

BAB IV

NEGOSIASI IDENTITAS BUDAYA MELALUI MUSIK

Bab ini menyajikan pembahasan atas data yang telah penulis deskripsikan pada bab sebelumnya. Pembahasan penelitian ini merupakan konfigurasi atau rekonstruksi ulang data, yang telah didapatkan untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terjadi dalam negosiasi identitas budaya (lihat Fetterman, 2010: 12 – 13 dan Kriyantono, 2012: 66)

Deskripsi pola komunikasi yang penulis lakukan, mengacu pada hasil koding data. Dari proses koding data menghasilkan pola komunikasi yang membentuk tema penelitian, yaitu meramu identitas budaya, proses negosiasi identitas budaya dan pencapaian.

4.1 Hip Hop Jawa sebagai Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan ciri khas fisik, bahasa dan kebiasaan individu atau kelompok, yang dilandasi rasa memiliki dan keterikatan atas budaya tertentu. Identitas budaya dalam penelitian ini, merupakan hasil penyatuan beberapa budaya yang berbeda hingga menghasilkan suatu budaya baru dengan ciri khas baru . (lihat Ting – Toomey; 1999: 30, Papastergiadis, 2000:170, Rutherford, 1990;2011 dan Samovar, 2013: 215, 225).

Hip hop Jawa sebagai sebuah identitas budaya Jogja Hip Hop Foundation, tidak serta merta muncul begitu saja. Identitas ini, terbentuk disebabkan oleh rasa penasaran dari kelompok ini untuk mengkombinasikan hip hop dengan akar

budaya Jawa yang sudah dimiliki. Penggabungan dua entitas budaya berbeda ini, bertujuan mengakomodasi keunggulan masing masing budaya tersebut menjadi suatu yang baru, unik dan berbeda melalui proses meramu identitas.

Proses meramu identitas yang dilakukan oleh kelompok ini, terbagi ke dalam 3 (tiga) tahap meramu identitas budaya. Tahapan yang penulis temukan di lapangan, sedikit berbeda dengan tahapan Phinney dalam Samovar yang terdiri dari tahap identitas tak diketahui, pencarian dan terakhir pencapaian identitas Samovar, 2013: 225 – 226). Tahapan meramu identitas dalam penelitian ini, terdiri dari;

Pengumpulan referensi mengenai budaya hip hop, menjadi langkah awal bagi personel Jogja Hip Hop Foundation dalam mencari identitas. Pengumpulan literatur terkait hip hop, dilakukan dengan membeli dan mengoleksi kaset, *compact disc* (CD), majalah, buku dan tabloid hingga mendownload dari internet mengenai informasi terkait hip hop. Referensi budaya Jawa, mereka dapatkan dari pengamatan dan pengalaman selama mereka hidup bermasyarakat di lingkungan budaya Jawa.

Informasi dan pengetahuan yang telah didapatkan, dipelajari, diseleksi dan dipahami melalui interaksi dan komunikasi dengan orang lain terkait kedua budaya tersebut. Proses ini terjadi karena dipicu oleh ketertarikan mereka atas budaya hip hop dan Jawa, serta adanya keinginan untuk mempelajarinya. Pengetahuan yang telah didapatkan dari proses tersebut, selanjutnya diracik menjadi satu budaya baru sebagai identitas mereka..(Samovar, 2013: 225)

Tahap selanjutnya, kelompok ini melakukan eksplorasi terhadap musik rap dan *gendhing*. Eksplorasi atas komponen kedua budaya tersebut, yang terdiri dari syair, instrumen, penampilan dan penyampaianya, dilakukan guna mendapatkan bahan baku untuk diracik menjadi identitas budaya baru.

Setelah mendapatkan bahan baku dari hasil eksplorasi, dilakukan eksperimen atas komponen kedua budaya tersebut. Eksperimen ini dilakukan dengan memadukan pengetahuan dan “*rasa*” yang dimiliki, agar didapatkan komposisi yang tepat. Hasil proses ini, selanjutnya dikomunikasikan dengan pihak lain untuk mendapat tanggapan berupa persetujuan, kritik serta saran dari audiens (kelompok dominan) yang akhirnya menjadi identitas budaya baru (Samovar, 2013: 224) dalam hal ini hip hop Jawa.

