

KREOLISASI BAHASA DAN MAKNA DALAM PUISI BUDAYA*) LAYAR JAKARTA BREAKING POETRY

CREOLIZATION OF LANGUAGE AND MEANING IN SCREEN CULTURE POETRY OF JAKARTA BREAKING POETRY

Joko Santoso

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
jokogesang84@gmail.com

Naskah masuk: 13 Oktober 2015; naskah direvisi: 16-21 Oktober 2015; naskah disetujui terbit:
29 Oktober 2015. Editor Dhanu Priyo Prabowo

Abstrak

Studi ini berupaya menguraikan konstruksi kreolisasi bahasa dan makna dalam kumpulan puisi budaya layar *Jakarta Breaking Poetry* oleh komunitas Foentry.com. Sudut pandang yang digunakan adalah kajian Budaya Populer (*popular culture*). Kreolisasi puisi budaya layar menunjukkan kecenderungan beberapa hal: *pertama*, bahasa dan makna dikonstruksi secara dinamis, sewaktu-waktu konstruksi itu bisa 'dihancurkan' begitu saja. *Kedua*, bahasa dan makna dikonstruksi dengan cara 'sesukanya', artinya: tidak ada aturan baku, yang baku justru adalah yang 'main-main' itu. *Ketiga*, konteks menentukan konstruksi bahasa dan makna, tetapi konteks itu tidak terpusat, melainkan terpecah ke berbagai penjuru. Dalam keterpecahan itu, konteks yang satu tidak harus berhubungan dengan konteks yang lain secara integral. Mereka (konteks-konteks itu) relatif mandiri. *Keempat*, konteks yang lebih luas (global) mendapatkan maknanya pada konteks yang lebih sempit (lokal), sesuai kebutuhan. *Kelima*, bahasa dan makna dalam satu konteks, atau banyak konteks terikat oleh bunyi. Satu-satunya yang dipatuhi (di sini) hanyalah bunyi (persajakan). Bahasa, makna, dan konteks yang menaunginya boleh tidak patuh, tetapi bunyi sangat mengikat.

Kata kunci: puisi budaya layar, budaya populer, kreolisasi, bahasa, makna

Abstract

This study aimed to explain the construction of language and meaning creolization in screen culture poetry collection of Jakarta Breaking Poetry by Foentry.com community. Point of view employed in this study is popular culture. The creolization of screen culture poetry points out some inclinations: first, language and meaning are constructed dynamically, from time to time the construction can be 'destroyed'. Secondly, language and meaning are constructed arbitrarily that means there is no fixed rule because the fixed rule is the arbitrariness. Thirdly, context determines language and meaning construction, but the context itself is not centered, otherwise it is dispersed. In its dispersion, one context is not necessarily connected to other context integrally. The contexts are relatively independent. Fourthly, the global context has its meaning on local context perspective depending its need. Fifthly, language and meaning in one context, or many contexts are bounded by sound. The only one obeyed here is just sounds (rhyme). Language, meaning, and context that encompass it may disobey, but the sound binds it tightly.

Keywords: screen culture poetry, popular culture, creolization, language, meaning

*) Makalah ini telah dipresentasikan pada kegiatan Seminar Hasil Penelitian Kebahasaan dan Kesastraan, tanggal 7-9 Oktober 2015 di Balai Bahasa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

1. Pendahuluan

1.2 Latar Belakang

Latar belakang kajian ini adalah persoalan masyarakat global yang mengarah pada kecampuradukan, keberagaman, dan bias identitas. Sebagian masyarakat menganggap hal demikian sebagai masalah yang serius, sedangkan sebagian lainnya justru memperjuangkannya dalam kondisi serupa itu. Masyarakat pertama adalah masyarakat yang menjaga tradisi, sedangkan masyarakat berikutnya adalah masyarakat urban, yang terbentuk dalam bentuknya yang bebas, tidak terikat oleh apa pun.

Perkembangan teknologi, internet, dan pesatnya laju pertumbuhan media disebut sebagai faktor utama perubahan budaya di dalam masyarakat. Untuk menyebut beberapa istilah, McLuhan membayangkan sebuah masyarakat yang serupa itu dengan masyarakat 'galaksi digital'¹, Stuart Hall menyebutnya dengan masyarakat 'elektrik'², sementara belakangan, Ariel Heryanto mengistilahkan dengan masyarakat (budaya) layar (*screen culture*)³. Istilah Heryanto memang lebih futuristik dalam kaitannya dengan kekinian, meskipun artinya tetap sama saja seperti istilah Benedict Anderson⁴ dan juga Jokes Hermes⁵ sebagai masyarakat/komunitas bayang-bayang. Lalu, apa yang penting dikaji terhadap masyarakat yang demikian itu?

