

BUDAYA NOMAD DALAM PERTARUNGAN WACANA MUSIK INDUSTRI INDONESIA STUDI KASUS: BOY-GIRL BAND

Dolly Nofer

E-mail: dolly.nofer@gmail.com
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Titis Srimuda Pitana

E-mail: titispitana@gmail.com
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Dwi Susanto

E-mail: dwisastra81@gmail.com
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Abstract: *Boy-girl band K-pop music appearing in Indonesian music industry is a discourse construction, territorial or music life style which is brought by pop culture and Korean culture industry. The entrance of this music culture then cause a few problems which are the battle of discourse and the construction of the K-pop music discourse itself, which does the culture migration for any purpose. For, this research is due to solve the problems, (1) boy-girl band as once of music life style discourse, (2) boy-girl band music discourse in battle arena of music life style, and (3) impact of K-pop discourse construction through boy-girl band. The perspective which is used in discussing those problems are concepts of territori and discourse in Cultural Studies. The data used are aesthetic discourse—surrounds the K-pop boy-girl band. The result of this research shows that K-pop boy-girl band is a battle arena of music life style in context popular culture, consumerism, and identity struggle of Korean culture. Then, it causes the impact to music discourse in Indonesian music industry, which internalizes K-pop values—locality is other subject in Indonesian music industry discourse.*

Keywords: *K-pop Music Discourse, Music, Life Style and Culture Arena.*

Abstrak: Musik boy-girl band K-pop yang muncul di tengah industri musik Indonesia, merupakan sebuah konstruksi wacana, teritori atau gaya hidup musik yang dibawa oleh budaya pop dan industri budaya Korea. Masuknya jenis budaya musik ini kemudian menimbulkan beberapa persoalan, yakni pertarungan wacana dan pembentukan wacana musik K-pop itu sendiri, yang melakukan migrasi kultural untuk kepentingan tertentu. Atas dasar hal itu, penelitian ini menjawab permasalahan (1) boy-girl band sebagai satu wacana gaya hidup musik, (2) wacana musik boy-girl band dalam arena pertarungan gaya hidup musik, dan (3) dampak dari konstruksi wacana K-pop melalui boy-girl band. Sudut pandang yang digunakan dalam membahas masalah itu adalah konsep teritori dan wacana dalam Kajian Budaya. Data yang digunakan adalah wacana estetika yang menyertai boy-girl band K-pop. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa boy-girl band K-pop merupakan sebuah arena pertarungan gaya hidup musik dalam konteks budaya populer, konsumerisme, dan perjuangan identitas kebudayaan Korea.

Lebih lanjut, hal itu berdampak pada wacana musik di industri musik Indonesia, yang menginternalisasi nilai-nilai K-pop sehingga menjadikan lokalitas sebagai sang lain dalam wacana musik industri Indonesia.

Kata Kunci: Wacana Musik K-pop, Musik, Gaya Hidup dan Arena Kebudayaan.

PENDAHULUAN

Di era digital-industri media saat ini, wacana musik masyarakat dengan mudah tergiring dan berpindah dari suatu wacana musik ke wacana musik yang lain. Sebagai contoh adalah fenomena kemunculan grup band Naif di awal tahun 1998. Tampilan gaya band ini eksentrik, yakni mengusung gaya musik dan mode berpakaian *retro* atau “kuno” ala grup band The Beatles yang populer di tahun 1960-an. Ke-kuno-an tersebut justru menjadi determinan popularitas Naif, hingga menjadikan band tersebut sebagai salah satu rujukan atau pilihan gaya hidup musik kalangan muda Indonesia pada masa itu. Belajar dari kesuksesan Naif, imitasi gaya *retro* The Beatles tersebut kemudian juga dilakukan oleh band The Changcuter yang muncul pada tahun 2006. Serupa dengan Naif, band The Changcuter pun sukses menarik perhatian kalangan muda. Penampilan eksentrik kedua band tersebut kemudian berpengaruh secara luas di kalangan muda. Bahkan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, seperti di tempat-tempat umum, sangat mudah ditemui anak muda berpakaian celana ketat, rambut klimis, dan berkaca mata hitam layaknya penampilan pepersonil Naif, The Changcuter, atau The Beatles. Gaya tersebut semakin marak bersamaan dengan respon dari para pelaku industri *fashion* dan asesoris. Popularitas tampilan gaya band Naif dan The Changcuter menjadi desain rujukan atau pola produksi komoditas industri tersebut.

Kemunculan boy-girl band bergaya K-pop (Korea pop) yang menjadi contoh kasus dalam kajian ini, ikut memberi warna dan meramaikan pertarungan wacana gaya hidup musik di kancah industri musik Indonesia. Fenomena boy-girl band bergaya K-pop merupakan salah satu gaya populer musik dan *fashion* yang diadaptasi oleh dunia industri pop Indonesia. Jeong, Lee, dan Lee (2017: 2292-2296) mengemukakan bahwa gelombang K-Pop Korea atau *hallyu* telah muncul secara bertubi-tubi sejak tahun 2000-an dengan kehadiran cerita atau sinetron dari Korea. Hal ini dicontohkan dengan kehadiran K-Pop pasca film serial yang ditayangkan oleh televisi dengan judul *Dae Jang Geum*. Usaha Korea Selatan untuk menghadirkan K-Pop ini tidak hanya sekedar komersial dalam budaya pop, tetapi hal itu dapat dipandang sebagai bentuk diplomasi kebudayaan negara Korea Selatan (Jang dan Paik, 2012: 200-201). Namun, hal yang paling menarik dari fenomena itu adalah perubahan masyarakat dalam menikmati industri musik yang berasal dari Korea Selatan. Menurut Oh dan Lee (2013: 106-107), perubahan itu terjadi dengan ditandai melalui usaha para remaja atau anak-anak yang ingin seperti idola mereka, baik dari gaya dan cara berpakaian. Hal ini didukung pula oleh pemerintah Korea Selatan dan industri media. Lie (2012: 359-362) mengemukakan bahwa transformasi budaya Korea Selatan melalui bentuk K-pop dalam bermusik telah mengantarkan Korea Selatan memiliki identitas kultural yang baru dan bersanding dengan identitas kultural yang lama, yakni Konfusianisme dalam industri global yang memiliki pengaruh yang kuat dan posisi pasar yang mendunia.

Sementara itu, Ardila (2014: 13) melihat bahwa perkembangan budaya populer Korea Selatan atau K-pop di Indonesia memiliki dampak positif bagi negara asalnya. Hal ini terlihat dari kemunculan boy-girl band yang merupakan bagian dari ekspansi pasar industri budaya K-pop. Keberhasilan ekspansi budaya *Hallyu* (budaya pop Korea) menghasilkan “demam Korea” atau ketertarikan yang kuat atas budaya *Hallyu*. Gejala ini, seperti yang dikatakan oleh Jeong, Lee, dan Lee (2017) telah

“meracuni” kaum remaja dan muda di Indonesia. Oleh dukungan media atau industri televisi, mereka menayangkan berbagai produk industri populer Korea Selatan seperti drama Korea, musik populer boy-girl band (Super Junior atau Suju, Big Bang, B1A4, TVXQ, Girl Generation, Sistar, 2NE1 dan sebagainya). Fenomena ini menunjukkan bahwa industri budaya pop K-pop membawa dampak yang cukup berarti bagi kalangan remaja Indonesia dan industri budaya Indonesia. Gagasan ini seperti yang dikemukakan oleh Lie (2012) yang mengemukakan tentang perubahan sosial dan perkembangan psikologi sosial masyarakat terutama di kalangan remaja.

