

Musik Pop Bali Sebagai Industri Budaya

Ni Wayan Ardini, I Komang Darmayuda, Ricky Irawan

Program Studi Musik
Institut Seni Indonesia Denpasar

Tulisan ini dibuat untuk tujuan melihat keberadaan musik pop Bali dalam hubungannya dengan industri budaya yang saat ini giat dikembangkan oleh pemerintah melalui wacana industri/ekonomi kreatif. Melalui literature review, tulisan ini disusun menurut paradigma deskriptif-kualitatif. Analisis dilakukan menurut pola reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan. Hasil studi menunjukkan bahwa, dalam lingkup wilayah serta sosial-budaya Bali, musik pop Bali adalah bagian integral dari industri budaya itu sendiri. Sebagai industri budaya, ia adalah paduan ideal antara seni musik tradisi Bali dan aspek-aspek seni musik modern yang dibawa oleh peralatan musikal modern. Meskipun demikian secara kajian budaya musik pop Bali adapat ditelusuri secara kritis karena aspek-aspek kapitalistiknya dan semakin hilangnya autentisitas kebalian musik pop Bali itu sendiri.

Kata kunci: musik pop Bali, industri budaya, industrialisasi, kapitalisme, estetisasi.

Disampaikan pada Bali-Dwipantara Waskita (Seminar Nasional Republik Seni Nusantara) 2021
<https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw>
27 - 29 Oktober 2021

LATAR BELAKANG

Masyarakat masa kini, yang sering diidentifikasi mengalami globalisasi, semakin lama semakin banyak disugahi hiburan musik pop (*pop music*), baik yang sengaja diputar untuk konsumsi pribadi maupun kebetulan didengar di radio, televisi, atau media lain, dan baik yang dinikmati secara mendalam maupun secara santai atau sambil lalu. Banyak dari mereka adalah kalangan remaja dan dewasa, termasuk ibu rumah tangga. Mereka tidak saja berasal dari perkotaan tetapi juga pelosok-pelosok desa. Sebagai bagian penting dari budaya pop (*pop/popular culture*) yang berciri kerakyatan, musik pop memberikan makna dan mendatangkan kepuasan tersendiri bagi masyarakat yang mengonsumsinya.

Musik pop adalah salah satu genre musik dunia yang sudah sedemikian lama dikenal dalam sejarah permusikan (Ardini, 2015; Ardini, 2016; Ardini, 2018). Secara umum musik pop digambarkan sebagai musik ringan yang menyenangkan dan disukai oleh begitu banyak peminat dengan menekankan pada sifat hiburan (Ardini, 2015; Ardini, 2017). Menurut Mack (1995: 18-19), ia merupakan musik *entertaining* bercirikan bahasa (teks) dengan gambaran yang kuat secara emosional, frase-frase melodis yang mudah dipahami (di-sekuens-kan terus-menerus), dan instrumentasi yang bombastis dengan alat gesek, paduan suara sebagai latar belakang.

Dalam keberadaannya sebagai salah satu budaya pop (*pop/popular culture*) terpenting, musik pop begitu disukai tentu

karena sifat-sifat popnya, baik dari segi keentengan lirik, tema yang dipilih, ekspresi instrumentasi musikal yang mengiringi, sampai cara permainannya. Contoh paling relevan untuk ini adalah pencapaian fenomenal musisi Michael Jackson (1958-2009) asal Amerika Serikat yang sampai saat ini dijuluki "ikon musik pop". Jackson (Jacko) bahkan menjadi sosok legenda tidak saja dalam bidang musik pop tetapi juga legenda pop secara umum dengan sebutan "raja pop" (*the king of pop*) sepopuler McD dan Coca Cola dalam *American pop culture* yang lebih dahulu mendunia hingga memunculkan istilah McDonaldisasi dan Cococolanisasi yang bermakna "globalisasi" dengan gerakan kapitalisasinya.

Sebagai bagian dari budaya global, musik pop tidak saja ada, hidup, dan berkembang di Amerika Serikat, yang di era kapitalisme global merupakan negara pemimpin dunia di bidang budaya pop, tetapi dapat ditemui di berbagai negara. Dengan diperantarai media elektronik, khususnya radio dan televisi selain media rekam yang semakin canggih, musik pop Indonesia sampai saat ini berkembang dengan pemain industri (dalam hal ini musisi, khususnya penyanyi dan kelompok band) yang relatif cepat pergantiannya sebagai budaya pop, yang secara alamiah cepat muncul dan kemudian cepat hilang karena digantikan oleh pemain yang lain.

