

BAB III

DANGDUT KOPLO DALAM KONSEP *SIMULACRA* JEAN

BAUDRILLARD

A. Konsep Dangdut Koplo menurut *Simulacra* Jean Baudrillard

Dalam keadaan tertentu, pemikir dan sosiolog kontemporer, Jean Baudrillard memperkenalkan keadaan masyarakat modern saat ini dengan masyarakat simulakra (*simulacra*), yaitu masyarakat yang kehidupannya terperangkap dalam dominasi model-model semu media massa dan informasi digital yang tidak memiliki asal-usul atau referensi di dalam realitas nyata, sehingga hal ini memungkinkan yang ilusi, fantasi menjadi nyata dan real. Inilah yang dikenal dengan realitas simulacrum dalam perspektif teori Simulasi Jean Baudrillard. Simulasi ini menggambarkan sebuah visi tentang dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi, sebuah penawaran akan dunia yang lebih menakjubkan, lebih ajaib, lebih membahagiakan, dan lebih segala-galanya daripada dunia sebenarnya.¹

Jean Baudrillard membedakan tiga tatanan simulakra yang masing-masing tatanannya menyerah pada tatanan berikutnya. *Tatanan pertama*, mulai masa Reneisans sampai awal revolusi Industri. Dalam era ini skema yang dominan adalah *counterfeit* (pemalsuan yang asli), pemalsuan pada tahapan ini masih alami, di mana tanda-tanda masih merefleksikan realitas yang mendasarinya.

1. Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 63.

Pemalsuan di sini tidak memberikan kemungkinan-kemungkinan kontrol atas masyarakat yang berada dalam simulakra. Hal ini dapat ditemukan dalam bentuk imajinasi atau gambar, dalam tiruan dan imitasi yang bersifat harmonis, optimis, dan bertujuan mengembalikan yang hilang. Simulakra dalam tahap ini dapat ditemukan dalam tulisan.²

Tatanan kedua, yaitu era industri yang dicirikan dengan produksi dan rangkaian reproduksi murni dari obyek yang identik dengan “rangkaiannya pengulangan atas obyek yang sama (*copy*)”, dan obyek pada era ini sama persis seperti aslinya. Simulakra pada era ini telah dibendakan atau dimaterialisasikan oleh mesin produksi, sehingga menjadi tema-tema modern tentang energy dan produktifitas menggantikan keyakinan kekuatan supranatural.³

Tatanan ketiga, didominasi oleh kode dan generasi simulasi oleh model dari sistem industry. Era ini dikarakteristikkan dengan reproduksi, bukan produksi (sebagaimana yang mendominasi era industri). Di sini yang terpenting bukan produksi obyek, melainkan reproduksinya. Selain itu prinsip reproduksi itu terkandung dalam kode.⁴ Demikian itu merupakan generasi yang lahir sebagai konsekuensi logis dari perkembangan ilmu dan teknologi informasi, komunikasi global, media massa, konsumerisme, dan kapitalisme pasca-perang Dunia II.

Dalam *Simulation*, Baudrillard menyimpulkan, bahwa sekarang era kita berada pada level/ tingkat reproduksi (*fashion*, media, publisitas, informasi, dan jaringan komunikasi) pada tingkatan yang secara serampangan disebut Marx

2. Selu Margaretha, *Hiperrealitas dan Ruang Publik*, (Jakarta: Penaku, 2001), hlm. 125.

3. Selu Margaretha, *Hiperrealitas...*, hlm. 126.

4. George Ritzer, *Teori-teori Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), hlm. 165.

dengan sektor kapital yang tidak esensial, artinya dalam ruang simulakra, kode, dan proses kapital global ditemukan.⁵

Dalam tatanan ini, simulakra dijadikan sebagai cara untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat konsumen atas tanda. Dan sebagai masyarakat yang terbanjiri oleh citra dan informasi, membuat simulasi dan citra menjadi suatu hal yang paling diminati dan diperhatikan dalam kebudayaan masyarakat pascamodern. Di sinilah kenyataan diproduksi oleh simulasi berdasarkan model-model (yang tidak memiliki asal-usul atau referensi realitas) dan secara artificial direproduksi sebagai kenyataan.⁶

Dalam simulasi, referensi antara tanda dengan realitas di dunia nyata tidak ada. Simulasi adalah realitas kedua (*second reality*) yang bereferensi pada dirinya sendiri (*simulacrum of simulacrum*). Simulasi tidak mempunyai relasi langsung dengan dunia realitas. Bahasa dan tanda-tanda dalam simulasi seakan-akan (*as if*) menjadi realitas yang sesungguhnya, ia adalah realitas buatan (*artificial reality*). Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual (hiperrealitas). Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imajiner yang dianggap real.⁷

Bagi Baudrillard, penciptaan dunia kebudayaan dewasa ini mengikuti satu model produksi yang disebutnya simulasi—penciptaan model-model nyata yang

5. Jean Baudrillard, *Simulation and Simulation*, Michigan: Glaser, hlm. 99.

6. Chris Barker, *Cultural Studies*, (Bantul: Kreasi Wacana, 2011), hlm. 166.

7. Bagong Suyanto, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, (Yogyakarta: Aditya Media Publishing, 2010), hlm. 404.

tanpa asal-usul atau realitas: hiperrealitas. Melalui model simulasi, manusia dijebak di dalam satu ruang, yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu atau khayalan belaka. Ruang realitas semu ini merupakan satu ruang antitesis dari representasi—dekonstruksi dari representasi itu sendiri.

