

**PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK  
DALAM PROSES KOMODIFIKASI COZY  
DI KEDAI KOPI DEMANG SURAKARTA**

**SKRIPSI KARYA ILMIAH**



Oleh

**Eko Yulianto**  
NIM 00112117

**FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2019**

**PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK  
DALAM PROSES KOMODIFIKASI COZY  
DI KEDAI KOPI DEMANG SURAKARTA**

**SKRIPSI KARYA ILMIAH**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai derajat Sarjana S-1  
Program Studi Etnomusikologi  
Jurusan Etnomusikologi



oleh

**Eko Yulianto**  
NIM 00112117

**FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA**

**2019**

# PENGESAHAN

Skripsi Karya Ilmiah

## PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK DALAM PROSES KOMODIFIKASI COZY DI KEDAI KOPI DEMANG SURAKARTA

Yang disusun oleh

**Eko Yulianto**  
NIM 00112117

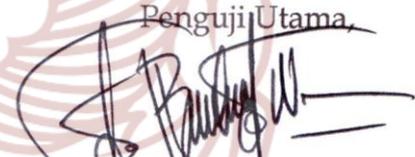
Telah dipertahankan di hadapan dewan penguji  
pada tanggal 26 Desember 2019

### Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji,

  
**Iwan Budi Santosa, S. Sn. M. Sn.**  
NIP: 197305062000031002

Penguji Utama,

  
**Dr. Bondet Wrahatnala, S. Sos., M. Sn.**  
NIP: 197912022006041001

Pembimbing,

  
**Bondan Aji Manggala, M. Sn.**  
NIP. 198105272008121001

Skripsi ini telah diterima  
sebagai salah satu syarat mencapai derajat Sarjana S-1  
pada Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

Surakarta,  
Dekan, Fakultas Seni Pertunjukan  
  
**Dr. Sugeng Nugroho, S.Kar, M.Sn.**  
NIP. 196509141990111001  


## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ini hanyalah lompatan kecil, sedangkan perjalanan masih panjang.  
Bermainlah, nak!”

**Eko Yulianto**



Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Kedua orang tua
- Binti Nur Khayana
- Abigail Hodessalsa Bicho dan Roseptiana Pasadha Bincho
- Semua kawan yang telah mendahului

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Eko Yulianto  
NIM : 00112117  
Tempat, Tgl. Lahir : Sukoharjo, 17 Juli 1980  
Alamat : Menggungan RT. 01, RW.02,  
Ngemplak, Sawahan, Boyolali, Jawa  
Tengah  
Program Studi : S-1 Etnomusikologi  
Fakultas : Seni Pertunjukan

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya dengan judul: "Pertunjukan Musik Akustik dalam Proses Komodifikasi *Cozy* di Kedai Kopi Demang Surakarta" adalah benar-benar hasil karya cipta sendiri, saya buat sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan bukan hasil jiplakan (plagiasi).
2. Saya menyetujui karya tersebut dipublikasikan dalam media yang dikelola oleh ISI Surakarta untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan penuh rasa tanggung jawab atas segala akibat hukum.

Surakarta, 25 Desember 2019  
Penulis,



Eko Yulianto

## ABSTRACT

The researcher interested in community lifestyles that often hang out at Demang Coffee Shop which is considered more cozy than other cafes. This study aims to reveal the role of acoustic music performances in the process of cozy commodification in Demang Coffee Shop Surakarta. The questions that must be elaborated include: (1) What is the conception of acoustic music?; (2) What is the form of acoustic music performances at Kedai Kopi Demang?; and (3) What is the role of acoustic music performances in the process of cozy commodification in Kedai Kopi Demang? In its efforts to explore and understand music phenomena in the context of the cafe performance space at the Demang Coffee Shop, this study uses the commodification theory of Georg Lukacs, Theodor Adorno, and Yasraf Amir Piliang; while the theory of lifestyle uses the thoughts of David Chaney and Yasraf Amir Piliang. This research is a qualitative research. Qualitative data collected was obtained by data collecting methods such as: observation, interview, literature study, and documentation; and the method of analysis using interpretation that are realized in an analytical descriptions.

The results show that: (1) acoustic music has changed principally to adjust the context of its needs in Demang Coffee Shop; (2) the form of acoustic music performances in Demang Coffee Shop is structured and systematic because the elements or components of the performance have an archetype or connectedness with each other in the context of cozy commodification; and (3) reggae genre music and its jamming presentation succeeded in bringing together lifestyle identities brought from the reggae community, motorcycle community (vespa), and vapor community.

**Keywords :** *acoustic music, life style, and commodification of cozy.*

## ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ketertarikan peneliti terhadap gaya hidup komunitas yang sering *nongkrong* di Kedai Kopi Demang yang dianggap lebih *cozy* daripada kafe lainnya. Penelitian ini bertujuan mengungkap peran pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang Surakarta. Pertanyaan-pertanyaan yang harus diuraikan antara lain: (1) Bagaimanakah konsepsi dari musik akustik?; (2) Bagaimanakah bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang?; dan (3) Bagaimanakah peran pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang? Dalam upayanya menelusuri dan memahami fenomena musik dalam konteks ruang pertunjukan kafe di Kedai Kopi Demang tersebut, maka penelitian ini menggunakan teori komodifikasi Georg Lukacs, Theodor Adorno, dan Yasraf Amir Piliang; sementara teori tentang gaya hidup menggunakan pemikiran dari David Chaney dan Yasraf Amir Piliang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data-data kualitatif yang dikumpulkan didapat dengan metode penggalian data seperti: observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi; dan metode analisisnya menggunakan interpretasi yang diwujudkan dalam suatu deskripsi analitis.

Hasil dari menunjukkan bahwa: (1) musik akustik telah mengalami pergeseran secara prinsipal menyesuaikan konteks kebutuhannya di Kedai Kopi Demang; (2) bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang bersifat terstruktur dan sistematis karena unsur-unsur atau komponen-komponen pertunjukannya memiliki suatu pola dasar atau keterhubungan satu sama lain dalam konteks komodifikasi *cozy*; dan (3) musik bergenre *reggae* dan penyajiannya secara *jamming* berhasil mempertemukan identitas-identitas gaya hidup yang dibawa dari komunitas *reggae*, komunitas motor (*vespa*), dan komunitas *vapor*.

**Kata kunci :** musik akustik, gaya hidup dan komodifikasi *cozy*.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat serta karunia-Nya telah terselesaikan Tugas Akhir skripsi Dengan judul “Pertunjukan Musik Akustik dalam Proses Komodifikasi *Cozy* di Kedai Kopi Demang Surakarta” untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Jurusan Etnomusikologi, Fakultas Seni Pertunjukan Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.

Penyelesaian Tugas Akhir skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, secara khusus penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Ibarat pepatah mengatakan “tak ada gading yang tak retak”, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Surakarta, 25 Desember 2019

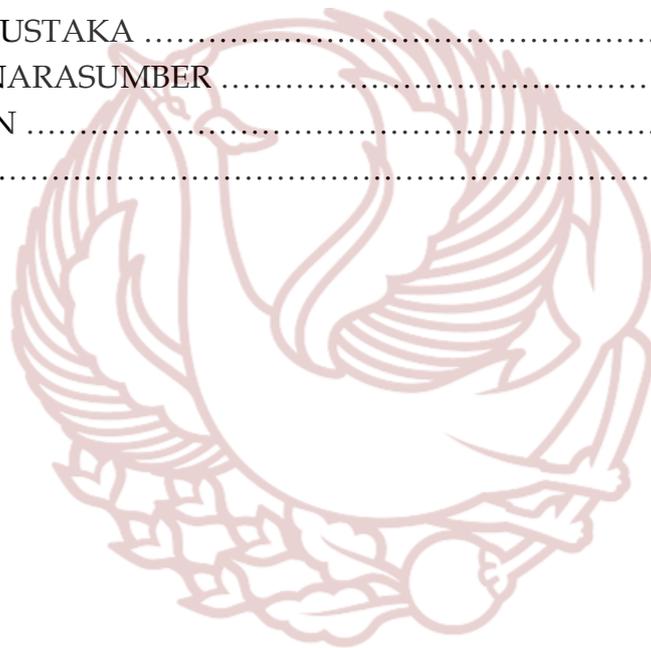


Eko Yulianto

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                             | ii   |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                  | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                             | iv   |
| ABSTRAK .....  | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                 | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                     | viii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                              | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                      | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                             | 10   |
| C. Tujuan Penelitian .....                           | 11   |
| D. Manfaat Penelitian .....                          | 11   |
| E. Tinjauan Pustaka .....                            | 12   |
| F. Landasan Teori .....                              | 15   |
| G. Metode Penelitian .....                           | 24   |
| H. Sistematika Penulisan .....                       | 26   |
| BAB II KONSEPSI MUSIK AKUSTIK .....                  | 28   |
| A. Akustik .....                                     | 28   |
| B. Musik .....                                       | 31   |
| C. Musik Akustik .....                               | 34   |
| 1. Contoh Alat Musik Akustik .....                   | 40   |
| a. Gitar .....                                       | 40   |
| b. Biola .....                                       | 40   |
| c. <i>Cajon</i> .....                                | 42   |
| 2. Perbedaan Antara Musik Akustik dan Elektrik ..... | 42   |
| 3. Amplifikasi .....                                 | 43   |
| D. Band Akustik .....                                | 43   |

|  |    |
|--|----|
| BAB III BENTUK PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK DI KEDAI KOPI<br>DEMANG .....   | 45 |
| A. Komponen dalam Pertunjukan .....  | 47 |
| B. Pola Pengaturan Komponen Bangunan Pertunjukan .....   | 50 |
| BAB IV PERAN PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK DALAM PROSES<br>KOMODIFIKASI COZY DALAM RUANG KAFE KEDAI KOPI<br>DEMANG ..... | 55 |
| A. <i>Cozy</i> dan Gaya Hidup Kafe .....   | 56 |
| B. <i>Cozy</i> sebagai Objek Komodifikasi .....  | 63 |
| C. Peran Musik Akustik dalam Proses Pembentukan <i>Cozy</i> .....  | 67 |
| BAB V PENUTUP .....  | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 77 |
| DAFTAR NARASUMBER .....  | 80 |
| LAMPIRAN .....   | 81 |
| BIODATA .....  | 86 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang, sumber pengetahuan melimpah ruah dengan segala kemudahan akses yang dimilikinya, memungkinkan manusia berpikir tanpa batas. Bersamaan dengan itu, kompleksitas kebutuhan berkembang sedemikian rupa, dan menjadikan seni musik bukan sekadar sebagai pemenuh kebutuhan estetis semata. Persinggungannya dengan kapitalisme yang masif, membuat seni musik menjadi komoditas seni. Seperti realitas musik pop sebagai produk atau komoditas dalam industri musik. Di sini musik tidak hanya direkam, digandakan secara massal, lalu dipasarkan, akan tetapi juga dapat dijual melalui panggung-panggung konser.

Perkembangan selanjutnya, kini musik bahkan tidak hanya menjadi sebuah komoditas yang berdiri sendiri. Pengetahuan pelaku bisnis terhadap daya musik dan gejala sosial mutakhir, membuat musik kemudian banyak dimanfaatkan menjadi bagian dari suatu komoditas. Artinya diintegrasikan dengan berbagai komoditas seperti film, komoditas industri pariwisata, olahraga, dan sebagainya. Begitu juga

halnya dengan pertunjukan seni musik akustik yang kian marak hadir di lobi hotel, kafe atau rumah makan di kawasan perkotaan. Dalam konteks ini, selain sebagai objek pemenuhan kebutuhan gaya hidup masyarakat, seni musik akustik diposisikan menjadi bagian dari komoditas yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis tersebut.

Kenyataan tersebut juga terjadi di lingkungan kehidupan masyarakat di kota Solo. Perkembangan kota ini terbilang cukup pesat. Pembangunan infrastruktur kota beriringan dengan berkembang pesatnya dunia bisnis, industri, dan pendidikan, telah mengubah wajah kota Solo dari tahun ke tahun. Industri pariwisata termasuk menjadi prioritas di kota ini. Hal tersebut didukung oleh kenyataan keunikan budaya serta banyaknya peninggalan bersejarah yang masih terjaga di kawasan Solo. Di samping itu, berdasarkan data dari Ikatan Ahli Perencanaan Indonesia (IAP)<sup>1</sup> tahun 2018, kota Solo dinyatakan termasuk dalam kategori tujuh kota di Indonesia yang layak huni. Kenyataan ini telah menjadikan Solo sebagai salah satu kota tujuan, tidak hanya tujuan wisata, bisnis, pendidikan, namun juga menjadi tempat tujuan untuk berdomisili.

---

<sup>1</sup> Info lebih lanjut dapat ditelusuri di infografis yang diposting oleh akun Instagram *Good News From Indonesia* (GNFI). IAP melakukan uji kelayakan dari dua puluh enam kota dan sembilan belas propinsi di Indonesia, di mana masing-masing kota diwakili oleh seratus hingga dua ratus warga yang menetap. Indikator kelayakan meliputi: kecukupan pangan, fasilitas peribadatan, pengelolaan air bersih, fasilitas pendidikan, fasilitas kesehatan, transportasi, keselamatan kota, pengelolaan air kotor dan drainase, fasilitas pejalan kaki, dan informasi pembangunan dan keterlibatan masyarakat.

Solo kini kian menjadi kawasan urban, yakni sebuah kota yang dihuni oleh beragam ras, suku, dan agama. Pertumbuhan gaya hidup juga semakin beragam, hal ini beriringan dengan meningkatnya jumlah kalangan muda yang datang dari berbagai daerah, baik untuk melanjutkan studi maupun sebagai *traveler*. Kenyataan inilah yang merangsang menjamurnya bisnis kafe (di samping kontrakan, apartemen, hotel, mall dan sebagainya) di kota Solo. Faktor penting selanjutnya adalah kenyataan umum bahwa bisnis kafe telah bertransformasi menjadi ruang yang mewadahi berbagai bentuk pilihan gaya hidup masyarakat kota Solo.

David Chaney mengemukakan bahwa gaya hidup merupakan ciri masyarakat modern (Chaney, 2011:40). Realitas globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme, yang ditandai oleh menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan, industri mode, industri kecantikan, industri kuliner dan sebagainya, adalah faktor penting dalam tumbuh kembangnya beragam pilihan gaya hidup di tengah masyarakat. Gaya hidup dalam konteks masyarakat modern tersebut adalah objek konsumsi, yakni sesuatu yang dengan sengaja dikembang biakkan oleh para pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan material atau melipat gandakan modal.

Istilah gaya hidup merujuk pada pola perilaku masyarakat yang mementingkan “gaya”, tampilan, atau disebut juga dengan “dunia tampak luar”. Masyarakat gaya hidup adalah masyarakat yang memiliki

obsesi berlebihan terhadap “citra”. Dalam konteks ini, citra dari gaya yang ditampilkan menjadi dasar dari eksistensi masyarakat tersebut. Melalui kalimat sederhana Chaney menuturkan “kamu bergaya maka kamu ada” (Chaney, 2011:16). *Nongkrong* dan *ngopi* di kafe merupakan salah satu contoh pilihan gaya hidup. Misalnya aktivitas *ngopi* di kafe, minum kopi di sini tidak sekadar meminum dengan memasukkan kopi ke dalam tubuh sehingga mendapat kenikmatan sensasi rasa kopi. Pergi *ngopi* ke kafe dalam konteks ini disertai dengan tujuan-tujuan lain, yaitu motif kenikmatan eksistensial. Selaras dengan pendapat Piliang<sup>2</sup>, bahwasannya *ngopi* di sini tidak hanya melibatkan unsur-unsur budaya fisik, melainkan juga budaya non fisik. Motif kenikmatan eksistensial itulah yang dimaksud sebagai budaya non fisik yang beroperasi di balik gaya dan penampilan.

Kafe Kedai Kopi Demang merupakan salah satu kedai kopi favorit kalangan remaja di kota Solo<sup>3</sup>. Sajian pamungkas yang disuguhkan kafe Kedai Kopi Demang ini adalah aneka ragam kopi, di samping didukung dengan beberapa menu makanan dan minuman lainnya. Pengetahuan pengelola Kedai Kopi Demang terhadap kebutuhan gaya hidup kalangan remaja, mempengaruhi pilihannya dalam mengatur apa saja yang dapat disuguhkan di kafanya. Dalam upaya menarik pelanggannya, seperti

---

<sup>2</sup> Yasraf Amir Piliang dalam essainya “Konsumsi, Selera, dan Perubahan Sosial” dalam buku *Menggeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. 2006. Hlm 390.

