

# Persepsi Gen-Z terhadap Stigma Musik Klasik sebagai Selera Kalangan Atas di Era Digital: Studi Anggota Paduan Suara Mahasiswa Universitas Gadjah Mada (PSM UGM)

Tobias Toga Prokhorus Nikanor Sinurat

Universitas Gadjah Mada

tobiassinurat17@mail.ugm.ac.id

Submitted: 22 February 2024; Revised: 14 March 2024; Accepted: 21 May 2024

## ABSTRACT

This article explores the perception of Generation Z students towards classical music in the digital era. The era in which various streaming platforms have made accessing a wide range of music genres easier. Despite the easier access, classical music is still identified as a highbrow taste. Bourdieu's theory of habitus and cultural capital has been challenged by Peterson's theory of cultural omnivorousness, which suggests that individuals now tend to have more diverse and eclectic tastes, enjoying a range of cultural genres from both highbrow and lowbrow across the traditional hierarchical social class boundaries. However, this research indicates that Bourdieu's theory on the cultural capital and upper-class habitus as elements shaping the taste for classical music remains highly relevant. By employing a phenomenological approach, the research focuses on the subjective experiences of UGM Student Choir members to understand their views on classical music as a taste of the upper class. This research finds that despite the growing access to digital music streaming, the perception of classical music as the taste of the highbrow class persists, especially because enjoying, appreciating, and understanding classical music still requires the knowledge attached to the habitus of the highbrow class.

**KEYWORDS** Cultural Taste | Democratization | Habitus | Classical Music | *Highbrow*

## PENDAHULUAN

Musik sebagai produk budaya dibentuk oleh nilai, keyakinan, dan tradisi masyarakat di mana musik itu diciptakan. Oleh karena itu, meskipun musik itu sendiri bersifat universal, interpretasi dan signifikansi musik bisa saja berbeda tergantung konteks budaya di mana musik itu diproduksi dan dikonsumsi (Titon J. T. Locke D. McAllester D. P. & Reck D. B. B 2009).

Perkembangan musik dari masa ke masa juga turut menciptakan berbagai *genre* dan *sub-genre* musik yang ada. Pernyataan tersebut

tentu menghadirkan pertanyaan baru, apakah *genre* musik itu langsung ditetapkan pada satu kelas atau adanya proses sehingga *genre* tersebut bisa mencapai kelas tertentu. Muncul berbagai *sub-genre* musik yang merupakan variasi dari *genre* utama yang ada. Misalnya, dari *genre* musik rock, muncul *sub-genre* seperti hard rock, *heavy metal*, dan *grunge*. Kemudian, dari *genre* musik pop, muncul *sub-genre* seperti hip hop, electronic dance music (EDM), dan R&B. Pada *genre* musik klasik, terjadi evolusi dalam *sub-genre* nya pula seperti

barok, klasik, romantis, hingga kontemporer. Secara kontras, evolusi pembentukan *genre* musik bisa ditekankan menjadi sebuah sistem klasifikasi sosial di masyarakat (DiMaggio 1987). Masyarakat yang memiliki akses lebih luas ke pendidikan tinggi meningkatkan sejauh mana mereka dapat dilatih dalam sistem klasifikasi *genre* artistik dan memudahkan mereka untuk beradaptasi dan mengadopsi *genre* artistik baru (Bourdieu 1984). Oleh karena itu, tidak jarang jika masih banyak perdebatan terkait apakah *genre* musik klasik masih menjadi musik kalangan atas atau *highbrow* atau tidak.

Musik klasik menjadi dikaitkan dengan selera *highbrow* dan status sosial melalui proses legitimasi budaya, di mana kelompok-kelompok dominan dalam masyarakat memberikan nilai pada beberapa praktik budaya tertentu dan menganggapnya layak untuk dijaga dan dihargai. Pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19, para aristokrat dan elit kaya Eropa menjadi patron musik klasik, yang sering dipentaskan di tempat pribadi mereka. Hal ini membantu memperkuat musik klasik sebagai simbol kekayaan dan kemewahan. Institusi seperti konservatorium musik sering dikontrol oleh kalangan kelas atas, yang menggunakannya untuk mempromosikan preferensi budaya mereka sendiri dan mengesampingkan yang dianggap tidak layak atau rendah (Bull 2019). Menurut Bourdieu bahwasannya kemampuan untuk mengapresiasi dan memahami musik klasik membutuhkan modal budaya. Mereka yang memiliki modal budaya lebih cenderung telah terpapar musik klasik sejak usia muda, menerima pelatihan musik formal, dan memiliki sumber daya untuk menghadiri pertunjukan seni musik klasik (Bourdieu 1984). Preferensi dan modal budaya sejatinya berkesinambungan, bagi orang tua kelas atas yang memiliki modal budaya atau status ekonomi atas akan menurunkan preferensi budaya musik klasik mereka kepada anaknya.

