CATHARSIS 3 (2) (2014)

Catharsis: Journal of Arts Education

http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/catharsis

ORIENTASI GRUP VOKAL AWAN VOICE PADA IDEOLOGI PASAR MUSIK INDONESIA

Ari Widyaningrum✉

Prodi Pendidikan Seni, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima September 2014
Disetujui Oktober 2014
Dipublikasikan November 2014

Keywords:
Awan Voice, Ideology, Market Ideology.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran ciri khas musik grup vokal Awan, dinamika perkembangan komposisi dan aransemen lagu Awan *Voice*, serta orientasi grup Awan *Voice* pada ideologi pasar musik Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode penelitian analisis kualitatif dengan lokasi penelitian di Kota Semarang, adapun wujud dan sumber data terdiri dari sumber dan wujud data tertulis maupun tidak tertulis. Instrumen dan teknik pengambilan data mengunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data. Sedangkan teknik analisis dan pengolahan data pengumpulan, reduksi, klarifikasi dan verifikasi data. Ciri khas musik dari Awan Voice adalah musik yang berformat acapella dengan sentuhan *beatbox*. Selain itu dalam setiap performnya diselingi dengan guyonan sehingga menarik perhatian penikmatnya. Dinamika perkembangan komposisi dan arransemen karya Awan voice dapat dilihat dari aspek judul lagu, komposisi lagu, struktur lagu, melodi, harmonisasi, pangsa pasar dan motif lagunya. Sedangkan orientasi terhadap ideologi pasar musik Indonesia adalah musik Awan voice menerapkan melodi yang mudah diingat dan di mainkan fleksibel, lagunya mudah dinyanyikan dan diserap maknanya. Harmoni yang tidak terlalu muluk. Dapat dipadukan dengan instrumen atau jenis musik yang tidak biasa seperti *classic, blues* dan lain-lain. Karya mereka disesuaikan dengan waktu dan tempat atau pangsa pasar yang akan ditujunya, dan mempunyai profitabilitas.

Abstract

This study aims at describing vocal group Awan Voice characteristics, dynamic development of music composition, Awan Voice vocal arrangement and Awan Voice music market ideology. This study uses qualitative method in Semarang City. The data and data sources consist of written data and unwritten data. Data instruments and techniques of collecting data are observation, interview and documentation. The data validity uses triangulation. The analysis data consists of collecting data,reduction, clarification, and verification. Characteristic of Awan Voice music is music touch by beatbox acapella format. In each performance, they sometimes intersperse singing with jokes that draw the audience's attention Awan Voice composition dynamic development and work arrangements can be seen form the aspects of song title, song composition, structure, melody, harmony, market share and song motif. While the orientation toward Indonesia Awan Voice market ideology is using melodies that are easy to remember, flexible to play, easy to sing and meaningful. The harmony used is not too grandiose. It can be combined with the instrument or type of music that is not as common as classic, blues and others. Their work adopted to the time and place or to its target market share, and profitability.

© 2014 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:
Kampus Unnes Bendan Ngisor, Semarang, 50233
E-mail: pps@unnes.ac.id

ISSN 2252 - 6900

PENDAHULUAN

Musik merupakan salah satu cabang seni yang menjadi kebutuhan hidup masyarakat. Vokal grup menurut Okatara (2011: 37) merupakan kumpulan beberapa penyanyi yang tergabung dan menyanyikan lagu dengan ketinggian suara yang berbeda, antara lain sopran, alto, bass, tenor. Seni vokal baik solo maupun grup dalam seni Islam disebut sebagai Nasyid. Salah satu dari grup vokal nasyid yang ada di Indonesia yakni grup vokal Awan *Voice*. Mereka memasuki ideologi pasar musik setelah menjadi sepuluh besar dalam ajang pencarian bakat yang diadakan salah satu televisi swasta, saat itu program acaranya berjudul "Suara Indonesia" tahun 2010 dan X-factor Indonesia pada tahun 2013. Althusser (Barker, 2000: 59) ideologi pasar dapat diartikan sebagai cara pandang dalam industri musik di Indonesia. Dalam konteks ideologi pasar musik Indonesia, menuntut grup vokal Awan *Voice* ini untuk memiliki ciri atau kekhas-an yang unik. Diawali dengan grup vokal Awan *Voice* yang berhasil tampil di media massa membuat grup vokal yang dahulu memiliki latar belakang sebagai grup vokal berbasis Islam, menjadi sebuah grup vokal industri.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana dinamika perkembangan komposisi dan aransemen lagu grup vokal Awan *Voice*? Bagaimana ciri khas musik grup vokal Awan *Voice*? Bagaimana orientasi grup vokal Awan *Voice* pada ideologi pasar musik Indonesia?. Maksud utama penelitian ini yakni memahami dan menjelaskan dinamika perkembangan komposisi atau aransemen lagu dalam grup vokal Awan *Voice*, memahami dan menjelaskan ciri khas dari grup vokal Awan *Voice*, memahami dan menjelaskan orientasi grup vokal Awan *Voice* pada ideologi pasar musik Indonesia.

