

# ANALISIS WACANA DOMINASI *MAJOR LABEL* PADA INDUSTRI MUSIK INDONESIA DARI BAND EFEK RUMAH KACA

Oleh: Muarif Pebriansah Sumahar (070915094) – AB  
Email: mp.sumahar@hotmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada analisis wacana dominasi *major label* pada industri musik Indonesia di dalam lirik lagu “Cinta Melulu” dan “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan” karya Efek Rumah Kaca. Menurut Ibrahim (2007), saat ini tidak ada satu pun ruang kebudayaan yang luput dari belenggu kapitalisme, tak terkecuali industri musik. Berdasarkan observasi awal peneliti, industri musik di Indonesia masuk dalam belenggu kapitalisme. Lirik lagu “Cinta Melulu” dan “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan (Biru)” dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis wacana kritis milik Norman Fairclough untuk membedah hasil temuan data. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa ada keseragaman genre, yaitu pop melayu, sebagai komoditas utama industri musik Indonesia dan adanya keberpihakan pasar musik Indonesia terhadap unsur kapitalis. Hal tersebut kemudian memunculkan adanya perlawanan alternatif terhadap dominasi dan hegemoni industri musik arus utama, salah satunya adalah dengan gerakan *independent-* atau indie sebagai kontra kultur dari industri musik arus utama.

**Kata kunci:** Lirik lagu, Dominasi, Industri Musik Indonesia, analisis wacana, kontra kultur

## PENDAHULUAN

Penelitian ini merupakan analisis wacana dominasi *major label* pada industri musik Indonesia di dalam lirik lagu “Cinta Melulu” dan “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan” karya Efek Rumah Kaca dengan menggunakan metode analisis wacana kritis. Penelitian ini menjadi penting karena terdapat dominasi perusahaan rekaman kapital atau *major label* terhadap industri musik di Indonesia yang dianggap melibatkan pihak-pihak yang mempunyai kuasa dan memiliki kepentingan-kepentingan terlalu dengan berbisnis di dalam industri musik. Sesuai dengan penjelasan dalam buku yang bertajuk “Budaya Populer sebagai Komunikasi” yang ditulis oleh Idi Subandy Ibrahim (2007) bahwa saat ini tidak ada satu pun ruang kebudayaan yang luput dari belenggu kapitalisme, tak terkecuali industri musik anak muda. Apalagi kalau mengingat bahwa musik merupakan aspek sentral dari semua produk

budaya pop. Bahkan Harvey Cox, seorang ilmuwan teologi dari Universitas Harvard sampai menyebut bahwa pasar sebagai “tuhan” (the market as “god”)<sup>1</sup>.

Penelitian ini memfokuskan pada apa saja wacana terkait industri musik Indonesia pada lirik lagu “Cinta Melulu” dan “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan (Biru)” oleh band Efek Rumah Kaca. Penelitian ini menjadi menarik karena salah satu lagu tersebut (yakni “Cinta Melulu”) muncul ketika pangsa industri musik Indonesia didominasi oleh musik pop melayu yang menjadikan tema percintaan sebagai modal utama dalam penggarapan lagu dengan komposisi lirik dan musik yang pas-pasan dan lebih mengutamakan kepentingan pasar industri musik dewasa ini. Sampai saat ini keadaan industri musik di Indonesia masih dalam status perkembangan dimana terdapat berbagai pendapat pro dan kontra terhadap bagaimana industri tersebut berjalan. Di satu sisi, kondisi industri musik Indonesia dipaparkan sangat memprihatinkan oleh beberapa pengamat musik. Di sisi lain, beberapa perusahaan rekaman (label) perlu berpikir panjang lagi untuk merilis artis/band baru dimana penjualan produk rekaman tidak lagi menjanjikan keuntungan.

‘..Cinta sudah sangat membosankan bagi musik pop. Lagi-lagi prahara patah hati, air mata, kesepian, luka, ‘hidup tidak ada artinya tanpacintamu’, ‘dunia runtuh tanpa tambatan hati’..... Bagi industri, itulah katrol bagi pemasukan kerlingan materialistis, resiko ongkos produksi tinggi – wajar, karena inilah komoditi seni yang diharapkan mampu menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya oleh para pengusaha bisnis itu..’<sup>2</sup>

Lirik lagu “Cinta Melulu” dipilih menjadi objek penelitian karena lirik yang terdapat di dalamnya merupakan karya ‘sindiran’ untuk industri musik Indonesia yang didominasi oleh musik dengan komposisi lirik dan musik *pas-pasan* (dalam artian tidak mengeksplorasi lebih jauh musik maupun lirik, dan lebih bermain di zona nyaman menyesuaikan pasar) dengan bertemukan tentang percintaan. Lagu ini merupakan *single* kedua dari album Efek Rumah Kaca dengan judul yang sama setelah mengeluarkan *single* pertama mereka yang berjudul “Jatuh Cinta Itu Biasa Saja” lagu yang menceritakan tentang percintaan namun dalam segi lirik mengingatkan kita untuk menyikapi cinta itu secara sewajarnya tetap dalam kendali akal dan pikiran.