Kesuksesan ekspansi industri musik Korea di berbagai negara terutama Indonesia ini tidak dicapai dengan mudah. Zahidi (2016: 44) mengamati bahwa ekspansi budaya *Hallyu* dalam sirkuit budaya populer di Indonesia tidak terlepas dari dukungan kebijakan pemerintah Korea Selatan untuk memasarkan produk industri budaya populer negaranya. Dalam pemasaran itu, tradisi dan identitas Korea Selatan juga dijadikan sebagai material untuk dipasarkan, seperti teknologi dan pariwisata budaya dan alam. Contoh yang nyata dari hal itu adalah pendirian pusat studi Korea ataupun berbagai macam kerjasama di bidang kebudayaan dan pendidikan, seperti *Korean Culture Center* (KCC), yang merupakan lembaga kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. Jadi, industri budaya bukan semata persoalan memasarkan produk seperti teknologi dan pariwisata, namun ada unsur penetrasi kebudayaan dan usaha pembentukan citra remaja yang dikenalkan kepada masyarakat lain. Kenyataan ini adalah kekuatan yang tidak tampak dalam hubungan diplomasi kebudayaan dan ekonomi.

Salah satu dampak dari pasar budaya melalui produk identitas K-pop dan “penetrasi kebudayaan” itu adalah kelahiran berbagai komunitas musik atau pecinta K-pop di berbagai kota di Jawa atau Indonesia. Sebagai contohnya adalah komunitas *Running Man Lovers*, *Forever Dance Center Jakarta (FCD K-pop Dance Cover)*, *UI Hangugo Dongari* dan *Korean Studies and Culture Center* di kota Malang (Zahidi, 2016: 44). Industri musik atau dunia kreativitas musik di kalangan anak muda tidak terlepas dari dampak K-pop. Hal ini dapat dilihat dari gaya musik dan *fashion* yang mirip atau meniru boy-girl band K-pop. Mereka, para pelaku musik di Indonesia, mengambil inspirasi atau contoh dari K-pop. Beberapa contoh grup boy-girl band Indonesia yang bermunculan akibat “demam Korea” tersebut diantaranya adalah grup boy band Smash, Max 5, NSG Star, S9B, grup girl band 7 Icons, Cherry Belle, G-String dan lain-lain.

Gejala “demam Korea” adalah salah satu realitas umum di tengah budaya konsumerisme. Dalam konteks tertentu, upaya ini dapat dipandang sebagai wujud penetrasi atau neo-kolonialisme budaya dalam bentuk budaya populer. Masyarakat atau konsumen tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme (Chaney, 2011: 8). Melalui asas globalisasi kultural, K-pop berusaha menjadi bagian terdepan atau sentral kebudayaan anak muda. Keadaan ini, selain sebagai bentuk penetrasi kultural, dapat dipandang sebagai bagian dari neokolonialisme melalui kebudayaan. Dampak dari hal itu tidak hanya melahirkan konsumerisme terhadap produk industri, tetapi disertai persoalan identitas kebudayaan nasional dan nilai-nilai lokalitas yang dihadapkan pada usaha globalisasi K-pop. Fakta ini menunjukkan pertemuan dua tradisi yang membawa pada arus perlawanan, mimikri, dan sekaligus penolakan. Atau dengan kata lain, ambiguitas terjadi pada generasi penerima, yakni antara K-pop dan nilai-nilai lokalitas atau identitas kebudayaannya. Usaha ini pada akhirnya merujuk pada isu penyeragaman dalam konteks globalisasi (Lee, 1998: 277).

Transformasi ataupun adaptasi musik K-pop dalam tradisi musik Indonesia populer memberikan satu wacana tersendiri tentang hubungan globalisasi versus lokalitas. Gaya bermusik itu tidak hanya pada persoalan tata musikal, naratif lirik ataupun ekspresi gaya

hidup lainnya, seperti pakaian dan cara memahami keberadaan diri mereka. Mereka mengkonsumsi gaya hidup melalui internalisasinya. Hal ini muncul seperti gaya hidup nomad dalam masyarakat primordial, yakni berpindah secara terus menerus ke wilayah-wilayah wacana baru. Ruang terkomodifikasikan ke dalam resepsi atas gaya hidup yang dipraktikkan oleh “salinan” dari K-Pop. Musik dalam konteks yang demikian memiliki teritori tersendiri sebagai ruang dan konteksnya sendiri.

Kehidupan berpindah-pindah dalam masyarakat nomaden selalu mengindikasikan lokus, area, wilayah, dan tempat tertentu sebagai batas-batas teritorinya. Musik dalam konteks ini memiliki ruang dan pengertian yang demikian. Perpindahan selalu menyebabkan perubahan-perubahan, seperti pola-pola perilaku, ideologi, cara hidup dan pandangan hidup. Ruang tidak hanya persoalan tempat atau fisik. Tetapi mewakili sebuah wilayah dan pandangan hingga identitas. Ruang juga memiliki batas-batas dari suatu tempat. Tempat berasal dari sesuatu yang dimulai dan hadir pada masa kini. Berbagai bayangan kehadiran dan pertemuan dua kebudayaan itu dipertandingkan dan menimbulkan sebuah ruang yang ambivalen (Bhabha, 1994: 5-6). Dalam konteks ini, pertemuan dua tradisi antara K-pop sebagai representasi globalisasi dan konteks ke-Indonesia-an sebagai representasi lokalitas akan melahirkan sebuah negosiasi atau perbedaan budaya. Sebagai akibatnya, lahir teritorial yang ambigu, mimikri, dan sangat dimungkinkan keadaan itu melahirkan sebuah resistensi yang tersimpan.

Berbagai perubahan akibat pertemuan dua tradisi itu, ruang menjadi sebuah arena pertarungan. Wilayah yang baru dimungkinkan menguasai dan menimpali gagasan yang lama ataupun melakukan timpa tulis atau timpa kehadiran (*rewriting representation*). Kenyataan antara hubungan kebudayaan sinergis dengan lingkungan menuntut untuk berubahnya cara pandang lama dan membuat cara hidup baru, karena melalui dinamika alam wilayah yang baru menuntut untuk pembuatan alat-alat baru, benda-benda baru, cara hidup baru dan sebagainya.

