

Komodifikasi Musik Resepsi Pernikahan di Bandung

Yudi Permana¹, Arthur S. Nalan², Indra Ridwan³
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung
Jl. Buah-Batu No.212, Cijagra, Lengkong, Kota Bandung 40265
¹yudeeprof@gmail.com, ²arthur_nalan@rocketmail.com, ³indra827@gmail.com

ABSTRACT

The term cover here means to re-sing or re-perform a song. The process of covering a song is essentially an adaptation, in which much of the value lies in the cover musician's interpretation. Covers can easily be found at wedding receptions in the case of performing popular songs and romantic themes. This research studies about pop cover songs on wedding receptions, using commodification theory by Vincent Mosco. Data collection methods are literature studies, interview, and observation. From this research, the results show that the commodification of pop music covers are as follows: (1) commodification of content, cover songs are packaged into a romantic musical performance, as if giving a "message" or "meaning" that a wedding party without musical entertainment would be felt less lively (2) commodification of audiences, the bride as clients are used as a source of economic (3) commodification of labor, skill and service of musicians as workers, are treated as commodities and rewarded in return. Wedding reception as popular culture is closely related to a society prioritizing prestige and image rather than just utilities.

Keywords: commodification, cover, wedding music

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena menyanyikan ulang lagu atau yang biasa dikenal dengan istilah *cover* lagu menjadi hal yang umum untuk dilakukan bagi banyak pecinta musik di dunia seiring dengan perkembangan teknologi saat ini. *Cover version*, *cover song*, atau sekadar disebut *cover*, adalah praktik musikal dari satu musisi yang merekam atau menampilkan lagu komposer lain (Plasketes, 2010: 1), atau membawakan ulang sebuah lagu yang sebelumnya pernah direkam dan dibawakan penyanyi/artis lain (sumber: Hak Cipta dalam Industri Musik, 2014, <http://www.hukumonline.com>, diakses 17 November 2019).

Adanya peluang untuk mendapatkan keuntungan melalui *cover* musik pop ini kemudian memicu terjadinya komodifikasi. Komodifikasi terjadi sebagai hasil perkembangan suatu industri budaya¹. Acara hiburan musik dalam bentuk *cover* lagu pop pada resepsi pernikahan merupakan komoditas yang dihasilkan oleh sebuah industri budaya yang mencari tekanan komersil. Pada kenyataannya, suatu lagu akan mencapai pengakuan yang lebih luas melalui rekaman *cover* (Cooper, 2010: 43).

Salah satu tempat yang mudah untuk menjumpai *cover* adalah pada resepsi pernikahan. Pada *cover* musik pop di resepsi pernikahan, yang mengalami proses komodifikasi adalah *cover* lagu-lagu

berlirik cinta yang dikemas oleh kelompok musik menjadi produk dalam bentuk paket pertunjukan. Pihak pemilik dari kelompok musik maupun *Wedding Organizer*, dalam posisi keduanya sebagai pemilik modal, merupakan pelaku komodifikasi yang melakukan proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komodifikasi penampilan ulang lagu-lagu pada resepsi pernikahan di Bandung.

B. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Untuk memahami bagaimana lagu-lagu cover ditampilkan ulang pada resepsi pernikahan dari sisi komersial, dapat dibantu dengan penggunaan teori komodifikasi oleh Vincent Mosco. Komodifikasi merupakan proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Mosco, 2009:132). Sesuatu yang sebelumnya tidak dipertimbangkan nilai ekonominya, seperti ide, identitas, atau jenis kelamin, lalu nilai pasar menggantikan nilai-nilai tersebut. Nilai-nilai kegunaannya menjadi dikerdilkan sehingga yang menonjol adalah nilainya menurut pandangan pasar.

