya musik juga merupakan indikasi bagaimana masyarakat kita tidak bisa lepas dari kebiasaan mengekor, sehingga hal ini membuktikan adanya bentuk kreativitas yang terhambat dan tidak sehat.⁹ Sehingga keseragaman dengan penurunan kualitas bermusik sangat kuat mencengkeram musik pop pada tahun 2008.¹⁰

Fenomena keseragaman musik yang menjurus ke arah tren semacam ini selalu muncul secara periodik. Di masa lalu, Rachmat Kartolo sempat sukses dengan lagu '*Patah Hati*' pada era 1960-an. Industri musik pop kemudian mengikuti kesuksesan lagu tersebut dengan memproduksi lagu-lagu sejenis. Selain itu, ketika Koes Plus berjaya pada awal 1970-an muncul grup-grup musik sejenis yang meniru secara langsung gaya bermusik Koes Plus. Ketika mencuatnya lagu-lagu yang dikonotasikan cengeng yang dipelopori oleh Rinto Harahap pada 1980-an, muncul sejumlah pembonceng.¹¹

Pada akhirnya, arus utama yang dominan dan cenderung mengikuti tren tersebut kemudian mencapai titik jenuh di telinga masyarakat. Hal ini mengakibatkan munculnya suatu bentuk perlawanan (*counter*) yang bertolak belakang dengan tren dari industri musik *mainstream*. Contohnya pada tahun 1977, saat musik pop dianggap sangat seragam, muncullah lagu-lagu yang datang dari Lomba Cipta Lagu Remaja Prambors¹², yang kehadirannya seolah memberi nuansa musik yang baru dan segar. Menurut Wendi Putranto yang berprofesi sebagai editor majalah musik Rolling Stone Indonesia, pada masa sekarang perlawanan terhadap pop Melayu berasal dari jajaran *indie label*, yaitu oleh grup musik Efek Rumah Kaca. Perlawanan ini dilakukan secara frontal melalui lagu mereka yang berjudul "Cinta Melulu" yang isinya merupakan kritik atas lagu-lagu

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Sakrie, Denny. Des 2008. *Koran Tempo*: "Fatamorgana Musik Pop Indonesia".

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

yang hanya bertemakan cinta dalam aliran pop Melayu.¹³ Selain Efek Rumah Kaca, Denny Sakrie sebagai pengamat musik mengatakan bahwa salah satu *counter* [*counter product*] muncul dari gerakan *indie label*. Beberapa di antaranya adalah Mocca, White Shoes & The Couples Company, Sore, The S.I.G.I.T, dan Zeke & The Popo. Produk-produk *indie label* seperti Aksara Records, Fastforward Records, Sinjitos, dan Nubuzz pun mulai menempati ruang penyimak musik pop Indonesia.¹⁴

Musik *indie*, menurut Wendi Putranto, adalah untuk membedakan antara musik *mainstream* dengan *indie*. Wenz Rawk kemudian menambahkan bahwa yang pasti musik *indie* adalah gerakan bermusik yang berbasis apa yang kita punya, yang dikenal dengan slogan *Do It Yourself (DIY)*; yaitu etika yang dimulai dari merekam, mendistribusikan, dan mempromosikan dengan uang sendiri.¹⁵

Hal yang menarik untuk diteliti dalam penelitian ini adalah proses identifikasi musik pop Melayu modern sebagai produk industri budaya yang juga menjadi produk hegemoni media massa. Adapun yang akan dibahas di sini adalah adanya perlawanan dari jajaran pop label *indie* terhadap dominasi pop Melayu yang menjadi produk hegemoni media massa tersebut. Dalam kerangka Gramsci, bentuk perlawanan dari *indie label* terhadap isu musik pop Melayu modern sebagai produk hegemoni media yang tengah menjadi produk industri budaya ini disebut sebagai *counter-hegemony* dalam konteks industri budaya. Isu ini sesuai dengan keprihatinan yang disampaikan oleh UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) pada tahun 1982 dengan diterbitkannya buku berjudul *The Culture Industries: a challenge for the future of culture*. Isi buku UNESCO tersebut menggunakan esai dari Adorno dan Horkheimer sebagai pembukaan dan pengadopsian konsep industri-industri budaya sebagai cara untuk menjelaskan bagaimana aktivitas-aktivitas kultural di