<sup>3</sup> Menurut pengamatan pada penelusuran di *search engine google*.

kafe-kafe pada umumnya, pengelola Kedai Kopi Demang juga menata desain ruang kafanya sedemikian rupa. Penataan tersebut di antaranya seperti pemilihan dan penataan perabotan, penataan pencahayaan warna dinding dan lampu, berbagai tatanan pajangan meja racik dan hiasan dinding, hingga menyediakan ruang pertunjukan seperti musik akustik yang menjadi objek material kajian ini.

Berbagai objek dan tatanan desain tersebut adalah ragam objek tanda atau teks-teks yang sengaja diproduksi pengelola untuk kepentingan penjualan. Berbagai objek tersebut dapat dianalogikan sebagai *sesajen* atau teks-teks yang berfungsi sebagai prasyarat kenikmatan dalam tindakan konsumsi masyarakat gaya hidup di kafe. Dengan kata lain, keberadaan teks-teks tersebut akan menghantarkan pelanggan pada realitas yang dalam istilah emiknya disebut dengan "*cozy*".

Istilah "*cozy*" sendiri merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang berarti "nyaman". Oleh kalangan muda, istilah "*cozy*" tersebut menjadi bermakna khusus, yakni berkaitan dengan konteks ruang tempat nongkrong, yaitu kafe. Misal sebuah perbincangan ajakan, "Nyari tempat *cozy* yo, Gus!" ("Mencari tempat yang *cozy* yuk, Gus!"), pengertiannya tidak hanya sekadar mencari, namun sebuah ajakan untuk nongkrong di tempat yang *cozy*. Sementara itu, tempat *cozy* sendiri dalam persepsi umum anak muda tersebut tidak lain adalah merujuk pada suatu objek yaitu kafe.

Realitas *cozy* tersebut sangat menentukan tingkat penjualan dagangan di kafe. Keberadaan pertunjukan musik akustik yang disediakan di Kedai Kopi Demang adalah salah satu upaya pengelola dalam menciptakan suasana *cozy* tersebut. Sebenarnya banyak kafe di Solo yang juga menyuguhkan pertunjukan musik akustik, seperti kafe Tiga Tjeret, AM-PM, Coffee Shop, Social Kitchen, dan sebagainya. Namun pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang dilangsungkan dengan cara yang tidak biasa seperti kafe-kafe pada umumnya di Solo. Mayoritas kunjungan para pelanggan ke Kedai Kopi Demang digerakkan oleh keberadaan panggung musik akustik yang khas dari kafe tersebut. Desain khusus pertunjukan musik akustik Kedai Kopi Demang telah berhasil menjadi ikon dan sumber utama dari penciptaan realitas *cozy*.

Musik akustik sendiri merupakan istilah bagi sebuah kategori musik yang sudah tidak asing bagi umumnya kalangan muda di perkotaan, termasuk kalangan muda di kota Solo. Musik akustik oleh kalangan muda dipahami sebagai suatu musik yang diproduksi melalui alat-alat musik akustik, seperti gitar (*ritem*, *melodi/lead*, dan *bass*), *cajon*, biola, dan sebagainya. Sementara pertunjukan musik akustik adalah sebuah sajian pertunjukan suatu grup musik akustik secara langsung.

Pada dasarnya, tidak ada materi atau jenis *repertoar* khusus dalam jenis musik akustik. Dalam konteks kafe pada umumnya, materi *repertoar* musik yang disajikan cenderung adalah jenis-jenis musik yang *easy*

*listening*, yakni materi-materi dari jenis musik populer. Begitu juga yang terjadi di Kedai Kopi Demang, namun pilihan materi dan cara menyajikan materi musik di kafe ini memiliki perbedaan dengan kafe lain. Materi musik yang disajikan di sini cenderung adalah lagu-lagu dari jenis musik *reggae*. Adapun lagu-lagu dari jenis musik lain, akan tetapi di sini disajikan dengan gaya musik *reggae*. Irama *reggae* dalam hal ini menjadi tematik dari panggung musik akustik di Kedai Kopi Demang.

Keunikan lainnya dari panggung musik akustik di Kedai Kopi Demang adalah keberadaan tradisi *jamming*. Di kafe ini siapa saja diperbolehkan memainkan musik, apalagi hanya sekadar meminta lagu. Kenyataan inilah yang menjadi daya tarik Kedai Kopi Demang. Kafe ini menjadi diminati karena telah mampu mewadahi gaya hidup dari para pelanggan kedai tersebut. Sebab para pelanggannya sendiri adalah masyarakat dari kalangan pecinta musik *reggae*. Pada situasi inilah *cozy* terjadi, di mana dunia atau identitas “kedirian” pelanggan tersebut dapat eksis di ruang kafe Kedai Kopi Demang tersebut.

Di samping kenyataan diminatinya ruang pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang tersebut, terdapat sebuah realitas yang memungkinkan dipandang kontras dari nyaman dalam persepsi umum masyarakat konsumerisme. Ruang yang nyaman dalam konteks budaya masyarakat konsumsi cenderung merujuk pada kemewahan, bangunan yang megah, interior yang elegan, dan sebagainya. Kedai Kopi Demang

dapat dikatakan jauh dari kemewahan. Arsitektur bangunannya sederhana, berbentuk kotak persegi panjang dengan ukuran 3.5 x 13 meter. Di bagian paling belakang adalah area dapur dan toilet. Lalu di depan dapur tersebut adalah meja racik sekaligus kasir. Di depan meja racik inilah posisi dari panggung musik akustik Kedai Kopi Demang, dengan ukuran yang terbilang sempit berkisan 3 x 3 meter. Sisa ruang selebihnya adalah area meja pelanggan kafe, yakni berkisar 3.5 x 7 meter lalu ditambah dengan pemanfaatan area lobi berkisar 3.5 x 3 meter. Begitu juga dengan aneka jenis perabotan seperti kursi dan meja pelanggan, yang mana faktanya di sini bukanlah kelas perabotan mewah.

Kesederhanaan dari fakta fisik Kedai Kopi Demang tersebut ternyata tidak mengurangi intensitas penjualan, yang berarti juga tidak mengurangi intensitas serta minat pelanggan untuk datang berkunjung dan nongkrong di kafe tersebut. Kenyataan ini memberi pemahaman bahwa *cozy* dalam konteks gaya hidup kafe tidak ditentukan oleh kemewahan atau kelas ruang fisik. *Cozy* lebih ditentukan oleh keadaan di mana pelanggan mendapatkan akses terhadap pilihan gaya hidup yang dipandang sebagai identitas diri mereka.

Menurut pandangan penulis, pengetahuan seputar *cozy* dan gaya hidup *nongkrong* di kafe itulah yang dimiliki oleh pemilik atau pengelola sebagai konseptor kafe Kedai Kopi Demang. Berdasarkan itu, maka dapat dinyatakan bahwa *cozy* adalah bagian dari komoditi atau objek dagang

dari kafe tersebut. *Cozy* dalam konteks ini dipandang sama keberadaannya dengan aneka ragam kopi serta ragam jenis minuman dan makanan yang menjadi daftar menu dagangan Kedai Kopi Demang.

*Cozy* sebagai komoditi berarti juga bahwa jasa pelayanan yang telah dirubah menjadi produk yang bernilai tukar uang. Meskipun pada praktiknya tidak dinyatakan secara langsung, namun nilai tukar *cozy* ini telah diintegrasikan ke dalam harga jual daftar menu sajian Kedai Kopi Demang. Sehingga tingkatan harga dari daftar menu sajiannya, misal kopi, berada di atas harga kopi pada umumnya di warung-warung biasa. Di samping itu, nilai tukar atau bayaran *cozy* di sini juga terletak pada *omplong*, yaitu sebuah wadah yang menghimpun uang sawer dari pelanggan sebagai penikmat pertunjukan musik akustik Kedai Kopi Demang. Komodifikasi dalam hal ini sifatnya laten atau tersembunyi dan berkedok dalam suatu sistem yang dinamakan gaya hidup<sup>4</sup>.

Pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang hadir bukan hanya sebagai entitas pemenuh kebutuhan estetis semata, melainkan sebagai medium yang menghantarkan pelanggan pada realitas *cozy*. Keberadaan musik akustik di kafe tersebut bahkan penulis yakini sebagai entitas yang menjadi faktor utama dari terbangunnya *cozy* Kedai Kopi

---

<sup>4</sup> Pilihan gaya hidup *nongkrong*, kafe, dan *ngopi* bagi para pengunjung di Kedai Kopi Demang meliputi kegiatan minum, makan, merokok, menghisap *vapor*, mengobrol, menikmati suasana, mencari hiburan dan beberapa aksi pengunggahan pengalaman *ngopi* di media sosial sebagai pembentuk citra diri.

Demang. Apalagi setelah melihat keadaan ruang fisik dari kafe tersebut (seperti yang telah dipaparkan sebelumnya), realitas ini diyakini tidak banyak atau lebih berkontribusi dari keberadaan musik akustik dalam proses penciptaan *cozy* di kafe tersebut. Sementara itu, musik adalah bagian dari gaya hidup. Berbagai jenis musik yang tumbuh dalam kehidupan budaya musik, secara bersamaan juga telah melahirkan berbagai pilihan kategori gaya hidup musik. Setiap kategori ini memiliki gaya, identitas, “pandangan dunia” yang dianut oleh masing-masing para pendukungnya. Kenyataan gaya hidup inilah diantaranya yang menjadikan musik memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis. Faktanya kemudian, musik banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis, terutama pemilik Kedai Kopi Demang untuk melahirkan komoditas yang disebut *cozy*. Pertunjukan musik akustik dalam konteks ini adalah entitas penting dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang.

## **B. Rumusan Masalah**

Dilihat dari pemaparan di atas, terdapat beberapa kata kunci yang menjadi pokok persoalan di dalam penelitian ini, meliputi: pertunjukan musik akustik, gaya hidup, *cozy*, dan komodifikasi. Dari kata kunci tersebut, penulis merumuskan permasalahan menjadi pertanyaan yang dijawab di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah konsepsi dari musik akustik?
2. Bagaimanakah bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang?
3. Bagaimanakah peran pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dengan demikian, tujuan utama dari dilakukannya penelitian ini memahami konsep musik akustik, memahami bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang, dan memahami peran musik akustik pada ruang pertunjukan di Kedai Kopi Demang tersebut.

### **D. Manfaat Penelitian**

Pertama, manfaat khusus dan praktis yang ingin penulis berikan adalah menyumbang, meneruskan dan memperbarui pustaka tentang penelitian etnomusikologi di ISI Surakarta. Kedua, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru dan memprasaranaikan penelitian-penelitian dan penemuan baru dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Ketiga, hasil penelitian ini menambah perbendaharaan pustaka tentang pertunjukan musik akustik dan perannya dalam proses komodifikasi di kafe.

## E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan untuk menunjukkan keaslian dan posisi penelitian dalam konstelasi penelitian yang sudah ada, serta menunjukkan perbedaan baik dalam hal objek material maupun objek formal. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, menyumbang, dan mendukung kajian penelitian yang penulis lakukan ini yaitu membangun sudut pandang penelitian dan menegaskan posisi objek material yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya.

“Penerimaan Masyarakat Simo Terhadap Komodifikasi Kehidupan Pribadi dalam Segmen Hipnotis Program “Suka Suka Uya” di MNC TV” merupakan hasil penelitian di tahun 2014 yang ditulis oleh Hanief Novia Pahlevi. Skripsi ini merupakan studi khalayak yang bersifat deskriptif kualitatif. Meskipun menggunakan komodifikasi sebagai kata kuncinya, penelitian ini berada pada konteks penerimaan atau sudut pandang masyarakat Simo dengan menggunakan FGD (*Focused Group Discussion*). Pemilihan masyarakat Simo sebagai subjek penelitian sangat menarik mengingat Kecamatan Simo di Kabupaten Boyolali sangat jauh dari kehidupan perkotaan sehingga dalam penerimaan dalam konten yang ditawarkan di dalam acara “Suka Suka Uya” di MNC TV sangat beragam sejalan dengan nilai-nilai sosial-budaya yang ada di dalam masyarakatnya.

Teori yang digunakan dalam penelitian Hanief Novia Pahlevi ini adalah teori ekonomi-politik media dan komodifikasi menurut Mosco, teori *encoding-decoding* oleh Stuart Hall. Bentuk komodifikasi ini berupa konten kehidupan pribadi yang semestinya tidak diangkat menjadi konten yang “dijual” di televisi. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa media memiliki kebebasan berekspresi dalam melakukan praktik hegemoni mengenai apa yang dapat dikonsumsi oleh publik. Meskipun sudut pandang komodifikasi yang digunakan di dalam penelitian ini sangat menarik, namun demikian, konteks yang digunakan di dalam penelitian ini sangatlah berbeda apa yang dilakukan peneliti. Komodifikasi digunakan untuk mengkaji fenomena di dalam pertunjukan musik. Dengan demikian, komodifikasi seni merupakan konsep yang tepat diterapkan di dalam penelitian penulis.

“Komodifikasi Penonton pada Program Musik Televisi Lokal (Kasus Pelibatan Temon Holic pada Program Terminal Dangdut TATV)” skripsi Tiffany Marantika Dewi di tahun 2016 merupakan hasil penelitian yang menjadi tinjauan penting bagi penulis. Skripsi ini menggunakan objek formal yang sama dengan yang penulis lakukan yaitu komodifikasi. Hasil dari penelitian Dewi menunjukkan proses dan bentuk komodifikasi penonton yang di dalam hal ini melibatkan komunitas Temon Holic yang berperan sebagai penonton sekaligus penampil pada program tersebut.

Bentuk komodifikasi yang dipaparkan dalam skripsi Tiffany Marantika Dewi antara lain: komodifikasi isi, komodifikasi tenaga kerja, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi siberetik ekstensif yang didapatkan melalui pengamatan verbal saat produksi program dan wawancara. Skripsi ini menggunakan teori Karl Max dan konsep ekonomi politik Mosco. Perbedaan dari objek formal yang digunakan oleh Dewi dengan yang penulis lakukan adalah persoalan konteks. Dewi memandang fenomena komodifikasi di dalam bidang media massa, sementara penulis memandang komodifikasi di dalam bidang jasa. Objek material yang digunakan di dalam skripsi ini juga berbeda dengan yang penulis lakukan. Dengan demikian, skripsi yang penulis susun ini memiliki pendekatan dan konsep yang berbeda dengan penelitian Dewi ini.

“Transformasi Penggunaan Instrumen Drum Menjadi *Cajon* Pertunjukan Musik Cafe di Surakarta – Studi Kasus Cafe AM-PM Slamet Riyadi Surakarta”, skripsi S-1 yang ditulis oleh Jaduk Indiana tahun 2017, penulis gunakan untuk meninjau perbedaan objek formal. Meskipun objek formal sama-sama membahas mengenai perubahan, dan objek material dan lokasi penelitian relevan dengan penelitian yang penulis lakukan, penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis mengkaji perubahan dalam pandangan sosiologi musik dan menggunakan pendekatan kajian budaya dalam

melihat fenomena perubahan nilai guna menjadi nilai tukar dalam pertunjukan musik akustik yang ada di cafe. Objek material *cajon* yang ditulis oleh Indiana merupakan rujukan penelitian ini karena *cajon* merupakan alat musik yang vital dalam mendeskripsikan pemahaman mengenai bentuk musik akustik itu sendiri. Terminologi musik akustik di dalam penelitian penulis sangat penting untuk mendeskripsikan bentuk pertunjukan musik dalam persepsi yang kontekstual di Kedai Kopi Demang Solo.

Setelah menelusuri dan mempelajari penelitian-penelitian sebelumnya di ISI Surakarta, jelaslah bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis belum pernah ada. Penelusuran itu terkait dengan frasa kata kunci komodifikasi, pertunjukan musik akustik, dan ruang pertunjukan di kafe.

#### **F. Landasan Teori**

Kajian dalam penelitian ini adalah sebuah upaya menelusuri dan memahami fenomena musik dalam konteks ruang pertunjukan kafe khususnya Kedai Kopi Demang. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi, serta didukung oleh teori tentang gaya hidup. Kedua teori tersebut adalah suatu rangkaian teori yang tidak bisa dipisahkan dari perkembangan industrialisasi dan kapitalisme. Dengan kata lain,

perkembangan industrialisasi dan kapitalisme dalam konteks ini adalah akar dari lahirnya berbagai komoditas dan aneka ragam pilihan gaya hidup.