Racikan unik hasil meramu dua entitas budaya berbeda ini, bertujuan mengakomodasi keunggulan masing masing budaya tersebut menjadi satu budaya baru yang unik dan berbeda dengan budaya pembentuknya. Proses inilah yang oleh Hommy Bhabha (1989), disebut sebagai hibrida budaya (*cultural hybrid*) (Lihat Rutherford, 1990: 211 dan Papastergiadis, 2000: 170).

Hasil hibrida budaya ini, menunjukkan hip hop Jawa sebagai identitas budaya baru dan unik yang diramu dari pengalaman, pengetahuan, serta hasil berinteraksi dan berkomunikasi dengan pihak lain, yang digunakan dalam setiap kegiatan mereka.

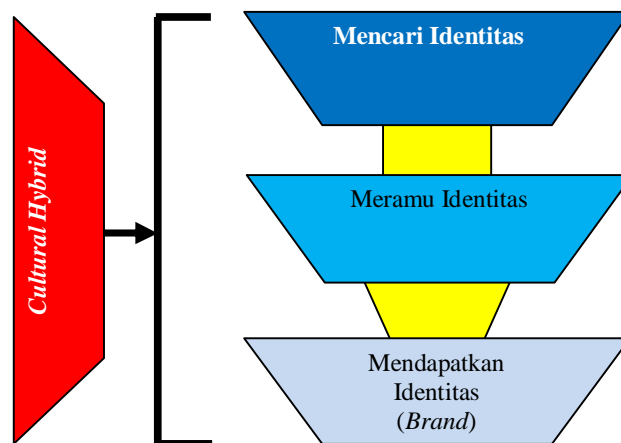
Keunikan hibrida budaya dalam penelitian ini, terdapat dalam instrumen musik yang merupakan kombinasi *urban beat* dengan gamelan. Keunikan berikutnya muncul dari penampilan Jogja Hip Hop Foundation, yang

mengkombinasikan mode pakaian hip hop dengan kemeja batik. Dari sisi syair, dalam hip hop Jawa syair tidak hanya sebatas ekspresi emosi pembuatnya tetapi juga merupakan perwujudan ekspresi mental dan spiritual (*Rasa*). Berbeda dengan *gendhing* yang penyampaiannya dilakukan secara khuyuk dan mendalam, syair dan pesan dalam hip hop Jawa disampaikan dengan ringan dan sederhana namun tidak mengurangi kesakralan makna di dalamnya. (Lihat Price, 2006:19 dan Benamou, 2010: 47,48, 136, 137, 148) Keunikan dalam identitas baru tersebut, digunakan kelompok ini dengan tujuan mendapat perhatian dan ketertarikan publik. Setelah muncul ketertarikan dari publik, diharapkan agar mereka mencari tahu dan menerima serta secara suka rela membagikan informasi ini kepada pihak lain.

Berikut tabel deskripsi alur proses meramu hip hop Jawa sebagai identitas baru hasil hibrida budaya, yang terjadi di dalam penelitian ini;

Tabel 4.1

Proses Meramu Identitas



Alur Proses Meramu Identitas

4.2 Negosiasi Hip Hop Jawa

Hip hop Jawa sebagai identitas baru hasil hibrida budaya, dinegosiasikan kelompok ini agar dapat dikenal dan diterima kelompok dominan serta berkembang melalui kegiatan komunikasi. Menegosiasikan identitas budaya bukan hal yang mudah, ini disebabkan oleh munculnya penentangan dari sebagian anggota kelompok budaya dominan, yang khawatir jika budaya baru ini akan merusak budaya lokal. (lihat Ting –Toomey, 1999: 26).

Menghadapi tantangan tersebut, kelompok ini mengkomunikasikan identitas budaya mereka kepada kelompok dominan. Komunikasi yang dilakukan meliputi; komunikasi verbal serta komunikasi nonverbal, menggunakan bahasa lisan dan tulisan dalam menyampaikan pesan dan tujuan mereka.

Komunikasi verbal yang dilakukan, merupakan komunikasi lisan dan tertulis. Agar sebuah pesan dapat dikomunikasikan secara efektif, maka produksi bahasa tutur dan tulisan harus mudah dipahami oleh penerima pesan. (Berger, Roloff & Roskos – Ewoldsen, 2014: 161) Komunikasi verbal dalam penelitian ini, dapat ditemukan dalam syair lagu dan informasi yang disampaikan melalui media yang digunakan.

