

Representasi Ironisme Kemanusiaan dalam Industri Musik Populer AS

ABSTRACT

Music is one of media product which is not able to be separated from Political Economy of Media even though it is packaged as leisure time entertainment product. Music which is particularly in Alternative subgenre is not far from its main genre which is Rock. In fact, this subgenre has a solid and prominent fan base which consists of young people who enjoy dynamic and fast-tempo music which tells the struggle of youngsters in their life. Ironically, the tragic incidents which surround the band personnel of 'The All-American Rejects' are used to increase the popularity of their single entitled 'Move Along'.

Keywords: Popular Music, the Political Economy of Media, Commodification, Discourse Analysis

ABSTRAK

Musik sebagai salah satu produk media, tak lepas dari aspek Ekonomi-Politik Media, sekalipun dikemas sebagai produk 'leisure time entertainment'. Musik, secara khusus yang ber *sub genre Alternative*, tak jauh *genre* induknya, yaitu *Rock*,

sub-genre ini memiliki *fanbase* yang cukup solid dan menonjol, kaum muda yang menggemari musik dinamis, bertempo cepat, mengisahkan pergulatan anak muda dalam menjalani hidup. Ironisnya, kejadian tragis seputar personel band '*The All-American Rejects*' dimanfaatkan sebagai pendorong kepopuleran *single* mereka yang berjudul '*Move Along*'

Kata Kunci: Musik Populer, Ekonomi Politik Media, Komodifikasi, Analisis Wacana

PENDAHULUAN

Berdasar konteksnya, musik pop adalah kependekan dari musik populer, atau dalam pengertian yang berkembang baru-baru ini, musik pop merupakan sebuah sub-aliran (*sub genre*) dari musik populer. *Sub-genre* pop adalah yang paling digemari khalayak. Karakter yang mendefinisikan musikalitas dari *sub-genre* pop adalah aspek yang menjadi daya tarik utama, dan teknik produksi yang sepenuhnya bergantung pada tren musikal pada kurun waktu tertentu. Aspek yang menjadi daya tarik utama musik pop bisa berupa aspek musikal, ritme, vokal, atau dalam kebanyakan kasus adalah gabungan dari ketiga aspek tersebut. Prinsip dari produksi musik yang bermutu berlaku secara universal. Dibutuhkan individu bertalenta yang menjadi penulis lagu, komposer, dan produser sebagai jaminan untuk memproduksi gagasan-gagasan musik yang "brilian" untuk menarik animo pendengar.

Untuk itulah sebagai salah satu komoditi industri kultural, oleh Adorno musik pop dinyatakan memiliki karakter penting yaitu repetisi dan standarisasi, standarisasi pola produksi dan distribusi, bahkan standarisasi atas perilaku penikmatnya; dimana hal-hal tersebut cenderung direpetisi untuk menciptakan pola konsumsi yang nyaris serupa (1984).

Musik rock berkembang sebagai salah satu *sub-genre* dari musik populer, hingga muncul slogan "*rock-n-roll*" pada awal lahirnya *sub-genre* musik rock tahun 1950'an, hingga kini musik rock telah memiliki beragam aliran seperti *progressive rock*, *punk*, *slow rock*, *metal*, *heavy metal*,

power ballads, alternative (http://en.wikipedia.org/wiki/Pop_music).

Masih banyak aliran lain yang menandai keberagaman musik rock yang tampaknya masih akan terus berkembang. *Alternative* ditengarai sebagai *sub-genre* paling inovatif dalam aliran musik rock, beragam band yang mengusung *sub-genre* ini mulai marak bermunculan pada dekade 1990'an hingga saat ini. Band-band aliran *alternative* dikenal sering memadukan beragam *sub-genre* musik, sebagai contoh dari materi dasar musik rock diberikan sentuhan hip-hop sehingga dikenal sebagai aliran *Hip Rock*, yang diusung oleh band-band seperti "Linkin' Park", dan "Limpbizkit". Aliran *Britt Pop* yang berasal dari dataran Eropa dinilai cukup mendominasi musik *rock-alternative*, seperti halnya "OASIS", dan "Coldplay". Di dataran Amerika yang merajai musik *rock-alternative* adalah *indie rock*, yang berangkat dari label independen untuk kemudian menapaki tangga lagu komersial dengan menjadi bagian dari studio-studio musik berskala produksi besar, seperti yang dialami oleh band-band seperti "Switchfoot", "Lifehouse", dan "the All-American Rejects".

Band-band *rock-alternative* dinilai lebih kreatif dalam mengolah musik dengan memadukan beragam genre musik, sehingga memberikan sentuhan baru bagi khasanah musik rock. Band-band ini memiliki basis cakupan musisi muda yang besar, mengingat sebagian besar diantaranya berangkat dari band yang terbentuk selama personelnya masih mengenyam pendidikan di bangku *high school*. Dengan demikian lagu-lagu mereka banyak bercerita tentang kehidupan mereka dan orang-orang di sekitar mereka dari sudut pandang remaja, kebanyakan lirik lagu dan gaya mengolah musik dari band-band ini cenderung menggambarkan pesimistis, keterbatasan, dan kecemasan.

Kaum muda yang diidentikkan dengan remaja, memiliki segenap atribut, baik sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial, dinilai sebagai individu yang belum sepenuhnya menemukan kestabilan pada

beragam aspek kehidupan. Karen Jones, seorang pengamat anak dan remaja, menyatakan:

remaja merupakan individu dengan pemikiran yang belum berkembang, sehingga cenderung memikirkan hal-hal yang ada pada masa sekarang, masa depan yang dianggap sebagai suatu konsep asing, tempat yang sangat jauh. Hidup dipandang dan dijalani sebagai krisis harian/rutin yang dilengkapi dengan tantangan dan ketegangan, dengan terlalu banyak kekhawatiran seperti : kekerasan, prestasi akademik, orangtua, adaptasi, bahkan kekhawatiran akan masa depan itu sendiri.

(artikel dengan judul "Now What! Dealing with Kids Fear of Future" oleh Karen Jones dari situs Youthworker)

Di tengah beragam pesimistis tersebut, hadir beberapa band yang merepresentasikan semangat kaum muda untuk terus berjuang menata dan melanjutkan hidup dengan optimisme, salah satunya adalah "the All-American Rejects". Mengangkat nama unik, yang jika diterjemahkan secara literer maka dapat diartikan sebagai 'band yang tidak diterima oleh semua orang Amerika', nama yang memancing kontroversi bagi mereka yang mendengarnya untuk mengetahui lebih banyak lagi tentang band ini. Berbekal lagu-lagu yang menggugah, memiliki kandungan spirit untuk kembali bangkit seperti lagu "Move Along", dijadikan sebagai lagu tema dalam menjalani hidup, *spirit recharger*, terutama bagi mereka kaum muda.

Dinamika bisnis musik dewasa ini semakin hidup dengan persaingan yang sedemikian ketat, dengan adanya studio-studio berskala produksi besar seperti Warner Music, EMI, Sony Music, Polygram, BMG, dan MCA (*profil studio-studio rekaman terbesar di Amerika* dimuat dalam <http://www.soc.duke.edu>). Maka semakin sempit lahan pasar untuk distribusi yang diperebutkan, untuk itu studio-studio tersebut terus berupaya melakukan regenerasi atas komoditas yang mereka jadikan materi produksi musik yang diminati khalayak. Salah satunya dengan mengikuti fluktuasi dunia

kaum muda, yang notabene adalah pangsa pasar terbesar sumber inspirasi musik dan distribusi produk musik itu sendiri. Sebagian besar musisi, penyanyi yang baru muncul berasal dari kalangan muda yang penuh dengan dinamika, yang terinspirasi dari semangat, gagasan (pemikiran), gaya, harapan anak muda untuk dikemas sedemikian rupa dan menjadi komoditi musikal. Patut diprihatinkan ketika bagian dari individu-individu yang tergabung sebagai personel band dikemas sebagai komoditi bisnis, terutama ekspresi atas persepsi mereka yang tercipta dari pengalaman pribadi – mengingat aspek personal yang beroperasi pada tingkat individual, dan aspek bisnis memiliki orientasi yang jauh berbeda. Khususnya ketika aspek-aspek personal dikomodifikasikan ke dalam cakupan aspek bisnis, yang berorientasi pada perolehan keuntungan bagi produser komoditi hiburan, di lain pihak keinginan untuk mendapat ketenaran (*in order to be famous*) bagi mereka yang memutuskan terjun dalam dunia *showbiz* dengan menghasilkan karyanya.

