

# ***Mooi Indie* dalam Video Klip Pop Sunda**

Lingga Agung<sup>1\*</sup>, Wibisono Tegar Guna Putra<sup>2</sup>,  
Moh. Isa Pramana Koesoemadinata<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of Visual Communication Design, Faculty of Creative Industries, Telkom University,  
Bandung, Indonesia\*

<sup>23</sup>Department of Visual Communication Design, Faculty of Creative Industries, Telkom University  
Bandung, Indonesia\*

## **Abstract**

Visualization of the natural landscape in the Sundanese pop music video seems to be has its own aesthetic values. This visualization does not appear suddenly, because the sophistication and sublimation of aesthetics are formed through various of complex cultural relationships. Thus, the visualization in it can be used as an alternative to see our latest culture. This is a qualitative research with postcolonial theory from Homi K. Bhabha. Researchers observed more than 50 music video on YouTube and then chose 10 music video. Finally, researcher chooses 4 music video that are considered to have the most dominant visualization of natural landscape. To interpret the visualization of *mooi indie*, researcher uses the postcolonial theory of Homi K. Bhabha. As a result, the mimicry in Sundanese pop music can be seen in the dimensions of musicality and visualization they often using traditional idioms of Sundanese music and Western pop music. This mimicry turns into hybridity which can be seen from the many double articulations in it. This hybridity then forms the 'third space'. Through the analysis that the researcher did, the natural landscape in the Sundanese pop music video that we analyzed became something separate from its own aesthetic and cultural awareness because in the end it only became a kind of imitation of the beauty of nature from the point of view of colonial heritage.

## **Keywords**

pop sunda, *mooi indie*, music video

## **Lingga Agung**

Email  
[linggaagung@telkomuniversity.  
ac.id](mailto:linggaagung@telkomuniversity.ac.id)

Address  
Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan  
Buahbatu - Bojongsoang, Sukap-  
ura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten  
Bandung, Jawa Barat 40257.

# ***Mooi Indie* dalam Video Klip Pop Sunda**

Lingga Agung, Wibisono Tegar Guna Putra, Moh. Isa Pramana Koesoemadinata

## **PENDAHULUAN**

*Mooi indie* sering diterjemahkan ‘Hinda-Jelita’ atau ‘Hindia Cantik’ yang merujuk pada indahnya alam Nusantara. Gaya lukis ini mulai berkembang sekitar abad ke-19 dan sesuai dengan namanya *mooi indie* umumnya melukiskan indahnya pemandangan alam Nusantara dalam kanvas lukis melalui pegunungan, pepohonan, lembah, ngarai, air terjun, danau, sungai, pesawahan, pedesaan, pantai, dan lainnya.

Indahnya lukisan-lukisan *mooi indie* bukan tanpa cela, Sudjojono mengkritiknya habis-habisan. Baginya, *mooi indie* yang serba indah itu telah membuat masyarakat terlena dan melupakan ‘penjajahan’. Ia bahkan menganggap bahwa *mooi indie* tidak lebih dari sebuah upaya untuk menghibur orang-orang asing saja.

Anggapan Sudjojono di atas tidak keliru karena pada kenyataannya, keindahan alam Nusantara dalam kanvas *mooi indie* dijadikan sebagai media promosi untuk mendatangkan wisatawan asing. Selain itu, *mooi indie* menjadi semacam wacana yang secara subtil mendikotomi identitas antara penjajah dan yang dijajah: yang beradab dengan yang primitif, yang modern dengan yang kuno, yang berhak menguasai dengan yang berhak dikuasai.

Jauh setelah pemerintah kolonial Belanda angkat kaki dari bumi Nusantara, gaya lukis *mooi indie* seakan-akan diwariskan menjadi semacam kesadaran estetis—khususnya—masyarakat di wilayah Priangan (Jawa Barat). Priangan sering dijadikan objek lukisan *mooi indie* karena keindahan alamnya yang begitu memesona—bahkan, menurut de Wilde dalam Setiawan (2019) adalah wilayah paling indah dan paling subur di tanah Jawa.