Simulasi sendiri menurut Baudrillard merupakan akibat dari kemajuan di bidang teknologi informasi dalam proses reproduksi obyek. Perkembangan eksplosif media membuat kita dikelilingi oleh tanda-tanda (*signs*) dan *mode of signification*. Kehidupan dikendalikan oleh sebuah sirkulasi tanda-tanda yang tanpa henti. Simulasi, menurut Baudrillard telah menggantikan representasi, karena simulasi telah membalik representasi.⁸

Di dalam wacana simulasi, manusia mendiami satu ruang realitas, di mana perbedaan antara yang nyata dan fantasi atau yang benar dan palsu menjadi sangat tipis—manusia hidup di dalam satu ruang khayali yang nyata. Televisi atau dunia fantasi, pada kenyataannya, sama nyatanya dengan pelajaran sejarah atau etika di sekolah, sebab ia sama-sama menawarkan informasi dan memebentuk sikap dan gaya hidup manusia.⁹

Di era modern saat ini di mana teknologi informasi/ media informasi memainkan peran utama dalam konstruksi realitas sosial dan budaya manusia. Menurut McLuhan, tidak hanya realitas sosial yang dipengaruhi melainkan pemikiran manusia itu sendiri.¹⁰ Sebagai bentuk reaksi atas perkembangan teknologi, Baudrillard mengatakan bahwa realitas sosial dan kebudayaan manusia

8. Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 66.

9. Yasrif Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 228.

10. William I. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, terj. Haris Munandar, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 36.

saat ini berada dalam sebuah realitas yang disadari nyata padahal semu, sebuah realitas yang dibentuk media massa melalui model-model simulasi (citra, kode, dan tanda) mampu menciptakan realitasnya yang fantastic (hiper). Sehingga bagi massa yang panik, ia akan menyerap energi realitasnya namun tidak mampu membiaskannya, ia menyerap setiap tanda, makna, dan pesannya, namun tidak mampu memantulkan dan mencernanya, karena mereka sudah menjadi sekumpulan mayoritas yang diam.¹¹

Dalam perkembangannya, dangdut koplo sudah masuk ke dalam era industri musik dalam negeri yang kompetitif. Hal ini ditandai dengan banyaknya grup-grup musik melayu dangdut yang mulai menjamur, sehingga di beberapa tempat muncullah fanatisme musik dangdut yang berlebihan dan menjadikan musik dangdut menjadi komoditi pasar yang menguntungkan.

Kebudayaan konsumen yang dikendalikan sepenuhnya oleh hukum komoditi, yang menjadikan konsumen sebagai raja; yang menghormati setinggi-tingginya nilai-nilai individu; yang memenuhi selengkap dan sebaik mungkin kebutuhan-kebutuhan, aspirasi, keinginan, dan nafsu, telah memberi peluang bagi setiap orang untuk asyik dengan dirinya sendiri (ekstasi).

Ekstasi, menurut Jean Baudrillard adalah kondisi mental dan spiritual di dalam diri setiap orang yang berpusar secara spiral, sampai pada satu titik ia kehilangan setiap makna, dan memancar sebagai sebuah pribadi yang hampa. Seseorang yang tenggelam di dalam perpusaran siklus hawa nafsunya, pada titik

11. Idi Subandy Ibrahim, *Lifestytle Ecstasy; Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, (Yogyakarta: Jalasutra, tt), hlm. 180.

ekstrem menjadi hampa akan makna dan nilai-nilai moral. Bagi seseorang yang tenggelam dalam ekstasi, dunia ini tidak bersifat dialektis, melainkan bergerak menuju titik ekstrem; tidak bergerak ke arah keseimbangan, melainkan menghambakan dirinya pada antagonisme radikal; tidak menuju ke arah rekonsiliasi atau sintesis moral, melainkan ke arah dekonstruksi segala asumsi-asumsi moral.¹²

Di dalam kehidupan yang dikuasai oleh hawa nafsu ketimbang kedalaman spiritual, maka sebuah revolusi kebudayaan tak lebih dari sebuah revolusi dalam penghambaan diri bagi pelepasan hawa nafsu. Felix Guattari adalah salah seorang dari banyak pemikir kontemporer yang melihat bahwa kini tak ada lagi perjuangan revolusioner yang dapat hidup tanpa menghambakan dirinya pada pembebasan hawa nafsu.¹³ Dengan terbuka lebarnya belenggu hawa nafsu, maka menurut Jean Baudrillard, pusat gravitasi dunia kini telah digantikan oleh apa yang disebutnya ekonomi libido, yaitu yang berkaitan dengan pengembangbiakan dan naturalisasi hawa nafsu.¹⁴ Di dalam masyarakat konsumen dan ekstasi yang seluruh energi dipusatkan bagi pembebasan dan pemenuhan hawa nafsu, di dalamnya diskursus komunikasi tidak lagi ditopang oleh sistem makna dan pesan-pesan, melainkan oleh sistem bujuk rayu—sebuah sistem komunikasi yang menjunjung tinggi kepalsuan, ilusi, penampakan ketimbang makna-makna.

12. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 44.

13. Felix Guattari, *Molecular Revolution*, (Penguin Books, 1981), hlm. 86.

14. Jean Baudrillard, *Seduction*, (St. Martin Press, 1990), hlm. 38.

Rayuan menurut Baudrillard beroperasi melalui pengosongan tanda-tanda dari pesan dan maknanya, sehingga yang tersisa adalah penampakan semata. Sebentuk wajah merayu yang penuh *make-up* adalah wajah yang kosong makna, sebab penampakan *artificial* dan palsunya menyembunyikan kebenaran diri. Apa yang ditampilkan rayuan adalah kepalsuan dan kesemuan.¹⁵ Apa yang diinginkan melalui rayuan bukanlah sampainya pesan dan makna-makna, melainkan munculnya keterpesonaan, ketergiuran, dan gelora nafsu: gelora seksual, gelora belanja, dan gelora berkuasa.

Tontonan, dalam hal ini, tidak dengan sendirinya mengkonotasikan makna. Di dalam tontonan, bukan makna yang dicari penonton, melainkan apa yang dikatakan Baudrillard semacam ekstasi dan kedangkalan ritual dalam upacara menonton itu sendiri—fetisisme (*fetishism*). Rangkaian tontonan yang disuguhkan oleh media elektronik kapitalisme telah menggiring masyarakat konsumen ke dalam satu eksodus menuju satu nihilisme dan fatalis kehidupan—kehidupan yang dilandasi bukan oleh moralitas, keimanan, atau makna luhur, tetapi oleh kedangkalan ritual, penampakan, dan simulakra profan.