Melalui komunikasi verbal, kelompok ini mengekspresikan identitas budaya mereka yang mengusung hip hop Jawa melalui syair syair adaptasi sastra Jawa dan dibawakan dengan cara *ngerap*. Komunikasi verbal ini, juga digunakan oleh kelompok ini dalam menyampaikan ide mereka dalam melestarikan budaya lokal. Hal ini terlihat dari tema syair lagu mereka, yang berisi aturan kuno Jawa dikemas dalam bahasa sederhana dan sesuai jaman. Kelompok ini juga menuangkan ide

untuk mengkritisi kondisi sosial, dengan menggunakan kata kata lucu dan mudah diterima audiens.

Penggunaan bahas lisan dan tertulis, dapat dilihat dalam dokumentasi atas media yang digunakan kelompok ini dalam menyampaikan informasi. Bahas yang digunakan adalah bahasa Indonesia dicampur dengan bahasa Jawa menggunakan kata dan kalimat yang mudah dipahami audiens.

Penggunaan bahasa Jawa bahasa utama dalam komunikasi verbal, bertujuan untuk memudahkan kelompok dominan (masyarakat Yogyakarta) dalam menerima hip hop Jawa. Pemilihan ini, dilatar belakangi kedekatan emosional kelompok *co – culture* (Jogja Hip Hop Foundation) dan kelompok dominan (masyarakat Yogyakarta) atas bahasa verbal ini. Sedangkan bahasa Indonesia sebagai bahasa pendukung, digunakan untuk mengakomodasi audiens di luar komunitas budaya Jawa.

Komunikasi verbal dalam penelitian ini, terlihat dalam syair syair lagu karya Jogja Hip Hop Foundation. Syair syair tersebut tidak hanya sebatas ekspresi pembuatnya, namun memiliki filosofi dan latar belakang unik dalam pembuatannya. Beberapa syair lagu yang penulis analisis antara lain

Bentuk komunikasi selanjutnya yang digunakan oleh kelompok ini adalah komunikasi nonverbal, sebagai bentuk pesan tanpa lisan dan tulisan. (Rakhmat, 2013 :285) Bahasa nonverbal dalam penelitian ini, terlihat dalam musik mereka yang merupakan perpaduan *urban beat* dengan instrumen gamelan dan atau alat musik tradisional Jawa lainnya. Bahasa ini juga terlihat pada penampilan mereka, yang menggunakan baju batik dikombinasikan dengan celana hip hop,

sepatu kets dan topi baseball. Keduanya merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang di kemas untuk menunjukkan identitas budaya mereka.

Komunikasi nonverbal lainnya yang muncul dalam penelitian ini adalah *design* dan kemasan album “*Semar Mesem Romo Mendem The Book Of Sindhunata*” yang kental dengan ciri khas hip hop Jawa, digunakan untuk menarik perhatian audiens untuk lebih mengenal dan memahami identitas budaya kelompok ini. Kode nonverbal berikutnya yang penulis amati adalah video musik *single* “*Sedulur*” yang mencerminkan pesan perdamaian dan persaudaraan. Melalui *setting* perayaan Natal, Antok (Janu) dan Mamox (Heri) sebagai pemeluk Katolik sedangkan Balance serta Marzuki yang muslim, tidak pernah punya masalah termasuk saling mengucapkan di hari raya masing-masing.

Busana batik, instrumen musik, dan desain logo yang mereka gunakan, merupakan wujud fungsi komunikasi nonverbal dalam membentuk persepsi publik atas identitas budaya mereka, sekaligus untuk memperkuat dan mengulang pesan yang mereka sampaikan melalui komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal digunakan kelompok ini karena, mereka menyadari bahwa publik (kelompok dominan) akan lebih mudah menerima pesan yang dikemas unik dalam bentuk nonverbal

Dalam kegiatan ini, penulis melihat bahwa komunikasi verbal dan non verbal disampaikan kepada audiens, melalui beberapa media yang dipilih sesuai kebutuhan dan waktu (Sugiyama & Andree, 2011: 128, 129) Media yang digunakan kelompok ini antara lain;

A. Media Cetak

Media pertama yang penulis identifikasi adalah media cetak. Sebagai media komunikasi, media ini berisi gambar dan tulisan yang dicetak dalam satu objek. Media ini memiliki kelebihan dapat diakses berulang kali. (Lihat Cutlip, 2006: 297,293 dan Smith, 2013: 229)

