

DEKONSTRUKSI MUSIK POP INDONESIA DALAM PERSPEKTIF INDUSTRI BUDAYA

The Deconstruction Indonesia Music Pop in Perspective Industry Culture

M. Jadid Khadavi

SMK Muhammadiyah Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia
Email: Jadid_bomz@yahoo.com

ABSTRACT

Interesting phenomenon in the development of Indonesian pop music is the emergence of various genres of music that filled the human culture. Ranging from pop, rock, hip-hop, to alternative music. The diversity of genre shows that Indonesia's growing heterogeneity music. This research examines these issues by taking cultural industry texts, associated with pop music, which shows the dominance of the market. This study uses deconstruction Derrida to read the text carefully constructions built by the owners of capital and the media. Furthermore, did the destruction of the cultural industry and assembles a text back with another text that is still associated with pop music simultaneously. The results showed that the Indonesian pop music now polarized into two parts, the major labels and indie labels. Profit-oriented major labels, indie labels while oriented to creativity and freedom. The market strategy will continue to run through the process of standardization, homogenization and commodification in order to deceive and create false needs of the community. Besides determining the role of the media in shaping the success of the cultural industry market tastes unnoticed by consumers. Therefore, it can be concluded that the indie movement is an alternative to the text in an attempt deconstruction of cultural industries by providing a new look at the genre of pop music into people's needs lately.

Keywords: Deconstruction, Music, Culture Industry

ABSTRAK

Fenomena menarik pada perkembangan musik pop Indonesia adalah munculnya berbagai macam aliran musik yang memenuhi ruang kebudayaan manusia. Mulai dari *pop*, *rock*, *hiphop*, hingga musik alternatif. Keberagaman aliran musik menunjukkan bahwa heterogenitas musik Indonesia semakin berkembang. Tesis ini mengkaji hal tersebut dengan mengambil permasalahan teks-teks industri budaya, terkait dengan musik pop, yang menunjukkan dominasi pasar. Penelitian ini menggunakan metode dekonstruksi Derrida untuk membaca teks secara cermat konstruksi yang dibangun oleh pemilik modal maupun media. Selanjutnya melakukan penghancuran terhadap teks industri budaya dan menyusun kembali melalui teks lain yang masih berkaitan dengan musik pop secara bersamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik pop Indonesia saat ini terpolarisasi menjadi dua bagian, yaitu *major label* dan *indie label*. Major label berorientasi pada keuntungan, sedangkan indie label berorientasi pada kreatifitas dan kebebasan. Strategi pasar akan terus berjalan melalui proses standarisasi, homogenisasi, dan komodifikasi guna mengelabui dan menciptakan kebutuhan semu terhadap masyarakat. Disamping itu peran media menentukan keberhasilan industri budaya dalam membentuk selera pasar tanpa disadari oleh konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gerakan indie merupakan sebuah alternatif dalam upaya dekonstruksi terhadap teks industri budaya dengan memberikan nuansa baru pada genre musik pop yang menjadi kebutuhan masyarakat akhir-akhir ini.

Kata Kunci : Dekonstruksi, Musik Pop, Industri Budaya

PENDAHULUAN

Perubahan sosial dan kultural di Indonesia saat ini adalah mengenai pemanfaatan waktu senggang, waktu santai,

dan waktu luang. Ketika industrialisasi mulai mendominasi dalam kehidupan modern dan menggantikan aktivitas fisik manusia, tenaga manusia tidak dibutuhkan lagi dalam proses produksi. Selain berakibat pada jumlah

pengangguran yang bertambah, waktu diluar jam kerja semakin bertambah panjang. Pada titik inilah perpanjangan waktu luang tersebut banyak diisi dengan aktivitas baru yang bersifat produktif, konsumtif, dan kontraproduktif. Namun perpanjangan waktu luang tersebut telah dimanfaatkan oleh industri hiburan untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya (Ibrahim, 2011).

Musik pop dan logika pasar adalah dualisme yang tidak dapat dipisahkan. Kerjasama keduanya berimplikasi besar terhadap pembentukan ideologi bagi masyarakat pendukungnya. Implikasi ini menurut Adorno (1991), merupakan titik awal dari gerakan logika industri kebudayaan yang berkembang sebagai proyek penyeragaman selera dan cita rasa (*homogenization of taste*). Secara kongkrit dampak ini terlihat dari sikap, gaya berpakaian dan cara mengkonstruksikan pola pikir yang hampir seluruhnya sama. Hal tersebut merupakan representasi identitas kolektif kebudayaan mereka.

