

**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

eksistensial masyarakat di eranya. Gaya hidup posmodern menuntut tersedianya alat musik yang bersifat praktis dan minimalis, sama seperti bentuk produk-produk lainnya¹⁴. 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,

¹⁴ 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 hidup¹⁵.

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

¹⁵ 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.

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