Musik selalu berhubungan dengan suatu ekspresi wilayah tertentu atau teritorial tertentu. Dalam konteks kebudayaan Indonesia, musik sendiri memiliki keragaman atau variasi yang dipengaruhi oleh konteks lokalitas, seperti Jawa, Sunda, Minang, Melayu, Dayak, Batak, dan lain-lain. Istilah teritorial ini diambil dari Deleuze dan Guattari (2010) dalam melihat dinamika filsafat, kebudayaan, pengetahuan dan seni. Bagi Deleuze & Guattari (Deleuze & Guattari, 2010: 75), teritori meliputi sebuah kompleks ruang cukup luas. Teritori tidak dipahami sebagai batas-batas semata, tetapi dia juga dipandang sebagai area atau batasan yang memiliki kompleksitas peristiwa kehidupan, kontrol negara, area yang dihuni binatang, lingkup pengetahuan, pengalaman hidup, aksi, dan eksistensi. Turunan dari kata ini adalah *deterritorialize* dan *reterritorialize*. Kata turunan tersebut dimaksudkan untuk memperbarui teritori dan mengembalikan teritori. Bagi Deleuze dan Guattari (2010), setiap kehidupan membangun suatu teritori sendiri, yaitu suatu cara hidup dan prinsip bertahan hidup.

Teritori baginya merupakan prinsip yang berlaku di dalam semua sistem kehidupan. Dia memperlihatkan cara-cara makhluk hidup berinteraksi dengan lingkungan, baik alam, sosial, dan benda-benda material. Bagi Deleuze dan Guattari (2010), realitas dan lingkungan hidup ini bersifat kaotik, tidak bisa dipegang, tidak bisa dipastikan, dan selalu berfluktuasi atau berubah-ubah. Maka, situasi yang kaotik itu menyebabkan masyarakat membangun dan merancang suatu kestabilan hidup, kepastian-kepastian, teknologi, rumah-rumah, dan sistem pertanian untuk menjamin keberlangsungan hidupnya. Oleh karena itu, teritori ini dijelaskan oleh Deleuze (Parr, 2005: 274, dan Grosz, 2008: 13) sebagai suatu cara membuat *frame* bumi, yaitu suatu mekanisme yang dilakukan manusia untuk mengatasi realitas lingkungan hidupnya.

Proses pembuatan teritori ini merupakan fenomena alamiah yang bersumber dari *impuls* biologis, psikologis, sosial, fisiologis, ekologis dan seksual yang diperoleh dari hubungan sinergis dengan lingkungan hidup. Sebagai contoh, suatu teknologi perancangan rumah, kemajuan teknologi perancangan rumah tersebut akan dipengaruhi oleh situasi lingkungan rumah itu berada. Seperti rumah dari tanah liat di wilayah Mesir atau Timur Tengah misalnya, jika rumah itu berbahan tembok atau kayu, maka akan terasa sangat panas, dan pada malam hari udara akan sangat dingin. Rumah berbahan tanah liat tidak hanya dapat menetralkan suhu, bahan ini juga dikenal lebih tahan terhadap badai gurun atau pasir yang menjadi salah satu masalah lingkungan Mesir tersebut. Melalui kenyataan ini dapat dilihat, bahwa dalam setiap teritori, terdapat hubungan sinergis antara manusia dengan realitas lingkungan hidupnya.

Turunan dari teritori ini adalah *deterritorialize*, yakni tindakan pemanfaatan bahan-bahan yang ada di lingkungan sekitar wilayah tersebut. Sebagai contoh adalah pemanfaatan tanah liat sebagai bahan dasar bangunan rumah di wilayah Mesir tadi, yang bertujuan untuk mengatasi kondisi cuaca yang ekstrim. Berikutnya adalah *reterritorialize*, yakni upaya untuk mengembalikan bahan tanah itu ke dalam bentuk rumah. Kedua konsep ini memperlihatkan hubungan sinergis antara lingkungan hidup dengan masyarakat. Pemahaman ini tidak hanya berlaku pada dunia manusia saja, tetapi berlaku secara luas pada seluruh organisme hidup, seperti pembuatan sarang oleh burung, pembagian area oleh koloni singa dan lain-lain. Dengan demikian, suatu teritori tertentu akan menunjukkan caranya menampakkan diri, pengalaman, dan cara pengungkapan ekspresi masyarakat saat berinteraksi dengan lingkungannya.

Begitu juga dalam konteks budaya musik, sebuah teritori musik terbentuk melalui konteks wilayah atau ruang hidup musik tersebut. Indikator teritori dalam sebuah musik termanifestasikan melalui perwujudan ekspresi musikal seperti intensitas tempo, volume bunyi, frekuensi, dan segala hal mencakup bangunan komposisi musikal. Salah satu contoh kasus misalnya musik *Tambua* oleh masyarakat Minangkabau pesisiran Pariaman Sumatra Barat. Penampakan gaya komposisi musikalnya dipengaruhi oleh keadaan geografis wilayah setempat. Musik *Tambua* yang semakin dekat ke wilayah laut (pesisir) akan menunjukkan intensitas volume bunyi musik yang semakin keras, dan kecenderungan tempo yang lebih cepat. Kenyataan yang berbeda ditunjukkan oleh musik *Tambua* yang tersebar di wilayah Pariaman yang dekat dengan pegunungan, di sini intensitas volume bunyi *Tambua* relatif lebih lunak serta tempo ritme yang lebih lambat.

Kenyataan perbedaan dalam dua budaya musik *Tambua* tersebut menunjukkan realitas hubungan sinergis antara suatu masyarakat dengan realitas lingkungan hidupnya sendiri. Setiap teritori musik dalam hal ini ditentukan oleh konteks kemewahan dan kemewaktuan di masing-masing masyarakat ataupun kebudayaan. Waktu sendiri tidak berkaitan dengan waktu-waktu yang “pasti”, sebagaimana yang ditunjukkan oleh jarum jam. Namun, waktu itu juga bersifat konkrit dan waktu yang dialami. Waktu yang banyak terjadi adalah waktu fenomenologis. Hal itu merupakan waktu yang dihayati, dirasakan, dan dipersepsikan. Pengalaman ketubuhan bagi masing-masing individu maupun masyarakat akan terlihat di dalam ekspresi musik di ruangnya masing-masing. Fakta ini menunjukkan bahwa adanya hubungan intim antara suatu masyarakat dengan keberadaan zaman, sejarah, kolektif, dan lingkungan hidupnya.

Boy-girl band merupakan sebuah wilayah teritori gaya hidup musik dari sekian banyaknya pilihan jenis gaya hidup musik yang bertarung di arena musik industri. Sebagai sebuah teritori, jenis musik ini dengan demikian memiliki ciri perwujudan yang spesifik. Perwujudan tersebut dalam konteks kajian ini adalah hal pertama yang akan diungkap. Kenyataan pertarungan wacana musik di arena industri menjadi salah satu

faktor keberlangsungan pola hidup nomaden. Gaya hidup apa yang sedang *trend*, maka di wilayah teritori itulah para nomad (konsumer) berada. Boy-girl band K-pop merupakan sebuah teritori gaya hidup *trend* populer yang sedang banyak dituju. Hal yang tak kalah menarik dalam konteks ini adalah persoalan yang mendasari migrasi atau perpindahan gaya hidup musik para nomad sebagai dampak dari konstruksi wacana boy-girl band K-pop tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami peta teritori, makna perpindahan teritori gaya hidup musik serta dampaknya terhadap konstruksi wacana musik boy-girl band Indonesia.