Medium yang peneliti lihat digunakan sebagai strategi komunikasi dalam penelitian ini antara lain; majalah *Rollingstone* edisi khusus Jogja Hip Hop Foundation. yang, berisi mengenai perjalanan Jogja Hip Hop Foundation Medium berikutnya adalah buku "*Java Beat in The Big Apple.*" Buku ini berisi mengenai cerita perjalanan tour mereka di Amerika Serikat tahun 2012. Buku "*Semar Mesem Romo Mendem*" merupakan buku yang berisi sejarah singkat kelompok ini, syair lagu sekaligus berfungsi sebagai tempat CD lagu album tersebut. (Lihat Hidayat, 2014 : 1 -80, Mohamad, 2014: 1- 115 dan Maryanto, 2014: 1 –132)

Melalui media ini, penulis melihat publik diajak untuk mengenaldan memahami hip hop Jawa. Lebih jauh lagi, melalui deskripsi profil, sejarah serta makna syair lagunya melalui media cetak.

B. Media Elektronik

Media elektronik merupakan media berdasarkan teknologi elektronika. (Smith, 2013: 229) Media elektronik yang digunakan oleh Jogja Hip Hop Foundation dalam menegosiaiskan identitas budaya mereka adalah radio, dan televisi.

Meskipun hanya menampilkan suara saja, radio memiliki keunggulan dalam pengulangan pesan, keintiman dengan audience serta fleksibilitas dalam

jangkauan audience (Cutlip, 2006: 298). Lagu dan informasi kegiatan Jogja Hip Hop Foundation, merupakan pesan yang disampaikan melalui medium ini. Melalui radio, hip hop Jawa pertama kali diperkenalkan kepada publik dengan memutar lagu lagu mereka secara berulang ulang yang membuat publik penasaran dan ingin mendengar lagi. Radio menjadi medium yang dekat dengan kawula muda (Yogyakarta) pada waktu itu, dengan memanfaatkan medium ini untuk mendapatkan perhatian dari audiens.

Medium elektronik berikutnya adalah televisi yang mirip dengan radio, hanya saja media ini lebih unggul dalam visualisasi (Cutlip, 2006: 300) Melalui media televisi, informasi mengenai Jogja Hip Hop Foundation disampaikan kepada publik dalam bentuk audio dan visual dengan jangkauan publik yang lebih luas dari radio. Melalui medium televisi, publik dapat mendengar suara serta melihat tampilan fisik, ekspresi hingga gaya panggung Jogja Hip Hop Foundation. Jangkauan siaran televisi, memungkinkan publik di luar Yogyakarta tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang hip hop Jawa.

C. Media Digital

Media digital sebagai media komunikasi berbasis internet memungkinkan setiap komunikator untuk dapat berinteraksi dan mengakses informasi setiap saat. (Smith, 2013: 229) Melalui media ini, mereka menyampaikan informasi mengenai kegiatan sehari hari sebagai seniman, dengan mengunggah foto atau video kegiatan mereka.

Media digital ini dimanfaatkan untuk mengunggah karya mereka dan mempererat hubungan dengan publik melalui media sosial pribadi maupun

kelompok. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi kepada publik, tetapi juga berfungsi untuk menyampaikan tanggapan dari publik serta menjadi sarana komunikasi *word of mouth* digital.

D. Pertunjukan

Pertunjukan merupakan bentuk kreatifitas dari penggabungan berbagai media sebagai sarana menyampaikan pesan. Pertunjukan seperti musik, penampilan dan ekspresi akan memepererat hubungan kelompok ini dengan publik.

Musik sebagai sebuah fenomena unik dalam interaksi sosial, tidak terbatas hanya pada suara, tetapi juga berfungsi sebagai komunikasi dan representasi perlambang (Merriam, 1980: 21, 223) Berdasarkan analisis data, menunjukkan bahwa musik diwakili oleh instrumen sebagai identitas dan tempo yang menggambarkan suasana lagu, menjadi sarana menyampaikan pesan yang tertuang dalam syair lagu (verbal). Fungsi berikutnya sebagai representasi perlambang, menjadikan medium penyampai pesan nonverbal.

