

Analisis Global Value Chains Terhadap Band Slank Go International

Sonny Sudiar

*Staf Pengajar Program studi Hubungan Internasional
Universitas Mulawarman, Samarinda*

Muhammad Nizar Hidayat

*Staf Pengajar Program studi Hubungan Internasional
Universitas Mulawarman, Samarinda*

Abstract:

Global Value Chains as a key concept in the study of International Political Economy has been well established and widely used to analyze how goods and services value are added in a global scale. This article will use Global Value Chains concept to see how one of Indonesian legendary music band, Slank, tried to “add” more values to their songs through translations in English and then marketed in the United States of America. The country is chosen because USA is regarded as a center of music in the world as well as significant diplomatic actors. With their song translated in English, it can be interpreted as an effort to “add values” from Slank because the translation widens the market and consumers of Slank.

Keywords: *Global Value Chains, Slank, Music*

Abstrak:

Global Value Chains sebagai konsep kunci dalam studi Ekonomi Politik Internasional telah banyak dikenal dan digunakan untuk menganalisis bagaimana pertambahan nilai terhadap suatu barang dan jasa terjadi dalam skala global. Penelitian ini akan menggunakan konsep Global Value Chains untuk melihat bagaimana salah satu band legendaris Indonesia, Slank, mencoba untuk “menambahkan nilai” pada lagu-lagu yang mereka tulis melalui cara menerjemahkannya ke dalam bahasa Inggris dan dipasarkan di Amerika Serikat. Negara itu dipilih karena AS dianggap sebagai pusat industri musik dunia serta lokomotif diplomasi dunia. Dengan penerjemahan lagu-lagu Slank ke dalam bahasa Inggris, maka hal tersebut bisa dimaknai sebagai upaya “penambahan nilai” karena penerjemahan tersebut memperluas cakupan konsumen yang bisa dijangkau oleh Slank.

Kata Kunci : *Global Value Chains, Slank, Musik*

Ketika Indonesia dianggap minor di mata dunia internasional, seluruh komponen bangsa ini pun bergeliat. Tak terkecuali band Slank. Nasionalisme seperti menemukan momentumnya, pada saat Indonesia disebut sebagai

negeri yang paling korup, sekitar lebih kurang 30 juta rakyatnya hidup di bawah garis kemiskinan. Ditambah lagi dengan isu terorisme, kerusuhan yang nyaris terjadi setiap hari, bentrokan antar kelompok masyarakat, bahkan benturan antar suku dan antar agama semakin sering terjadi. Kerusakan alam akibat ulah tangan-tangan manusia serakah yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan. Sumber daya alam nyaris habis dieksploitasi. Gambaran kondisi di atas tentu saja memprihatinkan bangsa ini.

Berangkat dari kerisauan dan keprihatinan melihat kondisi bangsa yang semakin hari kian terpuruk, terbesit keinginan Slank untuk berkontribusi secara positif terhadap bangsa ini. Sebagai kelompok seniman yang berbasis pada kreativitas musik Slank merasa mempunyai kapabilitas yang dapat diandalkan dan bisa dijadikan sebagai instrument untuk perbaikan citra bangsa di mata dunia internasional yang mereka sebut dengan diplomasi musikal.

Merilis album internasional (*go international*) adalah upaya yang dipilih untuk membawa cerita-cerita positif tentang Indonesia. Selama ini berita-berita tentang Indonesia yang disiarkan di luar negeri cenderung negatif. Padahal sebagai bangsa yang bermartabat Indonesia juga sudah berbenah diri dalam segala hal. Menurut bim-bim, salah pentolan Slank menegaskan dengan nada optimis bahwa dalam 10 tahun terakhir Indonesia terus-menerus berupaya memberantas korupsi, menjaga stabilitas politik dan ekonomi, menjaga kehidupan harmonis masyarakat, bahkan banyak juga telah upaya untuk memperbaiki lingkungan dan alam dengan program-program menghijaukan hutan, mengurangi polusi.

Profil Singkat Band Slank

Slank adalah sebuah band yang sudah melegenda dalam belantika musik Indonesia. Karena karya-karya musik dan lagu yang begitu jujur dan apa adanya mendapat tempat istimewa di hati para penggemarnya yang terdiri dari berbagai segment. Adapun yang menjadi materi dasar dari kreasi mereka dalam bermusik dan mencipta lagu adalah realitas dalam kehidupan sosial mulai dari kisah percintaan sampai problematika politik. Karya-karya mereka dapat dikategorikan sebagai otokritik terhadap kehidupan kita dalam berbangsa.

