

INDUSTRIALISASI MUSIK POP BALI: IDEOLOGI, KEPENTINGAN, DAN PRAKTIKNYA

Ni Wayan Ardini

Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Denpasar

Email: armd_2011@yahoo.co.id

ABSTRAK

Musik pop Bali mengalami industrialisasi sejak dasa warsa 1990-an ketika perkembangan teknologi, system ekonomi, dan budaya music baru mendorong secara massif kelahiran studio-studio rekam, musisi-musisi, dan produk-produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk industrialisasi musik pop Bali di wilayah Provinsi Bali; ideologi dan kepentingan yang bekerja di dalamnya; dan praktik pergulatan maknanya secara ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan, sepanjangduasetengahdasawarsaini, industrialisasi musik pop Bali berlangsung dalam bentuk produksi, distribusi, dan konsumsinya di wilayah Provinsi Bali akibat adanya jalinan kekuasaan budaya, kekuasaan kapital, dan kekuasaan media. Secara musikalitas, musik pop Bali cenderung semakin tidak Bali dalam tangga nada, lirik/syair, gaya penyajian, dan alat musik. Beragam *genre* dan nuansa musik pop Bali diproduksi padahal sebenarnya bersifat standar. Di dalamnya, kapitalisme secara halus berhasil mengendalikan ideologi-ideologi lainnya, yakni popisme, politik budaya lokal, dan kulturalisme. Tercipta kesadaran palsu bahwa musik pop Bali merupakan kebutuhan masyarakat dan demi pelestarian kebudayaan Bali. Banyaknya pihak yang terlibat memunculkan pergulatan antarpihak tersebut, yakni artikulasi yang berbeda-beda atas makna-makna yang ada untuk kepentingannya masing-masing.

Kata kunci: industrialisasi, musik pop Bali, ideologi, kepentingan, praktik.

ABSTRACT

Balinese pop music has got industrialized at the decade of 1970's since the technological progress, economic system, and new musical culture massively drove to the born of related recording studios, musicians, and products. This study is to comprehend the form of industrialization of Balinese pop music in Bali Province; the ideologies and interests that work behind; and the practice of meaning struggles among all parties engaged economically, socially, culturally, and politically. Data collecting covers techniques of interview, observation, and document studies. The result of study shows that for more than the Balinese pop music industrialization have been occurring in the forms of production, distribution, and consumption in all areas of Bali Province because of the system of cultural power, capital power, and media power. In the musicality aspects, the Balines pop music tends to lose their balineses in their tone scales, lyrics, performance styles, and instruments. For the sake of market, various musical genre and nuance are created although, in fact, they are standard. In the industrialization, capitalism ideology can smoothly control other ideologies, such as popism, politics of local culture, and culturalism. A false consciousness, that Balinese pop music is the need of the society and for the conservation of the Balinese culture, is constructed. So many parties involved in it, so that there are struggles among them, i.e. different articulations towards meaning for the interests they have.

Keywords: industrialization, Balinese pop music, ideology, interest, practice.

PENDAHULUAN

Sejarah musik pop Bali tercatat sejak rekaman pertama yang dilakukan Band Putra Dewata pimpinan Anak Agung Made Cakra pada tahun 1970 dengan album/lagu "Kusir Dokar" yang pada tahun 1976 mencapai puncak popularitasnya di seluruh Bali. Pada dasawarsa 1980-an muncul modernisasi musik pop Bali lewat Yong Sagita dan beberapa musisi yang lain dengan adanya pergeseran ke tangga nada diatonik dan tema-tema kritik sosial. Melalui dukungan teknologi, sistem ekonomi, dan budaya musik baru dalam masyarakat sebagaimana disinggung Frith (1988; 2006), musik pop Bali mengalami industrialisasi pada dasawarsa 1990-an dengan banyaknya bermunculan studio rekam dan musisi serta masifnya peredaran produk-produk terkait yang menandai dimulainya era digital, yakni CD (*compact disc*), yang mendampingi produk kaset, di mana Widi Widiana dengan tema cinta dan nuansa Mandarinnya tampil sebagai ikon.

Di era reformasi (sejak 1998), musik pop Bali secara politik semakin mendapat ruang dengan berlakunya desentralisasi melalui otonomi daerah (dasawarsa 2000-an) yang mendukung keberadaan seni-budaya lokal, termasuk musik pop Bali itu sendiri. Bahkan bidang musik semakin mendapat tempat dengan pencanangan 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif dan bahkan ekonomi kreatif dilegitimasi dengan keberadaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Kabinet Indonesia Bersatu (KIB) II (pemerintahan SBY-Boediono). Musik pop Bali tidak hanya mengandung konteks-konteks sosial dan seni-budaya tetapi juga politik. Menurut Street (1986: 23), politik musik (*politics of music*) merupakan paduan dari kebijakan negara, praktik bisnis, pilihan artistik, dan respons khalayak.

Sebagai persoalan yang banyak berlutut di ranah ekonomi, industrialisasi musik pop Bali secara *common sense* seperti tanpa masalah karena di permukaan tampak diterima begitu saja (*given*) oleh masyarakat. Industrialisasi tersebut seolah-olah hanya menyangkut hubungan sederhana antara musisi (penyanyi/pencipta lagu/pemain musik) dan masyarakat konsumen/penikmatnya saja. Baik musisi yang bekerja untuk pemilik modal maupun masyarakat

yang menjadi objek konsumsi produk musik tersebut tidak menyadari mereka berada dalam kontrol kapital. Karenanya, seakan-akan bahwa industrialisasi musik pop Bali hanya merupakan persoalan pelestarian dan pengembangan kebudayaan Bali.

