

**REPRESENTASI POLITIK EKONOMI  
DALAM ERA EKONOMI KREATIF**  
(Studi Kasus: Kreativitas Parodi Musikal *Acapella Mataraman*)



TESIS  
PENGKAJIAN SENI  
Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister  
dalam bidang seni, minat utama pengkajian musik

**FIRMANSAH**  
NIM 1220676412

**PROGRAM PENCIPTAAN DAN PENGKAJIAN  
PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2015**

TESIS  
PENGKAJIAN SENI

**REPRESENTASI POLITIK EKONOMI  
DALAM ERA EKONOMI KREATIF**  
(Studi Kasus: Kreativitas Parodi Musikal *Acapella Mataraman*)

Diajukan oleh

**Firmansah**  
NIM 122 0676 412

Telah dipertahankan pada tanggal 22 Januari 2015  
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:

**Prof. Dr. Djohan, M. Si.**  
Pembimbing Utama

**Dr. Fortunata Tyasrinestu, M. Si.**  
Penguji Ahli

**Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M. Sn.**  
Ketua

Tesis ini telah diuji dan diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta,.....

Direktur,

**Prof. Dr. Djohan, M. Si.**  
NIP 196112171994031001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan untuk:

Orang tua saya tercinta

Mustari S.Sos, S.H, M.H

dan

Faridah Sakka S.Pd

Kepada semua pihak yang mau merubah diri sendiri sebelum merubah orang lain

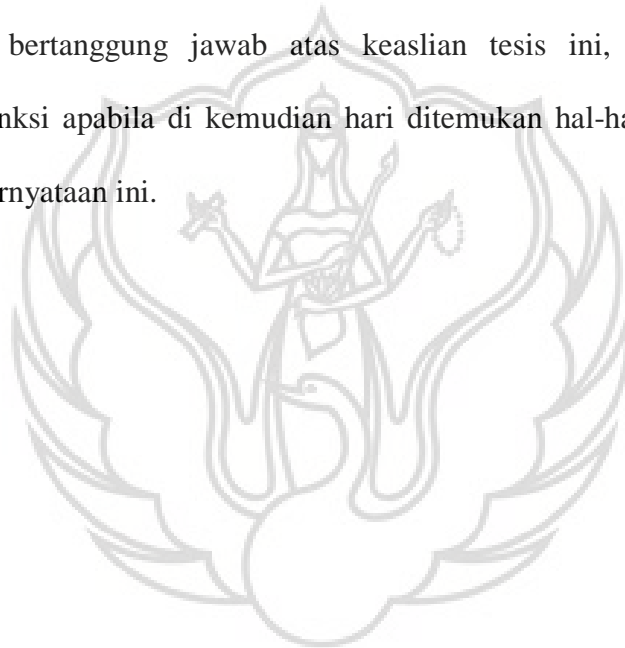


## **PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya tulis belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi manapun.

Teis ini merupakan hasil pengkajian/penelitian yang didukung berbagai referensi, dan sepengetahuan saya belum pernah ditulis dan dipublikasikan kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis ini, dan saya bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, Januari 2015  
Yang membuat pernyataan,

Firmansah  
NIM: 1220676412

**THE REPRESENTATION OF POLITICAL ECONOMY  
IN CREATIVE ECONOMY ERA  
(Case study: Creativity of Musical Parody of Acapella Mataraman)**

**By Firmansah**

**Abstrack**

*The aims of this study is to examine and explore the representation of creativity in creative economy. During a decade, it is imaged able to over come the problem of economic motivation so that “creativity without limits” can be created to produce artworks. However, various phenomena occur out of the imaging that is done by the government. For example, in sub-sector of performing arts in Yogyakarta, many problems arise and its application. To examine it, this qualitative research used case study approach to Acapella Mataraman musical parody group and supported by Raunig, Towse, Attali and Kayam concepts. The finding of this research is there is no realization of “creativity without limits” in economy creative. Pardiman’s who support evens of cultural program for the development of a creative economy does not feel the positive impact on his creativity. In fact, there is an impression exploitation because Pardiman don’t know who carried out creative activities involved in the program. Characteristic of the musical parody gendre only used as a product as well as popular music in the entertainment industry.*