Di Indonesia musik pop dalam banyak hal bahkan merajai blantika musik setempat. Ketenaran musik pop Indonesia diawali oleh sepak terjang kelompok Koes Plus pada tahun 1970-an. Grup band legendaris yang dibentuk pada

tahun 1969 ini dapat dikategorikan sudah mengindustri dengan menciptakan ratusan lagu dan sangat disukai penggemarnya sampai saat ini, dengan berbagai versi musiknya yang tidak hanya beraliran pop melainkan merambah sampai irama melayu, dangdut, keroncong, pop Jawa, dan lagu berbahasa Inggris.

Tentu musik pop tidak hanya bersifat nasional melainkan dapat ditemui beragam musik pop daerah. Di Jawa Tengah dan Jawa Timur ada musik pop Jawa, di Jawa Barat musik pop Sunda, dan di Bali musik pop Bali. Sebagai suatu jenis musik pop daerah, musik pop Bali misalnya tentu saja menggunakan kekhasan budaya Bali, terutama menggunakan syair berbahasa Bali. Pada tahap awal perkembangannya, musik pop Bali masih menunjukkan kebalikannya dengan banyaknya lagu-lagu yang menggunakan notasi dengan tangga nada pentatonik berlaraskan *pelog-slendro* dan dengan alat musik tradisional, seperti *gangsa*, *suling*, *kendang*, dan *cengceng*. Sebagai musik pop, unsur-unsur musik modern, terutama *keyboard*, gitar, dan drum sudah pasti melengkapi sajian jenis musik ini. Semua popularitas musik pop, termasuk di wilayah Provinsi Bali, adalah karena keberadaannya sebagai budaya pop (*pop/popular culture*). Selain merupakan jenis budaya yang disukai oleh banyak orang, budaya pop dicirikan oleh sifatnya yang temporer (cepat berganti), dibentuk oleh proses teknologi, dan dikenal karena campur tangan media (massa), terutama media elektronik.

Dipelopori Anak Agung Cakra bersama Band Putra Dewatanya pada dasawarsa 1970-an yang populer dengan lagu-lagu seperti "Kusir Dokar" dan "Bungan Sandat", sejak dasawarsa 1990-an musik pop Bali mengalami industrialisasi. Industri budaya berupa industri musik pop Bali ini mengepaskan sayapnya melalui produksi, distribusi, dan konsumsi, sehingga industrialisasi musik pop Bali itu sendiri mencakup berbagai proses bisnis-ekonomi, teknologi, komunikasi, sosiologi, psikologi, budaya, dan sebagainya, serta melibatkan begitu banyak produser, musisi (pencipta lagi, penyanyi, pemain musik), media (televisi dan radio), toko dan outlet musik, konsumen, termasuk masyarakat dan pemerintah setempat. Para musisi, terutama artis penyanyi, datang dan pergi silih berganti sebagai bagian dari budaya pop yang bersifat temporer, yakni cepat datang dan cepat pergi atau digantikan pemain yang lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, tulisan ini memersoalkan permasalahan bagaimana keberadaan musik pop Bali dalam pusaran industri budaya pop kontemporer, yang mencakup proses produksi, distribusi, dan konsumsi serta persoalan estetisasinya dalam hal produksi musik tersebut. Industrialisasi musik pop Bali dalam konteks ini tidak lain adalah proses dan cara kerja dari industri musik pop Bali, yang terdiri atas produksi, distribusi, dan konsumsi. Ketiganya tidak saja bersifat linear (searah) tetapi juga

sering saling memengaruhi. Tidak saja produksi dan distribusi memengaruhi konsumsi, konsumsi pun potensial memengaruhi produksi dan distribusi.

