

## MUSIK POP BALI DAN GENERASI MILENIAL (MENUJU INDUSTRI 4.0)

Ni Wayan Ardini

*Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Denpasar  
Email: niwayanardini17@gmail.com*

### Abstrak

Musik pop Bali diperkenalkan oleh musisi Bali Anak Agung Made Cakra pada 1970-an dan dipopulerkan penyanyi pujaan masyarakat Bali seperti Widi Widiana pada 1990-an. Beberapa musisi Komang Raka, Dek Artha, Widi Widiana, Dek Ulik, Lolot n Band, [XXX], dan KIS, dan Ray Peni masih eksis dengan karya-karyanya. Sejumlah radio FM dan AM di Bali masih memutarnya. TVRI, Bali TV, dan beberapa televisi nasional, memiliki slot acara musik pop Bali yang semakin minimal.

*Balinese pop music* tidak bisa tidak mengaitkannya dengan industrialisasi berbasis teknologi. Industrialisasi musik pop ada tiga aspek, yaitu teknologi, ekonomi (bisnis), dan budaya musik baru. Dalam konteks ini musik pop Bali dapat dihubungkan-kaitkan dengan revolusi industri 4.0 yang dari hubungan musik tersebut dengan generasi milenial. Musik pop Bali dalam ilmu musik digolongkan musik modern berkategori komersial dalam bisnis (ekonomi) dan merupakan musik industri. Musik pop Bali bersumber kekhasan Bali (syair/lirik berbahasa Bali). Secara umum musik pop Bali semakin lama semakin tidak Bali. Saat ini, banyak yang berubah dari musik pop Bali. Bahkan bahasanya semakin banyak yang dicampur-campur dengan lirik berbahasa Indonesia sebagaimana muncul di televisi-televisi. Musik pop Bali tidak lagi memiliki pasar, generasi milenial tidak tertarik lagi, karena tidak ada penawaran dan tidak ada permintaan.

*Kata kunci: musik, pop bali, generasi milenial dan digital.*

### Pendahuluan

Musik pop Bali sejak diperkenalkan sebagai sebuah genre musik pop daerah Bali oleh musisi kenamaan Bali Anak Agung Made Cakra pada 1970-an dan dipopulerkan lewat penyanyi pujaan masyarakat Bali seperti Widi Widiana pada 1990-an (Dethu, 2011; Ardini, *et al*, 2015, 2018a; Ardini, 2016, 2018) ternyata sampai hari ini masih bisa dinikmati. Derasnya arus globalisasi dan gerakan industrialisasi turisme Bali di dalamnya secara relatif memang dapat dikatakan meminggirkan budaya lokal seperti musik pop Bali tetapi faktanya musik ini tidaklah benar-benar surut dan hilang. Menyebut beberapa, musisi Komang Raka, Dek Artha, Widi Widiana, Dek Ulik, Lolot n Band, [XXX], dan KIS, dan Ray Peni masih eksis dengan karya-karyanya. Sejumlah kecil radio FM dan kebanyakan AM di Bali masih memiliki program-program acara untuk memutarnya. Bahkan, selain TVRI dan beberapa televisi nasional pada setiap program paginya yang berkonten lokal, televisi kebanggaan masyarakat Bali, yakni Bali TV, memiliki beberapa slot acara terkait meskipun musik pop Bali yang diusung musisi-musisi baru cenderung semakin modern dan Barat di mana kandungan bahasa Balinya sebagai penciri utama semakin minimal.

Membicarakan musik pop Bali (*Balinese pop music*) kini tidak bisa tidak adalah mengaitkannya dengan industrialisasinya di mana setiap fakta industrialisasi senantiasa berbasis teknologi. Industrialisasi musik pop menurut Frith (1988, 2006; lihat: Ardini, *et al*, 2015; Ardini, 2016, 2018) disebabkan karena adanya tiga aspek, yaitu (1) teknologi, (2) ekonomi (bisnis), dan (3) budaya musik baru dalam masyarakat. Terkait dengan aspek teknologi, semua genre musik, tidak terkecuali musik pop Bali, saat ini senantiasa mengacu pada teknologi digital. Musik memang tidak lagi analog melainkan digital, baik dalam produksinya maupun distribusi serta cara konsumsinya. Dalam konteks inilah, musik pop Bali dapat dihubungkan-kaitkan dengan revolusi industri 4.0 yang sedang digelorakan secara besar-besaran saat ini. Menghubungkan musik pop Bali dengan industri 4.0 dapat dilihat bentuknya dari hubungan musik tersebut dengan generasi milenial di mana generasi milenial juga sedang menjadi *hot issue* terutama dikaitkan dengan adanya pemilihan umum Indonesia 2019 (Pilpres dan Pileg).

