

## Naper

### Rubrik

Berita Utama

Metropolitan

Naper

Nusantara

Bisnis &  
Investasi

Iptek

Nasional

International

Opini

Dikbud

Olahraga

Jawa Timur

Jawa Tengah

Finansial

Berita Yang  
lalu

Otomotif

Ilmu

Pengetahuan

Pergelaran

Audio Visual

Kesehatan

Teropong

Teknologi  
Informasi

Muda

Swara

Sorotan

Dana

Kemanusiaan

Properti

Bentara

Wisata

Fokus

Telekomunikasi

Ekonomi

Rakyat

Pustakaloka

Jendela

Ekonomi

Internasional

Bahari

Info Otonomi

Minggu, 02 Maret 2003

Search :

### Berita L

- ASAL US
- NAMA D
- PERISTI
- KILASAP
- PERISTI

## ASAL USUL

### POP

FENOMENA Inul memberikan ilustrasi bagus tentang beda, persaingan, dan tumpang-tindih di antara "budaya pop" dan "budaya massa".

Dalam kajian budaya pernah ada debat seru tentang kebudayaan yang subur bersama bangkitnya industri dan kota-kota abad ke-20. Beda dari kebudayaan klasik dari keraton maupun akademi modern. Beda pula dari kebudayaan adat milik suku-suku tua.

Sebagian pengamat yang sinis menamakannya "budaya massa". Pandangan seperti ini pernah menguasai sebagian besar elite yang sok di Indonesia. Bukan hanya di zaman rezim Soekarno yang anti-Koes Bersaudara. Tapi, juga para sarjana Orde Baru. Contoh pandangan mereka terekam bagus dalam berbagai artikel di jurnal Prisma.

Menurut mereka yang sinis, kebudayaan kota industrial hanyalah sampah buatan pabrik hiburan. Ini siasat kaum kapitalis yang memanipulasi fantasi dan mimpi kaum buruh dan kelas menengah yang terasing di Ibu Kota. Jauh dari adat kampung, tak mampu menggapai seni tinggi dari keraton maupun akademi. Seleranya dianggap kampungan. Harganya kacang. Kalau ada "isi"nya yang verbal atau naratif, maka biasanya berwatak cengeng, vulgar, atau membodohi nalar.

Tapi, tidak sedikit pengamat yang berpendapat lain. Menurut mereka tidak semua kebudayaan kota sampah industri. Kehidupan kota diyakini punya "budaya pop", bukan "budaya massa". Yakni budaya yang bangkit dari kalangan rakyat jelata kota, dikonsumsi oleh, dan untuk mereka sendiri. Tanpa campur tangan industri.

Pada awal 1970-an dangdut pernah menduduki posisi seperti itu. Ia dinyanyikan di kampung-kampung oleh rakyat kota, dengan boks bekas bungkus sabun yang diikat dengan karet bekas ban sepeda. Mereka berdendang tentang kehidupan jelata di kota. Bertahun-tahun dangdut dilecehkan kaum terdidik kota. Setelah terbukti tidak mati atau takluk, dangdut diangkat kaum berduit dan bergengsi sebagai barang dagangan. Diproduksi massal, untuk dikonsumsi massal juga, seperti sabun, sampo, atau sandal.

KASUS Inul menarik, tapi juga banyak disalah-pahami orang. Ini bukan kisah orang daerah yang bermimpi, lalu berhasil menjadi bintang di Ibu Kota. Paling sedikit hingga awal 2003 Inul adalah kisah orang yang tampil kerasan di daerah. Tak peduli pada yang di Ibu Kota. Tapi, kaum pedagang Ibu Kota berlomba mendapatkan perhatian dan kepercayaan darinya, demi kepentingan komersial.

Bukannya Inul tidak tergiur menjadi primadona di Ibu Kota. Ia juga tidak serta-merta menolak gemerencing dan gemerlap industri hiburan. Tapi, tampaknya pentas daerah baginya bukan syarat yang menjengkelkan, tapi perlu dijalani untuk menuju sukses di Ibu Kota.

Di Jawa Timur, rekaman VCD Inul dan sejumlah musikus dangdut lain laris. Tapi hanya tersedia di kaki lima dan pasar senggol yang becek jika hujan. Harganya sepertiga harga kopi secangkir di Excelso atau Oh La La di Jakarta. Bahkan, sesudah Inul tampil di televisi swasta nasional, tidak satu pun dari sejumlah toko "kelas menengah" yang sempat saya kunjungi di Jawa Timur menjual VCD Inul, biar pun mereka menjual berbagai VCD bajakan lain.

Banyak orang membahas Inul sebatas goyang pinggulnya. Oke-oke saja. Tapi sayang, tidak banyak yang beranjak lebih jauh. Inul unggul dibandingkan penyanyi dangdut sezaman dalam sejumlah hal lain. Misalnya, dalam bersikap terhadap politik dan kebudayaan.

Perhatikan dalam soal bertutur kata di kalangan penyanyi atau pembawa acara pentas dangdut. Sebelum atau sesudah sebuah lagu dibawakan, kebanyakan dari mereka bicara "tinggi", seakan-akan sedang tampil di pusat hiburan metropolitan. Ini bukan melulu soal logat Jakarta. Tetapi seluruh kerangka bertutur yang khas a la "bintang" metropolitan, jika bukan MTV Asia. Mereka tampil sebagai dampak dan imitasi industri musik hiburan global, yang diecer di televisi dan pentas tur musikus "besar".

Inul lain! Ia tidak naik panggung dan menyapa penonton dengan "Assalamu'alaikum" atau "Selamat malam hadirin". Ia berbicara dalam bahasa Jawa Ngoko yang dianggap kasar oleh kaum priyayi. Ia tidak bicara tentang "goyang pinggul" seperti para pembahasnya. Ia bertanya pada penonton apakah "bokong" (pantat) miliknya "gede" (besar). Ketika penonton bersorak mengiyakan, Inul menjawab "Alhamdulillah". Lalu jreng, musik intro masuk, dan Inul berdendang dengan lirik pembuka "bokong gede" dan "Alhamdulillah".

Sementara bicaranya blak-blakan dan segar, baik pakaian maupun gerakan kaki Inul jauh lebih "sopan" ketimbang rekan-rekannya sezaman, seprofesi, dan seprovinsi. Disengaja atau tidak, pesona Inul tampil dari sikap dan kepribadian yang radikal pada dangdut, dan secara tak langsung pada politik kebudayaan di Indonesia.

Yang melegakan, pengamat kebudayaan Indonesia juga semakin dewasa dalam analisis budaya. Berbeda daripada kaum sarjana di masa berjayanya ilmu sosial dan jurnal Prisma, kini banyak yang langsung mengenali gejala Inul sebagai bagian dari gejala politik Indonesia. Goyang Inul sering dibandingkan dengan goyang politik. Bahkan, "bokong" (pantat) Inul dibandingkan dengan tampang kaum politikus berkulit badak yang berebut harta negara dan kuasa pemerintahan.

Tapi, itu pengamatan khas kaum elite di Jakarta. Untuk rakyat daerah asal Inul di Jawa Timur, Inul sudah besar tanpa harus dikait-kaitkan dengan para bandit politik Ibu Kota. Dan, kebesaran Inul tidak hanya terletak di antara pinggulnya. Kalau soal yang terakhir ini banyak penyanyi lain yang lebih "saru" (jorok) dan seru. Tapi mereka kalah pamor ketimbang Inul. Ini yang banyak luput dari pengamat jauh di media massa.

Design By KCM  
Copyright © 2002 Harian **KOMPAS**