¹³ Menurut Putranto dalam “Musik Indonesia Hari Ini” (*Rolling Stone Indonesia* Maret 2008), masyarakat seperti didikte oleh media massa yang mendukung aliran musik pop Melayu, hanya band Efek Rumah Kaca yang mengadakan perlawanan dengan lagunya “Cinta Melulu” dan sempat menjadi minor hit di jajaran musik nasional.

¹⁴ Sakrie, *loc.cit.*

¹⁵ Resmadi, *op.cit.*

seluruh dunia kian terpengaruh oleh media-media besar dan perusahaan-perusahaan komunikasi. UNESCO pun menyampaikan keprihatinannya bahwa penyebaran internasional oleh industri-industri budaya dalam 40 tahun belakangan ini secara berangsur-angsur telah menghasilkan marginalisasi pesan-pesan atau produk-produk kultural yang kurang berharga sebagai komoditas-komoditas yang dapat dipasarkan. Menurut tesis Adorno dan Horkheimer, permasalahan dasar mengenai hal ini diidentifikasi sebagai:

...That the ownership and control of the means of production and of distribution circuits, the trends towards the concentration and internalization of the most representative firms, and the subordination of creative artists to market forces or to more or less overtly dictated consumer demand. (Du Gay, 78)

Penelitian ini, membahas pop Melayu sebagai produk hegemoni media massa dan sebagai fenomena industri budaya. Meskipun tidak secara global seperti keprihatinan UNESCO di atas, pendiktean dan pengendalian organisasi-organisasi industri budaya di ranah nasional (Indonesia) tetap perlu diperhatikan. Hal tersebut dilakukan agar marginalisasi kultural tidak terjadi sehingga keberagaman kultural tetap terjaga dalam bidang apapun.

1.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian ini menggunakan konsep hegemoni dan industri budaya. Teori hegemoni dan industri budaya diperlukan untuk membahas kasus musik pop Melayu modern sebagai fenomena industri budaya dan sebagai produk hegemoni media massa, serta *counter-hegemony* dan *counter-product* dari *indie label* terhadap produk industri tersebut. Berikut akan dijelaskan satu persatu.

1.2.1 Hegemoni dan Hubungannya dengan Musik

Ideologi dalam pengertian Gramsci mengasumsikan keberagaman kepentingan dan pluralitas tujuan. Namun, blok hegemoni mengatur dan memimpin kelompok-kelompok aliansi dengan bermacam-macam kepentingan dan ‘mengibarkan bendera satu tujuan yang ingin dicapai bersama yaitu sebuah

konsep yang sama tentang dunia'. Hegemoni adalah proses membuat, mempertahankan dan mereproduksi sekelompok makna dan praktek yang bersifat otoritatif. Bagi Gramsci, hegemoni mensyaratkan situasi di mana 'blok historis' dari faksi kelas yang berkuasa mempraktekkan otoritas dan kepemimpinan sosialnya terhadap kelas-kelas lain yang subordinat. Hegemoni dapat bekerja melalui kekerasan ataupun persetujuan. Hegemoni harus dilihat dalam kerangka relasi dan ketidakstabilan sebagai sifat dasarnya. Hegemoni adalah ruang sementara yang harus diperjuangkan, dimenangkan, dan dipertahankan atau direnegosiasikan oleh kelompok-kelompok yang berhadapan dan memiliki agenda atau ideologinya sendiri. Budaya (dalam kaitannya dengan hegemoni) juga merupakan ranah konflik dan perjuangan atas makna. Budaya ditandai dengan rentetan perubahan wacana dan praktek yang secara intrinsik terkait erat dengan kekuatan atau kekuasaan sosial. Hegemoni dipahami sebagai entitas yang dinamis dan labil. Oleh karena itu, hegemoni juga membuka peluang untuk munculnya hegemoni tandingan atau *counter-hegemony* dari kelompok-kelompok subordinat. Hegemoni tandingan harus terlebih dahulu beroperasi di tingkat masyarakat sipil (*civil society*) yaitu wilayah di luar batas-batas formal negara –seperti keluarga, kelompok-kelompok sosial, dan kegiatan-kegiatan hiburan– baru kemudian dapat naik tingkat untuk beroperasi di tingkat kekuasaan negara. *Cultural Studies* cukup dipengaruhi oleh pemikiran Gramsci tentang ideologi dan hegemoni yang dekat dengan keseharian seperti budaya pop atau konflik ideologis.¹⁶