Tulisan tentang kegenerasi-milenialan dalam konteks realitas industrialisasi musik pop Bali ini merupakan *literature study* yang dilakukan terhadap bahan-bahan dan literatur yang tersedia, seperti artikel-artikel ilmiah hasil penelitian dan tulisan serta laporan lainnya. Data

yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis data kualitatif (*qualitative data analysis*) yang menurut Miles dan Huberman (1992: 15-19) dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan.

### Musik Pop Bali

Musik pop Bali dalam ilmu musik digolongkan sebagai musik modern di mana musik modern yang hampir selalu dipadankan dengan musik Barat secara sederhana dilawankan dalam banyak hal dengan musik tradisional, seperti karawitan di Indonesia. Dalam konteks kebudayaan masa kini, sebagai bagian dari keluarga musik pop (*pop music*), musik pop Bali berkategori komersial (lihat: Budiarto, 2001). Ia tidak lain adalah bisnis (ekonomi) dan merupakan musik industri.

Kata “pop” dalam “musik pop Bali” menunjukkan kekuatan karakter komersial di samping sejumlah karakter lainnya. Pakar budaya pop John Storey (2004: 10-25) menyatakan, pertama, pop atau populer mengacu pada empat makna, yaitu (a) banyak disukai orang, (b) jenis kerja rendahan, (c) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan (d) budaya yang memang dibuat orang untuk dirinya sendiri. Kedua, budaya pop merupakan budaya tertinggal/sisa (rendahan). Ketiga, budaya pop ditetapkan sebagai “budaya massa.” Keempat, budaya pop berasal dari “rakyat.” Kelima, budaya pop mengandung hegemoni. Terakhir, budaya pop berasal dari pemikiran postmodernisme. Budaya postmodern dianggap budaya yang tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan pop.

Persoalannya menjadi tidak ringan ketika istilah musik pop (*pop music*) yang “pop”-nya dibentangkan oleh Storey (2004) di atas, digandengkan dengan entitas Bali (menjadi: musik pop Bali) di mana Bali sendiri secara geo-budaya dikenal sebagai gudangnya budaya tinggi (*high culture*) alias budaya luhur atau *adiluhung*. Dengan kata lain, kebudayaan Bali dalam sejarahnya bersinggungan secara intens dengan agama Hindu yang dipeluk oleh masyarakatnya. Sementara seperti telah disinggung sebelumnya, musik pop Bali tetaplah musik modern. Dengan menjadi musik industri, musik pop Bali kehilangan “aura”-nya (Adorno, 1948; lihat: Budiarto, 2001) padahal bentuk-bentuk kebudayaan Bali umumnya dikenal memiliki aura yang khas yang di Bali biasa disebut *taksu* (Dibia, 2012).

Ardini (2016) berpendapat, secara konten, musik pop Bali bersumberkan kekhasan Bali dalam karyanya, terutama (setidaknya) menggunakan syair/lirik berbahasa Bali. Pada awalnya, sistem notasi yang digunakan di dalamnya adalah pentatonik dengan laras *pelog-slendro-pemero* sebagai pengaruh penggunaan alat musik tradisional Bali (*gangsa, cengceng, kendang, dan suling*) yang dipadukan dengan alat musik modern (gitar, drum, *keyboard*, dan sebagainya). Menurut Ardini (2016) pula, secara umum musik pop Bali semakin lama semakin tidak Bali. Saat ini, banyak yang berubah dari musik pop Bali. Bahkan bahasanya semakin banyak yang dicampur-campur dengan lirik berbahasa Indonesia sebagaimana muncul di televisi-televisi.

Bila dikatakan musik pop Bali (sebagai produk) semakin tidak Bali, maka situasi tersebut mengalami potensi semakin menjadi-jadi saat dihadapkan pada *setting* generasi milenial hari ini, lebih-lebih tidak saja sebagian besar pasarnya, musisinya pun tidak sedikit yang berasal dari kalangan tersebut. Pemahaman tentang generasi milenial sendiri dalam pengelompokan generasi dijelaskan sebagai berikut (lihat tabel).

Tabel pengelompokan generasi

Pengelompokan Generasi Sumber			Label		
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe dan Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
Zemke <i>et al</i> (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster dan Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin dan Tulgan (2002)	Silent Generation	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millenials (1978-2000)	-

Oblinger dan Oblinger (2005)	(1925-1942) Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995- present)
------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	-----------------------------	--

Sumber: Diolah dari Candranegara, *et al* (2019).