Terlepas dari keinginan untuk memojokkan budaya layar sebagai budaya populer yang 'cepat saji', bodoh, naif, sama sekali tidak cerdas, merusak tradisi luhur, dan sebagainya, ka-

jian terhadap masyarakat budaya layar dalam hal ini, diupayakan sejujur mungkin untuk mendapatkan pengetahuannya dengan cara paling objektif. Budaya layar lahir dalam 'rahim' budaya populer, dan tentu juga budaya massa. Komunitas bayang-bayang ini menciptakan segala macam kreasi di segala bidang di 'dunia'-nya itu dengan cara mereka masing-masing. Kadang-kadang (dan lebih sering), hasil dari cara berinteraksi dan berkomunikasi mereka, bertentangan dengan aturan, kepatuhan, norma, dan tradisi. Meskipun demikian, mereka tetap menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi utama.

Bahasa mereka bukan bahasa dalam konteks normatif (sesuai EYD atau Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia). Mereka memilih bahasanya sendiri, dengan cara mencopot dari sana-sini (kultur yang berbeda-beda/lintas batas kultur), dan mengkreasikannya ulang dalam bentuk yang mereka sukai. Salah satu kasus dalam hal ini adalah munculnya buku puisi yang diberi judul *Jakarta Breaking Poetry* (2015). Buku ini tidak mencantumkan pengarang, yang kian menegaskan sebagai masyarakat bayang-bayang. Selain itu, dalam pengantar, mereka berargumen bahwa puisi Chairil Anwar adalah puisi yang tidak mudah dipahami bahasa sekaligus maknanya, dan atas alasan itu juga mereka 'menciptakan' bahasa dan menuliskannya dalam bentuk puisi yang lain (setidaknya begitu mereka menyebutkannya).

¹ Dalam Marcel Danesi (2010: 3), *Pengantar Memahami Semiotika Media* diterjemahkan dari judul asli *Understanding Media Semiotics* oleh A. Gunawan Admiranto, Yogyakarta: Jalasutra.

² Stuart Hall (2005: 106), "Introduction to Media Studies at the Centre". Dalam *Culture, Media, Language*, Stuart Hall, et.als. (ed.), New York: Routledge in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies University of Birmingham.

³ Ariel Heryanto (2015: 2-3), *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia* diterjemahkan dari judul asli *Identity and Pleasure: The Politics of Indonesian Screen Culture* oleh Eric Sasono, Jakarta: Gramedia.

⁴ Benedict Anderson (2002), *Imagined Communities: Komunitas-Komunitas Terbayang*, diterjemahkan oleh Omi Intan Naomi, Yogyakarta: Insist dan Pustaka Pelajar.

⁵ Jokes Hermes (2005: 1), *Re-Reading Popular Culture*, United State of America: Blackwell Publishing.

Chairil Anwar

...Aku ini binatang jalang
Dari kumpulannya terbang
Biar peluru menembus kulitku
Aku tetap meradang menerjang
.... (Foentry.com. (ed.), 2015: vi)

Jakarta Breaking Poetry

Aku ini pujangga gagal
Dari kumpulannya yang janggal
Biar kritik menembus puisiku
Aku tetap nekat membuat buku
(Foentry.com. (ed.), 2015: vi)

Mereka (Komunitas *Foentry.com*) dengan berbagai cara, seperti terlihat dalam kutipan di atas, berupaya untuk diakui identitasnya (baik karya maupun keberadaannya) dalam kesusastraan Indonesia. Hal ini jelas menjadi masalah besar apabila mereka 'dibandingkan' langsung dengan Chairil sebagai 'tokoh penting' sastra Indonesia (baik karya maupun pengarangnya). Namun, kajian ini tidak tertarik untuk membandingkan secara lebih lanjut, dan terjebak pada ranah: yang satu lebih baik ketimbang yang lain. Ketertarikan kajian ini lebih kepada bagaimana cara dan upaya mereka membangun identitas, yang mereka anggap sendiri sebagai komunitas yang 'gagal' (di hadapan komunitas sastra Indonesia yang diwakili Chairil Anwar).

Puisi-puisi dalam *Jakarta Breaking Poetry* ditulis tidak dalam konteks seperti puisi Chairil Anwar dan zamannya dituliskan. Puisi-puisi tersebut cenderung mengikuti zamannya sekarang yang lebih terbuka dipengaruhi oleh budaya layar. Puisi-puisi tersebut, layaknya budaya layar atau budaya populer dibangun, dikonstruksi dengan campur aduk informasi, bias identitas, dan tidak tertarik pada hal-hal yang 'asli' dan 'mapan'.

1.2 Masalah

Konsep campur aduk, bias identitas tersebut kemudian disebut dengan kreolisasi (*creolization*).

Kreolisasi tersebut pada gilirannya akan membentuk sebuah konstruksi. Oleh karena itu, masalah utama yang menjadi dasar kajian ini adalah bagaimana kreolisasi (bahasa dan makna) ini dikonstruksi di dalam puisi-puisi *Jakarta Breaking Poetry*?

1.3 Tujuan

Tujuan dari kajian ini adalah mengungkap kreolisasi (bahasa dan makna) konstruksi di dalam puisi-puisi *Jakarta Breaking Poetry*?