Menurut penjelasan Mosco (2009:135-139) ada tiga bentuk komodifikasi, yaitu komodifikasi isi, khalayak, dan pekerja. Bentuk komodifikasi tersebut adalah:

1. Komodifikasi Isi, yakni proses mengubah pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem makna sedemikian rupa sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan.
2. Komodifikasi Khalayak, yakni proses membidik khalayak untuk kemudian dijadikan sumber keuntungan ekonomi.
3. Komodifikasi Tenaga Kerja, yakni

proses pemanfaatan pekerja sebagai penggerak kegiatan produksi, sekaligus distribusi dalam rangka menghasilkan komoditas barang dan jasa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, pendokumentasian, dan studi pustaka. Kemudian untuk memperoleh keabsahan data, dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu teknik mencari dan memeriksa beberapa sumber data yang berbeda, yang dapat memberikan pandangan serta masukan-masukan penting mengenai kasus yang mirip dan berhubungan. Setiap data yang diperoleh diperiksa kembali dengan cara proses triangulasi sumber, hasil pengamatan dan studi pustaka, misalnya membandingkan hasil wawancara antara satu narasumber dengan narasumber lain, kemudian dilakukan perbandingan lagi dengan hasil pengamatan maupun studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Komodifikasi Cover Musik Pop pada Resepsi Pernikahan

Setiap minggu akan dapat ditemui banyak acara resepsi pernikahan di Bandung yang menggunakan pertunjukan musik sebagai hiburan. Kegiatan *cover* musik pop telah menjadi salah satu komoditas yang dapat meningkatkan penjualan jasa kelompok musik pengisi acara resepsi pernikahan, sering disebut *wedding music entertainment, wedding music and entertainment, wedding entertainment*, atau "*band wedding*".

Komodifikasi mengubah nilai guna suatu produk menjadi nilai tukar yang besarnya ditentukan oleh pemilik modal dan produser. Konsep komodifikasi

terjadi ketika *wedding music entertainment* seperti Electra Music, Treegie Music Entertainment, dan Enter Music Complex (selanjutnya akan ditulis Electra, Treegie Music, dan Enter) membawakan lagu *cover* pada resepsi pernikahan. Dari menyanyikan ulang lagu yang hanya memiliki nilai guna untuk hiburan, apresiasi terhadap lagu milik musisi tertentu, maupun untuk mengekspresikan diri, menjadi memiliki nilai tukar yang lebih tinggi dengan menempatkan lagu-lagu yang dinyanyikan ulang sebagai daya jual *music entertainment* pengisi resepsi pernikahan.

Wedding music entertainment pengisi resepsi pernikahan seperti Electra, Treegie Music, dan Enter menyanyikan ulang lagu-lagu pop romantis seperti misalnya “Perfect” (Ed Sheeran), “Endless Love” (Mariah Carey dan Luther Vandross) dengan kemasan yang sesuai untuk resepsi pernikahan. Hal tersebut termasuk ke dalam konsep komodifikasi Mosco yaitu komodifikasi isi.

Komodifikasi isi terjadi dengan adanya pengemasan pertunjukan musik *cover* sedemikian rupa pada acara resepsi pernikahan berupa pilihan paket-paket untuk ditawarkan kepada calon pengantin. Pertunjukan musik di resepsi pernikahan dikemas sedemikian rupa baik dari segi paket yang disediakan, pemilihan lagu, konsep penampilan (*performance*), aransemen musik, format penampilan, jumlah musisi, alat musik yang dapat dipilih, sampai berbagai tambahan seperti sound system, prosesi/mapag², dan sebagainya sehingga menarik minat calon pengguna jasa.

B. Bentuk Penyajian Cover Musik Pop Urutan Penyajian

1. Pra Pertunjukan

Sebelum tampil, *wedding music entertainment* seperti Electra, Treegie Music,

dan Enter mempersiapkan daftar lagu yang akan ditampilkan. Apabila akan tampil dengan format *band* saja, jarang dilakukan latihan, melainkan langsung “*on the spot*”³, kecuali jika akan tampil bersama orkestra dan menggunakan partitur,

Pada hari pertunjukan, sebelum tampil dilakukan *sound check*, pada pukul 10.00 atau 10.30 menunggu selesainya akad⁴, untuk memastikan kesiapan tata suara pada saat tampil nanti. Bisa pula dilakukan 17.30 jika tampil pada malam hari.