Sebagaimana ditunjukkan dalam tabel di atas, para pakar boleh berbeda pendapat tentang rentang usia manakah yang disebut generasi milenial. Menurut Candranegara, *et al* (2019), generasi milenial memiliki minat yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Yang mencolok dari generasi milenial ini dibanding generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop/musik. Kehidupan generasi milenial tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet dan *entertainment* (hiburan) sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi ini.

Menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (2018), 32,27% penduduk Bali pada tahun 2017 adalah generasi milenial. Pada tahun 2017 sendiri, menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bali penduduk Bali mencapai 3.890.757. Dalam studi Ardini (2016), mayoritas penikmat musik pop Bali di Bali adalah anak muda, yang maksudnya kurang lebih (secara umum) sama dengan generasi milenial. Meskipun para anak muda pencinta musik pop Bali itu banyak bermukim di perdesaan tetapi kemampuan penggunaan teknologi informasinya tidaklah terlalu jauh dari orang-orang perkotaan. Benar kata para ahli bahwa internet membuat dunia menjadi *flat*. Secara budaya, ia membuat proses kekuasaan (budaya) menjadi lebih horisontal dibandingkan sebelumnya.

Berbicara mengenai generasi milenial dan dunia digital, perlu dipahami apa yang dimaksud dengan industri 4.0. Industri 4.0 adalah suatu keadaan di mana generasi milenial menjadi pelaku pentingnya. Secara umum, industri 4.0 adalah industri yang menggabungkan teknologi otomasi dengan teknologi siber. Pertanyaannya, apakah musik pop Bali dapat direalisasikan dalam industri 4.0. Jamak bahwa penerapannya tidak sebanyak industri lain, khususnya industri fisik (barang dan manufaktur). Jangankan di Bali, di kota-kota besar Indonesia sendiri, musisi dan perusahaan musik belum terlalu banyak memasuki industri 4.0.

Yang perlu dipersoalkan adalah kecenderungan menurunnya geliat (industrialisasi) musik pop Bali di satu sisi (meskipun belum benar-benar surut) dan di sisi lain kecenderungan semakin menurunnya jumlah (anggota) generasi milenial yang menikmati musik pop Bali. Angka pasti dari jumlah tersebut sulit ditemukan tetapi demikianlah fenomena yang terjadi sejak pertengahan dasawarsa 2000-an. Dalam hal ini terjadi paradoks tersendiri karena teknologi jugalah yang menyebabkan kemunduran tersebut. Pembajakan (*hijacking*) produk-produk musik pop Bali terjadi secara intens yang disebabkan oleh kecanggihan teknologi (pembajakan) itu sendiri. Akibatnya bisa diduga, toko dan lapak CD dan kaset, studio rekam musik pop Bali, pembeli produk (fisik), berkurang. Pertunjukan-pertunjukannya akhir-akhir ini juga tampak kurang menggairahkan. Sekarang terasa sulit mencari momen-momen keriuhan masyarakat mengapresiasi tampilan penyanyi-penyanyi idolanya seperti masa-masa di mana Widi Widiana, Dek Ulik, Lolot n Band, [XXX], atau KIS mampu membius pasarnya.

## Penutup

Musik pop Bali mau terus eksis atau mau mati sebenarnya semuanya bergantung pada sekelompok entitas masyarakat yang sekarang ini disebut generasi milenial. Kalau musik pop Bali tidak lagi memiliki pasar, yakni generasi milenial tersebut, maka musik itu tidak akan ada lagi. Dalam teori ekonominya, tidak ada penawaran (*supply*) kalau tidak ada permintaan (*demand*).

Dari aspek penawaran, yakni produk, musik pop Bali juga tergantung pada generasi milenial yang ada. Tanpa anak-anak muda yang produktif dan kreatif, musik pop Bali tidak akan lahir. Kebanyakan musisi pop Bali masih berada di rentang generasi ini. Bahkan kalau dilihat anak-anak muda yang tampil di Bali TV setiap minggunya, kebanyakan musisi pemula dari generasi milenial meskipun harus diakui kualitas musikalitasnya belum mencapai standar yang diinginkan.