Ideologi pasar terdiri dari kata ideologi dan pasar. Istilah ideologi dicetuskan oleh *Antoine Destutt Tracy* (Bagus, 2002: 307), ideologi merupakan cabang filsafat yang disebut *science de ideas* (sains tentang ide). Sedangkan pasar menurut Kotler dan Amstrong (2008:7) adalah seperangkat aktual dan potensial pembeli dari suatu produk. Jadi Ideologi pasar dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang tentang apa yang terjadi pada sebuah proses jual beli secara ilmu ekonomi. (Kwik Qian Gie, majalah Forum Keadilan, agustus 2013). Musik populer adalah istilah umum untuk musik dari segala usia yang menarik bagi selera populer, sedangkan musik pop biasanya mengacu pada genre musik yang lebih spesifik. Adapun ciri-ciri budaya massa antara lain: (1) nontradisional; (2) bersifat merakyat; (3) memproduksi budaya massa (hiburan umum); (4) berhubungan dengan budaya populer; (5) diproduksi dengan menggunakan biaya yang cukup besar dan menghasilkan keuntungan bagi capital yang diinvestasikan; (6) diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol-simbol kelas. Williams (1983: 14) mendefinisikan kata "populer" menjadi empat pengertian yaitu (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (untuk mencari *profit*).

Vokal grup dapat diartikan kumpulan beberapa penyanyi yang tergabung dan menyanyikan lagu dengan ketinggian suara yang berbeda, antara lain sopran, alto, bass, tenor. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga, pengertian komposisi secara umum adalah susunan; tata susun (2007: 585). Aransemen adalah gubahan lagu untuk permainan bersama baik vokal maupun instrumental maupun gubahan lagu untuk orkes atau kelompok paduan musik, baik vokal maupun instrumental. (Banoe, 2003: 30). Penelitian ini ditulis, karena peneliti mendapati adanya sebuah fenomena pada grup vokal Awan *voice* dalam kiprahnya di belantika musik Indonesia. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian yang peneliti ambil, yaitu: Nurhani, Rezki Endah. 2013. *Manajemen Musik Rekaman Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Industri Musik Rekaman Indonesia (studi kasus pada PT Trinity Optima Production)*. UGM: Tesis. Dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa adanya beberapa faktor yang menunjang keberhasilan

sebuah manajemen musik rekaman seiring dengan perubahan pola pikir dan perilaku konsumen dari industri musik Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan memusatkan pada metode *fieldresearch* (riset lapangan). Penelitian ini dilakukan pada grup vokal Awan *Voice*. Adapun sasaran yang peneliti teliti yakni: (1) dinamika perkembangan komposisi dan aransemen karya Awan *Voice,* (2) ciri khas grup vokal Awan *Voice,* dan (3) Orientasi dari grup vokal Awan *Voice* pada ideologi pasar musik Indonesia. Lokasi penelitian berada di Kota Semarang, lebih spesifiknya berada di kantor manajemen Awan *Voice*, yang beralamat di Jl. Gedung Batu Utara VI Semarang dan tempat latihan personil Awan Voice di Rumah Kayis dengan alamat Jl. Papandayan Selatan No.5 Rumah Dinas pimpinan DPRD Propinsi Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2014.