Kecenderungan globalisasi/modernisasi juga menyebabkan permasalahan tertentu dalam entitas musik pop Bali yang telah dianggap sebagai bagian dari seni-budaya (kebudayaan) Bali. Idealnya berlangsung paduan yang proporsional dalam kreasi musik pop Bali antara globalitas/modernitas dan lokalitas/tradisionalitas tetapi yang terjadi adalah pergeseran-pergeseran di mana musik tersebut semakin kehilangan aspek-aspek lokal/tradisionalnya. Globalitas/modernitas di sini mencakup segi-segi teknologisasi dan ekonomisasi musik pop Bali sedangkan lokalitas adalah keberadaan budaya dan tradisi Bali (termasuk pendukungnya), yang terlihat dalam sistem tangga nada, alat musik, bahasa syair/lirik, dan kemasan produk musik pop Bali.

Industrialisasi musik pop Bali, sebagai bagian dari industrialisasi budaya pop, dalam konteks teoretisnya, memiliki permasalahan inherennya dalam hal asal muasal dan pemasarannya kepada masyarakat yang merupakan sumber budaya tersebut. Pakar budaya pop John Fiske (2011: 25) dalam *Understanding Popular Culture* menyatakan bahwa budaya populer dalam masyarakat industri berkontradiksi dengan sumbernya. Di satu pihak, budaya tersebut diindustrialisasi, komoditas-komoditasnya dihasilkan dan didistribusikan oleh industri yang dimotivasi oleh keuntungan yang hanya mengikuti kepentingan-kepentingan ekonominya sendiri, tetapi di pihak lain, budaya tersebut adalah budaya masyarakat. Untuk dikategorikan ke dalam budaya populer, suatu komoditas juga harus membawa kepentingan-kepentingan masyarakat.

Pertautan budaya, ekonomi, dan politik (masyarakat, industri terkait, dan pemerintah) bidang musik pop Bali yang di dalamnya berlangsung jalinan kekuasaan budaya (estetik-musikal), kekuasaan kapital, dan kekuasaan media, membuktikan pentingnya penelitian berparadigma kritis bertema industrialisasi musik pop Bali. Dengan berkembangnya globalisasi di segala

bidang kehidupan melalui sasaran subjek dan objek penelitian yang relatif kompleks dengan mengurai ideologi, kepentingan, dan praktik pergulatan makna industrialisasi musik pop Bali, penelitian ini bermetode kualitatif dengan menerapkan secara eklektik teori-teori kritis (*critical theories*) yang menjadi ciri kajian budaya (*cultural studies*).

Istilah *industrialisasi musik* sendiri berasal dari Simon Frith dalam "The Industrialization of Music" (1988) dan "The Industrialization of Popular Music" (2006). Menurut Frith (1988; 2006), musik merupakan suatu produk dari proses-proses historis yang ditentukan oleh pengaruh perubahan teknologi, aspek-aspek perekonomian, dan adanya budaya musik baru. Sejumlah konsep ke-musik-pop-an dipinjam dari karya Dieter Mack *Apresiasi Musik: Musik Populer* (1995), seperti musik pop (*pop music*) yang membedakannya dengan musik populer (*popular music*). Musik pop adalah bagian dari musik populer.

Terkait ketimpangan yang diakibatkan terlalu bekerjanya kapitalisme dalam industrialisasi musik di Indonesia, seperti halnya yang terjadi dalam industrialisasi musik pop Bali, studi "Copyright, Panopticon dan ISA: Hak Cipta dan Kesadaran Palsu dalam Industri Musik Indonesia" dari Yuka Dian Narendra, Yunoke Rahma Andayani, dan Ispawati Asri (2015) menunjukkan ketidakadilan sistem bagi hasil antara seniman (musisi) dan industri (pemilik modal) di Indonesia. Dengan kapitalistiknya keadaan bisnis musik di Indonesia, musisi ada dalam posisi dikuasai pemilik modal.

Industrialisasi musik pop Bali adalah fenomena berkembangnya bisnis (industri-industri) musik pop Bali berskala relatif besar sejak dasawarsa 1990-an melalui produksi, distribusi, dan konsumsi. Produksi merupakan pengagasan, perencanaan, dan pembuatan produk. Distribusi meliputi promosi, penjualan, dan penyebaran produk. Konsumsi mencakup penggunaan dan penikmatan oleh konsumen setelah produk terbeli.

Penelitian ini signifikan dilakukan dalam konteks emansipasi para pelaku industri dan/atau budaya dalam industrialisasi musik pop Bali mengingat, seperti dimaksudkan oleh tokoh *cultural studies* Stuart Hall, kajian budaya menekankan

pentingnya perubahan dan representasi dari dan untuk kelompok-kelompok sosial yang terpinggirkan (Barker, 2005: 6). Salah satu kekhasan kajian budaya dalam menelisik konsep budaya adalah tekanan yang diberikan pada perlintasan dan perpotongan antara kekuasaan dan makna dengan visi jauh ke depan untuk mempromosikan perubahan sosial sekaligus meningkatkan "kondisi hidup manusia" (Barker, 2014: 64). Kajian budaya membutuhkan perubahan sosial demi kehidupan yang lebih baik melalui emansipasi. Emansipasi dalam hal ini dimaksudkan sebagai upaya melakukan pemberdayaan kepada kelompok-kelompok sosial yang terpinggirkan dalam industrialisasi musik pop Bali, baik emansipasi yang dilakukannya sendiri akibat tindakan peneliti maupun emansipasi yang secara langsung peneliti lakukan terhadap mereka.

