

# TELEVISI DAN MUSIK BERVISUAL

Oleh : Zein Mufarrih Muktaf

Sudah dipublikasikan di Proceeding COMICOS 2014

Diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta,  
tanggal 6-7 September 2014

## A. PENDAHULUAN

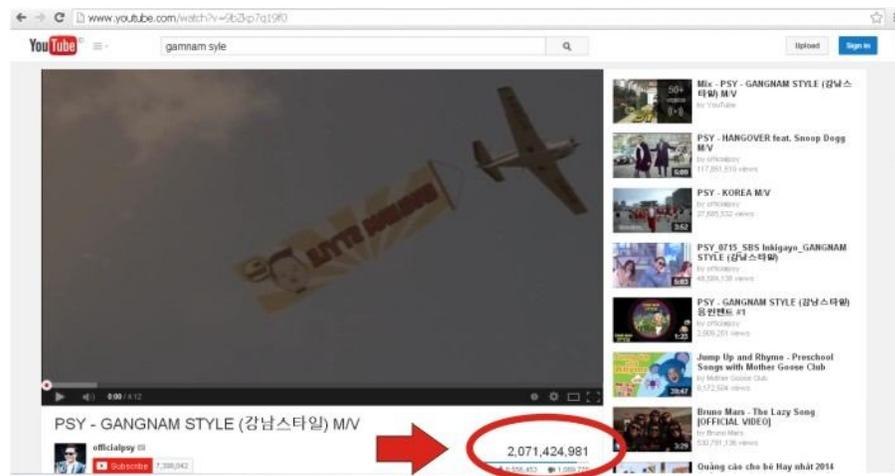
Tentu kita masih ingat bagaimana seorang PSY mampu menggegerkan jagad musik dengan joget ala *Gangnam style*-nya yang mendunia. Demam *Gangnam* seolah-olah menghipnotis masyarakat dunia untuk beramai-ramai joget ala penyanyi sekaligus komedian asal Korea Selatan itu. Tak hanya menirukan, namun telah menjadi demam kolosal yang dinikmati oleh banyak orang diseluruh dunia. Hingga pesohor Amerika sekelas Britney Spears pun seolah-olah takjub hingga mengidolakannya. Padahal Britney Spears sendiri juga sebagai ikon remaja populer yang banyak menginspirasi anak muda terutama dalam *dance* modernnya.

Fenomena PSY cukup fenomenal, bukan karena wajah gantengnya, namun karena kemampuan PSY dalam mengocok perut penontonnya dalam video musiknya. Ya, PSY populer bukan hanya karena musiknya, namun karena joget *Gangnam*-nya yang sangat disukai oleh banyak orang di dunia.

PSY dengan *Gangam Style*-nya banyak dinikmati di televisi siaran maupun di medium internet layaknya Youtube. Masyarakat kebanyakan ingin melihat bagaimana PSY

dengan tingkah konyolnya memperagakan *Gangnam Style* serta aksi lucu lainnya dalam video musiknya.

Fenomena PSY mungkin bisa dibilang bukan hal baru dalam industri musik yang memanfaatkan Youtube sebagai lahan bisnis maupun televisi sebagai bagian dari marketingnya. Namun hal lain yang bisa diambil dari keunikan kesuksesan PSY adalah adanya pergeseran cara masyarakat menikmati musik. Munculnya televisi dengan kelebihanannya dan internet dengan konsep *new media*-nya mampu membuat perubahan yang mendasar pada masyarakat, yakni cara menikmati musik melalui citra.



Di jejaring sosial media Youtube, PSY telah memecahkan rekor dengan viewer hingga 2 milyar.

Sumber : <http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>, akses 26 Agustus 2014

Musik sesungguhnya adalah musik itu sendiri, musik lahir dalam nada dan irama yang tentu saja hanya bisa kita nikmati “roh”nya adalah alunan suara. Namun hari ini kita tidak hanya menikmati musik hanya sebatas alunan suara, namun juga citra yang ada dalam musik itu sendiri yakni video musik atau sebagian orang menyebutnya sebagai video klip.

Era sekarang ini, sisi estetika musik sepertinya tidak sebatas pada nada atau irama yang apik, namun juga pentingnya peran citra yang ada dalam musik itu sendiri.

Dari fenomena tersebut di atas, penulis melihat bahwa peran citra dalam musik sangatlah penting pada era sekarang ini. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya ada pergeseran cara menikmati musik. Tidak hanya sebatas menikmati musik semata, namun juga menikmati citra yang dapat dinikmati melalui musik tersebut. Menikmati citra bisa dilakukan melalui file video, youtube, atau televisi, yang semua itu bisa dinikmati melalui medium konvensional layaknya televisi, komputer PC, *laptop* maupun *gadget*. Maka muncul pertanyaan, bagaimana peran penyiaran dalam industri musik? Tujuan dari tulisan ini adalah ingin melihat deskripsi atau gambaran tentang penyiaran sebagai medium citra musik yang penting bagi industri musik.

Penyiaran berangkat dari kata dasar siar yang berarti mengumumkan, atau mengabarkan kemana-mana. Sedangkan penyiaran pada intinya adalah kegiatan atau proses mengabarkan kesemua orang, itu dinamakan sebagai sebuah proses penyiaran. Namun *mindset* penyiaran juga tidak serta merta hanya sesederhana itu juga, Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery dan Fiske dalam bukunya "*key Concept in Communication and Cultural Studies*", menyebutkan bahwa penyiaran adalah pengiriman pesan melalui media televisi maupun radio dengan tidak dikontrol secara teknis oleh penerima (Prayudha, 2004:3).

