



MUSIC

&

TRIP

HIPHOP

HIPHOP

KIA

**MUSLIMS
CLEARING**

- 1. ...
- 2. ...
- 3. ...
- 4. ...
- 5. ...
- 6. ...
- 7. ...
- 8. ...
- 9. ...
- 10. ...

Ho Skoteinos

SAJAK BUAT NENEK MOYANG

*Hei segara Nenek Moyang,
Malam ini kuganggu matimu,
Oleh kemuakan terdalam jiwa....*

*Hei Segara Nenek Moyang,
Mengapa kau lahirkan anak-anak muda setolol ini?
Mengapa kau lahirkan anak-anak muda setak-berfikir ini?
Mengapa kau lahirkan anak-anak muda yang durhaka padamu,
Memujamu di mulut, tapi otaknya di-vasektomi?
Mengapa kau lahirkan generasi,
Yang tak mau tahu dari mana ia berasal?
Yang malas berfikir dan membaca tanda-tanda zaman?*

*Hei Segara Nenek Moyang,
Mengapa kau biarkan anak-anakmu itu ikut arus saja?
Mengapa kau tak berubah jadi hantu,
Yang menakuti mereka tatkala mereka tak berpendirian?
Mengapa kau tak bergeming padahal kuburmu bakal dibongkar habis,
Dibikin jadi fondasi mall tertinggi dan termegah?
Mengapa kau tak marah....?*

*Hei segara Nenek Moyang,
Malam ini kuganggu matimu,
Karena aku tak percaya, kebodohan ini genetis...
Malam ini kuganggu matimu,
Karena aku sendiri merasa lemah tak tahu harus berbuat apa....*

Bandung, 20 Mei 2002

DILEMA ANAK MUDA INDONESIA

Anak muda Indonesia ternyata menjanjikan sebuah ranah sub-kultur yang berbeda sendiri. Ia lahir dari sebuah generasi yang korup dan busuk sistem moral dan normanya. Lebih jauh ia harus menanggung beban hutang luar negeri yang menumpuk. Jutaan rupiah jadi hutang tiap anak yang sial lahir di Indonesia. Hutang yang mungkin ayah dan ibunya pun tak merasakan nilai hutang yang besar itu. Hutang yang dirasakan oleh petinggi negeri yang korup dan tak mau tahu terhadap segala sesuatu dengan rakyat yang ia pimpin.

Namun itulah Indonesia. Anak muda Indonesia merupakan anak muda yang lahir di dunia berkembang, takdir kemiskinan intelektual bangsa telah ada di depan mata. Anak muda Indonesia tidak bisa bergantung kepada sains, karena sains yang berkembang di negeri ini adalah sains yang hanya mengekor sistem pendidikan asing yang memberikan bantuan pinjaman untuk pendidikan di negeri ini – yang pinjaman itu pun konon masih dikorupsi. Anak Indonesia, sulit berkreasi, karena salah-salah ngomong ia bisa ditangkap, pikirannya tidak boleh liar, pikirannya harus berada pada koridor wawasan wiyatamandala yang mungkin hanya Soeharto-lah yang paham benar maksud dan artinya.

Anak Indonesia di tengah kemiskinan kolektif sosiologis ini, dicekoki pula dengan berbagai makanan yang diimpor dengan berbagai mode makannya, belum lagi gaya berpakaian. Dalam hal ini lahirlah konsep anak gaul. Karena memang tak dibiasakan untuk berfikir bebas baik di rumah maupun sekolah, dan ia pun menolak kebakuan norma yang ada, maka tawaran konsumeristik agak menghiburnya. Maka mulailah ia mendandani dirinya dengan sandang, pangan, dan gaya hidup yang ia tonton melalui televisi. Televisi pun membantu penetrasi kultural ini, maka mulailah ia hidup dengan gaya gaul.

Namun ternyata penetrasi konsep gaul pun mendapat perlawanan, yang justru dengan garda depan adalah anak muda itu sendiri. Kita tentu mengenal berbagai sebutan untuk anak muda yang fundamentalis. Mereka ingin menegakkan ajaran agama yang mereka pahami dan menolak konsep modernitas yang membonceng konsep gaul tadi. Mereka menolak mengenakan pakaian yang gaul, makanan yang gaul, dan tindak-tanduk yang gaul. Maka terbelahlah anak-anak muda kita dari yang gaul hingga yang fundamentalis. Golongan muda fundamentalis ini memang agak jarang terdengar, namun trendnya mulai kelihatan. Trend yang muncul begitu Soeharto jatuh, sebuah euforia akan kebebasan untuk memiliki faham sesuai keyakinannya. Tujuannya adalah menjalankan ibadah, meski cenderung terorganisir secara provokatif merusak nilai-nilai toleransi yang seharusnya berkembang di tanah yang didiami oleh penduduk yang multikultural. Trend fundamentalisme ini merambah hampir di semua agama, dengan tipe-tipe yang tentu berbeda sesuai aliran yang sedang dikembangkan.

Tiba-tiba ada pula berita tentang narkoba (narkotika dan obat-obatan terlarang). Berbagai LSM (lembaga swadaya masyarakat) berlomba-lomba meneriakan sikap kontranya pada barang ini. Jutaan anak muda Indonesia ternyata menjadi pencandu obat-obat terlarang ini. Entah dari mana mereka dapat bahan untuk obat-obat yang harganya konon sangat tidak masuk akal per butirnya. Berbagai macam pengedar, mulai dari yang kelas teri hingga sekelas Zarima tertangkap, namun terus saja Indonesia masih dipenuhi anak-anak "nakal" pemakai obat. Apakah ini merupakan konsep gaul dalam kondisi kronis, tak pernah ada penelitian sosiologis hingga ke sana.