Permasalahan penelitian ini dirumuskan ke dalam tiga pertanyaan yang saling berkaitan berikut. (1) Bagaimana bentuk industrialisasi musik pop Bali di wilayah Provinsi Bali yang dihasilkan oleh jalinan kekuasaan budaya, kapital, dan media?(2) Ideologi dan kepentingan apa yang bekerja dalam industrialisasi musik pop Bali di wilayah Provinsi Bali?(3) Bagaimana praktik pergulatan makna industrialisasi musik pop Bali di wilayah Provinsi Bali secara ekonomi, sosial, budaya, dan politik di antara pihak-pihak yang terlibat?

Beberapa teori digunakan secara eklektik. Teori Musik Pop (Theodor Adorno) memandang, standarisasi musik pop terjadi karena sekali berhasil dibuat, suatu pola musik/lirik akan dieksploitas untuk tujuan komersial (Adorno, 1948: 120). Individualisasi semu pun dilakukan untuk menutupi standarisasi tersebut. Musik pop menciptakan pendengar pasif dan berlaku sebagai perekat sosial (Adorno dalam Storey, 2004: 155-156).

Teori Budaya Pop (John Storey) mencatat, budaya pop berciri disukai orang; jenis kerja rendah; menyenangkan orang; dan dibuat untuk diri sendiri (masyarakat); merupakan budaya sisa/residu; merupakan "budaya massa"; berasal dari "rakyat"; mengandung hegemoni; dan merupakan pemikiran postmodernisme yang menentang perbedaan antara budaya tinggi dan budaya pop (Storey, 2004: 10-25).

Teori Relasi Kekuasaan/ Pengetahuan (Michael Foucault) menunjukkan, kekuasaan dan kepentingan-kepentingannya menciptakan pengetahuan dan ideology (Foucault, 1977: 27-28). Di balik pengetahuan dan ideologi, selalu terdapat kekuasaan.

Teori Praktik (Pierre Bourdieu) meyakini, subjek / masyarakat (sebagai agensi/"bawah") terlibat aktif bernegosiasi dengan struktur objektif ("atas") dalam mengonstruksi kebudayaannya. Praktik (kebudayaan) berproses melalui habitus karena ia merupakan ranah/*field* (Harker, dkk., 2005: 130) pergulatan kekuasaan berdasarkan modal (ekonomi, budaya, simbolik) yang ada (Harker, dkk., 2005: 276).

Tidak ditemukan penelitian industrialisasi musik pop Bali, yang menyangkut ideologi, kepentingan, dan praktiknya, baik secara ontologis dan epistemologis maupun secara aksiologis. Itulah sebabnya, penelitian ini relevan dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara mendalam persoalan budaya pop dalam industrialisasi musik pop Bali di wilayah Provinsi Bali. Hal tersebut dianalisis secara kritis sehingga bias diuraikan ideology dan kepentingan yang bekerja di samping praktik pergulatan makna terkait dengan kompleksnya permasalahan yang ada dan banyaknya pihak yang terlibat. Sebagai sebuah kajian budaya, sasarannya adalah upaya emansipasi bagi kelompok-kelompok terpinggirkan di dalamnya. Untuk itu, tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk industrialisasi musik pop Bali; ideologi dan kepentingan yang bekerja di dalamnya; dan praktik pergulatan maknanya secara ekonomi, sosial, budaya, dan politik di antara pihak-pihak yang terlibat.

Hasil penelitian ini bermanfaat secara teoretis untuk mengembangkan wawasan keilmuan kajian budaya (*cultural studies*) tentang industrialisasi budaya pop di daerah, dalam hal ini musik pop Bali. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah bagi perkembangan kajian budaya dan berbagai disiplin ilmu lain yang terkait.

Secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah, kalangan swasta, dan masyarakat. Bagi pemerintah/negara, penelitian ini bermanfaat

sebagai bahan pembuatan kebijakan (*policy*) kebudayaan, khususnya kesenian, terutama seni musik daerah Bali, dalam hal ini musik pop Bali. Bagi kalangan pengusaha/swasta (pelaku industri musik pop Bali), baik pemilik modal maupun musisi, penelitian ini bermanfaat menjaga keberlangsungan industrialisasi musik pop yang menguntungkan secara ekonomi sembari mengembangkan budaya daerah yang menjadi isi (*content*) musik pop Bali. Khusus bagi musisi pop Bali, penelitian ini bermanfaat bagi proses pemberdayaannya dalam konteks industrialisasi sehingga mereka bisa memainkan peran yang lebih signifikan di dalamnya, termasuk dalam sistem bagi hasil dengan pemilik modal. Bagi masyarakat, penelitian ini bermanfaat memberikan pemahaman bahwa kebudayaan daerah mereka harus tetap hidup dalam proses globalisasi saat ini di samping memiliki kesadaran kritis bahwa mereka bukan semata-mata objek/sasaran konsumsi dalam proses industrialisasi musik pop Bali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berada di lingkup keilmuan *cultural studies* yang secara epistemologis berkarakteristik post-/inter-/multidisipliner, eklektik, dan kritis. Sebagai penelitian kualitatif (*qualitative research*), datanya terutama bersifat kualitatif.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Provinsi Bali yang menjadi lokus masyarakat dan kebudayaan Bali. Peneliti sendiri merupakan instrumen utama. Informan ditentukan secara purposif yang meliputi kalangan pemilik modal (produser, pemilik studio rekam), *event organizer*, musisi (pencipta lagu, *arranger*, penyanyi, pemain musik), konsumen/-penikmat, jaringan distribusi (toko, *outlet*, lapak), media (cetak, audio, dan audio-visual), seniman/-budayawan, dan pemerintah.