Sebagai sebuah tulisan kajian budaya yang bersifat kritis, penulis harus melakukan analisis secara kritis terhadap keberadaan industrialisasi yang dilakukan oleh industri atau kapitalisme musik pop Bali, termasuk kemelencengan-kemelencengan kapitalistiknya. Paradigma kritis "kajian budaya (*cultural studies*)" dari tulisan ini dengan sendirinya menunjukkan bahwa penulis bersikap kritis terhadap segala sesuatu yang terkait dengannya meskipun, di permukaan, industrialisasi musik pop yang ada menyediakan sejumlah lapangan kerja bagi sejumlah tertentu anggota masyarakat Bali dan memberikan makna dan kepuasan tertentu bagi masyarakat konsumen musik pop Bali itu sendiri.

MUSIK POP DAN INDUSTRI BUDAYA

Musik Pop

Musik pop (*pop music*) berbeda dengan musik populer (*popular music*). "Musik pop" adalah salah satu bentuk "musik yang populer". Di Barat, musik populer mencakup juga jazz, rock, country, dan sebagainya, selain musik pop itu sendiri. Di Indonesia, selain musik pop, musik yang populer mencakup dangdut.

Musik pop (dilihat dari gaya teksnya) biasanya mengarah langsung kepada emosi-emosi dasar, dengan frase melodi yang sederhana dan cepat dapat dipahami (teknik sekuens atau ulangan-ulangan motif dasar saja, pokoknya gaya sederhana, sering digunakan; ...). Instrumentasi musik tersebut biasanya dilakukan dengan paduan suara besar serta alat-alat gesek untuk menimbulkan kesan "kemewahan" dan "kehalusan", walaupun substansi musik tersebut sederhana (Mack, 1995: 59).

Musik pop termasuk musik "ringan". Musik "ringan" dapat diperbandingkan dengan "musik serius" sebagaimana yang dilakukan pakar Mazhab Frankfurt Theodor Adorno yang kebetulan seorang musisi. Menurut Budiarto (2001: 76-77), idealisme musik Adorno, baik secara filosofis maupun teknis menghasilkan suatu perbandingan kasar antara musik "serius" yang menurutnya gambaran idealisme musiknya dengan memerhatikan kualitas tanpa jatuh dalam manipulasi, dan musik "ringan" atau populer dan jazz yang membiarkan diri dimanipulasi dan hanya memerhatikan pasar tanpa memerhatikan kualitas estetikanya. Bagi Adorno (Budiarto, 2001: 78), musik "ringan" atau populer merupakan musik yang tidak berfaedah dan membuat masyarakat menjadi tidak kritis. Sedangkan musik "serius" merupakan suatu hasil kreativitas aktif komponis yang mau menentang arus dengan menyuarakan musik yang lain di tengah-tengah derasnya manipulasi musik.

Storey (2004: 155-156) menyatakan, dalam esai-esai Adorno tentang musik pop dijelaskan bahwa musik pop

mencakup tiga hal, yaitu standarisasi, pendengar pasif, dan perekat sosial. Dalam standarisasi, sekali suatu pola musik atau lirik berhasil dibuat maka ia akan dieksploitasi untuk tujuan komersial yang memuncak pada "kristalisasi standar". Lebih jauh, rincian suatu lagu pop bisa jadi tukar-menukar dengan rincian lagu lainnya. Untuk menutupi standarisasi, industri musik melakukan apa yang disebut oleh Adorno sebagai "individualisasi semu". Adorno menyatakan bahwa musik pop menciptakan pendengar pasif. Konsumen musik pop selalu pasif. Musik pop berlaku sebagai perekat sosial.

Teori Musik Pop merupakan analisis yang sangat terkenal dari Adorno dalam menjelaskan Teori Industri Budaya. Menurut Adorno, Teori Musik Pop terkait dengan industri budaya dan fetisisme komoditas.

Industri Budaya

Pertumbuhan industri dan kapitalisme memaksa budaya untuk keluar dari pakemnya demi memuaskan beberapa elit modal. Kekuatan nilai-nilai yang hidup dalam budaya di masyarakat sebagai filter terhadap produk-produk industri membuat kaum kapitalis resah dan mencari celah demi dominasi ekonomi yang berkelanjutan. Pemanfaatan celah melalui jalan *packaging* memunculkan industri tersendiri dalam budaya yang kemudian akrab disebut industri budaya. Kemunculannya juga menghasilkan fetisisme komoditas demi melancarkan proses industri budaya. Adorno menganalisis fenomena tersebut melalui teori musik pop (dikutip dari *Wikipedia Bahasa Indonesia*, diunduh 08 April 2021).