2. Kerangka Teori

Salah satu praktik budaya populer terjadi di dalam media layar (*screen*). Layar yang dimaksud mencakup: sinema, televisi, internet, dan media sosial (*facebook, twitter, instagram, dsb.*) (Heryanto, 2015: 2-3). Setidaknya, ada beberapa hal yang penting dikaji di dalam populer (demikian juga dengan budaya layar). Strinati (2010: 25-26) mengajukan tiga tema, yaitu (1) apakah budaya populer muncul dari orang awam 'kalangan bawah', atau 'kalangan atas', atau persoalan interaksi di antara keduanya?; (2) apakah budaya 'komoditas' itu lebih penting dari kualitas, keindahan, integritas, dan tantangan intelektual?; dan (3) apakah budaya populer ini mengekspresikan perlawanan terhadap mereka yang berkuasa?

Tema kedua yang diajukan Strinati didukung juga oleh Poecke (2000: 133) bahwa produk dan penghasil produk adalah titik gravitasi yang menggerakkan konsumsi dan konsumen. Ketika subjek mengisi identitasnya, produsen menciptakan produksi yang ditujukan kepada subjek tersebut untuk mengisi identitas yang dimaksud (Poecke, 2000: 142-143). Namun, identifikasi yang serupa itu saja sepertinya belum cukup. Hermes (2005: 3) lalu juga menawarkan tiga sudut pandang: (1) budaya populer membuat kita (semua orang) diterima dan terlibat; (2) budaya populer membiarkan kita memfantasikan hal-hal yang ideal dan harapan-harapan yang kita punya di dalam

masyarakat lebih baik dari apa yang kita takutkan; (3) budaya populer menghubungkan bidang-bidang baik pribadi maupun umum, dan mengaburkan batas-batas lebih dari institusi dan praktik untuk banyak orang, tanpa mepedulikan umur, gender, atau suku mereka.

Argumen ketiga Hermes memang beralasan, tetapi bukan saja menghubungkan, melainkan juga menghancurkan sekaligus. Artinya, budaya populer seperti dikatakan Poecke (2000: 142) bahwa keanggotaannya sendiri bukanlah keanggotaan jangka panjang, tetapi sewaktu-waktu bisa saja dibubarkan. Heryanto (2015: 22) mengajukan sudut pandang yang lebih ringkas, yaitu budaya populer sebagai produk, dan sebagai praktik. *Pertama*, sebagai produk, budaya populer dipahami sebagai berbagai suara, gambar, dan pesan yang diproduksi secara massal dan komersial (termasuk film, musik, busana, dan acara televisi) serta praktik pemaknaan terkait, yang berupaya menjangkau sebanyak mungkin konsumen, terutama sebagai hiburan. *Kedua*, budaya populer sebagai praktik komunikasi lain yang bukan hasil industrialisasi (*non-industrialized*), relatif independen, dan beredar dengan memanfaatkan berbagai forum dan peristiwa seperti acara keramaian publik, parade, festival.

Sudut pandang Strinati, Poecke, dan Hermes, secara esensi tidak jauh berbeda dengan sudut pandang Heryanto. Budaya populer sebagai produk, atau sebagai praktik tampak lebih bulat sebagai model kajian. Namun, barangkali yang luput dari Strinati, Poecke, Hermes, dan Heryanto adalah masing-masing definisi itu, pada praktiknya bisa saling bercampur, dan bertukar tempat semau-maunya, tanpa bisa diprediksi.

Bagaimana campur aduk itu bisa terjadi dalam budaya layar? Hall (2005: 108) menunjukkan dalam televisi misalnya bahwa televisi 'populer' berfungsi tidak untuk 'informasi dan edukasi', tetapi 'hiburan dan kenikmatan'.

Atau, (sekali lagi) antara keduanya bisa tercampur, bertukar tempat, sesukanya. Ilustrasi lain dari Wandel & Beavers (2010: 93) misalnya pada surat elektronik (*email*) pada pertengahan 1990-an. Pada era itu, kehidupan di dalam layar (*life on the screen*) terjadi antara permainan dan keseriusan, orang bisa bermain meskipun sedang membaca surat elektronik (secara serius). Belakangan, ilustrasi yang lebih dekat dengan orang kebanyakan adalah media sosial seperti *facebook* misalnya.

Facebook dan komunitas dalam jaringan lainnya (*online*) memberi keleluasaan ruang untuk meningkatkan kecintaan pada diri sendiri (*narcissism*) dan mudahnya untuk mengubah realitas dan identitas. *Facebook* juga memunculkan (ruang) untuk lebih diterima, pemikiran yang terbuka, menyampaikan pendapat secara cepat dan ketidaksepakatan dalam waktu yang bersamaan. *Facebook* menjadi ruang komunikasi yang efisien lintas geografis, ekonomi, dan kehidupan sosial. *Facebook* mengandaikan orang untuk: santai saja (*le us relax* [main-main]), seperti kutipan kata-kata Plato: 'hidup harus dijalani sebagai permainan' (*life must be lived as play*) (Wandel & Beavers, 2010: 96).