Wujud data dalam penelitian ini berupa wujud data tertulis yang berasal dari buku, jurnal, artikel, maupun dari media internet, naskah, serta partitur dan aransemen dari karya-karya lagu Awan *Voice*. Dan wujud data tidak tertulis berasal dari hasil observasi di lapangan, hasil wawancara dengan narasumber dan pengolahan data dokumentasi. Sumber data tertulis berasal dari buku, jurnal, artikel, maupun dari media internet,naskah, serta partitur dan aransemen. Sumber data tidak tertulis berasal dari hasil observasi di lapangan, hasil wawancara dengan nara sumber dan pengolahan data dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teknik keabsahan data dalam penelitian orientasi Awan *voice* dalam kajian ideologi pasar menggunakan teknik Triangulasi data. Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis terhadap data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi dokumentasi, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang mendukung dalam penelitian. Adapun proses teknik analisis data yang penulis pakai yakni pengumpulan data, proses reduksi, proses klarifikasi dan proses verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Komposisi dan Aransemen karya-karya Awan *Voice*

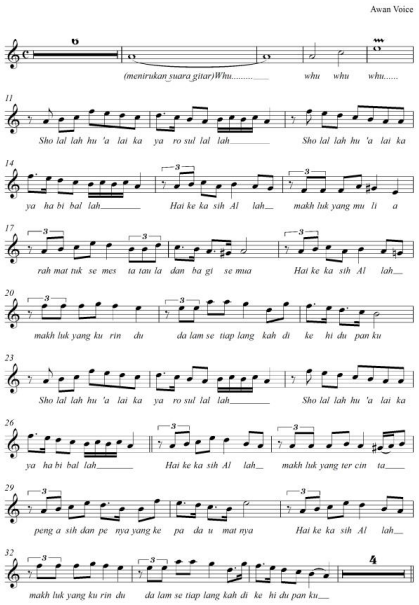
Selama berkiprah dalam bidang pertunjukkan, baik dalam skala lokal atau dalam ruang lingkup Kota Semarang dan sekitarnya maupun skala nasional, Awan voice telah menghasilkan dan menampilkan karya-karya nya. Lagu-lagu karya Awan voice terdapat dalam sebuah album dan beberapa single dari Awan Voice. Album Awan yakni Renung, single Bismillah, dan single Man Jadda Wa Jada. Adapun lagu-lagu recover dari lagu populer yang ada dalam karya Awan voice merupakan recover yang diaransemen ulang menjadi sajian acapella dengan pembagian suara lead vokal, vokal 1, vokal 2, vokal bass, dan vokal perkusi. Lagu-lagu recover ini di aransemen ulang dengan ciri khas Awan voice. Contoh lagu recover yang pernah dibawakan oleh Awan voice: Insya Allah-Maher Zein dan Assalamualaikum-Opick. Sedangkan karya lagu medley populer biasanya gabungan lagu populer ini kemudian diplesetkan menjadi lagu parodi yang kocak. Berikut lagu-lagu medley yang pernah dibawakan oleh Awan Voice dalam penampilannya: Laskar oralit, Oppa toyib style, Chaiya-chaiya penggemar dangdut, dan Syaiful is beautiful.

Komposisi Karya Awan Voice

Unsur-unsur musik terdiri dari nada, elemen-elemen waktu, melodi, harmoni dan dinamika (Prier 1996:2). Berdasarkan pada teori bentuk musik maka peneliti menganalisa struktur musik yang terdapat dalam bentuk musik Acapella Awan voice. Pada penelitian berjudul orientasi grup vokal Awan voice pada ideologi pasar musik Indonesia, peneliti mengambil 4 sampel antara lain: Lagu Kekasih Allah, Bismillah, Man Jadda Wa Jada dan Acapella. Dari sampel dapat disimpulkan bahwa karya Awan voice dilihat dari aspek judul lagu,

ada 3 jenis kategori diantaranya menggunakan bahasa formal/bahasa umum seperti: Jangan ada Permusuhan, sholat, dan kekasih Allah. Ada pula yang menggunakan kata-kata yang diambil dari Al-Qur'an atau diambil dari potongan ayat, misalnya: Bismillah, Man Jadda Wa Jada, dan Lailahailallah. Serta ada judul yang menggunakan kata-kata diluar konteks, contohnya: Acapella dan Mimpi-mimpi.