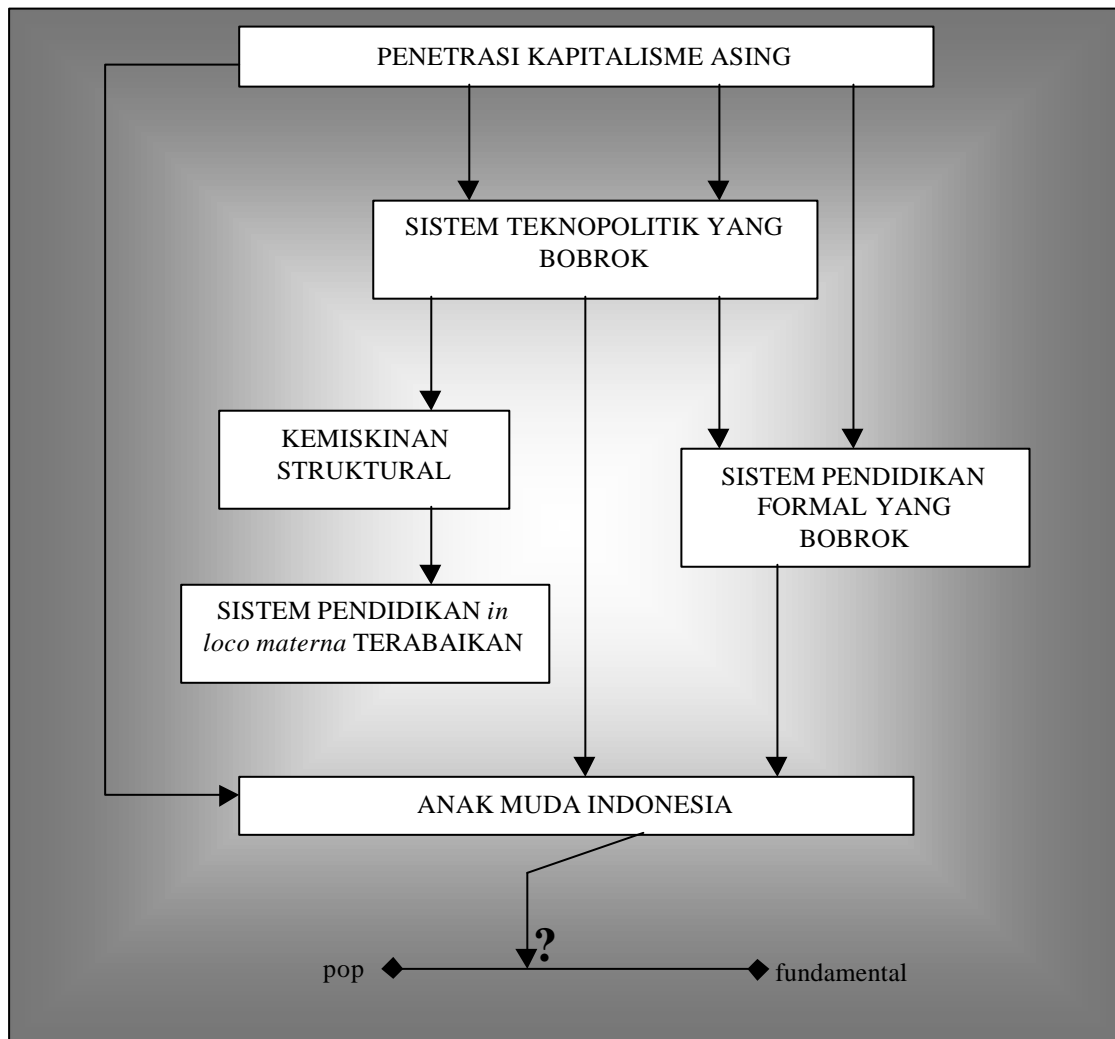
Anak muda Indonesia terbentang, mulai dari yang gaul dan pop hingga yang ke fundamental. Namun adakah itu kesalahan si anak muda untuk jadi pop dan gaul bak artis Hollywood, berambut pirang, nyerocos meniru-niru gaya hidup *Meteor Garden*? Apakah itu kesalahan anak muda jika ia mencoba gaya hidup yang sama sekali tak gaul namun memberikan investasi terbesar di masa

mudanya untuk kehidupan setelah akhirat dengan menjaga pergaulan sebagaimana yang diimankan dan diajarkan guru agamanya? Apakah itu kesalahan anak muda jika akhirnya ia terkapar di rumah sakit atau bahkan penjara tatkala ia ketahuan over dosis atau membawa obat-obat terlarang? Ini merupakan pertanyaan reflektif bagi tiap pemilik kuasa di negeri ini.

Menjadi pop, apakah itu tidak politis? Sebab dengan menjadi pop maka si anak muda telah membuka peluang bisnis bagi orang tua yang memang bermain dalam bisnis ini. Produksi film dan sinetron yang memang harus mengikuti gaya modern bermobil mewah dan seterusnya, *game-game* komputer yang memang seolah disengaja dibolehkan dibajak di negeri ini. Siapa yang paling diuntungkan dengan kondisi anak gaul?

Menjadi fundamentalis, apakah itu tidak politis? Kita tak bisa menutup mata begtu banyak gerakan politik yang berkedok agama. Kebanyakan simpatisan adalah anak muda, karena anak muda memang sedang secara bio-pikologis paling mudah untuk dipengaruhi dan disentil emosionalitas beragamanya. Dan siapakah yang paling diuntungkan dengan kondisi ini?

Menjadi O.D. Apakah sistem hukum kita telah benar-benar mampu menangkal sistem mafia obat-obatan ini? Atau tidak mungkinkah adanya keterlibatan oknum penegak hukum yang juga bermain di lahan bisnis yang sangat menguntungkan ini?



Lantas mau kemana sekarang? Kita memang di tengah kebobrokan birokrasi dalam negeri saat ini, ini pula yang memungkinkan penetrasi dan uniformisasi anak muda sejagat yang tengah berlangsung. Sementara kemiskinan semakin melanda, hutang kolektif terus membengkak, dan anak muda yang sepantasnya jadi garda perubahan malahan mabuk, paling ringan mabuk asmara jika tidak mabuk obat-obatan.

Anak muda takut berbicara politik, karena memang mitos yang dibuat seputar ini memang cukup menakutkan, dan begitu banyak alternatif gaul lain yang lebih menyenangkan. Sementara itu sistem politik, sosial, dan budaya semakin bobrok, kemiskinan struktural semakin merebak, maka anak muda harus menentukan sendiri ke mana harus melangkah. Yang jelas masa depan anak muda adalah miliknya sendiri, orang tua punya masa sendiri dan telah lewat.

Kita mungkin cuma bisa berharap, hari ini berjalan lebih lambat, agar masih sempat berbenah, jika tidak hari esok tidak akan bersinar terang di zamrud khatulistiwa ini....

Bandung, 3 Mei 2002

MUSIK dan KITA

Dunia telah berkembang sedemikian pesat, banyak hal telah menjadi semakin terspesialisasi. Orang-orang terkurung dalam berbagai kategori dan klasifikasi yang memang dibikin untuk memudahkan manusia itu untuk berkembang. Pertama-tama orang-orang dibagi atas dasar warna kulit, ada yang hitam, putih, kuning, coklat, dan seterusnya. Lebih jauh manusia dibagi lagi dalam tinggi-rendah tubuh, gemuk-kurus, hingga ke usia, antara yang tua dan yang muda. Sepertinya itu menjadi fitrah manusia untuk terus memberi tanda, untuk membedakan hal yang satu dengan yang lain.

Tetapi manusia zaman sekarang, bukanlah manusia yang hidup di sekitar gossip kampung atau pergujungan pasar. Manusia zaman sekarang yang hidup di tepi sungai Musi dekat sekali dengan kehidupan pribadi George W. Bush, presiden Amerika Serikat, dekat dengan perseteruan, tawa, magis, bahkan kekerasan yang tampil dalam berbagai mata acara televisi. Dan itu semua bukan sekadar tanda, itu adalah sebuah realitas yang hadir di tengah-tengah masyarakat pasca-modern ini. Sebuah realitas yang mampu mendorong transmudasi energi kepada siapa saja yang melihatnya, dari sebuah karya seni audio-visual menjadi daya seni konsumeristik¹.

Tiap-tiap hari, bulan, tahun, daya transmudasi ini semakin lama semakin besar jangkauannya ke seluruh pelosok nusantara, semakin besar kekuatan perayunya, semakin kuat ia memengaruhi sistem nilai yang ada, karena tiap waktu frekuensi dan kuantitasnya semakin besar. Coba hitung berapa jumlah stasiun televisi sekarang, stasiun radio, surat kabar, majalah, pamflet iklan, dan seterusnya. Akhirnya, dunia yang glamour, indah, hebat adalah dunia yang dipenuhi merk-merk.

Yang mau kita coba kupas-kupas dalam uraian ini adalah sistem nilai yang sedang dikontrol oleh kekuatan maha besar ini. Sistem nilai yang pada akhirnya membentuk sistem sosial dan sistem budaya masyarakat, yang menjadi identitas dari masyarakat tersebut.

Musik Tradisional vs Fenomena MTV

Jika kita berjalan-jalan dan nongkrong di sebuah ruang makan di Baghdad, Irak, sehabis itu kita terbang untuk mandi air hangat di Ciater, Bandung, lalu terbang ke sebuah *cafe* di Paris, Perancis, dan istirahat di sebuah hotel di Zimbabwe; maka jika telinga kita peka terhadap musik, kita mungkin mendengar musik yang sama, kalau tidak mirip. Suara musiknya elektrik, kalau tidak akustik standar, dengan penyanyi laki-laki atau perempuan dalam grup atau sendiri, dengan gaya berpakaian pun dapat kita temui polanya.