Sebuah situs internet yang khusus mengkaji tentang kebudayaan populer di kalangan kaum muda, album kedua “*the All-American Rejects*” yang bertitel “*Move Along*” dirilis pada tahun 2005 oleh *Interscope Records* dan didistribusikan oleh *Universal Music & Video Distribution Corp.* pada tahun yang sama – dinilai sebagai album yang menggembeleng kekuatan musikalitas rock. Berangkat dari pengalaman pribadi kehilangan salah seorang personel tambahan (*additional tour personel*) dalam aktivitas tur promo album mereka di dataran Eropa mereka, maka lagu “*Move Along*”, dinobatkan sebagai lagu tema anti tindakan bunuh diri, “*it’s anti suicide theme set against a trippy drum pattern replete with children’s choir.*” (Hasil review oleh Jason Stein (Chula Vista, California))

Seringkali perusahaan-perusahaan rekaman tersebut mengoptimalkan perolehan keuntungan dengan ‘menjual’ musik yang memiliki cakupan daya tarik yang lebih luas sehingga dapat menjual produk rekamannya

sebanyak puluhan bahkan ratusan juta kopi di seluruh dunia – dengan konsumen terbesar adalah generasi muda (pra-remaja, remaja, dan dewasa muda) yang lebih mudah dijangkau dan dipengaruhi oleh kecenderungan dan kebiasaan (trend dan fashion) yang berlaku secara internasional.

Komodifikasi merupakan istilah bagi segala sesuatu yang dibentuk sebagai komoditas, dan dijual (Eriyanto, 2001:328). Bertitik tolak dari pemikiran yang telah dipaparkan dalam latar belakang permasalahan yang menjadi bagian sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana persepsi pribadi personel band *the All-American Rejects* tentang *constant and continuous struggle* anak muda dalam menjalani hidup, dijadikan sebagai komoditi industri kultural dalam lagu “*Move Along*”?
- 2) Apa saja kepentingan yang ada di balik pengkomoditian properti pribadi tersebut?

Penelitian ini memiliki tujuan sebagaimana diuraikan berikut:

- 1) Menjelaskan proses pengkomoditian persepsi pribadi personel band *the All-American Rejects* tentang *constant and continuous struggle* anak muda dalam menjalani hidup melalui lagu “*Move Along*”
- 2) Menggali latar belakang dan proses produksi kapitalisme yang berada di balik proses pengkomoditian pengalaman pribadi sebagai salah satu produk industri kultural.

Pengalaman pribadi seseorang dapat membuatnya belajar menata dan menjalani hidupnya dengan lebih baik, terutama pengalaman-pengalaman yang menimbulkan kesan spesifik pada diri individu tersebut, pengalaman pribadi yang mengesankan baik secara positif maupun secara negatif – merupakan bagian dari kekayaan personal dalam kehidupan seseorang. Pengalaman pribadi juga dapat dipahami sebagai bagian dari hal yang privat, tidak selalu rahasia, dapat berupa peristiwa biasa dan pengalaman

kehidupan sehari-hari tidak selalu harus dengan sengaja ditutup, tapi tetap dipertahankan sebagai area personal.

Perhatian dalam penelitian ini adalah lirik sebuah lagu sebagai artifak industri kultural yang dihasilkan oleh manusia, dimana penulis menengarai adanya rutinitas, pengalaman, nilai dan konsepsi personal dari individu yang melibatkan diri sebagai bagian dari dinamika industri musik; dikomoditikan sebagai *musical material* yang memiliki nilai jual. Sebagaimana dikemukakan oleh Theodor Adorno bahwa, segenap artifak yang dihasilkan oleh manusia memiliki dua dimensi tinjauan yaitu sebagai produk dari perburuhan dengan nilai guna (*use value*) dan dalam kerangka resepsi atas komoditi kultural, dimana nilai guna digantikan oleh nilai tukar (*exchange value*).

Tiap-tiap individu memiliki hak atas privasinya, secara disadari ataupun tidak mereka yang memutuskan untuk terjun ke dalam kancah industri dunia hiburan akan mengalami keterbatasan dalam mengontrol hak atas privasinya. Hak atas privasi adalah hak seseorang untuk memiliki kehidupan sendiri, atau mengontrol hal-hal apa saja yang menyangkut dirinya yang tidak ingin diketahui orang lain. (Day, 1991:97). Privasi, merupakan wilayah yang paling hakiki dalam kehidupan manusia, dimana seseorang bisa memmanifestasikan nilai dan konsepsi yang terkandung dalam dirinya, dan yang dianutnya; memungkinkan seorang individu memperoleh mekanisme untuk bisa mengontrol reputasi, melindungi hak privat, mengatur derajat interaksi dengan orang lain, dan menjaga keabsahan sebagai seorang individu. Namun, ketika batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi kabur, alih-alih untuk mengekspresikan diri secara bebas yang disalurkan dalam suatu komoditi industri kultural, maka terciptalah proses eksploitasi privasi musisi yang ditransformasikan ke dalam *musical material*, aspek yang menjadi daya jual produk musikalitas dari musisi yang bersangkutan. Dalam penelitian ini adalah konsepsi, dari personel band “*the All-American*

Rejects” akan semangat solidaritas kepada sesamanya, yaitu kaum muda di seluruh dunia, khususnya kaum muda Amerika, serta pengalaman akan kehilangan seorang personel lainnya karena tindakan bunuh diri, yang dimanifestasikan dan dikomoditikan ke dalam lirik lagu “*Move Along*”.

Dalam masyarakat komoditas, muncul kecenderungan umum ke arah konsentrasi kapital yang memungkinkan terselubungnya operasi pasar bebas, demi keuntungan produksi massa yang dimonopoli dari komoditi-komoditi yang terstandarisasikan. Komodifikasi pada masa sekarang bergerak dengan begitu cepat, hingga merambah kepada sektor yang semula dipandang sebelah mata sebagai sektor konsumerisme, yaitu bidang seni dan kebudayaan. Memunculkan industri kultural, yang merupakan bagian dari aspek kultural yang ditujukan untuk massa, dimana produksinya berdasar pada mekanisme kekuasaan pihak yang memproduksi dalam penentuan gaya, bentuk, bahkan makna dari komoditi-komoditi tersebut. Tujuannya adalah dengan memanfaatkan nilai tukar, agar komoditi yang disampaikan lebih mampu mengikat emosi khalayak dan menambah unsur dramatika, meski kadang terkesan berlebihan.

Oleh NAFTA, industri kultural salah satunya mencakup proses produksi, distribusi, penjualan atau eksibisi atas rekaman audio (lagu, baik sebagai *single*, (*motion picture soundtrack*) lagu tema, (*score*) musik pengiring) atau rekaman video musik (video klip lagu). Industri musik dewasa ini, telah berhasil mengembangkan dan memantapkan kekuatan ekonomi dan budaya yang sangat berpengaruh, terutama industri musik Amerika yang telah mengglobal.

‘Sekitar 10 persen dari semua rekaman yang dirilis (sebagian untuk single, sebagian lagi untuk pembuatan album dengan durasi yang lebih panjang) mendatangkan keuntungan’. (Frith, 1983:147).

Alih-alih mendikte pasar yang pasif,

industri musik populer menemukan dirinya sangat sulit mengontrol selera musik konsumen, hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan yang senantiasa muncul antara nilai tukar (nilai 'ekonomis') dan nilai guna (nilai 'kultural'), dimana industri musik bisa mengontrol yang pertama, namun konsumenlah yang menentukan yang kedua. Industri musik boleh jadi mengontrol dan menentukan musik apa yang diproduksi, namun tidak bisa mengontrol dan menentukan bagaimana musik digunakan, dan, terlebih lagi, makna yang diberikan oleh mereka yang menggunakannya. Komoditas dinilai dari signifikansi simboliknya, dimana konsumsi merupakan sebuah proses yang produktif, aktif, yang menaruh perhatian pada kesenangan, identitas, dan produksi makna. Pada prakteknya ada dua ekonomi yang bekerja secara paralel, yaitu ekonomi guna dan ekonomi tukar. (Storey, 2007:124). Namun, sekali pola musikal dan/atau lirikal ternyata sukses, maka pola tersebut dieksploitasi hingga menjangkau kelelahan komersial, yang memuncak dan membentuk 'kristalisasi standar', repetisi pola produksi, distribusi, dan konsumsi (Adorno, 1941) dalam esainya 'On Popular Music'.

