

Nasionalisme Asyik Lewat Musik

Oleh : Fakhri Zakaria

“Satu doang sih...Slank”

Jawaban tadi keluar dari mulut teman saya, ketika saya iseng bertanya tentang hal apa yang membuat dirinya bangga sebagai bagian dari bangsa Indonesia. Teman saya tadi namanya Anwar. Anwar, seperti halnya anak muda lain, amat menggemari musik. Idolanya adalah Slank, band *rock n roll* yang jejaknya di dunia musik Indonesia sudah masuk kategori *legend*. Tak heran mereka punya basis massa fanatik yang tergabung dalam Slankers. Dan Anwar adalah salah satunya. Kecintaan Anwar pada Slank sepertinya tak usah diragukan lagi. Dia adalah ensiklopedi berjalan soal Slank. Kamar kostnya yang cuma berukuran 3x3 meter tak ubahnya seperti museum mini yang memuat beberapa memorabilia dirinya bersama Kaka cs., berjejal bersama diktat kuliah. Meskipun Anwar bukanlah orang yang pintar-pintar amat, kalau ukurannya adalah IP yang tak pernah menyentuh angka tiga serta seringnya mangkir kuliah, jawaban Anwar tadi ada betulnya juga.

Merujuk pada data yang dikeluarkan lembaga dunia, posisi Indonesia memang miris. Data yang dikeluarkan UNDP tahun 2008 kemarin tentang Indeks Pembangunan Manusia menempatkan Indonesia di urutan 109. Terpaut jauh dari Malaysia di urutan 63. Masih dari sumber yang sama, Indeks Kemiskinan yang dirilis UNDP pada tahun 2008 menempatkan Indonesia di urutan 69 dari 135 negara dunia. Benar juga apa yang dikatakan oleh Koil dalam lagu *Sistem Kepemilikan* tentang Indonesia. *“Ini negara bodoh yang sangat aku bela, layaknya kekasih yang tercinta”*. Sejujurnya, apa *sih* yang bisa dibanggakan dari Indonesia. Mengurusinya sendiri masih kelimpungan. Belum lagi upaya membangun reputasi di mata internasional. Masih saja menjadi “mainan” negara lain. Kebanggaan menjadi Indonesia justru seringkali dirampok. Parahnya, perampokan itu tak lain dan tak bukan dilakukan oleh orang dalam. Dengan kata lain orang Indonesia

sendiri.. Hutan dibabat, pulau dijual, belum lagi batik yang tak dijaga baik-baik dari “lemari”.

Kebanggaan akan Indonesia lalu menjadi persoalan yang mengemuka, terlebih bila dikaitkan dengan “banjir” arus informasi sebagai imbas dari perkembangan teknologi komunikasi. Memang dengan makin terbukanya kran informasi, Indonesia tidak ketinggalan dari negara lain, minimal dalam hal *update* isu-isu mutakhir dunia. Namun di sisi lain, banjir informasi tadi perlahan tapi pasti juga menggerus budaya lokal khas Indonesia. Ini yang perlu menjadi perhatian serius. Persoalannya adalah bagaimana menyadarkan masyarakat. Upaya penyadaran akan kebanggaan menjadi bagian dari bangsa besar bernama Indonesia selama ini dihadapkan pada *nasionalisme semu*. Nasionalisme ala buku teks pelajaran sekolah serta upacara kenegaraan. Nasionalisme yang selama ini membodohi karena masyarakat dibiarkan bermimpi dalam kondisi-kondisi ideal yang sebenarnya semu. Bagaimana slogan seperti *adil makmur* berhadapan dengan kenyataan bahwa hampir 30 juta masyarakat Indonesia masih hidup di bawah garis kemiskinan. Masyarakat kemudian menjadi bosan dan jenuh dengan slogan-slogan seperti *Cinta Indonesia* karena sudah kadung menganggap jargon-jargon tadi tak lebih dari sekedar pepesan kosong belaka.