Musik tradisional telah mengalami penurunan dalam beberapa dekade ini. Sistem musik tradisional kita misalnya, hanya menjadi pengisi waktu luang beberapa unit kesenian di tingkat pendidikan mulai SD hingga SMU, atau kalau masih untung terdengar beberapa musik khas yang "aneh" itu sewaktu ada pernikahan, sunatan, pesta rakyat. Yang jelas musik tradisional kita telah kehilangan peminatnya, terutama dari generasi muda.

Prihatinkah kita? Kita akan lihat dahulu penyebabnya. Sebagaimana diungkapkan di atas, bahwa ada suatu *trend-setter* yang tanpa kita sadari kita hadirkan di rumah-rumah kita, di balai desa, dan seterusnya, bahkan dengan biaya yang tidak murah. Pertama-tama adalah radio, yang membawa bunyi-bunyinya yang pada awalnya asing bagi pendengar, namun siaran tiap hari tentu

¹ J.F. Lyotard dalam 'La peinture comme dispositif libidinal', pada *Des Dispositifs*, hal. 227-68, sebagaimana dikutip dalam *Sociology of Postmodernism*, Scott Lash, Routledge, 1990.

akan merupakan bentuk pendisiplinan rasa. Kemudian masuklah televisi. Televisi membawa dampak yang lebih besar lagi, karena televisi memberikan realitas audio-visual: kita dapat melihat sendiri banyak hal terjadi di muka bumi. Di Tapanuli, seks merupakan hal yang sangat tabu untuk dipergunjingkan, namun dengan hadirnya televisi mereka dapat melihat perempuan-perempuan berpakaian minim menari-nari mengiringi lagu dangdut; lebih jauh dengan teknologi video-kaset, mereka benar-benar dapat menyaksikan bagaimana orang bule bermain seks (!).

Dalam hal musik, tak bisa dipungkiri, *Music Television* alias MTV adalah biangnya. Stasiun inilah yang menjadi penentu bagaimana bentuk musik yang populer sekarang. Sistem jaringan televisi yang dimiliki MTV di seluruh dunia telah sanggup untuk membuat Emma Button "Spice Girls" jauh lebih terkenal daripada Presiden Filipina Gloria Arroyo.

Tradisi telah tinggal menjadi tradisi, karena tradisi saat ini adalah tradisi yang diwariskan oleh televisi. Musik tradisional telah menjadi hal yang jauh, karena memang zaman sekarang adalah zaman di mana musik bukan lagi di bawah bulan purnama, di pematang sawah, atau di pesta adat. Musik sekarang berada di rumah anda, di mana anda dapat dengan santai menikmatinya, jika mau ikut bernyanyi, tinggal tambah fasilitas karaoke.

Nilai rasa musik

Musik didengarkan di mana-mana. Musik yang didengarkan adalah musik yang diinginkan oleh pendengar dan musik yang diinginkan didengar oleh produser musik. Musik, sebagai suatu obyek semiologi memang lebih tidak gampang untuk dibahas, daripada sistem tanda yang lain. Musik merupakan bunyi-bunyian tertentu dan si pendengar suka mendengarkannya. Seringkali musik di daerah satu tidak enak di dengarkan oleh penduduk daerah yang lain atau sebaliknya, karena keindahan musik itu sendiri menjadi sangat nisbi. Sementara itu, musik disukai karena dirasa indah.

Berbicara tentang musik, memang kita pasti akan bersinggungan dengan semiologi. Sebagaimana diungkapkan Roland Barthes, semiologi bertujuan untuk mengungkapkan semua sistem tanda, apapun substansi dan batasannya; gambar, polah tingkah, bunyi musik, bahkan kombinasi di antara itu, yang membentuk isi ritual, konvensi, atau hiburan publik: yang membangun, jika bukan *bahasa*, setidaknya sebuah sistem penandaan².

Mungkin saja musik bagi kita hanya sebagai pengiring tidur, atau katalisator lamunan asmara, dan seterusnya, namun satu hal yang tak bisa kita pungkiri adalah bahwa musik memiliki banyak peran yang sedikit banyak memberi pengaruh kepada kita. Musik merupakan sebuah "bahasa" yang tekstual dan estetik sifatnya³. Karena itu kesukaan terhadap musik tertentu sangat relatif. Tiap orang dapat menyukai bunyi musik yang berbeda, namun cita rasa musik boleh jadi menjadi seragam, oleh karena musik telah berubah menjadi kode yang disiarkan ke semua orang. Tiap orang dapat bisa mengerti bahwa lagu yang ini temanya ini dan ia suka, sementara yang lain bentuknya seperti ini dan ia tidak suka. Musik yang menjadi kode-kode yang ditransmisikan melalui radio siaran maupun siaran televisi seolah memberikan banyak pilihan musik⁴. Namun kita harus melihat bahwa pilihan itu tidaklah begitu banyak, pilihan itu sedikit, dan masing-masing pilihan merangsang transmisi energi, dari menikmati estetika musik menjadi daya beli untuk hal yang berhubungan dengan musik tersebut.

² Roland Barthes, *Elements of Semiology*, Hill and Wang, New York, 1967, halaman 9.

³ Daniel Chandler, *Semiotics for Beginners*, diterbitkan di Internet dengan alamat akses: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem08.html>, Bab 8, Kode.

⁴ John Fiske membedakan antara *broadcast codes*, yang diberikan kepada massa penonton, dan *narrowcast codes* yang ditujukan kepada penonton terbatas; musik pop adalah *broadcast code* dan ballet atau opera adalah *narrowcast codes*. Lebih lanjut lihat John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, London: Routledge, 1982, halaman 78.

Harus kita ingat bahwa musik bukanlah sekadar musik. Musik juga membawa obyek-obyek kultural lain, seperti *fashion* atau cara berpakaian, tingkah laku, potongan rambut, dandanan, dan seterusnya, tergantung dari genre musik yang diikuti. Kita tentu masih mengingat kehebohan saat musik punk melanda dunia, di mana berbagai jenis pakaian yang dianggap awam kurang lazim dipakai oleh sekelompok anak dengan genre musik yang sama. Kita akan coba lihat ideologi musik yang berkembang dan akhirnya dinamai dengan musik pop.

Ideologi Musik Pop

Musik pop identik dengan kehidupan anak muda. Musik pop bahkan merupakan bagian dari kemudaan. Oleh karena itu, bukan tak mungkin jika ideologi musik pop merupakan ideologi anak muda pada masa itu.

Musik pop adalah musik yang populer pada suatu waktu tertentu. Ia dipopulerkan dengan berbagai kecanggihan teknologi telekomunikasi yang menyertainya. Yang jelas, musik pop berkaitan dengan konsumsi yang berulang-ulang akan sebuah lagu yang disukai oleh anak muda, dan sosiologi dari musik pop tak mungkin dilepaskan dari kehidupan sub-kultur muda.

Sekarang kita coba lihat perkembangan musik pop anak muda pada akhir tahun 1960-an menjelang 1970-an, musik terkesan keras dengan sebutan pop-rock. Terutama menjelang 1970-an begitu banyak musik dengan lirik yang menentang kemapanan, dengan *beat* atau ritme serta suara yang keras pun melengking-lengking. Beberapa analisis untuk hal ini adalah bahwa musik generasi ini melambangkan pemberontakan anak muda terhadap kultur dominan yang ada saat itu, yang dipenuhi oleh dominasi politik, perang, dan sebagainya. Kampanyenya adalah kampanye kebebasan. Lebih jauh lagi adalah bahwa telah terjadi pelebaran bagi mereka yang disebut "muda", karena musik rock pada masa itu dengan segala kampanyenya begitu menyatu dengan kehidupan muda, sehingga yang sepakat dengan kampanye itu dicap "muda"⁵. "Muda" (Inggris: *youth*) telah menjadi penanda yang mengambang (*floating signifier*). Pendeknya, musik rock pada masa itu merupakan suatu usaha anak muda untuk menciptakan sebuah *mainstream* kultur/budaya yang berbeda dengan yang dominan saat itu.