Mengapa 'campur aduk' dan 'main-main' ini muncul bisa dijelaskan dengan pandangan Stuart Hall (2005: 149) sebagai teks yang: 1) ditempatkan pada posisi sentral; 2) tidak mengekspresikan makna (yang terletak di mana pun) atau merefleksikan kenyataan; 3) tidak harus tergantung dengan apa pun, baik tergantung pada problematika ideologis di mana wacana sedang berlangsung, atau pada lingkungan sosial, atau pada politik atau praktik sejarah yang mana teks itu diartikulasikan; dan 4) melewatkan penonton/massa 'di dalam', dalam posisi identifikasi/pengetahuan yang tidak bermasalah.

Tampaknya sampai di sini, kajian ini menjadi semakin rumit, kompleks, dan problematis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengkristalan permasalahan. Puisi-puisi yang ditulis oleh ko-

munitas *Foentry.com*. merupakan puisi yang lahir dari budaya layar (yang telah dijelaskan panjang lebar di atas). Tentu saja, puisi itu mewujudkan sebagai bahasa, sedangkan unsur-unsur budaya layar ataupun budaya populer di dalamnya mewujudkan sebagai teks (dalam istilah Stuart Hall). Budaya layar mengandaikan 'kecampuradukan' dan 'main-main' (baik produk atau praktik), yang oleh karena itu juga mengandaikan bahasa dan teks di dalamnya sebagai 'kecampuradukan' dan 'main-main'.

Apabila menggunakan cara berpikir Barthes seperti dikutip Heck (2005: 112-114), budaya layar ataupun budaya populer lebih tertarik pada konotasi ketimbang denotasi. Konotasi mengandaikan mitos, tidak harus bermakna yang sesungguhnya, dan tidak harus bergantung pada apa saja dan siapa saja. Konotasi ataupun mitos hanya bergantung pada konteks. Kata babi misalnya, secara denotatif bermakna 'binatang yang sangat berguna yang menghasilkan daging, lemak, dan sebagainya, tetapi secara konotatif dalam konteks gerakan kulit hitam Amerika Utara (*North America black movement*), babi 'pig' artinya polisi (*policeman*). Sementara, bagi gerakan feminis (*feminist movement*), babi 'pig' disebut mereka sebagai *chauvinist* laki-laki (*male chauvinist*).

Bahasa (puisi) dalam bentuknya yang 'campur aduk' dan 'main-main' dalam perspektif Ibrahim (2007: 114-116) adalah untuk: (1) keakraban, komunikasi lebih cair, lancar, tanpa banyak halangan; (2) ekspresi yang bebas, seringkali nakal, yang sekaligus menjadi perlawanan terhadap formalitas berbahasa "baik dan benar" (di kalangan intelektual atau aparat bahasa); (3) ungkapan politik identitas penu-turnya, terkait dengan selera budaya tertentu. Definisi ini disebut seutuhnya oleh Poecke (2000: 165-167) sebagai kreolisasi. Ia mengatakan bahwa proses percampuran budaya dan gaya (termasuk juga bahasa) adalah proses kreolisasi (*creolisation*).

Kajian dengan menitikberatkan pada kreolisasi bahasa dan makna terhadap puisi dengan budaya layar (sejauh pengamatan peneliti) masih belum dilakukan. Oleh karena itu, kajian ini tergolong baru (baik objek material maupun objek formalnya). Hal ini dapat diasumsikan bahwa kajian yang sama masih dapat dieksplorasi lebih jauh ke depan.

3. Metode Penelitian

Budaya layar dan budaya populer sebenarnya adalah disiplin ilmu untuk mengkaji sosial dan budaya. Oleh karena itu, untuk dapat digunakan dalam mengkaji karya sastra, maka budaya layar dan budaya populer diposisikan ke dalam bagian kajian ilmu sosiologi sastra. Budaya layar dan budaya populer secara luas mengkaji bagaimana sebuah konstruksi budaya kreolisasi, campur aduk, bias identitas dimungkinkan. Secara khusus, dalam kaitannya dengan karya sastra, maka budaya kreolisasi, campur aduk, bias identitas yang dimungkinkan tersebut muncul dalam bahasa dan makna puisi-puisi budaya layar. Penguraian dan pendeskripsian hal demikian masuk dalam penelitian kualitatif.

Data penelitian adalah kreolisasi bahasa dan makna yang terdapat di dalam puisi-puisi budaya layar. Sumber data adalah puisi-puisi dalam *Jakarta Breaking Poetry*. Setelah data diperoleh, peneliti kemudian menganalisis data dengan sudut pandang budaya layar dan budaya populer. Analisis dilakukan dengan mengurai dan mendeskripsikan data, lalu uraian dan deskripsi tersebut diabstraksikan untuk kemudian disimpulkan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Kreolisasi Bahasa dan Simbol Budaya Populer

Kecenderungan kreol yang ditampilkan dalam puisi-puisi yang diciptakan oleh komunitas *Foentry.com*. paling banyak terjadi pada bahasa dan simbol budaya populer. Mereka

membangun kreasi⁶ kreol tersebut dengan mencampur dan memainkan sesukanya. Setelah dikumpulkan, kreolisasi bahasa dan simbol budaya populer tersebut adalah sebagai berikut ini.