Wawancara, dokumentasi, dan pengamatan dilakukan dalam pengumpulan data penelitian ini. Analisis datanya bersifat kualitatif (*qualitative data analysis*), yang menurut Wuisman (1996: 300), merupakan metode pemadatan data dengan mengembangkan taksonomi, sistem klasifikasi deskriptif atau klasifikasi kronologis yang mencakup jumlah keterangan yang terkumpulkan dan menunjukkan keterkaitannya secara

sistematis. Untuk itu, langkah-langkahnya (Miles dan Huberman, 1992: 15-19) adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian disajikan secara deskriptif dengan teknik informal yang didukung teknik formal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Industrialisasi Musik Pop Bali yang Dihasilkan Jaringan Kekuasaan Budaya, Kapital, dan Media

Sejak dasawarsa 1990-an industrialisasi musik pop Bali, sebagai bagian dari bisnis budaya pop, berbentuk produksi, distribusi, dan konsumsi di wilayah Provinsi Bali. Terdapat tiga kekuasaan yang saling bekerja sama di dalamnya. Kekuasaan budaya berupa bakat/keahlian estetik-musikal musisi pop Bali yang merupakan bagian dari masyarakat Bali. Kekuasaan kapital berupa sumber daya uang, yaitu pemilik modal, merupakan pemroses produksi musik pop Bali. Kekuasaan media, yakni media massa, terutama audio dan audio-visual (televisi), yang berfungsi mendukung distribusinya.

Industrialisasi musik pop Bali, sesuai pandangan Frith (1988; 2006), dimungkinkan oleh adanya perkembangan teknologi, sistem ekonomi, dan budaya musik baru dalam masyarakat. Produksi musik pop Bali terkait dengan penggunaan teknologi digital yang secara perlahan menggantikan teknologi analog. Distribusinya berhubungan dengan strategi ekonomi pemilik modal, terutama yang menggunakan jasa dukungan televisi. Konsumsinya bersangkutan dengan adanya budaya musik baru dalam masyarakat.

Bentuk industrialisasi musik pop Bali dianalisis dengan Teori Musik Pop Theodor Adorno (Adorno, 1948: 120) dan dalam Storey (2004: 155-156) dan Teori Budaya Pop John Storey (2004: 10-25).

(1) Produksi, Kekuasaan Budaya, dan Kekuasaan Kapital dalam Industrialisasi Musik Pop Bali

Produksi dalam industrialisasi musik pop Bali diciptakan kekuasaan budaya (musisi) dan kekuasaan kapital (pemilik modal). Musisi memberikan *input* musikal dan pemilik modal (produser/pemilik studio rekam) memrosesnya untuk menjadi *output* (produk). Teknologi produksi musik pop Bali

berkembang dari sistem analog ke digital. Muncul produk berupa kaset yang perlahan-lahan tergantikan *compact disc* (VCD/DVD) (dasawarsa 1990-an), MP3 (dasawarsa 2000-an), di samping *ringback tone* (RBT), *bluetooth*, dan internet (*online/daring*) (dasawarsa 2010-an). Widi Widiana, Lolot, [XXX], Bayu KW, Agung Wirasutha, Dek Ulik, Raka Sidan, Krisna Purpa, dan KIS Band menjadi artis-artis bintang. Ironisnya, sejak dasawarsa 2000-an, teknologi pembajakan berkembang yang menyebabkan permasalahan dinamika musik pop Bali di Bali.

Selain biasa/konvensional, musik pop Bali kreatif berkembang tetapi elemen-elemen kebaliannya berkurang dalam tangga nada, bahasa lirik/syair, penyajian musik, dan alat musiknya. Meskipun dikreasikan ke dalam berbagai nuansa (Mandarin, Banyuwangi/Jawa Timur, Jawa Tengah, Sunda, India, dan Barat) dan/atau genre (rock, rap, reggae, disco), hal ini, sesuai Teori Musik Pop Adorno (Storey, 2004: 155-156), musik pop adalah standarisasi (*standardization*) yang pembedaannya merupakan individualisasi semu (*pseudo-differentiation*) demi tetap lakunya produk-produk yang ditawarkan.

(2) Distribusi dan Kekuasaan Media dalam Industrialisasi Musik Pop Bali

Produser/pemilik studio rekam sebagai pusat kekuasaan melakukan fungsi distribusi produk-produk musik pop Bali. Distribusi konvensional dilakukan dengan cara distribusi langsung di mana produser/pemilik studio rekam menjual langsung kepada pembeli dan calon pembeli. Distribusi tidak langsung dilakukannya melalui kerja sama dengan toko-toko, *outlet-outlet*, dan lapak-lapak musik.