***Keywords: Creative Economy, Creativity, Economic Motivation, dan Musical Parody.***

**REPRESENTASI POLITIK EKONOMI  
DALAM ERA EKONOMI KREATIF  
(Studi Kasus: Kreativitas Parodi Musikal *Acapella Mataraman*)**

**Oleh Firmansah**

**Abstrak**

*Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan tentang representasi kreativitas dalam ekonomi kreatif. Selama berjalan satu dekade, dicitrakan mampu mengatasi masalah motivasi ekonomi sehingga 'kreativitas tanpa batas' bisa tercipta untuk memproduksi karya seni. Namun, berbagai fenomena terjadi di luar dari pencitraan yang kerap kali dilakukan pemerintah. Misalnya pada subsektor seni pertunjukan di Yogyakarta, berbagai permasalahan muncul dalam penerapannya. Untuk mengkaji hal tersebut, penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus pada kelompok parodi musikal Acapella Mataraman dan didukung dengan konsep Raunig, Towse, Attali dan Kayam. Temuan penelitian adalah tidak ada realisasi dari 'kreativitas tanpa batas' dalam ekonomi kreatif. Pandangan yang mengisi berbagai acara program budaya untuk pengembangan ekonomi kreatif tidak merasakan dampak positif terhadap kreativitasnya. Bahkan terdapat kesan eksploitasi karena tidak mengetahui bahwa aktivitas berkreasi yang dilakukan dilibatkan dalam program tersebut. Karakteristik genre parodi musikalnya dijadikan produk hiburan semata sama halnya musik populer dalam industri hiburan.*

**Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Kreativitas, Motivasi Ekonomi, dan Parodi Musikal.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “REPRESENTASI POLITIK EKONOMI DALAM ERA EKONOMI KREATIF (Studi Kasus: Kreativitas Parodi Musikal *Acapella Mataraman*). Selain itu, ucapan terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada penulis di haturkan kepada:

1. Prof. Dr. Djohan, M.Si, selaku pembimbing utama tugas akhir yang telah membimbing bukan hanya pada saat penyelesaian tesis ini tapi sejak penulis mengenyam pendidikan pada pascasarjana ISI Yogyakarta.
2. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si, selaku penguji ahli.
3. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn, selaku ketua penguji.
4. Dr. Rina Martiara, M.Hum, selaku pembimbing akademik.
5. Keluarga tercinta Mustari, S.Sos, S.H, M.H, Faridah Sakka S.Pd, dan Fitriani, S.Pd.
6. Pardiman Djoyonegoro beserta keluarga dan *Acapella Mataraman*.
7. Teman diskusi: Yurdika, Budi Situmorang, Haryudi Rahman, A. Iip Pannyiwi, Arwan Jaya, Yuyun ‘Tembem’ Pramayanti, Arhamuddin Ali, Dadang Wahyu Saputra, Novena Ulita.
8. Teman pengkajian musik angkatan 2012.

Selanjutnya kepada seluruh pihak yang tidak sempat disebutkan, penulis ucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama ini.

Yogyakarta, 22 Januari 2015  
Firmansah

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PENGESAHAN TESIS PENGKAJIAN SENI.....	ii
PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRACK .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
A. LatarBelakang .....	1
B. BatasanMasalah.....	8
C. RumusanMasalah.....	9
D. TujuandanManfaatPenelitian .....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	10
A. TinjauanPustaka .....	10
B. LandasanTeori .....	22
III. METODE PENELITIAN .....	28
A. SubjekPenelitian.....	28
B. Tempat danWaktuPenelitian.....	29
C. Proses Pengumpulan Data.....	29
D. Analisis Data .....	30
IV.HASIL, ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	32
A. Hasil Penelitian .....	32
1. Kreativitas FigurUtama.....	32
2. StrategiPasar.....	38
3. Posisi <i>Acapella Mataraman</i> .....	43
B. Analisis.....	47
1. Motivasi Kreativitas.....	47
2. ProdukHiburanSeniPertunjukan.....	53
3. Repertoar <i>AcapellaMataraman</i> .....	56
4. Eksistensi.....	66
C. Pembahasan.....	69
1. Ide Musikal.....	69
2. Kreativitas Tanpa Batas.....	73
3. Ekonomi Politik Musik .....	77
V. PENUTUP .....	81
A. Kesimpulan .....	81



B. Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN .....	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagankerangateori.....	26
Gambar 2. Melodi dan ritme repertoar <i>Emperan Nuswantara</i> .....	57
Gambar 3. Interpelasi I repertoar <i>Emperan Nuswantara</i> .....	58
Gambar 4. Interpelasi II repertoar <i>Emperan Nuswantara</i> .....	58
Gambar 5. Frase 1 dan 2 pola item dan melodi lagu <i>Emperan Nuswantara</i> ...	58
Gambar 6. Pola ritme dasar dan variasirepertoar <i>Pangkur Jenggleng</i> .....	59
Gambar 7. Pola ritme melodi, frase I <i>Pangkur Jenggleng</i> .....	60
Gambar 8. Pola ritme melodi, frase I <i>Pangkur Jenggleng</i> .....	60
Gambar9. Aksenuatpadaritmissuara tenor .....	60



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi merupakan suatu istilah untuk menyatukan negara-negara di dunia dalam satu konsensus hukum menyangkut segala aspek kehidupan masyarakatnya. Salah satu produk dari globalisasi tersebut adalah pasar bebas yang dikemas menarik melalui pencitraannya terhadap iklim ekonomi masyarakat dalam suatu negara. Ini merupakan karakteristik sistem ekonomi liberal ketika kekuatan utama bergantung pada permintaan dan penawaran. Sistem ini menghendaki adanya kebebasan individu dalam melakukan kegiatan ekonomi. Artinya, setiap individu diakui keberadaannya dan mereka bebas berkompetisi dalam pasar nasional maupun global.

Paradigma liberalisasi menjadi hulu dari setiap pembahasan mengenai sistem ekonomi dan kebijakan-kebijakan negara. Dari perspektif kritis, sistem ekonomi tersebut dikatakan bentuk lain dari kapitalisme<sup>1</sup>. Elit modal atau perusahaan-perusahaan besar mempunyai pengaruh kuat untuk menciptakan selera dan produk dalam pasar. Kekuatan nilai dan norma budaya lokal masyarakat sebagai penyaring produk industri, membuat kaum kapitalis tersebut resah dan mencari celah demi dominasi ekonomi berkelanjutan. Hingga membuat budaya lokal keluar dari pakemnya demi memuaskan beberapa elit modal.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Di tulis dalam surat kabar *online* [posmetropadang.com](http://posmetropadang.com) edisi 31 maret 2013, “..Dalam perspektif ekonomi, globalisasi dipandang sebuah sistem ekonomi kompetisi dunia yang melibatkan perusahaan-perusahaan kapitalis. Model yang dibentuk, bisnis dapat menghilangkan perbedaan investasi internal dengan investasi eksternal. Mereka yang memiliki perusahaan kapitalis menganggap planet bumi sebagai tempat pasar tunggal”.

<sup>2</sup> Lihat [Tribunnews.com](http://Tribunnews.com), edisi 22 November 2010.

Dapat dilihat contoh dari pernyataan di atas adalah film *Mahabarata* produksi India dan *Reality Show Mahabarata* di salah satu stasiun tv swasta Indonesia. Salah satu tabloid menuliskan, Stasiun tv ini memperoleh pendapatan besar dari meningkatnya *rating* jumlah penonton dan banyaknya iklan yang hadir di setiap jeda penayangan film.<sup>3</sup> Contoh lainnya yaitu beberapa jenis kompetisi hiburan panggung seni pertunjukan seperti *Indonesian Idol*, *X-Factor* dan *Rising Star* Indonesia. Produk kapitalis tersebut menggiring masyarakat dalam suatu perangkap hingga menciptakan budaya konsumerisme. Manusia menjadi alat penghasil uang - semakin banyak konsumen dari produk semakin besar keuntungan diterima. Standarisasi budaya, eksploitasi kreativitas individu dalam bentuk hiburan dan produk komersil di masyarakat seperti ini dikenal dengan istilah industri budaya<sup>4</sup>.

Setelah beberapa dekade industri budaya menjadi arena penghasil kekayaan bagi kaum kapitalis melalui perusahaan media besar, kemudian pada 1990an muncul istilah baru dengan sebutan industri kreatif yang dimulai di Inggris.<sup>5</sup> Industri tersebut dikatakan lebih baik dari industri budaya karena arus utama perekonomian bukan lagi pada perusahaan besar tapi lebih pada jenis usaha skala mikro. Hal itu juga dianggap mampu memberikan penghargaan ekonomi terhadap kreativitas lebih memadai. Sehingga kemungkinan eksploitasi kreativitas bisa diminimalisir.