Dalam kaitannya dengan musik populer, salah satu contoh penggunaan hegemoni adalah untuk menganalisis dominasi internasional Anglo-American pada industri musik. Dominasi ini telah berkurang pada tahun-tahun belakangan, khususnya dengan penegasan kembali pada pasar di Eropa dan munculnya konglomerat media Jepang sebagai *major players* di industri musik. Namun, pasar Anglo-American tetap dominan dan penting, terlebih mengenai legitimasi komersilnya terhadap tren-tren yang muncul. Terlepas dari pembagian pasarnya, industri musik Anglo American terus memiliki hak istimewa pada format-format

¹⁶ Sutrisno. Mudji, (peny.) *Cultural Studies: Tantangan bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan*, Perpustakaan Nasional.

musik tertentu dan bekerja sebagai ‘alami’ dan diterima, khususnya yang berhubungan dengan repertoir internasional (Shuker 1998). Dalam penelitian ini, studi kasus hegemoni dalam kaitannya dengan musik adalah memeriksa hegemoni aliran musik pop Melayu modern dalam industri musik populer di Indonesia sejak awal 2008 sampai dengan masa sekarang. Adapun yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *counter-hegemony* dari jajaran musik indie label terhadap aliran musik tersebut.

1.2.2 Industri Budaya (*Culture Industry*)

Kasus dominasi pop Melayu Modern adalah sebuah fenomena budaya dalam bidang musik, khususnya dalam konteks *Cultural Studies* yang berkaitan dengan Industri Budaya seperti yang dikemukakan oleh Theodore Adorno. Industri Budaya adalah konsep yang pertama kali dicetuskan oleh Theodore Adorno dan Max Horkheimer¹⁷ dalam karya mereka yang ditulis pada tahun 1944 dan diterbitkan pada tahun 1947. Karya ini ditulis berdasarkan sanggahan terhadap mereka yang menganggap bahwa seni bersifat independen terhadap industri dan perdagangan. Adorno dan Horkheimer mengadaptasi istilah ‘industri budaya’ untuk mendebatkan bahwa cara dari materi-materi budaya diproduksi bersifat sejalan dengan bagaimana industri-industri lainnya menghasilkan barang-barang konsumsi dengan jumlah banyak. Semua produk diproduksi dengan tujuan meraih keuntungan sebanyak-banyaknya dan menurut prosedur organisasi rasional yang disamakan. Adorno dan Horkheimer berpendapat bahwa industri budaya menampilkan karakteristik dari sebuah garis-produksi yang dapat diamati pada metode yang sudah terencana untuk menghasilkan produk-produk tersebut (kompilasi biografi-biografi yang murah, novel-novel dokumenter palsu, dan lagu-lagu hit).¹⁸

Istilah industri budaya kerap digunakan (baik di luar maupun di dalam tatanan akademis) untuk mengacu kepada industri musik, bisnis penerbitan buku, dan penggolongan produksi film Hollywood. Tidak hanya menampilkan

¹⁷ Du Gay, 1997, *Production of Culture/Cultures of Production*, Open University, hal. 70.