Komoditi yang dikemas adalah konsepsi, nilai, pengalaman, ritual, yang terkandung dalam diri personel suatu band (musisi), yang membantu memperlihatkan pemahaman akan identitas di kalangan kaum muda, sebagai bagian dari:

budaya remaja merupakan sebuah paduan kontradiktif antara yang otentik dan yang dimanufaktur, beroperasi sebagai area ekspresi diri bagi kaum muda dan padang rumput yang subur bagi povidier komersial. (Hall & Whanel, 1964:276).

Selain itu, lagu-lagu populer merefleksikan kesulitan remaja dalam menghadapi kesusutan persoalan emosional dan seksual. Lagu-lagu populer menyerukan kebutuhan untuk menjalani kehidupan secara langsung dan intens. Lagu-lagu itu

mengekspresikan dorongan atau keamanannya di dunia emosional yang tidak pasti dan berubah-ubah. Fakta bahwa lagu-lagu itu diproduksi bagi pasar komersial berarti bahwa lagu dan setting itu kekurangan otentisitas. Kendati demikian, lagu-lagu itu mengekspresikan dilema emosional remaja dengan gamblang. (Hall & Whanel, 1964:280).

Musik populer meminjam bahasa sehari-hari, kata-kata yang sering kita dengar, dibuat berdasar kejadian sehari-hari, yang dipentaskan dalam sebuah permainan suara dan pertunjukkan yang efektif. Sebagaimana dikemukakan oleh Frith (1983) hasilnya adalah membuat kata-kata sederhana menjadi enak didengar, membuat bahasa yang biasa menjadi hidup dan bertenaga; kata-kata selanjutnya beresonansi – dimana kata-kata itu membawa sentuhan fantasi ke dalam penggunaan biasa kita atas kata-kata itu. (37-38).

Konsumen musik mendengarkan materi musikal (*musical material*), yang tidak hanya berupa "suara", namun juga mempertimbangkan implikasinya atas konstruksi kultural atas proses mendengarkan untuk memahami apa yang coba dipersepsikan oleh musik tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Dibben bahwa materi musikal dipahami dalam batasan kegunaan historisnya, seperti sebagaimana materi musikal diasosiasikan dengan konteks sosial atau konteks musikal tertentu. Diskursus yang terbentuk disekitar sebuah karya musik (catatan program, narasi, lirik, iringan virtual, dan sebagainya) menyediakan sebuah konteks interpretatif yang memperkuat pemaknaan yang terbentuk. (Clayton, Herbert, & Middleton, 2003:196) (Esai berjudul "Musical Materials, Perception, and Listening" oleh Nicola Dibben yang dirangkum dalam buku *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*). Sementara Anderson (1991) mencoba memberikan batasan untuk memahami "pasar imajiner" atas industri musik, adalah sebuah pasar yang melibatkan konsumen atas komoditi dan jasa musik, pihak yang memanfaatkan kekuatan pekerja dari para

musisi, dan/atau bisnis yang menggunakan musik. Disinilah gagasan seperti kegagalan pasar, barang-barang publik, dan *kekayaan intelektual* diperkenalkan. (Clayton, Herbert, & Middleton, 2003:309) (Esai berjudul “*Music and the Market: The Economics of Music in the Modern World*” oleh Dave Laing yang dirangkum dalam buku *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*).

Penelitian ini mengetengahkan metode *Functional Pragmatics* dikembangkan dan dielaborasi, terutama oleh Konrad Ehich dan Jochen Rehbein. *Functional Pragmatics* merupakan sebuah pendekatan yang didasarkan pada teori aksi tertentu, telah mengembangkan instrumen analisisnya sendiri. Analisis *functional pragmatics* atas tindakan linguistik berupaya merekonstruksi tujuan dimana sebuah tindakan dilakukan oleh aktor pelaku, hal ini mencakup tujuan eksternal bahasa pada suatu masyarakat dan tujuan internal bahasa atas struktur linguistik. Tujuannya adalah untuk menghubungkan ‘relasi internal’ kepada fenomena yang diobservasi. (Jenner, 2000:176).

Untuk dimensi linguistik penelitian ini juga mengaplikasikan metode analisis naskah sintagmatik dengan menggunakan metode *Functional Pragmatics*, sebagaimana dikemukakan oleh Redder (1994) bahwa metode *functional pragmatics* terbuka untuk analisis teks dan diskursus (wacana). (Jenner, 2000:182). Metode ini membahas *speech action* dan *speech act* untuk menemukan tujuan dari partisipan (penggagas) sebuah tuturan (*speech*). Dilakukan dengan memperhatikan prosedur dan pola tuturan (*speech*). Prosedur adalah unit terkecil dari *speech action* dan *speech act*. Pola adalah potensi yang mendukung *speech action* dan *speech act*. Penerapannya bertujuan untuk menemukan fakta yang ada dalam sebuah naskah (teks), dimana penggunaan metode ini lebih bersifat menafsirkan (kritik) terhadap suatu naskah.

METODE PENELITIAN

PARADIGMA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan perspektif

kualitatif dengan paradigma kritis yang bersumber dari pemikiran Horkheimer, yang berpendapat bahwa paradigma ini berfungsi untuk menjalankan kritik terhadap masyarakat ekonomi yang terbentuk dewasa ini, bertujuan untuk menemukan piranti pendobrak menuju pembebasan dari masyarakat yang mendasarkan diri pada nilai tukar. Paradigma ini bermaksud membebaskan manusia dari manipulasi yang dilakukan oleh para teknokrat modern, dinilai sebagai paradigma yang emansipatoris – mengembalikan kemerdekaan dan masa depan manusia, serta memberdayakan manusia untuk membebaskan diri dari pengaruh mesin dan sistem produksi (industrialisasi) ala kapitalisme. (Suseno, 1992:161).

Sebagai salah satu kajian yang menjadi bagian dari paradigma kritis, *cultural studies* berusaha mencari tahu jenis teks dan tanda-tanda yang bekerja dalam sebuah teks yang diproduksi secara kapitalis, serta untuk menemukan cara-cara mengevaluasi teks secara kritis. *Cultural studies* menilai teks sebagai komoditas kultural yang bermuatan politis. (Denzin & Lincoln, 1994:197) Maka penelitian ini berusaha untuk menjelaskan proses pengkomoditan pengalaman pribadi personel band *the All-American Rejects* melalui lagu “*Move Along*”, serta membongkar nilai-nilai yang termuat di balik proses komodifikasi tersebut dengan berupaya menggali latar belakang dan proses produksi kapitalisme yang berada di balik proses pengkomoditan pengalaman pribadi sebagai salah satu produk industri kultural.

Penelitian ini mengetengahkan metode *functional pragmatics* yang bertujuan untuk mengamati wacana – pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan – sebagai bentuk praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktek sosial, memunculkan terbentuknya hubungan dialektis antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. *Functional Pragmatics* merupakan sebuah pendekatan yang didasarkan pada teori aksi tertentu, telah mengembangkan instrumen analisisnya sendiri,

dimana metode *functional pragmatics* terbuka untuk analisis teks dan diskursus (wacana). (Jenner, 2000:182).

METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk analisis pada level linguistik penulis berupaya menganalisis dengan melakukan interpretasi atas lirik lagu "Move Along" yang ditulis dan dibawakan oleh band *the All-American Rejects*, sedangkan pada level diskursus penulis berupaya mengkaitkan interpretasi lirik lagu "Move Along" yang dikaitkan dengan kondisi sosiokultural remaja Amerika sebagai sumber inspirasi dan konsumen dari komoditi kultural yang diproduksi oleh para produser yang berkecimpung dalam industri musik Amerika – untuk itu data-data tambahan (*secondary data*) diperoleh dari studi pustaka yang bersumber dari buku-buku tentang kajian *cultural studies* maupun situs-situs internet. Disamping itu, penulis juga mempertimbangkan dan menyertakan aspek sosiokultural yang mengetengahkan tentang fenomena tragis di kalangan kaum muda Amerika, yaitu tindakan bunuh diri.