Ini tentunya perlu jalan keluar. Kita tidak ingin negara ini tak lebih dari sebuah produk hasil produksi massal bernama *globalisasi*, yang tak punya ciri khas yang bisa dibanggakan. Adalah penting untuk menanamkan kembali kebanggaan menjadi Indonesia, namun dengan cara yang berbeda. Cara yang menarik, yang mampu membuat pesan-pesan tadi mampu diresapi dan tak sekedar perkataan yang mengawang. Dan cara tersebut lebih menarik ketimbang iklan-iklan politik. Cara tersebut adalah musik.

Musik dan Perilaku Manusia

Jika kehidupan adalah kue *tart*, maka musik adalah hiasannya. Musik adalah salah

satu hal yang memperindah hidup, sampai-sampai ada ungkapan mengatakan hidup tanpa musik seperti hidup tanpa cinta. Seni, dimana musik merupakan bagiannya, merupakan jawaban kebutuhan manusia akan keindahan. Dalam kajian media, musik mempunyai pengaruh yang besar pada diri seseorang jika dibandingkan dengan bentuk media lain. Menurut Loren Coleman (2004) dibandingkan dengan bentuk-bentuk media massa lain, musik mempunyai pengaruh yang lebih kuat. Lebih jauh lagi, pengaruh musik bahkan bisa sampai ke tataran pembentukan sikap seseorang. *“Attitudes and belief systems are born from the messages communicated and reinforced through teen music”*.

Dalam konteks yang lebih besar, musik dapat dijadikan sebagai instrumen dalam memotret realitas dalam masyarakat. Koes Bersaudara pernah mengkritik pemerintahan Soekarno yang penuh hipokrisi lewat lagu *Poor Clown*. Efeknya? Tony Koeswoyo dan adik-adiknya tadi harus rela hidup di bui untuk beberapa saat. Generasi 80 mengenal Iwan Fals, Slank adalah perwakilan generasi 90, dan generasi sekarang menjadikan Efek Rumah Kaca sebagai ikon musik dengan lirik kritik sosial. Musik juga menjadi identitas penyatu kelompok. Lagu Darah Juang menjadi *anthem* para mahasiswa saat reformasi 1998 silam. Juga bagaimana saat Indonesia Raya ciptaan W.R Soepratman mampu menerobos sekat-sekat sentimen promordial yang menjadi tembok terciptanya persatuan Indonesia.

Ketika musik diperdengarkan, ada orang yang terhibur. Situasi ini akhirnya menciptakan hubungan antara musisi dengan penggemarnya, yang lazim disebut fans. Fans adalah urat nadi sebuah band, tentu dalam hal ini adalah fans yang suportif bukan mereka doyan membuat onar yang justru merugikan band itu sendiri. Secara materiil, fans memberi pemasukan bagi musisi dari album yang mereka beli, konser yang mereka tonton, *merchandise* yang mereka koleksi serta RBT ponsel yang mereka aktivasi.

Fans juga berperan dalam proses kreatif bagi beberapa musisi. Album terbaru duta punk rock asal Bali, Superman Is Dead, yang bertajuk *Angels and Outsiders* secara khusus dipersembahkan bagi fans mereka yang tergabung dalam *The Outsiders*. Lagu *Serigala*

Militia milik Seringai merupakan *ode* persembahkan Arian 13, Ricky Siahaan, Khemod dan Sammy Bramantyo bagi para Serigala, sebutan bagi fans Seringai. Lagu dari album berjudul sama ini terinspirasi dari sikap militan fans band hardmetal asal Jakarta ini. Jikustik yang beraliran pop romantik juga mendapat inspirasi dari salah seorang Jikustikan, sebutan fans band asal Jogja ini, dalam lagu *Relakan Aku* yang ada dalam album kedua mereka, *Perjalanan Panjang*.