¹⁸ *Ibid.*

bagaimana budaya diindustrialisasikan, Adorno dan Horkheimer juga menjelaskan bagaimana dampak dari proses tersebut terhadap materi-materi budaya yang diciptakan dan dikonsumsi. Dalam hal ini, mereka menggabungkan ide industri budaya terhadap budaya massa, yaitu produksi budaya yang telah menjadi hal yang rutin. Dalam budaya massa, dilakukan operasi berulang-ulang terhadap standar yang memproduksi komoditi budaya yang tidak memiliki banyak permintaan. Hal ini berdampak terhadap tipe konsumerisme yang juga distandarkan dan pasif.

Adorno dan Horkheimer berpendapat bahwa industri budaya beroperasi dengan cara yang sama seperti industri-industri pabrik lainnya. Semua pekerjaan telah dijadikan formal dan produk-produk diciptakan berdasarkan prosedur organisasional yang standar. Semua ini dibangun hanya untuk menghasilkan uang. Metafora dari garis-produksi digunakan oleh Adorno dan Horkheimer untuk menekankan karakter dari produksi budaya yang terkesan berulang-ulang dan dianggap sebagai rutinitas. Tema ini kemudian dikembangkan lebih lanjut dengan adanya dua konsep tambahan, yaitu standardisasi dan individualitas palsu (*pseudo individuality*).¹⁹ Konsep ini digunakan Adorno dan Horkheimer dalam tulisannya mengenai musik, yang akan dijelaskan satu persatu. Mengenai standardisasi, mereka menulis:

As soon as the film begins, it is quite clear how it will end, and who will be rewarded, punished, or forgotten. In light music, once the trained ear has the first notes of the hit song, it can guess what is coming and feel flattered when it does come. The average length of the short story has to be rigidly adhered to. Even gags, effects, and jokes are calculated like the setting in which they are placed. They are the responsibility of special experts and their narrow range makes it easy for them to be apportioned in the office.

Argumen yang dimaksud di sini adalah tidak ada yang bersifat spontan dalam hal proses produksi budaya karena telah menjadi operasi yang rutin yang dapat dijalankan melalui penggunaan sebuah formula yang spesifik. Ini adalah tema yang dimuat dalam tulisannya mengenai musik pop, khususnya ketika dia memunculkan terminologi yang digunakan di buku-buku kontemporer yang

¹⁹ *Ibid*, hal. 74.

menawarkan pedoman untuk penulis-penulis lagu hit yang baru berkembang. Adorno mengamati bahwa penulis-penulis lagu yang ambisius telah dianjurkan agar melodi dan lirik mereka harus membentuk suatu formula yang tetap. Dia juga mengamati kalau lagu-lagu yang sukses biasanya disebut sebagai “lagu-lagu standar” atau “standards”, suatu kategori yang langsung mengacu kepada karakter “formula mereka”. Lebih detail lagi, lagu-lagu tersebut berdasarkan rangkaian atau urutan yang tercipta secara berulang-ulang. Hal ini terjadi sesuai dengan alasan komersil yang sudah diperhitungkan agar lagu tersebut terkesan menempel di pikiran pendengar musik yang kemudian mengakibatkan pendengar ingin membeli karya musik tersebut.²⁰

Adorno dan Horkheimer juga kritis terhadap sesuatu yang mereka sebut sebagai “individualitas semu” (*pseudo individuality*). Maksudnya adalah bahwa Industri Budaya menghasilkan produk-produk yang diklaim sebagai sesuatu yang orisinal, namun telah menampakkan perbedaan-perbedaan superfisial yang lebih sedikit atau kurang signifikan ketika ditelaah lebih dalam. Berikut adalah alasan yang dikemukakan oleh Adorno.

The constant pressure to produce new effects (which must conform to old pattern) serves merely as another rule to increase the power of the conventions... Pseudo individuality is rife: from the standardized jazz improvisation to the exceptional film star whose hair curls over her eye to demonstrate her originality... The defiant reserve or elegant appearance of the individual on show is mass-produced like Yale-locks, whose only difference can be measured in fractions of millimeters.