OBJEK KAJIAN

Objek kajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lirik lagu dari *single* "Move Along" yang diciptakan dan dibawakan oleh band *the All-American Rejects*, merupakan album kedua *the All-American Rejects* dengan judul "Move Along" dirilis pada tahun 2005 oleh *Interscope Records* dan didistribusikan oleh *Universal Music & Video Distribution Corp.*

"Move Along"

*Go ahead as you waste your days with thinking
When you fall everyone stands
Another day and you've had your fill of sinking
With the life held in your
Hands are shaking cold
These hands are meant to hold*

Speak to me, when all you got to keep is strong

*Move along, move along like I know you do
And even when your hope is gone
Move along, move along just to make it through
Move along
Move along*

*So a day when you've lost yourself completely
Could be a night when your life ends
Such a heart that will lead you to deceiving
All the pain held in you
Hands are shaking cold
Your hands are mine to hold*

*Speak to me, when all you got to keep it strong
Move along, move along like I know you do
And even when your hope is gone
Move along, move along just to make it through
Move along
(Go on, go on, go on, go on) children's choir*

*When everything is wrong, we move along
(Go on, go on, go on, go on) children's choir
When everything is wrong, we move along
Along, along, along*

*When all you got to keep is strong
Move along, move along like I know you do
And even when your hope is gone
Move along, move along just to make it through
(3x)*

*(Go on, go on, go on, go on) children's choir
Right back what is wrong
We move along (fade out)*

Sumber:
<http://www.azlyrics.com/lyrics/allamericanrejects/movealong.html>

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis level praktik wacana dioperasikan pada dua dimensi sebagai bagian dari metode *functional pragmatics* yang dikemukakan oleh Ehlich & Rehbein, yang menyentuh dimensi asumsi teoritis yang mendasar (*basic theoretical assumption*), serta instrumen prosedur dan instrumen pola, yaitu kegunaan sosial bahasa dalam kasus analisis pola, dan pada struktur

linguistik dalam kasus prosedur. (Titscher, et al 2000:171). Dapat diuraikan, sbb:

® *Dimensi Linguistik*

Digunakan metode analisis naskah *functional pragmatics*, yang terfokus pada prosedur dan pola teks yang dianalisis, juga menitikberatkan pada potensi yang dihadirkan dalam narasi teks. Analisis pada dimensi ini juga berupaya memberikan deskripsi tentang kegunaan sosial bahasa dalam kasus analisis pola, dan pada struktur linguistik dalam kasus prosedur

Pengoperasiannya ditujukan pada tiap-tiap bait teks, yang kemudian ditelaah kembali pada keseluruhan teks, yang bermuara pada hasil interpretasi makna serta penemuan fakta yang terdapat dalam teks, yaitu lirik lagu "Move Along". Penggunaan metode *functional pragmatics* lebih bersifat menafsirkan (kritik) terhadap naskah, yang memiliki dua unsur analisis yaitu unsur prosedur, dan unsur pola (*pattern*).

® *Basic Theoretical Assumptions*

Metode analisis diskursus dimana penulis mencoba memberikan deskripsi atas kerangka pemikiran personel *the All-American Rejects* dipengaruhi latar belakang historis (riwayat hidup personel band). Sekaligus menyentuh level sosiokultural dengan mendeskripsikan perihwal yang memberikan pengaruh sosio-psikologis secara signifikan kepada para personel band *the All-American Rejects* selama menjalani proses produksi *single* dan album "Move Along".

Memberikan gambaran tentang industri musik di Amerika, serta pengaruh sosio-psikologis yang ditimbulkan oleh lagu "Move Along" kepada para pendengar lagu tersebut, terutama kepada penggemar band *the All-American Rejects*, dalam kerangka analisis wacana tentang keterkaitan antara industri musik dengan pasar remaja.

PEMBAHASAN

ANALISIS TEKS (*FUNCTIONAL PRAGMATICS*)

Berikut adalah lirik lagu dari *single* "Move Along" yang diciptakan dan dibawakan oleh

band *the All-American Rejects*, merupakan album kedua *the All-American Rejects* dengan judul "Move Along" dirilis pada tahun 2005 oleh *Interscope Records* dan didistribusikan oleh *Universal Music & Video Distribution Corp.* <http://www.discogs.com/All-American-Rejects-Move-Along/release/2654059>

"Move Along"

Go ahead as you waste your days with thinking/
When you fall everyone stands//
Another day and you've had your fill of sinking/
With the life held in your/
Hands are shaking cold//
These hands are meant to hold//

Speak to me, when all you got to keep is strong
Move along, move along like I know you do//
And even when your hope is gone
Move along, move along just to make it through/
/
Move along//
Move along//
So a day when you've lost yourself completely/
Could be a night when your life ends//
Such a heart that will lead you to deceiving/
All the pain held in you/
Hands are shaking cold/
Your hands are mine to hold//

Speak to me, when all you got to keep it strong
Move along, move along like I know you do//
And even when your hope is gone
Move along, move along just to make it through/
/
Move along//
(Go on, go on, go on, go on)

When everything is wrong, we move along/
(Go on, go on, go on, go on)
When everything is wrong, we move along/
Along/ along/ along/

When all you got to keep is strong/
Move along, move along like I know you do//
And even when your hope is gone/

*Move along, move along just to make it through/
/(3x)*

*(Go on, go on, go on, go on)
Right back what is wrong/
We move along/
(fade out)*

Sumber:

<http://www.azlyrics.com/lyrics/allamericanrejects/movealong.html>

Dalam lirik lagu tersebut terkandung narasi tentang seorang anak muda yang berjuang dalam hidupnya. Dengan menggunakan metode *functional pragmatics*, ditelaah bahwa lirik lagu ini memiliki prosedur “*you*”, merujuk kepada si anak muda yang senantiasa berjuang dalam hidupnya, dengan unsur waktu kekinian, dan *flashback* dalam waktu yang nyaris bersamaan. Sementara unsur pola (pattern) atau potensi yang dihadirkan dalam narasi ini adalah perjuangan hidup mengatasi kegagalan, keputusan, hilangnya keyakinan, keraguan, bahkan keinginan untuk mengakhiri hidup dengan memanfaatkan jalan pintas (*suicide attempts*).

Pola yang termuat dalam lirik lagu ini diamati oleh peneliti dalam tiap baitnya. Pada bait pertama, *you* yang diasumsikan sebagai seseorang yang masih dalam usia muda, dengan segala kekhawatiran dan kurangnya pertimbangan dalam setiap langkah hidupnya, tengah mengalami kegagalan untuk memenuhi harapan dari orang-orang di sekitarnya, dan ketika beban baru hadir membuatnya semakin terpuruk. Namun, meski harus menjalani hidup dengan penuh keraguan, bahkan kegagalan untuk mendapat pelajaran yang berharga, *you* tidak pernah menyerah, karena kehadiran banyaknya *you* yang lain, yaitu mereka kaum muda yang sama-sama berjuang dengan berbekal semangat, meskipun banyak tantangan dan ketidakpastian menghadang jalan mereka.

Pada bait kedua, yang merupakan *chorus* dari lirik lagu ini, bercerita tentang kehadiran

banyaknya *you* yang lain, yang bersedia untuk berbagi cerita, pengalaman, petunjuk akan kehidupan yang masih dirasa begitu rumit; hal ini berguna untuk membangkitkan keyakinan diri dan semangat kaum muda untuk kembali berjuang dan terus berusaha menjalani hidup dengan sebaik-baiknya.

Bait ketiga bercerita tentang bagaimana *you*, sebagai representasi dari kaum muda terkadang kehilangan pedoman untuk melangkah, sehingga melakukan kesalahan, bahkan tak jarang terbersit keinginan untuk mengakhiri hidupnya sebagai jawaban atas kesalahan yang telah diperbuatnya, karena dorongan hati sesaat tanpa adanya pertimbangan lebih jauh. Ingatan yang membekas dalam benak *you*, dan adanya pemahaman bahwa kesalahan itu terlalu fatal untuk dapat diperbaiki, maka seringkali *you* kehilangan keyakinan, saat ketika *you* membutuhkan seseorang (teman) untuk berbagi kepedihan dan saling memberikan dorongan semangat untuk kembali bangkit.