METODE

Kajian ini berada dalam lingkup disiplin ilmu Kajian Budaya. Sebagai salah satu disiplin ilmu yang berada dalam rumpun ilmu sosial dan humaniora, maka pengkajian fenomena nomad dalam kasus boy-girl band ini menggunakan metode kualitatif, yang datanya bersifat analitik-deskriptif. Metode kualitatif, sebagaimana yang diungkapkan oleh Kirk dan Miller (Maleong, 2012: 4-6), merupakan sebuah metode penelitian dalam rumpun ilmu sosial dan humaniora yang secara fundamental menjadi perangkat teknis prosedural riset, dalam rangka untuk memahami berbagai tindakan dan perilaku manusia. Pendapat tersebut selaras dengan pernyataan Ratna (2010: 4), bahwa penggunaan metode kualitatif dalam konteks disiplin Kajian Budaya adalah upaya memperoleh pemahaman dan bukan pembuktian.

Adapun langkah-langkah yang ditentukan untuk mengumpulkan data diantaranya pengamatan terhadap berbagai fenomena boy-girl band yang dipertontonkan melalui audio-visual di media televisi, unggahan foto, video maupun ulasan di internet seperti di media sosial Instagram, Facebook, Youtube dan sebagainya. Langkah berikutnya adalah wawancara dengan Siti Hadjar Mahrunisa (27 tahun) sebagai salah satu K-Popers (Penggemar berat K-Pop). Selain itu adalah studi pustaka mengenai penelitian terkait K-Pop seperti majalah, jurnal, termasuk meninjau buku-buku teoritis yang berkaitan dengan studi ini. Data-data yang diperoleh secara intensif dari lapangan, kemudian diuraikan secara deskriptif berdasarkan kategori-kategori atau hubungan kontekstual, selanjutnya diinterpretasikan atau ditafsirkan. Gagasan kuncinya adalah realisasi diskursus sebagai teks yang akan dibaca atau ditafsir. Berbagai pernyataan, tindakan atau segala praktik yang menghasilkan makna, dalam konteks Kajian Budaya dikatakan Lubis (2015: 74) sebagai teks yang akan dibaca dan dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Boy-girl band sebagai sebuah nama penyebutan jenis musik yang selaras dengan tatanan formasi para personilnya, yakni band yang dibentuk berdasarkan persamaan jenis kelamin. Oleh karena itu, boy band adalah grup band yang beranggotakan para personil dengan jenis kelamin laki-laki. Sebaliknya, girl band adalah grup band yang para personilnya berkelamin perempuan. Jumlah personil masing-masing grup dalam konteks jenis musik boy-girl band ini beragam, minimal dua orang personil. Posisi tiap personil dalam grup adalah sama, yakni sebagai penyanyi dan sambil memproduksi gerak tari.

Jenis musik yang dimainkan boy-girl band adalah EDM (Electronic Dance Music). Musik ini adalah jenis musik yang materi musikal bersumber dari olahan *software* musik melalui teknologi digital. Electronic Dance Music yang menjadi pilihan gaya dan komposisi musik boy-girl band ini memunculkan kesan kekinian dan futuristik atas penampilan grup-grup musik tersebut. Lebih jauh, hal ini melahirkan impresi dari rangkaian berbagai jenis bunyi yang tidak biasa terdengar dari produksi

suara alat musik. Berbagai jenis warna bunyi tersebut adalah bunyi-bunyian yang dihasilkan oleh olahan canggih *synthesizer*, *midi keyboard*, *turntable* atau *software* musik digital (Novriasomya, 2017: 9). Kencenderungan ritme yang diproduksi dalam alunan musikal, pada umumnya, dari lagu-lagu boy-girl band adalah ritme R & B (Rock and Blues) dan Hip-hop. Progresi rentak irama kedua ritme ini memiliki karakter riang, dinamis, dan cenderung menarik dinikmati sambil menari. Rock and Blues dan Hip-hop sebagai sebuah jenis musik tersendiri merupakan jenis musik yang cenderung memiliki pola vokal yang aktif dan dominan dalam rentang rangkaian komposisi musiknya. Begitu juga dengan musik boy-girl band, hal itu selaras dengan jejak historis konstruksi musikalnya itu, yakni suatu jenis musik yang lebih dominan pada nyanyian atau vokal.

Musik dalam konteks penampilan boy-girl band adalah hasil komposisi bebunyian yang telah diproduksi sebelumnya melalui program musik komputer. Oleh sebab itu, musik dalam konteks ini telah berwujud hasil rekaman yang tinggal diputar melalui media player. Bahkan, di sebagian grup boy-girl band, di dalam rekaman musik mereka sudah termasuk rekaman nyanyian vokal. Dalam konteks ini para personel cukup tampil dengan cara *lip-sync* (*Lip Synchronization*). Dalam sebuah konser, penggunaan teknik *lip-sync* tersebut menjadi pilihan yang tepat dalam rangka menjaga kualitas penampilan. Begitu juga menurut Akbar (2013: 2), penggunaan teknik ini adalah suatu upaya untuk menutupi kekurangan atau kesalahan olahan vokal pada saat pertunjukan berlangsung. Sebab, berbagai kesalahan produksi suara sangat mudah terjadi ketika sebuah nyanyian dilantunkan sambil menari. Apalagi, tarian dalam konteks boy-girl band tersebut adalah tatanan pola-pola koreografi yang enerjik dan bahkan rumit. Sebagai pilihannya, teknik *lip-sync* menjadi pilihan tepat karena sangat membantu konsentrasi para personel dalam menarikan koreografi tersebut.

Teritori boy-girl band sebagai sebuah jenis musik juga memuat hal-hal yang bersifat ekstra musikal seperti tampilan *fashion*, dandanan, dan berbagai produk pendukung penampilan fisik tubuh lainnya. Hal ini didukung dengan desain gaya khas budaya K-pop. Berbagai produk pendukung penampilan fisik ini tidak hanya dijadikan sebagai pelengkap dalam jenis musik boy-girl band. Namun, hal itu juga dijadikan sebagai syarat utama dalam menjadi bagian dari teritori budaya K-pop. Desain atau gaya penampilan ini dilegitimasi melalui tampilan *fashion* atau dandanan para personel (idol) dari kelompok boy-girl band K-pop yang populer di berbagai panggung konser, video clip, dan berbagai tayangan lainnya. Salah satu desain gaya yang ditularkan tersebut adalah gaya dandanan make-up yang disebut sebagai aliran *Ulzzang*, yaitu gaya make-up yang menekankan ‘*pretty face*’. *Ulzzang* tidak hanya untuk wanita. Akan tetapi, gaya ini juga untuk tampilan laki-laki atau boy band Korea agar terlihat “cantik” (seperti perempuan). Oleh karena itu, dalam konteks K-pop, laki-laki berwajah cantik seperti perempuan justru digemari (Mahrunisa, dalam wawancara 2 April 2019).