---

<sup>3</sup> Lihat tabloid *online* [tabloidbintang.com/](http://tabloidbintang.com/), edisi 4 oktober 2014, "Berkat Mahabarata Show, ANTV Jadi No. 1".

<sup>4</sup> [lihat.tribunnews.com](http://lihat.tribunnews.com), edisi 22 November 2010, "...Sementara media massa terutama televisi merupakan instrumen yang dianggap paling efektif mengakomodir keberlangsungan industri budaya populer sebagai upaya propaganda dalam rangka mencekoki khalayak lewat layar kaca... kebudayaan industri merupakan satu bentuk dehumansasi lewat kebudayaan".

<sup>5</sup> <http://www.tempokini.com/2014/>

Seiring perkembangan industri ini, pada 2004 Indonesia juga turut serta menerapkannya melalui program ekonomi kreatif. Program ini awalnya memiliki empat belas subsektor yang dikenal dengan industri kreatif. Pencitraan dilakukan dengan cara memberikan janji-janji bahwa mampu lestarian warisan budaya tanpa merusak tatanan sosial, memiliki dampak ekonomi inklusif<sup>6</sup> dan individu dapat berkeaktivitas tanpa batas dalam menciptakan sebuah produk.<sup>7</sup>

Di setiap subsektor ekonomi kreatif, cara kerjanya yaitu menciptakan produk barang dan jasa berbasis tradisional melalui semangat kontemporer.<sup>8</sup> Terkait dengan hal tersebut, dalam subsektor seni pertunjukan diadakan berbagai pagelaran seni sebagai ajang aktualisasi diri bagi seniman ataupun komunitas kreatif untuk menyajikan karya-karya mereka.<sup>9</sup> Selain itu, pada 2012 empat kota di Indonesia didaftarkan oleh Kemenparekraf sebagai kota kreatif kepada UNESCO.<sup>10</sup> Ini untuk membantu perkembangan jenis usaha dalam seni pertunjukan agar memperoleh peluang lebih besar dalam pasar.

---

<sup>6</sup> Pidato pembukaan MENPAREKRAF Indonesia, Mari Ilma Pangestu dalam *Third UNESCO World Forum on Culture and Cultural Industries*, di Florence, Italia. (pikiran-rakyat.com edisi 6 Oktober 2014).

<sup>7</sup> Menurut MENPAREKRAF pada diskusi galeri Indonesia kaya di Auditorium Galeri Indonesia bahwa banyak cara untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia. Salah satunya dengan berkreasi tanpa batas...Kreativitas tanpa batas bisa menjadi kekuatan masyarakat dalam berkarya sehingga menghasilkan sesuatu yang lebih baik (okezone.com 10 September 2014)

<sup>8</sup> Pikiran-rakyat.com edisi 6 Oktober 2014

<sup>9</sup> <http://acehmusician.org/sabang> "Mengadakan pertunjukan musik jazz yang menggabungkan alat musik barat dan alat musik tradisional dengan tema SABANG JAZZ di Sabang". lihat juga <http://www.beritasatu.com/musik> "Festival musik bambu nusantara di jakarta yang juga diikuti oleh peserta dari berbagai daerah di Indonesia"

<sup>10</sup> Empat kota yang diajukan adalah Solo dan Bandung sebagai kota kreatif berbasis seni serta Yogyakarta dan Pekalongan sebagai kota kreatif berbasis seni kerajinan. Keempat kota ini dinilai paling maju dalam bidang seni dan ekonomi kreatif. Pihaknya masih mematangkan proposal pengajuan kota kreatif tersebut yang tenggat waktunya ditentukan November mendatang. Setelah itu dievaluasi oleh tim khusus. (Pernyataan Menparekraf Indonesia dalam Kompas.com edisi 24 September 2013)

Dari beberapa kota yang didaftarkan, Yogyakarta dipandang memiliki kelebihan dan keistimewaan.<sup>11</sup> Hal ini juga didukung dari bidang seni, karena memiliki individu-individu kreatif yang mampu menghasilkan beragam karya seni untuk disajikan dalam pasar seni pertunjukan. Ditambah lagi dengan pengesahan keistimewaan oleh pemerintah pusat melalui Undang-undang No.13 Tahun 2012, hingga memperoleh bantuan dana keistimewaan untuk melaksanakan berbagai program budaya.<sup>12</sup> Keistimewaan tersebut memungkinkan program pemerintah bisa berjalan lancar dan di lain pihak, tidak ada lagi eksploitasi terhadap kreativitas seniman.