Bait keempat lirik lagu ini, mengisahkan tentang *you* yang diasumsikan telah mendapatkan dukungan dari teman-teman seusianya, yang direpresentasikan dengan adanya paduan suara anak-anak (*children choir*) yang mengingatkannya untuk terus berjuang dengan menyanyikan frase *go on* secara berulang-ulang, untuk meyakinkan *you* bahwa disaat *you* berbuat kesalahan sekalipun, tidak seharusnya *you* berhenti mencoba untuk terus berusaha. Pada bait keenam, pernyataan bahwa *you* harus terus berjuang dalam menjalani hidupnya, dipertegas dengan pernyataan lain bahwa *you* hendaknya belajar dari kesalahan sebagai pedoman untuk berbuat benar, sambil tak lupa terus berjuang menjalani hidupnya.

Keterkaitan antar bait dalam lirik lagu *Move Along* ini menceritakan kisah seorang anak muda, sebagaimana anak muda pada umumnya yang dengan serba keterbatasan yang membuatnya seringkali kesulitan dalam menjalani hidupnya, namun dengan keberadaan orang-orang disekitarnya, terutama kehadiran teman-teman sebayanya yang juga mengalami hal yang sama, bersedia untuk

saling berbagi kesulitan, keresahan, keraguan, keputusan, dan untuk saling mendukung – membuat hidup, setidaknya sedikit lebih mudah dan lebih dapat diperkirakan (*predictable*) untuk dijalani dengan penuh semangat. Metode *functional pragmatics* yang diaplikasikan dalam lirik lagu *Move Along* ini berhasil menguak keterkaitan antara kaum muda, yang direpresentasikan dan disintesis dalam bait-bait lirik lagu ini, serta tak lupa dipertegas dengan pencatuman frase *move along*, dan *go on* secara berulang-ulang.

Komoditi yang dikemas adalah konsepsi, nilai, pengalaman, ritual, yang terkandung dalam diri personel suatu band (musisi), yang membantu memperlihatkan pemahaman akan identitas di kalangan kaum muda, sebagai bagian dari:

budaya remaja merupakan sebuah paduan kontradiktif antara yang otentik dan yang dimanufaktur, beroperasi sebagai area ekspresi diri bagi kaum muda dan padang rumput yang subur bagi povidar komersial. (Hall & Whanel, 1964:276).

Selain itu, lagu-lagu populer merefleksikan kesulitan remaja dalam menghadapi kekusutan persoalan emosional dan seksual. Lagu-lagu populer menyerukan kebutuhan untuk menjalani kehidupan secara langsung dan intens. Lagu-lagu itu mengekspresikan dorongan atau keamanan di dunia emosional yang tidak pasti dan berubah-ubah. Fakta bahwa lagu-lagu itu diproduksi bagi pasar komersial berarti bahwa lagu dan setting itu kekurangan otentisitas. Kendati demikian, lagu-lagu itu mengekspresikan dilema emosional remaja dengan gamblang. (Hall & Whanel, 1964:280).

Tak jarang diantara kaum muda Amerika yang merujuk pada idola tertentu, dengan pengalaman ataupun latar belakang kehidupan yang nyaris sama; untuk dijadikan sebagai *role model* dalam berjuang menjalani hidup. Tak terkecuali *The All-American Rejects* yang membangun basis kelompok penggemar mereka yaitu *the AARMY*, sebagai wadah bagi

mereka yang menggemari mereka, dengan merujuk baik pada kiprah maupun karya *The All-American Rejects* sebagai salah satu kelompok musik yang terbilang cukup sukses di Amerika, atau bahkan merujuk pada masing-masing personel *The All-American Rejects* (seperi halnya Tyson Ritter, yang dinilai memiliki pengaruh dan kharisma tersendiri, mengingat posisinya sebagai vokalis utama grup band tersebut).

Namun, perlu diingat bahwa kaum muda masa kini hidup di tengah pola konsumsi masyarakat kapitalis, maka tak dapat dihindarkan lagi jika mereka yang tergabung dalam *the AARMY* dieksploitasi oleh produsen musik Amerika untuk senantiasa mengkonsumsi *merchandise*, *gimmick*, maupun album, tiket konser yang akan selalu diproduksi oleh *The All-American Rejects* – seiring dengan semakin berkembangnya karier bermusik mereka. Bahkan, si bintang panggung itu sendiri, yaitu para musisi dalam band ini, juga merupakan komoditi kultural yang potensial, dengan *fame* dan *worshipfulness* sebagai imbalan atas kerja keras mereka.

Musik populer meminjam bahasa sehari-hari, kata-kata yang sering kita dengar, dibuat berdasar kejadian sehari-hari, yang dipentaskan dalam sebuah permainan suara dan pertunjukkan yang efektif. Sebagaimana dikemukakan oleh Frith (1983) hasilnya adalah membuat kata-kata sederhana menjadi enak didengar, membuat bahasa yang biasa menjadi hidup dan bertenaga; kata-kata selanjutnya beresonansi – dimana kata-kata itu membawa sentuhan fantasi ke dalam penggunaan biasa kita atas kata-kata itu. (37-38). Terkait dengan hal ini, maka sah-sah saja jika *single* (lagu) dari musisi atau penyanyi tertentu yang mencetak *hit* (sukses di pasaran, bahkan di kalangan profesional musikal) banyak yang mengadopsi (memanfaatkan) bahasa dan istilah sehari-hari sebagai materi bermusik mereka, terutama yang diproduksi dan dipasarkan khusus untuk pasar kaum muda, yang lebih menggemari kesederhanaan lagu baik dari komposisi lirik maupun dari aransemen musik, selama lagu tersebut mampu menyalurkan perasaan-

perasaan yang dirasakan oleh kaum muda.

Konsumen musik mendengarkan materi musikal (*musical material*), yang tidak hanya berupa “suara”, namun juga mempertimbangkan implikasinya atas konstruksi kultural atas proses mendengarkan untuk memahami apa yang coba dipersepsikan oleh musik tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan oleh *Dibben* bahwa materi musikal dipahami dalam batasan kegunaan historisnya, seperti sebagaimana materi musikal diasosiasikan dengan konteks sosial atau konteks musikal tertentu. Diskursus yang terbentuk disekitar sebuah karya musik (catatan program, narasi, lirik, iringan virtual, dan sebagainya) menyediakan sebuah konteks interpretatif yang memperkuat pemaknaan yang terbentuk. (Clayton, Herbert, & Middleton, 2003:196). Masih dalam koridor penelitian ini maka, *The All-American Rejects* merujuk pada pengalaman dan konsepsi pribadi mereka sebagai bagian dari kaum muda Amerika yang terhimpit berbagai kendala dan kesulitan untuk menjalani hidup, dipersepsikan sebagai suatu perjalanan panjang dengan kondisi serba tak pasti; dimana pengalaman dan konsepsi mereka dituangkan dalam musik yang mereka ciptakan untuk kemudian didapat dan dimanfaatkan oleh rekan-rekan mereka, yaitu sesama kaum muda Amerika yang merasakan ‘kesulitan’ yang sama untuk dijadikan sebagai lagu tema dalam menjalani kehidupan ini.

Anderson (1991) mencoba memberikan batasan untuk memahami “pasar imajiner” atas industri musik, adalah sebuah pasar yang melibatkan konsumen atas komoditi dan jasa musik, pihak yang memanfaatkan kekuatan pekerja dari para musisi, dan/atau bisnis yang menggunakan musik. Disinilah gagasan seperti kegagalan pasar, barang-barang publik, dan ‘kekayaan intelektual’ diperkenalkan. (Clayton, Herbert, & Middleton, 2003:309). Sebagaimana diketahui bersama, industri kultural Amerika berkembang pesat dari tahun ke tahun, dimulai sejak masa PD II, berlanjut pada masa *baby boomers*, hingga saat ini –

dimana industri kultural Amerika mencakup diversifikasi yang sangat beragam dengan pengaruhnya yang telah meluas ke berbagai wilayah di dunia, dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi maka distribusi komoditi kultural Amerika-pun semakin tak mengenal batas ruang dan waktu.