Gambar. Tampilan Jinyoung (salah satu personel grup boy band B1A4) dengan make-up aliran *Uzzang*

Sumber: www.spinditty.com

Berbagai produk penampilan dengan gaya khas K-pop tersebut, saat ini, tidak hanya diimpor dari Korea. Akan tetapi, hal itu telah diproduksi oleh industri-industri dalam negeri. Sebagai konsekuensi, para personel boy-girl band lokal dan begitu juga para K-popers lebih mudah mendapatkan produk tersebut. Salah satunya adalah gaya dandanan ala *Uzzang*. Model ini telah tersedia di berbagai salon hingga cara make-up ini juga sudah banyak dikuasai anak-anak muda terutama kalangan K-popers atau pecinta budaya pop Korea (Mahrunisa, dalam wawancara 2 april 2019). Berbagai perlengkapan yang mendukung cara penampilan fisik para pelaku (*idol*) dan *fans* K-pop ini merupakan hal yang penting dalam teritori atau wacana boy-girl band K-pop sebagai sebuah jenis musik. Tatanan ini telah menjadi kesadaran umum masyarakat yang terjangkau “demam Korea”. Sebagai konsekuensinya, keadaan ini harus diikuti oleh mereka yang telah memilih gaya hidup seperti musik (K-pop). Di sisi lain, musik K-pop ini juga bersaing dengan jenis musik yang berkembang di ranah industri musik pop.

Pada era pra-sejarah kehidupan masyarakat nomaden ditentukan oleh ketersediaan makanan di wilayah yang baru. Jika di suatu wilayah jumlah makanan telah habis atau menipis, mereka akan berpindah ke wilayah yang lain. Ada beberapa prinsip yang dapat diambil dari pola hidup nomaden ini, yaitu perpindahan wilayah yang mengindikasikan perpindahan teritori, batasan, dan area baru. Pada pola masyarakat yang hidup berpindah-pindah ini, ada dorongan sebagai pemicu, yaitu kurangnya persediaan makanan di wilayah lama, maka dibutuhkan penjelajahan pada wilayah atau area baru. Boy-girl band K-pop merupakan sebuah upaya untuk melakukan “penjelajahan” atau penguasaan pada wilayah yang baru. Dia seperti sebuah “rezim estetika” yang bersifat nomaden dan berpindah-pindah dari satu arena ke arena yang lain dalam mempraktikkan wacana estetikanya (Venrooij, 2009: 319-320).

Perubahan lingkungan atau teritori menuntut cara-cara hidup baru. Hal ini merupakan kemampuan aktif manusia dalam beradaptasi dengan gejala-gejala di lingkungan hidupnya. Sebab sebagaimana yang dijelaskan Capra (Capra, 2002: 232), kemampuan adaptasi ini merupakan pola-pola *autopoiesis* manusia untuk membuat kreasi-kreasi atau pola-pola penciptaan diri di lingkungan hidupnya, yakni guna mempertahankan dan menyeimbangkan kehidupan di lingkungannya. Istilah *autopoiesis* pertama kali diperkenalkan oleh Varela dan Maturana untuk menyatakan proses keberlanjutan hidup suatu organisme hidup di dalam lingkungan. Kata “*autopoiesis*” sendiri merujuk kepada penciptaan diri. Kata ini mengindikasikan bahwa tidak ada

suatu kebudayaan yang lahir dan terbentuk begitu saja. Kehadirannya memerlukan proses penafsiran atas struktur lingkungan. Menurut Varella & Maturana (Capra, 2002: 395), tidak ada “*sang*” dunia yang ada “*sebuah*” dunia, hal itu berarti bahwa tidak ada kebudayaan tercipta begitu saja. Namun, “*sebuah*” dunia atau kebudayaan tersusun dari berbagai peralatan, benda, materi, struktur sosial, dan pengalaman hidup yang menentukan. Masyarakat menafsir dan membentuk dunianya masing-masing.

Secara umum, Varella dan Maturana ini mengatakan bahwa tidak ada yang lahir tanpa proses penafsiran. Semua yang ada merupakan sebuah konstruksi dan hasil dari penafsiran masyarakat terhadap dunia kehidupannya sendiri. Kehadiran boy-girl band K-pop merupakan sebuah tafsiran atas ruang dan estetika yang sedang berkembang. Sebuah kebutuhan atas wacana yang baru dan konstruksi dunia yang baru. Hal ini selaras dengan proses pembentukan subjek dalam wacana seperti yang dikatakan Weedon (Piliang, 2012: 107). Subjek dibentuk secara sosial di dalam diskursus. Subjek dalam konteks ini adalah kelompok sosial yang ada sebagai subjek yang berfikir dan merasa. Dia hadir sebagai aktor atau agen sosial yang dapat melakukan resistensi dan inovasi.

Setiap dunia, merupakan suatu pengalaman bersama. Dia adalah kolektivitas bersama yang di dalamnya masyarakat menciptakan benda-benda atau alat-alat, struktur sosial, relasi, cara berinteraksi dan kesenian. Kemunculan semuanya ini berkaitan dengan struktur lingkungan hidup tertentu. Alam memiliki posisi yang tidak mengarahkan pada perilaku-prilaku sosial. Namun, alam sebagai realitas eksternal memberikan *impuls* kepada masyarakat untuk membentuk suatu sistem kehidupan. Secara prinsip, suatu perpindahan merupakan persoalan yang holistik yang berimplikasi pada perubahan-perubahan pada sektor yang lain, seperti perilaku hidup, pola hidup dan sistem hidup. Hal ini dapat dibandingkan dengan masyarakat yang sudah bercocok tanam. Masyarakat tersebut memiliki corak, karakter, dan bentuk-bentuk sistem sosial yang berbeda pula.

Kehidupan itu berpindah-pindah. Hal ini terjadi pada masyarakat primordial hingga era masa kini, postmodernisme. Mereka memiliki pola-pola yang sama. Pendorong utama sikap hidup nomaden di era postmodernisme ini adalah faktor seperti pencitraan dan eksistensi. Segalanya dibentuk melalui perpindahan. Hal ini diatur dan dikendalikan oleh suatu sistem yang besar, yaitu sistem wacana yang dikonstruksi di dalam kesadaran masyarakat. Sistem ini, seperti yang diungkapkan Piliang (2012: 113) sebagai multiplisitas dan aneka ragam kekuasaan kapital yang plural dan anonim. Dia beroperasi pada tingkat periferal (kekuasaan Mega Bintang, perusahaan multi-nasional, televisi). Kenyataan ini dapat dilihat di dalam dinamika industri musik di Indonesia yang telah melahirkan berbagai wacana musik yang berbeda-beda. Misalnya kemunculan jenis musik seperti reggae, pop melayu, dan dangdut hingga boy-girl band. Meskipun persoalan “demam” boy-girl band tersebut bukan suatu hal yang baru, namun isu dan wacana ini muncul untuk menguasai sistem pewacanaan di dalam arena musik.