Penampilan sebagai medium dalam pertunjukan, merupakan sarana bagi kelompok ini menunjukkan identitas budaya mereka secara visual. Melalui penampilan, publik dapat mengidentifikasi hip hop Jawa milik kelompok ini. Medium selanjutnya adalah ekspresi personel Jogja Hip Hop Foundation saat tampil membawakan lagu mereka di atas panggung. Ekspresi tersebut merupakan bentuk komunikasi nonverbal, untuk menyampaikan energi mereka kepada publik

Komunikasi verbal maupun non verbal Jogja Hip Hop Foundation melalui media yang sudah diseleksi dan digunakan sesuai dengan kebutuhan (waktu) yang

ditentukan. Tujuan dari kegiatan ini adalah, membuat audience mengenal, memahami, menerima dan menyebarkan hip hop Jawa kepada publik yang lebih luas serta menimbulkan perubahan (budaya, sikap, perilaku) dari kelompok dominan. Perubahan tersebut terjadi sebagai hasil pengelolaan kebutuhan psikologis audiens, melalui pemenuhan kebutuhan tersebut dari proses

Dalam melakukan negosiasi hip hop Jawa, muncul banyak tantangan yang dihadapi Jogja Hip Hop Foundation. Tantangan tersebut datang dari pihak-pihak yang berbeda pandangan dengan kelompok ini. Menghadapi tantangan ini, manajemen konflik digunakan untuk mencari solusinya. Manajemen Konflik dalam konteks perspektif holistik (sistemik), adalah menerima sudut pandang yang berbeda sebagai kepentingan yang sah, untuk mendamaikan posisi yang berbeda dengan mengintegrasikan mereka dari pada mengambil keputusan yang memisahkan mereka. Mengelola konflik merupakan kegiatan komunikasi yang luwes dan fleksibel melalui mediasi pihak ketiga yang netral, moderasi, pengawasan, pelatihan dan pengembangan tim. (Proksch, 2016: 28, 32 - 33 dan Ting – Toomey, 1999: 219)

Pengelolaan konflik dapat berjalan dengan baik, apabila pihak negosiator memahami konflik apa saja yang dihadapi. Untuk memahami konflik, perlu dipahami definisi konflik. Konflik pada masa lalu identik dengan peperangan, bahkan sampai hari ini masih ada orang yang bersikap bahwa berperang adalah satu-satunya pilihan menyelesaikan konflik. Munculnya pemahaman konflik yang menekankan diskusi konstruktif dan kemungkinan terjadinya konsensus serta kerja sama, menjadikan konflik tidak hanya berpotensi membawa kehancuran,

tetapi menawarkan banyak kesempatan untuk perubahan, pengembangan dan inovasi. (Proksch, 2016: 2)

Setelah memahami konflik, perlu diketahui dan dipahami jenis konflik yang ada. Secara teoritis, umumnya konflik dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu; konflik internal dan eksternal. Selain kedua jenis tersebut, Proksch membagi konflik ke dalam 6 (enam) jenis yang terdiri dari; konflik kondisional, konflik kepentingan, konflik hubungan, konflik nilai, konflik struktural, dan terakhir adalah konflik batin, terjadi di dalam diri manusia akibat pertentangan pikiran dan perasaan, (Lihat Zartman, 2008: 178 dan Proksch, 2015: 5 – 6)

Penulis melihat konflik dalam penelitian ini sebagai suatu tantangan dan hambatan dalam melakukan negosiasi identitas budaya. Berdasarkan analisis data penelitian, konflik yang muncul dibedakan menjadi 3 (tiga) berdasarkan sumber terjadinya konflik. Ketiga konflik tersebut adalah, konflik batin, konflik internal dan konflik eksternal.

A. Konflik Batin

Sadar atau tidak, konflik terjadi di dalam diri manusia yang terjadi karena adanya pertentangan antara pemikiran dan perasaan individu. Konflik semacam ini, menurut Stephan Proksch merupakan konflik batin. (Proksch, 2015: 6)

Selama proses negosiasi identitas, konflik batin dialami oleh para personel Jogja Hip Hop Foundation. Konflik ini muncul, saat mereka mencoba untuk bereksperimen dengan budaya Jawa dan hip hop. Dalam proses tersebut, mereka berpikir bahwa dengan melakukan eksplorasi dan eksperimen atas

kedua budaya tersebut akan menghasilkan satu hal baru yang unik. Di satu sisi, mereka khawatir apabila melakukan hal tersebut akan dianggap sebagai perusak budaya.

Konflik ini, juga muncul ketika mereka mulai membawakan hip hop Jawa. Pada awal mereka membawakan, mereka berpikir bahwa hip hop Jawa adalah sesuatu yang baru, unik dan menyegarkan. Akan tetapi, ada perasaan takut apabila masyarakat tidak menerima musik mereka. Pertentangan ini muncul disebabkan adanya kekhawatiran, khawatir apabila apa yang dipikirkan ini dianggap melanggar norma. Solusi untuk konflik ini adalah tetap melakukan eksperimen dengan hip hop dan *gendhing*, serta menjadikan kritik yang diterima sebagai motivasi untuk menghasilkan karya yang lebih baik.¹

B. Konflik Internal

Jenis konflik kedua berdasar analisis data penelitian ini adalah konflik internal, yang terjadi dalam lingkungan kelompok Jogja Hip Hop Foundation akibat adanya gesekan karena munculnya perbedaan di antara anggota kelompok. Konflik ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti adanya pertentangan ego, dan kepentingan antara masing masing personel di dalamnya.