2. Pertunjukan

Biasanya untuk pernikahan tradisional, penampilan *music entertainment* berlangsung selama 3 jam, dimulai pukul 11.00, atau pukul 12.00 jika ada Degung Sunda, atau pukul 11.30 jika ada kolaborasi dengan degung untuk prosesi, sampai pukul 14.00. *Music entertainment* juga biasa tampil mulai pukul 19.00 (pukul 18.45 jika ada kolaborasi untuk prosesi), sampai pukul 21.00. Untuk panggung biasanya telah disediakan oleh pihak gedung dengan ukuran umumnya 3x4 atau 4x6.

Selanjutnya akan dipaparkan elemen-elemen penampilan terdiri dari hal-hal sebagai berikut:

a. Instrumen Musik

Instrumen yang digunakan dalam penampilan *wedding music entertainment* umumnya terdiri dari piano, gitar, saksofon, biola, drum, *cajon*, sampai kontrabas. Alat-alat musik ini dapat dipilih pada paket-paket yang ditawarkan *wedding music entertainment*, seperti pada paket format akustik, format *full band*, format minimalis, format orkestra, dan sebagainya.

Dalam paket minimalis yang hanya menggunakan *keyboard*, sering pula



Gambar 1.
Electra Music dengan format minimalis⁵ terdiri dari penyanyi, *keyboard*, dan saksofon (Dokumentasi: Yudi Permana, 2018)

digunakan “*music style*” atau musik iringan yang terdapat pada *keyboard* untuk menggantikan fungsi *band*⁶. Adapun format yang termasuk paling banyak dipilih adalah akustik. Sedangkan salah satu yang dapat di-*request* atau diminta pada *music entertainment* adalah *wedding entrance* yaitu prosesi *mapag* diiringi saksofon atau biola.



Gambar 2
Wedding entrance oleh *Treegie Music* dengan menggunakan saksofon (Dokumentasi: *Treegie Music*, 2019)

b. Repertoar

Untuk materi penyajian dalam penampilannya, selain membawakan

lagu-lagu yang kebanyakan berirama pop dengan lirik cinta yang romantis, *wedding music entertainment* di Bandung juga menampilkan lagu-lagu berirama dangdut, *dance*, *alternative*, pop Sunda, *jazz*, dan berbagai irama lainnya. Lagu bergenre pop yang ditampilkan pada acara hiburan resepsi memiliki persamaan, salah satunya dapat dilihat dari temponya. Lagu seperti “*From This Moment On*” (Shania Twain) contohnya, memiliki tempo Adagio (68 BPM)⁷, “*You’re The Reason*” (Colum Scott) memiliki tempo Andante (87 BPM), “*A Thousand Years*” (Christina Perri) memiliki tempo Adagio (70 BPM), “*Endless Love*” (Lionel Richie & Diana Ross) Andante (93 BPM).

Dari beberapa contoh yang telah disebut, tampak bahwa lagu-lagu tersebut memiliki tempo mulai dari sangat lambat ke sedang, yaitu sangat lambat, tidak terlalu lambat, sampai sedang. Mulai dari *Largo*⁸ (40-59 BPM)⁹, *Larghetto* (60-65 BPM), *Adagio* atau lambat (66-75 BPM), sampai *Andante* atau *moderately slow* (76-108 BPM). Lagu-lagu yang lebih cepat dari yang telah disebutkan tak jarang pula ditampilkan, terutama untuk meramaikan suasana.