Kreolisasi Bahasa

ga, mak nyus, dosen killer, doski, so, aja, nih, engga, pake, nebeng, gowes, aka, pede, cuman, bingits, cakep, koq, ane, ente, bener, bro, full audio, full modif, racing, tau, SPG, unyu, genjrang-genjreng, beken, ngelamun, ngerokok, ngupil, ilfil, hape, nungguin, pemiliknye, kudu, emangnye, franchise, muter, brader, udah, ngiler, blunder, pw (posisi wuenak/nyaman), modus, bete, ngetem, narsis, so sweet cuplis, canvassing, actually, sumir, mak comblang, ngebor (inul), fulus, doku, make, minjem, ngadat, speedo, online, esde (SD), cepet, deket, yoi, bray, alay, lebay, jablay, ofisial, berasa, omaigad (oh my god), kite, esempe (SMP), semestinye, coy, gahol, loe, jijay, kamseupay, alayers, wece (WC), bete, ciyus, miapa, cemungudh, kaya, jreng, cui, shopping, dapet, culun, kelub, pekaka (PKK), porno, blogger, dating, jombloers, kopdar, cetar-cetar, gini mah, emsi (MC), ngerokok, mainin, smsan, nomer, ketangkep, kepo, double, bencong, bondage, sadomasokis, sis, lekong, lontong, mainin terong, bences, KW, eike, ekika, kencana (kencing), lambretta (lambat), perucha (perut), ber-gangnam, website, hack, "jeruk kok makan petugas", "susumu tak semurni solarku", horni, mbok ya, loudspeaker, testis, traffic, sipilis, video, upload, youtube, share, 3gp, milis, counter, customer service, email, caddy, wood, iron, putter, wedge, sport, golf, approach shot, hole in one, putting, green, birdie, triple bogey, penetrasi, twenty nine my age, vickinisasi, my fren, hashtag, hestek, streaming, redtube, babysitter, ngebantah, cem-ceman, infotainment, CCTV, ahay, aye, ngekost, charge, freelance, mess-messan, jebret.

Simbol-Simbol Populer

mak lampir, Xenia, Avanza, Blok M-Ciledug, BBM, Whatsapp, wechat, path, kakao talk, line, skype, instagram, YM, facebook, twitter, google plus, Schumacher, Raikkonen, Sebastian Vettel, Alonso, peter pan, God father, Philip Morris, Mal Matahari, Indomie, Cinta Laura, Rossi, Jorge Lorenzo, Agostini, Michael Doohan, Shah Rukh Khan, Amitabh Bachchan, Inul, chaiyya-chaiyya, superman, superboy, cowboy, FBI, Dan Brown, Davinci, Mark Zuckerberg, Silliconn Valley, polyglot, Khong Guan, pop corn, tumblr, linkedin, xing, plurk, jaiku, ICQ, MSN, Ebuddy, Gtalk, snapchat, camfrog, blogspot, wordpress, Ashley Madison, Deuce Bigalow, lounge bandara, pub, bar restoran, Shrek, Misteri Gunung Merapi, Dendam Nyi Pelet, Pernikahan Dini, Madame X, Perawan Lembah Wilis, Ferarri, Lamborghini, Scuderia, Grand Theft Auto, Yakuza, Truly Asia, Jet Li, Kamen Raider, Alphard, Nissan Juke, Daihatsu Xenia, BMW, Daihatsu Luxio, Mitsubishi Lancer, Daihatsu Gran Max, The Killers, Kuburan Band, Trio Macan, Escape from L.A., Escape from Alcatraz, Petualang Sherina, Prison Break, 9gag, miss world, master chef, skype, google maps, Burlesque, Moulin Rouge, disney, Alladin, Master Monkey, Kungfu Panda, Nazar, Justin, Ariel, Mega Kuningan, Roberto Carlos, KFC, Mc Donalds, A&W, Wendys dan Lotteria, David Beckham, Victoria Adams, Manchester United, Real Madrid, AC Milan, Paris Saint German, Los Angeles Galaxy, Zlatan Ibrahimovic, Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, FIFA Ballon d'or, UEFA Best Player in Europe, European Golden Shoes, El Pichichi.

⁶ Massa populer bukanlah massa yang (selalu) "bodoh dan lemah", tetapi sebaliknya, mereka aktif dan kreatif dengan menggunakan apa yang media global tawarkan untuk menciptakan konstruksi kultur dan identitas lokal mereka sendiri (Poecke, 2000: 128).

Dengan ruang yang terbatas, kajian ini tentu tidak berupaya membahas secara keseluruhan pembentukan bahasa kreol dan juga simbol budaya populer di atas. Beberapa hal terkait bahasa akan diambil sebagai kasus, begitupun dengan simbol budaya populer. *Pertama*, bahasa puisi komunitas *Foentry.com*. terikat konteks bunyi persajakan. Dengan kata lain, setiap kata dipertimbangkan untuk memenuhi ‘kebutuhan’ bunyi sajak. Misalnya, dalam sekelompok kata berikut.