Gaya distribusi yang menjadi kecenderungan pemasaran musikal saat ini, dilakukan dengan dukungan kekuasaan media, khususnya media elektronik, yakni radio (sejak dasawarsa 1990-an dan bahkan sebelumnya) dan televisi (sejak tahun 2002). Radio dan terutama televisi mempromosikan, menyosialisasikan, dan bahkan menseduksi (membujuk rayu) dan memasarkan produk-produk terkait. Selain radio-radio swasta seperti AR, Gema Merdeka, Genta Swara Sakti, RRI Program 4 Budaya, dsb, Bali TV

(berdiri tahun 2002) berperan besar dalam industrialisasi musik pop Bali sampai saat ini. Bali TV adalah simbol pengembangan dan pelestarian seni-budaya Bali, termasuk musik pop Bali. Berkat Bali TV yang mengandalkan "Klip Bali", "Tembang Bali" (100% lokal), dan "Samatra Artis Bali", musik pop Bali digandrungi para remaja, dewasa, dan orang tua, tidak hanya di perkotaan tetapi menyebar hingga ke desa-desa di Bali. Peran televisi-televisi lainnya bagi industrialisasi musik pop Bali di Bali tidak sebesar Bali TV.

(3) Konsumsi dan Konsumen dalam Industrialisasi Musik Pop Bali

Produksi dan distribusi musik pop Bali memungkinkan berlangsungnya konsumsi secara masif dalam masyarakat Bali. Produksi, distribusi, dan konsumsi dalam industrialisasi musik pop Bali tidak hanya searah (linear) tetapi saling memengaruhi. Kenyataannya, konsumsi musik pop Bali pun mendorong terjadinya produksi dan distribusi karena pemilik modal, dengan naluri bisnisnya, bekerja demi (kebutuhan dan keinginan) pasar (*market*).

Industrialisasi musik pop Bali melalui standarisasi (sebagaimana dinyatakan Teori Musik Pop Adorno) mampu menciptakan banyak konsumen, terutama konsumen pasif, di mana musik menjadi perekat sosial di antara mereka. Dalam kategorisasi Hall (Storey, 2006: 14), konsumen pasif adalah pendengar terhegemoni/terdominasi. Hasil penelitian ini juga menunjukkan, selain pasif, terdapat konsumen aktif, yang dalam kategorisasi Hall merupakan pendengar ternegosiasi dan pendengar oposisional. Pendengar oposisional digolongkan pendengar ahli (*expert listener*) tetapi jumlahnya terbatas.

Konsumen musik pop Bali kebanyakan berasal dari kelompok sosial-ekonomi menengah ke bawah. Status tersebut memengaruhi cara mereka membeli, mengonsumsi, dan menikmati musik pop Bali. Dengan belum tertanganinya pembajakan secara tuntas, mereka memilih membeli produk-produk terkait secara sembarangan (bajakan) daripada yang asli yang harganya relatif jauh lebih mahal.

Ideologi dan Kepentingan dalam Industrialisasi Musik Pop Bali

Ideologi selalu berupaya menetapkan makna, kebenaran, dan pengetahuan, sehingga tampak seperti benar dan universal serta diterima umum meskipun sesungguhnya tidak demikian adanya. Setiap ideologi memiliki kepentingan pembuatnya di mana kepentingan adalah sesuatu yang tersembunyi di balik sesuatu. Kepentingan dan ideologi tidak terpisahkan, termasuk dalam bisnis musik.

Ada sejumlah ideologi yang bekerja dalam industrialisasi musik pop Bali, yaitu kapitalisme, popisme, politik budaya lokal, dan kulturalisme. Ideologi-ideologi tersebut dengan kepentingannya masing-masing menciptakan pengetahuan dan makna tertentu dalam masyarakat. Dalam Teori Relasi Kekuasaan/Pengetahuan Michael Foucault (Foucault, 1977: 27-28), kekuasaan dan pengetahuan tidak terpisahkan.

Keempat ideologi dalam industrialisasi musik pop Bali bekerja bersama tetapi di sisi lain terlihat ada pengutamakan per satuan lagu/albumnya. Kapitalisme mampu meramu dan merekayasa pengetahuan dan makna sekitar musik pop Bali, sehingga ideologi-ideologi lain mampu dikontrol sedemikian rupa. Kapitalisme dengan kecanggihannya merupakan ideologi dominan, sehingga sering tidak tampak di permukaan. Akibatnya, seolah-olah musik pop Bali adalah untuk kepentingan pengembangan dan pelestarian seni-budaya Bali semata dan bukan sebagai perjuangan mencari keuntungan ekonomi.

(1) Kapitalisme

Sebagai benda budaya pop komersial, musik pop Bali dimanfaatkan kapitalisme, untuk kepentingan memperoleh keuntungan ekonomi maksimalnya. Masyarakat Bali adalah pasar (*market*) produk tersebut (objek konsumsi). Dengan tersedianya pasar yang luas hingga pelosok-pelosok terpencil di Bali, sejak dasawarsa 1990-an, banyak produk bermunculan seiring menjamurnya studio rekam, *production house*, dan *event organizer* musik pop Bali. Sejak dasawarsa 2000-an (mulainya era desentralisasi, yakni kehidupan politik yang semakin terbuka dan kedaerahan melalui otonomi daerah), industrialisasi musik pop Bali berlangsung hingga kini meskipun mengalami dinamikanya. Setelah 10 tahun pasang surut akibat pembajakan, pada tahun

2015, musik pop Bali menunjukkan kebangkitan dengan munculnya album musisi artis bintang (Widi Widiana, Lolot, dan Raka Sidan) dan sejumlah musisi di luarnya.