Analisis Lagu

Suatu versi *cover* memiliki ideologi yang baru dan berbeda pada segi kontekstual dan musikalnya jika dibandingkan dengan versi orisinalnya (Greene, 2014: 5). Pada musik resepsi pernikahan, paket yang disediakan oleh *wedding music entertainment* umumnya menawarkan pilihan format penampilan dan instrumen. Perubahan pada kedua aspek tersebut menjadi sesuatu yang paling dapat dilihat. Berikut akan dijelaskan perbedaan antara versi orisinal dan *cover*-nya untuk lagu “*Menikahimu*” (Kahitna), “*Marry You Daughter*” (BRKN RBTZ), dan “*Endless Love*” (Lionel Richie & Diana Ross).

Judul	
"Menikahimu" (Kahitna)	
Versi Orisinal	Versi orisinal lagu ini memiliki tempo <i>andante</i> (76 BPM). Lagu ini merupakan lagu 4/4. Lagu ini adalah lagu yang romantis dan bahagia, karena liriknya adalah tentang cinta dan kebahagiaan. Lagu ini ditampilkan dengan <i>band</i> , terdiri dari penyanyi, instrumen piano elektrik, bel, gitar, bass, dan drum. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano elektrik dari awal sampai akhir lagu, dan bel pada bagian <i>chorus</i> .
Versi Cover	Versi <i>cover</i> lagu ini dibawakan oleh Electra. Lagu ini ditampilkan dengan tempo yang lebih lambat dibanding aslinya (62-64 BPM). Lagu ini dibawakan dengan format akustik terdiri dari penyanyi, instrumen piano, drum elektrik, dan saksofon. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano dan saksofon.

Judul	
"Marry Your Daughter" (BRKN RBTZ)	
Versi Orisinal	Tempo pada versi orisinal lagu ini adalah <i>andante</i> (76 BPM). <i>Andante</i> adalah tempo menengah seperti orang berjalan. Lagu ini merupakan lagu 6/8. Lagu ini merupakan lagu romantis dan bahagia, karena liriknya mengandung arti tentang cinta dan kebahagiaan. Lagu ini dibawakan dengan format <i>band</i> , terdiri dari penyanyi, instrumen piano, <i>keyboard (synthesizer)</i> , gitar listrik, drum, dan bass. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano dari awal sampai akhir lagu, dan gitar listrik pada bagian <i>chorus</i> .
Versi Cover	Versi <i>cover</i> lagu ini ditampilkan oleh Treegie Music. Lagu ini dibawakan dengan tempo yang lebih lambat dibanding aslinya (66-68 BPM ¹⁰). Lagu ini dibawakan dengan format akustik terdiri dari penyanyi, instrumen piano, gitar semi-akustik, dan saksofon. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano, gitar semi-akustik, dan saksofon.

Judul	
"Endless Love" (Lionel Richie & Diana Ross)	
Versi Orisinal	Tempo pada versi orisinal lagu ini adalah <i>andante</i> (93 BPM). Lagu ini merupakan lagu 4/4. Lagu ini adalah lagu yang romantis dan bahagia, karena liriknya adalah tentang cinta dan kebahagiaan. Lagu ini dibawakan dengan format orkestrasi dan <i>combo</i> , terdiri dari penyanyi, instrumen piano, gitar akustik, bass, drum, dan orkestra. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano dari awal sampai akhir lagu, dan string mulai pertengahan lagu, terutama pada bagian <i>chorus</i> .
Versi Cover	Versi <i>cover</i> lagu ini ditampilkan oleh Enter. Lagu ini dimainkan dengan tempo yang tidak jauh berbeda dengan aslinya (77-79 BPM). Lagu ini dibawakan dengan format akustik terdiri dari penyanyi, instrumen piano, dan saksofon. Instrumen musik yang kuat terdengar adalah piano, dan saksofon.

Analisis untuk format lagu dari ketiga lagu tersebut, memiliki persamaan dalam hal terjadi perubahan format dari lagu orisinalnya menjadi format musik sesuai pilihanklien, untuk contoh ini adalah format akustik. Dari pengamatan, memang paket format musik akustik lebih banyak dipilih, untuk ketiga *music wedding entertainment* ini, dibanding format orkestra atau *full*

band. Apapun format lagu orisinalnya, setelah di-*cover* pada musik resepsi, akan mengalami perubahan format lagu.