Rangkaian cerita (televisi, film) yang menyuguhkan *simulacrum* kekerasan, kriminalitas, dan seksualitas—yang berbentuk fantasi nyata, yang lebih keras, lebih kriminal, lebih seksual dari yang dapat dibayangkan akal sehat—telah membentuk penonton-penonton yang lebih banyak hidup dalam kepanikan massal yang menjauhkannya dari makna-makna luhur: kepanikan seks (gigolo), kepanikan uang (korupsi), atau kepanikan ekstasi. Massa yang panik ini menyerap

15. Jean Baudrillard, *Seduction*, ..., hlm. 76.

segala energi sosial, akan tetapi tak mampu lagi membiaskannya. Ia menyerap setiap tanda dan setiap makna, akan tetapi tak mampu lagi memantulkannya. Ia menyerap setiap pesan dan hanya mampu mencernanya.¹⁶ Terkait bagaimana media menciptakan realitasnya, Hudjolly menggambarkan, jika sebuah media mengasumsikan atau ingin menampilkan seorang tokoh saleh dalam sebuah cerita adegan. Maka untuk menampilkan sosok saleh media hanya menjadikan yang berkaitan dengan kesalehan seperti sabar, lembut, dan penyantun yang diduplikasi ke dalam citraannya.¹⁷ Aplikasi ini yang menjadikan kapitalis dengan mudah menyerap energi kalangan konsumen yang selalu mementingkan konsumsi daripada produksi.

Bagi Baudrillard, konsumsi adalah “... totalitas dari semua obyek-obyek dan pesan-pesan yang dibangun di dalam sebuah wacana yang saling berkaitan. Konsumsi, sejauh ia mengandung suatu makna tertentu, merupakan satu tindakan penggunaan tanda secara sistematis.” Di dalam masyarakat konsumen sekarang ini, manusia tidak lagi dikelilingi oleh manusia lain seperti pada masa lalu, melainkan oleh obyek-obyek. Perbincangan sehari-hari mereka tidak lagi dengan sesama manusia, melainkan sebagai fungsi dari pemilikan dan penggunaan benda-benda dan pesan-pesan. Kini yang dibeli bukan lagi semata fungsi benda-benda, akan tetapi yang lebih penting makna-maknanya.¹⁸

Kegilaan (dalam ekonomi) selalu menimbulkan korban-korban. Sebagaimana yang dikatakan oleh Michel Foucault di dalam *Madness and*

16. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, hlm. 237.

17. Hudjolly, *Imaglogi Strategi Rekayasa Teks*, (Yogyakarta: Arruzz Media, 2011), hlm. 79.

18. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, hlm. 239-240.

Civilization, gangguan pikiran (*mind*) pada diri kita sebagai manusia adalah sebagai akibat dari penyerahan buta kita pada hasrat-hasrat (*desire*) yang menggelora di dalam diri kita sendiri, ketidakmampuan mengontrol atau menjinakkan rangsangan hawa nafsu (*passion*) kita. Keadaan inilah yang membuka pintu bagi “kegilaan”.

Dalam kegilaan, totalitas jiwa (*mind*) terfragmentasi sedemikian rupa, sehingga memisahkan manusia dari “realitas” dirinya sendiri. Manusia terpenjara dalam fragmen-fragmen fantasi, imajinasi; terobsesi dengan citra (*image*), prestise, kebanggaan yang menghantui dirinya. Citra-citra yang sebetulnya bersifat semu, mendapatkan pengakuan. Yang kemudian terbentuk adalah kesadaran semu (*false consciousness*) serta realitas semu (*hyperreality*)¹⁹ Kesemuhan itu telah memenjara manusia untuk dapat meraih gemerlap cahaya yang ditawarkannya dengan cara apapun, padahal sesungguhnya itu tak lebih dari sebuah fatamorgana.

Fatamorgana adalah citraan (*image*) yang dibentuk oleh penanda (*signifier*), yang berdasarkan persepsi orang yang melihatnya dikaitkan dengan sebuah penanda (*signified*), berupa konsep atau makna di baliknya. Fatamorgana sebenarnya adalah tanda dusta (*false sign*) yang penampakan visualnya telah menggiring seseorang pada sebuah konsep, padahal konsep tersebut tidak menunjukkan referensi atau realitas yang sesungguhnya. Fatamorgana menawarkan seseorang penanda yang hampa (*empty*

19. Erving Goffman, *Asylum: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmate*, (Penguin Books, 1987), hlm. 16

signifier). Penanda tersebut tidak mempunyai referensi pada realitas, tetapi pada halusinasi yang telah memerangkap setiap orang pada pesona penampakan yang sesungguhnya tak lebih dari kehampaan.²⁰

Budaya kekerasan bercampur baur dengan kesemuan; cara-cara teror bersinggungan dengan cara-cara *image*, strategi provokasi tumpang tindih dengan budaya *simulacrum*. Dalam budaya teror dan budaya *simulacrum* tersebut, rakyat jelata selalu menjadi korban kepalsuan.²¹

Dalam masyarakat komoditas, tubuh, tanda-tanda tubuh serta potensi libido di balik tubuh merupakan bagian tak terpisahkan dari budaya komoditas yang membentuk semacam sistem *libidonomics* yaitu sistem ekonomi yang mengeksploitasi setiap potensi libido semata untuk memperoleh keuntungan ekonomi. *Libidonomi* mengkondisikan logika operasionalnya setidaknya tiga tingkat politik tubuh: ekonomi politik tubuh, ekonomi politik tanda, dan ekonomi politik hasrat. Ketika aktivitas ekonomi dikuasai dorongan hasrat dan sensualitas, yang tercipta adalah budaya ekonomi yang dipenuhi strategi penciptaan ilusi sensualitas sebagai cara untuk mendominasi selera, aspirasi, dan keinginan masyarakat yang dieksploitasi. Sensualitas dijadikan kendaraan ekonomi dalam rangka menciptakan keterpesonaan dan histeria massa sebagai cara mempertahankan dinamisitas ekonomi.²² Maka dengan terbukanya tabir sensualitas pada ruang publik, tentu yang sebelumnya dianggap menjadi hal yang

20. Yasraf Amir Piliang, *Hantu-hantu Politik dan Matinya Sosial*, (Solo: Tiga Serangkai, 2003), hlm. 150.

21. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Menakutkan: Mesin-mesin Kekerasan dalam Jagat Raya Chaos*, (Bandung: Mizan, 2001), hlm. 60.