Dalam wilayah sebaran budayanya, industri musik pop memiliki dua aspek kekuatan yang cukup besar, yaitu kekuatan ekonomi dan budaya. Melalui kekuatan tersebut industri musik pop sangat sulit untuk mengontrol selera penikmatnya karena ada perbedaan antara nilai tukar (nilai ekonomis) dan nilai guna (nilai kultural) dalam musik pop (Storey, 2007).

Musik pop yang dikonsumsi masyarakat memiliki persamaan yang signifikan dalam aspek-aspek tertentu. Hal ini ditegaskan oleh Adorno (1953), yang menyatakan bahwa musik pop itu 'distandarisasikan' baik dari sisi pola musikal ataupun lirik. Ini terbukti dari lagu-lagu pop yang pada umumnya mudah saling dipertukaran dengan lagu-lagu pop lainnya. Sedangkan musik pop bersifat mekanis, dalam pengertian detail tertentu dapat diganti dari satu lagu ke lagu lainnya tanpa efek riil apapun dalam struktur musik yang telah menjadi satu kesatuan. Untuk menyembunyikan standarisasi tersebut,

industri musik pop menggunakan apa yang disebut Adorno sebagai '*pseudo-individualisasi*' yakni menjaganya dengan membuat agar konsumen lupa bahwa apa yang konsumen dengarkan telah diperdengarkan dan disederhanakan sebelumnya (Strinati, 2010).

Dalam praktiknya, industri budaya berusaha mengaburkan kebutuhan-kebutuhan riil masyarakat. Industri budaya sangat efektif dalam menjalankan hal tersebut hingga orang tidak menyadari apa yang tengah terjadi (Strinati, 2007). Masyarakat penikmat musik populer merasa sangat membutuhkan musik sebagai pelampiasan semu tanpa menyadari kegagalan dalam musik. Sementara para penikmat musik ini diam saja mengiyakan dan menikmati karena industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu.

Terkait dengan industri budaya, saat ini hal menarik yang dapat diamati adalah muncul berbagai macam kelompok musik yang beraliran pop. Kebanyakan lagu populer dikarenakan nadanya yang sederhana dan enak didengar. Lirik yang sederhana dan mengungkap kehidupan anak muda jaman sekarang, seperti tentang cinta, pencarian jati diri atau sebuah pertemanan yang abadi. Bahkan banyak pula lagu populer bukan karena nadanya yang penuh harmonisasi tepat, melainkan karena liriknya yang kontroversial. Dikatakan kontroversial karena lirik tersebut lebih "berani" mengungkapkan sisi lain dari manusia yang dianggap tabu oleh masyarakat di Indonesia (Priandi dan Watanabe, 2011).

Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat banyak tanda, dan teks-teks budaya populer yang terdapat pada berbagai media. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin cepat, baik artefak, teks-teks, dan tanda kini dapat dikonsumsi kapanpun dan dimanapun. Upaya media untuk memasuki ruang budaya tradisional terlihat semakin menggeser ideologi masyarakat.

Sebagaimana yang diungkapkan McQuail (2012), bahwa media baru akan mempunyai kekuatan untuk menyusup lebih jauh ke dalam kebudayaan ‘penerima’ dibandingkan manifestasi budaya barat manapun sebelumnya.

Dalam era yang disebut sebagai abad baru waktu luang (*the new age of leisure*), Frith (dalam Ibrahim, 2011) mengungkapkan budaya musik anak muda benar-benar menjadi cermin pertarungan antara keinginan untuk menjadikan musik sebagai saluran kreativitas dalam berkarya dan mencipta lagu atau fakta bahwa musik pada akhirnya tidak lebih sebagai saluran katarsis anak muda yang tengah kebingungan membunuh waktu luang dihadapan serbuan gurita kapitalisme bisnis hiburan global. Inilah yang dikatakan Horkheimer dan Adorno sebagai industri budaya kapitalis yang tiada hentinya mendaur ulang hal yang membosankan. Seperti *mode*, *fashion*, jenis musik, dan masih banyak lagi.