Teori komodifikasi merupakan derivasi dari teori sosiologi Marxisme yang melihat suatu perkembangan peradaban dalam kepentingan ekonomis dan berujung pada fetisime komoditas di dunia barat. Georg Lukacs dalam bukunya yang berjudul *History and Class Consciousness*, menguraikan bahwa komodifikasi merupakan sebuah proses di mana:

Kebebasan untuk mengaktualkan dimensi kemanusiaan dalam masyarakat sebagai ciri autentik kehidupan masyarakat yang mampu memaknai kebebasan dirinya kemudian diganti oleh adanya aktifitas pertukaran nilai uang yang secara objektif menimbulkan keterasingan hidup (Sutrisno dan Putranto, 2005:28).

Dengan kata lain, komodifikasi adalah proses menjadikan berbagai objek seperti barang, jasa, dan sebagainya menjadi sesuatu yang memiliki nilai tukar (uang). Hal ini selaras dengan yang dikatakan Piliang (2011:352), namun lebih tepatnya, Piliang menyebut bahwa komodifikasi sebagai sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya tidak dimaknai sebagai komoditas (bernilai tukar) dan lalu menjadi komoditas. Pernyataan tersebut lebih jelas menunjukkan bagaimana proses komodifikasi terjadi, yakni bermula dari yang bukan komoditas lalu akan menjadi komoditas setelah dijadikan objek dalam tindakan komodifikasi.

Di era industri dan kapitalisme sekarang ini, banyak jenis objek baik itu barang ataupun jasa yang dapat menjadi sebuah komoditas. Pengalaman panjang eksplorasi komoditas yang selama ini dilakukan industri dan perusahaan-perusahaan kapitalis, tampaknya telah menjadikan mereka lebih peka terhadap berbagai hal yang berpotensi menjadi pasar baru. Seperti ungkapan Adorno (Piliang, 2010:87), bahwa komodifikasi tidak hanya terjadi pada barang-barang kebutuhan konsumen semata, akan tetapi juga terjadi pada seni dan kebudayaan pada umumnya.

Berbagai daftar menu sajian di kafe, seperti di Kedai Kopi Demang, sudah barang tentu masuk dalam kategori komoditas. Begitu juga sebenarnya musik ataupun musik akustik, di era industri budaya telah umum dijadikan sebagai komoditas. Seperti musik-musik pop misalnya, yang diproduksi secara massal berdasarkan prinsip-prinsip industri dan komoditas. Musik dalam hal ini telah umum diketahui sebagai sesuatu yang memiliki nilai jual. Sementara pertunjukan musik akustik dalam konteks Kedai Kopi Demang tidak diberlakukan sebagai komoditas. Keberadaan musik oleh pengelola kafe ini lebih ditempatkan sebagai bagian dari perangkat strateginya untuk menarik pelanggan dan meningkatkan daya jual.

Entitas yang dijadikan komoditas di Kedai Kopi Demang sebenarnya adalah efek dari keberlangsungan pertunjukan musik akustik tersebut.

Entitas tersebut ialah sebuah suasana yang dikenal sebagai *cozy*, yakni sebuah komoditas yang tidak dapat dilihat namun bisa dirasakan. *Cozy* dikatakan sebagai komoditas karena diproduksi secara sadar oleh pengelola kafe Kedai Kopi Demang. *Cozy* menjadi sebuah entitas yang sangat berharga bagi pemilik kafe tersebut, sebab tingkat harga dan daya jual komoditas lainnya di dalam kafe ditentukan oleh *cozy*. Semakin *cozy* kafe, semakin berpeluang meningkatnya harga dan daya jual berbagai komoditas di kafe, sebaliknya tanpa *cozy* harga dan daya jual terancam turun. Maka sebagai komoditas, nilai tukar *cozy* terintegrasi ke dalam aneka ragam menu atau komoditas lainnya di ruang lingkup kafe Kedai Kopi Demang.

Istilah *cozy* tidak sekadar berarti nyaman atau kenyamanan (dalam terjemahan bahasa Inggris), kata ini telah menjadi istilah emik kalangan muda perkotaan di Indonesia termasuk kota Solo dalam konteks gaya hidup kafe. Pertunjukan musik akustik pada dasarnya bukan satu-satunya sumber dari terciptanya suasana *cozy*, namun dalam konteks Kedai Kopi Demang musik menjadi entitas yang dominan dalam pembentukan suasana tersebut. Hal pertama bersumber dari sifat dasar musik dan karakteristik musik akustik tersebut yang memang pada konteks umum dipersepsi membawa kenyamanan.

Musik akustik adalah musik (interpretasi pemahaman tentang gejala musik) yang timbul dari penerapan prinsip-prinsip akustik (pendengaran

dan suara fisik) di dalamnya (Kristianto, 2008:2). Adanya prinsip akustik ini digunakan untuk mengoptimalkan, mendukung, menaikkan fungsi dari penggunaan suatu benda atau ruangan untuk mewujudkan bunyi atau suara yang dikehendaki. Pertunjukan musik akustik merupakan kebutuhan selera terhadap warna suara yang identik dengan sumber bunyi yang berasal dari alat-alat musik non elektrik. Musik akustik ini telah umum disukai oleh masyarakat dari lintas ruang dan waktu. Karakteristik kesan bunyi yang ditimbulkan melalui prinsip akustik dari musik akustik tersebut dianggap enak, indah, lembut dan sebagainya yang mengindikasikan kenyamanan. Oleh karena karakteristik dasar persepsi umum terhadap kategori musik inilah pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang dinyatakan berkontribusi besar terhadap terbangunnya *cozy*.

Entitas lainnya yang menunjang *cozy* adalah tata kelola ruang fisik kafe dan tata pelayanan yang diterapkan oleh pengelola Kedai Kopi Demang itu sendiri. Namun satu hal yang perlu disadari pula, bahwa keberadaan *cozy* di Kedai Kopi Demang bukan lahir dari realitas musik akustik, ruang fisik, atau pelayanan kafe itu semata. Keberadaan berbagai fasilitas gaya hidup yang terhimpun di kafe tersebut juga sangat berperan penting dalam terbangunnya *cozy*. Sementara pertunjukan musik akustik yang dihadirkan di Kedai Kopi Demang, dalam konteks ini justru menjadi media yang menghubungkan berbagai jenis gaya hidup di lingkup kafe

tersebut. Pada konteks inilah kontribusi kedua dari keberadaan musik akustik Kedai Kopi Demang. Sifat keterbukaan serta gaya musik yang ditawarkan melalui pertunjukan musik akustik di sini, adalah materi-materi yang berkaitan dengan berbagai pilihan gaya hidup pelanggan Kedai Kopi Demang. Oleh karena itu pelanggan Kedai Kopi Demang menjadi betah nongkrong berlama-lama dan aktif merespon pertunjukan musik akustik di kafe tersebut.

Gaya hidup merupakan sebuah istilah yang sedang hangat diperbincangkan oleh kalangan peminat Kajian Budaya. Istilah tersebut memiliki relasi kuat dengan modernitas, industrialisasi, kapitalisme global, realitas budaya populer, budaya massa, produksi massa, media massa, konsumerisme mutakhir, dan sebagainya. Maka diskusi tentang gaya hidup, akan bersinggungan pula dengan berbagai tema terkait tersebut.

Kegandrungan masyarakat modern terhadap gaya hidup merupakan sebuah capaian gemilang industrialisasi dalam kapitalisme global. Perkembangan berbagai pilihan gaya hidup semakin meningkat semenjak derasnya arus globalisasi industri media (media massa), *shopping mall*, industri mode, industri kecantikan, kuliner, berdirinya sekolah-sekolah mahal, hunian mewah dan sebagainya. Begitu juga serbuan berbagai program tayangan televisi, majalah-majalah mode pria, wanita, kalangan muda dan anak-anak, belum lagi kemudahan akses dan ketersediaan

berbagai informasi di internet, telah menjadi ladang persemaian gaya hidup. Industri terutama melalui industri media atau iklan, dalam hal ini telah berhasil menggiring pola konsumsi masyarakat. Dengan kata lain, pola konsumsi masyarakat teregulasi berdasar pada pola-pola produksi komoditas, yakni melalui strategi pengintegrasian komoditas dengan cita rasa.

Gaya hidup seperti yang dikatakan Chaney (2011:16) adalah kegandrungan terhadap perihal yang berkaitan dengan gaya, cara berpenampilan atau "penampakan luar". Dalam abad gaya hidup, desain gaya dan tampilan permukaan menjadi lebih penting daripada fungsi atau substansi. Oleh karena itulah sebagian besar industri mutakhir memiliki kebutuhan besar terhadap desainer, yakni agar produk-produk komoditasnya dapat ditampilkan lebih menarik serta meningkatkan nilai jual. Hal yang penting juga diketahui terkait gaya hidup adalah kenyataan dimana gaya tidak cukup dilihat dari bagaimana wujud tampilan semata. Setiap komoditas gaya memuat citra atau ilusi-ilusi tentang diri yang telah disematkan industri media melalui iklan dan sebagainya. Oleh karena itu, dasar dari tindakan konsumsi komoditas dalam konteks gaya hidup masyarakat konsumerisme adalah upaya memperoleh citra tersebut.

Masyarakat konsumer mutakhir dikatakan Channey (2011:19) sangat terobsesi terhadap dunia citra tersebut. Citra ideal tentang sesuatu seperti yang disiarkan melalui iklan misalnya, ialah ilusi yang mampu

memanipulasi tindakan konsumsi konsumen. Masyarakat konsumen dibuat gandrung dan terombang-ambing oleh janji psikologis yang ditawarkan melalui citra iklan tersebut. Begitu juga dengan barang-barang komoditas yang dikenakan oleh selebritis, musisi, politisi, figur-figur publik dan sebagainya, akan ditiru oleh masyarakat karena mengandaikan citra diri dari tokoh-tokoh yang memakainya tersebut. Sebab, dalam abad gaya hidup masyarakat tidak hanya sebagai penonton tokoh selebritis dan semacamnya itu, akan tetapi juga meyakini dirinya sebagai orang yang ditonton. Pada konteks inilah gaya menjadi modus keberadaan masyarakat modern.

Masyarakat konsumsi, terutama kalangan muda yang tengah gelisah mencari identitas diri, gaya hidup telah menjadi semacam tuntutan eksistensi. Tanpa gaya hidup maka seseorang dapat terperosok dalam jurang kematian eksistensial, seperti yang diungkap Chaney sebelumnya dengan pernyataan “kamu bergaya, maka kamu ada”. Kebutuhan terhadap gaya hidup dalam hal ini menjadi masif. Kehidupan sehari-hari, penampilan dan bahkan tubuh atau diri mengalami estetisasi. Artinya tubuh menjadi sebuah proyek benih penyemaian gaya hidup (Chaney, 2011:15-16).

Budaya *ngopi* merupakan salah satu pilihan gaya hidup yang belakangan ini marak digandrungi kalangan muda. Gaya hidup *ngopi* mengindikasikan produk kopi telah memiliki *fans* tersendiri, terutama

yang sering kita dengar dengan istilah pecinta kopi. Kegandrungan terhadap gaya hidup *ngopi* semakin marak setelah *Starbuck* membuka kedai cabangnya hampir di seluruh wilayah Indonesia. Proses ini berlangsung terus menerus, apalagi citra kopi telah dimanipulasi melalui tampilan media massa seperti iklan produk kopi, promosi *Starbuck*, sehingga membangkitkan cita rasa konsumen. Media dalam hal ini dikatakan Chaney (2011:19) telah menjadi semacam tempat “saluran hasrat” (*channel of desire*) manusia dan sekaligus sebagai “saluran wacana” (*channel of discourse*) terkait konsumsi dan gaya hidup.

Di era modern, gaya hidup menuntut manusia untuk terus memproduksi dan mengonsumsi produk-produk yang dianggap dapat memenuhi hasratnya. *Ngopi* sebagai gaya hidup bukan hanya terkait persoalan sensai menyeduh, meneguk, dan merasakan manfaatnya, tetapi seperangkat dengan hal-hal yang lebih luas. Seperti yang dikatakan oleh Yasraf Amir Piliang<sup>5</sup> bahwasannya dalam masyarakat gaya hidup, “makan tidak hanya melibatkan unsur-unsur budaya fisik (misalnya makanan, peralatan makan, dan tempat makan) melainkan juga budaya nonfisik (misalnya selera, makna, dan nilai)”. Demikian halnya yang terjadi ketika *ngopi* di kafe, yang aktivitas minum kopinya mempunyai tujuan-tujuan lain. Tujuan tersebut adalah terkait bagaimana seseorang

---

<sup>5</sup> Pernyataan dalam esainya “Konsumsi, Selera, dan Perubahan Sosial” buku *Mengeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. 2006. Hlm 390.

menampilkan dirinya, memenuhi hasratnya terhadap cita rasa, yakni citra dari gaya hidup *ngopi*, gaya hidup kafe, musik dan berbagai pilihan gaya hidup lainnya yang tersedia dalam konteks kafe tersebut.

### G. Metode Penelitian

Penelitian merupakan penelitian berjenis kualitatif yang sumber datanya berjenis data kualitatif, dengan analisis interpretasi terhadap data tersebut. Ada dua metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Observasi dilakukan sejak tahun 2013 diawali dengan mengamati banyaknya peminat alat musik *cajon* di kota Solo. Peminat *cajon* di kota Solo ini kebanyakan berasal dari pemain musik “reguler” yang biasanya pentas di kafe, rumah makan, atau tempat-tempat yang mempunyai ruang pertunjukan yang tidak terlalu besar. Komunitas *Solo Reggae Community* juga sering mengorder *cajon* dari produsen. Peneliti kemudian mendapati istilah musik akustik sangat lekat dengan instrumen ini.

Selanjutnya wawancara digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari narasumber secara langsung. Wawancara dilakukan kepada narasumber utama yang dalam penelitian ini adalah

pemiliki Kedai Kopi Demang, dan informan lainnya seperti barista yang terlibat di dalam pertunjukan, dan juga beberapa pengunjung Kedai Kopi Demang. Kedekatan peneliti dengan pengelola kafe ini membuat peneliti lebih leluasa menghimpun sebanyak-banyaknya data yang dibutuhkan di lapangan.

Selain wawancara, penelitian ini juga mengandalkan diskusi dengan sesama akademisi untuk mendapatkan pendapat atau sudut pandang tertentu. Kemudian dilakukan juga studi pustaka dengan mencari referensi, dan membaca referensi tersebut di meja kerja pribadi. Teknik selanjutnya adalah dokumentasi dengan mengabadikan atau mengambil gambar menggunakan alat-alat, dan media yang memadai.

Metode analisis data dilakukan dengan cara interpretasi atas konsep-konsep, menelaah simbol, fenomena, dan makna, serta menggabungkan korelasinya. Hasil dari analisis tersebut disajikan dalam bentuk deskripsi analitis. Pada akhirnya penelitian ini diwujudkan dalam bentuk skripsi untuk memenuhi syarat kelulusan sarjana (S-1), yang mana melalui proses uji sebagai bentuk pertanggungjawaban dihadapan dewan penguji.

## H. Sistematika Penulisan

### 1. BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### 2. BAB II : Konsep Musik akustik

Bab ini berisikan konsepsi musik akustik, contoh-contoh berbagai alat musik akustik, perbedaan antara musik akustik dan elektrik, amplifikasi dan band musik akustik.

### 3. BAB III : Bentuk Pertunjukan Musik Akustik di Kedai Kopi Demang

Bab ini menjelaskan gambaran umum mengenai bentuk penyajian musik akustik dalam ruang pertunjukan di Kedai Kopi Demang, Solo. Gambaran umum tersebut meliputi; komponen atau unsur-unsur dalam pertunjukan musik akustik, dan mengenai; pola pengaturan materi atau dasar hubungan antar komponen sebagai material bangunan pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang.