Akselerasi dan kejenuhan di rumah dan di tempat kerja, sekolah, kurangnya pengaruh bimbingan orang tua, keinginan remaja untuk dianggap dewasa, dan sebagainya mungkin jadi sebab musik rock gampang menjadi populer pada masa itu. Apalagi dengan kondisi dunia baru saja hangat dari selesainya trauma perang dunia kedua. Pada masa ini, peran industri musik adalah mengeksploitasi pasar anak muda yang memang dalam kondisi demikian, termasuk para artis dan grup band, namun sekali lagi, industri musik tak peduli dengan kontrol esensi apa yang diteriakkan anak-anak muda itu.

Tema-tema musik 1960-1970an adalah pesimisme, alienasi, kritik intelektual terhadap nilai sosial yang berkemabang umum, dan semua ini tertuang dalam permainan gitar sederhana, ritme drum yang tetap, cepat, dan vokal yang penuh teriakan. Menurut Henry Giroux, alienasi cenderung telah menjadi nilai inti dari subkultur anak muda, dan semua ini ditumpahkan di sekolah, ataupun di jalanan. Intinya adalah mereka ingin menantang budaya yang menghagemoni pada masa itu⁶.

Dari uraian kita dapat kita lihat secara sekilas bahwa terdapat pesan-pesan tertentu dengan nilai intelektual tertentu pula dari musik pop rock pada tahun 1960-1970-an. Di sini terlihat bagaimana ideologi musik tidak dapat dihempang oleh industri rekaman, sehingga yang dapat dilakukan oleh industri

⁵ Lebih jauh lihat Deema Weinstein, "*HeavyMetal: A cultural Sociology*", Macmillan, New York, 1991.

⁶ Giroux, Henry, *Theory and Resistance in Education*, New York, Bergin and Garvey. 1983.

rekaman hanyalah melakukan komodifikasi atas tingkah polah anak muda ataupun si artis.

Musik Pop = Uniformisasi Anak Muda Dunia?

Musik pop tak bisa dipungkiri lagi adalah bagian real dari kehidupan sosiologi anak muda kita. Musik pop merupakan musik yang disiarkan, pendengar belum tentu pernah bertemu langsung dengan penyanyinya, namun musik tersebut telah mengalami proses komodifikasi sedemikian rupa sehingga ia menjadi terkenal dan musiknya siap untuk dinikmati. Artinya, di sini terdapat fabrikasi media penyimpanan musik, mulai dari kaset, CD, bahkan video-klip. Video-klipnya sendiri akan luar biasa efeknya bagi kandidat penggemar jika dapat menembus jaringan MTV. Di dalam video-klip itu sendiri, pakaian dan aksesories dari si penyanyi akan memiliki nilai jual yang tinggi pula. Lebih jauh lagi, jika sang penyanyi telah cukup terkenal, maka ia telah menjadi ikon tertentu anak muda, yang dapat dikomodifikasi senyumnya sebagai bintang iklan, atau posenya dalam fabrikasi poster atau kalender, dan seterusnya.

Musik pop ternyata memiliki aspek ekonomi yang luar biasa besar. Ia mampu memberikan keuntungan kepada banyak pihak dalam jumlah uang yang besar dan pasarnya jelas: anak muda.

Musik pop dalam hal ini, tentu saja bukanlah genre, melainkan musik yang memang sengaja dipopulerkan untuk dijual dan memiliki nilai komersil tertentu bagi industri musiknya. Dalam tabel di bawah akan kita lihat besar saham atau *share* dari penjualan fonogram dunia:

Tabel *share* penjualan fonogram dunia⁷

	1984	1989
Eropa Barat	31%	41%
Amerika Serikat	45%	34%
Jepang	13%	16%
Lainnya	11%	9%

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa jika kita memandang musik sebagai obyek budaya, maka obyek budaya paling populer berasal dari Eropa Barat dan Amerika Serikat. Adapun dari Jepang, itu juga mengikuti tipologi musik pop yang berkembang. Bisa dibayangkan bagaimana isi kepala dan selera musik kita ditentukan oleh industri musik asing yang memang mencari dollar dari bisnis yang sangat menguntungkan ini. Dari segi isi musiknya, kita mungkin bisa saja berkata bahwa isi musik dari Barat itu akan berakulturasi dengan jalan pemikiran budaya kita, dan apakah ia bertahan akan ditentukan dengan akseptabilitas komunikasi yang terjadi, sebagaimana pandangan Juergen Habermas⁸.

Namun musik adalah sesuatu yang sulit dicari reasonabilitasnya, ia merupakan hal estetik yang menarik secara emosional. Dan pencekukan tiap waktu melalui berbagai jaringan telekomunikasi dan musik, maka selera tentu saja bisa diubah. Tingkah laku, pemikiran, bahkan selera dan emosi dapat diubah dengan mengubah kondisi di mana tingkah laku, pemikiran, dan emosi itu berada⁹. Kita bisa menjadi suka atau tidak suka pada sesuatu hal. Sistem realitas audio-visual yang ada sekarang dalam bentuk televisi tentu saja membuat hal ini mungkin-mungkin saja. Menakutkan namun ini adalah realitas yang kita hadapi.

⁷ Tebel dikutip dari Paul Rutten, *Local Music and International Marketplace*, Catholic University, Nijmegen, <http://www.hu-berlin.de/fpm/texte/rutten.html>. Di sini diuraikan pula bagaimana persaingan ideologis antara Inggris dan Amerika Serikat dalam mempengaruhi selera musik dunia.

⁸ Juergen Habermas, *Moral Consciousness and Communication Action*, Cambridge: Polity Press, 1992, halaman 106, tentang subjek ke komunikasi.

⁹ Lebih lanjut baca uraian behavioralistik B.F. Skinner, *Beyond Freedom and Dignity*, Bantam/Vintage Books, New York, 1971, halaman 143.

Lantas, bagaimanakah wajah anak muda seluruh dunia beberapa tahun yang akan datang? Yang pasti mereka memiliki selera musik yang sama, bahkan selera tontonan yang tak jauh berbeda. Yang pasti, kibat budaya dunia terinduksi ke belahan Barat dunia: Eropa dan Amerika Serikat. Wajar jika musik yang ditawarkan memberikan nuansa pencerdasan, namun bagaimana bila hampir semua musik yang ada itu membuai?

Bandung, 11 Mei 2002

WAJAH MUSIK POP KITA

Antara Lokal dan Global

Di Indonesia kita mengenal ada banyak sekali stasiun televisi swasta, dan kesemuanya merupakan agen-agen yang juga mempopulerkan musik. Musik yang mereka populerkan adalah musik komersial, meski dalam tata bahasa yang umum disebut musik pop. Frasa “musik pop” sendiri pada dasarnya telah sering pula digunakan sebagai nama dari sebuah genre musik, yang bukan rock ‘n roll, gothic, jazz, atau yang lain. Dalam pengertian kita dalam hal ini, kita gunakan frasa “musik pop” untuk setiap musik yang memang sengaja dipopulerkan secara komersial.

Kita mengenal musik dangdut di Indonesia, sebagai musik yang diklaim milik semua kelas di republik, ada pula musik-musik dwi-warna (semacam *pastiche* campuran antara musik pop nasional dengan dengan musik tradisional, baik dalam bentuk dan pola musik maupun dalam gaya menyanyi atau bahasa). Inilah musik-musik pop yang konon jadi musik asli Indonesia.

Secara sengaja sering pula stasiun televisi siaran berusaha untuk menampilkan berbagai kesenian tradisional dalam kemasan yang berusaha untuk dibuat pop, seperti misalnya acara lenong, ketoprak, ludruk, wayang, dan sebagainya untuk mencoba menampilkan budaya tradisional yang sangat ditakutkan hilang.