---

<sup>1</sup> Ibrahim Subandi, Idy ‘Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer’ Jalasutra, 2007

<sup>2</sup>Editorial Trax Magazine, Edisi Oktober 2012

Nada-nada yang minor  
Lagu perselingkuhan  
Atas nama pasar semuanya begitu klise

Elegi patah hati  
Ode pengusir rindu  
Atas nama pasar semuanya begitu banal

Reff:

Oh oh...

Lagu cinta melulu  
Kita memang benar-benar melayu  
Suka mendayu-dayu

Apa memang karena kuping melayu  
Suka yang sendu-sendu  
Lagu cinta melulu

lagu cinta melulu  
kita memang benar-benar melayu  
suka mendayu-dayu<sup>3</sup>

Sedangkan untuk lagu yang berjudul “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan” seringkali dibawakan oleh Efek Rumah Kaca dalam penampilan-penampilannya meskipun baru akan dirilis secara resmi di album ketiga dengan judul baru yaitu “Biru”, tetapi tanggapan positif berdatangan dari para pecinta musik Indonesia. Tidak berbeda jauh dengan pesan dari lagu “Cinta Melulu” di sini Efek Rumah Kaca lebih menyuarakan perlawanan terhadap industri musik Indonesia saat ini dengan lirik yang mengumandangkan “PASAR BISA DICIPTAKAN!!” yang memberikan sebuah petuah bahwa jangan takut akan didikte oleh siapapun dalam berkarya karena semua ada pasarnya masing-masing. Setidaknya itu yang coba dijelaskan oleh Cholil Mahmud ketika diwawancara selepas pertunjukan ERK di Jatim Fair (12/10).

**Cholil :** “*Lo bisa berbuat apa yang lo kuasain.. dalam diri lo.. itu semua punya pasarnya, jangan takut didikte oleh siapapun karena toh yang seharusnya mendikte adalah si pembuat karya.. di lagu ini mungkin tidak terlalu mengarah khusus ke (industri musik) pasarnya gitu, tapi mungkin masih berawal dari kemarahan yang sama (pada lagu Cinta Melulu)”<sup>4</sup>*

Pasar Bisa Diciptakan ini adalah tergolong lagu baru yang merupakan gabungan dari lagu yang sudah muncul bersamaan dengan lagu “Cinta Melulu” yaitu “Cipta Bisa

---

<sup>3</sup>[http://musiklib.org/Efek\\_Rumah\\_Kaca-Cinta\\_Melulu-Lirik\\_Lagu.htm](http://musiklib.org/Efek_Rumah_Kaca-Cinta_Melulu-Lirik_Lagu.htm) diakses pada tanggal 18 November 2012

<sup>4</sup>Transkrip wawancara peneliti

Dipasarkan” namun belum sempat direkam dan dirilis pada album sebelumnya. Lagu tersebut lalu digabung menjadi “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan” ini akan dirilis pada album ketiga Efek Rumah Kaca dengan judul yang baru yaitu, “Biru”. Berikut lirik dari lagu tersebut:

Kami ingin yang lebih indah  
Bukan hanya remah-remah sepah.. sudahlah!  
Kami mau lebih bergizi  
Bukan hanya yang menutrisi.. substansi  
Kami harus pegang kendali  
Sudah jemu dinahkodai

Reff:

Kami tak mau mati menyerupai kamu!  
(PASAR BISA DICIPTAKAN!)  
Kami muak terus menerus menjadi kamu!  
(PASAR BISA DICIPTAKAN!)

Kami ingin lebih bergizi  
Bukan hanya yang menutrisi.. substansi  
Pasar harus dikoreksi  
Ambil alih! Pegang kemudi!

PASAR BISA DICIPTAKAN!! (10x)

Efek Rumah Kaca merupakan salah satu dari banyaknya band di Indonesia yang memilih jalur independen sebagai cara untuk memproduksi dan memasarkan karyanya hingga sampai di telinga-telinga para penikmat musik Indonesia. Pengertian dari independendi sini adalah tidak terlalu menggantungkan berbagai hal yang bersifat proses kreatifitas dalam bermusik kepada perusahaan rekaman, dan menjadikan perusahaan rekaman sebagai distributor karya-karyanya bukan menjadi pembelenggu proses kreatifitas dari band tersebut. Ini yang menjadikan Efek Rumah Kaca melabeli bandnya sebagai band indie.