Media massa telah membawa masyarakat masuk kepada pola budaya baru dan menentukan cara pandang serta perilaku masyarakat. Perubahan pola tingkah laku yang paling tampak yaitu aspek gaya hidup. Aspek ini paling terlihat dalam lingkungan generasi muda. Terjadinya perubahan perilaku terhadap norma-norma sosial dan nilai-nilai budaya yang mana perubahan tersebut dianggap sebagai bagian dari trend masa kini. Kemudian situasi ini dimanfaatkan oleh para pelaku industri untuk memproduksi budaya pop di segala bidang kehidupan. Maka hal ini menimbulkan kecenderungan semakin meningkatnya pola hidup konsumerisme yang menuntut gaya hidup serba instan dikalangan generasi muda. Kini media massa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat yang heterogen tetapi juga untuk kepentingan komersial yang masuk ke dalam industri yang membutuhkan dana cukup besar. Dampaknya budaya massa muncul karena tuntutan industri yang harus mencapai target dalam waktu tertentu (Ibrahim, 2011).

Munculnya kelompok musik yang beraliran pop indie dianggap mampu

mengubah pandangan masyarakat tentang situasi pasar industri musik di Indonesia. Ditengah-tengah ideologi kapitalisme yang sedang menguasai pasar industri musik pop Indonesia, muncul aliran musik yang mengatasnamakan kebebasan. Tentunya ide ini terlepas dari campur tangan para kapitalis dalam menyuguhkan hiburan terhadap masyarakat yang saat ini sedang haus akan hiburan. Dibalik maraknya musik pop Indonesia dan arus gelombang musik Korea (*Korea wave*) yang menjadi trend dunia saat ini, lahirlah aliran musik di Indonesia yang mengusung musik kreatif tanpa disertai kepentingan industri budaya. Kebebasan berekspresi menjadi salah satu alasan mengapa genre musik ini disebut musik independen. Mulai dari proses penciptaan sampai pendistribusian album, semuanya dikerjakan secara mandiri. Tidak seperti musik pop pada umumnya yang menjadi komoditas pasar sehingga harus diproduksi secara massal. Gerakan indie tampaknya bisa dianggap sedikit memberikan warna yang ‘berbeda’ ditengah keseragaman musik pop yang membosankan.

Menarik untuk dikaji bentuk komunikasi yang ditampilkan melalui musik pop agar dapat memenuhi kebutuhan industri budaya dan diterima oleh masyarakat di Indonesia sebagai pasar yang dibidiknya. Namun ternyata dibalik kekuatan dominasi kapitalis muncul musik yang mengusung ide kebebasan tanpa keterikatan dengan pihak-pihak label rekaman (Jube, 2008). Penelitian ini akan mencoba mengkajinya dengan memadukan kajian musik beraliran indie label dengan fenomena kelompok musik mayor label yang berorientasi pasar industri.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berusaha membongkar teks budaya yang telah dibangun industri budaya, baik melalui media atau oleh pemilik modal dan selanjutnya menata ulang konstruksi musik pop yang dipahami masyarakat Indonesia saat ini. Oleh karena itu, judul penelitian yang digunakan adalah : “Dekonstruksi Musik Pop Indonesia Dalam Perspektif Industri Budaya.”

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar musik pop Indonesia dalam kerangka besar industri budaya. Namun secara lebih terperinci bertujuan untuk: (1) menjelaskan peta musik pop Indonesia dalam kerangka besar industri budaya, (2) menjelaskan bentuk strategi pasar dalam mengkonstruksi teks pada industri budaya, (3) menjelaskan peran media dalam industri budaya, (4) dan menjelaskan bentuk dekonstruksi terhadap teks dalam industri budaya melalui gerakan indie.

Penelitian ini penting dilakukan karena akan memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada masyarakat tentang musik pop Indonesia sebagai suatu produk industri budaya. Disamping itu, penelitian ini ditujukan kepada peneliti berikutnya, terutama para sosiolog, guna menjadi acuan untuk memahami musik pop dalam perspektif industri budaya dan selanjutnya diarahkan untuk dekonstruksi atas teks budaya yang telah dibangun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dekonstruksi Derrida. Metode ini dilakukan dengan cara membaca teks budaya secara cermat yang ditunjukkan oleh sistem industri budaya dalam memproduksi makna dibalik musik pop Indonesia. Penelitian ini berusaha menolak struktur lama yang sudah lazim diketahui masyarakat terkait berbagai macam teks budaya dalam musik pop, seperti produksi, pertunjukan hiburan, karya musik yang dihasilkan, impian popularitas, dan gaya hidup. Teks budaya yang sudah mapan ini akan dikonstruksi ulang melalui gerakan musik indie sebagai musik pop alternatif yang memberikan warna berbeda dalam industri musik di Indonesia.