Di sini Adorno dan Horkheimer menggunakan perumpamaan dengan kunci dan gembok. Kedua barang ini diproduksi secara massal dalam jutaan. Namun, keunikannya terletak dalam modifikasi-modifikasi yang minor, yang dianalogikan dengan lagu-lagu cinta yang umum atau film-film yang memiliki formulanya sendiri.²¹

Adorno dan Horkheimer tidak hanya berpendapat bahwa bagaimana budaya telah distandardisasikan dan dihilangkan dari hal-hal yang membuatnya unik. Mereka juga berpendapat bahwa hal ini telah menciptakan suatu bentuk

²⁰ *Ibid*, hal. 74—75.

²¹ *Ibid*, hal. 75.

peng-konsumsi-an tertentu, dengan adanya sedikit permintaan yang dilakoni oleh pendengar, penonton, atau pembaca. Dengan demikian, Adorno dan Horkheimer menghadirkan sebuah argumen yang kuat bahwa bila dijadikan subjek yang dikendalikan secara terstruktur dan terorganisasi sebagai industri produksi kapitalis, budaya tersebut akan menjadi budaya massa yang terstandardisasikan, ter-formula-kan, dan menjadi elemen repetitif belaka. Selain itu, juga budaya tersebut tidak akan memiliki nilai estetis apapun dan akan mengarah pada tipe pengonsumsi-an yang sangat spesifik, yaitu tipe yang pasif, patuh, dan dengan mudah dapat dimanipulasi untuk tujuan propaganda atau periklanan.

1.3 Permasalahan

Penelitian ini dibatasi hanya menyangkut perihal Hegemoni dan Industri Budaya. Penelitian ini hanya menyangkut konteks perlawanan *indie label* terhadap dominasi musik pop Melayu sebagai produk hegemoni media massa dan sebagai fenomena industri budaya. Hasil analisis dalam penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai perlawanan *indie label* di Indonesia pada musik pop Melayu dalam ranah musik populer di Indonesia sehingga tidak berlaku terhadap daerah atau negara lain. Pemaparan latar belakang masalah yang dilihat dari sudut pandang budaya *counter-hegemony* terhadap Industri Budaya menghadirkan tiga persoalan yang akan dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Apakah keseragaman musik grup-grup musik pop Melayu modern dapat diidentifikasi sebagai suatu fenomena produk Industri Budaya di Indonesia?
2. Bagaimana pop Melayu menjadi produk hegemoni media massa dalam konteks musik populer di Indonesia?
3. Bagaimana *indie label* melakukan produk tandingan (*counter-product*) dan *counter-hegemony* terhadap fenomena pop Melayu?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. membuktikan keseragaman musik grup-grup musik pop Melayu modern dapat diidentifikasi sebagai suatu fenomena Industri Budaya,
2. menunjukkan bagaimana pop Melayu tersebut menjadi produk hegemoni media massa dalam konteks musik populer di Indonesia, dan
3. menunjukkan bentuk *counter-hegemoni* dari jajaran *indie label* terhadap fenomena *pop* Melayu.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya menyangkut perihal identifikasi tren pop Melayu sebagai fenomena Industri Budaya yang dominan karena merupakan suatu produk hegemoni media massa. Adapun penelitian ini akan membahas perlawanan dari jajaran *indie label* terhadap fenomena pop Melayu tersebut. Hasil analisis ini akan memberikan gambaran pada kasus yang terjadi hanya di Indonesia sehingga tidak berlaku di negara lain.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu menganalisis data berdasarkan identifikasi tema dan pola inti penelitian. Menurut Atkinson dan Coffey, semua peneliti dalam penelitian kualitatif harus dapat mengorganisasikan, mengelola, dan mendapatkan kembali potongan data yang paling bermakna dari keseluruhan data. Penelitian kualitatif ini mendasarkan pada paradigma teori kritis, sebuah teori yang menganggap realitas bersifat semu dan terbentuk oleh praktik-praktik sosial, ekonomi, politik dan budaya dalam rentang historis spesifik. Berdasarkan pada paradigma ini, aktivitas penelitian bersifat kritis terhadap realitas yang ada dengan membongkar bias ideologis dan kepentingan di balik realitas yang terlihat, sehingga mampu membangun kesadaran sosial yang emansipatoris. Paradigma teori kritis meliputi pemikir-pemikir dari kalangan neo-marxis, seperti Gramsci dengan teori hegemoni dan Adorno & Horkheimer dengan teori *culture industry*-nya.