Indie merupakan bagian dari sebuah sub-kultur. Sub-kultur adalah sebuah kultur yang lebih kecil, yang lahir di dalam kultur yang lebih besar yang telah ada sebelumnya. Kultur kecil itu memiliki nilai-nilai dan norma-norma yang berlawanan dengan kultur besar tempatnya bernaung. Kultur yang lebih besar itu dapat kita sebut sebagai budaya mainstream.

Konteks musik yang dimaksud dengan *mainstream* adalah ‘arus utama’ dan situasi ketika dimana musik didominasi oleh kepentingan industri dan dikomodifikasi industri,

sedangkan kebanyakan masyarakat tidak mempermasalahkan situasi ini dan menganggap bahwa situasi tersebut merupakan hal yang lumrah dan tidak begitu penting. Berbeda dengan respon dari komunitas indie terhadap fenomena tersebut. Indie muncul untuk melawan dominasi tersebut dan bisa dikategorikan sebuah pergerakan perlawanan. Ia menjadi budaya alternatif (*counter culture*). Ideologi *anti-mainstream* adalah nyawa utama pergerakan indie. Tidak berbeda jauh dengan punk seperti yang kita ketahui memegang teguh ideologi tersebut, karena indie memang lahir dari ideologi punk, yaitu DIY (*Do It Yourself*). Orang-orang dengan gaya hidup punk menyodorkan diri ke relasi pandang, menghadirkan antitesis dari gaya hidup *mainstream*<sup>5</sup>. Dengan kata lain, indie adalah sebuah bentuk perlawanan terhadap dominasi arus utama, dan merupakan wujud ketidakpuasan, keresahan, kejenuhan terhadap konten yang disuguhkan kepada khalayak dalam konteks ini adalah musik.

Mengutip tulisan Idi Subandy Ibrahim pada Budaya Populer sebagai Komunikasi (2007) menyatakan bahwa ketika kita membicarakan tentang produk kebudayaan pop (khususnya budaya musik) di balik kedigjayaan rezim kapitalisme global atau multinasional, maka kita harus mencurahkan perhatian mengenai ekspresi musik dalam hubungannya dengan kesadaran. Kesadaran yang sepenuhnya telah dikonstruksi oleh pasar. Kesadaran yang mungkin telah teralienisasi. Kesadaran yang telah dibendakan, dimumikan dalam konstruksi kesadaran yang ‘terluka’ dan ‘palsu’ dalam wacana kapitalisme global.

Seperti yang pernah diutarakan oleh Greg Matherly dalam tulisannya yang cukup provokatif pada *Revolution for Sale: The Acceptance of Oppression or How to Sell a Revolution*. Menyatakan bahwa ‘*Popular music is a good example of the dangerous co-optation of emotions, as well as the co-optation of vehicle for bringing about class consciousness. The aesthetic beauty of music is so great in the human experience that is impossible not to call it a form of popular culture.*’<sup>6</sup>

Menurut sebuah esai yang dipublikasikan oleh Theodore Adorno pada tahun 1941 berjudul “On Popular Music”. Musik pop telah ‘distandarisasikan’. “Standarisasi” di sini menurut Adorno, sekali pola musikal dan/atau lirikal ternyata sukses, ia dieksploitasi kepentingan komersial, yang memuncak pada “kristalisasi standar”. Detail-detail dari satu lagu pop bisa saling dipertukarkan dengan detail-detail lagu pop lainnya, karena musik pop bersifat mekanis dalam pengertian bahwa detail tertentu bisa diganti dari satu lagu ke lagu

---

<sup>5</sup>Audifax, ‘Gaya Hidup : Antara Alternatif dan Diferensiasi’ dalam ‘Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas’ oleh Alfathri Adlin, Jalasutra. 2006

<sup>6</sup>Ibrahim, Idi Subandy., Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer

lainnya. Untuk menyembunyikan standarisasi tersebut, industri musik menggunakan apa yang disebut oleh Adorno dengan “pseudo-individualisasi”: dengan kata lain, standarisasi hit-hit lagu menjaga para penikmat musik tetap menerimanya dengan tetap mendengarkan lagu tersebut dan dengan membuat mereka lupa bahwa apa yang mereka dengarkan itu telah diperdengarkan dan disederhanakan sebelumnya kepada mereka.

Menurut buku yang ditulis oleh Muhammad Mulyadi pada “Industri Musik Indonesia : Suatu Sejarah” (2009) menyatakan bahwa tujuan utama industri musik (rekaman) adalah keuntungan. Hal itu berarti bahwa jumlah album rekaman yang dijual harus mencapai jumlah angka tertentu untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, lagu yang dihasilkan harus populer. Populer dalam arti album rekamannya dapat dinikmati dan dibeli oleh orang sebanyak mungkin.

Industri rekaman ada beberapa unsur yang berperan dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Unsur-unsur tersebut adalah pelaku industri musik rekaman yang meliputi produser dan perusahaan rekaman, musisi, penyanyi, dan pencipta lagu. Kemudian beberapa unsur lain adalah teknologi rekaman, pemasaran, dan pembajakan.