Band ini berdiri pada desember 1983, embrionya adalah Cikini Stones Complex (CSC). Para personelnnya adalah anak-anak SMA Perguruan Cikini Jakarta. Slank formasi pertama dibentuk dari pecahan Cikini Stones Complex (yg lain membentuk Cikini Metal Stones), antara lain; Bimbim(drum), Willy (vokal), Donny (bass), Bongky (gitar), Adri (kibor). Lalu susunan personel berubah, Pay masuk menggantikan Bongky, sementara Bongky sendiri menggeser posisi Donny, sementara Indra menempati posisi Adri. Slank bermarkas di gang

POTLOT, Jakarta Selatan yang setiap saat bisa dikunjungi oleh para penggemar fanatiknya.

Pertama kali masuk studio rekaman pada tahun 1990 album *Maafkan*, di bawah naungan manajemen proyek Q (Boedi Soesatio). Namun pada album ke-3 dengan tajuk *Slank 3* pada tahun 1993 manajemen diganti ditangani Pulau Biru Management, sementara Boedi Soesatio bertindak selaku produser. Mulai album ke-4 *Generasi Biru* (1994) Pulau Biru Management berganti nama menjadi Pulau Biru Productions; Slank bertindak sebagai Produser. Popularitas membawa mereka pada obat-obat terlarang sehingga berdampak pada perpecahan dan kevakuman band dalam bermusik. Setelah gonta-ganti personel akhirnya slank menemukan formasi terbaiknya yakni; Kaka (Vokal), Bimbim (drum), Abdee (gitar), Ridho (gitar), Ivanka (Bass) yang terus bertahan hingga kini.

Musik sebagai *performing art* dalam Industri Kreatif: Studi Kasus Band Slank

Musik adalah bahasa universal yang dapat mengekspresikan perasaan dan aspirasi kita kepada orang lain meskipun dengan latar belakang budaya yang berbeda. Keindahan harmoni yang dihasilkan dari kreasi musik tentu saja dapat dinikmati oleh setiap jutaan pasang telinga yang mendengarkan melintasi batasan-batasan kultural. Jadi musik adalah instrument esensial dialog inter-kultural.

Musik merupakan hasil kreasi seni yang dapat dipertontonkan kepada orang lain. Salah satu syarat utama dari seni pertunjukan (*performing art*) adalah adanya tranformasi nilai atau adanya pesan yang ingin disampaikan pada para penonton. Musik tentu saja dapat menjadi media yang sangat potensial untuk melakukan hal tersebut.

Hal yang perlu dipertegas dalam tulisan ini adalah bahwa seni pertunjukan merupakan bagian dari industri kreatif yang cukup penting. Seperti yang tercantum dalam laporan PBB tahun 2008 mengenai *Creative Economy* dikatakan bahwa....

[t]he performing arts are important creative industries, particularly owing to their interaction across other creative activities such as music, costumes and broadcasting. This sub-group covers all sorts of stage art, performed by artists for an audience. Performing arts can take the form of theatre, opera, poetry, dance, ballet, concerts, the circus, puppetry, etc., usually for cultural, educational, entertainment and business purposes.

Sebagai sebuah group band yang telah malang melintang di blantika musik Indonesia, Slank juga mengekspresikan lagu-lagunya melalui media panggung. Seni pertunjukan yang dilakoni oleh Slank di antaranya dengan tour konser dari panggung ke panggung, media audio-visual seperti televisi dan radio. Bahkan mereka juga tidak hanya sekedar menghibur melalui aksi-aksi panggung mereka, tetapi mereka juga sudah terlibat dalam dinamika industri. Hasil karya-karya seni mereka diproduksi dalam bentuk kaset, CD, Mp3 dll, untuk selanjutnya didistribusikan.

Analisis GVC Band Slank; Peta Aktor & Penambahan Nilai

One of the most straightforward and widely recognized method for analyzing the structure and function of the creative industries is value chain analysis. In its simplest form, the analytical model of the creative production chain is one where the initial creative ideas are combined with other inputs to produce a creative good or service that may then pass through further value-adding stage until it enters marketing and distribution channels and eventually reaches the final consumer. The strength of this approach is that it is sensitive to both individual action and context, especially institutions, network and their governance.

Keinginan Slank untuk *go international* mempunyai muatan yang bernilai tinggi (*normative values*). Bukan hanya sekedar merilis album di AS, tapi proyek *go internasional* bertujuan untuk mentransformasi citra negatif Indonesia di luar negeri menjadi lebih positif.