Pada dasarnya penyiaran adalah pengiriman pesan melalui media televisi maupun radio yang penerima begitu saja menerima apa saja yang diterimanya. Penerima tidak mempunyai kemampuan teknis untuk mengendalikan proses penyiaran. Teknis yang dimaksud merujuk bahwa khalayak tidak bisa mengendalikan kontennya. Walaupun secara

esensi dapat disepakati, namun definisi ini juga dipaksa untuk dikritisi kembali karena perubahan teknologi. Di era web.2.0 masyarakat disuguhkan oleh media baru yang menawarkan interaksi bagi khalayaknya. Khalayak bisa mengendalikan informasi apa yang mereka mau, daripada menunggu informasi yang disuguhkan oleh media massa. Walaupun teknologi sekarang menawarkan hal tersebut, namun peran media penyiaran konvensional tetap populer. Malahan medium internet sebagai salah satu ikon *new media* juga “menyaru” layaknya televisi maupun radio konvensional demi menyesuaikan dengan konsumennya.

Adapun jenis penyiaran bisa dijabarkan sebagai berikut;

- Radio

Radio menggunakan frekuensi radio, bersifat auditif. Seiring berjalannya waktu, radio juga melakukan konvergensi teknologi, dengan menggunakan media digital serta media internet radio mampu menjangkau area yang lebih luas.

- Televisi

Televisi sama halnya dengan radio, yang membedakan yakni televisi bersifat audio visual. Televisi juga mulai merambah pada medium internet dan televisi digital.

- *Internet Broadcasting*

Internet broadcasting adalah penyiaran yang memang dari awal diperuntukan untuk media internet. Teknologinya pun berbasis pada media internet dengan konsep data-data digital. Penerapan teknologinya masih belum bersifat massal. Sementara masih dalam bentuk yang bervariasi, seperti smartTV, yakni televisi dengan penambahan teknologi internet, atau penyedia TV berlangganan dalam bentuk (Internet Protocol TV) IPTV, dan sejenisnya yang sifatnya *steraming*.

Penyiaran televisi sebagai medium citra dalam industri musik tak lepas dari peran citra musik yang dicitrakan dalam siaran televisi berupa video musik, wawancara, berita dan konser musik. Musik video atau dalam sebutan yang lain adalah videoklip merupakan versi audio visual sebuah musik. Musik yang merupakan bentuk dari sebuah audio yang didukung teknologi visual menjadikan bentuk musik audio visual.

Jika meruntut pada sejarah video musik di Indonesia mulai ada tahun 1980-an, video musik hanya dipakai sebagai sebuah pelengkap dan hanya sebagai sebuah prasyarat karena musik tersebut akan dinikmati di layar televisi. Itupun seringkali dibuat oleh sumber daya manusia stasiun televisi tersebut dengan dibuat apa adanya, hanya sebagai syarat agar musik itu bisa dinikmati di televisi. Namun lambat laun peran video musik makin menjadi penting sebagai penyokong sebuah lagu. Pada prosesnya video musik di Indonesia semakin lama semakin terlihat kualitasnya. Terbukti pada tahun 1990-an RCTI membuat program acara bertajuk “Video Musik Indonesia”, yang mengangkat nama Rizal Mantovani dan Dimas Djayadiningkrat saat itu sebagai ikon sutradara video musik di Indonesia.

Video musik di negara Barat sudah sangat pesat perkembangannya, jika dibandingkan di Indonesia pada tahun 1980-an. Terlebih saat Amerika Serikat melahirkan televisi musik yang bernama MTV pada tahun 1979. Pada era ini pulalah, video musik mulai banyak dikenal sebagai bagian dari sebuah musik.

Mempelajari sejarah video musik, tak lepas dari kiprah MTV sebagai televisi yang mendukung musik secara global, terlebih lagi menjadikan musik sebagai bagian dari budaya populer (hal ini sangat kontradiktif dengan gerakan *New Left* pada satu dekade sebelumnya yang menggunakan musik sebagai wujud perlawanan terhadap tirani dan perjuangan atas kebebasan). MTV menggunakan musik sebagai bagian dari budaya populer yang kapitalistis.

Walaupun begitu keadaanya, MTV menjadi solusi dari banyaknya anak muda yang mendambakan idolanya masuk rumah (dengan adanya MTV kaum muda bisa menikmati musik idolanya cukup hanya menonton televisi di rumah). Sebelum kemunculan MTV, anak muda di Amerika menggemari sebuah band hanya melewati konser, kepingan hitam, kaset dan radio. Kepingan hitam, kaset, dan radio hanya mampu mengeluarkan suara, kelemahan dari media tersebut adalah tidak mempunya penikmat musik untuk melihat sosok idolanya bernyanyi, tidak bisa menyalurkan hasrat dan emosi penikmat musik terhadap idolanya. Mendengarkan musik melalui kaset, piringan hitam ataupun radio jelas sangat berbeda dengan konser, dimana penikmat musik bisa bertemu langsung dengan idolanya, mengekspresikan segala emosinya di konser tersebut. Walaupun konser musik memberikan ruang interaksi yang lengkap antara penyanyi dan penggемarnya, namun kelemahannya konser sifatnya berpindah-pindah, dan sulit dijangkau jika secara geografis jauh jaraknya. Disinilah kemudian MTV mengambil kesempatan ini untuk membuat televisi musik untuk mengisi dari sisi visual. Pada era MTV inilah video musik mulai berkembang pesat. Anak muda tidak perlu pergi ke konser untuk melihat sosok band dambaannya. Mereka bisa melihat sosoknya, gairahnya hanya dengan menonton televisi di rumah.