Setiap jenis musik memiliki teritorinya sendiri. Dia memiliki batasan dan areanya sendiri. Artinya setiap musik memiliki ideologi dan gagasan estetika yang berbeda-beda. Hal ini kemudian membawa penikmat atau konsumen pada pengalaman yang berbeda-beda, seperti boy-girl band salah satunya. Maka, pada hakikatnya, boy-girl band K-pop memiliki gagasan dan pandangan estetika tersendiri. Hal ini bisa dikarenakan aspek komersial ataupun kebebasan kelompok kaum muda yang tidak terikat pada konvensi kultural atau sosial sebelumnya. Keberadaan boy-girl band K-pop sendiri pada dasarnya adalah usaha untuk menguasai teritorial musik di kalangan anak muda di luar konteks kebudayaan Korea. Namun di dalam dinamika ini, suatu wacana dominan tidak selalu menentukan selera publik. Wacana boy-girl band K-pop sendiri dihadirkan atau

dikonstruksi supaya ada. Kehadirannya juga tidak serta merta dapat menghentikan wacana-wacana estetika musik yang lain, seperti musik dangdut, blues, jazz, pop, tradisi dan seterusnya. Musik-musik ini hanya menjadi wacana minor yang ditutupi oleh wacana dominan, dan bermain di dalam persebaran wacana estetika (Simpson, 2012: 100-104). Berdasarkan itu, kehadiran boy-girl band K-pop merupakan sebuah peralihan wacana estetika dalam musik. Maka sebagai konsekuensinya, hal ini memungkinkan masyarakat berpindah dari aliran satu gaya hidup ke dalam gaya yang lain karena pengaruh wacana tersebut.

Hal ini didukung oleh si pembuat wacana, seperti industri musik, pemilik kuasa kebudayaan, dan mereka yang memiliki kepentingan tertentu atas kehadiran K-pop. Di sisi lain, wacana itu dibangun melalui disiplin, pembatasan, pelarangan, hingga konstruksi yang ditampilkan melalui media dan ilmu pengetahuan atau lembaga yang berotoritas demi kepentingan tertentu. Dalam konteks ini, boy-girl band K-pop merupakan sebuah wacana yang sengaja dihadirkan dan sarat dengan berbagai kepentingan. Pada akhirnya, hal itu membangun kesadaran dan distribusi psikologis yang membuat seseorang tidak ingin jatuh pada kematian eksistensialnya, seperti estetika K-pop sebagai bagian dari gaya hidup, *trend* masa kini, dan gaya musik yang patut diimitasi ataupun dipraktikkan. Hal ini secara sederhana dapat dikatakan bahwa “kamu bergaya maka kamu ada” (Chaney, 2011: 16). Kata “bergaya” dalam konteks ini adalah mengikuti satu aliran gaya hidup dominan. Maka, untuk terhindar dari kematian eksistensial, hal yang dilakukan adalah masuk melebur ke wilayah teritori atau wacana gaya hidup musik dominan tersebut.

Sistem wacana dalam hal ini dapat disebut juga sebagai rezim cahaya (*regime of light*), pemilihan fokus, teritori, bayangan, dan refleksi. Dalam rezim cahaya, yang terlihat hanyalah bagian-bagian yang terkena cahaya. Sebaliknya, tidak memperlihatkan sesuatu yang tidak terlihat cahaya. Keberadaan rezim cahaya membutuhkan sebuah wacana tunggal yang ingin diangkat ke permukaan sebagai wacana dominan. Tentu saja, hal itu memberikan ruang gelap terhadap wacana yang lain atau minor. Wacana itu sendiri dibangun melalui dua bentuk rezim tanda, yaitu: rezim penanda yang semena-mena (*despotic regime*). Rezim ini merupakan rezim yang mengandaikan ide-ide *fix* (*fixed idea*) mengenai sesuatu yang dijadikan wacana. Dalam konteks ini, boy-girl band K-pop dihadirkan sebagai kontrol. Rezim kedua adalah tanda yang dihasrati (*obsessional fixation*) dan proses pembentukan subjek. Tanda ini dijadikan sebagai objek yang dihasrati, mulai dari keberadaan musik, pakaian, wajah, kulit, dan dandanan. Semua adalah bagian dari proses kemenjadian subjek. Pada bagian ini, sesuatu yang ingin ditandakan tidak begitu penting. Hal yang penting adalah pertukaran dan regulasi wacana yang berlangsung terus-menerus. Wacana gaya musik boy-girl band K-pop harus hadir secara terus-menerus dan dikontrol, dieksploitasi, dipertukarkan secara ekonomi seperti yang diungkapkan oleh Adorno dan Marcuse (Lubis, 2015: 72) untuk penjamin stabilitas dan kesinambungan kapitalisme.

Rezim yang kedua adalah gabungan dari kedua rezim, yakni rezim semena-mena (*despotic regime*) dan rezim hasrat (*passional regime*). Gabungan antara kedua rezim ini mengarah pada zona-zona frekuensi, dan diteruskan kepada teritori-teritori tertentu yang ingin ditandakan. Seperti dalam kasus boy-girl band, ditentukannya zona-zona yang menjadi sorotan utama, sehingga penampakkannya dapat membedakannya dengan wacana-wacana yang lain. Hal tersebut dapat dilihat dari gaya hidup atau pemujaan terhadap tubuh (*fetishization*) personal boy-girl band K-pop seperti fetis tubuh, fetis rambut, fetis betis, fetis alis, fetis langsing, fetis warna kulit, dan lain-lain. Pada akhirnya, hal itu menjadi suatu pembeda wujud dan bentuk dengan wacana-wacana lain.

Keadaan ini lebih menekankan kepada fokus untuk membangun *landscape* tertentu yang dianggap mampu merepresentasikan tanda tertentu (Bogue, 2009: 10).

Landscape mengindikasikan proses konstruksi wacana. Hal itu yang mencirikan dan membedakannya dengan wacana lain. Perbedaan atau pencirian itu menunjukkan adanya pembatasan, pembuatan teritori, dan pemunculan gaya hidup. Pembentukan *landscape* ini berkaitan dengan konsepsi Deleuze & Guattari (Deleuze & Guattari, 2005: 168) mengenai *faciality*. *Faciality* berkaitan dengan proses pembangunan ekspresi (*facial expression*) tertentu ke dalam ranah pengalaman tertentu. Dalam konteks boy-girl band K-pop, hal yang ingin disampaikan adalah proses konstruksi *landscape* melalui cara dandanan, jenis lagu, irama lagu, pakaian, figur, bentuk muka, cara berbicara, dan seterusnya. Fiske (Darajat, 2018: 47) menyebut kenyataan ini sebagai pengkondisian tubuh, aktivitas mengkonstruksi dengan cara memperbaiki subjek dengan mendandani. Hal ini merupakan bentuk penerapan kuasa untuk menjadi wilayah kuasa materialnya. Kesemua itu mengarah kepada capaian pandangan yang ingin dituju oleh rezim yang sedang berkuasa, yaitu industri musik, terutama K-pop di Indonesia.