Dilihat dari komposisi lagunya sama yakni terdiri Lead vokal, Vokal 1, Vokal 2, Imitasi suara gitar vokal, Vokal bass, Dan vokal perkusi. Dilihat dari struktur lagunya terdapat 2 macam yakni struktur lagu A-B-C dan struktur lagu A-B-C-D. Dilihat dari melodinya juga sama yakni melodi melangkah dan melompat. Sedangkan dilihat dari harmonisasinya terdapat 2 kategori, yakni lagu yang menggunakan harmonisasi yang masih polos, masih menggunakan akor dan melodi standart serta lagu yang menggunakan harmonisasi yang bervariatif, penggunaan akor sudah pembalikan dan melodi bervariasi. Pangsa pasarnya ada tiga kategori diantaranya pangsa pasar pure nasyid, semi nasyid dan umum. Sedangkan motif dari lagu-lagu Awan Voice bermotif tidak simetris (asimetris).



Gambar 3.1. Partitur melodi dari lagu Kekasih Allah karya Awan voice

(Sumber: Ari 2014)

Aransemen Karya Awan Voice

Awan *voice* merupakan grup vokal yang mengusung konsep acapella dengan perpaduan *beatbox* dalam setiap pertunjukkannya. Untuk bagian pengaransemenan karya-karya Awan *voice*, semua anggota sepakat menyerahkan sepenuhnya kepada salah seorang anggota yakni saudara Ivan. Dalam pemaparannya pada saat wawancara, saudara Ivan mengatakan bahwa komposisi Awan *voice* terdiri dari 5 suara, yakni melodi utama yang dipegang oleh *lead* vokal, suara tenor atau *choir* 1, suara bariton atau *choir* 2, suara bass atau suara dengan interval nada paling rendah untuk laki-laki dan suara perkusi atau beatbox.

Untuk pola arransemen grup vokal Awan voice akan penulis jabarkan satu karya yang berjudul "Kekasih Allah". Pada aransemen Kekasih Allah terdapat 5 pembagian suara yakni lead vokal=Rizky, vokal 1=Hari, vokal 2=Didi, vokal bass=Ivan, dan vokal perkusi (*beatbox*)=Uki. Untuk melodi pada lagu kekasih Allah interval nadanya meluas namun masih terjangkau. Karena *lead* vokal Awan voice memiliki range suara yang lebar maka dalam karya-karya melodi dapat melompat maupun memakai interval yang luas. Sedangkan nada yang dipakai dalam lagu Kekasih Allah adalah minor harmonis. Dengan nada dasar sama dengan C. Nada terendah yaitu gis (sel) dan nada tertinggi a' (la). Sedangkan susunan harmoninya dapat dilihat pada penjabaran gambar 20. Dimana akor yang dipakai adalah Am, F, G dan E. Tempo lagu Kekasih Allah adalah Andante yang berarti perlahan-perlahan, yaitu seperti orang berjalan. Tempo andante ini memberi kesan bahwa lagu Kekasih Allah adalah lagu yang mendayu-dayu, enak dan ringan untuk didengarkan. Sehingga pesan syair atau lirik bisa diterima oleh pendengar. Pada lagu Kekasih Allah tidak terdapat modulasi sehingga nada dasarnya tetap do=C dari awal sampai akhir lagu.

Ciri Khas Musik Grup Vokal Awan Voice

Sebuah grup baik grup vokal maupun grup band, diharuskan memiliki sesuatu karakteristik yang unik yang dapat menjadikan grup tersebut menjadi grup yang berbeda dengan grup lainnya. Adapun dalam konteks ideologi pasar musik Indonesia, karakteristik tersebut harus memiliki hal-hal yang menandai kekhasan grup baik dari atribut, karya maupun performernya.

Popularitas Grup Awan Voice

Musik populer merupakan aliran musik yang lumayan laris di Indonesia, tidak sedikit band yang telah melambungkan namanya di Industri musik Indonesia serta telah memiliki nama besar karena band-band tersebut membawakan lagu-lagu beraliran pop. Mudah dicerna oleh telinga setiap kalangan yang menjadi alasan mengapa aliran pop ini memiliki banyak peminat.