Mekanisme ekonomi kreatif dengan segala pencitraannya sepertinya memiliki dampak positif. Salah satunya dalam subsektor seni pertunjukan mengindikasikan tujuan program ini terhadap pelestarian budaya lokal dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui kreativitas bisa tercapai. Kerjasama yang diinginkan nampaknya terealisasi dengan terbitnya beberapa berita di media massa.<sup>13</sup> Kreativitas dulunya dieksploitasi oleh kaum kapitalis dalam industri budaya seakan mendapat motivasi memadai dalam program ini.

Namun dibalik itu, fakta lain bermunculan dan kontradiktif dengan pencitraan yang sering dilakukan. Salah satu media massa menuliskan bahwa untuk misi

---

<sup>11</sup> <http://regional.kompasiana.com/>

<sup>12</sup> Kepala Dinas Pariwisata DIY mengatakan “Yogyakarta telah diberikan keistimewaan oleh pemerintah pusat dengan Undang-Undang No. 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu keistimewaan Yogyakarta adalah pada aspek budaya. Dana keistimewaan pemerintah pusat akan diberdayakan untuk melaksanakan berbagai program budaya. (lihat okezone.com edisi 8 November 2013)

<sup>13</sup> *Kasongan Art Festival* (lihat <http://www.jogja.co/>) dan Festival Kesenian Yogyakarta (lihat <http://news.indonesiakreatif.net/fky-2014/>). Lihat krjogja.com edisi 21 November 2014 “Pagelaran seni mendapatkan prioritas utama”. DI Yogyakarta andalkan ekonomi kreatif dan pariwisata (metronews.com edisi 14 Agustus 2014). Lihat radarjogja.co.id edisi 10 September 2014. “FKY 26 ditutup, omset tembus Rp 1,2 M”.

kebudayaan ke luar negeri, seniman hanya dibayar sesuai dengan SHBJ (Standar Harga Barang dan Jasa) Pemda DIY sekitar empat sampai tujuh juta perorang<sup>14</sup>. Di sini terdapat kesan eksploitasi karena telah memiliki standar pembiayaan untuk upah seniman. Sedangkan, dengan misi kebudayaan seperti ini secara tidak langsung sebagai ajang promosi budaya, mempererat hubungan kerjasama dengan negara lain akhirnya mampu menarik banyak investor asing dan wisatawan untuk datang ke Yogyakarta.

Selain itu juga ada berita mengenai penolakan dari seniman senior tentang honor berdasarkan SHBJ untuk pagelaran lakon Sumantri Sukrosono<sup>15</sup> dan kritik disampaikan oleh salah satu seniman Yogyakarta terhadap transparansi danais<sup>16</sup>. Hal ini bisa dianggap kreativitas dan ekonomi menjadi persoalan sepele sehingga tidak memikirkan kemungkinan konflik yang akan terjadi dari kedua aspek tersebut dalam penerapan kebijakan pemerintah. Satu lagi perlu didiskusikan lebih dalam adanya tulisan dalam situs resmi *online* Taman Budaya Yogyakarta. Seakan mengajak seniman untuk tunduk dalam mekanisme pasar dan tetap turut serta dalam pasar dengan tidak mengharapkan keuntungan.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Lihat [tribunnews.com](http://tribunnews.com) edisi 14 Agustus 2014.

<sup>15</sup> Lihat [Koran.tempo.co](http://Koran.tempo.co), edisi 25 Agustus 2014. "Dinas Kebudayaan DIY mematok honor seniman berdasarkan standar harga barang dan jasa SHBJ yang berlaku di instansi tersebut Pertunjukan dengan lakon Sumantri Sukrosono yang melibatkan sekitar seniman tersebut digelar pada Oktober mendatang Honor itu tidak berdasarkan kualifikasi seniman sesuai dengan peran jam terbang kualitas dan senioritas Tidak ada.