(2) Popisme

Popisme (*popism*) berlangsung karena musik pop Bali merupakan benda budaya pop yang dekat dengan dunia permukaan dan pencitraan. Ia terkait dengan estetisasi produk musik pop Bali, gaya hidup musisinya, dan fetisisme komoditas di kalangan masyarakat konsumennya. Popisme musik pop Bali adalah bagaimana produk-produk yang ada, sekaligus musisi, dan para pencintanya larut dalam perayaan gerakan "pokoknya pop". Ideologi ini terkooptasi dan sejalan dengan kapitalisme.

(3) Politik Budaya Lokal

Politik budaya lokal kebalian atau balinisasi dalam industrialisasi musik pop Bali berhubungan dengan politik identitas keetnikan. Orang Bali sendiri umumnya sepakat bahwa musik pop Bali *ngajegang* (melestarikan) seni-budaya Bali. Politik budaya lokal Bali belakangan ini dikenal dengan paradigma ajeg Bali, yakni gerakan moral yang dipelopori Kelompok Media Bali Post (Bali Post dan Bali TV) sejak 2002 untuk membangun keswadayaan Bali yang didasari ke-*adiluhungan*-an kebudayaan Bali dan agama Hindu. Ia mendapatkan momentumnya sebagai pengawal perlawanan terhadap kesemena-menaan kekuatan luar, seperti dalam kasus bom Bali 2002 dan 2005.

(4) Kulturalisme

Kulturalisme (*culturalism*) mengacu pada praktik perayaan kehidupan sehari-hari masyarakat. Ideologi ini merupakan warisan kelompok penggagas *cultural studies* di Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), University of Birmingham, Inggris. Kulturalisme musik pop Bali mencakup tema kehidupan manusia Bali kontemporer dalam produk-produknya. Raka Sidan ("Song Brerong", "Guide Sing Maan Susuk", "Nyama Peturu Bali") atau Dek Ulik ("Somahe Bebotoh", "Baju Anyar") di antaranya menunjukkan hal ini. Selain itu, tema cinta dan persoalan hubungan suami-istri cukup mendominasi meskipun dapat tergolong kulturalisme nyata atau bahkan semu (khayalan belaka). Persoalan rumah

tangga merupakan tema yang unik dan menarik.

Praktik Pergulatan Makna Industrialisasi Musik Pop Bali secara Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Politik

Industrialisasi musik pop Bali adalah praktik saling silang antara kebudayaan objektif, dari atas, (pemerintah, sistem kebudayaan, dan sistem ekonomi/industri) dan kebudayaan subjektif, dari bawah, (musisi dan konsumen sebagai bagian dari masyarakat, dan masyarakat itu sendiri). Industrialisasi musik pop Bali, sesuai pandangan Teori Praktik, menjadi habitus perjuangan mereka masing-masing, dengan modal (ekonomi, budaya, simbolik) yang dimilikinya, melalui ranah pergulatan makna bersama. Konstruksi pemikiran ini sejalan dengan pandangan Teori Praktik Pierre Bourdieu (Harker, dkk., 1990).

(1) Pergulatan Makna Ekonomi

Musik pop Bali secara dominan sejatinya merupakan praktik bisnis karenanya di dalamnya makna ekonomi dipergulatkan untuk tujuan memperoleh keuntungan (nilai tukar/*exchange value*). Pergulatan makna ekonomi dalam industrialisasi musik pop Bali lebih merupakan pertarungan modal ekonomi. Hal ini bukan gejala khas musik pop Bali tetapi juga musik pop Indonesia dan Barat dan bahkan bisnis di luar musik. Pergulatan ini melibatkan produser/pemilik studio rekam, dan termasuk musisi yang bekerja untuk mereka, dalam interaksinya dengan berbagai pihak lain. Hanya, musisi pop Bali yang seluruhnya merupakan orang Bali memperoleh ketidak-adilan dalam sistem bagi hasil.

(2) Pergulatan Makna Sosial

Makna sosial dipergulatkan untuk tujuan mendapatkan nilai tertentu, khususnya kepuasan estetik (nilai guna/*use value*). Konsumen/penikmat berupaya melakukannya dalam interaksinya dengan para pelaku industrialisasi musik pop Bali, baik secara langsung maupun tidak langsung dan baik disadari maupun tidak disadari. Saat berada di tangan konsumen (masyarakat), musik pop Bali memberikan makna dan kepuasan estetik. Makna dan kepuasan estetik terjadi dari struktur kesepadanan parsial melalui proses saling memberi dan menerima.

Pemilik modal dan musisi memperoleh kepuasan ekonomi dari produk musik pop yang dijualnya sedangkan sebagai gantinya, konsumen mendapatkan makna dan kepuasan estetik dari konsumsinya.

(3) Pergulatan Makna Budaya

Musik pop Bali adalah salah satu identitas kebalian orang Bali, sehingga makna budayanya dipergulatkan untuk mencari nilai identitas/otentisitas. Ia adalah musik masyarakat Bali meskipun tidak semua anggota masyarakat tersebut adalah konsumen musik pop Bali. Masyarakat Bali dan kebudayaannya adalah sumber (asal muasal) musik pop Bali sedangkan pihak yang dominan dalam industrialisasinya adalah kekuasaan kapital. Baik orang Bali yang tergolong konsumen maupun yang bukan konsumen memperoleh makna budaya, termasuk kebanggaan. Meskipun tidak membeli dan/atau mengonsumsi, musik pop Bali merupakan bagian dari seni-budaya (milik) mereka.