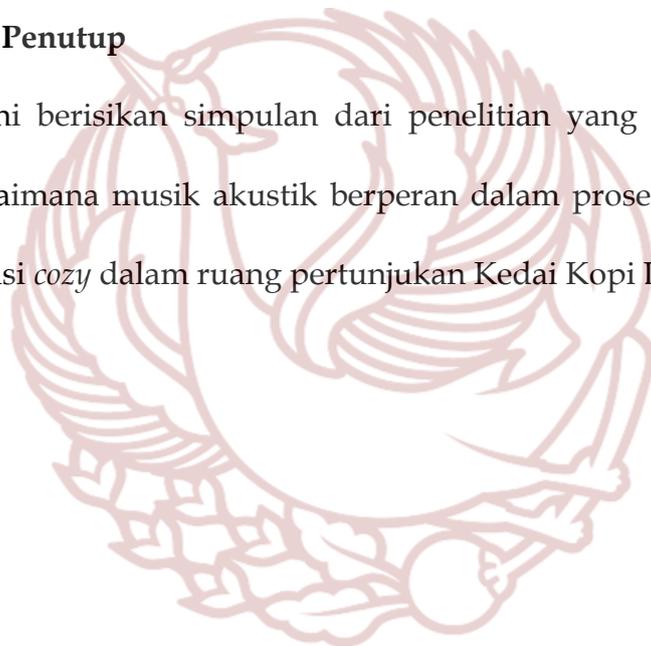
### 4. BAB IV : Peran Pertunjukan Musik Akustik dalam Proses Komodifikasi *Cozy* di Kedai Kopi Demang

Bab ini mengurai beberapa pokok bahasan diantaranya; konsepsi *cozy* dan; proses komodifikasi *cozy* yang kebernilaiannya melibatkan

peran dari pertunjukan musik akustik. Musik akustik Kedai Kopi Demang dalam konteks ini telah berhasil menjadi media sentral yang menghubungkan berbagai jenis gaya hidup dalam lingkup Kedai Kopi Demang. Musik akustik melalui pilihan materinya, juga telah berhasil mengakomodir kebutuhan gaya hidup *ngopi*, gaya hidup *reggae*, gaya hidup 'anak vespa', dan gaya hidup anak muda.

## **5. BAB V : Penutup**

Bab ini berisikan simpulan dari penelitian yang dilakukan, yakni terkait bagaimana musik akustik berperan dalam proses penciptaan dan komodifikasi *cozy* dalam ruang pertunjukan Kedai Kopi Demang.



## **BAB II**

### **KONSEPSI MUSIK AKUSTIK**

Dalam rangka untuk memahami konsepsi mengenai musik akustik, terlebih dahulu perlu mengurai dua terminologi (musik dan akustik) yang digunakan dalam konsep tersebut. Penguraian kedua terminologi itu disertai dengan uraian beberapa konsep imbuhan dari musik akustik, yakni konsep-konsep yang memiliki relasi kuat dengan kajian ini. Di dalam penjelasan masing-masing terminologi, dapat diketahui adanya pergeseran makna penggunaan frasa kata “musik akustik” di dalam konteks penelitian yang dilakukan oleh penulis.

#### **A. Akustik**

Merujuk pada *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, kata akustik mempunyai dua definisi dalam entitasnya sebagai suatu kata sifat (adjektiva) dan kata benda (nomina). Akustik sebagai adjektiva mempunyai definisi: mengenai atau berhubungan dengan organ pendengar, suara, atau ilmu bunyi; dan sebagai nomina merujuk pada tiga definisi yaitu: 1) dalam ilmu komunikasi, akustik adalah rancangan dan sifat khusus ruang rekaman, pentas, auditorium, dan sebagainya; 2) tempat rekaman atau reproduksi

suara dilaksanakan; 3) keadaan ruang yang dapat memengaruhi mutu bunyi. Di dalam *Kamus Musik*, akustik mempunyai dua definisi yang pertama bahwa: 1) akustik merupakan ilmu pengetahuan tentang suara (bunyi) berkenaan dengan keindahan dan kesempurnaan pendengaran dalam suatu ruangan; dan 2) akustik juga dengan suara asli tanpa bantuan penguat bunyi seperti *amplifier*, *microphone*, dan sebagainya (Banoë, 2003:18). Sementara itu, menurut seorang pakar *audio engineering*, akustik adalah salah satu cabang fisika yang mempelajari suara getaran dan sifat-sifatnya serta aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari (Kristianto, 2008:2). Jadi, hal paling mendasar dari akustik adalah suara, getaran dan sifat-sifatnya.

Prinsip kerja akustik digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan ruang ataupun benda, mendukung dan menaikkan kualitas benda atau ruangan sesuai dengan yang kita perlukan (Kristianto, 2008:2). Misalnya, untuk meredam kebisingan yang disebabkan oleh suasana lalu lintas jalan raya terhadap sebuah sekolah yang ada di dekatnya. Kebisingan dapat mengganggu aktifitas belajar dan mengajar siswa maupun guru dan segala aktifitas seluruh civitas di dalamnya. Dalam kasus meredam kebisingan ini, pihak sekolah ataupun beberapa orang yang terlibat di dalamnya, termasuk pemborong (kontraktor) dan arsitektur bangunan dapat menerapkan prinsip akustik ruang dan bangunan sekolah tersebut.

Namun apabila kebisingan ini diabaikan, maka akustik ruang dan bangunan pun tidak perlu digunakan.

Contoh penerapan prinsip akustik lainnya adalah di rumah makan atau kafetaria (cafe). Masalah akustik yang ada di tempat tersebut untuk mengurangi dengung dan bising yang ada di ruang-ruang di samping dapur atau ruang pelayanan (*service room*) (Doelle, 1993:226). Penerapan prinsip akustik di rumah makan atau kafetaria misalnya dalam penggunaan elemen-elemen dekorasi seperti tirai, karpet, panel dinding, dan lampu untuk penyerapan bunyi; penggunaan lapisan akustik pada langit-langit, dan ruang-ruang yang saling berdampungan; selain itu digunakan juga *sound lock* (penutup bunyi) antara ruang makan dan dapur (Doelle, 1993:226).

Ruang lingkup akustik dalam mendukung kebutuhan manusia sangatlah luas. Akustik digunakan di hampir segala bidang di antaranya seperti:

Dokter, psikolog, audiolog, biolog; pemusik, pencipta lagu dan para pengusaha pabrik alat-alat musik; ilmuwan komunikasi, ruang angkasa, dan komputer; sarjana kelautan; orang-orang yang bekerja di industri radio, televisi dan rekaman; arsitek, ahli tata kota, dan insinyur-insinyur bangunan, mesin, listrik dan kimia (Doelle, 1993:3).

Hal ini selaras dengan apa yang dipaparkan oleh Kristianto bahwa akustik mempunyai cabang-cabang sebagai berikut.

*Architectural acoustics, laser acoustics, animal bio acoustics, acoustical oceanography, biomedical ultrasound, engineering acoustics, musical*

*acoustics, noise control, physical acoustics, psychological and psychological acoustics, signal processing in acoustics, speech communication, structural acoustics and vibration, underwater acoustics* dan lain-lain (Kristianto, 1008:2).

Dengan demikian, akustik hadir sebagai ilmu yang dapat diterapkan untuk mendukung dan menunjang kehidupan manusia yang lebih baik dalam bidang-bidang yang berkaitan dengan bunyi, getaran dan sifat-sifatnya.

## B. Musik

Musik menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* mempunyai dua definisi sebagai kata benda (nomina), yaitu: 1) ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan; dan 2) nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu). Sementara itu menurut Soeharto (1992:86) seni musik adalah pengungkapan gagasan melalui bunyi yang unsur dasarnya berupa melodi, irama, dan harmoni dengan unsur pendukung berupa bentuk, sifat, dan warna bunyi. Musik menurut Pano Banoe (2003:288) adalah cabang seni yang membahas dan menetapkan berbagai suara kedalam pola-pola yang dapat dimengerti dan dipahami manusia.

Di beberapa kebudayaan di Indonesia, kata “musik” bukanlah sesuatu terminologi yang dapat dimengerti dan dihayati atau disepakati secara universal. Pengalaman seperti itu dapat kita temui pada saat melakukan penelitian di daerah pedesaan terhadap pelaku kesenian dalam satu atau dua generasi sebelumnya. Apa yang dimaksud dengan musik di beberapa kebudayaan di luar Indonesia pun demikian adanya. Misalnya saja di India digunakan istilah *saṅgīta* yang meliputi tariannya; di dalam pandangan kebudayaan Islami tidak dikenal musik seperti yang kita ketahui pada umumnya namun dikenal istilah *musiqā* – secara khusus merupakan salah satu genre yang terasosiasi dengan kehidupan sekuler; dan ada pula kebudayaan yang menggunakan kata musik untuk merujuk pada alat musiknya saja (Wade, 2004:6). Dengan demikian karena penggunaan terminologi selalu berkaitan dengan bagaimana sudut pandang suatu budaya menginterpretasinya, di dalam penelitian ini penggunaan kata “musik” hanya dapat disepakati dalam penggunaannya di dalam bahasa Indonesia saja.

John Blacking salah seorang tokoh etnomusikologi, dalam bukunya *Thinking Musically* menuliskan pengertian dari apakah musik itu. Menurut Blacking, musik adalah suara yang diproduksi atau diorganisasikan secara manusiawi. Namun menurut Wade, musik bukan hanya tentang sesuatu benda;

*Music is not only a thing – a category of organized sound, or compositions – but also a process. Every known group of people in the world exercises their creative imaginations to organize sound for speech.*

[Musik bukan hanya tentang suatu benda – sebuah kategori dari suara yang diorganisasikan, atau komposisi – tetapi juga sebuah proses. Setiap grup atau masyarakat yang kita ketahui di dunia melatih imajinasi kreatif mereka untuk mengorganisasikan suara untuk berbicara.] (Wade, 2004:3).

Dalam pemahaman etnomusikologis, musik memiliki fungsi dan makna yang turut membangun kebudayaan di dalam suatu masyarakat pemilikinya. Musik oleh beberapa orang bahkan dianggap sebagai sumber mata pencaharian. Di dalam ritual-ritual keagamaan di beberapa kebudayaan, konsep mengenai musik juga diilhami dan menempati wilayah yang sangat personal – misalnya keyakinan dan spiritual. Musik juga menjadi media ekspresi kesenian yang ampuh di beberapa daerah dalam fungsinya meredakan suatu konflik, merayakan pergantian tahun atau musim, media penyampai pesan-pesan politis, media pembelajaran, dan masih banyak lagi guna dan fungsinya.

Di beberapa aspek kehidupan terkini pun musik menjadi suatu kebutuhan masif tak terpisahkan dari masyarakat. Contohnya saja ada berapa ribu lagu yang tercipta dalam genre yang berbeda-beda dan produksi yang berbeda-beda. Sehingga siapapun dapat membuat musik sesuai dengan kreatifitasnya, dengan alat-alat yang bahkan dianggap

“tidak musikal”<sup>6</sup>. Musik merupakan media yang ampuh yang digunakan dalam promosi produk-produk kebutuhan masyarakat modern. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan media massa, serta merebaknya program-program televisi berbasis musik-yang seringkali menjadi parameter musik “hits”, istilah musik menjadi terminologi yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat di Indonesia. Dengan demikian, musik dapat dipahami sebagai ungkapan perasaan manusia melalui medium bunyi yang ditata atau dikelola secara estetis (di dalam persepsi manusia) dengan suatu kesadaran akan tujuan tertentu.

### C. Musik Akustik

Gagasan mengenai akustik berawal dari auditorium yaitu tempat untuk mendengar yang berkembang sejak teater terbuka klasik di peradaban Yunani dan Romawi. Orang-orang Yunani dan Romawi memilih tempat yang alami dan membangun teater terbuka dengan tiga hal mendasari prinsip akustik yang dipahami pada saat itu (Doelle, 1993:7). Ketiga hal tersebut antara lain:

- 1) Berkurangnya energi bunyi bila gelombang bunyi merambat di udara bebas; 2) banyaknya penyerapan bunyi yang dilakukan

---

<sup>6</sup> Misalnya pengamen jalanan yang menggunakan kaleng permen dan tutup botol bekas minuman berkarbonasi yang didaur ulang menjadi alat musik ritmis dan sekumpulan anak laki-laki yang menggunakan perabotan rumah tangga seperti ember, panci, sapu dan sandal di dalam video yang menyanyikan ulang lagu “Surat Cinta Untuk Starla” yang dipopulerkan oleh Virgoun.

penonton; dan 3) gangguan bising yang berasal dari bermacam-macam sumber lain. Kondisi mendengar di luar ruang dapat diperbaiki dengan menambahkan tembok pemantul bunyi sekeliling sumber dan dengan memiringkan daerah penonton. (Doelle, 1993:7).

Beberapa peninggalan bangunan-bangunan akustik orang-orang Yunani tersebut dapat dilihat di Atena, Epidaurus, Priene, dan Delos. Sementara itu peninggalan bangunan akustik Romawi kuno ( $\pm$  50 SM) dapat dilihat di teater di Orange, France dan setelah kerajaan Romawi mengalami kejatuhan munculah auditorium dengan bangunan gereja yang menjadi sejarah pertama tentang akustik ruang tertutup di abad pertengahan. Di abad yang sama jenis auditorium juga ditemukan di Italia dan Jerman (Doelle, 1993:7-8). Auditorium dengan prinsip akustik digunakan untuk keperluan pertunjukan gladiator, olahraga, pertandingan kereta tempur, bullfight, sirkus, panggung sandiwara, gereja, ruang dewan, dan sebagainya (Doelle, 1993:7-8).

Sampai awal abad ke sembilan belas, akustik ruang tertutup, yang hampir tak dikenal, kurang diperhatikan dibandingkan pertimbangan-pertimbangan lain dalam perancangan auditorium untuk pertunjukan musik, yang pada zaman itu terutama berarti gereja, rumah opera dan ruang dansa. Perkembangan musik gereja dan paduan suara, opera dan musik kamar serta simfoni sebagian tergantung pada kondisi akustik yang ada dalam ruang (umum atau pribadi) di mana pertunjukan-pertunjukan itu diadakan. Setiap pemain organ sadar bahwa, seperti dua organ tak pernah sama dalam nada dan kualitas bunyi, akustik sendiri berbeda dari satu gereja dengan gereja lain (Doelle, 1993:11).

Pengaruh akustik ruang pada musik ada di tiga proses musik yaitu, pada komposisi, pada pagelaran (produksi) dan pada pendengaran (Doelle, 1993:92). Pada tahap komposisi misalnya, komposer musik gereja bergantung sepenuhnya manfaat kepenuhan nada<sup>7</sup> yang didapat dari akustika ruang gereja yang istimewa; musik *baroque* dan klasik diperuntukkan bagi ruang-ruang musik berbentuk segiempat seperti ruang dansa dan teater yang mempunyai dinding-dinding pemantul yang menghasilkan keakraban akustik yang tinggi, RT<sup>8</sup> yang pendek dan ketegasan yang istimewa; pemusik opera ideal untuk rumah opera jenis Italia yang mempunyai derajat ketegasan yang tinggi dan RT yang relatif pendek; dan berakhir pada simfoni pada periode romantik dan opera Wagner yang diciptakan untuk auditorium yang memiliki keakraban yang menonjol dan kepenuhan nada (Doelle, 1993:92).

Meskipun nampaknya akustik dan musik memiliki kedekatan yang “khusus”, sejatinya musik dan akustik adalah entitas yang berkembang secara independen dan mempunyai istilah-istilah (vokabuler) yang berbeda di dalamnya (Beranek, 1962:61). Satu-satunya yang dapat penulis telusuri bagaimana istilah “musik akustik” pada awalnya digunakan di dalam dunia *architetur* adalah terminologi yang dipakai oleh W. C.

---

<sup>7</sup> Kepenuhan / kebulatan / mantabnya nada = *fullness of tone*.

<sup>8</sup> RT = *reverberation time* atau dengung.

Sabine<sup>9</sup> – *live acoustics music* (dalam Kuusinen, 2011:1 dan 5). *Live acoustics music* di dalam pemaparan Sabine menunjukkan suatu kualitas musik yang mempunyai RT (*reverberation time* atau dengung) yang terlalu panjang. Istilah “*live*” di dalam bidang akustika berposisi dengan istilah “*dead*” atau “*dry*”. Tentang sifat “*live*” ini, Beranek sebelumnya pernah menuliskan:

*The sound in a “live” room is composed of two parts, the direct sound and the reverberant sound. The “true” tone of an instrument is carried in the part that travels directly to a listener’s ears, the direct sound.*

[Bunyi di dalam ruangan “*live*” dikomposisi dari dua bagian, suara langsung dan bunyi gema. Suara nada “yang benar” dari suatu instrumen (alat musik) dibawa di dalam bagian yang didistribusikan secara langsung kepada telinga seorang pendengar, suara langsung.] (1962:22).