Cara baca Derrida terhadap teks-teks filosofis adalah cara yang hendak melacak struktur dan strategi pembentukan makna dibalik masing-masing teks. Salah satunya dengan jalan membongkar sistem perlawanan-perlawanan utama yang

tersembunyi didalamnya. Pembacaan dekonstruktif hendak menunjukkan ketidakterhasilan ambisi filsafat untuk lepas dari tulisan, yaitu menunjukkan agenda tersembunyi yang mengandung banyak kelemahan dan kepincangan di balik teks-teks. Oleh karena itu, Derrida meyakini bahwa dibalik teks filosofis yang terdapat bukanlah kekosongan, melainkan sebuah teks lain. Suatu jaringan keragaman kekuatan-kekuatan yang pusat referensinya tidak jelas (Derrida, 1978).

Dalam kajian budaya, dekonstruksi Derrida memberikan pengaruh penting. Berkat dekonstruksi Derrida (Norris, 2003), makna kini tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang mutlak, tunggal, universal, dan stabil, tetapi makna selalu berubah. Klaim-klaim kebenaran absolut, kebenaran universal, dan kebenaran tunggal, yang biasa mewarnai gaya pemikiran filsafat sebelumnya, semakin digugat, dipertanyakan, dan tidak lagi bisa diterima.

Dengan demikian, dekonstruksi cocok dengan konsep pluralitas budaya, pluralitas permainan bahasa, banyaknya wacana, penghargaan terhadap perbedaan, dan membuka diri terhadap yang lain (*the other*). Penghargaan terhadap perbedaan, pada “yang lain” ini membuka jalan bagi penghargaan pada pendekatan lokal, regional, etnik, baik pada masalah sejarah, seni, politik, masyarakat, dan kebudayaan pada umumnya. Penelitian yang bersifat lokal, atau etnik, dan sebagainya kini mendapat tempat, dan pada gilirannya akan memperkaya dan menghasilkan deskripsi atau narasi-narasi khas masing-masing.

Teks yang diproduksi oleh industri budaya memiliki banyak makna. Keterkaitan yang ditunjukkan antara teks industri budaya tersebut bukanlah tatanan makna yang utuh. Sehingga dapat dilakukan penghancuran dan penyusunan kembali teks yang ditunjukkan strategi kapitalis dalam menguasai pasar musik pop Indonesia. Bagaimana bentuk industri budaya dalam mengkonstruksi teks

budaya melalui musik pop Indonesia. Dan bagaimana bentuk gerakan indie dalam membangun kembali teks sehingga mampu menghancurkan struktur teks budaya musik pop yang sudah mapan.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Paradigma dan pendekatan ini dipilih bertujuan untuk menjelaskan secara kritis dan mendalam mengenai konstruksi ulang struktur dalam industri budaya terkait dengan fenomena musik pop yang telah dikuasai pasar akhir-akhir ini. Industri budaya telah berhasil mendikte ideologi kapitalis, tetapi ternyata bisa ditafsirkan kembali melalui teks lain diluar teks budaya yang sudah terbentuk secara mapan.

Adapun jenis penelitian termasuk kategori studi pustaka. Penelitian jenis ini memuat uraian sistematis tentang kajian literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan dan diusahakan menunjukkan kondisi mutakhir dari bidang ilmu tersebut (*the state of the art*) (Djarwanto, 1990). Dalam tradisi penelitian studi pustaka, peneliti tidak mencari data dengan terjun langsung ke lapangan tetapi cukup mengumpulkan dan menganalisis data yang tersedia dalam pustaka. Jadi, penelitian ini akan melacak rujukan pendukung tentang penelitian yang serupa tentang musik pop yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Rujukan juga akan diperkaya dengan berbagai wacana tentang musik pop maupun pop indie dan didukung pula informasi yang berasal dari berbagai media mengingat pentingnya peran media massa sebagai penunjang dalam industri budaya. Dengan demikian, penelitian ini sangat tergantung pada penulisan hasil laporan atau fenomena yang ada dalam masyarakat dan diungkapkan melalui teks tertulis.

Agar lebih fokus, penelitian membatasi pada musik pop di Indonesia. Data pada penelitian diperoleh dari sumber primer

(*primary source*) maupun sekunder (*secondary source*).