Jika melihat dari evolusi video musik, video musik bukan lagi hanya sekedar pelengkap dari sebuah lagu. Ia adalah satu kesatuan dari sebuah lagu. Menurut Will Straw video musik membuat sebuah citra yang melebihi pengalaman tentang musik itu sendiri. Sebagai gambaran, kita bisa melihat bagaimana wajah sang idola, penampilan dia di video tersebut, cerita dalam video musik tersebut (pelibatan musisi dalam pertunjukan video tersebut), yang bisa jadi melebihi dari “nilai” musik itu sendiri. (Straw, dalam Frith, Goodwin, Grossberg (eds), 2005: 2). Jadi, video musik mempunyai sifat yang kompleks

melebihi lagu itu sendiri, dikarenakan sifat dari video musik yang menghadirkan citra, dan nilai-nilai lain di luar lagu itu sendiri. masih menurut Straw, efek munculnya video musik membuat penonton tidak bebas dalam menafsirkan sebuah musik. Dengan adanya video musik penonton disuguhkan pada sebuah paket narasi dan interpretasi yang sudah ada. Maka video musik pada era musik populer membawa imbas pada pemiskinan afeksi penikmat musik. Video musik menjadi sebuah citra dari musik itu sendiri, dan juga narasi. Video musik menjadi satu kesatuan dari lagu, dan citra dari apa yang ada dalam video tersebut.

## **Metodologi**

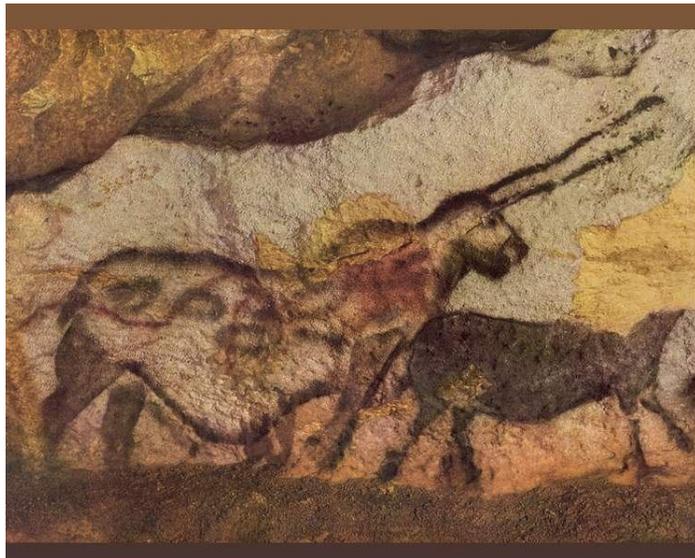
Artikel ini disusun menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena kebutuhan dari penulisan ini. Penggunaan metode deskriptif ditujukan untuk 1). Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, 2). Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, 3). Membuat perbandingan atau evaluasi, 4). Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 1984:25). Teknik pengumpulan data menggunakan sumber literature, dokumentasi dan sumber-sumber lain yang dirasa sesuai sebagai acuan data sumber dalam penelitian ini. Penelitian ini berakhir pada analisis serta memadukan. Melakukan klasifikasi begitu juga melakukan pengorganisasian (Rakhmat, 1984:26).

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Menilik Sejarah Visual Dunia**

Peradaban manusia dalam seni visual sesungguhnya masih cukup muda dibandingkan dengan umur manusia di dunia ini. Manusia mulai merekam sejarah tentang visual dalam peradaban manusia diukur dari penemuan gambar dinding di dataran Perancis yang berumur 17.000 tahun.

Manusia primitif pada masa itu masih belum mengenal tulisan dan masih memakai bahasa yang sangat sederhana. Mereka kemudian mengaplikasikan bahasanya lewat media gambar yang mereka lukis di tembok-tembok gua. Seperti lukisan telapak tangan, manusia dalam bentuk ikon atau gambar-gambar binatang. Jadi dalam sejarah visual (diluar dari seni kriya), manusia baru pada ribuan tahun yang lalu mengenal teknik visual/lukisan, jauh sekali dengan karya kriya yang jauh lebih tua ratusan ribu tahun yang lalu. Lukisan dinding gua yang paling terkenal adalah berjudul "*Running Horse Attacked*", perkiraan digambar pada masa Paleolithic, 15.000 SM di sebuah gua di daerah Lascaux, Prancis.



Sebuah gambar dinding berjudul "*Running Horse Attacked*", digambar pada masa Paleolithic, 15.000 SM di sebuah gua di daerah Lascaux, Prancis.

Pada masa inilah manusia mulai mengenal gambar. Dibuat sebagai bagian dari sebuah ritual, atau bentuk penghargaan pada hewan-hewan tertentu yang dipuja oleh manusia primitif masa itu.

Pada masa itu pula beberapa gambar di dinding gua sudah menceritakan sebuah peristiwa. Peristiwa yang paling banyak digambar adalah kegiatan berburu. Pada masa itu, kegiatan menggambar juga berhubungan dengan *storytelling* yang terus dibawa oleh manusia hingga saat ini. Gambar yang bercerita ini suatu saat berubah ranah menjadi gambar bergerak, layaknya film dan televisi. Cerita tidak hanya sebatas tulisan semata, namun juga gambar yang bergerak secara alamiah.

Teknologi film sesungguhnya berbeda dengan teknologi televisi. Teknologi film berangkat dari bagaimana membuat gambar tetap yang berurutan (*juxtaposisi*) dengan kecepatan tinggi kemudian menghasilkan gambar bergerak, dan penonton hanya melihatnya dengan cukup satu bingkai untuk menonton gambar tersebut. Pembuat proyektor film pertama kali dibuat oleh Thomas Alva Edison dan disempurnakan oleh Lumiere Bersaudara kemudian hari. Namun yang patut dikiritisi adalah bahwa tujuan awal dari teknologi film adalah menghasilkan gambar bergerak, bukan menghasilkan suara secara bersamaan.