Konflik internal yang terjadi di dalam kelompok ini lebih sering disebabkan oleh perbedaan ideologi. Hal ini yang membuat Jogja Hip Hop Foundation sempat vakum selama dua tahun lebih (2014 – 2016) , karena adanya perbedaan pendapat antara Marzuki dengan personl lainnya mengenai lagu

¹Wawancara 5 dan 11 Maret 2017

Jogja Istimewa. Hal ini berawal dari kekecewaan Marzuki atas janji Keistimewaan Yogyakarta untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, sama sekali tidak terbukti. Karena hal tersebut, Marzuki menolak untuk membawakan lagu Jogja Istimewa dan membuat kelompok ini vakum.

Konflik berikutnya adalah mundurnya Dita, manajer Jogja Hip Hop Foundation dengan alasan kesibukan lain di luar kelompok ini. Selanjutnya disusul mundurnya Rajapati alias Lukman Hakim, dengan alasan adalah ajaran agama yang di anut membatasi dirinya dalam berkaraya melalui hip hop.

Ketiga konflik internal tersebut, dua diantaranya diselesaikan dengan mundurnya salah satu pihak yang berbeda pendapat (Dita dan Lukman Hakim). Konflik yang menyebabkan kelompok ini vakum selama dua tahun lebih, diselesaikan dengan konsolidasi internal kelompok, yang diikuti dengan peluncuran *single* “*Sedulur*”. Pengelolaan konflik ini membuktikan bahwa tidak semua konflik berakhir dengan kehancuran, konflik juga dapat memicu perubahan, perkembangan dan inovasi.²

C. Konflik Eksternal

Konflik ekstrnal ,merupakan hambatan yang terjadi karena perbedaan yang berakibat munculnya perselisihan dengan pihak di luar kelompok. Ketika melakukan negosiasi identitas budaya, berbagai hambatan dari publik muncul dalam proses ini. Hambatan yang dihadapi berupa penolakan dari pihak pihak yang merasa bahwa hip hop Jawa merupakan ancaman terhadap kemurnian budaya Jawa.

² killtheblog.com, diakses tanggal 4 November 2017, jam 19.49 WIB

Penolakan tersebut muncul karena adanya kekhawatiran bahwa, dengan mencampur budaya Jawa dengan budaya asing dapat merusak tatanan budaya Jawa yang sudah ada sejak ratusan tahun silam. Penolakan juga muncul dari pihak yang menganggap hip hop Jawa sama dengan hip hop Amerika yang memiliki kesan urakan.

Konflik ini dialami Jogja Hip Hop Foundation dengan budayawan Yogyakarta yang tidak suka dengan hip hop dan menganggap perubahan dalam budaya Jawa itu tabu. Konflik ini diselesaikan dengan menunjukkan karya kelompok ini, yang membuat budaya Jawa menjadi mudah dipahami generasi muda sekarang. Selain itu untuk menghadapi kelompok (budayawan) yang tidak menyukai hip hop, kelompok ini menggelar acara yang membawakan karya budayawan tersebut dengan format hip hop. Cara tersebut membuat karya seniman tersebut diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.³

Konflik batin, internal maupun eksternal yang muncul dan menjadi hambatan bagi dalam menegosiasikan hip hop Jawa, dapat diatasi dengan melakukan pengelolaan konflik yang tepat. Pengelolaan konflik dalam penelitian ini, merupakan penerapan Manajemen Konflik dalam holistik (sistemik).