- Sumber primer adalah karangan asli yang ditulis oleh seorang yang melihat, mengalami, atau mengerjakan sendiri. Dalam hal ini peneliti merujuk pada tesis yang pernah dilakukan oleh Nugroho (2008) tentang pembongkaran mitos budaya massa Islam melalui sampul album pop religi band Ungu. Sedangkan bahan kepustakaan penelitian ini diambil buku-buku tentang metode dekonstruksi, teori industri budaya, budaya populer, perkembangan musik indie di Indonesia.,
- Sumber sekunder adalah tulisan tentang penelitian orang lain, tinjauan, ringkasan, dan tulisan-tulisan serupa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan industri budaya dan musik pop Indonesia. Dalam hal ini, peneliti banyak merujuk pada tulisan-tulisan di internet yang dianggap masih sangat relevan dan berkaitan dengan topik penelitian.

Adapun teknik analisis data pada penelitian ini akan menggunakan teknik analisis wacana kritis Fairclough yang terdiri dari tiga analisis yaitu :

Analisis Teks

Konsep analisis teks menitikberatkan pada tiga fungsi, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Fungsi representasi berkaitan dengan cara-cara yang dilakukan untuk menampilkan realitas sosial ke dalam bentuk teks. Dalam hal ini adalah fenomena munculnya kelompok musik pop indie di Indonesia. Fungsi relasi berkaitan dengan hubungan antar pemilik modal, pelaku musik, dan masyarakat (konsumen) yang terdapat dalam teks. Sedangkan fungsi identitas berkaitan dengan gambaran identitas pemilik modal, pelaku musik, dan masyarakat yang digambarkan dalam sebuah teks. Dari sini akan terlihat konstruksi budaya apa yang sedang dibangun dalam sistem industri budaya terkait dengan musik indie di Indonesia.

Analisis Praktik Wacana

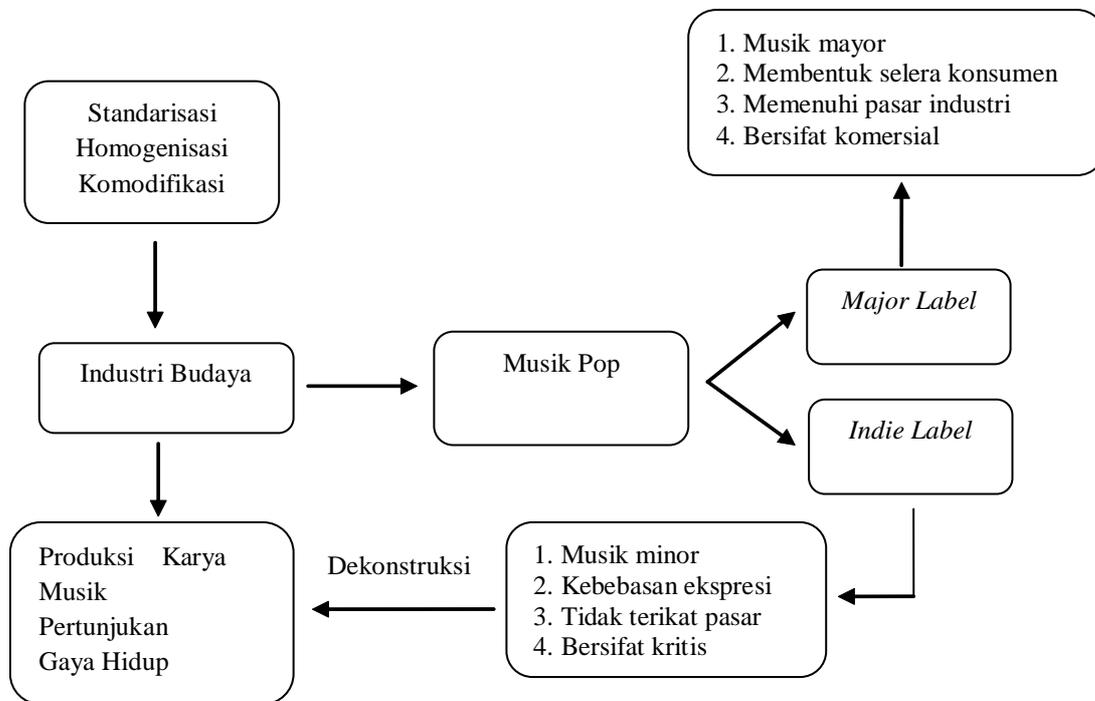
Praktik wacana meliputi cara-cara para pekerja media memproduksi teks. Hal ini berkaitan dengan wartawan itu sendiri selaku pribadi, sifat jaringan kerja wartawan dengan sesama pekerja media lainnya, pola kerja media sebagai institusi, seperti cara meliput berita, menulis berita, sampai menjadi berita di dalam media.