Walaupun mempunyai dasar yang sama yakni *motion picture*, namun televisi mempunyai hakekat yang berbeda, ia adalah sebuah alat teknologi yang dibuat sebagai keberlanjutan dari teknologi radio siaran yang hanya audio saja. Tidak jauh dari dunia penyiaran, salah satu penggagas pengembangan televisi adalah industri radio pada waktu itu, yakni BBC London. BBC Inggris adalah pengembang pertama dalam mengembangkan industri televisi pada waktu itu. Awalkali diperkenalkan dalam bentuk televisi kabel yang disalurkan ke pemilik BBC pada tahun 1929 hingga di *launching* menjadi BBC Television

waktu itu pada tahun 1936. Namun dikarenakan terbentur oleh Perang Dunia II, pengembangan televisi di Inggris mengalami stagnasi, dan digantikan perannya oleh Amerika Serikat pasca Perang Dunia II. Momen paling terkenal tentang televisi pertama kali dipublikasikan adalah tahun 1946 saat PBB melaksanakan sidang pertamanya di New York di gedung Universitas Hunter. Di tempat itu wartawan disuguhkan kotak gambar bergerak yang mampu menghasilkan gambar dari aktifitas di ruangan sebelah. Disinilah televisi pertama diperkenalkan di publik setelah Perang Dunia II (Effendy, 1993:171).

## 2. Gerakan *New Left* dan Musik

Pada era sebelum MTV hadir, musik sangat identik dengan radio. Musik berkembang melalui radio, konser serta kaset, atau piringan hitam waktu itu. Banyak musisi terutama musisi *rock and roll* pada masa itu terkenal oleh karena konser serta musiknya sering terdengar di radio.

Apa hubungannya antara gerakan *New Left* dan musik? Memang antara gerakan *New Left* dan musik hubungannya tidak secara langsung. Namun dalam gerakan Kiri Baru musik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam gerakan tersebut nantinya. Dalam kesempatan ini, penulis mencoba mendeskripsikan bagaimana gerakan Kiri Baru membuahkan sebuah gerakan musik yang sangat kuat dikalangan kaum muda saat itu, yang dengan kekuatan itu mampu menekan kebijakan pemerintah.

Kiri Baru diawali tahun 1960-an oleh gerakan ketidakadilan sosial, diskriminasi rasial, Perang Dingin, Perang Vietnam, dan kebijakan politik serta ekonomi Amerika yang cenderung kaku. Gerakan ini merupakan gerakan kaum muda yang mencoba melawan elitisme kaum tua. Kiri Baru juga dibarengi oleh gerakan lain, seperti gerakan feminisme,

gerakan kaum Gay, gerakan anti rasial dan sebagainya. Banyak kaum muda yang mencoba melawan kebijakan negara atas ikut sertanya Amerika pada Perang Vietnam, ketidakadilan gender, Perang Dingin serta diskriminasi rasial. Terutama bagi kaum kulit hitam dan kaum hispanik yang hanya menjadi masyarakat kelas dua di Amerika Serikat . Gerakan yang mempunyai tujuan yang sama yakni melakukan reformasi di berbagai lini, perlu disatukan dalam satu kekuatan besar massa. Maka musik menjadi salah satu alat yang sangat strategis untuk mengumpulkan mereka.

Festival musik yang cukup besar pernah diadakan di sela-sela berkecamuknya Perang Vietnam, yakni diadakannya *The Woodstock Musik and Art Festival* pada tahun 1969. Festival musik ini merupakan festival musik terbesar sepanjang sejarah pada waktu itu yang mampu mengumpulkan 400.000 orang di sebuah daerah yang jauh dari peradaban manusia yakni di Bethel, New York. Pada perhelatan ini hadir banyak musisi terkenal waktu itu seperti Joan Baez, Ravi Shankar, CCR, Grateful Dead, Janis Joplin, Carlos Santana, The Who, Blood, Sweat and Tears, Joe Cocker, Crosby, Still, Nash, Ten Years After, Johnny Winter, Jimi Hendrix dan lain-lain (Rusbiatoro, 2008:33).



Suasana Woodstock Musik and Art Festival

Sumber : <http://www.woodstock.com/>

Akses 25 April 2013

Gerakan Kiri Baru Amerika Serikat juga dipengaruhi pula oleh fenomena musik *rock and roll* dan *blues* yang waktu itu *pentolan*-nya juga mendukung gerakan tersebut, seperti John Lennon yang kemudian menelorkan lagu *Imagine*, The Beatles dengan *Revolution* dan *Let It Be*, serta The Doors dengan *The Unknown Soldiers*.

Musik mampu menyatukan banyak friksi diantara kaum muda, dan menjadikan kekuatan massa yang sulit ditandingi waktu itu. Maka kemudian Amerika Serikat terpaksa mundur dalam Perang Vietnam, begitu juga dengan penghapusan undang-undang *segregasi* yang memisahkan kulit hitam dan putih di ruang publik.

Lambat laun gerakan Kiri Baru semakin menghilang, yang muncul hanya kelompok-kelompok kecil anak muda yang bergerak sendiri-sendiri. Kaum muda warisan dari gerakan Kiri Baru di era 60-an menghasilkan bentuk kelompok baru yang mencoba mengidentifikasi dirinya bagian dari gerakan Kiri Baru, kita bisa melihatnya melalui pakaian yang berwarna-warni, aksesoris berumbai, kacamata bundar dan gaya rambut gondrong yang unik, yang kemudian kelompok tersebut disebut dengan kaum Hippie. Kaum Hippie selain diidentikan dengan sosok muda yang kritis, cinta damai, dan juga penikmat musik. Kaum hippie yang cukup banyak, ditambah dengan penikmat musik generasi baru inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh MTV untuk menjadi lahan bisnis baru, memanfaatkan gairah kaum muda yang energik dan cenderung ingin tahu sebagai alat akumulasi modal.