Sedangkan analisis untuk instrumen yang kuat terdengar, memiliki keterkaitan erat dengan pilihan instrumen oleh klien. Selain dapat memilih format paket yang biasanya disesuaikan dengan *venue* acara, tersedia pula pilihan instrumen, misalnya apakah ingin menggunakan saksofon atau biola. Dari pengamatan, instrumen yang termasuk paling sering dipilih, untuk ketiga *music wedding entertainment* ini, adalah saksofon dan piano. Instrumen yang terdengar secara kuat menunjukkan kuatnya kehadiran instrumen tersebut. Dari ketiga lagu tersebut, nama yang sering muncul sebagai instrumen yang kuat terdengar adalah piano dan saksofon. Instrumen saksofon memang sering dikaitkan dengan kesan romantis.

Rekontekstualisasi yang terjadi pada ketiga lagu tersebut dapat dilihat pada segi musikal dan kontekstual. Secara musikal terlihat pada perubahan format dan instrumen yang digunakan untuk menampilkan lagu-lagu. Dari segi kontekstual terlihat pada konteks komersial melalui perubahan cara mengeksplorasi sisi komersial, Jika sebelumnya lagu versi orisinal dieksplorasi sisi komersialnya melalui royalti atau ditampilkan pada pertunjukan yang menghasilkan keuntungan dari penjualan tiket masuk, maka lagu versi *cover* dieksplorasi sisi komersialnya dengan ditampilkan dalam resepsi pernikahan yang menghasilkan keuntungan dari penggunaan jasa *music entertainment* sebagai penampil. Perubahan format dan instrumen yang digunakan merupakan hasil dari eksplorasi sisi komersial yang mempertimbangkan hal-

hal yang digemari dan sesuai dengan musik resepsi sabagai lahan bisnis.

c. Tata Suara

Tata suara (*sound system*) sangat mempengaruhi kualitas penampilan musik. Electra dan Enter selalu membawa tata suara 5000 watt, yang juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan tata suara sebesar 3000 watt dan 4000 watt. Pengaturan tata suara untuk resepsi di dalam gedung (*indoor*) biasanya untuk *volume*¹¹ dipatok setengah dari pengaturan untuk luar ruangan (*outdoor*).

d. Tata Busana

Dalam tata busana, Electra, Treegie Music, dan Enter senantiasa menggunakan setelan resmi entah itu jas, maupun baju dengan format yang sama. Misalnya untuk para musisi laki-laki (dan perempuan) dari ketiga *music entertainment* di atas mengenakan jas dilengkapi dengan dasi, atau kemeja yang seragam.

Untuk para penyanyi perempuan biasanya mengenakan gaun panjang, kebaya, atau pakaian yang tetap nyaman digunakan. Gaun rok pendek atau tidak ber lengan dapat digunakan selama tidak ada permintaan untuk berpakaian sopan dari klien bagi penyanyi. Terkadang ada pula permintaan agar penyanyi perempuan menggunakan kebaya hijab (Chinta, wawancara, Bandung Tanggal 31 Maret 2019).

3. Pasca Pertunjukan

Setelah *wedding music entertainment* selesai melakukan penampilan, biasanya pukul 14.00, atau pukul 21.00 jika tampil malam, umumnya jarang mereka berkumpul ataupun *briefing* (rapat). Terkait masalah pembayaran, ada yang telah melakukan pembayaran sebelum

acara, melalui sistem tranfer, seperti yang dilakukan oleh Electra dan Treegie Music. Ada pula yang melakukannya setelah acara, seperti yang dilakukan oleh Enter.