Analisis Praktik Budaya

Praktik budaya menganalisis tiga hal yaitu ekonomi, politik (khususnya berkaitan

dengan isu-isu kekuasaan dan ideologi) dan budaya (khususnya berkaitan dengan nilai dan identitas) yang juga mempengaruhi institusi media, dan wacananya. Pembahasan praktik sosial budaya meliputi tiga tingkatan Tingkat situasional, berkaitan dengan produksi dan konteks situasinya Tingkat institusional, berkaitan dengan pengaruh institusi secara internal maupun eksternal. Tingkat sosial, berkaitan dengan situasi yang lebih makro, seperti sistem politik, sistem ekonomi, dan sistem budaya masyarakat secara keseluruhan.

Akan lebih mudah kerangka pemikiran penelitian akan ditunjukkan melalui bagan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta Musik Pop Indonesia dalam Industri Budaya

Pada proses manajerial, dalam industri musik pop terdapat polarisasi yaitu *major label* dan *indie label*. Pengidentifikasian lebih mudah dilakukan pada musik-musik yang berada di jalur *indie label* karena beberapa alasan, yaitu; menggunakan cara berbicara

tertentu, tempat pertunjukan tertentu, dan cara berpakaian tertentu yang menggambarkan ‘seni pop minor’ untuk membedakan diri dari orang dewasa. Lain halnya dengan musik-musik yang berada dalam jalur *major label* yang memberikan kesan jauh dari kebebasan dan fleksibilitas yang merupakan aspek idealisme anak muda. Hal ini menyebabkan musisi profesional lebih mengambil musik dari jalur *indie label*.

Kriteria antara *major label* dengan *indie label* mengarah kepada industri. Meskipun dari sisi talenta musisi indie terbukti lebih bagus daripada musisi mayor label, tetapi perbedaan lebih kepada nilai investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan rekaman. Aspek finansial merupakan pembeda utama karena *major label* berbasis kepada profit. Jadi mayor label berani menanamkan modal yang besar demi mencari keuntungan yang lebih besar pada nilai investasinya.

Strategi Pasar: Standarisasi, Homogenisasi, dan Komodifikasi

Industri musik telah menghasilkan keuntungan yang besar. Baik itu komposisi, rekaman, maupun pertunjukan musik. Terdapat banyak orang dan organisasi yang berperan di dalam industri ini dengan cara memanipulasi beragam pertunjukkan musiknya. Dari pihak pemodal, misalnya penerbit musik, produser, studio, teknisi, label rekaman, toko musik, sampai organisasi hak pertunjukan. Selain itu ada pihak yang menampilkan pertunjukan musik langsung, seperti agen bakat, promotor, panggung musik. Para profesional (seperti: manajer bakat, manajer bisnis, pengacara hiburan) kini juga terlibat dalam membantu musisi untuk melejitkan karirnya (www.economist.com, diakses 15 Oktober 2008). Hal ini bukti keberhasilan dari luas ruang lingkup industri budaya di Indonesia. Masing-masing struktur memiliki kepentingan sendiri untuk mewujudkannya.

Dalam dunia pasar industri, segala bentuk produk budaya bersifat komersial, termasuk pasar musik pop Indonesia. Masyarakat mulai membicarakan industri rekaman sebagai sinonim dari industri musik. Semua kelompok masyarakat mulai mencoba bisnis di dunia tarik suara. Mulai dari masyarakat sipil, tokoh agama sampai kalangan artis perfilman saat ini banyak yang beralih menjadi penyanyi. Bisa jadi itu sekedar ‘*aji mumpung*’, atau sifatnya coba-coba yang

mungkin saja dapat menarik perhatian publik. Dari fakta ini, timbul pertanyaan, mengapa banyak kalangan tertarik untuk mencoba bisnis industri musik pop Indonesia. Dan adakah faktor yang melatarbelakanginya. Inilah yang disebut dengan keberhasilan kaum elit dalam menyumbangkan idenya tentang musik pop dalam kerangka besar industri budaya yang sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Strategi yang digunakan pasar dalam mengenalkan ideologi musik pop terhadap masyarakat meliputi tiga unsur, yaitu standarisasi, homogenisasi, dan komodifikasi. **Standarisasi** berarti segala sesuatu yang sudah distandarkan berdasarkan kriteria umum. Hal-hal yang sifatnya standar akan mudah diterima masyarakat begitu saja. **Homogenisasi** berarti penyeragaman, yaitu terhadap selera, sikap, gaya, dan pola pikir yang dibangun oleh sebuah sistem industri yang besar. Sedangkan **komodifikasi** adalah segala bentuk produk budaya harus dapat diperdagangkan. Motif keuntungan menentukan sifat berbagai bentuk budaya.