SOCIO CULTURAL DISCOURSE

THE ALL-AMERICAN REJECTS

Seorang anak muda yang lahir di *Stillwater, Oklahoma, Nick Wheeler* menyalurkan bakat bermusiknya dengan membentuk sebuah band, dan bermain di dalamnya. Di sebuah pesta, band Nick yang kekurangan personel, mendapatkan bantuan dadakan dari seorang pengunjung pesta itu, yang kemudian menjadi vokalis utama *The All-American Rejects* pada akhirnya, *Tyson Ritter*. Tak lama berselang, keduanya bertolak menuju *New York* untuk merekam album perdana mereka, yang dipertemukan oleh dua orang calon personel *The All-American Rejects* yang lain, *Mike Kennerty*, dan *Chris Gaylor*, yang sebelumnya bermain dalam sebuah band beraliran musik *Punk-Rock* bernama *These Enzymes* – maka terbentuklah *The All-American Rejects* yang dikenal sebagai band pengusung aliran *Power-Pop*, dan hingga saat ini telah menelurkan tiga album yang sukses di pasaran, dengan album *Move-Along* yang dinilai sebagai album tersukses sepanjang karir musik mereka selama ini.

Lirik sebuah lagu sebagai artifak industri kultural yang dihasilkan oleh manusia, dimana penulis menengarai adanya rutinitas, pengalaman, nilai dan konsepsi personal dari individu yang melibatkan diri sebagai bagian dari dinamika industri musik; dikomoditikan sebagai *musical material* yang memiliki nilai jual. Sebagaimana dikemukakan oleh *Theodor Adorno* bahwa, segenap artifak yang dihasilkan oleh manusia memiliki dua dimensi tinjauan yaitu sebagai produk dari perburuhan dengan nilai guna (*use value*) dan dalam kerangka resepsi atas komoditi kultural, dimana nilai guna digantikan oleh nilai tukar (*exchange value*). Tiap-tiap individu memiliki hak atas

privasinya, secara disadari ataupun tidak mereka yang memutuskan untuk terjun ke dalam kancah industri dunia hiburan akan mengalami keterbatasan dalam mengontrol hak atas privasinya. (http://www.wright.edu/~gordon.welty/Adorno_84.htm)

SINGLE DARI *THE ALL-AMERICAN REJECTS*

Dirty Little Secrets, single unggulan dalam album *Move Along*, video klipnya digarap dengan unik, dimana sebuah proyek bertajuk 'PostSecret' memperkenalkan orang-orang untuk berbagi rahasia terdalam mereka. Sebagaimana dikutip oleh MTV dalam liputan peluncuran album ketiga mereka.

The music video features people holding their secrets written on cards.

The music video of the song is based on the 'PostSecret' project, where people share their secrets on postcards. These cards are sent anonymously to the project, and some are posted on the 'PostSecret' website. The video shows a montage of people holding up 'PostSecret' postcards, which reveal a range of fears, embarrassment, love, deception, sadness, wishes and secret actions.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Dirty_Little_Secret).

Mengingat kerasnya persaingan dunia hiburan pada masa sekarang, produser musik semakin dituntut untuk mencari format produksi musik yang baru, inovatif, unik, berbeda dengan pola produksi musik yang berkembang selama ini. Salah satu caranya adalah dengan menerima *demo tape* dari musisi-musisi lokal yang telah lebih dulu berkembang di daerah, maupun kota kecil. Seperti *The All-American Rejects* yang memiliki basis Stillwater, Oklahoma - untuk kemudian 'diboyong' ke New York dan dengan kelengkapan fasilitas dan akses bermusik yang jauh lebih baik, maka produserpun semakin menuntut mereka untuk menghasilkan album rekaman, cara bermusik, yang lebih baik pula, dengan tujuan untuk menarik lebih banyak konsumen musik, dan

mengeruk lebih banyak keuntungan. Salah satunya dengan memberikan kesempatan kepada para musisi untuk menulis lagu, menggarap album dengan berangkat dari pengalaman pribadi mereka, ataupun pengalaman pribadi orang lain. Seperti halnya yang dilakukan *The All-American Rejects* yang memanfaatkan 'PostSecret Project' untuk menampung beragam rahasia kecil orang-orang tak dikenal sebagai materi sebuah lagu.

Dengan tajuk yang sama, single "Move Along" diluncurkan, lagu ini bercerita tentang kisah menjadi seorang kaum muda, yang kesepian, dan harus berjuang dalam hidupnya dengan "moving along" (bergerak mengikuti arus, dalam konteks lirik lagu ini identik dengan perjuangan yang terus-menerus; *constant and continuous struggle*), menepis segala permasalahan, dan terus berusaha melanjutkan hidupnya. *The All-American Rejects* membawakan lagu ini pada MTV Video Music Awards 2006, dan berhasil memenangkan salah satu penghargaannya untuk kategori "Best Group Video". Lagu ini digunakan sebagai musik pengiring iklan American Heart Association, lagu tema untuk film remaja produksi Hollywood yang berjudul *She's The Man*, dan *The Hitcher*, sekaligus sebagai lagu tema *World Wrestling Entertainment*, ajang musikal tahunan 2006's *Diva Search*, *original score* untuk kompetisi *Bionicle* dan film *Prince of Fighters* karya Reginald Micu. (http://en.wikipedia.org/wiki/Move_Along_%28song%29). Salah satu keunikan dalam lagu ini adalah pada bagian *bridge (chorus)* diperkuat dengan paduan suara anak-anak yang menyanyikan frase "go on" secara berulang-ulang.

Dalam album "Move Along" terdapat tiga *single* yang menjadi unggulan *The All-American Rejects* dalam album ini, yaitu *Dirty Little Secrets*, *Move Along*, dan *It Ends Tonight* - ketiga *single* tersebut diposisikan hampir berurutan dalam album ini. Untuk *single Move Along* dan *It Ends Tonight* disinyalir beberapa media memiliki keterkaitan yang cukup unik, dimana *single Move Along* bercerita tentang segala

kesulitan kaum muda yang seharusnya tidak membuat mereka patah semangat, dan menyerah dalam hidup; sementara single *It Ends Tonight*, disinyalir mengisahkan tentang akhir dari sebuah hubungan, atau kisah tentang seseorang yang hendak memulai lembar baru dalam kehidupannya.

Dalam penggarapan video klip lagu *Move Along*, vokalis utama *The All-American Rejects* dikisahkan mengalami beragam masalah, dari beragam profesi yang dilakoninya, yang pada akhirnya diceritakan bahwa ia berhasil menyuarkan kegelisahan kaum muda yang lain, dengan bersama-sama bernyanyi bersama mereka. Pada bagian pertama video klipnya, dikisahkan Ritter hendak melakukan bunuh diri, hal ini sengaja dilakukan untuk menghormati kematian seorang rekan dengan merujuk pada tindakan bunuh diri yang dilakukan rekan personel band mereka selama melakukan tur di Eropa, kibordis *Tim Jordan*, yang menjadi personel adisional. Berikut merupakan kutipan berita tentang peristiwa bunuh diri tersebut.

Jordan, 24, committed suicide in his Camden Ark home, after wrapping up the Rejects' latest tour. He had been playing with the Rejects' only since this summer. Before that he was the front man of Welton.

(http://www.aversiononline.com//blahg/bands/the_all_american_rejec/).

Patut diperhatikan bahwa peristiwa tersebut mendongkrak *airtime* pemutaran lagu *Move Along* baik dalam format lagu di radio yang di *request* oleh pendengar, maupun dalam format video klip yang tayang di saluran-saluran televisi yang khusus menayangkan musik seperti MTV, *Much Music*, VH1, dsb.