## **PEMBAHASAN**

Musik Pop Melayu yang berhasil merajai tangga lagu di Indonesia dan negara-negara tetangga rupanya menjadi komoditas utama bagi industri musik Indonesia yang sedang kebingungan dengan masa depan salah satu bisnis hiburan ini. Denny Sakrie dalam suatu kesempatan wawancara dengan penulis melalui surel menjelaskan bahwa industri rekaman Indonesia kini bisa dibilang buruk, karena situasi *piracy* yang tak bisa tuntas menjadikan para praktisi industri lalu mulai menurunkan standar kualitas produk karena mereka harus ‘membayar’ investasi terhadap major label yang menanamkan modal dan investasi di Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut bisa dilihat bahwa para praktisi industri rekaman khususnya pemegang modal seperti perusahaan rekaman memang bergelut dalam bidang ini karena kepentingan dalam mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dengan pengeluaran seminimal mungkin atas dasar prinsip ekonomi. Efek Rumah Kaca dalam penggalan lirik lagunya yang berjudul “Cinta Melulu” yang berbunyi:

Cinta Melulu  
Nada-nada yang minor  
Lagu perselingkuhan  
Atas nama pasar semuanya begitu klise

Elegi patah hati  
Ode pengusir rindu  
Atas nama pasar semuanya begitu banal

Reff:  
Oh oh...  
Lagu cinta melulu  
Kita memang benar-benar melayu  
Suka mendayu-dayu

Apa memang karena kuping melayu  
Suka yang sendu-sendu  
Lagu cinta melulu

lagu cinta melulu  
kita memang benar-benar melayu  
suka mendayu-dayu

Pada lagu ini Efek Rumah Kaca menanggapi akan keseragaman genre musik dan jenis lagu yang diproduksi oleh industri musik Indonesia arus utama yang memproduksi lagu-lagu yang bertemakan cinta secara terus menerus dengan genre musik pop melayu atas dasar memenuhi minat pasar dominan. Pada penggalan lirik: “Kita benar-benar melayu suka mendayu-dayu” dan “Apa memang karena kuping melayu suka yang sendu-sendu” disinggung juga apakah benar adanya jika kebanyakan masyarakat Indonesia yang bisa dibilang sebagai rumpun melayu memang menyukai karakteristik lagu-lagu yang ringan, sendu pula mendayu-dayu. Sehingga menjadikan sebuah alasan yang kuat bagaimana musik pop melayu ini bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat Indonesia.

Musik pop melayu yang sering diidentifikasi sebagai musik para kaum kelas bawah yang hampir menyamai kedudukan musik dangdut. Tentu saja berbeda dengan jenis musik kaum kelas bawah di luar negeri seperti di Inggris atau Amerika. Musik pop melayu hadir dengan aransemen lagu sederhana lirik yang mudah dimengerti dengan alur cerita yang sangat *predictable* dengan mudahnya diterima oleh masyarakat Indonesia dengan berbagai macam pencapaian penghargaan atas penjualan yang meledak.

Alunan mendayu dan cengkok yang khas menjadi karakteristik dari musik pop melayu dan tidak luput dari tema cinta. Tema ini dibalut dengan masalah keseharian, seperti cinta dan perselingkuhan. Karena dibalut dengan tema yang dekat dalam keseharian remaja, diksi yang digunakan pada lirik-liriknya begitu ringan, sehingga mudah untuk dicerna. Sangat jarang terkandung kata-kata kiasan dan bait yang puitis. Sebagai contoh adalah lirik lagu

PUSPA milik ST 12, yakni Jangan, jangan kau menolak cintaku/ Jangan, jangan kau hiraukan pacarmu/ Putuskanlah saja pacarmu/ Lalu, bilang I love you padaku.<sup>7</sup>

Meminjam teori yang dikemukakan oleh Theodore Adorno bahwa musik pop sebenarnya telah dirancang sebegitu rupa dan terkadang repetitif. Adorno menjelaskan bahwa adanya standardisasi dan individualisme semu atau *pseudo-individualism* pada musik pop dalam konteks ini pada lagu yang bertemakan percintaan di dalam industri musik Indonesia. Efek Rumah Kaca terang-terangan melalui lagunya “Cinta Melulu” mengkritisi tipikal musik pop melayu pada masa puncak kejayaan jenis musik yang khas dengan cengkok dan tema percintaan yang dangkal dan klise.