Komodifikasi Isi

Berdasarkan pemaparan di atas, maka *cover* lagu-lagu pop telah dikomodifikasi oleh *music entertainment*. Dalam hal ini, komodifikasi yang terjadi adalah komodifikasi isi. Komodifikasi isi dalam hal ini sesuai dengan konsep Mosco, bahwa terjadi proses transformasi data ke dalam sistem makna yang berorientasi pada produk yang laku untuk dijual. Proses pertukaran atau pergeseran makna terjadi melalui proses pengemasan penampilan lagu-lagu *cover* pada resepsi pernikahan yang membentuk makna baru.

Memang sudah menjadi hal yang lumrah untuk mengadakan hiburan musik agar pesta pernikahan menjadi meriah. Pihak WO dan *wedding music entertainment* tampaknya berhasil meyakinkan bahwa pernikahan akan kurang meriah dan bermakna tanpa pesta resepsi dan hiburan musik. "Pesan" atau "makna" inilah yang terus disampaikan oleh pemilik modal melalui komodifikasi isi.

Cover pada resepsi pernikahan merupakan bagian dari budaya populer. Gramsci (1971: 161) berpandangan bahwa budaya populer adalah arena perjuangan ideologis. Ideologi yang tersembunyi dalam budaya populer adalah ideologi kapitalis, bahwa komoditas dibuat untuk kepentingan mencari keuntungan.

Ideologi kapitalis pada lagu-lagu bergenre pop adalah kepentingan komersial demi mencari keuntungan secara luas. Ketika lagu ini di-*cover* pada resepsi pernikahan, konteks komersialnya

menyempit pada lingkup pesta pernikahan. Terjadi rekontekstualisasi sehingga proses *cover* mengalami modifikasi agar mendapat keuntungan ekonomi dari khalayak musik resepsi, dengan memperhatikan berbagai hal terkait penyelenggaraan resepsi seperti di antaranya karakteristik lokasi acara (*venue*), tema dan konsep acara, selera dan keinginan khalayak, hingga kebudayaan yang dianut masyarakat.

Khalayak atau pangsa pasar dari *wedding music entertainment* adalah golongan tertentu di dalam masyarakat yang menginginkan dan membutuhkan acara hiburan musik yang menampilkan lagu-lagu *cover* pada resepsi pernikahan, yaitu pengantin yang melangsungkan resepsi.

Pengguna jasa sebagai khalayak memang dibutuhkan oleh *wedding music entertainment*, karena merupakan sumber pemasukan ekonomi yang akan membuat usaha kelompok terus berjalan. Khalayak telah menjadi komoditas yang penting dalam menjaga kelangsungan kelompok, baik secara sadar ataupun tidak.

Dalam hal komodifikasi pekerja, keahlian dan jasa para pekerja dijadikan suatu komoditas dan kemudian mendapat imbalan berupa upah atau gaji. Musisi Electra, Treegie Music, dan Enter diberikan tugas untuk menampilkan sejumlah lagu sesuai durasi yang dibutuhkan pada setiap acara, biasanya 3 jam. Keahlian tiap musisi untuk memainkan atau menyanyikan lagu memberi andil dalam terciptanya komodifikasi.

Selain keahlian, dilihat juga apakah personil tersebut memiliki penampilan (*appearance*) yang menarik, terutama penyanyi. *Style* atau gayanya harus relatif bagus dan tidak kumpang (Ale,

wawancara, Bandung Tanggal 7 Maret 2019). Terdapat pula peran penting lainnya seperti *arranger* (penata musik), agar dapat menampilkan musik yang berkualitas.

Komodifikasi pekerja juga hadir dalam kerja sama grup musik dengan WO dan merupakan strategi untuk mendongkrak penggunaan jasa Electra, Treegie Music, dan Enter. Dalam hal ini, WO menawarkan *band* pada calon pengantin, dan WO mendapat *fee* atau bayaran.