SD	—————→	<i>esde</i>
SMP	—————→	<i>esempe</i>
WC	—————→	<i>wece</i>
PKK	—————→	<i>pekaka</i>
MC	—————→	<i>emsi</i>

Singkatan SD tidak bisa serta merta kemudian dijadikan *esde* (begitu juga dengan singkatan yang lain). Bentuk ini tidak ada dalam aturan Bahasa Indonesia, baik dalam tata cara pembentukan singkatan maupun akronim. Namun, *esde*, bukanlah akronim, tetapi tetap singkatan yang dilafalkan sesuai kebutuhan bunyi, khususnya dalam persajakan puisi. Bentuknya memang tidak sesuai aturan karena sekali lagi prinsip budaya layar pun demikian juga budaya populer adalah ‘campur aduk’ dan ‘main-main’. Hal ini yang disebut dengan kreol, bisa terjadi sesukanya. Jadi, bisa dikatakan kemudian bahwa pertimbangan pertama komunitas *Foentry.com*. dalam penggunaan bahasa pada puisi-puisinya adalah bunyi. Bunyi menentukan bahasa. Bunyi mencampurkan kata (yang tentu juga bahasa). Misalnya dapat dilihat pada kutipan puisi berikut ini.

...
 Dulu pengennya jadi Jorge Lorenzo
 Tapi sayangnya ane cuman tamatan esde
 bo
 (Foentry.com [ed.], 2015: 24).

Dalam kutipan tersebut, untuk mendapatkan bunyi persajakan yang sama, yaitu pada kata Jorg[e] Lorenz[o], dan esd[e] b[o],

diperlukan perubahan kata. Siasat komunitas *Foentry.com*. adalah dengan mengubah singkatan S[D], yang semula merupakan konsonan [D], menjadi [de] (*esde*). Oleh karena itu, perubahan tersebut dapat dikatakan sebagai konstruksi mereka dalam membangun identitas puisi (dan dirinya). Untuk mendapatkan bunyi vokal, konsonan bisa dikorbankan, atau divokalkan.

Namun, konstruksi ini juga tidak bisa dijadikan patokan/ukuran, atau tidak pernah ada bentuk bakunya. Dalam kasus yang lain, bunyi yang sebagai konteks tersebut, juga bisa ditentukan oleh konteks yang lain (multikonteks). Hal tersebut dapat dilihat dalam kelompok kata berikut ini.

kencing	—————→	<i>kencana</i>
lambat	—————→	<i>lambretta</i>
perut	—————→	<i>perucha</i>

Bahasa puisi tersebut berasal dari bahasa para waria (banci). Belum pernah ada penelitian sebelumnya mengenai mengapa: kencing menjadi *kencana*; lambat menjadi *lambretta*; dan perut menjadi *perucha*. Tetapi pola yang sama seperti sebelumnya adalah untuk kepentingan bunyi persajakan, konsonan dikorban atau divokalkan. Hal tersebut dapat dilihat pada kutipan puisi berikut.

....
 Mau kencing aja aku bilang mau kencana
 Lambat dikit aku bilang lambretta
 Sakit perut aku bilang soraya perucha
 ... (Foentry.com [ed.], 2015: 69)

Selain dalam konteks bunyi persajakan, perubahan pola bahasa tersebut hanya bisa diketahui oleh komunitas waria (banci) itu sendiri. Dengan demikian, pola pembentukan bahasa (dan kemudian pula identitasnya) dalam puisi tersebut terjadi ‘berubah-ubah’ dan ‘sesukanya’. Pola tersebut tidak harus patuh terhadap apa saja, atau siapa saja. Pola tersebut bisa tergantung pada satu konteks, ataupun lebih dari satu konteks.

Kedua, pola bunyi yang berubah-ubah, baik terhadap satu konteks ataupun lebih yang terjadi secara bersamaan itu, dibarengi juga dengan keberadaan unsur simbol budaya populer. Dalam hal ini, polanya juga sama, apabila konteksnya membicarakan dunia balap, muncullah simbol-simbolnya seperti: Schumacher, Raikkonen, Sebastian Vettel; apabila konteksnya adalah otomotif maka muncul simbol-simbol: Alphard, Nissan Juke, Daihatsu Xenia; apabila konteksnya adalah musik maka muncul simbol-simbol: Kuburan Band, Trio Macan; dan lain sebagainya.