Selain dalam bentuk lukisan *mooi indie*, dikemudian hari indahnya alam Priangan menjadi inspirasi para musisi pop sunda. Mereka banyak membuat lagu tentang indahnya alam Priangan, atau kisah cinta yang tumbuh dan layu dengan indahnya alam sebagai saksinya. Keindahan alam ini tidak hanya digubah ke dalam bentuk syair melainkan menjadi visualisasi yang melekat di dalam nyaris semua video klip pop sunda—walaupun syairnya bukan tentang keindahan alam.

Inilah yang menarik perhatian peneliti. Visualisasi pemandangan alam dalam video klip pop sunda seakan-akan menjadi pakem estetikanya tersendiri. Visualisasi ini tentu tidak muncul secara tiba-tiba. Karena pada dasarnya, sofistikasi dan sublimasi estetik terbentuk dari relasi antara pengetahuan dan kekuasaan yang menjadi visualisasi tersebut di atas.

Oleh karena itu, melalui penelitian terhadap visualisasi *mooi indie* pemandangan alam di dalam video klip pop sunda ini kita dapat melihat bagaimana perkembangan kultural masyarakat Sunda itu sendiri. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan signifikansi tersendiri terhadap kajian tentang pop sunda khususnya video klip pop sunda yang hingga sejauh ini belum ada yang meneliti.

Adapun penelitian serupa tentang video klip lagu pop daerah dilakukan oleh Putri Yuliaswir dan Assyari Abdullah pada tahun 2019 dengan judul Representasi Budaya Jawa Dalam Video Klip Tersimpan Di Hati (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). Sedangkan penelitain terkait *mooi indie* dilakukan oleh Rosalia Fergie Stephanie pada tahun 2014 dengan judul Representasi *Mooi Indie* (Hindia Molek) dalam Iklan Pariwisata Indonesia: Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC) Versi *Feeling Is Believing*, serta penelitiannya Yesaya Sandang & Rindo Bagus Sanjaya pada tahun 2015 tentang Pariwisata Indonesia dalam Citra *Mooi Indie*: Dahulu dan Sekarang.

Dari tiga penelitian di atas, penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki signifikansi tersendiri yakni penelaahan terhadap visualisasi *mooi indie* dalam video klip pop sunda. Tidak adanya penelitian terhadap video klip pop sunda, peneliti duga ada hubungannya dengan anggapan bahwa pop sunda merupakan produk budaya pop yang tidak terlalu penting untuk diteliti secara serius—sebuah produk budaya populer lokal yang dianggap ‘norak’. Padahal, penelitian terkait hal tersebut dapat memberikan perspektif lain sebagai ikhtiar bersama untuk lebih memahami dinamika kebudayaan masyarakat, khususnya masyarakat Sunda hari ini.

## METODE PENELITIAN

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data-data yang bersifat kualitatif. Data-data dalam penelitian kualitatif menurut Creswell (2015) dapat berupa studi kasus, pengalaman personal, introspektif, sejarah hidup, wawancara, observasi, sejarah, interaksi, dan teks visual. Dalam penelitian ini, data utamanya adalah video klip-video klip pop sunda yang peneliti observasi. Peneliti melakukan observasi terhadap 50 lebih video klip pop sunda di YouTube. Dari 50 video klip tersebut peneliti memilih 10 video klip dengan pertimbangan validitas sumber YouTube, popularitasnya, jumlah *views*, dan *likes*.

Kemudian, 10 video klip yang telah dipilih peneliti observasi kembali, peneliti kemudian memilih 4 video klip yang dianggap memiliki visualisasi pemandangan alam paling dominan, yakni: (1) Nining Media dan Adang C-Kalangkang (1988) diunggah 16 Mei 2007, per 10 September 2021 ditonton oleh 7,703,989 orang; (2) Doel Sumbang-Bulan Batu Hiu (1998), diunggah 7 November 2015, per 10 September 2021 ditonton oleh 417,540 orang; (3) Darso-Duriat (2007) diunggah 2 April 2016, per 10 September 2021 ditonton oleh 1,399,982 orang, dan (4) Fanny Sabila dan Maliq Ibrahim-Karang Hawu (2018) diunggah November 2018, per 10 September 2021 ditonton oleh 8,207,327 orang.