Peran Media dalam Industri Budaya

Masyarakat memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis melalui media massa. Dari fungsi media massa tersebut, industri budaya akan terus berkembang. Industri budaya mampu menjawab tantangan-tantangan yang dibutuhkan masyarakat, salah satunya melalui musik pop. Perkembangan media massa merupakan perpanjangan tangan kapitalis dalam mencitrakan produk musik pop. Tugasnya mengarahkan masyarakat kepada ideologi baru. Ideologi ini kemudian membentuk budaya citra (*image culture*) yang merupakan wujud dari manipulasi promosi.

Persaingan antar media massa untuk mendapat perhatian masyarakat menjadikan kapitalis menjadi penyokong utama media massa. Media massa dan industri budaya mempunyai hubungan yang integral dalam

konteks periklanan. Maka dapat dikatakan bahwa media massa mempunyai peran yang cukup signifikan terhadap perkembangan musik pop Indonesia.

Dalam menjalankan fungsinya, selain sebagai penyebar informasi dan hiburan, media juga sebagai institusi pencipta dan pengendali pasar produk komoditas dalam suatu lingkungan masyarakat. Wujud operasionalisasi selalu menanamkan ideologi pada setiap produk sampai obyek sasaran terprovokasi dengan propaganda yang tersembunyi dibalik tayangan tersebut. Akibatnya, jenis produk dan dalam situasi apapun yang diproduksi dan disebarluaskan oleh suatu media, akan diserap oleh publik sebagai suatu produk kebudayaan. Hal ini berimplikasi pada proses terjadinya interaksi antara media dan masyarakat. Kejadian ini berlangsung secara terus menerus hingga melahirkan suatu kebudayaan tertentu. Kebudayaan populer akan terus melahirkan dan menampilkan bentuk budaya baru, selama peradaban manusia terus bertransformasi dengan lingkungan dan mengikuti putaran jaman.

Media bisa menyediakan ruang bagi musik pop untuk menunjukkan hasil karyanya. Dalam konteks propaganda kepada masyarakat, musik indie tetap membutuhkan adanya media untuk memudahkan proses penyampaian komunikasi pemasaran, tetapi tidak ada unsur-unsur yang melibatkan produser musik maupun pasar industri. Musik indie berusaha memperkenalkan jenis musik yang keluar dari *mainstream*. Konsistensi dalam berkreasi tetap dipertahankan meskipun beresiko tidak laku di pasaran.

Dalam praktiknya, media memiliki peran dan cara yang berbeda dalam mempengaruhi masyarakat melalui produk yang hendak ditawarkan. Dalam konteks musik pop saat ini, televisi dan media sosial dianggap paling representatif dalam upaya propaganda produk kepada masyarakat.

Dekonstruksi Teks Industri Budaya: Gerakan Indie Sebagai Musik Pop Alternatif

Teori dekonstruksi Derrida menjadi alat analisis dalam melakukan penghancuran dan penyusunan kembali teks budaya yang dihasilkan industri musik. Pemikiran tersebut akan coba diuraikan beserta gagasan aplikatifnya dalam kajian musik pop Indonesia perspektif industri budaya. Lahirnya gerakan indie dapat menata ulang teks budaya bersamaan dengan penghancuran teks-teks yang dihasilkan industri budaya.

Simbol-simbol musik pop Indonesia yang digunakan dalam industri budaya adalah satu teks yang terikat dengan teks lain yang masih berkaitan. Sebagai satu bentuk komoditas, para produser berusaha agar relasi tersebut mapan melalui berbagai sistem komunikasi pemasaran. Melalui dekonstruksi relasi tersebut dapat dibongkar terus menerus kemapanannya melalui berbagai permainan teks dan konteks kebudayaan. Teks yang dibangun oleh industri budaya terkait musik pop Indonesia memiliki relasi yang banyak terhadap teks budaya yang lain. Teks budaya yang akan dibongkar pada penelitian merupakan konstruksi yang sudah dibangun oleh industri budaya yang melibatkan pemilik modal (*label record*) dan media massa. Teks budaya tersebut meliputi; produksi, karya musik, bentuk pertunjukan, dan gaya hidup.