Proses ini adalah menerima sudut pandang yang berbeda sebagai kepentingan yang sah, untuk mendamaikan posisi yang berbeda dengan mengintegrasikan mereka dari pada mengambil keputusan yang memisahkan mereka. Mengelola konflik merupakan kegiatan komunikasi yang luwes dan

³ *Hiphopdiningrat a Travelouge Piece of Java Hip Hop(2011)*

fleksibel melalui mediasi pihak ketiga yang netral, moderasi, pengawasan, pelatihan dan pengembangan tim . (Proksch, 2016: 28, 32 - 33 dan Ting – Toomey, 1999: 219)

Pengelolaan konflik dalam kelompok ini, dilakukan dengan melakukan akomodasi budaya, yang bertujuan menunjukkan bahwa identitas budaya mereka berbeda dengan milik kelompok dominan, tetapi memiliki ciri yang sama dengan budaya dominan. Dengan demikian, pihak kelompok dominan baik kelompok budaya hip hop maupun budaya Jawa, dapat menerima hip hop Jawa sebagai satu budaya baru yang masih memiliki keterkaitan dengan mereka.

4.3 Hasil Negosiasi Hip Hop Jawa

Hip Hop Jawa, sebagai identitas budaya baru hasil hibrida budaya. Identitas budaya yang dinegosiasikan oleh Jogja Hip Hop Foundation dengan dikomunikasikan secara verbal dan nonverbal melalui media tertentu dan disertai pengelolaan konflik tersebut, diterima oleh kelompok dominan.

Penerimaan ini dibuktikan dengan pengakuan dari beberapa budayawan Yogyakarta yang semula khawatir dengan keberadaan identitas budaya ini. Pengakuan tersebut muncul , di antaranya dari Butet Kertarajasa dan Saut Situmorang yang semula khawatir menjadi mendukung keberadaan budaya baru ini, dengan menganggap mampu menjembatani kesenjangan budaya antara generasi tua dan generasi muda. Pendapat ini diperkuat oleh Landhung Simatupang dan Elisabeth Inandiak yang menganggap hip hop Jawa sebagai modernisasi tembang Jawa kuno melalui rap, atau dengan kata lain hip hop Jawa

merupakan Tembang abad ke 21.⁴ Pengakuan tersebut menunjukkan keberhasilan kelompok *co – culture* dalam memahami dan mengkomunikasikan identitas budaya mereka, sekaligus mengatasi diskriminasi serta stereotipe negatif atas mereka. (Samovar, 2013: 225)

Negosiasi identitas budaya ini juga berhasil diterima oleh masyarakat umum, dengan ditunjukkan munculnya trend mengenakan baju batik dikombinasikan celana dan sepatu hip hop. Trend berikutnya adalah munculnya berbagai macam kelompok hip hop Jawa dan campuran, yang terinspirasi oleh Jogja Hip Hop Foundation. Salah satu kelompok hip hop campuran yang sukses mengikuti jejak kelompok ini adalah NDX aka yang merupakan kelompok hip hop dangdut⁵. Selanjutnya peneliti juga melihat adanya trend dari sebagian orangtua yang menginginkan anak anak mereka belajar *ngerap* Jawa agar mudah memahami pelajaran bahasa Jawa dan sastra Jawa kuno.

Uraian di atas menunjukkan bahwa dengan diterimanya identitas budaya melalui negosiasi identitas seperti yang diungkapkan Butet dan saut di atas menunjukkan bahwa kelompok ini berhasil mengkomunikasikan hip hop Jawa. Hal tersebut berarti identitas budaya yang ditunjukkan oleh kelompok ini telah diperkenalkan, disempurnakan dan diuji melalui komunikasi (Martin & Nakayama, 2010: 166).

Semakin seringnya Jogja Hip Hop Foundation tampil dalam berbagai acara baik *off air* maupun *on air*. Menunjukkan bahwa hip hop Jawa diterima oleh