Meski demikian kehadiran MTV ke Indonesia, yang pada awalnya dengan kemitraan bersama ANTeve, namun sekarang *full-time* dengan GlobalTV, telah banyak memberi warna kepada citarasa musik nasional. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh MTV yang mencapai 16 juta rumah tangga di Indonesia, 80% anak muda urban nasional selalu menyaksikan acara MTV setidaknya sekali dalam seminggu, 33% menonton MTV sedikitnya sekali dalam sehari¹⁰. Ini menunjukkan penetrasi yang besar atas anak muda nasional untuk menentukan genre musik yang populer pada waktu tertentu.

Di sisi lain, MTV juga menyediakan semacam acara yang berisikan artis-artis nasional, seperti MTV 100% Indonesia, MTV Ampuh, dan seterusnya, dalam kemasan yang khas MTV. Ditampilkan pula acara khusus menampilkan dangdut. Meski terkesan berniat baik dalam pelestarian budaya, kita akan coba lihat bagaimana peta musik populer nasional saat ini.

Antara Sheila On 7 dan Padi

Album pertama dari Sheila On 7 terjual sekitar 1,2 juta kopi dan album keduanya, yang berjudul “Kisah Klasik Untuk Masa Depan” habis terjual 1,7 kopi dalam waktu kurang dari setahun. Prestasi yang cukup kemilau adalah tatkala grup musik asal Yogyakarta ini memenangkan kategori *Coollest Duo or Group* dan *The Fabulous Album* untuk album “Bintang Lima” pada acara *Grand Final CLEAR Top 10* pada tanggal 25 September 2001. Tahun sebelumnya mereka juga bahkan sudah melejit dengan meraih *The Rocketeer* pada acara yang sama¹¹. Grup musik ini telah benar-benar mengakarkan dirinya sebagai bagian dari kehidupan anak muda zaman sekarang, anak muda milenium bangsa.

Lain lagi dengan Padi, yang pada acara *Grand Final CLEAR Top 10 2002* meraih *Viewers Favourite Song*, dan tahun sebelumnya meraih *Fabulous Band* dan *Coollest Duo or Group*. Prestasi lain dari band yang berdiri April 1997 di

¹⁰ Sebagaimana ditunjukkan oleh Daniel Tumiwa, *Jakarta Office of MTV*, 10 Agustus 1998, dikutip dalam R. Anderson Sutton, University of Wisconsin-Madison, *Local, Global, Or National? Popular Music on Indonesian Television*, Media-Performance-Identity Research Group – Workshop Paper, <http://polyglot.lss.wisc.edu/mpj/workshop98/program.htm>

¹¹ Harian SUARA MERDEKA, 26 September 2001.

Surabaya ini adalah dengan teraihnya Anugerah Musik Indonesia (AMI) Award dengan predikat Grup Rock Terbaik¹². Padi juga menempati urutan 20 album terlaris, selama 64 minggu, versi Toko Kaset Aquarius¹³. Tak heran karena album pertamanya saja yang berjudul "Lain Dunia" terjual habis dalam bentuk kaset dan CD sebanyak 750.000 kopi, dan menyusul sukses abum kedua, yang diberi judul "Sesuatu Yang Tertunda" dalam waktu 2 minggu saja habis 400.000 keping.

Sebenarnya apa rahasia dibalik kesuksesan band-band ini? Apakah yang mereka tampilkan sehingga benar-benar bisa mengguncang jiwa muda kita? Ada beberapa hal yang dapat kita lihat dari kisah sukses dua band hebat ini:

- kemampuan manajerial dan teknik pemasaran
- terbentuknya *image* akan musik yang bagus sebagai pengaruh penetrasi pasar melalui MTV dan musik pop manca negara.

Mafia Musik

Musik pada dasarnya sebuah karya estetik. Jika kita mau mengikuti langkah seni, maka kita akan menemukan seni sebagai suatu ekspresi jiwa senimannya. Dalam pengertian ini, seni akan menjadi sesuatu obyek kultur yang berkenaan dengan jiwa dan ekspresi seniman yang tertuang dalam nada, melodi, atau kalau ada syairnya. Lantas bagaimana dengan seni yang terobyektifikasi oleh mekanisme pasar? Apa jadinya jika ekspresi tersebut telah mendapat pengaturan sedemikian rupa yang mengikuti selera pasar?

Mungkin dari perspektif ini, kita bisa memahami bahwa musik pop adalah sebuah produk sosial yang membangkitkan emosi pendengarnya dan menciptakan perasaan identifikasi yang mengakibatkan pendengarnya memiliki perasaan akan keberterimaan dari sebuah komunitas sosial yang luas¹⁴. Akhirnya, musik pop merupakan bagian dari dasar konstruksi masyarakat modern. Bukan anak muda namanya kalau tidak mengenal Boyzone, WestLife, dan seterusnya. Bukan anak muda namanya jika tidak menonton film Ada Apa Dengan Cinta atau miniseri romantis *Meteor Garden*, menyenangi dan menyaksikan konser-konser Sheila on 7, dan seterusnya. Anak muda adalah segmentasi sosial yang luas, dan tiap individu akan merasa takut jika tidak merupakan bagian dari sistem sosial yang luas tersebut. Tiap individu akan berusaha untuk menjadi bagian sistem sosial yang luas. Namun yang menjadi pertanyaan adalah, apakah ada faktor



konspiratif untuk ini semua? Adakah sebuah cerita di balik penyeragaman kultural ini?

Band Musik Sheila On 7 bahkan mendapatkan Platinum Sony Music Malaysia, yang dianggap sebagai prestasi dari hasil turnya di negara jiran tersebut di 15 kota Malaysia. Fonogram Sheila On 7 laku sampai 37.500 kopi di Malaysia untuk penghargaan ini. Malaysia dengan sistem sosial dan budaya yang

berbeda ternyata masih harus mengakui Sheila On 7 sebagai garda musik pop yang *go international*¹⁵. Lagi-lagi kita curiga akan adanya subyek konspiratif yang menjadi mafia musik kita.

Sudah dijabarkan pada bagian pertama tulisan ini bahwa musik sebagai komoditas juga memiliki sistem yang memiliki analisis pasar dan pelaku pasar. Di Indonesia kita mengenal akan 5 perusahaan musik internasional yang juga

¹² Harian SUARA MERDEKA, 20 Agustus 2001.

¹³ MuMu no. 14/III, edisi 20 Desember 2000 – 9 Januari 2001.

¹⁴ Theodor Adorno, "On Popular Music", Cultural Studies, Prentice Hall, 1992.

¹⁵ [Http://www.mtv.com](http://www.mtv.com)

mengorbitkan artis dan band lokal, yakni BMG, Universal, EMI, Warner Music Indonesia dan Sony Entertainment. Perusahaan-perusahaan raksasa dunia ini begitu nikmatnya meraup 800 hingga 900 milyar Rupiah per tahun, dengan komposisi penjualan 40% musik manca negara dan 60% musik lokal¹⁶. Merekalah yang pada akhirnya menentukan apa yang kita sebut sebagai musik populer. Lebih menyeramkan lagi adalah bahwa mereka menjadi *trend-setter* proses identifikasi masyarakat pencinta musik dunia.

Apa yang populer di Eropah dan negara-negara maju? Era '90-an *booming* dengan R 'n B, musik yang bertemakan cinta anak muda, perasaan anak muda (borjuis) dengan segala suka dukanya, tentang pacar, pergaulan muda-mudi, jauh dari tematikal pemberontakan yang menjadi tema dasar musik '70-an. Pasca '90-an kita mengenal musik dengan tematikal yang sama namun dengan penyanyi-penyanyi seperti yang kita kenal dengan sebutan *boys-band* atau *girls band*.