Sebagai sebuah *landscape*, kelompok boy-girl band K-pop di Indonesia berkiblat pada boy-girl band Korea. Proses dalam membentuk teritori tanda dan karakter diartikulasikan ke dalam boy-girl band Indonesia. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil simbol-simbol yang bisa mencirikan identitas K-pop. Kemudian ini berimplikasi kepada proses pembentukan *faciality* yang merepresentasikan budaya *Hallyu*. Contohnya yaitu seperti pemilihan penyanyi yang cenderung berkulit putih, wajah yang disesuaikan dengan wajah orang Korea, hingga irama lagu, bahasa atau lirik lagu, gerak tarian, dandanan dan pakaian. Hal ini selaras dengan pendapat Zaini (2017: 510) bahwa telah banyak penyanyi, produser, bahkan para penggemar yang mengimitasi gaya penampilan boy-girl band K-pop. Dalam konteks penggemar, praktik konsumsi K-pop ini dikatakan sebagai bentuk refleksi dari hibriditas yang tidak sekedar budaya, akan tetapi tumbuhnya kapasitas dan keinginan untuk belajar budaya Korea.

Fakta ini merupakan suatu bentuk lintas teritori dari Korea ke Indonesia. Orang Korea secara genetik, mulai dari warna kulit, postur tubuh, bentuk muka dan lainnya ditentukan oleh lingkungan hidupnya. Mereka tergantung pada musim yang ada di sana, sehingga mempengaruhi gaya hidupnya. Sementara itu, orang-orang atau pelaku boy-girl band ala K-pop Indonesia mengadopsi bentuk-bentuk tersebut. Adopsi itu dilakukan dengan mengambil material-material yang selanjutnya diselaraskan dengan kehidupan di Indonesia. Pada konteks ini terjadi pemaksaan-pemaksaan atas tubuh. Baik bentuk wajah, warna kulit, postur tubuh telah disesuaikan dengan tampilan yang mengarah ke pada *landscape* Korea. Dalam hal ini, perkembangan teknologi dan kemajuan industri bidang kecantikan juga menunjang praktik modifikasi atas warna kulit, tinggi badan, pelangsing, dandanan, obat pemutih kulit, model rambut dan seterusnya, yang pada akhirnya terjadi proses “perbaikan” tubuh. Turner (Chaney, 2011: 191) dalam hal ini menyebut “tubuh sebagai proyek”, yakni penciptaan kembali diri melalui manipulasi tubuh-tubuh yang pada akhirnya memuat makna “normatif” sebagai penjelasan atas mode-mode kedirian tertentu. Dalam konteks ini adalah mengambil bentuk *landscape* penampilan figur tubuh selebritis K-pop Korea. Selaras dengan yang ditegaskan Piliang (2012: 65) tentang proses penciptaan karya dalam ranah seni industri, bahwa seniman akan selalu terlibat dengan diskursus konsumerisme. Seniman harus mempertimbangkan bentuk-bentuk seninya yang dilingkungi oleh prinsip-prinsip konsumerisme, yang diantaranya *fashion*, keusangan terencana, koleksi dan sebagainya.

Melalui sistem wacana yang dibangun pada *landscape*, masyarakat dikontrol atau di dalam istilah Foucault (1978: 136) dianggap sebagai tubuh-tubuh yang patuh.

Wacana di sini diartikulasikan di dalam sistem tanda dan medan ekspresi tertentu. Sebelumnya, Korea sendiri telah mengindikasikan suatu wilayah, teritori, area yang di dalamnya memiliki medan pengalaman tertentu yang begitu kompleks. Sebagai contohnya adalah sejarah politik, perpecahan semenanjung Korea, karakter khas tubuh dan wajah, kemajuan teknologi, dan seterusnya. Setelah konsepsi mengenai Korea diartikulasikan dan diekspresikan ke medan pengalaman boy-girl band, hal itu menghasilkan suatu pengalaman yang baru. Pengalaman industri musik dengan segala kompleksitas yang dibawanya, seperti dandanan, raut muka, warna-warna dominan, dan lainnya adalah wujud kompleksitas suatu pengalaman yang baru di wilayah yang baru.

Melalui pembatasan, teritori, dan arena tertentu, penafsiran mengenai Korea menjadi berbeda. Kecenderungan umum melihat kemajuan kedua negara itu dalam merancang strategi politik-ekonomi di bidang industri musik. Sementara itu, kompleksitas mengenai Korea direduksi melalui *landscape* dan teritori tertentu. Proses perancangan *landscape* atau teritori ini berpretensi untuk membangun medan pengalaman baru, merubah cara pandang, dan penafsiran baru. Pengalaman yang bersifat emosi yang baru atas kedua negara tersebut dan berdampak signifikan bagi cara pandang konsumen K-pop. Pada konteks ini ada internalisasi nilai-nilai K-pop atau ke-Korea-an yang masuk dalam gaya hidup dan pikiran penggemarnya. Internalisasi nilai-nilai ini, menurut Chaney (2012: 18) merasuk melalui tawaran ilusi-ilusi tentang diri (*illusions of self*) yang ditampilkan melalui media. Media dalam hal ini menjadi semacam “saluran hasrat” (*channel of desire*) dan sekaligus “saluran wacana” (*channel of discourse*) mengenai konsumsi dan gaya hidup. Pada akhirnya Korea tidak lagi dimaknai melalui medium-medium sejarah dan kisah-kisah lainnya. Namun, Korea hadir dibatasi kepada warna kulit, tubuh, mata, alis, gaya hidup, dandanan, dan seterusnya.

Kesuksesan pengaruh industri musik K-pop, termasuk industri film drama Korea yang secara umum mengekspos kisah percintaan yang tragis tidak lepas dari upaya promosi figur ketubuhan atau tampilan fisik ala selebritis Korea tersebut. Kalangan muda maupun selebritis lokal kemudian mengimitasi figur ketubuhan yang berkarakter khas Korea. Dalam dunia industri perfilman tanah air, pemilihan artis oleh produser diprioritaskan pada yang memiliki kulit atau bentuk-bentuk muka yang mirip dengan tampilan selebritis Korea atau K-pop. Dalam konteks ini, justru figur dan bentuk raut muka atau karakter khas Indonesia menjadi “benda” asing, “Sang Liyan” dan menjadi tamu di wilayahnya sendiri. Figur khas Indonesia menjadi minor atau terpinggirkan dalam pertarungan wacana musik industri di kawasannya sendiri. Melalui iklan pemutih kulit misalnya, melalui ilusinya menjadikan kulit putih menjadi wujud ideal dalam standar kecantikan. Fakta tersebut menunjukkan bahwa kulit putih adalah benar dan berselera budaya tinggi. Kulit hitam dan sawo matang yang merupakan kulit “eksotik” dalam hal ini dipersepsi negatif. Secara tidak langsung, hal ini telah menjadikan ras dan kebudayaan yang terdampak K-pop menjadi terjajah atau tersingkirkan dalam perebutan wacana K-pop.