Fetisisme komoditas ialah suatu upaya yang dilakukan industri sedemikian rupa hingga menciptakan pemujaan yang salah terhadap suatu produk industri budaya pada masyarakat. Masyarakat bukan lagi memuja suatu produk industri budaya yang secara nyata ada tetapi pemujaan tersebut lebih cenderung dialamatkan kepada simbol dan merek dari produk tersebut. Mereka merasakan kenikmatan semu melalui merek dan simbol-simbol dari produk industri budaya dan menganggap hal tersebut kenikmatan yang mereka dapatkan sejatinya dari produk yang memiliki nilai tersendiri (dikutip dari *Wikipedia Bahasa Indonesia*, diunduh 08 April 2021).

Teori industri budaya menyatakan, industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu. Maka dari itu, industri budaya berusaha mengaburkan kebutuhan-kebutuhan nyata masyarakat. Industri budaya sangat efektif dalam menjalankan hal tersebut hingga orang tidak menyadari apa yang tengah terjadi (Strinati, 2007: 69).

MUSIK POP BALI SEBAGAI INDUSTRI BUDAYA

Perkembangan Industrialisasi Musik Pop Bali

Sejarah musik pop Bali dapat ditelusuri dari kemunculan lagu-lagu pop Bali pada dasawarsa 1960-an. Seniman lagu pop Bali I Gde Dharna misalnya memiliki pandangan bahwa nuansa lagu pop Bali muncul tahun 1963 yang menandai kompetisi partai politik pada saat itu. Kemudian, merujuk pada peran penting mending ayahnya, seniman musik Anak Agung Alit Sudharsana berpendapat bahwa lagu pop Bali tumbuh dan benar-benar memakai iringan musik populer sejak tahun 1968 dengan hadirnya musisi legendaris Anak Agung Made Cakra dengan sejumlah karya terkenalnya yang dikenang hingga saat ini. Rekaman pertama musik pop dilakukan pada tahun 1970-an dengan lahirnya album "Kusir Dokar" Band Putra Dewata pimpinan Cakra pada tahun 1970-an. Rekaman dengan teknologi rekam yang sederhana ini dilakukan di Banyuwangi, Jawa Timur, karena pada saat itu belum tersedia fasilitas studio rekam di Denpasar namun hasilnya mendapat sambutan luas publik Bali.

Setelah masa Cakra, pada dasawarsa 1980-an muncul modernisasi lagu pop Bali lewat Yong Sagita dan beberapa yang lain. Musik pop Bali baru benar-benar mengalami industrialisasi pada dasawarsa 1990-an yang diawali dengan popularitas penyanyi Widi Widiana (sekitar tahun 1993) di antaranya melalui lagu "Sesapi Putih". Salah satu pencapaian industrialisasi musik pop Bali adalah akhir dasawarsa 1990-an dengan banyaknya musisi dan karyanya yang bermunculan silih-berganti di mana fenomena ini terjadi terutama berkat dukungan media radio lokal yang jangkauannya mencapai hampir seluruh wilayah Bali. Sejak dasawarsa 2000-an, pencapaian berikutnya terjadi karena kemunculan media televisi swasta lokal pertama, yaitu Bali TV, yang disusul dalam beberapa tahun kemudiannya oleh televisi swasta lokal lainnya. Beberapa musisi individu dan kelompok yang dapat disebut sebagai bintang musik pop Bali dasawarsa 2000-an adalah Bayu KW, Dek Ulik, Raka Sidan, Agung Wirasutha, Nanoe Biru, di Ubud 'n' Band, Lolot, dan XXX di mana dua kelompok terakhir sering disebut "pop alternatif". Pada tahun-tahun awal dasawarsa 2010-an, Krisna Purpa (vokalis di Ubud 'n' Band) yang belakangan mendirikan KIS Band mulai memperoleh predikat kebhintangannya.

Tiga Sumber Daya dalam Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Industrialisasi Musik Pop Bali

Industrialisasi musik pop Bali adalah proses berkembangnya musik pop daerah Bali menjadi suatu industri bisnis yang menguntungkan, yang melibatkan secara masif (besar-besaran) produksi dan distribusi musik

pop Bali itu sendiri di satu sisi dan konsumsi masyarakat terhadapnya di sisi lain.