Sebagai pemilik modal yang telah mengeluarkan uang banyak untuk musik dengan tipe seperti itu, maka strategi lokalnya pun harus disesuaikan dengan strategi internasionalnya. Band-band yang diterima dan diorbitkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut juga harus memiliki tipologi yang sama. Untuk ini, dengan contoh kasus Indonesia, Sheila On 7 dan Padi adalah hal yang paling tepat. Tematikal yang sama, gaya hidup yang ditunjukkan melalui lirik, tema dan video-klip kedua grup musik lokal di atas dipoles untuk tidak menjadi anti-tesis grup musik yang diorbitkan untuk skala internasional. Dalam hal ini tentu bisa kita pahami bagaimana Sheila On 7 mampu menembus pasar bahkan ke luar negeri. Tak pelak lagi, *trend setter* musik anak muda saat ini ada di tangan perusahaan multinasional musik dan jaringan televisi musik seperti MTV.

Psiko-musikologi kita

Lantas, apakah anak muda kita memang menyukai musik dengan tipologi seperti ini? Musik populer merupakan musik yang tersebar luas dengan berbagai sistem telekomunikasi yang ada, maka musik populer adalah salah satu pesannya. Secara psikologis, musik dapat saja merupakan salah satu fungsi mengendalikan emosionalitas¹⁷. Begitu mendengar lagu A oleh grup musik B, maka kita akan seolah dibawa kembali di masa ketika musik tersebut populer dan berhubung tematikal lagu tersebut adalah percintaan, maka kita akan teringat seseorang di masa itu yang menarik perhatian, dan seterusnya. Dengan kata lain, musik merupakan salah satu faktor yang penting dalam kondisi psikologis manusia.

Pada pemikiran lainnya, secara psikologis, musik dengan melodi, ritme, dan syair, merupakan sistem tanda kompleks (*symbolic*) yang mengisi kondisi kekosongan, yakni nafsu (*desire*). Dalam psikoanalisis Jacques Lacan¹⁸, kondisi "ketiadaan", "kekosongan", merupakan titik lahirnya nafsu atau keinginan. Karena kita merasa tidak ada tentang sesuatu obyek, maka kita menjadi bernafsu karenanya, dan untuk hal ini, tentu saja kita takkan pernah terpuaskan. Nafsu manusia tidak akan pernah terpuaskan, dan ia akan terus memiliki dinamika, sesuai proyeksi dan atraksi dari hal-hal simbolik yang ada di sekelilingnya.

Jika kita memandang musik pop sebagai sebuah *message* dari sistem telekomunikasi dan kita nikmati kehadirannya melalui alat-alat demikian, maka musik pop merupakan sebuah "benda" simbolik yang mengisi "kekosongan" individu yang menyukainya. Apa yang "kosong" dan bagaimana musik pop mengisinya?

¹⁶ PANTAU, edisi no. 017/II/September 2001

¹⁷ Tentu saja hal ini merupakan landasan pandangan behavioristik, lebih jauh lihat B.F.Skinner, *Beyond Freedom and Dignity*, Bantam, 1971.

¹⁸ Lebih lanjut baca, Jacques Lacan, *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. Trans. Alan Sheridan (New York: W. W. Norton, 1973).

Secara sederhana, musik pop memiliki unsur-unsur penanda seperti melodi, ritme, warna suara penyanyinya, lirik, wajah penyanyinya, dan visualisasi dalam bentuk video klipnya. Inilah sistem penanda yang cukup kompleks yang nantinya mengisi "kekosongan" psikologis pendengarnya. Pendisiplinan terus-menerus begitu *power on* televisi atau radio dinyalakan tentu saja akan memberikan faktor memaksa agar pendengar menjadi butuh akan sistem tanda kompleks yang diberikan oleh sistem penanda kompleks yang diberikan oleh lagu tersebut. Lebih jauh dalam terminologi Lacan, lagu atau musik pop menjadi sebuah konsep "*the other*" yang menjadi pusat sistem tanda, menjadi salah satu pemuas akan kekosongan yang melahirkan nafsu atau keinginan (*desire*).



Dalam perspektif ini, dapatlah kita pahami bagaimana sistem musik populer '70-an yang bernuansa pemberontakan memang memberikan nuansa pemberontakan pula di kalangan muda pada masa itu. Ada ruh ingin melawan keamanan sistem, bahkan dalam lirik cinta atau balada yang mereka bawakan. Namun yang menjadi sorotan kita saat ini adalah, bagaimana dengan musik kita sekarang ini, di dalam negeri?

Sebagai contoh kasus, kita akan menelaah lagu-lagu buah karya Padi. Bisa dikatakan bahwa dari segi lirik, maka semua tematikal lagu mereka bertemakan cinta anak muda, bahkan 4 dari 10 lagunya, bertemakan "keputusan" dan penyerahan diri kepada seseorang yang begitu dicintai. Hal ini merupakan tema sederhana yang (mungkin) mengangkat secara jujur realita percintaan anak muda nasional. Namun coba lihat lirik ini:

.....
 Semua tak sama, tak pernah sama
 Apa yang kusentuh, apa yang kukecup
 Sehangat pelukmu, selembut belaimu
 Tak ada satupun yang mampu menjadi sepertimu
 Apalah arti hidupku ini memapahku dalam ketiadaan
 Sgalanya luruh lemah tak bertumpu hanya bersandar pada dirimu
 Ku tak bisa (sungguh) tak bisa
 Mengganti dirimu dengan dirinya,

atau lirik ini:

.....
 Bayangkanlah bila aku tak lagi menjadi kekasihmu
 Bayangkanlah bila bumi tak mampu lagi berputar
 Bayangkanlah bila aku terpisah jauh darimu
 Bayangkanlah bila mentari tak mampu lagi menyinari dunia

Tentu saja artikel ini tidak hendak melakukan *character assassination* terhadap satu grup band tertentu, karena memang tipikal musik yang populer saat ini memiliki tipikal seperti ini.

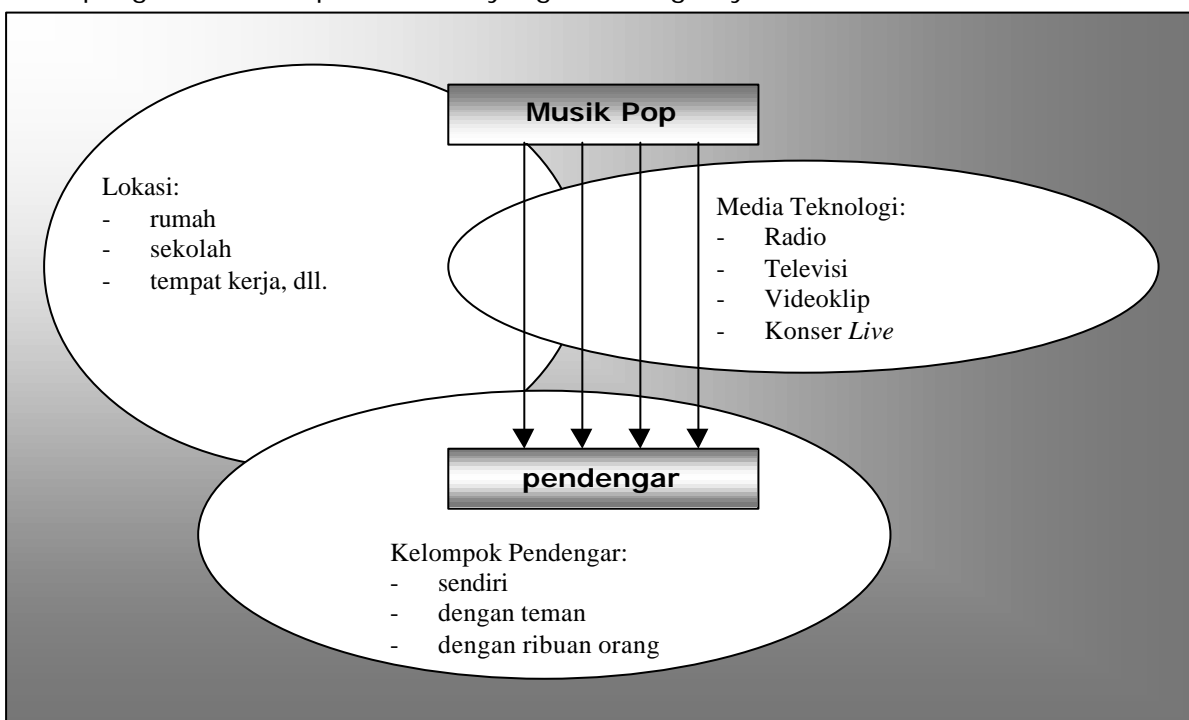
Dari segi tematikal, sebagaimana telah dicoba uraikan di bagian awal, tema lagu-lagu dari band lokal tidak boleh antagonistik terhadap *mainstream* musik pop internasional. Yang saat ini mengguncang dunia adalah *boys-band*, atau *girls-band* dengan balada-balada bertemakan cinta muda-mudi yang mungkin dalam pandangan sebagian orang terlalu cengeng dan terlalu mendayudayu. Di Indonesia, *boys-band* dengan tipologi yang berkembang di pasar internasional ternyata tidak populer. Yang ada adalah band-band mahasiswa