<sup>16</sup> Kritik pedas, netizen plesetkan danais jadi dana istimewa ( [tribunnews.com](http://tribunnews.com) edisi 15 November 2014)

<sup>17</sup> Ditulis dalam [thewindowofyogyakarta.com](http://thewindowofyogyakarta.com) yang mengatakan, '...Sejumlah artikel dan liputan menghadirkan para pelaku ekonomi kreatif yang teguh, sekaligus dengan segala problematikanya. Dari skala usahanya tak terlalu besar,tak sampai memperkerjakan orang lain, bahkan tak mesti memperoleh keuntungan secara ajeg, namun toh mereka tetap mengerjakan profesinya itu dengan segenap cinta. Artinya, dalam praktik industry kreatif dan ekonomi kreatif, tak selalu melibatkan desain (ekonomi) besar dengan skala makro, tetapi bisa sebaliknya mirip kerja seorang seniman yang menempatkan kepuasan pribadi pada prioritas pertama. Kami berharap, Mata Jendela kali ini bisa menggugah atau mengundang inspirasi bagi anda,atau bagi kita semua'.

Hadirnya berbagai fenomena ini memiliki kontradiksi terhadap pencitraan ekonomi kreatif. Apa yang menjadi permasalahan antara kreativitas dan ekonomi dalam industri budaya juga terjadi dalam program tersebut. Ini menimbulkan asumsi bahwa sejauh mana kreativitas seniman memperoleh penghargaan dalam industri ini. Sepertinya seniman ataupun komunitas kreatif menjadi korban dan dijadikan alat penghibur untuk menarik perhatian konsumen dalam pasar. Kreativitas tanpa batas seperti yang dijanjikan akan sulit terealisasi karena motivasi ekonomi masih menjadi persoalan utama. Jika hal ini benar terjadi maka bisa dikatakan sebagai bentuk lain dari eksploitasi.

Telah disebutkan sebelumnya bahwa cara produksi dalam ekonomi kreatif yaitu menciptakan produk berbasis tradisional melalui semangat kontemporer. Kemungkinan besar seniman dan komunitas kreatif di Yogyakarta mempunyai cara produksi seperti ini mengalami eksploitasi terhadap kreativitasnya. Hanya digunakan sebagai media penghibur dan tidak memperoleh nilai tukar yang seimbang dengan produk kreatifnya.

Beberapa di antara komunitas kreatif memungkinkan hal ini terjadi karena terlihat juga pola *triple helix* pada kegiatan yang di ikuti. Seperti : *KUA ETNIKA*<sup>18</sup>, *Hip Hop Foundation*<sup>19</sup>, *Wayang Hip Hop*<sup>20</sup>, dan *Acapella*

---

<sup>18</sup> Lihat tempo.co/read/news edisi 29 Oktober 2013 “Meraka yang ikut Indonesia *Performing Arts Market...*”. Lihat juga tempo.co edisi 17 November 2013 “Pasar Seni Pertunjukan Berpeluang dari IPAM 2013”.

<sup>19</sup> Lihat krjogja.com edisi 1 november 2014, “Grup rap asal Yogyakarta, Jogja Hip Hop Foundation memukau penonton yang hadir dalam acara Pinasthika Award di Concert Hall Taman Budaya Yogyakarta (TBY)”. Sedangkan Pinasthika adalah salah satu acara untuk penguatan industri kreatif (lihat old.indonesiakreatif.net).

<sup>20</sup> Lihat m.bisnis.com/showbiz edisi 27 Februari 2014 “Nonton Wayang di Mall? Mampir Saja ke Grand Indonesia”. Lihat juga ads2.kompas.com “Rangkaian Acara HUT 57 BCA: Kunjungi WOW NEGERI WAYANG INDONESIA di Grand Indonesia, Jakarta”.



*Mataraman*.<sup>21</sup> Masing-masing komunitas tersebut memiliki kesamaan yaitu berkreasi dengan mengelaborasi unsur tradisional dan modern dalam bentuk pagelaran musik. Namun menarik perhatian adalah *Acapella Mataraman* karena memiliki karakteristik sebagai pembeda dari komunitas lain dalam arena pasar seni pertunjukan.