22. Yasraf Amir Piliang, *Hantu-hantu Politik dan Matinya Sosial*,..., hlm. 166.

tabu, seiring berkembangnya dinamisitas ekonomi sudah semakin mengikis ketabuan masyarakat.

Tabu, sebenarnya mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendefinisikan dan membentuk dunia penampakan atau dunia obyek-obyek, karena fungsinya sebagai referensi dalam proses ideologi—dalam menentukan posisi seseorang sebagai subyek dalam satu sistem signifikasi sosial. Tabu merupakan satu mekanisme sosial yang bersifat abstrak dan berfungsi memberikan tapal-tapal batas bagi suatu komunitas dalam mengekspresikan atau merepresentasikan diri mereka melalui dunia obyek-obyek yang mereka pakai, melalui bahasa yang mereka ucapkan, atau melalui tindak-tanduk yang mereka lakukan.²³

Akan tetapi, kini, ketika tabu itu sendiri telah didekonstruksi, “... ketika segala hawa nafsu disalurkan demi pemenuhan kenikmatan, ketika ia menjadi semacam pengoperasian yang tanpa batas, hawa nafsu tersebut menjadi tanpa realitas, sebab ia tanpa imajiner—hawa nafsu di mana-mana, akan tetapi di mana-mana dalam bentuk simulasi.”²⁴ Ketika manusia diperbolehkan melihat, mempertontonkan, melakukan, atau merepresentasikan yang sebelumnya dianggap tabu, amoral, dan abnormal, maka sebenarnya tidak ada lagi rahasia di dalam dunia realitas. Bahkan, realitas seksual itu sendiri sebenarnya sudah tidak ada, sebab ia hanya bisa ada bila masih ada sesuatu yang dirahasiakan, yang direpresentasikan, dan difantasikan. Yang tersisa sekarang melalui perkembang-

23. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, hlm. 241.

24. Jean Baudrillard, *Revenge of Crystal*, (London: Pluto Press, 1990), hlm. 129.

biakkan bentuk-bentuk baru (pelanggaran) citra seksual adalah hiperrealisme kesenangan.

Berkembangnya hiperrealitas kesenangan menandai akhir dari ruang imajiner, fantasi, dan ilusi seksual. Kini, di dalam wacana kapitalis mutakhir, batas antara sebatang tubuh dan obyek-obyek di sekitarnya semakin menipis—mereka bersatu dalam komoditi. Irama produksi dan reproduksi kesenangan dan penampakan sebatang tubuh kini patuh terhadap hukum-hukum komoditi.²⁵

Menurut Baudrillard, dalam *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, perubahan status komoditi ini terjadi disebabkan struktur tanda tersebut merupakan jantung dari komoditi masa kini, sehingga menjadikannya sebagai medium total, sebagai sistem komunikasi yang mengatur pertukaran sosial (administrasi sosial melalui tanda sosial). Komoditi dimuati dengan makna-makna sosial sedemikian rupa, sehingga seakan-akan melupakan konsumen (termasuk kelas pekerja) akan konflik sosial yang ada di belakangnya.²⁶

Sebagaimana yang dikatakan Marx tentang pandangannya bahwa budaya manusia tidaklah diperintah oleh ide-ide, filsafat atau kepercayaan religius sebelumnya, seperti dikatakan Hegel. Budaya manusia adalah sebuah superstruktur yang ditentukan oleh substruktur yang ada yaitu mode produksi ekonomi, ujar Marx.

25. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, hlm. 242.

26. Jean Baudrillard, *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, (Telos Press, 1981), hlm. 146.

Semua ide—semua pemikiran manusia dalam bidang religi, filsafat, politik hukum, dan etika—dikondisikan oleh dasar ekonomi masyarakat, khususnya oleh pembagian kelas di dalamnya. Pandangan dominan dalam moral, politik, agama, hukum, filsafat, dan seni dari setiap masyarakat merupakan ide-ide kelas ekonomi dominan.²⁷

B. Dangdut Koplo Sebagai Realitas

Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata dari realitas sesungguhnya. Simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual dan ini yang disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas. Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau tepatnya realitas imajiner yang dianggap real.²⁸

Sedangkan untuk mengetahui apa itu realitas, kita bisa merujuk pada pendapat Alfred Schutz. Dalam pikiran Schutz, semua manusia di dalam pikirannya membawa apa yang dinamakan *stock of knowledge*, baik *stock of knowledge* tentang barang-barang fisik, tentang sesama manusia, artefak dan koleksi-koleksi sosial maupun obyek-obyek budaya. *Stock of knowledge* yang mereka dapatkan melalui proses sosialisasi itu, menyediakan *frame of reference* atau orientasi yang mereka gunakan dalam menginterpretasikan obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa yang mereka lakukan sehari-hari.²⁹

27. T.Z. Lavine, *Karl Marx*, terj. Andi Iswanto, (Yogyakarta: Penerbit Jendela, 2003), hlm. 58.

28. Bagong Suyanto, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, (Yogyakarta: Aditya Media Publishing, 2010), hlm. 404.

29. Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 49.