senbagaimana layaknya kita bahas di atas, seperti Padi atau Sheila on 7. Dan dari tematikal lagu, timbre, melodi, ritme, mereka membawakan musik yang ternyata tidak begitu jauh berbeda tipologinya dengan musik yang dibawakan *boys-band* internasional tadi.

Grup-grup band dalam negeri memang pada akhirnya mengekor sistem kultural yang sedang dibangun dengan arsitek sosiologinya entah di mana, yang pasti ada tangan-tangan Multinational Cooperations yang menjadi penentu band yang akan populer di dalam negeri, dengan segudang modal yang dimilikinya.

Yang ditawarkan musik pop kita (?)

Jadi, sekarang kita punya pertanyaan dilematis, kita memang suka musik seperti ini, atau kita dibikin dengan sistem rekayasa sosial ekonomi untuk menyukainya? Musik pop memiliki aspek personal, sosial, dan kultur hidup bagi pendengarnya. Aspek-aspek ini menjadi penentu (mau tak mau) dalam berbagai lingkungan sepanjang musik populer tadi dapat diakses, di rumah, sekolah, lingkungan pekerjaan, saat sendiri, dengan teman-teman, atau bahkan di antara ribuan penikmat musik pop lain saat konser, dan juga media yang digunakan seperti tape-radio, CD-player, MP3, televisi, atau penampilan *live*. Musik pop merupakan hal yang yang sangat ampuh dalam komunikasi intersimbolik dalam mempengaruhi kehidupan mereka yang mendengarnya¹⁹.



Dari tematikal, melodi, penampilan, timbre, yang ditampilkan oleh musik populer muda kita saat ini, maka dapat kita bayangkan betapa banalnya pola pandang anak-anak kandung musik pop ini. Konsep idealnya sangat pribadi, terkurung dalam hasrat pribadi, dan inter-relasinya dengan lawan jenis yang disukainya. Inilah peta anak gaul kita saat ini. Kita tentu tidak akan mengharapkan apa yang kita harapkan dari pergolakan pemikiran Jim Morrison, Pink Floyd, kontemplasi psikodelik The Beatles, dari pola anak muda yang dibesarkan dengan musik seperti yang ada sekarang.

Yang menyedihkan adalah kita harus berjaga-jaga terhadap kemungkinan faktor konspiratif yang terjadi mengingat peluang bisnis yang memang luar biasa besar. Apa yang bisa kita lakukan? Di kiri dan kanan kita histeris dengan pola musik seperti itu, karena memang telah dibuat seperti itu. Televisi, sistem

¹⁹ *Popular Music and Communications*, 1987, Sage Publications, Newbury Park.

telekomunikasi memang tidak akan pernah menjadi milik publik, ia hanya jadi tempat penetrasi pasar model baru, pasar global dengan sejuta produk dijual di sana, termasuk musik yang tadinya ekspresi diri dan pancaran seni.

Bisa kita bayangkan, betapa generasi muda kita jauh dari kemampuan analitik dan kritis, bahkan kehilangan daya kreasi cipta, karena memang adanya faktor uniformisasi. Lebih jauh lagi, kondisi ini bukannya tak signifikan terhadap kondisi kaum muda kita yang jauh dari kontemplasi terhadap kehidupan sosial masyarakat kita yang membutuhkan tangan-tangan muda untuk membenahinya dengan segala kompleksitas permasalahannya. Anak-anak muda kita akan nampak asyik bergandengan tangan dengan iringan musik mendayu-dayu di *walkman*-nya seolah tiada permasalahan di mana ia tinggal. Mereka *bak* tinggal di Beverly Hills, di jalan-jalan mewah di Kensington dengan vitalitas yang melempem....

Bandung, 24 Mei 2002

MUSIK DAN ANAK MUDA

Musik dan Masyarakatnya

Apalah yang bisa dilihat dari sebuah musik yang populer pada suatu masa. Ludwig van Beethoven, Wolfgang Amadeus Mozart, dan sederet nama-nama lain yang kita kenal adalah mereka yang pernah berjaya dengan musik jenis kamar, musik yang dinikmati dengan menyaksikan permainannya di panggung atau bahkan hanya dengan membaca partiturnya. Orang-orang hebat ini tidak terkenal karena seringnya musiknya diputar di radio siaran atau televisi yang menayangkan videoklipnya. Mereka terkenal (hingga sekarang) karena memang kemampuan musikal pada masa itu sangat esoterik, bahkan cenderung tertutup dalam pola pedagogi keluarga. Belum lagi alat-alat musik yang digunakan memang mahal secara intrinsik, piano, organ, biola, dan seterusnya, plus cara memainkannya yang memang perlu *treatment* dan *exercise* khusus.

Namun itu adalah cerita zaman klasik, zaman di mana informasi dan kenikmatan dengan memiliki informasi hanya dimiliki oleh segelintir orang berduit. Masa di mana seni benar-benar milik mereka yang berada di tingkat ekonomi papan menengah ke atas. Musik dalam hal ini merupakan musik dalam lingkaran borjuis dan ini pun merupakan sebuah fenomena di Eropah, pada masa abad pertengahan dan menjelang Renaissance.

Di beberapa tempat di belahan nusantara, musik ternyata cenderung terbagi dua secara garis besar. Ada musik adat yang memang memiliki pola dan aturan yang formal yang dimainkan biasanya di depan kepala suku, kepala negeri, atau pejabat yang menjadi pemimpin komunitas suku tersebut. Di sisi lain, terdapat pula musik-musik non-formal yang berkembang di tengah-tengah masyarakat. Kita mengenal berbagai musik daerah yang menyanyikan tentang suka-duka berpacaran hingga perjuangan membela tanah air dari cengkeraman penjajah. Semua ini merupakan musik dalam tataran siaran yang sempit, dengan kata lain, ia berkembang dari mulut ke mulut, tidak melalui sebuah perangkat sistem telekomunikasi yang membawa pesan untuk mempopulerkan musik tersebut. Artinya, musik-musik tersebut cenderung berkembang secara tertutup sesuai kebutuhan, seringkali pencipta lagu-lagu rakyat tersebut tidak diketahui penciptanya, karena memang penciptanya menjadi tidak penting, semenjak isi lagu telah sedemikian membumi.