Jika ditelisik lebih jauh lagi, hubungan antara musisi dan fans tadi merupakan sebuah jalinan komunikasi yang kuat. Menurut Coleman fans, apalagi yang berusia muda, akan mengikuti idolanya tak hanya dalam hal tata rambut semata namun sampai ke perilaku keseharian. Dalam kajian psikologi komunikasi pengaruh komunikasi seseorang pada orang lain berupa tiga hal, salah satunya adalah identifikasi (*identification*). Menurut Jalaluddin Rakhmat (1999) individu mengambil perilaku yang berasal dari orang lain karena perilaku itu berkaitan dengan hubungan yang mendefinisikan diri secara memuaskan (*satisfying self-defining relationship*) dengan orang itu. Dalam konteks ini, *atraksi* menjadi faktor yang menguatkan hubungan tadi. Atraksi ini dapat berupa daya tarik fisik maupun kemampuan. Ini yang acap ditemui dalam hubungan fans dengan musisi idola. Banyak remaja putri yang rela berdesakan hingga semapat demi melihat aksi Ariel Peterpan, yang kadar ketampanannya sudah diakui oleh seorang Luna Maya. Atau bagaimana seorang Iwan Fals mampu menyihir massa sebanyak satu stadion sepak bola hanya dengan berbekal sebuah gitar kopong.

Musisi dan Fans, Sebuah Simbiosis Mutualisme

Kuatnya pengaruh musisi pada fansnya tadi jika dilihat dari sisi positif sebenarnya merupakan cara mudah untuk mengedukasi masyarakat. Dari segi efektifitas penerimaan pesan, penyampaian pesan lewat medium musik sudah terbukti ampuh jika dibandingkan dengan media lain, seperti iklan misalnya. Pada medio 80-an, lagu *We Are The World* ciptaan Lionel Richie dan Michael Jackson mampu menggalang solidaritas dunia bagi

musibah kelaparan di Afrika. Ini tak lepas dari kemampuan musik untuk menyentuh wilayah emosional seseorang. Sebagai sarana eskapisme yang relatif mudah dan murah bagi individu, musik memberikan kesenangan dan kepuasan saat “mengkonsumsi”nya. Adanya pengaruh emosional (perasaan senang dan atau puas) ini menjadikan pesan lebih mudah untuk diterima. Kita tahu bahwa perilaku manusia banyak dipengaruhi oleh aspek emosional ketimbang sisi rasional.

Beberapa musisi kemudian menyadari keberadaan fans sebagai sarana untuk mengedukasi publik. Efek Rumah Kaca mengajak masyarakat peduli terhadap kondisi sekitar lewat lagu-lagu ber lirik kritis seperti *Cinta Melulu, Di Udara* atau *Mosi Tidak Percaya*. “Bikin orang-orang yang apolitis tadi jadi suka, minimal dengan lagunya itu sendiri. Minimal jadi tau *lah, kan* orang Indonesia sibuk sama urusan sendiri-sendiri”, ujar Cholil Mahmud, vokalis, dalam talkshow musik di FISIP UI Depok, Rabu 22 April lalu. Slank gencar mengkampanyekan anti narkoba setelah sembuh dari ketergantungan narkoba. Selain itu Kaka, Bimbim, Ridho, Abdee dan Ivan juga dipilih KPK menjadi Duta Anti Korupsi berkat lagu-lagu yang penuh dengan kritik sosial macam *Seperti Para Koruptor* atau *Gosip Jalanan* yang beberapa waktu lalu sempat membuat DPR “panas”. Basis massa yang tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia merupakan potensi untuk mensukseskan “program” ini.

Industri Musik Indonesia : Rumah Besar yang Rapuh ?

Upaya untuk menjadikan musik sebagai sarana edukasi publik tadi tentunya harus didukung oleh infrastruktur yang memadai, dalam hal ini industri musik beserta komponen yang ada di dalamnya. Namun kondisi ideal tersebut ternyata mesti berhadapan dengan kenyataan bahwa industri musik Indonesia ibarat rumah besar dengan pondasi keropos. Pembajakan yang makin terang-terangan hingga kualitas *output* yang sebagian besar masuk kategori mengkhawatirkan, baik dari segi aransemen

maupun lirik.

“Di Indonesia musisi menjadi anak yatim”, cetus Donny Fattah, bassis grup rock legendaris God Bless di Rolling Stone Indonesia edisi Mei 2009. Indonesia adalah negara yang tidak mempunyai lembaga musik. Olahraga memiliki Komite Olahraga Indonesia (KOI) sebagai induk sedang film memiliki Persatuan Film Nasional (PFN). Imbasnya, musisi tidak mempunyai *backing* pada saat bermasalah dengan pihak lain, dengan label rekaman yang “nakal” misalnya. Begitu juga dukungan pemerintah pada musisi-musisi yang nyata-nyata berkontribusi membawa nama Indonesia ke pentas dunia. Minim.