Musik populer seperti pop melayu dapat dengan mudah dibedah dengan teori yang dikemukakan oleh Adorno di atas. Musik pop melayu yang pada pertengahan 2007 berada pada puncaknya. Sekali waktu satu band pop melayu meraih kesuksesan di industri akan diikuti oleh band yang serupa dan mencoba peruntungan yang sama dengan pola yang sama mengikuti standardisasi yang berlaku baik itu merupakan secara konsep musikal, lirik dan gaya. Standardisasi tersebut akan disamakan oleh para pelaku industri musik dengan meminjam dan menukar bagian-bagian atau pola dalam bermusik dari band satu dengan band yang lainnya, sehingga menciptakan *pseudo-individualisation* pada lagu yang band-band tersebut bawakan dan publik yang mendengarkan musik mereka secara tidak sadar bahwa mereka (publik) mendengarkan lagu yang secara substansi sama saja dari waktu ke waktu.

Nada-nada yang minor  
Lagu perselingkuhan  
Atas nama pasar semuanya begitu klise

Elegi patah hati  
Ode pengusir rindu  
Atas nama pasar semuanya begitu banal

Terkait dengan penggalan lirik lagu “Cinta Melulu” tersebut Efek Rumah Kaca menyebutkan ‘atas nama pasar semuanya begitu klise’ dan ‘atas nama pasar semuanya begitu banal’. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Cholil, *frontman* sekaligus pencipta lagu-lagu Efek Rumah Kaca, Cholil menyatakan bahwa lagu Cinta Melulu bertemakan ‘kemarahan terhadap industri musik Indonesia’ saat ini. Lirik diatas menyiratkan bahwa ada subyek yang ‘mengatasnamakan’ pasar tersebut yang membuat Efek Rumah Kaca marah

---

<sup>7</sup>Skripsi Achmad Miftahudin “Penerimaan Remaja Kelas Menengah di Surabaya Terhadap Tayangan Musik Pop Melayu di Televisi”

terhadap industri musik Indonesia. Menurut peneliti, subyek tersebut adalah orang-orang dibalik industri musik arus utama di Indonesia. Industri arus utama yang peneliti maksud adalah major label atau perusahaan rekaman yang berskala nasional maupun internasional mereka antar lain apa yang disebutkan oleh Idhar Rez sebagai The Big Five yaitu Sony, BMG, Universal, EMI, dan Warner meskipun kini Sony Music dan BMG Music telah resmi merger dengan nama baru Sony BMG Music Entertainment, sehingga kini hanya menyisakan empat raksasa besar. Label-label tersebut menguasai pasar musik sekitar 70% di seluruh dunia<sup>8</sup>.



Gambar 1. World music market shares  
Sumber: Nielsen SoundScan (2005)

Industri musik Indonesia yang dikemudi oleh beberapa mayor label menysar langsung target market-nya dengan pendekatan-pendekatan seperti tayangan-tayangan di televisi yang menyiarkan program musik secara live di pagi hari yang nyatanya memang ampuh untuk memperkenalkan produk keluaran mereka dengan kata lain penyanyi atau grup musik yang mereka produksi. Penulis mengamati karena faktor pembajakan dan penjualan album yang semakin bikin hati pelaku industri musik miris, menjadikan persenan honor royalti dari jam terbang si penyanyi atau grup musik menjadi pemasukan segar bagi si pemilik modal. Tidak berhenti di situ saja untuk mengembalikan minat konsumen dalam menyisihkan anggaran pribadi dalam membeli album fisik disiasati oleh bekerjasama dengan restoran *fast food franchise* asal Amerika yaitu KFC. Dimana dalam paket pesanan ayam goreng tertentu konsumen bisa sekaligus memperoleh CD album yang telah disiapkan.

Hadirnya musik independen yang lebih dikenal dengan sebutan musik indie dianggap beberapa kalangan merupakan pilihan alternatif bagi para penikmat musik yang jenuh dengan musik yang berada di jalur mainsream, dimana sangat didominasi oleh artis atau grup musik yang membawakan tema yang stagnan dan tidak jauh dari tema percintaan. Musik indie yang

<sup>8</sup>“Music Records Indie Label” Idhar Rez, 2008

bergerak secara mandiri tanpa kendali dan campur tangan dari pihak bermodal besar seperti mayor label dan dipercaya memiliki target audience tersendiri.

Gaya hidup dalam arus kultur kontemporer memunculkan dua hal sama namun sekaligus berbeda, yaitu alternatif dan diferensiasi. Kedua hal itu bisa jadi esensinya sama tapi berbeda manifestasi eksistensinya. Alternatif lebih bermakna resistensi atau perlawanan terhadap arus budaya mainstream, sedangkan diferensiasi justru sebaliknya, mengikuti arus budaya mainstream dengan membangun identitas diri yang berbeda dari yang lain. Diferensiasi adalah suatu pilihan untuk membuat diri berbeda dengan mengonsumsi barang-barang yang ditawarkan pemegang modal, sedangkan alternatif adalah sebuah bentuk resistensi untuk tidak mengikuti arus kapitalisme.