Musik adalah sebuah hasil budi daya manusia. Musik adalah sebuah makro-kode di mana di dalamnya terakumulasi begitu banyak sistem tanda. Seringkali musik itu memberikan pengaruh bagi suasana orang-orang yang berkumpul dalam solidaritas tertentu. Itulah akibatnya dikenal musik yang senang, sedih, dan seterusnya, bahkan hingga tidak ada sebuah negara pun di dunia yang tak memiliki bunyi-bunyian yang dideklarasikannya sebagai lagu kebangsaan.

Musik dari suatu daerah – sebagaimana bahasanya, sistem religinya, dan seterusnya – juga memberikan cermin dari masyarakat tempat si musik berasal. Jika musik masyarakat primitif dapat kita curigai sebagai hasil budi daya yang arbitrer, maka musik pada masa sekarang ini, tentu tak sesederhana itu. Inilah yang sekarang hendak dibahas, bagaimana hubungan dan kaitan pola pikir anak muda kita dengan musik yang sedang populer pada masa mudanya tersebut.

Karena memang, musik pop adalah musiknya anak muda, sehingga hanya mereka yang berjiwa mudalah yang dapat menikmati musik pop tersebut.

Wajah Anak Muda Kita & Musiknya

Anak muda kita sekarang ini tentu saja sangat berbeda dengan anak muda pada masa '70-an misalnya, atau bahkan mungkin '80-an. Terdapat berbagai pola budaya yang sangat berbeda. Satu hal yang sama antara musik pada tiga dekade terakhir ini adalah bahwa musik menyebar secara luas melalui siaran telekomunikasi. Jika menurut McLuhan, media penyebaran juga adalah pesannya²⁰, maka kita telah memasuki sebuah pola baru estetika dalam hal musik, yakni musik dengan televisi dan radio siaran. Sub-kultur menonton televisi merupakan sebuah pesan (baca: *message*) yang di dalamnya ia juga membawa *message* lainnya, sebuah bentuk karya estetika yang bertransmutasi menjadi daya konsumeristik karena memang media tersebut dikuasai oleh pemilik modal dan industri maju.

Katakanlah kondisi sub-kultur tadi sama untuk beberapa generasi. Tiap generasi (dapat dikatakan dekade) ternyata memiliki pola musik populer yang berbeda-beda. Musik yang lahir tahun '70-an akan berbeda sekali dengan musik yang lahir tahun '80-an dan yang sekarang. Adakah perbedaan pola, baik dari segi *performance* maupun tematikal ini, membawa juga perubahan tipikal anak muda kita?

Kita perhatikan aktivitas anak muda (yang terkonsentrasi di kampus-kampus) pada masa '70-an begitu bergelora dengan aksi-aksi kebebasannya. Hal ini mungkin juga di-inisiasi dengan aksi mahasiswa 1968 di Perancis. Pada masa ini pula lahir gerakan lingkungan hidup internasional, *GreenPeace*, dan pada masa ini pula perang sedang berkecamuk dan anak-anak muda itu menolak berperang. Pendeknya, secara sikap mereka menolak *cultural-mainstream* yang ada. Dan musik yang populer pada masa ini, juga adalah musik yang bertemakan demikian. Musik yang bahkan pola musiknya menolak komposisi musik tradisional. Ada suatu penolakan namun berupaya mencari argumentasi terhadap penolakannya itu. Tak jarang artis-artis zaman ini terkesan sangat ideologis.

Namun yang dilakukan oleh perusahaan rekaman dengan ideologi kapitalistik adalah dengan membiayai segala proses rekaman, *tour*, dari musik ini, seolah ia tak peduli terhadap segala pesan pemberontakan yang hadir di dalamnya. Akibatnya adalah adanya polarisasi di kalangan seniman musik tersebut. Polarisasi ini semakin lama semakin besar tatkala lahir musik *underground* yang menolak sistem distribusi kaset rekaman mereka melalui metode kapitalistik. Grup musik *underground* ini memang terkesan sangat ideologis, namun seringkali tertutup di lingkungan tertentu, bagaikan komunitas hippies namun dalam bentuk sub-kultur urban.

Sekarang, perusahaan rekaman telah menjadi *multinational corporations* (MNC) dengan jaringan telekomunikasi yang meraksasa. Bagaimanakah tipologi musik dan anak muda Indonesia saat ini? Jika musik populer internasional saat ini terlihat sangat mengutamakan lirik dan penampilan dalam video-klip, maka yang populer adalah bentuk-bentuk grup musik *boys-band* dengan tematikal yang sarat suka-duka cinta asmara anak muda. Bisa dikatakan musik populer saat ini jauh dari bentuk aksi protes ideologis terhadap kondisi kultur *mainstream* yang ada. Beberapa ada memang yang berupaya mengajak pendengarnya berfikir, namun papan atas musik dunia, benar-benar tidak berpihak pada mereka.

Musik populer dalam negeri performanya masih seperti band Eropah zaman '80-an, mereka masih mempertontonkan kemampuan gitar, bass, atau drum mereka, namun tak dapat disangkal bahwa tema yang mereka bawa tak jauh berbeda dengan tema yang dibawa oleh grup band internasional tadi: seputar masalah cinta asmara remaja. Hal ini memberikan dampak yang ternyata agak serius dan reversibel dengan kondisi anak muda kita.

²⁰ McLuhan, Marshall & Quentin Fiore, *The Medium is the Massage*. New York: Bantam, 1967

Anak muda kita sekarang adalah anak kandung dari generasi korup yang mengecap sistem sosial budaya yang sangat bobrok secara struktural maupun kultural. Ia berada di antara berbagai mitos yang diterbitkan oleh penguasa otoriter yang baru saja tumbang, tentang kejahatan politik, kiri, dan sebagainya. Akibatnya, anak muda enggan berfikir tentang hal-hal itu, seringkali pemikiran dan kontemplasi dianggap tidak pop dan tidak gaul, apalagi dengan berbagai alternatif hiburan yang memang menjanjikan sekaligus memberikan status sosial bagi mereka. Kehebatan budaya pop adalah bahwa ia dapat mensedimentasikan pasar, artinya, individu yang tidak mengikutinya dapat merasa tersisih dari orang kebanyakan.

Lebih jauh lagi adalah rezim yang baru membiarkan banyak sekali televisi swasta, yang berlomba-lomba meraup pemirsa untuk mengejar target iklan. Akibatnya adalah hiburan semakin banyak, hiburan yang mengalienasi permasalahan sebenarnya masyarakat. Hiburan yang memberikan realitas baru sejenak melupakan permasalahannya yang tak akan pernah kunjung selesai. Realitas yang menawarkan informasi secara membludak (bahkan hingga *catastrophe*) dan menjadikan kognisi banal di antara individu-individu yang merasa dirinya urban dan modern ini.

Generasi yang dihasilkan oleh popularisme obyek kultur yang ada sekarang adalah popularisme yang menghanyutkan, menjadikan anak muda terdiam dan bisu, dan lebih tertarik kepada realitas lain yang memberikan "seolah" peran baginya.

Sebuah daya yang memiliki kekuatan ekonomi sangat besar telah mengatur dan merancang masyarakat muda dunia. Sebuah kekuatan yang jauh lebih kuat daripada selaksa guru-guru dan pembinaan mental. Sebuah kekuatan yang hanya dapat dilihat dari gejalanya di dalam pasar dan sistem finansial, sementara untuk melihat sisi ini anak muda sudah malas karena tingkat kerumitannya dan alternatif lain yang lebih sederhana dan mudah. Sebuah daya yang mengubah ekspresi menjadi energi konsumeristik. Sebuah daya yang pelan tapi pasti menghisap kita di semua lini, ekonomi, politik, sosial, dan ini budaya, agar tetap berada di belakang....

Bandung, 25 Mei 2002