Beranek menambahkan, bahwa nada yang dibangun, termasuk kekerasan suaranya, dan hasil akhir yang didengar telinga benar-benar karakter dari instrumen yang dimainkan adalah hasil dari penerapan prinsip akustika di dalam suatu konser musik (Beranek 1962:35).

Di lingkungan akademisi seni di Indonesia, istilah musik dan akustik bukan istilah yang terlalu sulit dipahami. Di dalam kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan, untuk mempelajari bunyi, siswa mendapat mata pelajaran “Akustika Musik”.

---

<sup>9</sup> W. C. Sabine merupakan orang yang dianggap berjasa di dalam bidang akustik gedung konser di awal abad ke-19. Teorinya dikenal dengan *the Science of Architectural Acoustics*. Di dalam akustika dikenal rumus Sabine untuk menghitung RT (*reverberation time*) yang digunakan hingga kini.

Biasanya ilmu akustika dipelajari sebagai landasan dalam memahami produksi bunyi berbagai instrumen musik. Secara akustik, bunyi dihasilkan oleh getaran. Sebagai contoh ialah fenomena produksi suara yang dihasilkan dengan jalan menggesekkan alat penggesek (*bow*) pada dawai-dawai biola. Contoh lain ialah petikan pada dawai-dawai gitar. Perlu dicatat bahwa bunyi bukan vibrasi melainkan efek yang dihasilkan vibrasi. Secara sederhana bunyi adalah sensasi otak. Bunyi yang diproduksi alat musik maupun apa saja, menyebar ke segala arah. Beberapa di antaranya ditangkap oleh telinga kemudian dikirim ke otak. Otak kemudian menerjemahkan pesan-pesan tersebut sebagai bunyi (Kunstap, 2008:87).

Di dalam kajian musik, bunyi merupakan syarat mutlak terbentuknya suatu musik, dan di dalam akustika, bunyi merupakan salah satu sifat yang dapat ditimbulkan dari getaran. Dengan demikian benar bahwa musik dan akustik adalah entitas yang keduanya saling berdiri sendiri dan satu-satunya hubungan antara akustik dengan musik adalah bunyi.

Penelitian tentang keinginan banyak penonton dan lingkungan akustik yang optimum untuk musik dari periode dan gaya yang berbeda terus dilakukan. Faktanya beberapa persyaratan keindahan, bangunan, mekanikal, elektrikal, fungsional, akustik-musik dan keuangan dalam suatu rancangan auditorium adalah berat. Belum lagi auditorium bukan hanya diperuntukkan untuk satu gaya atau satu jenis musik saja (Doelle, 1993:92). Dalam konteks ini, akustika sebagai salah satu faktor pendukung capaian estetika musik, terbilang mahal. Dengan ruang yang makin sempit seiring dengan kepadatan penduduk, di samping itu tingkat

kebutuhan manusia semakin tinggi sehingga keinginan untuk terus memproduksi barang secara massal, cepat dan banyak pun tinggi, maka kebutuhan pada aspek estetika menjadi terabaikan.

Meskipun peran dari akustik sangat penting bagi musik, namun demikian musik dan akustik tidak serta merta merujuk pada suatu genre atau jenis musik yang kita kenal sebagai “musik akustik” kini. Terminologi musik akustik marak digunakan di dalam dunia industri musik, dan di kalangan para praktisi musik. Dapat dipahami terlepas dari dari mana terminologi itu muncul, penggunaan istilah di Indonesia sifatnya *arbitrary* (semena-mena atau mana suka).

Merangkum dari pengalaman berkecimpung di dunia seni musik dan juga berinteraksi dengan kelompok masyarakat di dalamnya, serta memahami dari pemaparan dari sumber-sumber ilmiah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa musik akustik adalah musik yang berhubungan dengan ilmu pengoptimalan bunyi atau suara yang dihasilkan dari alat musik (instrumen) atau kontribusi ruang pertunjukannya tanpa bantuan alat yang bersifat elektrik. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan dalam *Kamus Musik* bahwa akustik adalah suara asli tanpa bantuan penguat bunyi seperti *amplifier*, *microphone*, dan semacamnya (Banoe, 2003:18). Dari pemahaman ini kita menemukan istilah-istilah seperti gitar akustik, drum akustik, biola akustik, dan alat musik lain yang membedakannya dengan alat musik yang elektrik.

## 1. Contoh Alat Musik Akustik

### a. Gitar

Gitar merupakan alat musik dawai yang terbuat dari kayu dan terdiri dari enam buah senar. Pada dasarnya gitar dimainkan dengan cara dipetik. Gitar klasik berkembang dari alat musik empat senar yang relatif sederhana pada tahun 1400 hingga menjadi alat musik enam senar yang kita kenal sampai sekarang. Bentuk dasar dari gitar klasik “modern” dikembangkan oleh seorang pengrajin gitar dari Spanyol yang bernama Antonio de Torres pada tahun 1883. Karya dari pengrajin gitar ini mempunyai pengaruh bahkan menjadi patokan bagi pengrajin gitar hingga sekarang (Nugroho, 2018:25). Menurut Curt Sachs dan Hornbostel (1961) gitar termasuk klasifikasi alat musik kordofon dilihat dari sumber bunyinya.

### b. Biola

Biola adalah bentuk modern yang menggantikan *viol* yakni alat musik dawai yang dimainkan dengan cara digesek yang ada sebelum abad ke-16. Biola dibuat dengan cara yang lebih halus, proses atau teknologi desainnya sesuai dengan teknologi dan prinsip estetika, bersuara indah dan nyaring dan kuat dan lincahnya menunjukkan ciri alat musik jaman modern. Meskipun mengalami banyak modifikasi, biola dianggap sebagai instrumen musik akustik yang sudah maksimal di

dalam sejarah teknologi umat manusia. Perkembangannya dalam bentuk sajian musik konser, orkestra/ konser besar dan/ atau pertunjukan musik di dalam ruangan lainnya, terlepas dari cara pementasan musik akustik ala gereja (Nawang, 2011:13-16).

Biola memiliki empat senar dengan nada dasar G-D-A-E dan bukan termasuk alat musik harmonis, sehingga perlu diiringi alat musik lain yang dapat memainkan *chord*. Biola memiliki bagian seperti badan biola (terdiri dari iga dan papan suara yang menyerupai bentuk jam pasir dengan dua lengkungan menyerupai huruf C pada sisi sampingnya; dua lubang suara berbentuk huruf F; lekukan garis yang disebut *purfling*; dan tonjolan di bagian belakang biola), leher biola, jembatan biola (yang digunakan untuk menahan senar dari papan jari dan berfungsi untuk menghantarkan getaran suara dari senar ke badan biola), busur biola (yang terbuat dari rambut-rambut kuda yang dipasang pada sebatang kayu), senar (terbuat dari usus domba, baja padat, lapisan emas, aluminium) dan yang terakhir adalah peredam suara (berbentuk seperti penjepit baju yang terbuat dari plastik, kayu atau besi) (Nawang, 2011:19-27). Ukuran biola sangat beragam, dari ukuran  $1/32$ ,  $1/16$ ,  $1/10$ ,  $1/8$ ,  $1/4$ ,  $2/4$  ( $1/2$ ),  $3/4$ , dan  $4/4$  (Nawang, 2008:28).

### c. *Cajon*

*Cajon* merupakan alat musik perkusi yang berbentuk balok kayu dan dimainkan dengan cara dipukul. Bagian depan dari *cajon* memiliki kemiringan karena pengguna atau pemainnya duduk di atas alat musik atau instrumen itu sendiri. Ukuran *cajon* bermacam-macam, dan yang paling ideal adalah: 1) bagian atas berbentuk persegi dengan panjang  $\times$  lebar = 30 cm  $\times$  30 cm; 2) bagian bawah berbentuk persegi panjang dengan panjang  $\times$  lebar = 30 cm  $\times$  38 cm; dan 3) tinggi *cajon* yaitu 48 cm.

## 2. Perbedaan Antara Musik Akustik dan Elektrik

Sumber bunyi dari musik akustik berasal dari organ instrumen atau alat musik itu sendiri. Maka dari itu, hal yang membedakan antara musik akustik dan musik elektrik adalah adanya sumber listrik yang menjadi sumber utama bunyinya. Contoh musik elektrik yaitu gitar elektrik, biola elektrik, dan drum elektrik yang mana tidak dapat mengeluarkan bunyi jika tidak disambungkan pada sumber listrik. Tidak semua alat musik dapat diinovasi sedemikian rupa memanfaatkan sumber listrik sebagai faktor penghasil bunyi. Kemunculan musik elektrik diasumsi untuk mempertegas dan memproduksi warna baru yang diinginkan dari alat musik tersebut. Seorang musisi dapat dengan mudah menandai karakteristik suara dari musik elektrik.

Perkembangan teknologi membuat manusia menciptakan alat musik yang menggabungkan antara sistem kerja akustik dengan sumber daya listrik. Oleh karenanya, dapat ditemukan beberapa alat musik seperti gitar semi elektrik dan juga biola semi elektrik, yang bisa digunakan dalam dua konteks pencapaian bunyi.

### 3. Amplifikasi

Amplifikasi menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, memiliki tiga pengertian. Di dalam konteks musik akustik, amplifikasi lebih tepat didefinisikan sebagai suatu pembesaran, perluasan, atau pengembangan (tentang jumlah, kepentingan, dan sebagainya). Amplifikasi yang digunakan di dalam suatu pertunjukan musik disertai dengan perangkat *amplifier* dan *microphone*. Amplifikasi sangat diperlukan di dalam pertunjukan musik yang ruang pertunjukannya tidak didukung secara akustik ruang. Amplifikasi memungkinkan penonton atau penikmat dalam jumlah yang banyak dapat mendengarkan sajian musik tersebut.

#### D. Band Akustik

Penggunaan istilah mana suka ternyata tidak hanya terjadi di dalam penyebutan musik akustik, namun juga dalam istilah 'akustikan' dan 'band akustik'. Band akustik adalah sekelompok pemusik yang terdiri

dari pemain gitar, *bass*, *cajon*, drum dan vokal. Di Kedai Kopi Demang, band akustik yang tampil pada hari-hari khusus tertentu merupakan gabungan dari pemain gitar bass, gitar akustik (dan terkadang semi elektrik), *cajon*, dan ada juga drum elektrik. Band akustik ini membawakan lagu-lagu *top forty* atau lagu-lagu yang sedang *hits*, sesuai dengan permintaan pasar saat itu.

Salah satu kelompok *band* yang sering dikontrak adalah *Solo Reggae Community*. Band yang sering tampil di Kedai Kopi Demang ini seringkali membawakan lagu-lagu bergenre *reggae* di samping lagu-lagu *top forty*. Lagu-lagunya di antara lain seperti Steven Coconut, Toni Rastavara, All Around, Payung Teduh, Didi Kempot, lagu-lagu Slank dan Dewa, dan lain-lain. Kedai Kopi Demang tidak memiliki band akustik secara khusus. Kedai ini memperkerjakan baristanya sebagai musisi. Mereka adalah Sindu, Agus, dan Jangkung. Karyawan ini merangkap sebagai pemain musik yang berperan membuka pertunjukan, memancing pelanggan untuk meminta lagu atau melakukan *jammings*.

### **BAB III**

## **BENTUK PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK**

### **DI KEDAI KOPI DEMANG**

Dalam konteks musik, ada beberapa corak bentuk pertunjukan yang dikenal secara umum di tengah masyarakat. Corak ini di antaranya: (1) musik yang dipertunjukan secara formal pada ruang khusus yaitu yang dilaksanakan di ruang-ruang konser seperti auditorium, *concert hall*, pendopo, panggung musik di lapangan terbuka, di jalanan (seperti musik parade), dan sebagainya; dan (2) musik yang dipertunjukan secara informal, yakni sebuah pertunjukan yang pelaksanaannya tidak direncanakan sebelumnya oleh pihak-pihak yang terlibat pada pertunjukan tersebut. Pertunjukan musik secara informal ini salah satu contohnya adalah pertunjukan musik yang digelar oleh pengamen di ruang-ruang seperti jalanan, bus, terminal, dan sebagainya.

Pertunjukan musik pada ruang-ruang seperti cafe, restoran, ruang seminar, pasar malam, termasuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang adalah pertunjukan yang pelaksanaannya berbentuk formal. Meskipun pada kenyataannya, kehadiran musisi dalam kasus pertunjukan musik di Kedai Kopi Demang sendiri tidak didatangkan

secara khusus dengan sistem kontrak. Pergelaran pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang adalah pertunjukan musik formal yang telah disetujui, dipersiapkan dengan sengaja oleh manajemen kedai tersebut. Dengan demikian, pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang disebut formal karena kaitannya dengan manajerial.

Bahasan terkait bentuk adalah suatu deskripsi mengenai bagaimana konstruksi suatu objek. Di dalam KBBI<sup>10</sup>, bentuk berarti bangun, rupa atau wujud, sistem, dan susunan. Ibarat sebuah bangunan rumah, maka bangunan tersebut dikatakan sebagai sebuah rumah apabila bahan-bahan dan konstruksinya membangun keutuhan rumah sebagaimana mestinya. Melalui pengibaratan rumah, pertunjukan musik akustik dikatakan sebagai sebuah sistem, yang mana memiliki materi, dan pola pengaturan materi. Berdasarkan pemahaman itu, ada dua hal yang penting dibahas terkait perwujudan bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang. Hal-hal tersebut adalah: (1) komponen atau unsur-unsur dalam pertunjukan; dan (2) pola pengaturan komponen dalam bangunan pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang.

---

<sup>10</sup> KBBI offline 1.5.1

### A. Komponen dalam Pertunjukan

Komponen atau unsur-unsur dalam pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang, adalah wilayah yang dapat dipersepsi dengan indera manusia. Komponen atau unsur-unsur tersebut antara lain: 1) panggung; 2) alat musik; 3) musik; 4) musisi; dan 5) audien. Pertama akan dibahas persoalan ruang, panggung, dan alat musik yang ada di Kedai Kopi Demang.

Kedai Kopi Demang memiliki kapasitas ruang yang dapat memuat sekitar 30 orang pelanggan dengan luas sekitar 3,5 x 13 meter. Ruang-ruang seperti bar tempat racik barista, panggung, dan meja-meja pelanggan dalam posisi memanjang, dan tanpa sekat ruang. Panggung berada di depan bar di mana barista bekerja. Panggung tersebut disediakan khusus untuk menempatkan alat-alat musik. Panggung tersebut berukuran 3 x 3 m dan tidak menggunakan level. Di area tersebut tersedia dua *loud speaker* aktif kapasitas 500 watt dan satu *mixer* dengan delapan kanal. Di sana juga terdapat *microphone* untuk vokal, sebuah gitar akustik, dan gitar bass akustik yang diamplifikasi dengan kabel jack *Toa* pada mixer. Berikutnya adalah sebuah alat musik perkusi yaitu kajan yang *disetting* tanpa amplifikasi. Persis di depan alat-alat musik tersebut terdapat sebuah *omplong* (wadah toples transparan yang sudah diisi uang pemancing *sawer*) sebagai tempat komisi sukarela.

Materi musik yang dibawakan biasa disebut dengan istilah “*all around*” atau tidak terbatas pada satu jenis musik tertentu. Namun, pada umumnya materi lagu yang dibawakan tersebut adalah lagu-lagu yang masuk dalam kategori musik populer, yang di antaranya: musik *reggae* dan musik *top forty* (dari jenis musik pop, rock, dangdut, campursari, dan masih banyak lagi). Jenis musik *reggae* di dalam konteks pertunjukan di kedai ini tampaknya ditempatkan pada posisi khusus atau spesial, sebab kehadirannya cukup intensif dan dominan di jalannya pertunjukan. Selain materi lagu tersebut adalah daftar lagu dari band yang mengusung jenis musik *reggae* sendiri, seperti Bob Marley, Steven Coconut, Toni Rastavara, dan sebagainya. Kenyataan lainnya adalah bahwa lagu-lagu *top forty* dari genre lain dibawakan dengan irama *reggae*.

Kedai Kopi Demang tidak mempunyai pemusik tetap atau yang sering dilakukan dengan sistem kontrak seperti di kafe-kafe lainnya. Walaupun Kedai Kopi Demang tidak menyewa grup profesional, tapi mereka menyediakan alat musik seperti yang telah disebutkan di atas. Meskipun tidak memiliki pemusik tetap, Kedai Kopi Demang memiliki tiga karyawan barista yang dapat bermain musik. Tiga karyawan ini dikenal dengan nama Sindu, Agus, dan Jangkung. Ketiga karyawan inilah yang intensif menjadi pemain musik bersamaan dengan melaksanakan tugasnya sebagai barista.