MTV mulai mengudara pada tahun 1981, tepatnya 1 Agustus 1981. Karena MTV adalah sebuah televisi *broadcast*, maka peran visual sangat penting selain musik itu sendiri. Maka peran video musik serta konser dalam televisi sangat berpengaruh pada waktu itu sebagai keterwakilan citra musik pada saat itu.

Pada akhirnya peran video musik sangat berpengaruh banyak dalam dunia musik. Terutama saat sebuah band atau musisi ingin memasarkan musiknya melalui televisi *broadcast*. Dengan menggunakan video musik, musisi bisa memasarkan musiknya melalui televisi, atau mengisi konser pada televisi tersebut. Video musik pertama yang diputar di MTV adalah video musik berjudul “*Video Killed with Radio Star*” yang dibawakan oleh The Buggles. Video musik ini merupakan bentuk sindiran akan hancurnya musik radio oleh musik televisi. (Rusbiantoro, 2008:49)

Mungkin terlalu berlebihan jika berdirinya MTV layaknya oase di padang pasir, namun kenyataannya memang demikian, MTV mampu menghilangkan dahaga bagi banyak anak muda yang sangat menyukai musik dan idolanya. Sebelum adanya MTV yang *on air* selama 24 jam, musik hanya bisa dinikmati melalui kaset, radio dan konser saja. Ketiganya mempunyai kekurangannya masing-masing. Jika seseorang mendengarkan musik dari idolanya di radio, dia harus dengan susah payah mengimajinasikan idolanya tersebut, begitu juga dengan memutar kaset. dia hanya menjadi pendengar saja, dan tidak bisa melihat sosok idolanya. Dengan tidak bisa melihat idolanya, orang yang mengidolakan itu tidak bisa mendapatkan gairah yang didapat dari idolanya tersebut, karena terhalang oleh sifat media yang hanya *single* media. Orang tersebut tidak bisa melihat idolanya tengah melakukan apa serta ekspresi idolanya saat menyanyikannya. Walaupun kaset sedikit lebih mempunyai kelebihan, yakni musiknya bisa diulang-ulang.

Begitu halnya dengan konser, biarpun konser musik menawarkan interaksi langsung dengan penontonnya, namun tetap mempunyai segudang kelemahan. Memang penonton akan mendapatkan gairah menonton, serta suasana yang atraktif karena berhadapan langsung dengan idolanya, bersenang-senang bersama kelompok orang yang mempunyai kesukaan

yang sama satu sama lain. Namun tetap konser musik mempunyai kelemahan, antara lain, konser musik tidak bisa dilakukan bersamaan di waktu yang sama di berbagai tempat. Konser musik hanya dilakukan di satu tempat, dan diperlukan pengorganisasian tim yang solid dan *budget* yang tidak sedikit. Kedua, penonton dihadapkan pada pertimbangan geografis. Lokasi konser yang berjarak ribuan kilometer jauhnya jelas akan memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit untuk mendatangnya.

Ketiga, akomodasi serta pembelian tiket konser sangat berhubungan langsung dengan kemampuan ekonomi. Perlu adanya perhitungan ekonomi dan akomodasi saat datang di sebuah konser musik. Jika sering datang di sebuah konser di berbagai kota, maka akan pula berpengaruh pada pengeluaran.

Munculnya walkman tahun 1979 sedikit merubah cara masyarakat mendengarkan musik, terutama para kaum muda yang energik dan tidak suka diam di satu tempat. Munculnya Walkman membuat kebiasaan orang mulai berubah. Walkman menawarkan mendengarkan musik secara personal dan bisa dibawa kemana-mana.

Walaupun peran walkman bertahan puluhan tahun, namun walkman cenderung hanya sebagai alat pemutar musik saja. Kehadiran walkman hanya berpengaruh sedikit dari besarnya pengaruh musik pada anak muda.

Kaset, walkman, radio serta konser musik memang mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki televisi seluruhnya. Namun televisi dengan hanya memiliki separuh dari kemampuan dari keduanya, televisi mampu menjadi bagian yang tak terpisahkan dari dunia musik, dan terutama MTV yang mempunyai peran signifikan pada masa era 80-an hingga sekarang ini dalam mengembangkan industri musik global.

MTV dengan musik yang dilengkapi citra mampu membuat “bahagia” anak muda. Di rumah seorang anak muda yang mengagumi seorang idolanya tak perlu harus keluar rumah dan mengeluarkan uang banyak untuk melihat sosoknya, cukup menonton idolanya di televisi, melihat ekspresinya dan *passion*-nya saat menyanyikan lagunya. Penonton juga bisa melihat bagaimana idolanya diwawancarai, melihat ekspresinya idolanya saat menyanyi dan mendengarkan idolanya berbicara. Selain itu penggemarnya juga bisa melihat apa yang dikenakan, bajunya, aksesorisnya dan sebagainya.

Tak perlu harus ke konser musik. Penggemar cukup hanya duduk atau berjingkrak didepan televisi di dalam ruang tengah rumahnya ataupun dikamarnya, yang tentu saja sangat dijamin privasinya. Dengan musik didalam televisi, penggemar tak perlu harus pergi ke konser hanya untuk melihat dengan nyata idolanya, penggemar hanya cukup melihatnya di televisi, dan mungkin sekali-kali mendatangi konsernya jika ada kesempatan dan mempunyai uang yang cukup.