SINGLE 'MOVE ALONG' MILIK THE ALL-AMERICAN REJECTS'S DALAM PETA INDUSTRI MUSIK AMERIKA SERIKAT

Album *Move Along* merupakan album kedua *The All-American Rejects* yang digarap label komersil berskala besar, setelah album

pertama mereka yang bertajuk *The All-American Rejects*. Album ini mencetak kesuksesan luar biasa, mengingat single-single dalam album ini sering digunakan sebagai musik pengiring, lagu tema dari berbagai film, iklan, bahkan acara musikal lainnya – disamping memenangkan berbagai penghargaan, belum lagi kesuksesan dari penjualan album, maupun singlenya dalam format MP3, seperti yang dinyatakan oleh salah seorang personel *The All-American Rejects*, *Mike Kennerty* kepada *USA Today*, berkaitan dengan kemajuan teknologi yang mempermudah pola konsumsi musik kaum muda pada masa kini.

"I think iTunes has changed everything in the past couple of years," said Mike Kennerty, 26, the guitarist in punk-pop favorites the All American Rejects.

Kennerty proudly noted that "Move Along," the title track from his band's 2005 sophomore album, was recently the third most popular song on iTunes (which sells songs for 99 cents apiece, a price several major record labels want increased to make up for lost album revenues). He also acknowledged that snippets of all of the Rejects' songs are available in ringtone form. But he sounded conflicted about the impact such technology may be having on music, including his. "It's cool to go on iTunes (for singles), but it's also a shame to think about it," Kennerty said. "Because there are many other songs that a band puts just as much heart and soul into, and they'll be ignored. People just don't have patience any more, and that has brought this on more than anything. It kind of sucks that kids won't get a chance to appreciate an album as a complete work."

(http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20060409/news_1a09albums.html)

Lagu pada masa sekarang dinilai sebagai komoditi kultural yang dinilai dari nilai tukar dan nilai gunanya. Sebagaimana dikemukakan oleh NAFTA, bahwa industri kultural salah satunya mencakup proses produksi, distribusi, penjualan atau eksibisi atas rekaman audio

(lagu, baik sebagai *single*, (*motion picture soundtrack*) lagu tema, (*score*) musik pengiring) atau rekaman video musik (video klip lagu). Industri musik dewasa ini, telah berhasil mengembangkan dan memantapkan kekuatan ekonomi dan budaya yang sangat berpengaruh, terutama industri musik Amerika yang telah mengglobal.

'Sekitar 10 persen dari semua rekaman yang dirilis (sebagian untuk *single*, sebagian lagi untuk pembuatan album dengan durasi yang lebih panjang) mendatangkan keuntungan'. (Frith, 1983: 147).

Alih-alih mendikte pasar yang pasif, industri musik populer menemukan dirinya sangat sulit mengontrol selera musik konsumen, hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan yang senantiasa muncul antara nilai tukar (nilai 'ekonomis') dan nilai guna (nilai 'kultural'), dimana industri musik bisa mengontrol yang pertama, namun konsumenlah yang menentukan yang kedua. Industri musik boleh jadi mengontrol dan menentukan musik apa yang diproduksi, namun tidak bisa mengontrol dan menentukan bagaimana musik digunakan, dan, terlebih lagi, makna yang diberikan oleh mereka yang menggunakannya.

Berkaitan dengan hal tersebut, konsumen musik merupakan penentu utama pola penggunaan musik yang dipilihnya untuk dikonsumsi, dengan kemajuan teknologi, pola mengkonsumsi musikpun menjadi semakin beragam. Namun demikian, dunia musik Amerika telah memiliki pemetaan konsumsi yang terbentuk sejak lama, dan terus berkembang dari tahun ke tahun, seiring dengan semakin beragamnya jenis musik yang ada, semakin banyak jumlah dan tingkat kreatifitas musisi Amerika, serta semakin pesatnya peningkatan jumlah anak muda di negara tersebut. Musik *The All-American Rejects* identik dengan gadis-gadis muda yang berasal dari kalangan menengah masyarakat Amerika, sebagaimana dinyatakan oleh situs *Rolling*

Stones dan *Punk News*, mengingat lagu-lagu *The All-American Rejects* banyak bercerita tentang pengalaman pahit, luka dan trauma, serta keinginan untuk kembali berdiri dan menjalani hidup dengan sebagaimana mestinya, melodinya yang *catchy*, dan lirik yang kadang mendayu, belum lagi vokalis utama, *Tyson Ritter*, yang dinilai sebagai daya tarik utama band ini – membuat banyak remaja putri Amerika mudah 'jatuh hati' pada *The All-American Rejects*. Berbeda dengan remaja putra Amerika, yang cenderung menggemari musik-musik keras dengan lirik tegas bahkan pedas, yang dibawakan oleh band-band beraliran *hard rock*, *hip rock*, bahkan *emo*, maupun *alternative rock* yang tak jarang mengekspresikan diri mereka dengan dandanan dan penampilan yang serba ekstrim. *The All-American Rejects* tampaknya 'sengaja' diberikan 'porsi' berpenampilan musisi yang rapi, santun, dan atraktif dalam pengertian yang sewajarnya. Hal ini lagi-lagi merupakan taktik 'penjualan' untuk band ini, membidik remaja putri Amerika yang hidup sebagai warga masyarakat kelas menengah, sebagai pangsa pasar paling potensial – satu poin tambahan untuk memperkuat nilai jual band ini.

Dinamika bisnis musik dewasa ini semakin hidup dengan persaingan yang sedemikian ketat. Semakin sempit lahan pasar untuk distribusi yang diperebutkan, untuk itu terus diupayakan regenerasi komoditas yang dijadikan materi produksi musik yang diminati khalayak. Salah satunya dengan mengikuti fluktuasi dunia kaum muda, yang notabene adalah pangsa pasar terbesar sumber inspirasi musik dan distribusi produk musik itu sendiri. Sebagian besar musisi, penyanyi yang baru muncul berasal dari kalangan muda yang penuh dengan dinamika, yang terinspirasi dari semangat, gagasan (pemikiran), gaya, harapan anak muda untuk dikemas sedemikian rupa dan menjadi komoditi musikal. Patut diprihatinkan ketika bagian dari individu-individu yang tergabung sebagai personel band dikemas sebagai komoditi bisnis, terutama ekspresi atas persepsi mereka yang tercipta dari

pengalaman pribadi – mengingat aspek personal yang beroperasi pada tingkat individual, dan aspek bisnis memiliki orientasi yang jauh berbeda. Khususnya ketika aspek-aspek personal dikomodifikasikan ke dalam cakupan aspek bisnis, yang berorientasi pada perolehan keuntungan bagi produser komoditi hiburan, di lain pihak keinginan untuk mendapat ketenaran (*in order to be famous*) bagi mereka yang memutuskan terjun dalam dunia *showbiz* dengan menghasilkan karyanya.

Demikian juga dengan para personel *The All-American Rejects* yang mengaku bahwa ritme hidup mereka jauh lebih fluktuatif sejak mereka terkenal, sebagaimana dinyatakan oleh vokalis utama, *Tyson Ritter*, dalam wawancaranya dengan situs musik *Aversion*, sebagai berikut:

“We never really looked at it as ‘oh, we’re going to get a record deal.’ We were 16 and 17. So it’s like... we’ll try this out and if we can sell a few records that’s great. We never thought we’d be taken this far. We always hoped, especially when graduation was coming because I was like ‘I don’t want to go to college.’ Nick’s like ‘I dropped out of college.’ This has to work!’ Thank God it has.”

(http://www.aversiononline.com/blahg/news_article.cfm?news_id=3126)

Dari pernyataan itu dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa, pendidikan tidaklah terlalu penting, selama terbayarkan dengan kesuksesan yang dicapainya, mengabaikan pendidikan hanyalah pengorbanan kecil yang harus mereka tempuh untuk meraih keberhasilan dan didapatnya pengakuan sebagai musisi profesional di belantara dunia hiburan Amerika beserta hiruk-pikuknya. Tampaknya *The All-American Rejects* masih akan menempati peta dunia musik Amerika sebagai pemain yang layak diperhitungkan hingga beberapa tahun mendatang, sebagaimana dikemukakan oleh *reviewer* musik ternama di Amerika, *Tom Semioli*, pada hasil tulisannya *All Music Guide*, sebagai berikut:

“A talented band destined for great things, All

American Rejects are primed to be embraced by the masses.”