Bagi Schutz, *stock of knowledge* dari orang-orang itulah realitas mereka. Realitas itu dialami sebagai dunia obyektif yang ada “di luar sana”, bebas dari keinginan manusia dan mereka hadapi sebagai sebuah fakta. *Stock of knowledge* ini memiliki karakter yang *taken for granted* dan jarang sebagai obyek dari refleksi kesadaran. Ia dipahami oleh manusia, dengan menggunakan akal sehat, sebagai sebuah realitas.

Dengan pola yang mirip dengan Schutz, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann juga menganalisis proses di mana orang menciptakan realitas kehidupan sehari-hari. Mereka menganggap proses tersebut sebagai konstruksi realitas simbolik. Menurut Berger dan Luckmann, dunia sosial adalah produk manusia, ia adalah konstruksi manusia dan bukan sesuatu yang *given*. Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan orang lain dalam sebuah pola yang *taken for granted*.³⁰

Musik, pada dasarnya merupakan sebuah kata sifat. Kata sifat merupakan cap yang sudah pasti untuk musik. Musik dipredikasi dengan cap-cap murahan dan remeh-temeh. Pada dasarnya, predikat atau cap tersebut memiliki fungsi ekonomis: predikat atau cap selalu merupakan gambaran imajiner agar kita tidak lupa dengan apa yang digambarkan.³¹

Seperti halnya iklan, iklan merangkum aspek-aspek realitas sosial, tetapi ia mempresentasikan aspek-aspek tersebut secara tidak jujur. Ia menjadi cermin

30. Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, (Jakarta: LP3ES, 1990), hlm. 58.

31. Roland Barthes, *Imaji Musik Teks*, terj. Agustinus Hartono, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 187.

yang mendistorsi bentuk-bentuk obyek yang direfleksikannya, tetapi ia juga menampilkan citra-citra dalam visinya.

Menurut Baudrillard, apa yang ditampilkan oleh iklan bukanlah sebuah representasi tapi sebuah simulasi, yaitu penciptaan model-model realitas yang tidak memiliki asal usul atau referensi (*hiperreality*). Realitas dalam iklan lebih bersifat simulasional daripada representasional. Simulasi ini menggambarkan sebuah visi tentang dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi. Melalui model simulasi tersebut, manusia dijebak ke dalam sebuah ruang yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu atau khayalan belaka.³²

Iklan tidak mengkonstruksi dunia yang betul-betul fiktif. Dunia abstrak yang dipresentasikan oleh iklan merupakan upaya yang disengaja untuk membuat asosiasi-asosiasi produk dengan imajinasi tertentu berdasarkan kebutuhan atau kesempatan tertentu. Abstraksi (dalam iklan) menjadi sesuatu yang esensial dari segi estetika dan maksud dari sebuah periklanan kontemporer.

Menurut Schudson, iklan tidak merepresentasikan realitas, tapi tidak pula membangun dunia yang betul-betul fiktif. Iklan berada pada ruang realitasnya sendiri, yang disebutnya sebagai *capitalist realism*.³³ Schudson menjelaskan *capitalist realism* dengan cara membandingkannya dengan *socialist realism*. *Socialist realism* adalah sebuah seni yang merepresentasikan realitas konkret yang secara historis benar dalam perkembangan revolusionernya.

32. Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan...*, hlm. 63.

33. Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan...*, hlm. 55.

Theodor Adorno dan Max Horkheimer mengatakan, budaya hiburan telah menjadi sebuah proses reproduksi kepuasan manusia dalam media tipuan. Sebagaimana dalam iklan, makna iklan dalam media massa telah ditempatkan sebagai realitas sosial yang sebenarnya, bukan sebagai realitas palsu. Maksudnya, realitas sosial yang ada dalam iklan media massa telah dimaknakan sebagai sesuatu yang nyata terjadi (hiperrealitas).³⁴

Begitu juga dengan musik dangdut koplo, dangdut koplo merupakan hasil produk sosial, proses sosialisasi yang berkembang pada masyarakat menyatakan bahwa musik sebagai realitas budaya yang diciptakan sebagai hiburan. Dangdut koplo adalah bentuk kreasi manusia dalam memadukan beberapa unsur musik yang sedang berkembang tanpa adanya manipulasi pandangan, bahwa itu nyata sebagai realita. Seorang penyanyi akan menampilkan penampilan yang membuai penonton dengan busana minim dan lantunan suara penuh aura. Semua itu dilakukan secara sadar, namun itu adalah bagian dari tipuan panggung, bagaimana seseorang yang dilihatnya begitu erotis dan mengundang syahwat bisa membuai penonton, namun sebenarnya itu tak lebih hanya realitas palsu dari seorang penyanyi.

Sama halnya ketika terjadi duet antara dua penyanyi yang berlawanan jenis saling melantunkan lagu yang romantis, berpelukan, dan saling mendekatkan diri. Aksi ini sebenarnya adalah realitas palsu, karena tidak benar-benar terjadi di kehidupan nyata. Sebagai profesional, maka hal yang seperti itu harus dilakukan. Untuk meyakinkan penonton bahwa itu bukan realitas palsu, maka perlu adanya

34. Burhan Burgin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), hlm. 120.

pembiasaan gerak yang lebih menghayati, hingga dengan hiperrealitas, realitas palsu tampak terlihat seperti realitas asli.

Tidak hanya pola gerak penyanyi dalam berpenampilan, dalam musik dangdut koplo juga memberikan tipuan media terhadap lirik. Bagaimana seorang penampil bisa menjelaskan maksud dari jalan cerita dari lagu yang dinyanyikan, sehingga penonton menghayati dan masuk ke dalam cerita tersebut. Walaupun bukan kenyataan, namun jalan cerita dalam lagu tersebut kelihatan nyata, karena adanya penempatan realitas sebenarnya dalam lagu tersebut, bukan hanya sebagai realitas palsu. Artinya, realitas sosial yang terjadi di dalam lagu dangdut koplo telah dimaknakan ke dalam sesuatu yang nyata terjadi.