Pada bulan Juli kemain Superman Is Dead menjadi satu-satunya band Asia yang bermain di *Vans Warped Tour 2009*. Bobby Kool, Eka Rock dan Jerinx juga menjadi satu-satunya band Asia Tenggara yang bermain di festival musik punk bergengsi yang disponsori oleh merk sepatu yang populer di kalangan anak skate. Sebagai gambaran nama-nama seperti Green Day dan My Chemical Romance adalah beberapa *headliner* di acara musik keliling 47 kota di Amerika Serikat ini. Di bulan Maret, Burger Kill, duta metal asal Ujung Berung, Bandung, menjadi satu-satunya perwakilan dari Asia untuk tampil di Soundwave Festival, festival rock terbesar di lima kota di Australia dengan *line up* 60 band asal Amerika dan Eropa. Dari berita-berita tentang mereka yang saya baca di berbagai, saya pribadi tidak melihat adanya dukungan pemerintah disini. Padahal jelas-jelas mereka membawa nama Indonesia di level bergengsi. Mungkin saja pemerintah masih berada di alam mimpi membawa Timnas Sepakbola Indonesia ke level dunia, jadi anak-anak muda yang jelas-jelas sudah “membawa Indonesia ke tingkat dunia” tadi tidak disadari. Kalaupun akhir-akhir ini pemerintah lewat Departemen Kebudayaan dan Pariwisata memasukkan festival-festival musik seperti Java Jazz dan Java Rockin’land ke agenda Visit Indonesia Year 2009, itu karena pemerintah sedang asyik dengan mainan baru bernama industri kreatif, yang mana tahun ini dicanangkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif.

Padahal industri musik bolehlah berbangga hati. Merekalah penyelamat asap dapur

bagi ribuan orang yang menggantungkan hidup darinya. Saat resesi ekonomi melanda Indonesia di akhir 90-an, nama-nama seperti Dewa 19 dan Sheila on 7 justru meraih penjualan album fisik (sekali lagi catat, album fisik) diatas satu juta kopi, masing-masing untuk album *selftitled* dan *Pandawa Lima*. Suatu anomali di tengah menurunnya daya beli. Saat era digital dimulai, yang membawa ekses negatif bernama *pembajakan*, Peterpan masih bisa mencatat angka penjualan sebesar nyaris 3 juta kopi untuk album *Bintang Di Surga*. Sekali lagi, ini angka penjualan album fisik. Tengok pula berapa banyak orang yang menggelontorkan rupiah untuk festival musik semacam Java Jazz padahal situasi ekonomi dalam negeri sedang tak menentu. Itu belum terhitung pada banyaknya konser musik yang digelar, yang tentunya mendatangkan keuntungan bagi semua pihak, mulai dari artis, promotor sampai tukang parkir di area konser.

Penutup

Lepas dari persoalan-persoalan tadi yang masih menjadi PR besar, musik merupakan media alternatif yang patut diberi “ruang”. Meskipun belum ada perhitungan matematis secara pasti, pengamat musik Bens Leo memberi predikat Indonesia sebagai Republik Seribu Band (http://dennysak.multiply.com/journal/item/348/IndonesiaNegeri_Ribuan_Band). Di lain sisi, band-band yang jumlahnya ribuan tadi tentu mempunyai penggemar yang jika di hitung secara kasar jumlahnya mencapai dua kali lipatnya. Dengan segala potensi yang ada di dalamnya tadi , maka tidaklah berlebihan jika musik dapat didayagunakan sebagai alat untuk menumbuhsuburkan kecintaan Indonesia pada masyarakat, utamanya pada anak muda. Pun rekam sejarah sudah membuktikan bahwa musik mempunyai andil yang tidak sedikit dalam perjuangan bangsa ini. Karena nasionalisme tak melulu soal jargon-jargon dalam buku teks pelajaran itu. Karena nasionalisme pun bisa hadir dengan cara yang asyik lewat musik.