Album *Anthem for the Broken Hearted* merupakan *starting point* untuk mewujudkan cita-cita *go international*. Dengan modal patungan dari masing-masing personalnya album ini pun akhirnya berhasil mereka wujudkan.

Normative values yang dimaksud oleh Slank? Bahwa mereka mempunyai keinginan untuk memberantas korupsi, menghijaukan kembali hutan Indonesia, menciptakan hidup yang harmonis dalam keberagaman. Misi ini pun akhirnya memperoleh dukungan yang serius oleh pihak pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Budaya Republik Indonesia.

Setelah melakukan riset dan kerjasama dengan Blues Saraceno (mantan pentolan Poison Band) akhirnya Slank mampu memproduksi album berbahasa Inggris, dan dilanjutkan tour 10 kota di AS; *Los Angeles, San Fransisco, New York, Boston, Santa Cruz, Petaluma, Crystal Bay, Chico, Dallas, dan Seattle*. Pada titik inilah inovasi kreativitas group band Slank terjadi. Berbekal modal riset yang cukup dan relasi personal, Slank mulai mencoba untuk melakukan

penambahan nilai terhadap hasil karya seni mereka. Lagu-lagu yang bertemakan cinta, sosial dan lingkungan kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris. Selain itu mereka juga menciptakan lagu-lagu baru yang merefleksikan citra positif Indonesia.

Mereka cukup cerdas membaca peluang yang terbuka di pasar internasional. Adapun pangsa pasar yang mereka bidik pertama kali adalah Amerika Serikat. Alasan memilih Amerika Serikat sebagai tempat untuk memproduksi album *Anthem for the Broken Hearted* ini, karena Amerika Serikat bukan hanya sekedar pusatnya industri musik dunia, tapi juga sekaligus sebagai lokomotif diplomasi internasional. Meskipun kesan misi untuk memperbaiki citra buruk Indonesia di luar negeri, tapi Slank tetap memperhitungkan segi komersialitas dari proyek *go international* ini.

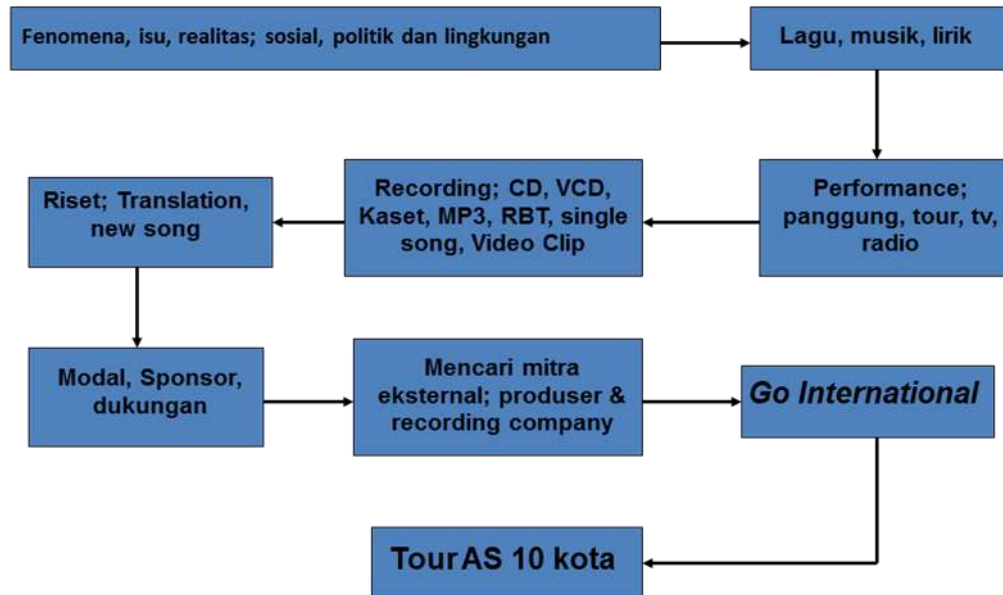
Keberhasilan band Slank menembus pasar internasional bukanlah hasil prestasi kerja mandiri melainkan kerja kolektif dengan berbagai pihak. Lantas siapa saja yang terlibat dalam proses penambahan nilai tersebut?