Walaupun realitas dalam simulasi (hiperrealitas) hadir dalam bentuknya yang hanya ada dalam media massa dan hidup dalam dunia maya dan imajinatif. Namun dalam maknanya realitas tersebut menjadi nyata atau hidup dalam alam pikiran pemirsanya dan hidup di tengah-tengah masyarakat sebagai bentuk dari pengetahuan masyarakat; menjadi kesadaran umum, opini maupun wacana publik hingga akhirnya berlahan-lahan membunuh realitas itu sendiri. Dan dengan demikian itu merupakan sebuah gambaran dari proses simulasi hingga membentuk hiperrealitas.³⁵

Media massa adalah proses tempat berlangsungnya simulasi. Dengan segala kemampuan rekayasanya, media massa menciptakan realitas baru. Media massa sebagai bentuk menciptakan berbagai realitas untuk kemudian disiarkan

35. Burhan Burgin, *Konstruksi...*, hlm. 183.

atau dibuat menjadi tontonan massa. Hiperrealitas meniadakan perbedaan antara yang real dan yang fantasi. Dalam hal ini khayalan atau ilusi diangkat ke alam nyata, dengan kata lain dihalusinasikan secara mirip dengan yang real sendiri.³⁶

Televisi, sebagai salah satu contoh media massa yang paling berpengaruh, melaksanakan simulasi dengan menciptakan model-model yang akan dijadikan atau dianggap panutan oleh masyarakat. Masyarakat era pascamodern saat ini terbagi menurut perbedaan tanda yang mereka terima dari siaran televisi, tanda dari perilaku model dan sebagainya. Realitas yang dianggap real oleh massa sebenarnya adalah realitas semu yang mereka tonton dari layar televisi. Setiap orang menjadi tergila-gila pada model-model simulasi yang diberikan oleh televisi dan iklan.³⁷

Media merupakan saluran yang berpengaruh dalam distribusi kebudayaan global secara langsung mempengaruhi gaya hidup. Iklan cenderung untuk membentuk pasar baru dan mendidik kaum muda untuk menjadi konsumen. Hampir tidak ada agen yang cukup berkuasa untuk mengendalikan iklan, termasuk pemerintah di dalamnya. Kehidupan sehari-hari yang menjadi basis di dalam pembentukan *image* telah didikte oleh pasar dan institusi terkait (seperti iklan).³⁸

Ketika semuanya disimulasikan, hakikat tontonan, yakni menjadi ajang pergulatan antara tontonan tersebut dan makna ataupun yang direpresentasikan

36. Jean Baudrillard, *Symbolic Exchange and Death*, terj. Iain Hamilton Grant, (London: SAGE Publications, 1998), hlm. 72.

37. Jean Baudrillard, *Symbolic...*, hlm. 78.

38. Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 50-51.

menjadi hilang. Dengan demikian simulasi dalam media massa menciptakan *difference*, yakni menciptakan suatu usaha penyangkalan terhadap dunia nyata (yang seharusnya direpresentasikan tontonan). Di sini fantasi dan ilusi menjadi tampak nyata. Yang dipertontonkan oleh media massa adalah citraan-citraan yang menyembunyikan realitas sesungguhnya atau yang sama sekali tidak berhubungan dengan realita.³⁹

Televisi sesungguhnya telah mengaburkan batas-batas fisik dan budaya sehingga menciptakan “deteritorialisasi”, suatu dunia baru dengan batas-batas wilayah dan nilai yang bersifat relatif. Antara Surabaya dan Mekkah, Nicaragua, atau London menjadi kabur karena program dan *remote control* telah menekuk batas menjadi tidak begitu jelas. Ada tiga ranah yang dapat dianalisis sebagai bagian dari titik balik peradaban yang diakibatkan oleh kehadiran tabung televisi yang menjadi jendela dunia tersebut: dominasi komoditi simbolik, estetisasi kehidupan, dan sistem referensi tradisional.⁴⁰

Kebudayaan sebagai sistem pengetahuan tidak mampu menjelaskan realita kehidupan masa kini yang berubah begitu cepat karena kebudayaan (sebagai *cognitive map*) tidak mampu menghasilkan sebuah peta realitas empiris. Dari ketiga tanda perubahan di atas tampak bahwa kebudayaan sesungguhnya merupakan praktik kehidupan itu sendiri yang tidak selalu terikat pada sistem gagasan. Pada tingkat realitas yang menjadi pedoman sesungguhnya adalah

39. Selu Margaretha, *Hiperrealitas dan Ruang Publik*, (Jakarta: Penaku, 2011), hlm. 94.

40. Irwan Abdullah, *Konstruksi...*, hlm. 55.

praktik-praktik yang dipelajari oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari.⁴¹ Karena memang apa yang dimengerti belum tentu dipahami, sistem pengetahuan selayaknya teori yang mengklasifikasi budaya berdasarkan kemampuan logis. Sedangkan kebudayaan sendiri bergerak tanpa disadari bahwa terjadi perubahan dalam praktiknya mampu menghapus semua teori yang ada.

Penampilan panggung musik dangdut koplo dalam tayangan televisi merupakan bentuk penyangkalan terhadap realitas, maksudnya ada pembatasan penampilan tidak sama dengan yang terjadi di lapangan. Pembatasan dalam siaran televisi bertujuan untuk memberikan pendidikan moral, karena dalam tayangan televisi juga memiliki dasar hukum yang membatasi kualitas penayangan.