SIMPULAN

Distribusi musik K-pop ke mancanegara, termasuk Indonesia, tidak sekedar komersialisasi budaya pop Korea, akan tetapi lebih luas bermakna diplomasi. Beberapa penelitian terdahulu terkait K-pop melihat bahwa keberhasilan penyebaran budaya tersebut tidak lepas dari upaya *massif* dari pemerintahan Korea. Dalam mencapai hal itu pemerintahan Korea menerapkan strategi ‘*soft counter culture*’ (penjajahan secara halus melalui budaya). Bentuk strategi ini berupa *branding*, promosi dan jalinan kerjasama

kaum komoditas atau pelaku bisnis musik industri Korea dengan pelaku bisnis musik dan media di Indonesia. Pemerintahan Korea dalam hal ini sadar bahwa media seperti televisi, internet dan berbagai media sosial, memiliki kekuatan besar menggiring atau mengarahkan wacana publik.

Pengaruh boy-girl band K-pop terhadap pelaku musik industri Indonesia tidak terbatas pada imitasi gaya musik (musikal), akan tetapi disertai juga dengan gaya hidup yang ditawarkannya. Implikasi dari masuknya budaya K-pop ini kemudian menimbulkan persoalan geopolitik, politik tubuh, persinggungan warna kulit antara putih dan kuning langsung, pertarungan wacana dan kebertahan hidup suatu wacana. Ilusi gaya *fashion*, kulit putih, ‘*pretty face*’, rambut lurus, dan musik digital ala K-pop yang diprovokasi melalui media-media nasional telah berhasil menjadi standar baru dalam bergaya. Padahal sebelumnya, wacana gaya hidup masyarakat baru saja digiring ke Jakarta dan Hollywood, namun tidak lama sudah berpindah ke Korea yakni gaya hidup musik K-pop.

Demikianlah fakta budaya musik industri. Berbagai wacana musik yang diproduksi saling berebut dominasi. Melalui ilusi-ilusinya di media, yang berkelindan dengan gaya hidup konsumerisme, memicu arus deras pola hidup berpindah-pindah, nomaden. Setiap perpindahan mengindikasikan peralihan paradigma, karena tiap wilayah menawarkan dunia yang berbeda-beda, medan pengalaman yang berbeda dan dinamika lingkungan yang berbeda pula. Perpindahan hidup dalam konteks budaya musik industri termasuk K-pop, merupakan gaya hidup nomaden yang tidak bertujuan untuk mencari makanan atau karena kehabisan sumber makanan di tempat yang lama. Akan tetapi didorong oleh ketakutan akan kematian eksistensial. Ketakutan akan kematian eksistensi diantaranya takut tidak dilihat, tidak dipandang, takut disebut tidak mengikuti *trend* atau ketinggalan jaman, tidak putih, berjerawat dan seterusnya yang mengindikasikan seseorang menjadi sang “*Liyan*”. Untuk mengatasi hal ini, maka seseorang harus melebur ke wacana dominan, yang dalam konteks ini adalah budaya musik boy-girl band K-pop. Di pihak penguasa, perpindahan adalah regulasi wacana yang terus-menerus harus digulirkan. Sebab, tiap wacana memiliki titik jenuh, untuk itu selalu diperbarui, diangkat dan direkonstruksi kembali dengan wacana-wacana yang lain demi menjamin stabilitas dan kesinambungan kapitalisme.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, et.al., 2013. Perlindungan Hukum bagi Konsumen Penikmat Musik Terhadap Pelaku Pertunjukan *Lipsync* Ditinjau dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Jember: Digital Repository Universitas Jember.
- Ardia, Velda. 2014. Drama Korea dan Budaya Populer dalam Jurnal Lontar. *Journal Komunikasi: Vol. 2 No. 3, 2014. Hal. 12 - 18.*
- Bhabha, Homi K., 1994. *Location of Culture*. New York: Routledge.
- Bogue, Ronald. 2009. *The Landscape of Sensation*, dalam buku *Gilles Deleuze: Image and Text*. Ed, Eugene W. Holland, Daniel W. Smith, Charles J. Stivale. New York: Continuum.
- Capra Fritjof. 2002. *Jaring-jaring Kehidupan: Visi Baru Epistemologi dan Kehidupan*. Terj. Saut Pasaribu. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru.
- Chaney, David. 2011. *Life Styles*. Terj. Nuraeni. Yogyakarta: Jalasutra.
- Darajat, Irfan R. (ed.) 2018. *Lanskap: Mosaik Musik dalam Masyarakat*, Jilid 2. Yogyakarta: Yayasan Kajian Musik Laras.

- Deleuze, Gilles & Felix Guattari. 2005. *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Terj. Brian Massumi. Cetakan ke 11. London, University of Minnesota Press.
- Deleuze, Gilles & Felix Guattari. 2010. *What is Philosophy? Reinterpretasi Atas Filsafat, Sains, dan Seni*. Terj. Muh. Indra Purnama. Yogyakarta: Jalasutra.
- Foucault, M. 1978. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Terj. Alan Sheridan. New York: Vintage Book.
- Grosz, Elizabeth. 2008. *Chaos, Territory, Art: Deleuze and the Framing of the Earth*. New York: Columbia University Press.
- Jeong, Jae-Seun, Lee, Seui-Hi, dan Lee, Song-Gil. 2017. "When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture Revisiting Jakartan Fans of the Korean Drama *Dae Jang Geum*". *International Journal of Communication II*, 2017. Hal. 2288-2307.
- Lie, John. 2012. "What Is the in K-Pop?. South Korean Popular Music the Culture Industry and Nation Identity". *Korean Observes*, Vol. 43, No. 3, Autumn, 2012, Hal. 339-363.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2015. *Pemikiran Kritis Kontemporer: Dari Teori Kritis, Cultural Studies, Feminisme, Postkolonial Hingga Multikulturalisme*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novriasomya, Paramitha W., 2017. *Komunitas EXO-L Yogyakarta: Studi Kasus Dinamika Penggemar K-Pop di Yogyakarta*. Yogyakarta: UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Oh, Ingyun dan Lee, Hyo-Jung. 2013. "K-pop in Korea: How the Pop Music Industry is Changing a Post Development Society". *Cross Culture East Asian History and Cultural Review E Journal*, No. 9, December 2013. Hal. 105-124.
- Parr, Adrian. 2005. *The Deleuze Dictionary*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika, Kode, Gaya dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Simpson, Zachary. 2012. "The Truth We Tell to our selves; Foucaultian Parrhesia". *Foucault Studies*, 3 May, 2012. Hal. 99-155.
- Venrooij, Alex van. 2009. "The Aesthetic discourse space of popular music 1985-86 and 2004-05". *Poetics* 37, 2009. Hal. 315-332.
- Zaini. 2017. *Dinamika Perkembangan Musik K-Pop dalam Perspektif Industri Budaya. Makalah dalam Seminar Nasional Budaya Urban, Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora: Tantangan dan Perubahan, 2017. Hal. 500 – 516*. Depok: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia.
- Zahidi, M. Syaprin. 2016. *KSSC dan Diplomasi Budaya Korea. Jurnal Insignia, Vol. 3, No. 1, 2016.. Hal 44 – 59*.