Dari 4 video klip di atas, peneliti kemudian memilih *scene* yang berlatar alam paling dominan. *Scene-scene* tersebut peneliti deskripsikan kemudian diinterpretasikan. Untuk dapat menginterpretasikan visualisasi *mooi indie* dalam 4 video klip di atas, peneliti menggunakan teori poskolonial dari Homi K. Bhabha. Teori ini peneliti gunakan karena relevansinya dengan penelitian peneliti tentang “ruang ketiga” yang terbentuk dari mimikri dan hibriditas atau dengan kata lain dari negosiasi antara penjajah dengan yang terjajah.

## HASIL PENELITIAN

Alam bagi masyarakat Sunda mempunyai posisi yang sangat penting. Selain sumber kehidupan, alam menjadi identitas budaya yang—menjadi—melekat bagi masyarakat Sunda. Melekatnya alam sebagai identitas budaya secara historis dapat ditelusuri hingga masa kolonial pada abad ke-19 sampai awal abad 20. Menurut Lombard (2018), orang Sunda tidak mau dianggap sebagai orang Jawa, mereka bangga akan kesundaannya. Hal ini kemudian membuat wacana estetika Sunda memiliki bentuk yang berbeda dengan orang Jawa lainnya.

Alam kemudian menjadi salah satu wujud dari estetika Sunda dan kemunculannya peneliti duga dipatik oleh lukisan *mooi indie*. Artinya, keindahan alam Sunda dikomodifikasi melalui lukisan *mooi indie* yang kemudian dikukuhkan menjadi estetika masyarakat Sunda. Estetika tersebut kemudian menyelipkan ke dalam bentuk-bentuk seni-budaya Sunda lainnya, salah satunya ke dalam video klip pop Sunda.

Menyelipkannya *mooi indie* ke dalam video klip pop Sunda tidak terjadi begitu saja. Dalam teori postkolonial Bhabha, pop sunda sendiri sudah merupakan mimikri yang kemudian menjadi hibriditas. Menurut Bhabha (2004), mimikri adalah sebuah subjek yang berbeda tapi nyaris sama—tapi tidak juga. Sedangkan hibriditas adalah pembalikan strategis proses dominasi melalui pembangkangan yaitu, produksi identitas diskriminatif yang mengamankan identitas original dan ‘murni’. Mimikri dalam pop sunda dapat dilihat dalam dimensi musikalitas dan visualisasi-nya yang memiliki idiom-idiom tradisi musik sunda dan musik pop Barat. Pop sunda oleh karenanya menjadi tanda artikulasi ganda yang kompleks. Pop sunda menjadi bentuk yang *hibrid*.

Hibriditas selalu dianggap sebagai ancaman bagi status quo karena dapat meruntuhkan batasan-batasan tertentu, misalnya Barat dan Timur. Sebuah ‘Ruang Ketiga’ pun terbentuk yang mana di dalam pop sunda dapat didengar melalui musikalitasnya dan dilihat dari video klipnya. Nyaris semua musik dan video klip pop sunda yang peneliti lihat memiliki ‘ruang ketiga’ yang terbentuk dari mimikri antara berbagai kebudayaan yang lantas menjadi hibriditas. Lebih jelasnya, peneliti melakukan observasi terhadap 50 lebih video klip pop sunda di YouTube. Dari 50 video klip tersebut peneliti memilih 10 video klip dengan pertimbangan validitas sumber kanal YouTube-nya, popularitasnya, jumlah *views*, dan *likes*.

**Table 1.** Daftar Video Klip Pop Sunda

No	Artis	Judul Lagu	Viewers Count	Tahun	Pemandangan Alam
1	Rita Tila	Kedah Kumaha	1. 375.601	2019	Tidak Dominan
2	Hendi Restu	Pegat		2011	Tidak Dominan
3	Nining Media dan Adang C	Kalangkang	7,703,989	1988	Sangat Dominan
4	Doel Sumbang	Bulan Batu Hiu	417,540	1998	Sangat Dominan
5	Darso	Duriat	1,399,982	2017	Sangat Dominan
6	Fanny Sabila dan Maliq Ibrahim	Karang Hawu	8,207,327	2018	Sangat Dominan
7	Nia Daniaty	Leungiteun	85,673	2015	Tidak Dominan
8	Abiel Jatnika	Teu Sangka	5,194,806	2019	Tidak Dominan
9	Endang S. Taurina	Ngaronda	11,306	2020	Tidak Dominan
10	Kunkun	Hayang Kawin	5,127,409	2009	Tidak Dominan