Keluarga menjadi pihak yang krusial, karena untuk mewujudkan album *go international* ini masing-masing personel band harus merogoh kocek pribadi, dan untuk itu mereka harus memperoleh persetujuan dari masing-masing keluarga. Dukungan dari Manajemen Slank (Bunda Iffet) juga tidak kalah penting karena selalu memberikan pelayanan yang maksimal terhadap eksistensi Slank selama ini. Kemudian siapa lagi? Peter F. Gontha menjadi pihak yang juga sangat berjasa bagi Slank, karena pengusaha ternama ini telah memberikan dukungan moril secara spontan begitu mengetahui bahwa Slank akan melakukan diplomasi musikal. Peter F. Gontha lah yang kemudian mendampingi Slank untuk menghadap Menteri Pariwisata dan Budaya RI bapak Jero Wacik. Sebagai representasi pemerintah Jero Wacik kemudian juga memberikan dukungan dengan mencoba menghubungi pihak-pihak yang dapat membantu rencana Slank untuk mengeluarkan album *go international*.

Sedangkan pihak-pihak luar negeri dalam hal ini yang berkedudukan di Amerika Serikat yang sangat berperan besar dalam produksi album berbahasa Inggris *Anthem for the Broken Hearted*, antara lain; Produser album: Blues Saraceno, Mastering Company: Studio City Sound, distributor album: MRI/Red Label (New York, USA), promosi album dan tour: Mazlur Public Relation (New Jersey, USA), publikasi radio: Skateboard Marketing (New York, USA), tour organizer: Justin118 Sound (Los Angeles, USA).

Adapun proses penambahan nilai dapat dilihat dari bagan di bawah ini;

Mapping Added Values



Yang menjadi materi dasar bagi Slank untuk berkreasi adalah realitas kehidupan sosial yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Ide-ide tersebut kemudian mereka ekspresikan dalam bentuk musik yang disinergikan dengan lirik dan lagu. Lagu-lagu yang mereka ciptakan kemudian mereka perengarkan dengan media seni pertunjukan (*performing act*) baik di panggung-panggung pertunjukan, televisi, radio.

Proses penambahan nilai dari karya mereka kemudian mulai masuk dalam koridor industri, yakni dengan sentuhan teknologi produksi rekaman dalam bentuk kaset, CD, Mp3, Video Klip, *ring back tone*. Kemudian untuk menembus pasar internasional Slank bersama tim kerja mereka, selanjutnya merasa perlu melakukan riset, hasil riset kemudian dijadikan dasar untuk melakukan inovasi dan pengembangan karya. Adapun inovasi yang dilakukan adalah dengan menterjemahkan beberapa lagu unggulan ke dalam bahasa Inggris dan juga menciptakan beberapa lagu dengan lirik bahasa Inggris untuk menyesuaikan pangsa pasar internasional.

Proses penambahan nilai belum berhenti di situ, karena untuk bisa mempertunjukkan karya-karya kreatif mereka dibutuhkan dana yang memadai. Oleh karena itu pencarian modal dan sponsor adalah agenda penting agar penambahan nilai benar-benar bisa diwujudkan. Setelah modal dan dukungan yang cukup telah diperoleh, maka mereka pun kemudian mencari pihak-pihak eksternal yang dianggap bisa untuk diajak bekerjasama

dalam memproduksi album berbahasa Inggris *Anthem for the Broken Hearted*, dengan begitu mimpi Slank untuk *go international* dapat terwujud.

Penutup

Kerja keras, kegigihan dan keseriusan adalah kata kunci bagi Slank untuk mewujudkan mimpi mereka untuk bisa berkiprah secara internasional. Apalagi mimpi itu kemudian mengandung tujuan yang begitu mulia, yakni mengangkat harkat dan martabat bangsa yang terus mengalami penurunan.

Sebutlah ini sebagai “Diplomasi Rock n Roll a la Slank” yang ingin meneriakkan dengan jelas mengenai sisi lain kehidupan Indonesia dalam balutan musik *Rock n Roll*, yang sejatinya memang sebagai media penyampai pesan politik. Semoga upaya Slank ini menjadi contoh yang kemudian dapat memperbaiki citra Indonesia di dunia internasional.

Daftar Pustaka:

Creative Economy Report 2008: *The Challenge of Assessing the Creative Economy toward Informed Policy-making*. UNCTAD, New York.

Kaplinsky, Raphael & Mike Morris. 2000. *A Handbookk for Value Chain Research*. tidak diterbitkan.

Kong, Lily & Justin O’Connor. 2009. *Creative Economies, Creative Cities; Asian-European Perspectives*. Springer, New York.

www.slank.com