(4) Pergulatan Makna Politik

Makna politik dipergulatkan untuk tujuan mencapai nilai pembangunanisme /developmentalisme. Umumnya *state* (negara, pemerintah) terkait dengan tujuan tersebut melalui kebijakan-kebijakannya. Pemerintah di Bali tergolong kurang menjalankan peran maksimalnya. Pemerintah Provinsi Bali, hanya membantu *sponsorship* acara-acara pertunjukan sementara para pemerintah kabupaten/kota hanya serius dalam mendukung Parade Lagu Pop Bali yang *adiluhung* (bukan musik pop komersial, seperti musik pop Bali) di setiap Pesta Kesenian Bali (PKB). Keterlibatan pemerintah sangat dibutuhkan apalagi mereka menarik penghasilan (pajak/retribusi) dari setiap produk yang dijual/laku jual. Mereka tidak memiliki kemauan politik (*political will*) yang cukup untuk memberdayakan pelaku industri, termasuk musisi, dalam hal menindak pembajakan padahal Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta sangat mendukung. Pemerintah di Bali kurang mendiskusikan musik pop Bali meskipun memberikan implikasi positif tertentu bagi masyarakat Bali. Dengan begitu, musik pop Bali seolah-olah hanya menjadi wilayah kalangan swasta dan perorangan.

Saat politik diartikan secara sempit, makna politik musik pop Bali terkait dengan kepemimpinan politik dan demokrasi. Dalam politik praktis, musik dan musisi pop Bali dijadikan komoditas untuk menarik minat masyarakat dalam memilih pemimpin dan partai tertentu saat Pemilu. Bahkan ada musisi yang menjadi calon anggota legislatif (caleg).

Temuan Penelitian

Ada beberapa temuan baru (*novelties*) penelitian ini. Pertama, berdasarkan pembacaan kritis kajian budaya, industrialisasi musik pop Bali bersistem kapitalisme tetapi bukan kapitalisme modern melainkan kapitalisme postmodern. Dalam kapitalisme postmodern, selain menyangkut jasa, ada pelibatan masyarakat setempat (Bali) dan kebudayaannya.

Kedua, terjadi kecenderungan berkurangnya elemen-elemen budaya Bali dalam industrialisasi musik pop Bali, seperti tangga nada, lirik/syair, dan sebagainya. Semakin banyak karya yang diintervensi bahasa lain, terutama bahasa Indonesia.

Ketiga, dari besarnya pasar musik pop Bali, konsumen produk tersebut bersifat beragam (tidak setipe), mulai dari pendengar pasif yang jumlahnya paling besar, yang menjadi korban hegemoni/-dominasi sampai konsumen negosiasi dan konsumen oposisional yang bertindak kritis saat mengonsumsi.

Terakhir, terjadi dinamika industrialisasi musik pop Bali akibat tidak tertanganinya kriminal pembajakan yang merugikan seluruh pilar dalam industrialisasi tersebut. Produk-produk fisik (kaset dan terutama CD) secara umum menurun tetapi, sebagai implikasinya, frekuensi pertunjukan meningkat. Jumlah album memang relatif berkurang tetapi *single-single* (lagu-lagu tunggal) semakin banyak.

SIMPULAN

Musik pop Bali, dalam konteks industrialisasinya, berlangsung sejak dasa warsa 1990-an ketika terjadi produksi, distribusi, dan konsumsi yang masif di Bali akibat perkembangan teknologi, ekonomi, dan budaya music baru dalam masyarakat. Kekuasaan budaya (musisi/estetik-musikal) dan kekuasaan kapital (produser/pemilik studio rekam) bekerja untuk kontek

sproduksinya. Diawali Widi Widiana yang bertindak sebagai pembuka jalan dan bahkan ikon, artis-artis bintang musik pop Bali terdiri atas Lolot, [XXX], Bayu KW, Agung Wirasutha, Dek Ulik, Raka Sidan, Krisna Purpa, dan KIS Band. Berbagai produk musik pop Bali tercipta, baik rekaman maupun pertunjukan dan yang lainnya, yang intinya merupakan suatu standarisasi melalui individualisasi semu. Di tangan pemilik modal, musik pop Bali adalah lalu lintas komersial tempat mencari kehidupan bagi sejumlah pihak. Hanya, musisi sendiri lebih berada di pihak yang kalah dalam bagi hasil.

Untuk distribusinya, pemilik modal lebih banyak bekerjasama dengan media, seperti radio dan terutama televisi. Bali TV tercatat memegang peran penting sehingga musik pop Bali begitu digandrungi.

Begitu banyak anggota masyarakat Bali yang tersebar di wilayah Provinsi Bali menjadi pasar dan objek konsumsi beragam produk musik pop Bali. Muncullah terutama konsumen pasif dan jenis-jenis pasar lainnya. Sebaliknya, konsumsi pun memengaruhi produksi dan distribusi, sehingga terjadi konsumsi terus-menerus yang menguntungkan pemilik modal.