**Sources:** Diolah dari YouTube, 2022

Kemudian, dari 10 video klip yang telah dipilih di atas, peneliti melakukan observasi kembali dan akhirnya memilih 4 video klip yang dianggap memiliki visualisasi pemandangan alam paling dominan, yakni: (1) Nining Media dan Adang C-Kalangkang (1988) diunggah 2007 (2) Doel Sumbang-Bulan Batu Hiu (1998) diunggah 2015 (3) Darso- Duriat (2007) diunggah 2016, dan (4) Fanny Sabila dan Maliq Ibrahim-Karang Hawu (2018). Dari 4 video klip tersebut, peneliti kemudian memilih *scene* yang berlatar alam kemudian *scene-scene* tersebut dideskripsikan dan diinterpretasikan.

**Gambar 1.** Video Klip Nining Meida dan Adang C- Kalangkang



**Gambar 2.** Video Klip Doel Sumbang-Bulan Batu Hiu



Gambar 1, video klip Nining Media dan Adang C-Kalangkang yang secara dominan memperlihatkan sungai dengan pepohonan di samping kanan-kirinya, taman, dan lautan (pantai). Sedangkan Gambar 2 Doel Sumbang-Bulan Batu Hiu dari awal video klipnya secara konsisten memvisualisasikan pantai dengan waktu yang beralih dari siang ke senja di pantai, langit dengan yang dominan dengan warna-warna pastel, dan semacam bukit dengan rerumputan hijau yang asri, ada juga siluet pesulung dengan latar pantai.



Gambar 3. T. Darso-Duriat



Gambar 4. Fanny Sabila & Maliq Ibrahim-Karang Hawu

Gambar 3, Darso-Duriat, menampilkan pemandangan alam yang tidak terlalu dominan karena hanya berupa taman yang asri dan menampilkan saung tempat Darso melantunkan lagunya. Sedangkan Gambar 4, Fanny Sabila dan Maliq Ibrahim-Karang Hawu secara konsisten menampilkan panorama alam di Karang Hawu, pantai dengan senja yang indah, bebatuan, dan visualisasi di sekitar Karang Hawu.

Visualisasi *mooi indie* dalam video klip pop sunda yang telah peneliti analisis terbentuk melalui mimikri dan hibriditas sehingga terciptalah ruang ketiga, ruang ketiga ini dapat dilihat dari bagaimana keindahan alam menjadi semacam ‘pakem estetika’ dalam video klip pop sunda. Mimikri dalam video klip Nining Meida dan Darso dapat dilihat dari bagaimana taman dihadirkan sebagai tiruan atas pemandangan alam. Berbeda dengan video klip Doel Sumbang dan Fanny Sabila yang mengambil latar pemandangan alam yang ‘nyata’. Namun kemudian, pemandangan alam yang dihadirkan diambil bentuk yang paling indahnya, seperti senja dan dramatisasi atas pemandangan yang indah—menjadi bentuk mimikri pula.

Dari 4 video klip yang peneliti analisis, masing-masing menampilkan visualisasi pemandangan alam sebagai latar cukup dominan dan memang menjadi selaras dengan musiknya, namun tidak dengan syairnya. Visualisasi pemandangan alam dalam 4 video klip di atas berhubungan dengan konsep estetika dalam masyarakat Sunda yang dikonstruksi pada masa kolonial. Kemudian pemandangan alam yang ada di 4 video klip di atas hanya menjadi latar saja dan tidak memiliki signifikansi yang lainnya. Konstruksi latar ini tidak serta merta terjadi begitu saja, karena secara substansial dikonstruksi pada masa kolonial melalui wacana keindahan alam dalam *mooi indie*.