Di sepanjang sejarah musik populer di Indonesia. Ternyata bukan hanya genre pop saja yang menjadi musik populer, namun juga genre metal, genre rock 'n roll, genre dangdut, genre keroncong, genre campursari dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dapat disebutkan musik populer merupakan musik yang *booming* atau terkenal pada populasinya. Musik populer menjadi terkenal dan disenangi pada masa dan massa wilayah tertentu. Kepopuleran Awan Voice dimulai dari ketika mengikuti Festival Nasyid Nasional 2009 yang merupakan awal langkahnya mengarungi jagad hiburan Indonesia, namun pada event ini Awan Voice baru dikenal sebagai pendatang baru di dunia nasyid Indonesia dan menjadi jawaranya karena memakai acapella percussion yang pada saat itu orang awam masih banyak yang belum memahami mengapa mereka sebagai sebuah grup nasyid memakai iringan perkusi dari mulut dan itu sangat menarik. Pada tahun 2010 ajang Suara Indonesia membuat nama mereka menjadi semakin diingat terutama di komunitas nasyid nasional. Dan puncaknya adalah ketika mengikuti X-Factor Indonesia, di event inilah mereka mulai terjun ke dunia industri musik yang sebenarnya. Memiliki ribuan penggemar yang mengatasnamakan kumpulan awan atau Kawan. Berada di bawah naungan kontrak eksklusif mayor label musik besar di Jakarta.

Kepopuleran ini tidak terlepas dari adanya penggemar dan manajemen Awan, yakni Awan Mangement. Dimana manajemen inilah yang mengatur semua kegiatan Awan Voice dan kontrak-kontrak mereka, setiap kontrak baik kontrak perform atau kontrak dengan label. Website mereka di www.awanvoice.com akun twitter mereka: @awanvoice, juga dapat dijadikan penghubung Awan voice sendiri dengan penggemarnya.

Grup Nasyid Acapella dengan *Beatbox*

Konsep musik yang diusung oleh grup vokal Awan voice adalah musik vokal beraliran nasyid atau musik dakwah dengan aransemen vokal yang mengimitasi suara atau bunyi dari instrument musik lainnya. Contohnya: perkusi, gitar, gambang, maupun bass.

Adapun dalam setiap penampilannya, mereka tidak menggunakan iringan suara dari alat musik. Jadi konsep penampilan dari grup vokal Awan voice dapat disebut sebagai nasyid acapella. Merujuk pada pengertian Acapella sebagai musik vokal tanpa menggunakan instrument atau alat musik (Barker: 2014).

Perubahan konsep dari acapella ini merupakan fenomena terbentuknya musik instrumen yang terjadi di akhir masa Renaissance dan cenderung berifat religius. Fenomena yang terjadi manusia meniru bunyi-bunyian yang dihasilkan instrumen musik. Istilah acapella dipinjam untuk menyebut permainan musik tanpa menggunakan iringan maupun instrumen konvensional lainnya. Begitu pula dalam bidang nasyid yang notabenenya mengusung dakwah islam sebagai *background* karya-karyanya. Istilah acapella tetap dipakai, walau arti dari acapella merupakan musik gereja, berasal dari kata *a capella* dalam artian *a* = sebuah, *capell*a = gereja. Jadi terlepas dari artian kata *a capella* sebagai musik gereja, para penggemar grup nasyid tetap memakai istilah tersebut untuk menyebut genre karyanya. Adaptasi kata acapella tersebut dapat diterima oleh masyarakat awam pada saat kini dan

menjadikan acapella menjadi ciri khas dari grup vokal Awan Voice.

Selain mengusung acapella dalam setiap pertunjukkan. Grup vokal Awan voice juga menyertakan *beatbox* perkusi dalam setiap aransemennya. Sehingga dapat disimpulkan ciri khas dari musik grup vokal Awan Voice adalah nasyid acapella dengan sentuhan *beatbox.* Selain itu dalam setiap perform-nya, Awan Voice mampu untuk menghidupkan suasana pentas dengan guyonan-guyonan yang membuat penampilan mereka semakin menarik.