⁴ *Hiphopdiningrat a Travelouge Piece of Java Hip Hop(2011)*

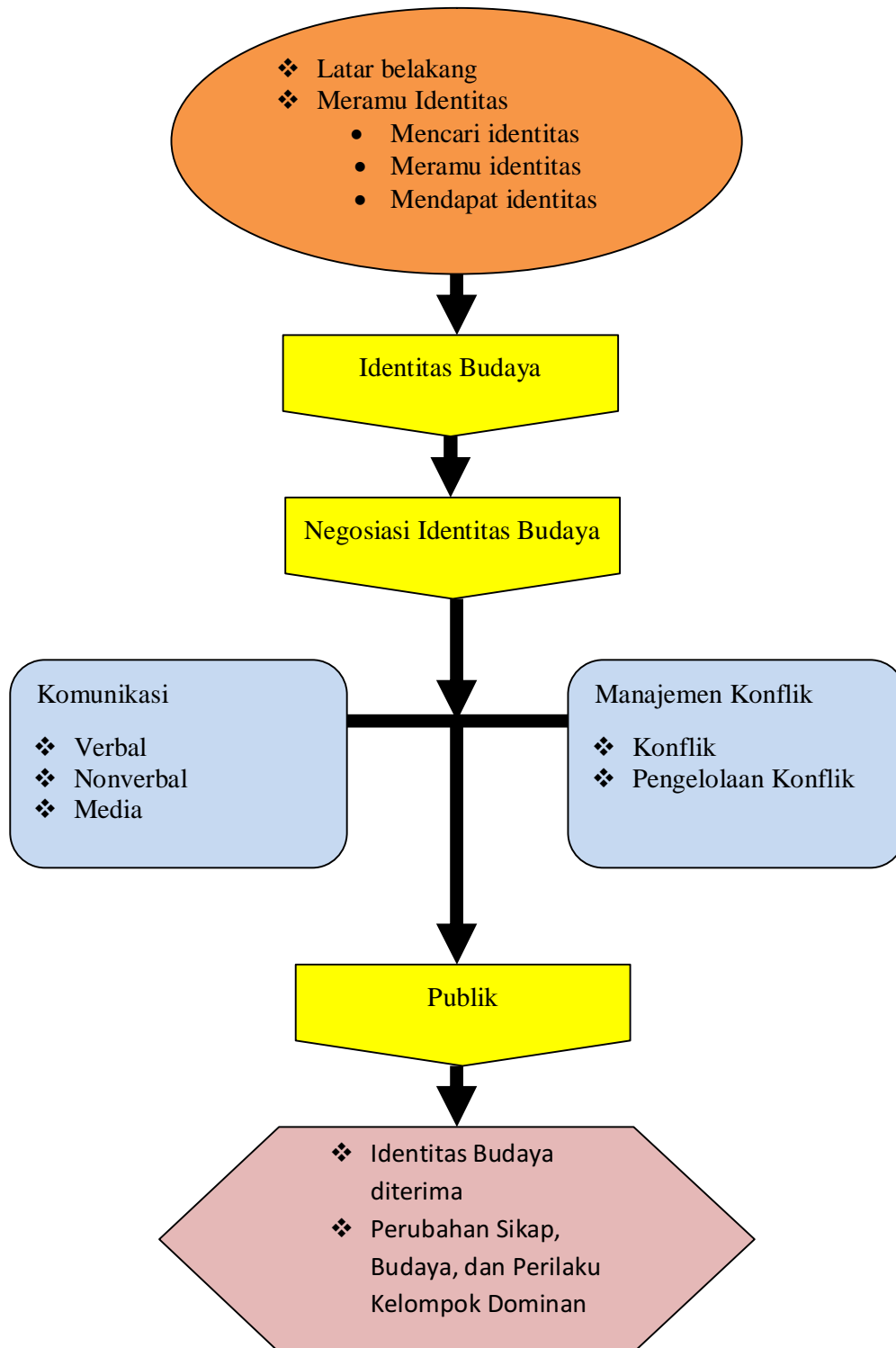
⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=tklkz5Sr3dY> diakses pada tanggal 31 Agustus 2016 jam 03.29 WIB

kelompok dominan, sekaligus menjadikannya sebagai komoditas sekaligus merek dagang yang “*kemedol*” atau memiliki nilai jual. (Montoya & Vandehey, 2009:4 – 7)

Keberhasilan negosiasi identitas hip hop Jawa, mengakibatkan Jogja Hip Hop Foundation semakin dikenal oleh masyarakat luas, yang dibuktikan dengan penghargaan dari Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai Duta Nagari Ngayogyakarta Hadiningrat tahun 2012 (Hidayat, 2014: 4) undangan tour selama 1 (satu) bulan di Amerika Serikat tahun 2012 (Mohamad, 2014: 2), tampil di Esplanade, Singapura tahun 2013⁶, menunjukkan beberapa prestasi yang menunjukkan eksistensi kelompok ini. Keberhasilan ini dapat dimaknai, sebagai kebebasan yang dimiliki subyek harus selalu digunakan untuk melakukan pilihan yang etis. (Malantschuk, 2003: 11).

⁶ *Hiphopdingrat a Travelouge Piece of Java Hip Hop(2011)*

Tabel 4.2.
Proses Negosiasi Identitas





This document was created with the Win2PDF “print to PDF” printer available at <http://www.win2pdf.com>

This version of Win2PDF 10 is for evaluation and non-commercial use only.

This page will not be added after purchasing Win2PDF.

<http://www.win2pdf.com/purchase/>