

BAB V

KESIMPULAN

AXIS Jakarta International Java Jazz Festival 2010 adalah sebuah acara panggung hiburan musik jazz yang menampilkan ratusan musisi, baik musisi dalam negeri maupun musisi luar negeri. Acara yang telah digelar keenam kalinya di Jakarta ini tidak hanya menampilkan musisi jazz *mainstream*, tetapi juga menampilkan beberapa musisi pop. Hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan selera penonton yang datang ke Java Jazz Festival.

Sebagian penonton menyukai musik jazz, tetapi banyak juga penonton yang datang ke Java Jazz Festival untuk menyaksikan artis musik pop. Dengan adanya perbedaan selera tersebut, maka muncullah perebutan ruang di dalam sebuah area pertunjukan. Perebutan ruang tersebut juga terjadi karena munculnya perbedaan makna mengenai musik jazz di berbagai kalangan, baik kalangan PT. Java Festival Production sebagai tim produksi, kalangan penonton sebagai konsumen, serta sponsor dan media yang bergerak di dalamnya.

PT. Java Festival Production memaknai Java Jazz Festival ke dalam tiga hal, yaitu sebagai ajang untuk mempromosikan Indonesia ke luar negeri, sebagai ajang untuk mempromosikan musisi Indonesia ke industri musik internasional, dan sebagai ajang edukasi musik jazz bagi kalangan muda Indonesia. Akan tetapi, ketiga hal tersebut merupakan kulit bagian luar dari tujuan utama yang sebenarnya, yaitu kapitalisme dengan cara merogoh keuntungan secara materi sebanyak-banyaknya. Dalam hal ini kapitalisme bekerja melalui ribuan penonton yang membeli tiket untuk masuk ke area Java Jazz Festival yang menyuguhkan musik jazz, pop, dan hiburan lainnya yang tidak berhubungan dengan musik.

Sebagai sebuah acara musik jazz, Java Jazz Festival menumpang musik pop agar acara tersebut ditonton oleh banyak orang. Sebagian besar penonton datang dan membeli tiket Java Jazz Festival bukan untuk menyaksikan penampilan artis jazz, tetapi menyaksikan penampilan artis

pop dan menikmati hiburan serta fasilitas yang ada di dalam area tempat acara berlangsung. Musik pop menjadi daya tarik utama dalam festival musik jazz ini.

Penonton sendiri sebagai konsumen memaknai Java Jazz Festival ke dalam dua hal, yaitu: sebagai ajang untuk menaikkan derajat dalam kelas strata sosial dengan asumsi kalau menyaksikan Java Jazz Festival maka keeksistensian dirinya akan lebih diakui di tengah masyarakat. Selain itu Java Jazz Festival juga dimaknai oleh penonton sebagai alat atau cara untuk membentuk identitas dirinya yang baru. Beberapa contohnya seperti mahasiswa yang luas pergaulannya atau pegawai kantor yang hebat karena bisa menonton Java Jazz Festival, bahkan menyaksikan penampilan khusus artis utama. Makna Java Jazz Festival sebagai sarana menunjukkan eksistensi diri bagi penonton juga kerap ditunjukkan kepada publik dengan cara memuat info terbaru mengenai Java Jazz Festival di dalam situs pertemanan sosial sehingga banyak orang bisa mengetahui kalau seseorang tersebut datang di acara Java Jazz Festival.

Ada perebutan makna yang terjadi di antara penonton. Sebagian penonton memaknai Java Jazz Festival sebagai tempat untuk benar-benar menikmati musik jazz, tetapi sebagian penonton memaknainya sebagai tempat untuk menikmati musik pop dari artis favorit mereka dan sebagai tempat untuk bergaul. Selain itu ada juga konsumen yang memaknai Java Jazz Festival sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensinya di tengah kaum muda seperti yang dilakukan oleh presiden dan wakil presiden Indonesia.

Sponsor dan media pun memiliki makna sendiri mengenai Java Jazz Festival, yaitu sebagai ajang untuk mempromosikan produk mereka ke ribuan penonton yang datang ke acara tersebut. Perbedaannya, apabila media hanya mencari keuntungan non-materi di area tempat acara berlangsung, bahkan memberikan hiburan bagi penonton secara cuma-cuma, maka lain halnya dengan sponsor. Sponsor Java Jazz Festival menggunakan kesempatan itu untuk mendulang keuntungan sebanyak-banyaknya. Salah satu cara mendulang keuntungan itu adalah dengan menjual kartu makan

prabayar dimana semua pengunjung harus membelinya untuk mendapatkan makanan dan minuman selama acara berlangsung.

Selain itu, sponsor juga telah membangun perbedaan kelas. Hal tersebut terlihat dari adanya beberapa fasilitas kenyamanan yang hanya dapat diakses oleh kalangan tertentu seperti nasabah kelas atas. Fasilitas tersebut antara lain tempat duduk khusus di tiap gedung pertunjukan yang disediakan oleh Bank BNI untuk nasabah kelas atasnya dan fasilitas kenyamanan yang disediakan oleh AXIS khusus untuk pelanggan kartu selularnya seperti kursi pijat atau ruang dengan pendingin udara. Semua fasilitas khusus ini hanya dapat diakses oleh penonton yang membeli tiket dengan harga khusus dengan harga yang jauh lebih mahal. Besarnya peran sponsor dalam Java Jazz Festival sehingga diberikan sebuah area khusus bagi sponsor secara tidak langsung memperlihatkan bahwa ruang Java Jazz Festival dimaknai sebagai tempat untuk membedakan kelas sosial penontonnya.

Media, khususnya majalah-majalah terbitan Femina Group, sebagai pihak yang terlibat di dalamnya juga memaknai Java Jazz Festival seperti sponsor, yaitu mencari keuntungan secara financial dengan menjangkau penonton sebanyak-banyaknya. Akan tetapi, di sisi yang lain Femina Group juga memunculkan makna tersendiri dalam Java Jazz Festival. Program-program hiburan yang ditawarkan di gerai Femina Group memunculkan isu gender. Hiburan seperti *manicure* dan *pedicure* memiliki konstruksi makna bahwa perempuan senang bersolek dan berfoto. Fasilitas *golf cart* dari majalah CLEO memiliki konstruksi makna bahwa perempuan itu manja karena untuk masuk ke area JIEXpo tempat Java Jazz Festival berlangsung tidak mau berjalan. Hal-hal seperti itu bukannya merujuk pada kesetaraan gender, tetapi malah mempertajamnya.

AXIS Jakarta International Java Jazz Festival menjadi sebuah ajang pertarungan makna di antara produksi, konsumsi, serta media dan sponsor. Masing-masing pihak memiliki tujuannya sendiri yang ingin dimunculkan selama acara berlangsung. Keinginan untuk muncul dan dilihat oleh banyak

orang itulah yang menyebabkan munculnya kontestasi makna dalam AXIS Jakarta International Java Jazz 2010.