MTV secara khusus juga memberikan solusi bagi anak muda dibawah umur 17 tahun atau baru menginjak masa remaja. Statusnya yang belum dewasa memaksa para remaja ini terbatas dalam menghadiri konser yang biasanya diadakan di bar atau diskotik. Menurut aturan di Amerika anak diusia remaja tidak boleh masuk ke tempat-tempat yang menghadirkan minuman keras. Dengan adanya MTV dari anak remaja serta pihak orang tua juga merasa nyaman karena anaknya bisa menikmati “konser” hanya dengan berada dirumah.

Awalnya video musik dibuat ala kadarnya, hanya dibuat sebagai pelengkap dari sebuah musik, itupun karena video itu disiarkan dalam televisi *broadcast*. Namun pada berjalannya waktu, video musik (terutama saat MTV lahir) tidak hanya sebatas pelengkap.

Video musik berkembang menjadi bagian yang tak terpisahkan dari musik itu sendiri. Pada suatu waktu akhirnya video musik adalah musik itu sendiri.

Walaupun intinya adalah musik, video musik sekarang ini mempunyai peran yang signifikan. Musik merupakan citra dari musik itu sendiri (Straw, 2005:2). Jika musiknya bagus, namun kualitas video musiknya buruk, maka musik itu akan terpengaruh oleh citra videonya itu, begitu juga sebaliknya. Maka peran video musik sangat berpengaruh pada citra dari musisi, serta musik itu sendiri.

Video musik juga sebagai *storyteller* dari sebuah lagu. Biasanya penikmat musik mencoba mengimajinasikan lagu yang dibawakan. Dengan menonton video musiknya, penonton disuguhkan pada cerita dalam lagu tersebut.

Peran video musik yang terakhir tersebut memang membawa masyarakat pada kebiasaan yang berubah, dari cara mengimajinasikan lagu menjadi begitu saja menerima apa saja yang dihasilkan oleh video tersebut. Peran penikmat lagu berubah, dari menikmati lagu dengan berimajinasi, menjadi menerima apa saja yang telah disediakan oleh musik itu serta videonya. Pengaruh afeksi yang dikembangkan oleh musik akhirnya hanya bersifat kognitif.

### 3. Konser Musik Populer dalam Televisi

Setelah munculnya MTV, perilaku kaum muda berubah, musik dari sang idola bisa dilihat dan nikmati berulang-ulang hanya diruang keluarga, melihat sebuah konser musik cukup di ruang keluarga. MTV menawarkan hal instant dalam menikmati musik.

Jika melihat perkembangan musik sebelum era MTV, terutama dalam hal konser musik, konser menjadi satu hal yang berbeda atau hubungannya sangat kecil dengan medium penyiaran. Konser musik berdiri sendiri sebagai medium musik dalam bentuk lain. Jika

merujuk pada pendapat Mattern (1998:25), konser dibagi dalam 3 bentuk. Pertama, konser yang sifatnya konfrontatif. Yakni sebuah konser yang dibuat sebagai sebuah bentuk perlawanan terhadap sesuatu, semisal perlawanan terhadap kebijakan negara, atau melakukan permusuhan dengan kelompok lain. Konser musik Woodstock misalnya, merupakan contoh konser musik yang konfrontatif. Konser ini diadakan untuk mencoba menekan negara dan beberapa kebijakan lainnya yang merugikan mayoritas masyarakat. Mereka berkumpul disatu tempat sebagai bentuk dari sebuah perlawanan. Dalam konser seperti ini, hanya diikuti oleh satu komunitas saja yang mempunyai pandangan, selera, atau ideologi yang sama.

Bentuk konser yang kedua adalah konser *deliberative*, konser ini hampir sama dengan sebelumnya, hanya saja, komunitas yang menikmati konser ini lebih dari satu. Mereka membawa identitas kelompoknya masing-masing. Konser dengan bentuk *deliberative*, masing-masing komunitas harus mampu menahan diri untuk tidak saling terprovokasi oleh permusuhan. Konser model seperti ini menghadirkan perbedaan yang bisa saja akan menghasilkan sebuah moment interaksi, negosiasi yang berpotensi pada kompromi, saling mengakomodasi satu sama lain dan saling memahami, atau malah sebaliknya masing-masing komunitas saling berkonflik dan beradu fisik. Konser bentuk seperti ini mampu membangun proses politik yang baik. Masing-masing kelompok saling menjaga diri dan berperilaku baik kepada kelompok lain. Idealnya pada konser *deliberative* diperlukan adanya sikap dialogis dan saling terbuka.

Ketiga, konser berbentuk pragmatik. Konser yang terbuka untuk satu komunitas maupun lebih dari satu komunitas. Karakternya adalah mengajak khalayak untuk berkolaborasi bersama. Setiap komunitas atau kelompok diajak untuk berkolaborasi bersama

dalam sebuah konser. Tujuan dari konser ini adalah kooperatif, terbuka, dan menjadi bagian dari pemecahan masalah. Dengan adanya penggabungan komunitas dalam konser tersebut membuat konser tersebut semakin mempunyai pengaruh. Konser seperti ini biasanya adalah konser-konser amal yang mendatangkan banyak musisi untuk bergabung dalam sebuah konser bersama.

Setelah berjalannya waktu, dan semakin mapannya dunia penyiaran, sekarang ini konser musik juga menjadi bagian dari program siaran televisi. Televisi menyajikan konser dalam bentuk yang professional, biasanya disiarkan secara langsung kepada khalayak. Intinya televisi membuat konser musik yang pada hakekatnya adalah sebuah program siaran, bukan konser itu sendiri (kecuali kelompok orang yang menonton langsung konser tersebut, itu bisa dianggap sebagai sebuah konser). Bagi masyarakat yang cukup menonton televisi dirumah maka disebut sebagai “program siaran” konser.