Foentry.com. tidak berurusan dengan pola bahwa puisi 'hendaknya' mengangkat tema dan atau tokoh seperti Diponegoro, Bung Karno (dalam puisi Chairil). Tokoh-tokoh yang disebut belakangan bukanlah tokoh budaya layar, atau yang hidup dan dihidupi dalam layar. Foentry.com. lebih tertarik kepada tokoh atau simbol populer yang diproduksi terus-menerus di dalam layar. Dalam hal ini, foentry.com lebih tertarik pada tokoh-tokoh sebagai simbol produk yang dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari di dalam layar. Oleh karena itu, seperti pendapat Heryanto, budaya populer (dan demikian juga budaya layar) dalam konteks ini adalah sebagai produk. Namun, walaupun demikian, suka tidak suka, mereka berusaha untuk mandiri, independen, menemukan identitasnya sendiri dengan cara yang mereka sukai. Dalam konteks ini, budaya populer (pun demikian juga dengan budaya layar) adalah sebagai praktik. Dengan kata lain, baik sebagai produk, maupun sebagai praktik, keduanya bisa terjadi secara bersamaan, saling bertukar posisi sesuka hati, dan mengubah konteks untuk dipatuhi sekaligus pada saat yang sama diingkari. Hal tersebut yang menjadi alasan kuat terbentuknya kreolisasi.

4.2 Kreolisasi Makna: Produk dan Praktik

Sudah disinggung sebelumnya, bahwa dalam kreolisasi: produk dan praktik dapat bertukar posisi, masing-masing bisa saling menggantikan sesuai konteks. Sementara, konteks

sendiri bisa dipatuhi, pun dalam waktu yang sama bisa diingkari. Oleh karena itu, gambaran makna kreolisasi juga tidak jauh dari persoalan itu. Hal demikian dapat dilihat dalam kutipan puisi berikut ini.

Mimpi Sang Schumacher

...
Niatnya pengen jadi Schumacher
Tapi nyetir masih gak bener
Niatnya pengen jadi Raikkonen
Tapi belok aja gak pake lampu sein
... (Foentry.com [ed.], 2015: 10)

Kutipan tersebut memberi gambaran bahwa budaya layar meskipun dikonsumsi secara massal, tetap tidak terjangkau dalam kenyataan. Simbol budaya layar tetap menjadi simbol budaya layar, dan hanya menjadi 'mimpi' dari diri konsumen. Dengan kata lain, konsumen hanya bisa mengonsumsinya dalam imaji mereka masing-masing sebagai 'kenikmatan' Seperti gambaran Benedict Anderson, konsumen hanya bisa membayangkan atau berandai-andai. Contoh tersebut adalah budaya populer sebagai produk. Sementara itu, budaya populer sebagai praktik dapat dilihat salah satunya dalam kutipan berikut ini.

Manuskrip Perawan di Tanah Harapan

...
Ini cerita tentang sebuah keperawanan
Tapi bukan cerita porno stensilan
Cerita sebuah wacana tes keperawanan
bagi siswi lokal oleh Dinas Pendidikan
Tentu saja hal ini langsung bikin geger
dan menghebohkan
...
Kalau tes perawan ini jadi diberlakukan
Mungkin sudah ga perawan ga bisa
sekolah lagi,
lalu mereka mesti dikemanakan
Kalau menganggur apa mereka ga
malah berpikir
lebih baik jadi wanita penghibur sekalian
Apa maunya sang penggagas wacana
tes tersebut,

Memang sengaja untuk mengarahkan
... (Foentry.com [ed.], 2015: 54-55)

Kutipan puisi tersebut termasuk dalam budaya populer sebagai praktik karena beberapa hal: 1) tidak terkait dengan industri, produk, produsen, atau simbol yang mengarah pada produk yang dimaksud; 2) berupa gerakan independen untuk menyuarkan sudut pandang, atau kritik terhadap norma atau sistem yang dominan. *Tes keperawanan* adalah norma; *Dinas Pendidikan* adalah kekuasaan (sistem) yang dominan; dan mempertanyakan aturan tes keperawanan adalah praktik independen dalam bentuk kritik.

Namun, dalam beberapa hal, baik budaya layar sebagai produk maupun praktik tidak selamanya utuh sebagai produk atau praktik begitu saja. Dalam budaya layar sebagai produk sangat mungkin disisipkan independensi dari gerakan praktik sebuah kritik. Sebaliknya, dalam budaya layar sebagai praktik juga memungkinkan membawa produk budaya populer tertentu. Masing-masing tidak bisa didefinisikan dengan ketat dan baku, tetapi sebagai identitas yang cair, mudah berubah, tergantung konteks dan juga ingkar terhadap konteks. Hal tersebut misalnya dapat dilihat dalam kutipan puisi berikut ini.

Metro-seksualisme Kaum Klasik Kapitalis

....
Mungkin mereka memang butuh
keberadaan
seorang laki-laki sejati
Lelaki yang mampu memuaskan hasrat
seksual mereka
sekali-gus juga seorang pria yang bisa
mengayomi
yang tak bisa mereka dapatkan dari
pasangan resmi
Meski ini sebuah ironi
Tapi aku senang bisa membantu para
wanita kesepian ini
....