Produksi musik pop Bali adalah bagaimana musik pop Bali dibuat (dipikirkan, digagas, dirancang, diciptakan, disusun, direkam, ditampilkan) hingga menjadi produk musik pop Bali itu sendiri, baik berupa rekaman yang dijual (kaset, *compact disc*), penampilan di panggung pertunjukan (*show*), rekaman dan penayangan (video, radio, televisi), atau yang lainnya. Produksi musik pop Bali melibatkan sumber daya artistik yang memberikan bahan (*input*) dan pemilik modal (pemilik studio rekaman dan *production house*) yang akan memrosesnya menjadi *output*, yaitu musik pop Bali yang siap didistribusikan ke pasar (masyarakat). Sumber daya artistik dan sumber daya kapital menjadi pilar bagi keberlangsungan produksi dalam industrialisasi musik pop Bali (Ardini et al, 2015). Distribusi musik pop Bali adalah bagaimana produk musik pop Bali didistribusikan hingga sampai di tangan masyarakat konsumen. Cara-cara dan praktik-praktik periklanan, promosi, pemasaran, dan penjualan produk musik pop Bali termasuk di dalamnya. Distributor musik pop Bali melibatkan penjual produk musik pop Bali, seperti toko kaset dan CD, promotor pertunjukan (*event organizer*), dan media promosi. Sumber daya media, baik cetak maupun elektronik, terkait dengan aspek distribusi dalam industrialisasi budaya pop.

Konsumsi musik pop Bali adalah bagaimana produk musik pop Bali dikonsumsi dan dinikmati oleh masyarakat konsumennya yang berada di wilayah Provinsi Bali. Konsumsi musik pop Bali melibatkan masyarakat konsumen atau pengonsumsi musik pop Bali itu sendiri, baik pengonsumsi langsung (pembeli kaset dan CD dan penonton pertunjukan) maupun pengonsumsi tidak langsung, yaitu masyarakat penggemar musik pop Bali yang hanya mengonsumsi lewat radio dan televisi.

Industrialisasi musik pop Bali dibentuk oleh tiga sumber daya yang berbeda, yaitu (1) sumber daya artistik (musikal) para musisi, (2) sumber daya kapital (pemilik modal), dan (3) sumber daya media. Sumber daya artistik (musisi) termasuk sumber daya lokalitas sedangkan sumber daya kedua dan sumber daya ketiga adalah kekuatan (sumber daya) global. Baik sumber daya artistik para musisi, seperti pencipta musik, penyanyi, dan pengiring musik, maupun sumber daya kapital (pemilik studio rekam dan *production house*) memunculkan produksi dalam industrialisasi musik pop Bali, sehingga tercipta produk-produk musik pop Bali (Ardini et al, 2015).

Setelah diproduksi, toko kaset atau saluran-saluran lain mendistribusikan produk-produk tersebut ke tangan masyarakat atau pasar sasaran. Dalam proses distribusi tersebut, sumber daya media, baik media (massa) cetak maupun elektronik, membantu aspek distribusinya agar produk musik pop Bali benar-benar disukai dan dibeli untuk dikonsumsi.

Dalam hal ini, produksi (dan distribusi) dan konsumsi musik pop Bali merupakan sebuah mata rantai yang tidak terpisahkan. Dalam pemasaran masa kini, hampir semua produk dibuat berdasarkan kebutuhan pasar (konsumen). Artinya, produk-produk diciptakan karena adanya kebutuhan-kebutuhan dalam masyarakat. Perusahaan-perusahaan biasanya mengadakan riset pasar terlebih dahulu sebelum mengeluarkan produk-produknya. Seperti dikatakan oleh Marx, konsumsi menghasilkan produksi (1973: 91). Bahkan, dalam masyarakat postmodern, perusahaan-perusahaan yang jeli justru menciptakan kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Sebagai satu mata rantai, selain secara sederhana produksi memengaruhi distribusi dan konsumsi serta distribusi bisa memengaruhi konsumsi, konsumsi pun potensial memengaruhi distribusi sebagaimana distribusi potensial memengaruhi produksi. Industri budaya merupakan industri yang dalam sistem produksinya yang menyangkut input, proses, dan outputnya terkait dengan aspek-aspek kebudayaan. Istilah "industri" dalam industri budaya menunjukkan bahwa dalam proses industrialisasinya, musik pop merupakan suatu kegiatan bisnis dengan mekanisme yang profesional dalam hal produksi dan distribusinya.