Secara formal, tiga orang karyawan yang menjadi musisi di Kedai Kopi Demang tersebut memang tidak dinyatakan sebagai musisi tetap. Namun dengan melihat peran mereka pada setiap kesempatan di hari kerjanya, ketiga karyawan tersebut dapat dinyatakan sebagai musisi tetap Kedai Kopi Demang. Selain itu, subjek yang dapat dikatakan sebagai musisi tetap Kedai Kopi Demang adalah pelanggannya sendiri, yakni komunitas-komunitas yang menjadi pelanggan tetap di kedai tersebut. Kontinuitas jalannya pertunjukan musik di Kedai Kopi Demang selama ini disyaratkan oleh kehadiran dan keterlibatan para pelanggan dalam pertunjukan musik tersebut. Artinya, para pelanggan dalam konteks ini tidak hanya sekadar menjadi pelanggan atau audien pasif yang menikmati daftar menu kopi dan pertunjukan musik. Pelanggan dalam konteks ini justru diarahkan untuk terlibat menjadi musisi. Menurut data yang dihimpun, justru pelanggan tersebut memiliki motivasi sendiri untuk menggunakan alat-alat musik yang disediakan. Jadi, pelanggan memiliki dua peran posisi sebagai audien sekaligus musisi sukarela.

Pelanggan Kedai Kopi Demang umumnya adalah komunitas yang merupakan jaringan pertemanan dari ke tiga karyawan kedai tersebut. Tampaknya, kenyataan ini adalah suatu bagian dari strategi *owner* atau pemilik Kedai Kopi Demang untuk menjaga kontinuitas dan kesuksesan usahanya. *Owner* memiliki pertimbangan tertentu menerima karyawan yang bisa bermain musik, sekaligus memiliki jaringan pertemanan yang

luas. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, jaringan pertemanan dari ke tiga karyawan tersebut adalah komunitas-komunitas anak muda yang di antaranya adalah komunitas vespa, komunitas motor, dan komunitas *vapor* yang kesemuanya merupakan penikmat musik *reggae*.

### **B. Pola Pengaturan Komponen Bangunan Pertunjukan**

Pola pengaturan materi merupakan bagaimana unsur-unsur tersebut disusun atau ditempatkan. Misalnya dalam gramatika kalimat, "Ibu pergi ke pasar", di mana "ibu" berperan sebagai subjek; "pergi" berperan sebagai predikat; dan "ke pasar" adalah keterangan tempat. Relasi antar unsur-unsur tersebut membangun sebuah makna bahwa subjek melakukan sesuatu yang memiliki tujuan. Dalam analisis struktur, hal ini memungkinkan untuk dibahas, namun yang menjadi persoalan di dalam pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang lebih dari sekadar persoalan gramatika dalam kalimat. Komponen atau unsur-unsur dalam pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang memiliki relasi. Relasi atau dasar keterhubungan antar komponen atau unsur-unsur tersebut tidak lain adalah "*cozy*" itu sendiri.

Pada bab pendahuluan telah diungkapkan bahwa berbagai objek dalam hal ini beberapa komponen atau unsur-unsur dapat dianalogikan sebagai teks-teks yang berfungsi sebagai prasyarat kenikmatan dalam

tindakan konsumsi di kafe. Dengan kata lain, teks-teks tersebut akan menghantarkan pelanggan pada realitas yang dalam istilah emiknya disebut dengan “*cozy*”. Istilah *cozy* kemudian bukan semata kata serapan dari bahasa Inggris yang berarti nyaman, tetapi menjadi “milik” atau konsekuensi dari relasi antar teks atau komponen pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang.

Kedai Kopi Demang buka setiap hari dari jam 18.00 WIB hingga dini hari sekitar pukul 02.00 WIB. Sementara pertunjukan musik akustik sendiri mulai digelar pada pukul 20.00 WIB hingga kedai tutup. Pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang selalu dibuka oleh karyawan yang dalam hal ini disebut sebagai musisi di Kedai Kopi Demang. Ketiga musisi tersebut mempertunjukan musik di atas panggung tepat di depan meja racik barista. Sajian dari ketiga musisi ini dimaksudkan untuk menarik, menstimulasi atau memancing respon pelanggan atau audien, agar audien ikut serta terlibat dalam pertunjukan musik. Umumnya tidak membutuhkan waktu lama untuk memperoleh respon audien, kira-kira tiga atau empat lagu dijalankan, maka satu persatu para audien pun akan mulai merespon. Para audien Kedai Kopi Demang sudah hapal dengan pola jalannya pertunjukan musik akustik dalam konteks ini. Respon audien sangat mungkin dalam konteks ini karena musik adalah juga dunia mereka. Seperti halnya yang terjadi

dalam sebuah seminar. Presenter akan mendapatkan respon dari audien manakala audien memiliki preferensi terhadap materi yang disampaikan.

Respon audien terhadap musisi, hingga audien bertukar peran menjadi musisi dalam pertunjukan musik akustik tersebut juga dipengaruhi oleh preferensi musikal. Musik *reggae* adalah preferensi yang dimiliki kedua komponen ini, musisi dan audien. Dalam sepanjang pengamatan, ritem *reggae* yang diaktualisasikan oleh pemain gitar adalah irama musik yang dominan dalam sajian musik yang ditampilkan pada pergelaran pertunjukan di Kedai Kopi Demang. Meskipun tidak semua lagu yang dimainkan berasal dari jenis musik *reggae*, namun irama *reggae* ini selalu dijadikan tema dalam menyikapi materi lagu dari jenis musik lain. Kesan irama *reggae* tersebut paling tidak dicapai melalui bangunan ritme dari alat musik gitar dan disusul dengan alat musik lain yang memungkinkan, seperti *cajon*.

Keberadaan irama musik *reggae* dalam konteks Kedai Kopi Demang, selain memang faktor selera dari anggota berapa komunitas yang menjadi pelanggan tetapnya, jenis musik tersebut juga merupakan jenis musik kesukaan pemilik dan karyawan Kedai Kopi Demang itu sendiri. Namun, faktor selera dari kedua belah pihak tersebut bukanlah alasan satu-satunya mengapa irama *reggae* menjadi dominan dalam pertunjukan musik di Kedai Kopi Demang. Persepsi umum dari musik irama *reggae* adalah santai, ditambah kenyataan warna musik akustik yang umum

dipersepsi sederhana adalah alasan berikutnya yang menjadikan jenis musik ini dipilih dan dikondisikan oleh pemilik Kedai Kopi Demang. Pemilihan ini adalah suatu upaya membangun suasana musikal sehingga audien menjadi subjek aktif dalam membangun pertunjukan musik akustik, dan membangun suasana *cozy*, yakni agar pelanggan nyaman dan betah berlama-lama di Kedai Kopi Demang.

Konsep pertunjukan musik akustik yang telah terbangun di Kedai Kopi Demang ini disebut dengan *jamming*. *Jamming* atau dikenal juga dengan istilah *jam session* adalah aktivitas bermain musik secara bersama tanpa persiapan latihan dan kesepakatan bentuk aransemen terlebih dahulu. Tingkat virtuositas musisi dalam konteks ini diuji. Siapa saja yang mampu dan berani untuk tampil bermain musik dapat ikut serta dalam *jamming*. *Jamming* dapat dilakukan baik bersama musisi (barista) maupun dengan pelanggan lain dari komunitas sendiri bahkan antar komunitas dalam waktu yang tidak ditentukan. Terakhir, ada hal yang menarik dari *jamming* ini yaitu, panggung yang semula hanya berukuran 3 x 3 m yang artinya sangat terbatas, menjadi tanpa batas. Meja-meja pelanggan atau audien menjelma menjadi agen-agen pertunjukan yang mendobrak batas panggung tersebut. Dengan demikian, *jamming* dapat dikatakan merupakan bentuk pertunjukan musik yang tepat dalam mengatasi persoalan ruang dan waktu di Kedai Kopi Demang.

Bentuk *jamming* sebagai wujud pertunjukan musik akustik ini dipertahankan dan dikembangkan oleh Kedai Kopi Demang karena dipercayai dapat membangun suasana nyaman dan *cozy*. Hal ini sudah terbukti. Kedai Kopi Demang tidak hanya mampu menghadirkan sebuah pertunjukan musik akustik untuk pelanggan seperti yang dilakukan oleh kafe-kafe lain pada umumnya, namun berhasil menjadikan audien sebagai mitra dari pemilik modal dengan dijumpai oleh “*cozy*” atau kenyamanan. *Cozy* diindikasikan pada peristiwa sesaat sebelum *jamming* terjadi, yakni pada saat musisi sekaligus barista memberi stimulasi; dan pada saat adanya hubungan yang interaktif, komunikatif, suasana demokratis, ramah, dan penuh keakraban antar audien (komunitas) yang berbeda. Hal inilah yang membuat lingkaran pertemanan anggota dari beberapa komunitas tersebut menjadi lebar.

Dalam sebuah strategi pemasaran, suasana *cozy* dapat membuat audien tertarik, tertantang, ketagihan, dan menjadi pelanggan setia Kedai Kopi Demang. Jadi dapat disimpulkan, bentuk pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang adalah kenyataan sebuah sistem yang terbangun dari unsur-unsur atau komponen pertunjukan musik, dengan pola yang terstruktur dan skematis menuju pada ruang *jamming* atau pertunjukan musik akustik yang lebih luas dengan dasar hubungan “*cozy*” sehingga tercipta sebuah hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antar musisi, audien, dan pemilik modal.

**BAB IV**

**PERAN PERTUNJUKAN MUSIK AKUSTIK**

**DALAM PROSES KOMODIFIKASI COZY**

**DI KEDAI KOPI DEMANG**

Bab ini merupakan bab kunci yang menjawab seluruh bagian dari apa yang dibicarakan dalam tulisan ini, yakni mengenai peran pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang. Untuk memulainya, perlu diketahui mengenai konsep “*cozy*” dalam konteks ini, sebelum mengarah kepada pemahaman proses komodifikasi *cozy* yang signifikansinya melibatkan peran pertunjukan musik akustik. Peristiwa musik akustik di Kedai Kopi Demang dalam konteks ini telah berhasil menduduki media sentral atau peran strategis yang menghubungkan berbagai jenis gaya hidup. Melalui pilihan materi musik akustiknya, Kedai Kopi Demang dianggap berhasil mengakomodir kebutuhan gaya hidup *ngopi*, gaya hidup *reggae*, gaya hidup ‘anak vespa’, dan sekaligus gaya hidup anak muda.

### A. *Cozy* dan Gaya Hidup Kafe

Istilah "*cozy*" merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang berarti "nyaman". Oleh kalangan muda, istilah "*cozy*" tersebut menjadi bermakna khusus, yakni berkaitan dengan konteks ruang tempat nongkrong, yaitu kafe. Istilah ini biasanya didapatkan dari ajakan untuk mencari kafe, yang mana pengertiannya tidak hanya sekadar mencari, namun sebuah ajakan untuk nongkrong di kafe yang spesifik memiliki kesan *cozy* atau nyaman.

Ruang yang nyaman dalam konteks budaya masyarakat konsumsi cenderung merujuk pada kemewahan, bangunan yang megah, interior yang elegan, dan sebagainya. Faktanya, Kedai Kopi Demang bukanlah representasi dari ruang kafe yang mewah atau hingar bingar. Arsitektur bangunannya sederhana, dan memiliki ruangan yang tidak terlalu luas. Begitu juga dengan aneka jenis perabotan seperti kursi dan meja pelanggan, yang terbuat dari kombinasi anyaman rotan, tong kardus (bekas wadah obat), kayu, dan kaca.

Kesan sederhana fisik Kedai Kopi Demang tersebut ternyata tidak mengurangi intensitas pelanggan. Kenyataan ini memberi pemahaman bahwa *cozy* dalam konteks gaya hidup kafe tidak ditentukan oleh kemewahan atau kelas ruang secara fisik. *Cozy* lebih ditentukan oleh keadaan di mana pelanggan mendapatkan akses terhadap pilihan gaya

hidup atas hasrat akan identitas diri. Melalui pemaparan selanjutnya akan ditunjukkan bagaimana gaya hidup dan hasrat mengubah pola masyarakat menjadikan *cozy* sebagai kebutuhan.

Gaya hidup menurut David Chaney adalah seperangkat praktik, sikap, dan pola-pola tindakan yang masuk akal dalam konteks tertentu dan membedakan antara satu orang dengan yang lainnya (Chaney, 2011:40-41). Gaya hidup tentunya berlangsung selama bertahun-tahun. Gaya hidup akan berubah secara dinamis, sementara hasrat manusia untuk terus eksis tetap ada. Hasrat menurut KBBI mempunyai definisi (n) keinginan (harapan) yang kuat. Definisi ini tentunya belum cukup untuk menelaah lebih dalam tentang hasrat. Hasrat dalam banyak hal telah mempengaruhi kehidupan manusia. Faktanya, hasrat bukanlah suatu entitas yang dapat terpenuhi. Misalnya saja di dalam masalah keuangan, kita dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Namun, ketika kebutuhan terpenuhi tidak menjamin hasrat terpuaskan. Contoh lain misalnya, ketika hasrat memberi kekuatan besar di dalam sains, hasrat membuat manusia selama bertahun-tahun menekuni persoalan rumit, melewati masa studi yang berat, tenggelam dalam kegiatan

eksperimen dan mengalami kegagalan yang melelahkan, yang memberi dampak bagi peradaban manusia<sup>11</sup>.

Demikian halnya yang terjadi di dalam seni, terutama di dalam aliran seni visual, dalam perkembangan objek-objek lukisan, foto, video, dan desain-desain rupa lain, yang tidak pernah mengenal batas<sup>12</sup>. Hasrat membuat manusia menciptakan karya-karya yang dianggap monumental. Bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan estetis semata, hasrat mendorong seseorang untuk bertumbuh, berkembang, dengan kecepatan tinggi dan kadang melewati batas-batasnya (Pilliang, 2006: 407-423). Maka tidak heran konsep keindahan dari karya-karya seni monumental yang tercipta seringkali diperdebatkan karena keunikannya.

Hasrat di dalam dunia seni musik dan produksi alat-alat mekanisnya sedang berkembang pesat. Perkembangan industri dan teknologi memungkinkan terciptanya genre-genre musik baru, seperti yang diungkapkan oleh Sitowati dalam esainya<sup>13</sup>. Komodifikasi alat musik pun sudah menjadi hal yang wajar (pada umumnya). Keberadaan alat musik *drum set* elektronik adalah salah satu contoh perkembangan di bidang musik yang mengikuti tingkatan gaya hidup dan hasrat

---

<sup>11</sup> Tulisan Lucky Ginanjar Adhipurna, "Hasrat di Balik Sains-Melacak Hasrat dalam Diskursus Sains dengan Psikoanalisis" dalam *Mengeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. 2006. Hlm 115-127.

<sup>12</sup> Tulisan Ruly Darmawan dan Alfathri Adlin, "Mendesain Hasrat: Hasrat Visual dan Visualisasi Hasrat pada Objek Desain" dalam *Mengeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. 2006. Hlm 407-423.

<sup>13</sup> "Relevansi Selera Musik Klasik dan Kelas Sosial". *Jurnal Musik Universitas Kristen Satya Wacana* vol. 2 no. 1 (Agustus 2010) Hlm. 11.

eksistensial masyarakat di eranya. Gaya hidup posmodern menuntut tersedianya alat musik yang bersifat praktis dan minimalis, sama seperti bentuk produk-produk lainnya<sup>14</sup>. Demikian pula kebutuhan estetis terhadap bunyi yang mengikuti hasrat yang tidak pernah terpuaskan.

Gaya hidup dan hasrat membuat masyarakat modern memiliki banyak pilihan yang sifatnya sangat individual. Di setiap sudut kota Solo saat ini dapat dilihat jumlah tempat makan ringan hingga berat memassa dan menjamur di mana-mana. Tempat makan tersebut hadir dengan beragam bentuk interior dan eksterior dari yang sederhana hingga eksklusif, dengan harga murah hingga mahal, dan dari yang terbuka hingga sangat tertutup. Tempat makan dengan suasana santai seperti kantin dengan lampu warna-warni dan desain interior sentuhan modern selalu ramai dengan pengunjung.