D. Hubungan Cover Musik Pop dengan Industri Resepsi Pernikahan di Bandung

Proses komodifikasi *cover* musik pop oleh kelompok seperti Electra, Treegie Music, dan Enter membuat kelompok-kelompok tersebut mencuat ke permukaan dan menjadi kelompok yang mengusung konsep romantis pada resepsi pernikahan di Kota Bandung. Para pemilik modal berhasil membuat industri ini menjadi bisnis yang sangat prospektif. Bisnis berbasis pernikahan di Indonesia terus meroket setiap tahunnya dengan perputaran modal lebih dari US\$7 miliar per tahun. Setiap tahunnya, di negara ini terdapat lebih dari dua juta pasangan yang mengikat janji pernikahan (sumber: Suburnya Ladang Bisnis Pernikahan di Indonesia, 2016, lifestyle.bisnis.com, diakses 22 April 2019).

Sulit rasanya menemukan pesta resepsi terutama di Bandung yang tidak menampilkan hiburan musik. Mengadakan pesta resepsi pernikahan menunjukkan bahwa pengantin dan keluarga memiliki materi. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa mengadakan pesta resepsi dengan menampilkan hiburan musik telah menjadi gaya hidup.

Gengsi, gaya hidup, status, citra, dan hal-hal semacam itu sesungguhnya melekat erat pada masyarakat konsumsi, masyarakat yang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun lebih dikarenakan kedudukan sosial, persaingan status, dan prestise (Baudrillard, 1998: 61). Menurut mereka pesta tidak akan lengkap tanpa adanya hiburan tersebut. Semakin ramai atau meriah suatu pesta maka status penyelenggara pesta dalam masyarakat menjadi lebih diakui (Aizuddin, 2009: 3).

Cover musik pop merupakan bagian dari industri resepsi pernikahan dan industri kreatif. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyatakan bahwa industri musik berkontribusi 1% dari total terhadap Produk Domestik Bruto¹¹ industri kreatif di akhir tahun 2017 sebesar Rp 1.000 triliun (sumber: Bekraf: Kontribusi Sektor Musik hanya 1% di Ekonomi Kreatif, 2018, <https://economy.okezone.com>, diakses 2 November 2019).

Pesta resepsi merupakan bagian dari rangkaian tradisi pernikahan bukan hanya di Bandung, namun juga di Indonesia. Kebutuhan akan hiburan musik di resepsi pernikahan tampaknya akan selalu ada. Ini memberikan kesempatan musisi untuk mendapatkan pekerjaan rutin dan peluang untuk berkarir, meski musik pada resepsi pernikahan hanya sebagai elemen pendukung.

SIMPULAN

Komodifikasi *cover* musik pop pada resepsi pernikahan memiliki tiga bentuk, yaitu (1) komodifikasi isi, lagu-lagu *cover* dikemas menjadi pertunjukan musik yang meriah dan romantis, seolah memberi “pesan” bahwa pesta resepsi tanpa acara pertunjukan musik terasa kurang (2)

Komodifikasi khalayak, pengantin sebagai klien dijadikan sumber keuntungan ekonomi dengan WO sebagai pihak yang berperan besar menawarkan jasa musik bersamaan dengan ditawarkannya vendor-vendor lain seperti gedung, catering, rias, baju, dan lain sebagainya. *Portofolio* penampilankelompok musik seperti Electra, Treegie Music, dan Enter di Instagram, dibuat untuk menarik minat klien sebanyak mungkin, sebagai tujuan yang ingin dicapai. (3) Komodifikasi pekerja, keahlian dan jasa para pekerja dalam hal ini musisi dijadikan komoditas dan dihargai dengan imbalan. Selain itu, kerjasama dengan WO juga merupakan strategi tersendiri dari suatu *music entertainment* agar klien dari WO tersebut memilih menggunakan jasa *music entertainment* tersebut.