Umumnya musik indie dibangun atas dasar komunitas. Musisi indie tidak bersaing satu sama lain. Sebaliknya, musisi indie justru bergandengan tangan meluaskan pengaruh musik alternatif. Inilah kekuatan *indie label* atau sering juga disebut label *nonmainstream* (Kompas, 9 Mei 2010). Kriteria *mainstream* pada musik pop indie berkaitan dengan industrinya. Perbedaan lebih mengarah kepada nilai investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan rekaman. Dalam hal bakat, kelompok band indie cenderung lebih bagus daripada band-band *mainstream*. Jadi dalam konteks industri budaya musik pop indie tidak

berorientasi kepada keuntungan finansial. Sementara industri musik pop Indonesia kebanyakan berbasis kepada profit label karena menanamkan modal yang besar kepada para musisi untuk mencari keuntungan yang lebih besar.

Musik indie tumbuh secara natural di Indonesia walaupun pada awalnya ditentang oleh pihak-pihak yang merasa dirugikan. Dalam proses industri musik, musik pop Indonesia cenderung terinspirasi dari band-band dari luar negeri yang sudah populer di pasar industri. Hal itu diperkuat dengan ideologi kapitalis dalam membentuk impian untuk menjadi musisi terkenal diekspos melalui media dengan memberi label kesuksesan dan kesenangan. Maka musik pop indie menolak pandangan itu dengan memperkenalkan jenis musik pop yang sebatas penyaluran hobi. Unsur kreativitas lebih ditonjolkan. Tidak ada keterlibatan kapitalis untuk mengontrol karya musik yang diciptakan.

Dengan demikian, terlihat bahwa teks-teks budaya yang didekonstruksi meliputi tujuh indikator yang dibangun oleh industri budaya melalui musik pop, yaitu proses penciptaan lagu, upaya produks, pemasaran, pendistribusian, orientasi konsumsi, karakter lagu, dan sifat kebutuhan masyarakat. Dalam penelitian ini, indikator-indikator yang dihasilkan dianggap perlu didekonstruksi karena menunjukkan keberhasilan kapitalis dalam menguasai industri budaya. Hal ini mengakibatkan masyarakat terjebak dalam kebutuhan semu seiring berkembangnya musik pop Indonesia saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan :

- Dalam peta musik pop Indonesia, musik pop terpolarisasi menjadi dua bagian, yaitu mayor label dan indie label. Mayor label berorientasi pada industri budaya yang menghasilkan keuntungan besar.

Sedangkan indie label lebih mengarah kepada permainan musik yang mengutamakan kreatifitas dan terbebas dari ideologi kapitalis.

- Strategi pasar akan terus berjalan melalui proses standarisasi, homogenisasi, dan komodifikasi produk, terutama dalam industri musik pop Indonesia. Sasarannya adalah masyarakat yang terjebak dalam kebutuhan semu yang diciptakan oleh industri budaya.
- Baik televisi maupun media sosial, menentukan keberhasilan industri budaya dalam membentuk selera pasar dan menciptakan kebutuhan semu terhadap terhadap masyarakat.
- Gerakan indie merupakan sebuah alternatif dalam membongkar teks-teks industri budaya pada musik pop yang menunjukkan dominasi pasar, sekaligus berhasil menyusun kembali melalui teks-teks budaya pada musik pop Indonesia yang terbebas dari dominasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, T. 1953. *A Social Music of Radio Music*. New York: The Free Press of Glencoe.
- _____. 1991. *The Culture Industry*. London: Routledge.
- Chamber. 1990. *Popular Music and Mass Culture*. London: Sage Publication.
- Derrida, J. 1978. *Writing and Difference*, Translated, with an Introduction and Additional Notes by Alan Bass. Chicago: The University of Chicago Press.
- Djarwanto, Ps. 1990. *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Liberty.
- Fairclough, N. 1997. *Critical Discourse Analysis, The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Ibrahim, I.S. 2011. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Cetakan ke-II. Yogyakarta: Jalasutra.

- Jube. 2008. *Revolusi Indie Label: Musik Underground Indonesia*. Universitas Michigan: Harmoni.
- McQuail, D. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi ke-6, Jakarta: Salemba Humanika.
- Norris, C. 2003. *Membongkar Teori Dekonstruksi Jacques Derrida*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Piliang, Y.A. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Storey, J. 2007. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Terj. Laily Rahmawati. Yogyakarta: Jalasutra.
- Strinati, D. 2007. *Budaya Populer: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Penerbit Jejak: Yogyakarta
- . 2010. *Budaya Populer: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Cetakan ke-II. Ar Ruzz Media: Yogyakarta.
- William, R. 1958. *Culture and Society*. London: Chatto & Windus.
- . 1983. *Keyword*, London: Fontana.