Musik Pop Bali dan Proses Estetisasinya

Dapat dipastikan bahwa "budaya" yang diacu dalam "industri budaya" terkait dengan masyarakat sebagai pelaku dan pemilik (ke)budaya(an). Dikatakan termasuk industri budaya karena musik pop Bali pada saat ini adalah bagian integral dari kebudayaan Bali itu sendiri. Budaya di mana kesenian merupakan bagian integralnya berhubungan dengan masyarakat karena masyarakat berperan mengonstruksi kebudayaan. Dalam konteks kesenian musik pop Bali, budaya yang dimaksud adalah budaya setempat (kebudayaan Bali).

Secara umum, musik pop Bali adalah musik pop yang bersumberkan kekhasan estetik Bali dalam karyanya, terutama menggunakan syair berbahasa Bali, notasi yang dipakai dengan tangga nada pentatonik dengan laras *pelog-slendro* (khususnya jenis musik pop Bali dalam tahap awalnya) sebagai pengaruh musik tradisional Bali, dengan iringan musik modern (seperti gitar, drum, *keyboard*) yang dikolaborasikan dengan alat musik tradisional, serta dalam tampilan panggung yang menggunakan ikon-ikon kebalian, seperti busana, cara berkomunikasi, koreografi, dan tata panggung (dekorasi).

Dalam perkembangannya saat ini, bentuk-bentuk estetika musik pop Bali berkembang tidak homogen lagi seperti pada awalnya. Jika pada awalnya musik pop Bali memiliki kekentalan autentisitasnya sebagai musik pop Bali yang berkarakteristik Bali tetapi pada saat ini terdapat sejumlah nuansa musikal di dalamnya sebagai akibat adanya globalisasi, terutama globalisasi. Tidak mengherankan, dalam penelitian Darmayuda (2007), ditemukan lagu-lagu (musik) pop Bali era 1990-2005 bernuansa musikal Mandarin, Sunda, Banyuwangi, dan Jawa Tengah, serta

dengan aliran rock, rap, reggae, pop Indonesia, keroncong, dan dangdut.

Sebagai budaya pop yang berorientasi pasar, musik pop Bali mengalami perkembangan dan perubahan yang cepat. Saat ini ada musik pop Bali yang tidak saja bahasa (lirik)-nya bercampur dengan bahasa asing atau Indonesia tetapi juga alat musiknya sudah semakin teknologis dan global. Sebagai budaya pop juga, musik pop Bali semakin kehilangan identitas otentik kebaliaannya (Ardini, 2016).

Musik pop Bali kini berada dalam situasi industrialisasi budaya pop yang tidak selalu berjalan mulus. Di satu sisi, sebagai budaya pop, musik pop Bali yang sudah mengalami industrialisasi sering mendapat pencitraan sebagai budaya kelas dua karena yang paling utama adalah budaya tinggi dalam bentuk lagu-lagu "asli" daerah Bali, yang setidaknya berlaras *pelog-slendro*, berbahasa Bali "asli" (tanpa campuran), dan menggunakan alat musik tradisional Bali. Di sisi lain, produser (pemilik modal) musik pop Bali dengan segala kekuasaannya terlihat dominan sebagaimana gerakan kapitalisme modern pada umumnya.

Budaya Bali dalam estetika musik pop Bali pun sering bersifat tempelan (hiasan). Suara alat musik tradisional Bali dapat diprogram sedemikian rupa dengan menggunakan komputer dan dapat digantikan alat musik modern. Belakangan ini, di balik semakin berkembangnya industrialisasi musik pop Bali, semakin banyak pula produk musik pop Bali yang hanya bahasanya menggunakan bahasa Bali sedangkan aspek-aspek lain adalah musik pop bukan Bali (Ardini, 2015; Ardini, 2016; Ardini 2018).