Musik resepsi pernikahan sebagai budaya populer berkaitan erat dengan masyarakat konsumeris. Masyarakat yang lebih mengutamakan gengsi maupun citra dari pada sekadar kegunaan. Status penyelenggara pesta akan lebih diakui masyarakat apabila pestanya ramai atau meriah. Ini berarti bahwa para pemilik modal meyakinkan banyak orang bahwa pesta resepsi dan hiburan musik merupakan hal yang penting dan berhasil membuat industri ini menjadi bisnis yang sangat menjanjikan.

Catatan Akhir:

¹Konsep industri budaya digunakan Adorno dengan maksud ingin menekankan bahwa budaya yang diproduksi secara masif dan standar bukanlah berasal dari ekspresi kultural rakyat kebanyakan, melainkan sebatas bentuk produk dari industri semata (Adorno, 1991: 98).

²Mapag Panganten adalah acara menyambut kedatangan pengantin dan keluarganya yang merupakan salah satu ritual yang menjadi bagian dari seluruh rangkaian upacara adat

pernikahan dalam masyarakat Sunda (Jelly, 2016: 3)

³Istilah untuk tampil tanpa latihan

⁴Jika akad dilakukan pada hari yang sama dengan resepsi

⁵Paket minimalis dapat bermacam-macam namun biasanya terdiri dari 1 vokal, keyboard, dan saksofon atau biola (salah satu)

⁶Lazim disebut dengan istilah “electone” atau “organ tunggal”

⁷Dihitung menggunakan *software Mixmeister* dan situs penghitung tempo online Getsongbpm.com, serta *software Reaper* dengan menggunakan fitur “tap tempo”

⁸Largo= sangat lambat; Larghetto= tidak selambat Largo; Adagio= lambat; Andante= berjalan teratur (Hanna, 2010: 81).

⁹Singkatan dari “beats per minute”, pengukuran tempo yang umum. BPM menunjukkan jumlah ketukan per menit untuk beberapa nilai nada dasar. 60 BPM berarti bahwa ada 60 ketukan per menit (atau 1 ketukan per detik) (Jones, 1974: 73).

¹⁰Ini adalah pertunjukan *live*, dan ditampilkan tidak berpatokan pada metronom. Tempo pada penampilan ini dihitung menggunakan *software Reaper* menggunakan fitur “tap tempo” dengan mengikuti ketukan permainan penampilan.

¹¹Kekerasan atau kekuatan suara (sumber: Music Dictionary, 2017, www.dolmetsch.com, diakses 21 April 2019)

¹²Produk Domestik Bruto pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi (sumber: Pengertian Pendapatan Nasional, 2019, www.bps.go.id, diakses 2 November 2019)

Daftar Pustaka

Cooper, B. Lee. 2010. “Charting Cultural Change, 1953–57: Song Assimilation Through Cover Recording”. Dalam George Plasketes (ed.), *Play It Again: Cover Songs in Popular Music*, halaman 43-76. England: Ashgate.

Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart..

Greene, D. 2014. *The Rock Cover Song: Culture, History, Politics*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers.

Jones, George Thaddeus. 1974. *Music Theory*. New York: HarperCollins, Publishers, Inc

Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication, Second Edition*. California: Sage Publications ltd.

Plasketes, George. 2010. *Play It Again: Cover Songs in Popular Music*. England: Ashgate.

Sumber artikel, jurnal, skripsi, dan tesis

Putra, Jelly Permadi. 2016. ‘Upacara Mapag Penganten dalam Pernikahan Masyarakat Sunda’. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Webtografi:

<https://www.dolmetsch.com> diakses 21 April 2019

<https://lifestyle.bisnis.com> diakses 22 April 2019

<https://www.bps.go.id> diakses 2 November 2019

<https://economy.okezone.com> diakses 2 November 2019

<http://www.dolmetsch.com> diakses 13 November 2019

<http://www.hukumonline.com> diakses 17 November 2019

Narasumber:

Aulia, Ale, umur 36 tahun, pemilik dan penyanyi Electra

Gianita, Chinta, umur 37 tahun, penyanyi Enter Music Complex