Pada lagu “Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan (Biru)” yang juga dijadikan oleh peneliti sebagai objek dari penelitian ini bisa dibilang sebagai sekuel dari lagu Cinta Melulu yang berawal dari ‘kemarahan’ si penulis lagu, Cholil Mahmud terhadap homogenisasi industri musik di Indonesia yang mengandalkan lagu tema percintaan demi kepentingan pasar dan mengesampingkan kualitas dan kreativitas. Tidak seperti lirik lagu Cinta Melulu yang menggunakan kalimat yang implisit dan cenderung denotatif, pada lagu yang berjudul Biru yang berisikan dua lagu di dalamnya (Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan) Cholil Mahmud menyampaikan pesan dengan analogi-analogi yang bermakna konotatif dan dinyanyikan dengan intonasi yang lantang layaknya kebanyakan ‘*protest song*’.

Lagu protes memiliki fungsi, yaitu (1) Lagu protes berusaha mengumpulkan dan membangun dukungan dan simpati terhadap gerakan sosial dan politik; (2) Lagu protes dapat mempengaruhi individu untuk mendukung gerakan sosial atau ideologi; (3) Lagu protes dapat menciptakan dan membangun kohesi, solidaritas, dan moral yang tinggi di dalam organisasi atau kelompok gerakan; (4) Lagu protes dapat menarik individu bergabung ke dalam gerakan sosial yang spesifik; (5) Lagu protes bertujuan untuk menuntut solusi terhadap fenomena sosial; (6) Isi lagu protes adalah gambaran permasalahan di dalam masyarakat yang dibawakan secara emosional.

Akbar dalam wawancara menuturkan “*yang kita (Efek Rumah Kaca) kritik adalah band-band yang ada di industri, sayangnya era sekarang di industri musik si produsernya adalah banyak banget pedagang, beda banget dengan jaman Fariz RM dan lainnya. Ibarat lagi ke (pasar) swalayan kita bisa beli banyak macam barang yang berbeda-beda. Kalo sekarang tuh sayangnya sangat seragam, karena si produser atau si industri pengen banget cepet dapet duit. Jadi dia (industri atau produser) menekan ke si artisnya juga untuk bikin*

*lagu yang gampang deh.. yang laku deh”* menyikapi artis dan grup musik yang dituntut untuk menurunkan kualitas kreasi mereka dalam bermusik agar dapat mengikuti selera pasar yang cenderung seragam dan dominan.

Pernyataan di atas diperkuat oleh pengakuan dari salah satu pihak major label di Indonesia, yaitu E-Motion Entertainment. E-Motion Entertainment adalah sebuah perusahaan yang mempunyai konsentrasi pada berbagai bidang yang berhubungan dengan dunia hiburan di Indonesia seperti program TV, film, *mobile content*, dan juga musik. Iqbal Siregar, seorang *production manager* dari E-Motion Entertainment dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti melalui aplikasi pesan instan menyatakan bahwa: *‘Lebih kaya misalkan gw sign artis A, kita pasti punya alasannya. Misalkan kita yakin ini Artis bakal disukai brand, atau artis ini bakalan laku secara digital, atau any other reason... Jadi kita tau apa langkah langkah yang kita akan lakukan untuk mencapai tujuan kita.’*<sup>9</sup>

Taufik Adi Susilo dalam bukunya ‘Kultur Underground: Yang Pekak dan Berteriak di Bawah Tanah’ (2009) menjelaskan bahwa ada suatu keistimewaan pada skena musik indie. Keistimewaan itu terletak pada jaringan kerja, menurutnya indie tanpa jaringan akan menjadi benteng tanpa prajurit. Dalam relasinya indie cenderung lebih mengedepankan unsur kemanusiaan. Terjadi dukungan mutualisme antara label indie yang lebih besar terhadap indie label yang lebih kecil dengan semangat yang sama mereka tidak mengkhawatirkan rivalitas pasar.<sup>10</sup>

Kami tak mau mati menyerupai kamu!

(PASAR BISA DICIPTAKAN!)

Kami muak terus menerus menjadi kamu!

(PASAR BISA DICIPTAKAN!)

Barisan kalimat di atas merupakan penggalan lirik yang terdapat pada bagian *refrain* dari lagu Efek Rumah Kaca berjudul ‘Biru (Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan)’. Dimana pada bagian ini disampaikan oleh Efek Rumah Kaca bahwa ketidaksudian mereka untuk mati menyerupai suatu sosok yang dideskripsikan di sini adalah individu atau kelompok sebagai pihak industri musik *mainstream*, dan lalu mereka berpendapat bahwa

---

<sup>9</sup>Transkrip Wawancara dengan Iqbal Siregar (Production Manager E-Motion Entertainment)