Repertoar dengan genre parodi musikal dari *Acapella Mataraman* adalah hasil kreativitas Pardiman Djoyonegoro sebagai figur utama. Dia dikenal sebagai seniman yang terampil mengimitasi bunyi alat musik melalui teknik *acapella* dan dielaborasi dengan unsur budaya lokal kemudian disajikan dengan gaya humor. Selama beberapa dekade, genre tersebut tetap dipertahankan dan menjadi keunikan bagi komunitas ini. Penggunaan genre tersebut sebagai nilai tontonan memungkinkan pihak konsumen seni pertunjukan sering memakai jasanya untuk menghibur dalam berbagai acara. Hampir sebagian besar pementasannya di posisikan di akhir acara sehingga penonton rela menunggu lama untuk menyaksikan penampilannya.<sup>22</sup>

Berawal dari keunikan, penulis tertarik untuk mengkaji asumsi sebelumnya. Di samping itu, Pardiman memiliki aktivitas terkait pengembangan ekonomi kreatif. Juga kemungkinan dia secara sadar ikut dalam pengembangan ekonomi kreatif untuk tujuan ekonomi, atau justru tidak tahu diposisikan sebagai produk hiburan.

---

<sup>21</sup> Dalam festival yang akan dibuka oleh Gubernur DIY..itu itu akan ditampilkan sejumlah acara yang diharapkan dapat memancing wisatawan agar lebih betah tinggal di Yogyakarta,...selain itu, tari kontemporer bertajuk Yogyakarta kota republic digelar oleh mahasiswa ISI dan penampilan grup Acapella Mataraman..” (Lihat [tempo.co/read/news/](http://tempo.co/read/news/) 4 juli 2012).

<sup>22</sup> Hasil observasi penulis

## **B. Arti Penting Topik**

Masalah kreativitas tidak pernah habisnya untuk dibahas dalam kaitannya dengan industri. Berbagai kritikan muncul misalnya industri budaya sebagai cara kerja kapitalis menerapkan kekuasaannya untuk mendapatkan keuntungan dengan memanipulasi kreativitas melalui ekonomi. Kemudian, beberapa dekade terakhir hadir program ekonomi kreatif dengan subsektor industri kreatif melalui citraan mampu memberikan penghargaan ekonomi lebih baik terhadap kreativitas seniman. Tapi dalam perkembangannya, pencitraan tersebut menuai kontradiksi dari berbagai fenomena yang terjadi. Kejadian ini mengindikasikan ada hal lain di balik ekonomi kreatif – apakah ini bentuk lain dari industri budaya tapi menggunakan cara lebih tersamarkan dalam mengeksploitasi kreativitas seniman untuk memperoleh keuntungan bagi elit modal. Melalui penelitian ini, dapat memahami fenomena yang terjadi. Bagaimana interaksi ekonomi dan kreativitas dalam program pemerintah tersebut. Apakah ada kreativitas tanpa batas ataukah hanya jargon dan tetap pada kreativitas berdasarkan ekonomi.

## **C. Batasan Masalah**

Seniman memiliki beragam motivasi dalam melakukan proses kreatifnya, sehingga berbagai kemungkinan akan muncul pada saat penelitian dan hal ini memerlukan batasan dalam proses kajiannya agar tujuan penelitian bisa tercapai. Batasan masalah penelitian ini adalah dampak ekonomi kreatif terhadap motivasi kreativitas seniman, peran ekonomi terhadap bentuk penyajian repertoar dan eksistensinya melalui suatu genre musik.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apa dampak program ekonomi kreatif bagi kreativitas Pardiman?
2. Bagaimana peran ekonomi terhadap bentuk penyajian repertoar *Acapella Mataraman*?
3. Mengapa *Acapella Mataraman* masih bertahan dengan genrenya?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui dampak program ekonomi kreatif terhadap motivasi kreativitas Pardiman.
- b. Untuk mengetahui dan memahami peran ekonomi terhadap bentuk penyajian repertoar musiknya.
- c. Untuk memahami alasan *Acapella Mataraman* tetap bertahan dengan genrenya.

##### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan dari kajian musik pada seni pertunjukan.
- b. Sebagai salah satu pertimbangan terhadap komunitas kreatif dalam menyikapi mekanisme pasar seni pertunjukan.
- c. Sebagai preseden bagi penelitian selanjutnya mengenai ekonomi kreatif.