Istilah wisata kuliner dan kehadiran *food vlogger* pun menjadi salah satu aspek yang menjadikan aktifitas makan dan minum bukan sekadar makan dan minum biasa saja. Makan tidak hanya melibatkan unsur-unsur budaya fisik (misalnya makanan, peralatan makan, dan tempat makan) melainkan juga budaya nonfisik (misalnya selera, makna, dan nilai) (Alfathri, 2006:390). Demikian pula minum tidak hanya melibatkan unsur-unsur budaya fisik semata. Maka munculah minuman berkarbonase,

---

<sup>14</sup> Gawai (Eng: *gadget*) adalah contoh riil di mana kita meletakkan kebutuhan hidup selain komunikasi.

berwarna-warni, minuman dengan berbagai *topping* dan bahkan minuman boba (*bubble drink*) yang marak dewasa ini. Bentuk minuman kopi pun menjadi tidak sederhana kopi hitam dengan hadirnya *espresso*, *ristretto*, *americano*, *cappuccino*, *macchiato*, *cortado*, *latte*, *flat white*, *affogato*, *mocaccino* dan rasa-rasa lain lengkap dengan *toppingnya*. Aktifitas meminum kopi dengan demikian bukan sekadar meneguk untuk memasukkan racikan kopi ke dalam mulut, namun juga meliputi persoalan kultur dan sosialnya.

Ketika aktifitas *ngopi* di kafe, aktivitas minum kopinya mempunyai tujuan-tujuan lain, tidak sekadar memasukkan racikan kopi ke dalam tubuh, tetapi juga untuk mengobrol, mempresentasikan diri, menikmati desain interior kafe, merokok, menghisap *vapor*, dan menikmati pertunjukan musik akustik. Istilah *kongkow* yaitu bahasa ragam dari nongkrong atau kumpul-kumpul sangat terkait dengan aktifitas minum kopi ini. Kopi merupakan media untuk masyarakat berkumpul dengan tujuan bersosialisasi, bercanda, bertransaksi ide dan wacana, beristirahat dan bahkan sebagai media katarsis dengan meneguk kopi seorang diri. Dengan demikian, keanekaragaman pilihan gaya hidup modern yang tersedia saat ini adalah aktualisasi dari hasrat manusia yang terus memperbaharui eksistensi dan identitasnya.

Di Kedai Kopi Demang yang menjadi fokus tulisan ini dapat dilihat bahwa gaya hidup dan hasrat menjadikan entitas kopi tidak lagi sederhana dengan racikan kopi di rumah. Kopi yang diracik sendiri di rumah kemudian menjadi berbeda dengan yang diracik di Kedai Kopi Demang. Kedai Kopi Demang menyediakan kedainya sebagai referensi bagi masyarakat untuk minum kopi nusantara, bukan hanya minum produk-produk kopi dari Eropa. Kedai Kopi Demang menawarkan ragam kopi nusantara, seperti *premium coffee*, *single origin*, *espresso base*, serta pilihan menu lain seperti *chocolate*, *tea*, *milkshake*, *roti*, *roti bakar*, *snack*, *roti maryam*, *fresh juice*, dan lain-lain. Bahan utama menu kopinya diambil dari jenis-jenis kopi nusantara seperti dari Bali - Kintamani, kopi luwak, demang *blend*, dan lain-lain.

Hasrat masyarakat modern menyusup pada gaya hidup *ngopi* yang saat ini sedang populer. Pemilik Kedai Kopi Demang pun menyadari bahwa minum kopi sangat erat hubungannya dengan *life style* atau gaya hidup. Terang pemilik, kebutuhan meminum kopi dan menikmati musik menjadi ruang katarsis dari kesibukan dan kepenatan sehari-hari masyarakat yang mampir di Kedai Kopi Demang. Dapat dikatakan bahwa hasrat adalah suatu dorongan atau keinginan yang akan terus atas kebutuhan-kebutuhan yang kompleks yang aktualisasinya ada di suatu gaya hidup yang dipilih masyarakat.

Kompleksitas hasrat dan gaya hidup ngopi tidak hanya sampai di sini. Ada pilihan lain dari Kedai Kopi Demang selain makanan dan minumannya, yakni kebebasan merokok, menghirup *vapor*, menikmati pelayanan dari barista, waktu nongkrong yang lebih senggang, dan tentunya pertunjukan musik akustik. Dapat dikatakan, berbagai kebebasan yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Demang adalah suatu penawaran jasa suasana *cozy* itu sendiri.

*Cozy* atau kenyamanan merupakan salah satu hasrat yang menjelma dalam kebutuhan gaya hidup masyarakat modern dan masyarakat dengan kelas sosial tertentu. *Cozy* atau kenyamanan tentunya menjadi kebutuhan dasar psikologis setiap manusia, di samping rasa aman, kepercayaan diri, dan keberdayaan. Walaupun *cozy* atau kenyamanan adalah suatu kebutuhan dasar, namun sedikit orang yang mengorbankan hasrat tersebut untuk hasrat yang lain. Contohnya adalah buruh pabrik. Untuk memiliki keberdayaan ekonomi, bekerja lebih dari delapan jam per hari dengan sarana yang tidak menyokong terbentuknya rasa nyaman pun tidak menjadi persoalan. Berbeda dengan kelas sosial lain yang memiliki keberdayaan ekonomi, *cozy* tentunya menjadi salah satu hasrat yang harus dipenuhi dan bahkan tidak pernah terpuaskan. *Cozy* dengan demikian berbicara tentang kelas-kelas sosial tertentu.

Fenomena tentang keberadaan kelas-kelas sosial dinyatakan oleh pemilik Kedai Kopi Demang itu sendiri. Dikatakan bahwa pada jaman Belanda menduduki wilayah Indonesia, hanya masyarakat kelas *demang* saja yang boleh *ngopi* secara bebas. *Demang* pada saat itu setara dengan camat di era sekarang. Selain masyarakat kelas *demang* atau setara dengannya, seperti petani atau masyarakat pekerja, tidak boleh meminum kopi yang diambil dari perkebunan. Istilah *demang* kemudian diangkat kembali menjadi tajuk dari kedai kopi ini sebagai bentuk dari romantisme masa lalu, serta kesadaran terhadap kelas sosial dan gaya hidup tertentu. Kedai Kopi Demang dapat memperoleh keuntungan yang bersifat ekonomis dari manajemen kedainya yang menciptakan ruang kenyamanan atau *cozy* bagi pelanggan (masyarakat modern) yang “*di-demang-kan*”. Menurut pandangan peneliti, pengetahuan dan pemahaman seputar fenomena kebudayaan dan kepiawaian bisnis yang dimiliki oleh pemilik atau pengelola sebagai konseptor kafe Kedai Kopi Demang itulah yang menjadi awal bagaimana *cozy* dikomodifikasi.

## **B. Cozy sebagai Objek Komodifikasi**

Georg Lukacs dalam bukunya yang berjudul *History and Class Consciousness*, menguraikan bahwa komodifikasi merupakan sebuah proses di mana:

Kapitalisme menguasai seluruh dimensi kehidupan masyarakat sehingga interaksi dalam kehidupan masyarakat ini selalu ditandai oleh pemiskinan makna hidup yang autentik. Kebebasan untuk mengaktualkan dimensi kemanusiaan dalam masyarakat sebagai ciri autentik kehidupan masyarakat yang mampu memaknai kebebasan dirinya kemudian diganti oleh adanya aktifitas pertukaran nilai uang yang secara objektif menimbulkan keterasingan hidup (Sutrisno dan Putranto, 2005:28).

Sederhananya, proses komodifikasi adalah proses menjadikan objek-objek sebagai sesuatu yang memiliki nilai tukar (uang). Komodifikasi merupakan proses yang berhubungan dengan bagaimana suatu produk diproduksi dan didistribusikan secara massa kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Mudana, 2017:69). Hal ini selaras dengan yang dikatakan Piliang (2011:352), namun lebih tepatnya, Piliang menyebut bahwa komodifikasi sebagai sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya tidak disadari sebagai komoditas (bernilai tukar) dan lalu menjadi komoditas.

Di era industri dan kapitalisme seperti sekarang ini, tidak hanya barang yang dapat dijadikan sasaran sebagai objek komodifikasi. Jasa atau pelayanan pun dapat dijadikan komoditas dan dikomodifikasi sedemikian rupa sehingga memiliki nilai tukar yang berdaya ekonomis. Contohnya saja layanan pesan antar *online* yang kini menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi. Piliang menyatakan bahwa komodifikasi tidak hanya merujuk pada barang atau

jasa kebutuhan konsumen, akan tetapi juga masuk pada wilayah seni dan kebudayaan pada umumnya (Piliang, 2010:87).

Seperti yang telah dipaparkan, produsen atau pelaku bisnis memiliki kesadaran terhadap gejala kebudayaan mutakhir, yakni hasrat kebutuhan-kebutuhan konsumen atas gaya hidup modern. *Cozy* dalam hal ini dipandang sebagai sasaran komodifikasi objek komoditas. Suasana *cozy* yang dibangun Kedai Kopi Demang merupakan suatu upaya menukar suasana dengan sesuatu yang bernilai tukar uang. Proses komodifikasi ini terjadi secara sistemik, yaitu dibangun oleh komponen atau unsur-unsur yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya.

*Cozy* adalah bagian dari komoditas atau objek dagang dari kafe tersebut. *Cozy* dalam konteks ini setara dengan aneka ragam kopi serta ragam jenis minuman dan makanan lain yang menjadi daftar menu dagangan Kedai Kopi Demang. *Cozy* sebagai komoditi dapat berarti juga bahwa jasa fasilitas dan pelayanan yang menimbulkan kenyamanan telah dirubah menjadi produk yang bernilai tukar ekonomis. Meskipun pada praktiknya tidak dinyatakan secara langsung, namun nilai tukar *cozy* ini telah diintegrasikan ke dalam harga jual daftar menu sajian Kedai Kopi Demang. Sehingga tingkatan harga dari daftar menu sajiannya, semisal kopi, harga kopi berada di atas harga kopi pada umumnya di warung-warung biasa. Di samping itu, nilai tukar *cozy* di sini juga terletak pada

keberadaan *omplong*, yaitu sebuah wadah yang menghimpun uang sawer dari pelanggan sebagai penikmat pertunjukan musik akustik Kedai Kopi Demang. Komodifikasi *cozy* dalam hal ini sifatnya laten atau tersembunyi dan menjelma dalam gaya hidup<sup>15</sup>.

Komodifikasi di berbagai hal memiliki dua sisi, yaitu selain membawa kemajuan peradaban, ia juga memiliki konsekuensi-konsekuensi seperti yang terdapat pada pernyataan Lukacs. Dikatakan bahwa “kapitalisme menguasai seluruh dimensi kehidupan masyarakat sehingga interaksi dalam kehidupan masyarakat ini selalu ditandai oleh pemiskinan makna hidup yang autentik” (Sutrisno dan Putranto, 2005:28). Kapitalisme adalah sebuah sistem raksasa yang tidak lagi dapat disadari keberadaannya, karena kapitalisme adalah keniscayaan dari kehidupan di era ini. Fenomena menjamurnya kafe-kafe, tempat makan, dan sederetan pilihan makan dan minum adalah salah satu indikasinya. Duduk di kafe tidak lagi sama dengan duduk di ruang tamu pribadi. Maka, hasrat antara kebutuhan dan keinginan menjadi dua batas yang bias.

Selanjutnya, Lukacs mengkritik bahwa ciri autentik masyarakat yakni kebebasan aktualisasi pada dimensi kemanusiaan terganti oleh adanya aktifitas pertukaran nilai uang yang menimbulkan keterasingan

---

<sup>15</sup> Pilihan gaya hidup *nongkrong*, kafe, dan *ngopi* bagi para pengunjung di Kedai Kopi Demang meliputi kegiatan minum, makan, merokok, menghisap *vapor*, mengobrol, menikmati suasana, mencari hiburan, dan beberapa aksi pengunggahan pengalaman *ngopi* di media sosial sebagai pembentuk citra diri.

hidup (Sutrisno dan Putranto, 2005:28). Keterjarakan atau keterasingan hidup dapat menjangkiti masyarakat yang berorientasi pada uang untuk bertahan hidup, sehingga nilai keberhasilan atau kesuksesan hidup sering dihitung dengan parameter seberapa banyak uang yang dapat dihasilkan seseorang dalam hidupnya. Asing dipahami sebagai sebuah keterjarakan masyarakat pada nilai-nilai kemanusiaan yang selama ini diyakini benar. Masyarakat yang hidup di wilayah kapitalisme menekankan entitas-entitas material. Di sisi lain, komodifikasi justru dipandang sangat menarik oleh peneliti. Hal itu terletak pada keberhasilannya menyertakan musik bagi perubahan peradaban manusia.

### **C. Peran Musik Akustik dalam Proses Pembentukan *Cozy***

Seperti telah diketahui bersama, musik memiliki peran strategis dalam kebudayaan. Musik banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis, terutama pemilik Kedai Kopi Demang untuk melahirkan komoditas baru yang disebut *cozy*. Pertunjukan musik akustik dalam konteks ini adalah entitas terpenting dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang. Pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang hadir bukan hanya sebagai entitas pemenuh kebutuhan estetis semata, melainkan sebagai medium yang menghantarkan pelanggan pada realitas-realitas *cozy*. Seperti disinggung pada sub bab sebelumnya bahwa *cozy* di Kedai Kopi

Demang ini tidak terletak pada ruang fisiknya. Maka, satu-satunya sarana yang memungkinkan terbentuknya suasana *cozy* adalah keberadaan musik akustik di kafe tersebut.

Musik adalah bagian dari gaya hidup. Berbagai jenis musik yang tumbuh dalam kehidupan budaya musik, secara bersamaan juga telah melahirkan berbagai pilihan kategori gaya hidup musik. Setiap kategori ini memiliki citra atau imaji, gaya, identitas, dan/ atau “pandangan dunia” yang dianut oleh masing-masing pendukungnya. Kenyataan gaya hidup inilah diantaranya yang menjadikan musik memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis.

Kedai Kopi Demang sebagai produsen atau pelaku komodifikasi memulai sirkulasi ekonomi dengan hal yang berbeda dengan kafe lain pada umumnya. Untuk memenuhi kebutuhan pertunjukan musik, kedai ini memanfaatkan *skill* dari para baristanya. Ketiga barista yang bekerja di Kedai Kopi Demang mampu memainkan alat-alat musik yang disediakan. Barista memainkan lagu-lagu pop terkini ataupun memainkan lagu berdasarkan permintaan pelanggan. Barista membuka pertunjukan dan memancing pelanggan yang datang untuk meminta lagu. Kedai Kopi Demang menyediakan tempat *sawer* (*fee* atau uang sukarela) yang disebut *omplong* di dekat musisi yang tidak lain adalah pegawai atau barista di kedai tersebut. Jadi, barista mendapat dua macam kompensasi yakni

sebagai musisi yang didapat melalui *omplong* dan sebagai karyawan yang didapat dari pemilik.

Komunitas-komunitas yang datang ke kedai ini biasanya memiliki *skill* bermusik juga, sehingga pelanggan dapat berkolaborasi dengan barista atau pelanggan lainnya. Kolaborasi spontan tersebut sering disebut dengan istilah *jamming*. *Jamming* dimulai dengan menyesuaikan siapa yang sedang bermain musik atau lagu, dengan melontar pertanyaan, "*Lagu ini atau itu bisa nggak?*" Tentunya dengan memanfaatkan kemampuan barista dan pelanggan dalam bermusik, harga produksi yang harus dikeluarkan oleh pemilik Kedai Kopi Demang untuk mendatangkan pemusik dapat ditekan. Berbeda halnya dengan yang terjadi di kafe atau tempat minum kopi yang lain, yang mengadakan kontrak dengan *band* profesional, yang memiliki mata pencaharian secara khusus sebagai pemusik dan penyanyi.

Pertunjukan musik akustik yang dihadirkan di Kedai Kopi Demang memang bukan satu-satunya sumber terbangunnya *cozy*, namun peran musik akustik tersebut memberikan dominasi kontribusi penuh. Hal itu bersumber pada sifat dasar dan karakteristik musik akustik itu sendiri. Musik akustik adalah musik (interpretasi pemahaman tentang gejala musik) yang timbul dari penerapan prinsip akustik (pendengaran dan suara fisikal) di dalamnya. Penjelasan ini dapat ditemui dalam disiplin

ilmu akustika, salah satu cabang fisika yang mempelajari suara, getaran, sifat-sifat, dan aplikasi di dalam kehidupan (Kristianto, 2008:2).