(<http://www.artistdirect.com/nad/music/artist/card/0,,1728500,00.html>)

Ketika kapitalisme merambah aspek kultural manusia, maka kita sebagai audiens mengenal istilah komoditi kultural, calon bintang potensial, komodifikasi pribadi figur terkenal. Hal ini juga menyentuh komoditi kultural bagi kaum muda, yang dinilai sebagai pangsa pasar paling potensial. Dengan merujuk pada figur terkenal tertentu, yang meleji lewat karyanya yang spektakuler, dibumbui dengan naik-turunnya ritme kehidupan mereka yang disinyalir sebagai aspek yang ‘menjual’ – maka terbentuklah suatu pola konsumsi baru, pola pemujaan atas keterkenalan yang baru.

Mereka yang terjun dalam industri ini, terutama di Amerika akan mengalami suatu fase dalam kehidupan dimana mereka dimanfaatkan sebagai komoditi kultural itu sendiri, baik secara disadari maupun tidak. Privasi dan ruang gerak pribadi menjadi sangat terbatas, karena sebagai bagian dari komoditi kultural, mereka akan terus menerima perlakuan yang mengekspos baik dari kalangan media, produser musik, bahkan tak jarang dari penggemar mereka sendiri. Hal inilah yang dialami *The All-American Rejects*, band pengusung aliran *rock alternative*, dan *power pop*, yang mencetak sukses lebih besar dari penggarapan album kedua mereka *Move Along* yang ditangani oleh label rekaman komersil besar di Amerika, *DreamWorks records*.

SIMPULAN

Penelitian ini bermaksud menjawab pertanyaan bagaimana persepsi pribadi personel band *the All-American Rejects* tentang *constant and continuous struggle* anak muda dalam menjalani hidup, dijadikan sebagai komoditi industri kultural dalam lagu “*Move Along*”? serta apa saja kepentingan yang ada di balik pengkomoditian properti pribadi tersebut?

Pengalaman personel *The All-American Rejects* yang berangkat dari kota kecil di Okla-

homa untuk mewujudkan mimpi mereka yang berkeinginan menjadi musisi besar, dalam perjalanan panjang yang penuh dengan perjuangan diwarnai *upside-down* yang mereka alami, direpresentasikan dalam album *Move Along*, dan secara khusus pada single *Move Along*, merupakan lagu tema yang inspirasional bagi mereka yang mengalami hal yang sama, meskipun tidak secara spesifik, namun secara garis besar bahwa hidup ini adalah perjalanan panjang yang senantiasa perlu untuk diperjuangkan – disinyalir oleh penulis bahwa lagu ini diadopsi sesama kaum muda Amerika sebagai *theme song of life in adolescence period of time*.

Akan tetapi, dibalik semua itu terdapat campur tangan dari para produsen musik sebagai representasi dari kaum kapitalis yang secara signifikan mengatur dan mengarahkan dan senantiasa berkeinginan untuk mengeruk keuntungan dalam berbagai formasi sebanyak-banyaknya, memperkaya diri, dan untuk menunjukkan kepada *average people* bahwa merekalah yang memiliki keistimewaan dalam hal akses dan kemampuan untuk melakukan hal-hal ini, yang pada prakteknya memanfaatkan kaum muda dengan segala keterbatasan dan idealismenya untuk dijadikan sebagai pangsa pasar potensial bagi produksi dan distribusi komoditi kultural, khususnya yang dikemas dalam hal bermusik dan segala atribut yang menyertainya.

IMPLIKASI

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis maupun sosial bagi kalangan akademis dan sosial/masyarakat:

- Akademis:
Dapat memperkaya studi-studi tentang musik terutama kaitannya dengan eksistensi musik sebagai bagian dari industri kultural yang menempatkan kaum muda sebagai pangsa pasar paling potensial, yang berkembang marak dewasa ini.
- Sosial:
Membawa dampak yang positif bagi kaum muda untuk lebih kritis dan selektif dalam menikmati musik yang memiliki posisi

sebagai salah satu komoditi kultural. Audiens maupun penikmat musik diharapkan dapat mengkonsumsi musik pop secara aktif, melakukan pemaknaan dan membentuk kerangka pemahaman yang progresif, tidak terpengaruh oleh agenda ekonomi-politik yang bermain di belakang sektor '*leisure time entertainment*' yang semata-mata diperuntukkan bagi memenuhi fungsi hiburan dari sebuah produk media.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Clayton, Martin; Herbert, Trevor and Middleton, Richard. (2003). *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Day, Louis A. (1991). *Ethics in Media Communication*. California: Wadsworth Publishing.
- Denzin, Norman K. and Yvonna S. Lincoln. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. California: SAGE Publications.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana*. Yogyakarta: LkiS.
- Franz-Magnis Suseno. (1992). *Filsafat sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Frith, Simon. (1983). *Sounds Effect: Youth, Leisure, and The Politics of Rock 'n' Roll*. London: Constable.
- Jenner, Bryan. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: SAGE Publications.
- Jorgensen, Marianne W. and Phillips, Louise J. (2007). *Analisis Wacana – Teori & Metode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Storey, John. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Stuart, Hall & Paddy Whannel. (1964). *The Popular Arts*. London: Hutchinson Education.

ARTIKEL

- Theodor Adorno and the Culture Industry* presented to the *Annual Meeting of the Popular Culture Association*, Toronto (March 30, 1984) by Gordon Welty, Wright State University, Dayton, Ohio, USA; diunduh dari http://www.wright.edu/~gordon.welty/Adorno_84.html
- Artikel berjudul '*Youth*' tentang review album *All-American Rejects* yang berjudul '*Move Along*' oleh Jason Stein, pengamat musik Rock di Amerika; diunduh dari <http://www.amazon.com/>

- review/RPOCZD6NNT96J/ref=cm_cr_pr_viewpnt#RPOCZD6NNT96J*
- Lirik lagu 'Move Along' oleh 'The All-American Rejects' diunduh dari <http://www.azlyrics.com/lyrics/allamericanrejects/movealong.html>
- Artikel tentang review rilisnya album 'Move Along' oleh 'The All-American Rejects' diunduh dari <http://www.discogs.com/All-American-Rejects-Move-Along/release/2654059>
- Artikel tentang sejarah dan perkembangan musik populer berjudul 'Pop Music' diunduh dari http://en.wikipedia.org/wiki/Pop_music
- Artikel tentang profil studio-studio rekaman terbesar di Amerika berjudul 'The Big Six' diunduh dari <http://www.soc.duke.edu/~s142tm01/bigsix.html>
- Artikel tentang sejarah industri musik di Amerika berjudul 'History of 90's' diunduh dari <http://www.soc.duke.edu/~s142tm01/history90.html>
- Artikel dengan judul "Now What! Dealing with Kids Fear of Future" oleh Karen Jones diunduh dari http://www.youthworker.com/teenagers/articles/Karen_Jones
- Artikel tentang review lirik lagu 'The All-American Rejects' yang berjudul 'Move Along'; diunduh dari <http://allamericanrejects9.tripod.com/text/move.html>
- Artikel tentang profil 'The All-American Rejects' diunduh dari <http://www.artistdirect.com/music/artist/card/0,,1728500,00.html>
- Artikel tentang single 'The All-American Rejects' berjudul 'Dirty Little Secrets' diunduh dari http://en.wikipedia.org/wiki/Dirty_Little_Secret
- Artikel tentang single 'The All-American Rejects' berjudul 'Move Along' diunduh dari http://en.wikipedia.org/wiki/Move_Along_%28song%29
- Artikel tentang profil dan review tentang 'The All-American Rejects' diunduh dari http://www.aversionline.com/blahg/bands/the_all_american_rejects
- Artikel berita kontroversi seputar perilis video klip 'The All-American Rejects' berjudul 'Move Along' diunduh dari http://www.aversion.com/blahg/news/news_article.cfm?news_id=3126
- Artikel berjudul "Vanishing Act" ditulis Kritikus Musik 'The San Diego Union Tribune' George Varga, diunggah tanggal 9 April 2009, diunduh dari http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20060409/news_1a09albums.html
- Artikel berjudul 'All Music Guide to The All-American Rejects' ditulis oleh kritikus musik, Tom Semoli,
- diunduh dari <http://www.artistdirect.com/nad/music/artist/card/0,,1728500,00.html>