Menurut Ann Gray dalam *Research Practice for Cultural Studies* (2003), melalui pembahasannya pada studi-studi terdahulu oleh Jefferson pada 1976,

Willis pada 1977, dan Hebdige pada 1979, mengemukakan bahwa teori ideologi Louis Althusser dan hegemoni oleh Antonio Gramsci kerap digunakan dalam menganalisis budaya anak muda. Beberapa studi menyatakan bahwa ekspresi musik, pakaian, gaya hidup, dan subkultur anak muda memanasifestasikan sebuah resistensi simbolis terhadap pihak-pihak yang lebih berkuasa di masyarakat. Teori hegemoni Gramsci menawarkan suatu cara untuk memahami hubungan antara pernegosiasian dan persetujuan, sebagai sebuah *equilibrium* relasi kuasa yang mengalami perubahan terus menerus secara konstan.

Penelitian ini akan menggunakan tiga metode, yaitu analisis tekstual, observasi, dan wawancara. Analisis tekstual dilakukan dengan membandingkan lima sampel lagu pop Melayu *major label* dengan lima lagu pop dari jajaran *indie label*. Dalam menganalisis dominasi pop Melayu yang dikukuhkan oleh hegemoni media massa serta *counter-hegemony* terhadap aliran musik tersebut, penulis akan melakukan pendekatan terhadap media TV yaitu dengan menggunakan metode wawancara terhadap beberapa produser program musik yang ditayangkan TV nasional maupun lokal. Observasi juga akan dilakukan pada program-program musik pagi hari seperti Inbox, Derings, dan Dahsyat yang ditayangkan oleh TV nasional. Adapun observasi tersebut dilakukan selama satu minggu. Selain itu, observasi juga akan dilakukan terhadap program musik indie pada televisi lokal di Bandung, penulis akan melakukan observasi dan analisis terhadap tujuh episode dari program tersebut. Untuk menganalisis perlawanan dari jajaran *indie label*, peneliti akan menggunakan wawancara terhadap grup musik Efek Rumah Kaca yang dianggap memberikan reaksi terhadap pop Melayu secara frontal. Wawancara ini dikhususkan kepada Cholil Mahmud selaku konseptor ideologi di balik perlawanan terhadap fenomena pop Melayu. Menurut Richard Johnson, Cultural Studies tertarik dengan metode wawancara, untuk menyediakan formasi-formasi dan struktur-struktur budaya, melalui penjelajahan peneliti terhadap studi kasus yang spesifik. Salah satu prinsip yang berguna untuk seorang peneliti adalah, “*if you want to know what I think or do, it would be as well to ask me.*” Tujuan dari sebuah wawancara terbuka adalah untuk menciptakan rapor yang baik

dengan pihak responden sehingga mereka dapat memperoleh kepercayaan diri dan merasa nyaman dalam merespon pertanyaan-pertanyaan secara terbuka.

1.7 Sistematika Penyajian

Penelitian ini terdiri dari empat bab. Bab satu merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, landasan teori (secara singkat), perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup, metodologi penelitian, dan sistematika penyajian.

Sedangkan Bab dua dalam penelitian ini terdiri dari pemetaan landasan teori, pemaparan tentang teori industri budaya, pemaparan tentang teori hegemoni, hubungan tentang Cultural Studies dan Media, serta sejarah musik indie di Indonesia.

Untuk Bab tiga yaitu bab isi, terdapat analisis tekstual dengan melakukan studi komparasi terhadap lima lagu pop Melayu dan lima lagu pop indie, kemudian peneliti juga melakukan observasi terhadap program-program musik di televisi untuk mengamati frekuensi penayangan musik pop Melayu serta perlawanan terhadapnya. Bab analisis kemudian ditambah dengan pemaparan tentang reaksi grup musik Efek Rumah Kaca terhadap fenomena tersebut, yang kemudian ditutup dengan kesimpulan pada bab empat.