Ada yang pendiam ada juga yang
ceriwis

Ada yang tampannya kaya Shrek ada
juga yang manis

Ada yang wangi bidadari ada yang
wangi ikan kembung bumbu tumis

... (Foentry.com [ed.], 2015: 64-65)

Seperti dapat dilihat dalam kutipan puisi tersebut, ada kesadaran pengarang bahwa dalam dunia kapitalis, penyimpangan-penyimpangan perilaku termasuk perilaku seksual adalah hal yang lumrah selama masih dalam kontrol materi (uang). Sebagai pemuas nafsu birahi perempuan yang bisa membayarnya, seorang gigolo tentu tidak lain adalah pemuas nafsu belaka. Namun, yang independen di sini adalah gigolo tidak hanya memberikan kepuasan nafsu, tetapi memberi 'pengayoman'. Dengan cara serupa itu, maka budaya layar dalam konteks ini adalah sebagai praktik.

Adapun, dalam kaitannya dengan budaya layar sebagai produk dapat dilihat dengan memunculkan tokoh kartun Shrek (produk Disney) untuk menggambarkan wajah (ataupun bentuk tubuh). Artinya, budaya layar sebagai praktik tidak benar-benar disajikan dalam bentuknya yang independen dan kaku, tetapi bisa juga dalam waktu yang bersamaan memunculkan simbol produk industri tertentu 'sesukanya'. Budaya praktik tidak selalu seluruhnya praktik, independen, tanpa produk. Sebaliknya, budaya produk tidak selalu seluruhnya produk, tanpa praktik. Keduanya mengalami kreolisasi; bercampur aduk; bertukar tempat 'sesukanya'; kaidahnya adalah 'main-main', bisa patuh kepada simbol produk populer dan bisa juga ingkar terhadapnya. Oleh karena itu, makna dalam kreolisasi bukanlah makna statis, tetapi dinamis. Maknanya tidak bisa dibakukan, hanya bisa dilihat dalam konteks. Namun, konteks itu sendiri juga tidak statis, melainkan dinamis, bisa berubah-ubah 'sesukanya'.

5. Simpulan

Kreolisasi puisi budaya layar dalam komunitas Foentry.com. menunjukkan kecenderungan beberapa hal berikut. *Pertama*, bahasa dan makna dikonstruksi secara dinamis, sewaktu-waktu konstruksi itu bisa 'dihancurkan' begitu saja. *Kedua*, bahasa dan makna dikonstruksi dengan cara 'sesukanya', artinya: tidak ada aturan baku, yang baku justru adalah yang 'main-main' itu. *Ketiga*, konteks menentukan konstruksi bahasa dan makna, tetapi konteks itu tidak terpusat, melainkan terpecah ke berbagai penjuru. Dalam keterpecahan itu, konteks yang satu tidak harus berhubungan dengan konteks yang lain secara integral. Mereka (konteks-konteks itu) relatif mandiri. *Keempat*, konteks yang lebih luas (global) mendapatkan maknanya pada konteks yang lebih sempit (lokal), sesuai kebutuhan. *Kelima*, bahasa dan makna dalam satu konteks, atau banyak konteks terikat oleh bunyi. Satu-satunya yang dipatuhi di sini hanyalah bunyi (persajakan). Bahasa, makna, dan konteks yang menaunginya boleh tidak patuh, tetapi bunyi sangat mengikat.

6. Daftar Pustaka

- Anderson, Benedict. 2002. *Imagined Communities Komunitas-komunitas Terbayang* (diterjemahkan oleh Omi Intan Naomi). Yogyakarta: Insist dan Pustaka Pelajar.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media* (diterjemahkan dari judul asli *Understanding Media Semiotics* oleh A. Gunawan Admiranto). Yogyakarta: Jalasutra.
- Foentry.com (ed.). 2015. *Jakarta Breaking Poetry*. Jakarta: Gramedia Printing Group.
- Hall, Stuart. 2005. "Introduction to Media Studies at the Centre". Stuart Hall, et.als. (ed.). *Culture, Media, Language*. New York: Routledge in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies University of Birmingham.
- _____. 2005. "Recent Developments in Theories of Language and Ideology: a Critical Note". Stuart Hall, et.als. (ed.). *Culture, Media, Language*. New York: Routledge in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies University of Birmingham.
- Heck, Marina Amargo. 2005. "The Ideological Dimension of Media Messages". Stuart Hall, et.als. (ed.). *Culture, Media, Language*. New York: Routledge in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies University of Birmingham.
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia* (diterjemahkan dari judul asli *Identity and Pleasure: The Politics of Indonesian Screen Culture* oleh Eric Sasono). Jakarta: Gramedia.
- Hermes, Jokes. 2005. *Re-Reading Popular Culture*. United State of America: Blackwell Publishing.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Media Scape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Poecke, Luc Van. 2000. "Media Culture and Identity Construction: The Shift from Modernity to Postmodernity". Bart Pattyn (ed.). *Media Ethics: Opening Social Dialogue*. Belgium: Peeters.
- Strinati, Dominic. 2010. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (diterjemahkan dari *Popular Culture: An Introduction to Theories of Popular Culture* oleh Abdul Muchid). Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Wandel, Tamara & Anthony Beavers. 2010. "Playing Around with Identity". D.E. Wittkower (ed.). *Facebook and Philosophy: What's on Your Mind?*. United States of America: Carus Publishing Company.