Penampilan dangdut dalam televisi hanya menunjukkan citraan-citraan baik yang menyembuyikan realitas sesungguhnya dan sama sekali tidak berhubungan dengan realita. Realitas televisi menjadi hiperrealitas bagi para pelaku realitas di luar dunia pertelevisian. Bagaimana dunia bisa tertipu dengan perubahan penampilan. Pada akhirnya televisi dianggap mampu secara baik menyembunyikan obyek realitas kepada media hiperrealitas, dan menjadikan yang hiperrealitas berubah menjadi sebuah realitas semu. Sehingga, musik dangdut yang ditampilkan di televisi mendapat penilaian yang baik dari pemirsanya. Adanya KPI (komisi penyiaran Indonesia) mampu menjadi filter terhadap apa yang terjadi dalam realitas di lapangan, KPI juga menjadi ruang kontrol bagi media yang menayangkan penayangan sesuai dengan moral dan etika berdasarkan hukum yang diatur di dalam undang-undang.

41. Irwan Abdullah, *Konstruksi...*, hlm. 60.

C. Dangdut Koplo Sebagai Hiperealitas

Jika simulasi adalah model produksi, maka hiperrealitas adalah ruang yang dihasilkannya.⁴² Model produksi dari simulasi adalah sebuah proses pengimitasian terhadap realitas tanpa realitas asli (representasi), dan dengan media massa hasilnya akan nampak lebih nyata dari yang nyata, sehingga memampukannya menjadi tolok ukur bagi yang nyata. Dan awal dari era hiperrealitas adalah bangkrutnya makna, petanda, dan realitas karena sudah dimonopoli oleh permainan tanda, citra, dan kode yang dimanipulasi.⁴³

Hiperrealitas adalah dunia realitas yang bersifat artifisial atau superfisial yang tercipta lewat bantuan teknologi simulasi dan pencitraan, yang mengambil alih dunia realitas yang alamiah. Hiperrealitas tidak memiliki rujukan atau referensi pada realitas (sebagaimana representasi dan pertandaan) melainkan merujuk pada dirinya sendiri (*self-reference*). Hiperrealitas sebagai salah satu bentuk dari apa yang disebut modernitas radikal (*radical moderniti*) yaitu modernitas yang merelisasikan dan mematrealisasikan segala sesuatu yang selama ini dianggap bersifat utopis.⁴⁴

Berkembangnya hiperrealitas kesenangan menandai akhir dari ruang imajiner, fantasi, dan ilusi seksual. Kini, di dalam wacana kapitalis mutakhir, batas antara sebatang tubuh dan objek-objek di sekitarnya semakin menipis—

42. Syaom Berliana, *Semiotika tentang Membaca Tanda-tanda*, (Bandung: ttp, 2008), hlm. 10.

43. Hudjolly, *Imaglogi Strategi Rekayasa Teks*, hlm. 17

44. Bagong Suyanto, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial...*, hlm. 401.

mereka bersatu dalam komoditi. Irama produksi dan reproduksi kesenangan dan penampakan sebatang tubuh kini patuh terhadap hukum-hukum komoditi.⁴⁵

Menurut Baudrillard, dalam *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, perubahan status komoditi ini terjadi disebabkan struktur tanda tersebut merupakan jantung dari komoditi masa kini, sehingga menjadikannya sebagai medium total, sebagai sistem komunikasi yang mengatur pertukaran sosial (administrasi sosial melalui tanda sosial). Komoditi dimuati dengan makna-makna sosial sedemikian rupa, sehingga seakan-akan melupakan konsumen (termasuk kelas pekerja) akan konflik sosial yang ada di belakangnya.⁴⁶

Mengenai kecenderungan ke arah kondisi *hyper* ini, Baudrillard mengatakan di dalam bukunya *Baudrillard Live*, bahwa apa yang sebetulnya terjadi adalah berkembangnya wacana sosial-kebudayaan menuju apa yang dapat disebut sebagai hipermodernitas (*hypermodernity*), yaitu kondisi ketika segala sesuatu bertumbuh lebih cepat, ketika tempo kehidupan menjadi semakin tinggi, ketika setiap wacana (ekonomi, seni, dan seksual) bertumbuh ke arah ekstrem, sebagai meningkat dan diumbarnya setiap potensi, sebagai logika proses ekstremitas, dan percepatan proses kehancuran.⁴⁷

Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang lebih real daripada yang real. Bukan hanya lebih real melainkan lebih ideal dan lebih segalanya daripada yang aslinya. Hiperrealitas

45. Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat*, hlm. 242.

46. Jean Baudrillard, *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, (Telos Press, 1981), hlm. 146.

47. Jean Baudrillard, *Baudrillard Live*, (London: Routledge, 1993), hlm. 158.

merupakan realitas yang melampaui dirinya sendiri karena realitas sudah direkayasa dengan citra, halusinasi, dan simulasi. Hiperrealitas berhubungan erat dengan bagaimana manusia membangun citra dan menyusun makna hidupnya sendiri dengan bercermin pada objek-objek dan realitas semu.⁴⁸

Wujud nyata dari hiperrealitas musik dangdut koplo adalah berkembangnya musik ini ke arah yang lebih dari real. Jika kondisi real menunjukkan bahwa musik dangdut koplo adalah musik yang menyajikan penampilan secara gila-gilaan, di luar batas moral, dan beberapa menyajikan penampilan yang bersifat hura-hura. Bisa lebih parah lagi jika itu dihubungkan dengan etika, bahwa apa yang ada di dalam dangdut koplo adalah komoditas khusus dewasa yang terkadang bergerak di luar batas.

Hiperrealitas adalah proses peningkatan hal yang dianggap real menjadi sesuatu yang lebih dari real, proses peningkatan ini disebut sublimasi. Sublimasi adalah proses penguapan benda dari sesuatu yang mengendap dan dianggap biasa. Dangdut koplo dalam kondisi real adalah hanya sekedar musik sebagai hiburan, namun dengan adanya hiperrealitas, dangdut koplo menjadi sesuatu yang tersublimasi menjadi sesuatu yang tidak lagi sekedar sebagai musik dan hiburan, melainkan lebih dari itu. Terutama adanya kapitalis dalam dunia dangdut yang menyebabkan hiperrealitas di dalamnya mudah berkembang.