Akustika sendiri mempunyai banyak cabang. *Musical acoustics* adalah salah satunya. Adanya prinsip akustik dalam musik ini digunakan untuk mengoptimalkan, mendukung, dan menaikkan fungsi dari penggunaan suatu benda atau ruangan untuk mewujudkan bunyi atau suara yang dikehendaki (Kristianto, 2008:2). Pertunjukan musik akustik pada awalnya merupakan kebutuhan selera terhadap warna suara yang identik dengan sumber bunyi yang berasal dari alat-alat musik non elektrik. Persoalan rasa dan selera terhadap musik dapat dipahami oleh orang-orang yang berkecimpung di dunia musik dalam berbagai peran dan dalam kurun waktu yang relatif lama.

Musik akustik berkaitan dengan suara, bunyi, atau musik yang ditimbulkan dari prinsip akustika di dalam suatu alat musik, seharusnya ada dalam pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang. Faktanya, ruangan atau panggung tempat pertunjukan dan instrumen musik akustik di Kedai Kopi Demang tidak memenuhi syarat-syarat seperti yang dipahami dalam prinsip akustika. Musik akustik telah mengalami pergeseran makna ketika bersinggungan dengan kapitalisme, gaya hidup, dan kebutuhan produsen untuk menghadirkan *cozy*.

Biaya pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang telah diminimalisir oleh pengelolanya. Musik akustik yang pada umumnya membutuhkan biaya lebih mahal untuk menghasilkan warna bunyi yang dibutuhkan secara musikal bukan tujuan dari berdirinya kafe ini. Meskipun demikian, musik akustik di Kedai Kopi Demang bukan sama sekali tidak ada. Kehadiran musik akustik di Kedai Kopi Demang mengambil citra musiknya yang memunculkan lagu-lagu yang bersifat *easy listening* atau ringan didengar, tidak hingar-bingar, dan instrumen sederhana (seperti yang dijelaskan di bab dua). Meskipun sudah mengalami amplifikasi, namun demikian, warna suara akustik yang khas dari gitar dan *cajon* tetap muncul.

Instrumen yang lekat dengan citra akustik adalah gitar dan *cajon*. Citra musik akustik yang melekat pada kafe menjadi salah satu daya pendukung *cozy* dari Kedai Kopi Demang. Dalam kepentingan bisnis ini, pertunjukan musik akustik pada ruang pertunjukan mengalami pergeseran dari yang sifatnya estetis menjadi ekonomis. Bagaimanapun pertunjukan musik akustik yang dihadirkan di Kedai Kopi Demang memiliki tujuan menciptakan lingkungan dan suasana kedai yang *cozy* atau nyaman.

Pertunjukan musik akustik dinilai memiliki peran dalam melegitimasi berbagai gaya hidup di antara komunitas-komunitas.

Manajemen Kedai Kopi Demang mengandalkan keahlian dari pemilik kafe dan baristanya untuk menjaring dan menggaet pelanggan dari lingkungan komunitas-komunitas, seperti komunitas vespa, komunitas *vapor*, komunitas *reggae*, komunitas motor, dan masih banyak lagi. Menurut pengamatan, komunitas *reggae* yang tergabung dalam *Solo Reggae Community* dengan banyak anggotanya, sering datang ke Kedai Kopi Demang ini. *Reggae* kemudian dalam kesepakatan atau asosiasi sosial, dipilih menjadi genre utama yang dibawakan dalam pertunjukan musik akustiknya. Komunitas lain, seperti komunitas vespa pun juga menyukai musik bergenre *reggae*. *Reggae* menurut penuturan merupakan genre musik yang dapat membuat *relax* para pelanggan. Oleh karena itu, musik *reggae* yang dibawakan dalam pertunjukan musik akustik dapat dikatakan memiliki peran penting, menjadi terminal atau arena bertemunya aneka gaya hidup komunitas-komunitas tersebut.

Komunitas yang mampir di Kedai Kopi Demang kian berganti dari hari ke hari. Hal ini merupakan kreatifitas dan kerja keras baristanya dalam menghimpun komunitas yang menjadi pelanggan tersebut. Aktifitas *nongkrong* komunitas di Kedai Kopi Demang dapat memakan waktu hingga berjam-jam. Aktifitas didominasi dengan mengobrol sambil mendengarkan atau bermain musik dari pukul 18.00 WIB hingga larut malam pukul 00.00. Aktifitas tersebut setara dengan waktu untuk

menghabiskan dua hingga tiga cangkir atau gelas minuman, dan disertai dengan makanan kecil hingga berat. Meskipun telah diintegrasikan oleh suasana *cozy*, harga makanan dan minuman yang ada di daftar menu tetap dibuat terjangkau, yakni kisaran Rp. 8.000,00 hingga Rp. 15.000,00. Hal ini memungkinkan konsumen dapat memesan lebih dari dua atau tiga macam menu dalam satu kali kunjungan.

Konsep *cozy* atau kenyamanan yang dibuat di Kedai Kopi Demang ini berhasil dalam menahan konsumen untuk *nongkrong* dalam waktu yang lama. Menurut data wawancara, Kedai Kopi Demang juga menyediakan *home stay* bagi anggota-anggota komunitas yang datang dari luar kota Solo untuk menginap. Dengan konsep *cozy* (kenyamanan, keterbukaan, dan keleluasaan) ini, komunitas-komunitas mendapat ruang sosial baru. Sistem organis yang terjadi di Kedai Kopi Demang berhasil mempertahankan eksistensinya dari tahun 2013 sebagai penjual kopi yang cukup bersaing dengan tempat minum kopi yang lainnya.

## BAB V

### PENUTUP

Musik akustik merupakan sebuah konsepsi kategori musik yang didasarkan oleh prinsip teknologi intrumen dari musik tersebut. Kategorisasi musik akustik dengan begitu tidak dilandasi oleh kriteria gaya musik, ataupun ideologi yang dibawa, seperti yang terjadi secara umum pembagian genre musik di ranah populer. Dalam konteks masyarakat umum, komposisi atau formasi instrumentasi dalam musik akustik menjadi lebih khusus, yakni merujuk pada format *combo band*. Formasi tersebut sekurang-kurangnya terdiri dari “gitar *lead*” sebagai pembawa melodi, “gitar *ritem*” sebagai pembawa akor, “gitar *bass*” sebagai penegas akor dan tempo, serta alat perkusi *drum* yang mana dalam konteks Kedai Kopi Demang yaitu *cajon*, yang bertugas sebagai instrumen pembawa irama.

Banyak kafe yang menyediakan *live* musik, namun pada umumnya dimaksudkan sebagai hiburan semata. Tidak banyak pengelola kafe yang secara sadar memanfaatkan potensi entitas gaya hidup dalam musik untuk menghimpun konsumen bagi kafanya. Sementara, pengelola Kedai Kopi Demang mampu membaca peluang tersebut, dan memanfaatkannya

untuk mengembangkan bisnis Kedai Kopi Demang. Pertunjukan musik akustik dalam hal ini dirancang dan diselenggarakan secara terkonsep agar dapat memfasilitasi berbagai pilihan gaya hidup pelanggan.

Hasil kerja analisis yang dilakukan dalam penelitian ini merangkum bahwa pertunjukan musik akustik memiliki peran yang signifikan dalam konteks bisnis kafe Kedai Kopi Demang. Pertunjukan musik akustik, oleh pengelola Kedai Kopi Demang dijadikan sebagai entitas utama yang berperan penting dalam proses komodifikasi *cozy* ala kafe tersebut. *Cozy* di sini tidak semata faktor realitas persepsi dan citra umum yang telah ada melekat sebelumnya pada musik akustik, namun dipicu oleh rancangan tertentu atas pertunjukan musik tersebut.

Rancangan tertentu atas sajian pertunjukan musik akustik dapat dikatakan sebagai formula dalam strategi bisnis Kedai Kopi Demang. Rancangan tersebut adalah seperti yang telah dipaparkan melalui bahasan tentang bentuk pertunjukan, pola pengaturan atau tata kelola pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang. Keberhasilan yang telah dicapai melalui rancangan ini dimungkinkan oleh pemberdayaan tema. Pertunjukan musik akustik dalam hal ini dilangsungkan dalam regulasi tematik.

Tema atau asosiasi atau kesepakatan yang diusung dalam tiap sajian pertunjukan musik akustik Kedai Kopi Demang adalah *jamming* dan

*reggae*. Kedua tema ini pada kenyataannya tidak dilegitimasi secara tegas, namun selalu terbaca melalui teks-teks yang terus diproduksi pada setiap berlangsungnya pertunjukan musik akustik di kafe tersebut. Dengan kata lain, tema *jamming* dan *reggae* telah menjadi pola produksi pertunjukan musik akustik Kedai Kopi Demang.

Kafe Kedai Kopi Demang berhasil membuat rancangan yang mampu mengintegrasikan gaya hidup pelanggan melalui teks-teks musik. Dengan begitu, fakta integrasi menjadikan realitas pertunjukan musik akustik di Kedai Kopi Demang lebih dari sekadar wadah atau mewadahi berbagai gaya hidup. Pertunjukan musik akustik memungkinkan perjumpaan berbagai gaya hidup berbagai komunitas. Pertunjukan musik akustik dalam proses komodifikasi *cozy* di Kedai Kopi Demang itu menjadi media sentral, terminal, atau arena yang memberi akses dan merangsang aktualisasi berbagai teks-teks gaya hidup.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri. 2006. *Menggeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Banoë, Pano. 2003. *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Beranek, Leo Leroy. 1962. *Music, Acoustics & Architecture*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Bordieu, Pierre. 2010. *Arena Produksi Kultural Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*, diterjemahkan oleh Yudi Santosa. Bantul: Kreasi Wacana.
- Chaney, David. 2011. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*, diterjemahkan oleh Nuraeni. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dewi, Tiffany Marantika. 2016. "Komodifikasi Penonton pada Program Musik Televisi Lokal (Kasus Pelibatan Temon Holic pada Program Terminal Dangdut TATV)". Skripsi S-1 Televisi dan Film. ISI Surakarta.
- Doelle, Leslie. L. 1993. *Akustik Lingkungan*, diterjemahkan oleh Lia Prasetio. Erlangga: Jakarta.
- Indiana, Jaduk. 2017. "Transformasi Penggunaan Instrumen Drum Menjadi Cajon Pertunjukan Musik Cafe di Surakarta – Studi Kasus Cafe AM-PM Slamet Riyadi Surakarta". Skripsi S-1 Etnomusikologi. ISI Surakarta.
- Kristianto, Y P Hadi Sumoro. 2008. *Pengantar Ilmu Akustik Suara, Getaran, dan Pendengaran*. Y P Hadi Sumoro Kristianto.
- Kuusinen, Antti. 2011. "Perception of Concert Hall Acoustics – Selection and Behaviour of Assessors in a Descriptive Analysis Experiment". Master's Thesis of Aalto University School of Electrical Engineering Finland.

- Mudana, I Wayan dan Pande Ketut Ribek. 2017. "Komodifikasi Seni Lukis Wayang Kamasan Sebagai Produk Industri Kreatif Penunjang Pariwisata". *Mudra Jurnal Seni Budaya* 32 (1).
- Muttaqin, Moh., Kustap. 2008. *Seni Musik Klasik Jilid 1 untuk SMK*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Nawang, Riqmadita. 2011. *Cara Mudah Bermain Biola Untuk Pemula*. Yogyakarta: Ekspresi.
- Nugroho, Johan Prasetyo Wahyu. 2018. "Instrumen Gitar Klasik Karya Idu Suatu Kajian Organologi". Skripsi S-1 Etnomusikologi ISI Surakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Bayang-bayang Tuhan, Agama dan Imajinasi*. Jakarta: Mizan Publika.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sitowati, Inggit. 2010. "Relevansi Selera Musik Klasik dan Kelas Sosial". *Jurnal Musik Universitas Kristen Satya Wacana* vol. 2 no. 1 (Agustus 2010).
- Soeharto, M. 1992. *Kamus Musik Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Sunarto, B. 1987. "Kehidupan Karawitan di Tengah-tengah Kebudayaan Massa". Jurusan ASKI Karawitan Surakarta.
- Sutrisno, Mudji. 2005. *Teori-teori Kebudayaan*, ed. Hendar Putranto. Yogyakarta: Kanisius.
- Strinati, D. 2010. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Ar- Ruzz Media.
- Storey, J. 2006. *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.

Wade, Bonnie C. 2004. *Thinking Musically: Experiencing Music, Expressing Culture*. New York: Oxford University Press, Inc.



## DAFTAR NARASUMBER

Agus (36). Barista dan Pemusik. Jl. Moh. Husni Thamrin No. 11, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Max (55). Pemilik Kedai Kopi Demang Surakarta. Jl. Moh. Husni Thamrin No. 11, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah.

Pandoyo (34). Barista dan Pemusik. Jl. Moh. Husni Thamrin No. 11, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Sindu (36). Barista dan Pemusik. Jl. Moh. Husni Thamrin No. 11, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah



## LAMPIRAN



**Gambar 1.** Salah satu pengunjung sedang menggunakan *drum set* elektrik.  
(Foto: Facebook Kedai Kopi Demang, 2016)



**Gambar 2.** Dua barista sedang *ngejam*.  
(Foto: Instagram Kedai Kopi Demang, 2016)



**Gambar 3.** Sebuah komunitas sedang *ngejam*.  
(Foto: Instagram Kedai Kopi Demang, 2016)



**Gambar 4.** Suasana di Kedai Kopi Demang.  
(Foto: Instagram Kedai Kopi Demang, 2017)



**Gambar 5.** *Reggae night* di Kedai Kopi Demang.  
(Foto: Instagram Kedai Kopi Demang, 2017)



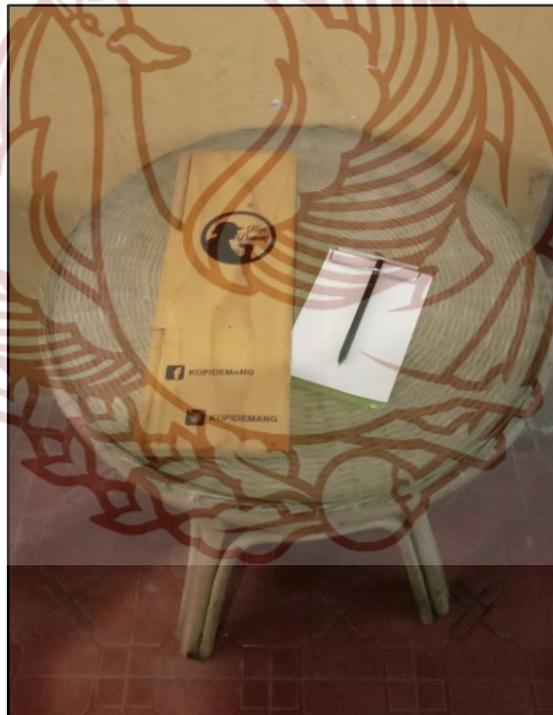
**Gambar 6.** *Owner* sedang meracik pesanan.  
(Foto: Eko Yulianto, 2019)



**Gambar 7.** Kopi Jadoel ala Demang.  
(Foto: Instagram Kedai Kopi Demang, 2016)



**Gambar 8.** Meja pengunjung.  
(Foto: Eko Yulianto, 2019)



**Gambar 9.** Buku daftar menu dan buku pesanan di Kedai Kopi Demang.  
(Foto: Eko Yulianto, 2020)



Gambar 10. Daftar menu di Kedai Kopi Demang.  
(Foto: Eko Yulianto, 2020)

## BIODATA



**Nama** : Eko Yulianto  
**Tempat, tanggal lahir** : Sukoharjo, 17 Juli 1980  
**NIM** : 00112117  
**Jurusan** : S 1 Etnomusikologi  
**Fakultas** : Seni Pertunjukan  
**Alamat** : Menggungan RT. 01, RW.02,  
Ngemplak, Sawahan, Boyolali,  
Jawa Tengah

### **Riwayat Pendidikan :**

1. TK Dharma Wanita 1 Sukoharjo, lulus tahun 1987
2. SDN Jombor I Bendosari Sukoharjo, lulus tahun 1993
3. SMPN 3 Sukoharjo, lulus tahun 1996
4. SMKN 2 Surakarta, lulus tahun 1999