Tidak terhindarkan, dengan kepentingan pencarian keuntungan ekonominya, kapitalisme, merupakan ideology dominan musik pop Bali. Terdapat juga ideology popisme, politik budaya lokal, dan kulturalis mesecara bersama-sama di dalamnya. Kehebatan kapitalisme adalah kemampuannya membangun kesadaran (pengetahuan) bahwamusik pop Bali tidak untuk kepentingan capital tetapi untuk pengembangan dan pelestarian seni-budaya Bali.

Industrialisasi musik pop Bali menunjukkan terjadinya praktik pergulatan makna di antara seluruh pelaku dengan (ke) kuasa(an)nya yang ada. Akibatnya, makna yang tertangkap tidak tunggal melainkan beragam dan bahkan berubah, cair, dan berproses. Industrialisasi musik pop Bali dimaknai, yakni diartikulasikan, secara beragam di antara mereka, sesuai dengan kepentingan-kepentingan yang dimilikinya. Pergulatan makna ekonomi berlangsung untuk kepentingan nilai tukar (uang); pergulatan makna social untuk kepentingan nilai guna/manfaat (kepuasan, makna); pergulatan makna budaya untuk kepentingan

nilai identitas/ otentisitas keetnikan dan kelokalan Bali (musik pop Bali sebagai musik orang Bali), yang disebut politik identitas dan politik etnik; pergulatan makna politik untuk kepentingan nilai pembangunan isme. Hubungan antar kepentingan (dan para pelakunya) tersebut dapat berubah sesuai situasi.

Di atas itu semua, kebaikan industrialisasi musik pop Bali adalah keberadaannya sebagai kapitalisme postmodern, yang mengandalkan keberadaan masyarakat dan kebudayaan Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, Theodor Wiesendgrund. 1948. *Philosophy of Modern Music*. London: Sheed & Ward.
- Azis, Indra. 2008. "Sekilas Sosiologi Musik", <http://indraaziz.net/2008/12/sekilas-sosiologi-musik/>, diunduh tanggal 11 September 2014.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: TeoridanPraktik* (terjemahan). Yogyakarta: Bentang.
- _____. 2014. *KamusKajianBudaya* (terjemahan). Yogyakarta: PT Kanisius.
- Bourdieu, Pierre. 1977. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- _____. 2010. *Arena Produksi Kultural, Sebuah Kajian Sosiologi Budaya* (terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiarto, C. Teguh. 2001. *Musik Moderen dan Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- Darma Putra, I Nyoman. 2004. "Kecenderungan Tema Politik dalam Perkembangan Mutakhir Lagu Pop Bali", *Jurnal Kajian Budaya*, Volume 1, Nomor 2.
- _____. 2008. *Bali dalam Kuasa Politik*. Denpasar: Arti Foundation.
- Dethu, Rudolf. 2011. *Blantika Linimasa: Kaleidoskop Musik Non-trad Bali, Sejak Lahir, Tumbuh Kembang, Berdiri, Pingsan, Berdiri Lagi, dan Menolak Mati*. Denpasar: Matamera Book.

- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. New York: Routledge.
- _____. 2011. *Memahami Budaya Populer* (terjemahan). Yogyakarta: Jalasutra.
- Foucault, Michel. 1977. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (terjemahan). New York: Vintage Books.
- _____. 2002. *Pengetahuan dan Metode: Karya-karya Penting Foucault* (suntingan, terjemahan *Aesthetics, Method, and Epistemology, Essential Works of Foucault 1954-1984*). Yogyakarta: Jalasutra.
- Frith, Simon. 1988. *Music for Pleasure*. New York: Routledge.
- _____. 2006. "The Industrialization of Popular Music" dalam Andy Bennet, Barry Shank, dan Jason Toynbee (ed.) *The Popular Music Studies Reader*. London: Routledge.
- Goeslaw, Melly. 2012. *Balance*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Harker, Richard, Cheelen Mahar, dan Chris Wilkes (ed.). 2005. *(Habitus X Modal) + Ranah = Praktik: Pengantar paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu* (terjemahan). Yogyakarta: Jalasutra.
- Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan* (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mack, Dieter. 1995. *Apresiasi Musik: Musik Populer*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- _____. 2004. *Musik Kontemporer dan Persoalan Interkultural*. -: Arti.
- Martono, Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Narendra, Yuka Dian, Yunoke Rahma Andayani, dan Ispawati Asri. 2015. "Copyright, Panopticon dan ISA: Hak Cipta dan Kesadaran Palsu dalam Industri Musik Indonesia" (http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/file-_artikel_abstrak/Isi_Artikel_699848773630.pdf, diunduh tanggal 15 Februari 2015).
- Storey, John. 2004. *Teori Budaya dan Budaya Populer: Memetakan Lanskap Cultural Studies* (terjemahan). Yogyakarta: CV. Qalam.
- _____. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode* (terjemahan). Yogyakarta: Jalasutra.
- Street, John. 1986. *Rebel Rock: The Politics of Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.
- Sulistiyawati. 2008. "Pengaruh Kebudayaan Tionghoa terhadap Peradaban Budaya Bali", Kuliah Umum Calon Wisudawan XXVI Universitas Ngurah Rai, di Denpasar, 17 Mei.
- Theodore, K.S. 2013. *Rock 'n Roll Industri Musik Indonesia: Dari Analog ke Digital*. Jakarta: Penerbit Buku KOMPAS.
- Weintraub, Andrew N. 2012. *Dangdut: Musik, Identitas, dan Budaya Indonesia* (terjemahan). Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.