Kebudayaan bagi suatu masyarakat bukan sekedar sebagai *frame of reference* yang menjadi pedoman tingkah laku dalam berbagai praktik sosial,

48. Jean Baudrillard, *Symbolic...*, hlm. 74.

tetapi lebih sebagai “barang” atau materi yang berguna dalam proses identifikasi diri dan kelompok. Kebudayaan sebagai simbol (materi) menunjukkan bagaimana suatu budaya “dimanfaatkan” untuk menegaskan batas-batas kelompok.⁴⁹

Kapitalis dalam dunia dangdut, membuat dangdut bukan hanya sebagai musik dan hiburan, lebih dari itu dangdut sudah menjadi profesi dan gaya hidup. Dangdut bukan lagi menjadi hal yang sekedar dikonsumsi, melainkan juga menjadi komoditas penting dalam perputaran ekonomi masyarakat. Musik dangdut yang dapat dinikmati dengan goyangan, membuat beberapa orang memanfaatkannya dengan memuaskan diri sebagai hiburan, tidak hanya itu, beberapa di antaranya, juga menikmatinya dengan minuman keras sebagai pengantar menuju kenikmatan bergoyang.

Dan kecenderungan yang lain dari jaman sekarang adalah ditandai dengan proses estetisasi dalam kehidupan, yakni menguatnya kecenderungan hidup sebagai proses seni. Produk yang dikonsumsi tidak lagi dilihat dari fungsi, tetapi dari simbol yang berkaitan dengan identitas dan status. Pada saat kecenderungan ini terjadi esensi kehidupan menjadi tidak penting karena sebagai sebuah seni, kehidupan memiliki makna keindahan sehingga yang dihayati dari hidup itu adalah Citra, dan di sini etos konsumtif (simbolis) jauh lebih penting daripada etos produktif.⁵⁰ Dan musik dangdut di sini menjadi produk yang dikonsumsi. Kembali dapat kita lihat bahwa musik dangdut bukan lagi menjadi musik etis, tetapi telah menjadi musik estetis karena adanya dangdut koplo, ini menunjukkan adanya

49. Irwan Abdullah, *Konstruksi...*, hlm. 51.

50. Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 107-112.

pergeseran di dalam perkembangan musik dangdut yang dibentuk oleh kaum kapitalis menjadi salah satu wujud pelampiasan hawa nafsu. Dengan demikian, yang dikonsumsi dalam hal ini adalah bukan esensi bermusik, tetapi bagaimana musik hadir sebagai simbol aktualisasi diri dalam melakukan hura-hura.

Menurut Roland Barthes, ada dua pembedaan terhadap musik: musik yang didengar dan musik yang dimainkan seseorang. Kedua musik ini adalah dua seni yang sangat berbeda satu sama lain, yang memiliki sejarah, pengaruh sosiologis, estetika, dan erotikanya masing-masing. Musik yang sama bisa jadi kurang menggigit jika penciptanya memainkannya untukmu, tetapi akan menggetarkan jika kamu yang memainkannya untuk dia.⁵¹

Tentu tidak ada dasar yang menyatakan bahwa musik dangdut koplo harus dinikmati dengan mengkonsumsi minuman keras, namun kondisi yang membedakan hal itu, berdasarkan jenis musik yang beredar di pasaran, sebenarnya banyak musik yang dijadikan alasan orang untuk mabuk minuman keras. Dangdut hanya menjadi salah satu jenis musik yang menjadi kambing hitam atas hal ini. Sehingga banyak orang mengidentikkan musik dangdut dengan musik maksiat. Ini menjadi lengkap setelah ada beberapa penampilan dengan goyang erotis, lirik yang membuai aura, dan juga pemabuk yang hadir di antara kerumunan penonton, yang menjadi lebih parah lagi adalah ketika sebuah pertunjukkan harus berubah menjadi ajang tawuran. Tawuran menjadi hal yang tak terelakkan, sebab pengaruh alkohol yang tinggi membuat orang tidak bisa tersadarkan lagi.

51. Roland Barthes, *Imaji Musik Teks*, terj. Agustinus Hartono, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 153.

Tidak menjadi hal yang mengherankan jika ada seniman dangdut menciptakan lagu berjudul *oplosan*. Dalam lagu ini terdapat nasihat dan himbauan untuk segera menghentikan kebiasaan hura-hura tersebut, karena lagu ini hadir sebagai jawaban atas semakin memburuknya pandangan masyarakat terhadap musik dangdut. Lagu *oplosan*, merupakan bentuk dari representasi kehidupan sehari-hari dan disimulasikan dalam bentuk lagu yang sesuai dengan realitas.

Hiperrealitas dangdut koplo terjadi ketika dangdut sudah tidak hanya sebagai rujukan hiburan bermusik, melainkan sudah menjadi gaya hidup. Sudah tidak ada lagi batasan yang kokoh lagi antara kehidupan sehari-hari dengan menikmati musik, bahwa dalam menikmati dangdut adalah bagian dari hidup. Faktor ekonomi juga mendukung hal ini, kebanyakan musik dangdut koplo identik dengan kehidupan kelas bawah dan marjinal.

Lirik dangdut koplo yang kebanyakan berisi tentang kisah dan luapan hati mengenai asmara dan kehidupan sosial. Imbasnya, dangdut koplo bisa begitu mudah diterima oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah. Juga dalam setiap hajatan, masyarakat sering mengundang orkes dangdut daripada harus mengundang *genre* musik yang lainnya, karena lebih murah dalam hal finansial.

Memang tidak ada kasta antara dangdut dengan musik lainnya, akan tetapi terlihat adanya jurang pemisah yang dalam, tapi jelas itu adalah sebuah keniscayaan, karena memang inilah musik. Setiap penikmat bebas memilih selera masing-masing, dan sebagian besar penduduk Indonesia berada dalam

ekonomi menengah ke bawah, maka tak heran bila dangdut koplo mudah berkembang dan menjadi gaya hidup masyarakat.