Salah satu program acara televisi bernama “Carnaval SCTV” yang berbentuk konser musik. Program acara ini bersifat *off air* dan juga *on air*.

Sumber : <http://sin.stb.s-msn.com/i/80/CAE93915AF82ADDC6DD5411D6CE17.jpg>, akses

26 Agustus 2014

Konser Carnival SCTV merupakan bentuk konser model pragmatik yang dibuat oleh industri penyiaran. Konser ini diikuti oleh banyak musisi yang berkolaborasi dalam satu panggung. Khalayak yang menonton pun tentu saja majemuk. Contoh diatas adalah konser yang merupakan bagian dari salah satu program acara di SCTV yang dikemas dalam bentuk konser. Sesuai dengan konsep konser pragmatik, bahwa dalam konser pragmatik ada unsur promosi dan kesadaran pada hal tertentu.



INBOX, program acara musik SCTV yang dibuat layaknya konser  
Sumber : [http://krokkblog.blogspot.com/2012/03/super-9-boyz-at-inbox-sctv-15-februari\\_15.html](http://krokkblog.blogspot.com/2012/03/super-9-boyz-at-inbox-sctv-15-februari_15.html) akses 28 April 2013

Konsep gaya konser yang lebih sederhana bisa kita lihat juga dalam program acara seperti INBOX. Konsep yang hampir sama dipakai juga di program acara DASYAT di RCTI, dan DERING di Trans TV beberapa tahun yang lalu. DASYAT biasanya hanya di studio *indoor* saja, walaupun sesekali juga dibuat di luar ruang, uniknya dalam program yang dibuat RCTI terutama di *indoor*, penontonnya diposisikan di atas *stage*, satu panggung dengan penyanyi dan presenternya. Hal ini juga pernah diikuti DERING maupun INBOX, namun tidak sekonsisten DASYAT.

DASYAT walaupun ada panggung layaknya konser dan di dengan *setting outdoor*, namun program ini murni adalah program siaran musik, bukan konser musik. Karena unsur-unsur konser seringkali tidak didapat di program ini. Biar pun banyak penonton, *toh* beberapa program disengaja menghadirkan penonton bayaran. Penonton dihadirkan oleh sebuah jasa penonton untuk mengisi bangku penonton. Mereka ini mendapatkan upah atas pekerjaannya mereka menjadi penonton. Sebagai penonton bayaran tentu saja mereka mempunyai kewajiban-kewajiban yang harus ditaati sebagai penonton bayaran. Tentu hal ini berbeda dengan penonton yang alamiah datang untuk menonton, layaknya di konser.

Rating sebuah program acara televisi juga akhirnya mempengaruhi konsistensi sebuah acara. Dasyat yang awalnya *full* program musik, mulai bergeser menjadi sekedar guyonan anak muda bersanding dengan pertunjukan musik, pemutaran videoklip dan tangga lagu.

Hal ini berbeda dengan program acara INBOX, walaupun pola acaranya hampir sama dengan DASYAT namun konsistensi sebagai bagian dari konser ala televisi tetap dijaga. Walaupun beberapa masih memakai penonton bayaran (terutama penonton dari sponsor) namun masih membuka penonton alamiah yang memang datang untuk menonton acara musik tersebut.

Dari fenomena konser di atas, kita bisa mengamati bahwa peran penyiaran sangat dominan dalam menyiarkan musik. Kesimpulan tersebut muncul karena penyiaran televisi mampu memediasi industri musik dalam menjalankan bisnisnya. Kekuatan penyiaran televisi bisa kita lihat secara sederhana dalam menyiarkan video musik, membuat program acara musik yang kontinu dan terus bertahan bertahun-tahun, membuat konser musik yang

sifatnya akbar yang diisi oleh banyak artis penyanyi, atau bahkan gosip artis yang dihadirkan dalam acara tersebut.

Berangkat dari studi kasus program acara INBOX ataupun DASYAT, selain secara teknis mampu menyokong industri musik, industri penyiaran juga mampu mampu menggiring selera masyarakat dalam menyukai musik. Hal ini terlihat dari program acara musik yang mengendalikan frekuensi pemutaran sebuah lagu, videoklip, wawancara artis dan sebagainya. Jika dilihat dari contoh di atas, Industri musik sangat dipengaruhi oleh industri penyiaran televisi seperti melalui unsur citra musik, seperti video musik, informasi dan penampilannya di televisi.

#### 4. Tantangan Profesi komunikasi dalam industri Musik Populer

Di Era Sekarang ini industri musik sudah bagian dari industri penyiaran, atau jika lebih kasarnya, dalam konteks makro industri musik sangat tergantung dengan industri penyiaran. Konteks makro penyiaran yang dimaksud adalah tidak sebatas pada penyiaran mainstream saja, namun juga menyangkut penyiaran digital, seperti penggunaan media sosial, ataupun radio streaming.

Musik sebagai citra sudah menjadi bagian dari industri penyiaran, musik hidup hadir dalam sirkulasi industri penyiaran. Sosok PSY merupakan sosok musisi yang menjadi sukses karena keterlibatan penyiaran, melalui video musik yang diputar di medium penyiaran visual, konser, maupun informasi lain yang disiarkan di medium penyiaran.