## KESIMPULAN

Keempat video klip pop sunda yang telah peneliti analisis masing-masing diambil dari waktu yang cukup berbeda. Darinya dapat dilihat perubahan yang cukup signifikan. Video klip Nining Media, Doel Sumbang, dan Darso memperlihatkan visualisasi pemandangan alam dalam nuansa yang alami, yang hijau permai—kecuali Doel Sumbang yang berlatar di pantai Pangandaran. Sedangkan Nining Media dan Darso memperlihatkan alam yang hijau ini melalui padang rumput, tebing bebatuan, hutan, taman,

Video klip Fanny Sabila sebetulnya secara substansi sama saja akan tetapi video klipnya terlihat lebih dinamis dengan daripada 3 video klip terdahulu yang secara teknis memperlihatkan alam dengan penggunaan *type of shot* yang repetitif dan terbatas, Video klip Fanny Sabila memperlihatkan alam dalam visualisasi yang secara teknis menggunakan *type of shot* yang *variative* sehingga menimbulkan kesan yang dinamis.

Akan tetapi dari keempat video klip pop sunda yang peneliti analisis, keempatnya hanya memvisualisasikan pemandangan alam hanya sebagai latarnya. Menggunakannya hanya sebagai kosmetik belaka untuk meromantisasi syair dan musiknya saja—walaupun tidak terlalu berkaitan. Hanya dua video klip yang syairnya relevan dengan visualisasi yang ditampilkannya, Doel Sumbang dan Fanny Sabila. Sisanya tidak relevan.

Hal inilah yang membuat dugaan peneliti semakin kuat, bahwa keempat video klip pop sunda di atas memvisualisasikan semacam bentuk *mooi indie*. Video klip pop sunda pada akhirnya hanya menjadi semacam peniruan atau mimikri atas indahnya alam dari sudut pandang orang Asing. Mimikri ini dapat dilihat dari bagaimana pemandangan alam dihadirkan di dalamnya.

Adanya mimikri tersebut kemudian membuat video klip pop sunda menjadi semacam hibriditas karena mencoba untuk memperlihatkan keindahan alam sebagai bentuk estetika tersendiri. Di sinilah kemudian 'Ruang Ketiga' terbentuk. Sayangnya, sama halnya seperti *mooi indie*, pemandangan alam di dalam video klip pop sunda yang kami analisis menjadi sesuatu yang terpisah dari kesadaran estetis dan budayanya sendiri karena pada akhirnya hanya menjadi semacam peniruan atas indahnya alam dari sudut pandang warisan kolonial saja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Bhabha, H. K. 2004. The location of culture (6th Edition). London: Routledge.
- [2]. Lombard, D. 2018. Nusa Jawa Silang Budaya 1: Batas-Batas Pembaratan. Gramedia Pustaka Utama.
- [3]. Sandang, S., & Sanjaya, R., B. 2015. Pariwisata Indonesia dalam Citra Mooi Indie: Dahulu dan Sekarang. Kritis, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin, Vol. Xxiv No. 2, 2015: xxx.
- [4]. Setiawan, H. 2019. Sunda abad ke-19: Tafsir Atas Ilustrasi-Illustrasi Junghuhn. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- [5]. Stephanie, R. F. 2014. Representasi Mooi Indie (Hindia Molek) Dalam Iklan Pariwisata Indonesia (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC) Versi Feeling Is Believing). Jurnal Ilmu Komunikasi, hal 1-13.
- [6]. Yuliaswir, P., & Abdullah, A. 2019. Representasi Budaya Jawa Dalam Video Klip Tersimpan Di Hati (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK). Vol 1, No 5 (2019), hal 336-345.

#### SUMBER YOUTUBE

- [1]. Fannysabila official. 2018. Karang Hawu-Fanny Sabila dan Maliq Ibrahim [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2L6pQkC2Uvo>.
- [2]. Gp Musikpedia. 2007. Duriat-Darso [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=12vWEqYcPAM>.
- [3]. GP Musikpedia. 2015. Bulan Batu Hiu-Doel Sumbang [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=90HF1znkzUw>.
- [4]. Sangkuriang99. 2007. Kalangkang-Nining Meida dan Adang C [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sf763BpNOHc>.