Berdasarkan realitas di atas, sekaligus sebagai saran, tidak bisa tidak, pilar-pilar politik-ekonomi-budaya Bali, yakni pemerintah, industri musik, dan masyarakat berbenah untuk mendapatkan kualitas dan kuantitas musik pop Bali yang unggul melalui keterlibatan generasi milenialnya pada setiap aspeknya, baik *input*, proses, dan *output*-nya serta produksi, distribusi, dan konsumsinya. Pemerintah daerah Bali dengan “nangun sad kerthi loka Bali”-nya sepatutnya ikut bertanggung jawab atas ini karena musik pop Bali adalah sebetuk politik identitas dalam pengertian yang positif. Industri musik pop Bali dengan kemampuan modalnya harus aktif berinvestasi untuk menciptakan industrialisasi musik pop Bali sehingga di masa depan industri ini bisa mencapai setidaknya seperti era pertengahan 1990an hingga pertengahan 2000an di mana (bisnis) musik ini mencapai puncaknya. Masyarakat pun diminta kesadarannya untuk memiliki kebanggaan akan produk budayanya sendiri sehingga musik pop Bali bisa menjadi tuan rumah di tanahnya sendiri. Dalam hal ini masyarakat Bali harus mendorong generasi milenialnya dalam melibatkan diri dalam proses ekonomi (industri) kreatif bernama musik pop Bali, baik dalam produksi, distribusi, dan konsumsinya seperti telah disampaikan. Jangan sampai generasi milenial Bali dikuasai budaya pop global tetapi (me)lupa(kan) musik pop daerahnya sendiri.

Satu lagi yang penting adalah, seluruh komponen industri musik pop Bali, termasuk generasi milenial itu sendiri, harus mempersiapkan dirinya, menuju industri 4.0. Mereka harus benar-benar siap dalam kompetensi-kompetensi baru karena pada dasarnya industri 4.0 sering diandaikan sebagai sebuah revolusi: revolusi industri 4.0. Kalau tidak, musik pop Bali akan benar-benar mati dan generasi milenial tidak akan berperan apa-apa di dalamnya.

## Daftar Rujukan

- Adorno, Theodor Wiesendgrund. 1948. *Philosophy of Modern Music*. London: Sheed & Ward.
- Ardini, Ni Wayan. 2016. “Industrialisasi Musik Pop Bali: Ideologi, Kepentingan, dan Praktiknya”, disertasi, Program Studi Kajian Budaya, Program Doktor, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar, <http://erepo.unud.ac.id/id/eprint/10610>. Diakses: 14 Mei 2018.
- Ardini, Ni Wayan. 2018. “Balinese Pop Music: An Industrialization Era”, *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, Volume 1, Nomor 1, Oktober. Diperoleh di: <https://jurnal.lisi.ac.id/index.php/JOMSTI/view/509>. Diakses: 13 April 2019.
- Ardini, Ni Wayan; Wirawan, AA Bagus; Suarka, I Nyoman; Sugiarta, I Gede Arya. 2015. “Power of Media in Industrialization of Balinese Pop Music”. *E-Journal of Cultural Studies*, [S.l.], v. 8, n. 4. ISSN 2338-2449. Diperoleh di: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ecs/article/view/18406>. Diakses: 14 Mei 2018.
- Ardini, Ni Wayan; Astuti, Ni Nyoman; Darmayuda, I Komang; Armoni, Luh Eka; Sumerjana, Ketut. 2018. “Issues in the Relationships among Balinese Pop Music, Tourists, and the Tourism Industry”, *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 80, June. ISSN 2580-5592. Diperoleh di: <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/IJASTE/article/view/905>. Diakses: 04 Juli 2018.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2019. <https://bali.bps.go.id>. Diakses: 13 April 2019.
- Budiarto, C. Teguh. 2001. *Musik Moderen dan Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- Candranegara, I Made Wimas; Mahardhika, I Putu Eka; Mirta, I Wayan. 2019. “Partisipasi Generasi Millennial dalam Kancah Politik Nasional 2019”, *Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang*, Volume 2, Nomor 1, April.
- Dethu, Rudolf. 2011. *Blantika Linimasa: Kaleidoskop Musik Non-trad Bali, Sejak Lahir, Tumbuh Kembang, Berdiri, Pingsan, Berdiri Lagi, dan Menolak Mati*. Denpasar: Matamera Book.
- Dibia, I Wayan. 2012. *Taksu dalam Seni dan Kehidupan Bali*. Gianyar: Wayan Geria Foundation.
- Frith, Simon. 1988. *Music for Pleasure*. New York: Routledge.
- \_\_\_\_\_. 2006. “The Industrialization of Popular Music” dalam Andy Bennet, Barry Shank, and Jason Toynbee (eds.) *The Popular Music Studies Reader*. London: Routledge.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. 2018. *Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia.
- Miles, Matthew B; Huberman, Michael A. 1992. *Analisis Data Kualitatif* (terjemahan). Jakarta: UII Press.
- Storey, John. 2004. *Teori Budaya dan Budaya Populer: Memetakan Lanskap Cultural Studies*. Yogyakarta: CV. Qalam.