Di era yang serba visual ini, musik sebagai citra dan musik sebagai industri mau tidak mau harus bersanding atau berintegrasi dengan industri penyiaran, bersama-sama

membangun citra yang ingin disematkan pada lagu tersebut, narasi yang diinginkan lagu tersebut, atau citra apa yang diharapkan kepada pelantun lagu tersebut.

Sebelumnya industri musik pernah diguncang oleh kemunculan teknologi MP3 yang membuat lagu menjadi sangat murah. Belum dihantam pula dengan maraknya pembajakan yang sulit diberantas. Sekarang ini tantangan industri musik lebih berat lagi, diawali dengan munculnya teknologi web 2.0 industri musik harus benar-benar jeli mengambil strategi pemasarannya. Seperti dua sisi mata pedang, musik dihadapkan pada sebuah dilemma, menjadi tetap konvensional dalam memasarkan musiknya atau memilih terbuka dan dinamis melihat perkembangan teknologi yang ada.

Inilah sebenarnya moment bagi para pelaku dunia kreatif, terutama bagi kalangan freelancer atau kaum independent untuk mengekspresikan karyanya dan bertemu dengan para pelaku industri musik. Bukan hanya untuk seniman musik, namun elemen-elemen lain yang mendukung musik tersebut, seperti sutradara videoklip, editor, animator, art director, event organizer dan sebagainya. Medium youtube atau vimeo misalnya, menjadi alat untuk menjual karya atau minimal membuat demo. Disinilah teknologi informasi sangat bermanfaat menemukan kalangan pemodal industri musik dengan para creator di bawah.

Di era jejaring sosial Industri musik visual tidak lagi didominasi oleh industri besar. Para musisi independent juga mulai mampu memasarkan karyanya secara luas dengan memanfaatkan sosial media. Titik temu antara pelaku industri musik besar dan creator inilah yang sesungguhnya harus dimanfaatkan oleh orang-orang yang memilih berprofesi di bidang komunikasi.

Elemen-elemen dalam bidang industri musik, seperti desain grafis, animasi, videografi, *event organizer*, dan kompetensi lain yang sejenis sangat dibutuhkan dalam

mendukung industri kreatif musik. Karena suksesnya sebuah bisnis musik sekarang ini tidak lagi terpaku oleh produser bermodal besar. Dengan tawaran digitalisasi sekarang ini jelas memberikan kemudahan bagi banyak kalangan untuk membuahkanya karya yang kreatif plus juga menguntungkan.

Kreatif sekali lagi menjadi unsur penting dalam menghadapi tantangan kedepan dalam industri populer global. Gambaran yang sangat jelas ini menjadi tantangan bagi mahasiswa serta dosen dalam bidang komunikasi untuk peka terhadap perubahan zaman dengan mampu mengembangkan kompetensi kreatif sesuai kebutuhan zaman. Ini merupakan kesempatan yang strategis bagi para sarjana Ilmu Komunikasi untuk mengambil kesempatan tersebut.

### C. Simpulan

Musik sekarang ini tidak hanya sebatas lagu itu sendiri, lagu sangat terkait dengan siapa yang menyanyikannya, lagu juga terkait bagaimana citra yang diperlihatkan oleh penyanyinya, lagu juga terkait dengan bagaimana video musiknya dibuat. Popularitas PSY yang heboh dengan *dance Gangnam Style*-nya ditiru dan diikuti lebih karena khalayak melihatnya di televisi maupun di youtube, atau file digital. PSY populer bukan hanya musiknya yang energik, namun juga bagaimana musiknya dicitrakan melalui sosok PSY dan video musiknya.

MTV merupakan *pioneer* musik populer dalam siaran televisi. Memanfaatkan medium televisi untuk memasarkan musik tidak sekedar musik, namun gaya hidup, fesyen, hedonism melalui apa yang disebut sebagai citra musik. Penyiaran mampu mengambil esensi

musik. Industri penyiaran mampu “memaksa” perilaku masyarakat menikmati musik dengan citra. Bukan lagi semata musik sebagai auditif.

Dengan fenomena tersebut di atas, maka profesi dibidang komunikasi masih terbuka lebar, terutama elemen-elemen pendukung kreatif musik. Teknologi informasi yang semakin membumi menjadi semacam kesempatan bagi orang-orang komunikasi untuk berkreasi, menciptakan sesuatu yang baru dan membuka lapangan kerja yang luas. Inilah tantangan dunia akademisi untuk menghadirkan temuan dan terciptanya sumberdaya manusia yang berkualitas dibidang kreatif. Bagi Industri populer terutama musik tidak akan pernah mati, kecuali sudah tidak ada orang lagi yang mau “melihat” musik.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

Prayuda, Harley, 2004, *Radio: Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang, Bayumedia.

Frith, Simon, Andrew Goodwin, and Lawrence Grossberg (eds), 2005, *Sound and Vision*, London and New York, Routlende.

Rakhmat, Jalaluddin, 1984, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana, Prof, 1993, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung, Citra Aditya Bakti

Rusbiantoro, Dadang, 2008, *Generasi MTV*, Bandung dan Yogyakarta, Jala Sutra.

Mattern, Mark, 1998, *Acting in Concert : Music, Community, and Political Action*, New Brunswick, New Jersey, and London, Rutgers University Press.

Internet

<http://sin.stb.s-msn.com/i/80/CAE93915AF82ADDC6DD5411D6CE17.jpg>, akses 26

Agustus 2014

<http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>, akses 26 Agustus 2014

<http://www.woodstock.com/>. Akses 25 April 2013

[http://krokkblog.blogspot.com/2012/03/super-9-boyz-at-inbox-sctv-15-februari\\_15.html](http://krokkblog.blogspot.com/2012/03/super-9-boyz-at-inbox-sctv-15-februari_15.html)  
akses 28 April