PENUTUP

Di era reformasi, musik pop Bali semakin mendapat tempat dengan pencanangan 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif dan kemudian munculnya pengakuan keberadaan "ekonomi kreatif" dalam Kementerian Pariwisata pada saat ini (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif). Kegiatan ekonomi baru berupa industri kreatif memasukkan musik sebagai salah satu unsurnya. Namun demikian, meski di permukaan tampak sinergis dan saling menguntungkan satu sama lain, justru jalinan antara pelaku industrialisasi budaya pop dan masyarakat, yaitu antara aspek produksi dan konsumsi, sebenarnya begitu kompleks dan kontradiktif, sehingga senantiasa menarik dianalisis dengan kajian budaya kritis. Menurut Fiske (2011: 25), di satu pihak, budaya tersebut diindustrialisasi –komoditas-komoditasnya dihasilkan dan didistribusikan oleh industri yang dimotivasi oleh keuntungan yang hanya mengikuti kepentingan-kepentingan ekonominya sendiri. Namun, di lain pihak, budaya tersebut adalah budaya masyarakat... Untuk dikategorikan ke dalam budaya populer, suatu komoditas juga harus membawa kepentingan-kepentingan masyarakat.

Temuan yang dapat diberikan adalah secara umum hilangnya otentisitas identitas budaya Bali dalam musik pop Bali. Tangga nada yang sudah mentradisi di Bali, yaitu pelog, selendro, dan pemero, semakin digantikan nada-nada diatonik. Bersamaan dengan itu, alat musik tradisional yang dahulu menjadi bagian pentingnya hampir hilang sama sekali. Penggantinya adalah teknologi musikal itu sendiri. Bahasa Bali pun dicampurkan dengan bahasa Indonesia dalam syair-syair lagunya. Penampilan penyanyi dan setting fisik pertunjukan pun sering tidak mendukung. Musik pop Bali kehilangan identitas kebaliaannya.

Dalam konteks pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, industrialisasi musik pop Bali tampak ikut melesu. Pertunjukan-pertunjukan besarnya jelas tidak ada karena kerumunan ditiadakan. Pertunjukan virtualnya tergolong sangat minimal. Karya-karya musik pop Bali, khususnya yang tergolong berkualitas, justru tidak banyak muncul. Musisi pop Bali tidak menggunakan kesempatan "work from home"-nya dengan banyak berkarya di rumah atau di studionya. Semoga ketika pandemi ini hilang semuanya berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardini, N. W. (2015). Industrialisasi Musik Pop Bali: Ideologi, Kepentingan, Dan Praktiknya. Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni, 3. <https://doi.org/10.31091/sw.v3i0.172>
- ARDINI, Ni Wayan et al. POWER OF MEDIA IN INDUSTRIALIZATION OF BALINESE POP MUSIC. E-Journal of Cultural Studies, [S.l.], v. 8, n. 4, nov. 2015. ISSN 2338-2449. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/ecs/article/view/18406>>.
- Ardini, Ni Wayan. 2017. Politik Identitas Kebalian dalam Musik Pop Bali. Promusika. Volume 5 Nomor 2 Oktober., hal. 96-111.
- Ardini, N. W. (2016). Produksi, Distribusi, dan Konsumsi dalam Industrialisasi Musik Pop Bali. Mudra Jurnal Seni Budaya, 31(1). <https://doi.org/10.31091/mudra.v31i1.248>
- Ardini, N. W. (2018). Balinese Pop Music: An Industrialization Era. Journal of Music Science, Technology, and Industry, 1(1), 129–138. <https://doi.org/10.31091/jomsti.v1i1.509>
- Budiarto, C. Teguh. 2001. *Musik Moderen dan Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- Darmayuda, I Komang. 2007. "Lagu Pop Bali Periode Tahun 1990-2005: Sebuah Kajian Budaya", tesis, Program Magister, Program Studi Kajian Budaya, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar.

Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer* (terjemahan *Understanding Popular Culture*). Yogyakarta: Jalasutra.

Mack, Dieter. 1995. *Apresiasi Musik, Musik Populer*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.

Marx, Karl. 1973. *Grundrisse*. Harmondsworth: Penguin.

Storey, John. 2004. *Teori Budaya dan Budaya Populer, Memetakan Lanskap Cultural Studies* (terjemahan). Yogyakarta: CV. Qalam.

Strinati, Dominic. 2007. *Popular Culture, Pengantar menuju Teori Budaya Populer* (terjemahan). Yogyakarta: Jejak.

www.Wikipedia Bahasa Indonesia, diunduh 08 April 2021.