<sup>10</sup>Susilo Adi, Taufik ‘Kultur Underground: Yang Pekak dan Berteriak di Bawah Tanah’ 2009

pasar bisa diciptakan tanpa harus menjadi apa yang diinginkan oleh pihak industri *mainstream* tersebut. Di sini Efek Rumah Kaca masih menggunakan kata ‘kami’ untuk mewakili suatu kelompok *sidestream* yang melakukan perlawanan terhadap hegemoni kelompok *mainstream* yang di sini diwakili dengan kata ‘kamu’. Ketidaksudian untuk ‘mati menyerupai’ dari kelompok *sidestream* dilandasi oleh fenomena band-band yang berasal dari kelompok *sidestream* telah mencapai kesuksesan komersial sehingga menarik perhatian pihak major label untuk menarik band-band tersebut agar dapat dikonsumsi oleh kelompok *mainstream* yang skalanya lebih besar dibanding kelompok *sidestream*. Ini menjadikan band tersebut harus mengikuti standarisasi dari major label tersebut sehingga harus merombak apa yang telah menjadi identitas musikal dari band tersebut agar bisa lebih disesuaikan dengan selera pasar dan dapat diterima oleh kalangan konsumen *mainstream*.

Merujuk kepada major label yang cenderung memilah genre musik apa yang mereka produksi apakah dapat menghasilkan keuntungan atau tidak, dalam wawancara peneliti dengan Akbar drummer dari Efek Rumah Kaca berpendapat : ‘...**ya itu tadi, yang sekarang ini, era sekarang isinya pedagang semua. Jadi mereka kayak dia ngontrak band itu kaya investasi. Jadi harus balik modal, gitu.** Kaya ada balik modal gitu khan? Nah, beda banget sama tahun tahun dulunya. Dulunya itu si produsernya itu masih ada senimannya lah, gitu. Itungannya gitu. Sekarang itu sudah sangat susah. Paling nggak kaya kaya orang orang yang cinta musik gitu lah. Dia berani bikin festival, bikin apa gitu loh. Kalau kaya di sini tuh Log Zhelebour, di Surabaya dia nggak takut sama yang lain. Dia jalan terus gitu tapi berusaha terus sekuat tenaga. Nah kita butuh orang orang kaya dia lebih banyak lagi harusnya. Karena gini, industry itu ‘kan mengawasi distribusi ‘kan. Yang susah itu kayak yang susah dikejar sama yang kecil kecil itu mungkin dia bisa dilakukan sebagai industri itu dia bisa pegang sampe pelosok pelosok gitu, bayangin. Kalo di ERK, dia cuma bisa dipegang di kota kota gedhe doang, kota kota besar. Kalau kita ke Surabaya paling pinggir gitu ya udah, pasti udah nggak denger’.<sup>11</sup>

Menurut Pierre Bourdieu (1984) konsumsi budaya itu cenderung sadar dan disengaja atau tidak mengisi suatu fungsi sosial berupa melegitimasi perbedaan-perbedaan sosial. Misalnya, budaya digunakan oleh kelas dominan, menurutnya, untuk memastikan reproduksinya sebagai kelas dominan. Tujuan Bourdieu adalah meneliti proses yang dengannya pembentukan perbedaan-perbedaan budaya mengamankan dan melegitimasi bentuk-bentuk kekuasaan dan dominasi yang pada akhirnya berakar kepada ketidakadilan

---

<sup>11</sup>Transkrip wawancara peneliti

ekonomi. Meskipun aturan kelas itu pada akhirnya bersifat ekonomi, bentuk yang diambil bersifat kultural dan bahwa perbedaan kultural, pembentukan, penandaan, dan pemeliharaan perbedaan budaya adalah kunci untuk memahami hal ini.<sup>12</sup>

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembacaan kritis peneliti terhadap lirik dari band Efek Rumah Kaca dengan judul “Cinta Melulu” dan “Biru (Pasar Bisa Diciptakan, Cipta Bisa Dipasarkan)” tiba akhirnya pada kesimpulan dari penelitian ini. Dimana sesuai dengan judul tersebut penelitian ini menganalisa wacana yang terkait mengenai dominasi major label terhadap berjalannya industri musik Indonesia di dalam lagu dari Efek Rumah Kaca yang telah disebutkan sebelumnya dengan menggunakan metode CDA milik Norman Fairclough. Sesuai dengan metode tersebut peneliti mengorelasikan lirik lagu dari kedua lagu tersebut sebagai *text* dengan interpretasi peneliti dalam pelibat wacana atau *discourse practice* dan konteks *sociocultural* ketika teks ini dibentuk dan dimaknai oleh masyarakat. Bagaimana Efek Rumah Kaca dalam kedua lagunya memotret wacana yang sedang berkembang di masyarakat khususnya di dalam industri musik Indonesia dan melakukan kritik terhadap dominasi yang telah terjadi dan sedang terjadi di dalam teks yang mereka sampaikan. Berikut kesimpulan peneliti:

Peneliti menjelaskan bahwa musik pop melayu merupakan sumber komoditas utama industri musik Indonesia, ini dilihat dari lirik yang diproduksi Efek Rumah Kaca pada lagu “Cinta Melulu” yang memotret fenomena musik pop melayu yang mendominasi industri musik dan industri media elektronik maupun cetak dengan karakteristik tema lagu cinta yang telah mengikuti standarisasi yang ditentukan oleh industri, seperti lirik-lirik lagu band pop melayu yang pernah dicantumkan pada bab sebelumnya. Karakter lagu-lagu pop melayu yang serupa merupakan *pseudo-individualisation* dari sebuah produk musik yang pernah ada sebelumnya, dan pernah diperkenalkan pada waktu tertentu lalu dipopulerkan lagi ketika trennya kembali muncul.

Juga mengenai para pelaku industri musik arus utama yang mendominasi pasar dengan selera musik yang diseragamkan menyesuaikan dengan macam jenis musik apa yang sedang digemari oleh masyarakat dominan. Carut marut industri musik Indonesia seperti pembajakan hak cipta dan royalti menjadi *trigger* mengapa para pelaku industri ini yang dianggap didominasi oleh para pedagang tak lagi mempunyai orientasi kecintaan terhadap

---

<sup>12</sup>Storey, John, ‘Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop’ hal.146-147

musik Indonesia yang beragam, karena atas nama pasar yang mereka (industri dan pemodal) agung-agungkan, mereka seakan memotong leher para musisi dalam berkreaitivitas yang pada akhirnya mengikuti standarisasi yang telah ditentukan oleh pasar musik arus utama.

Menggunakan lagu ‘Cinta Melulu’ sebagai objek utama dari hasil temuan penelitian pada sub bab ini, terdapat wacana-wacana seperti keseragaman tema dan jenis musik yang diproduksi oleh industri arus utama dan rasa kejenuhan para kaum kontrakultur yang mendalam terhadap berjalannya industri ini yang cenderung melakukan komodifikasi habis-habisan terhadap musik sebagai *a product of culture industry and capitalism*.

Keseragaman tema dan jenis musik yang disengaja oleh industri lebih dijelaskan pada sub bab ini dengan lebih memfokuskan bahwa tindakan penyeragaman tersebut merupakan bentuk dominasi dan hegemoni yang telah dan sedang dilakukan oleh industri musik arus utama terhadap selera musik masyarakat Indonesia. Adanya komodifikasi genre musik pop melayu yang sedang populer saat itu dieksploitasi oleh pemegang modal untuk ditawarkan kepada publik dengan budaya dan selera dominan. Pasar musik selalu berkenaan dengan unsur-unsur kapitalisme, wacana seperti penjualan CD di tempat selain toko kaset, seperti KFC, Indomaret dan Pertamina menjadi strategi untuk industri musik tetap berjalan dan mendatangkan keuntungan.

Pada poin temuan penelitian terakhir ini peneliti menemukan adanya bentuk perlawanan alternatif dari skena indie sebagai kelompok *non-mainstream* atau *underground* yang menjadi kontrakultur terhadap industri musik arus utama. Melalui teks dalam lirik lagu “Biru” yang menyuarakan tentang pembebasan diri dari belenggu dominasi dan hegemoni yang dilakukan oleh industri musik. Bentuk perlawanan tersebut seperti pendirian indie label yang membebaskan musisi dan artis di dalamnya untuk berkreasi sesuai dengan keinginan mereka tanpa terlalu menghiraukan parameter selera pasar dominan yang telah dikomodifikasi total oleh industri kapital. Dengan memegang teguh prinsip DIY (*do-it-yourself*) yang dimiliki oleh kaum punk yang memang sejak awalnya mereka tumbuh sebagai kaum *non-mainstream*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Audifax, ‘Gaya Hidup: Antara Alternatif dan Diferensiasi’ dalam ‘Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas’, Jalasutra, 2006

Ibrahim, Idi Subandy., Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer, Yogyakarta: Jalasutra Cetakan I, Desember 2007

Rez, Idhar., 'Music Records Indie Label' 2008

Storey, J., Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop, hal.146-147

Susilo Adi, Taufik 'Kultur Underground: Yang Pekak dan Berteriak di Bawah Tanah' 2009

### **Skripsi**

Miftahudin, Ahmad 'Penerimaan Remaja Kelas Menengah di Surabaya Terhadap Tayangan Musik Pop Melayu di Televisi' Skripsi, 2013

### **Media Online**

Trax Magazine, Edisi Oktober 2012

[http://musiklib.org/Efek\\_Rumah\\_Kaca-Cinta\\_Melulu-Lirik\\_Lagu.htm](http://musiklib.org/Efek_Rumah_Kaca-Cinta_Melulu-Lirik_Lagu.htm) diakses pada tanggal 18 November 2012

.