Orientasi Grup vokal Awan Voice pada Ideologi Pasar Musik Indonesia

Awal pembentukan Awan Voice, para personil memang bertujuan untuk menembus pangsa pasar musik Indonesia. Awalnya mereka mengincar pangsa pasar nasyid yang memang pada waktu itu masih sangat jarang diminati oleh khalayak. Sebagai sebuah grup pendatang baru, mereka tidak serta merta percaya diri dalam menghasilkan karya. Namun mereka berusaha agar apa yang mereka bawakan dapat diterima oleh komunitas nasyid.

Menurut Gramsci (Barker, 2014:138) ideologi merupakan ide-ide, gugus makna, dan praktik yang mendukung kekuasaan kelas sosial tertentu, meski diklaim sebagai dalil-dalil kebenaran yang berlaku universal. Sedang pasar dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar dalam ilmu ekonomi merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Kwik Qian Gie (dalam majalah Forum Keadilan, agustus 2013) mengemukakan Ideologi pasar dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang tentang apa yang terjadi pada sebuah proses jual beli secara ilmu ekonomi. Untuk artian dari kata orientasi ditujukan penulis untuk memaknai peng-adaptasian terhadap suatu hal di waktu dan tempat tertentu.

Pada penelitian ini penulis mengartikan orientasi grup vokal Awan Voice pada ideologi pasar musik Indonesia sebagai pemikiran Awan Voice untuk mempunyai cara/pemahaman tentang keinginan pasar. Untuk mengetahui apa saja keinginan pasar, penulis merujuk pada ciri dari ideologi pasar. Dimana ciri ideologi pasar terdiri dari ciri budaya massa dan ciri budaya populer yang ada di masyarakat. Sehingga Awan voice dapat disimpulkan sebagai sebuah grup yang berformat acapella, mengusung tema religi, dan bergenre pop (diasumsikan populer). Grup vokal Awan Voice berorientasi pada Ideologi pasar musik Indonesia dapat dilihat dari pemenuhan ciri budaya massa dan ciri budaya populer yang ada di Indonesia. Yakni: (1) Nontradisional; (2) bersifat merakyat,; (3) memproduksi budaya massa (hiburan umum); (4) berhubungan dengan budaya popular; (5) diproduksi dengan menggunakan biaya yang cukup besar dan menghasilkan keuntungan bagi capital yang diinvestasikan; (6) diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol-simbol kelas.
(http://blogs.unpad.ac.id/indrairawan0068/2012/06/15/budaya-massa-dan-budaya-populer/).
Sedangkan ciri dari budaya populer menurut Antonio Gramsci (1971 : 56): (1) tren; (2) keseragaman bentuk; (3) adaptabilitas; (4) durabilitas; dan (5) provitabilitas. Nontradisional, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. Karya Awan voice termasuk kategori yang nontradisional karena mereka menggunakan format acapella namun dipadukan dengan iringan *beatbox* yang lebih modern. Dapat pula dikatakan sebagai produk nontradisional karena mereka telah berhasil masuk ke ranah hiburan tanah air melalui sebuah ajang pemilihan bakat X-Factor Indonesia yang digelar oleh salah satu stasiun televisi swasta dan disiarkan dalam skala Nasional. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa yang disebut sebagai penggemar dan penikmat. Penggemar Awan Voice disebut sebagai KAWAN (Kumpulan Awan) sedangkan untuk penikmat adalah orang awam yang menyukai karya maupun performnya.

Karya-karya dan pertunjukkan dari Awan Voice termasuk ke dalam kategori hiburan umum. Dilihat dari komposisi dan arransemen karya, performa di atas panggung baik yang *on*

air maupun *off air,* semua ditujukan untuk memenuhi keinginan penggemar dan penikmat musik mereka. Selain itu karya dan performa juga disesuaikan dengan pangsa pasarnya. Pada mulanya karya dan performa grup vokal Awan Voice ini berkembang di dalam suatu komunitas saja dengan karakter-karakter nasyid yang kental, namun ketika karya dan performa grup vokal Awan Voice ini dikemas di media massa, sentuhan popular mendominasi seluruh karya dari Awan Voice baik dari segi kostum, latar, dan sebagainya tidak lagi menjadi konsumsi suatu komunitas saja namun secara massal menjadi konsumsi semua lapisan masyarakat yang beragam. Awan Voice telah terikat kontrak dengan satu label musik yakni Sony BMG, dimana mereka diharuskan untuk memenuhi keinginan pasar yang menginginkan karya *easy listening*, unik, diproduksi secara massal, dan dalam waktu yang singkat.

Setelah terjadi perombakan anggota, mereka mempercayakan penanggung jawab latihan pada salah satu anggotanya, yakni Ivan. Kegiatan latihan terjadwal rutin, latihan dilakukan setiap seminggu sekali di hari rabu malam. (hasil wawancara dengan Hari dan Rizky Awan). Awan voice sekarang ini tidak hanya menampilkan lagu-lagu bertema religi, namun mereka mulai menambah perbendaharaan lagu dengan mencoba mengaransemen lagu-lagu popular maupun lagu popular dan diaransemen menjadi lagu plesetan atau menjadi musik parodi. Selain itu mereka mengaransemen lagu-lagu daerah dengan sentuhan musik *beatbox* seperti Gundul-gundul Pacul, Suwe Ora Jamu, dan Manuk Dadali. Hal ini dimaksudkan agar para penggemar Awan voice tidak mengalami kebosanan, maupun agar penggemar Awan voice merambah ke wilayah umum. Jadi karya-karya Awan voice bukan hanya ditujukan untuk salah satu komunitas saja. Walaupun di dalam setiap pertanyaan, mereka selalu menyebutkan prioritas utama mereka adalah berada di jalur nasyid.

Sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya popular. Musik populer juga dapat dicirikan: (1) Penerapan melodi yang mudah di ingat dan di mainkan Fleksibel (mudah diaransemen ulang dengan style yang berbeda); (2) Lagunya mudah dinyanyikan dan diserap maknanya. (3) Harmoni yang tidak terlalu muluk; (4) Musik pop yang memiliki ke unikan ritme, dipadukan dengan instrumen atau jenis musik yang tidak biasa seperti classic, blues dan lain-lain.

Diawali dari mengikuti sebuah ajang pencarian bakat X-Factor Indonesia 2014, Awan Voice menjadi *trending topic* di media sosial baik *twitter, facebook, Path, BBM*, maupun di *youtube*. Hal ini dikarenakan masyarakat penasaran dengan performa 5 orang personil grup vokal Awan Voice yang memedley beberapa lagu menjadi satu lagu utuh dan bersifat parodi. Mereka mengusung format acapella dengan *beatbox*, karena penasaran maka diketahui asal dari grup ini dulunya terlahir dari sebuah grup beraliran musik nasyid. Semenjak itu Awan Voice dapat dikategorikan sebagai buadaya populer, dibuktikan dengan banyaknya komentar maupun like di web www.awanvoice.com maupun twitternya: @awanvoice, dan unggahan di *youtube-* nya.

Karya mereka disesuaikan dengan waktu dan tempat atau pangsa pasar yang akan ditujunya. Misalnya saja pada waktu Ramadhan dan Hari raya, karya yang dibawakan akan mengusung tema yang saat itu sedang berlangsung. Contoh lagunya yang akan dibawakan adalah: Kekasih Allah, Sholat, Bismillah dan lain sebagainya. Apabila event gathering yang disajikan lagu-lagu seperti: Mantra, Acapella, Syaiful *is beautifull* dan lain sebagainya yang bertema umum. Hanya saja para personil dan manajemen Awan Voice memiliki prinsip untuk tidak akan membawakan lagu-lagu yang melenceng jauh dari konsep mereka, karena awal terbentuknya grup Awan Voice telah mengusung tema religi sebagai landasan dalam karyanya. Prinsip tersebut yang membawa mereka untuk dilirik oleh pihak label, maupun pihak yang akan memakai jasa entertainnya. Mereka memiliki karakter yang kuat, unik, kreatif dan berprinsip dalam berkarya sehingga dapat dikatakan grup Awan Voice mempunyai profitabilitas. Profitabilitas, dari sisi

ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang memfokuskan pada "Orientasi Grup vokal Awan *Voice* pada Ideologi Pasar Musik Indonesia", maka peneliti dapat mengemukakan suatu simpulan sebagai berikut : ciri khas Grup vokal Awan *Voice* merupakan sebuah grup musik yang berformat acapella dengan sentuhan *beatbox*. Dinamika perkembangan komposisi atau aransemen lagu dalam grup vokal Awan *Voice* dimulai setelah mereka memasuki media massa, yakni ketika mengikuti salah satu ajang pencarian bakat di tahun 2010 dan semakin berkembang dengan mengikuti ajang pencarian di salah satu stasiun televisi swasta di tahun 2013. Karya Awan voice dilihat dari aspek judul lagu, dari komposisi lagunya, struktur lagunya, dari harmonisasinya, dari pangsa pasar nya, dan motif dari lagu. Sedangkan orientasi grup vokal Awan*Voice*pada ideologi pasar musik Indonesia adalah musik Awan voice menerapkan melodi yang mudah di ingat dan di mainkan fleksibel (mudah diaransemen ulang dengan style yang berbeda). Lagunya mudah dinyanyikan dan diserap maknanya. Harmoni yang tidak terlalu muluk. Musik pop yang memiliki keunikan ritme, dipadukan dengan instrumen atau jenis musik yang tidak biasa seperti *classic, blues* dan lain-lain. Karya mereka disesuaikan dengan waktu dan tempat atau pangsa pasar yang akan ditujunya. Mereka memiliki karakter yang kuat, unik, kreatif dan berprinsip dalam berkarya sehingga dapat dikatakan grup Awan Voice mempunyai profitabilitas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam menyelesaikan penyusunan artikel ini, tentunya tidak lepas dari bantuan bimbingan dan dorongan baik moril maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada: Allah SWT yang telah memberikan rahmatNya kepada penulis, Bapak dan Ibuku, Saudara-saudaraku Tunjung dan Tejo, Rifiana Abdul Razzak, Dr. Udi Utomo, M.Si, dan Dr. Sunarto, M.Hum selaku dosen pembimbing, bapak dan ibu dosen Pendidikan Seni S2, teman-teman kos Menoreh 1 dan teman-teman Pendidikan Seni S2 angkatan 2012/2013.

DAFTAR PUSTAKA

Abercrombie, Nicholas, Stephen Hill, Bryan S. Turner. 2010. *Kamus Sosiologi (The Penguin Dictionary of Sociology)*. Terjemahan : Desi Noviyani, Eka Adinugraha, Rh. Widada. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Agger, Ben. 2003. *Teori Sosial Kritis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Althousser, Louis. 2004. *Tentang Ideologi: Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis, Sastra*. Yogyakarta : Jalasutra.

Bagus, Lorens. 2002. *Kamus Filsafat*. Jakarta : Gramedia.

Banoe, Pono. 2003. *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.

Barker, Chris. 2011. *Cultural Studies Teori dan Praktik.* Terjemahan: Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya.* Terjemahan: B. Hendar Putranto. Yogyakarta: PT Kanisius.

Cavallaro, Dani. 2004. *Teori Kritis dan Teori Budaya.* Terjemahan*: Laily Rahmawati*. Yogyakarta: Niagara.

Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komphrehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Joseph, Wagiman.2006. *Teori Musik I dan II*. Universitas Negeri Semarang.

Kayam, Umar. 2005. *Budaya Media dan Interaksinya dengan Budaya-budaya Etnik di Negara-negara sedang Berkembang (dalam Lifestyle Ecstasy editan Idi Subandy Ibrahim)*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kotler, Philip. 2010. *Kotler on Marketing: Bagaimana menciptakan, Memenangi dan Mendominasi Pasar*. Tangerang: Kharisma Publising.

Mack, Dieter. 2002. *Sejarah Musik Jilid 4*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.

Mappiare, Andy. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.

Miles H B dan Heberman A M. 1992. *Analisis Data Kualitatif (ter. Tjetjep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI Press.

Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Okatara, Bebbi. 2011. *6 Jam Jago Teknik Olah Vokal*. Jakarta Timur: Gudang Ilmu.

Prier, Karl-Edmund. 1996. *Ilmu Bentuk Musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.

Rohidi, T. R. 2011. *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

Streger, Manfred B. 2006. *Globalisme Bangkitnya Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Lafadl Pustaka.

Sumaryanto, T. 2007. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Seni*. Semarang: UNNES Press.