Dalam dua dekade terakhir, digitalisasi telah memungkinkan transisi yang luar biasa

dalam ekologi media musik. Dewasa ini, mengunduh atau *streaming* musik melalui digital di komputer pribadi hingga di gawai pintar adalah metode utama konsumsi musik di abad ke-21. Saat ini musik didistribusikan melalui jaringan, dimana penggemar musik dapat mengakses hampir semua musik secara instan aplikasi musik seperti Spotify atau Apple Music.

Dengan kemajuan teknologi ini, seharusnya musik klasik lebih bisa diakses oleh siapapun dibanding di masa sebelumnya, dimana musik klasik hanya dapat di akses oleh kelas atas (*highbrow*). Musik klasik semakin banyak diintegrasikan ke dalam budaya populer melalui film, televisi, dan iklan, sehingga membuatnya lebih akrab dan dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas. Namun, pada praktiknya, stigma pada musik klasik adalah milik kalangan atas menjadi tantangan sesungguhnya untuk musik klasik dapat diterima di masyarakat era digital ini. Asosiasi historis musik klasik dengan elit budaya, kompleksitas, nilai intelektual, hingga nilai estetika yang dipercayai telah membuatnya diklasifikasikan sebagai budaya kelas atas, dan klasifikasi ini telah menyebabkan eksklusi terhadap orang-orang yang mungkin tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap musik klasik (Johnson 2002).

Pengenalan musik klasik melibatkan pengaruh lingkungan, pendidikan musik, pengalaman pribadi, dan interaksi dengan konsep habitus, dimana faktor yang membentuk habitus adalah internalisasi dan pendidikan (Bourdieu 1984). Menurut Bourdieu, arena adalah ruang sosial di mana individu berinteraksi, belajar, dan membentuk habitus mereka. Dalam hal ini, arena musik klasik mencakup keluarga, teman, dan komunitas musik yang memiliki minat dan pengetahuan tentang musik klasik. Melalui interaksi di arena ini, anak muda tidak hanya mengenal musik klasik, tetapi juga terlibat dalam proses sosialisasi yang mempengaruhi habitus mereka

terhadap musik. Mereka belajar norma, nilai, dan etika yang dijunjung tinggi pada musik klasik, serta mengembangkan keterampilan dan apresiasi yang diperlukan untuk memahami dan menikmati *genre* musik klasik ini.

Setiap perkembangan zaman dan juga teknologi kerap akan melahirkan generasi yang baru, seperti generasi X, generasi Milenial, hingga sekarang generasi Z. Generasi Z kelompok generasi yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Perubahan atau transisi setiap generasi sering kali tidak terlepas dari peran pemuda di masanya masing-masing. Perspektif generasi muncul sebagai kritik terhadap dominasi perspektif transisi pemuda yang dipengaruhi oleh sebuah perkembangan, sehingga transisi generasi tidak semata-mata berubah secara linear (Sutopo 2022). Perspektif budaya anak muda, dalam perjalanannya, selalu dibentuk pengamatan terhadap bagaimana mereka mengalami dan menciptakan berbagai *habit* dan produk budaya. Oleh karena itu, Generasi Z dikenal dengan sebutan *digital native* karena sebagian besar hidup mereka di era digital, di mana teknologi dan internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Schroth 2019).

Generasi Z atau anak muda dewasa ini rata-rata menghabiskan 4 jam per hari mendengarkan musik (GEMTRACKS 2023) Pada sebuah penelitian, ditemukan bahwa individu yang berusia 12-19 tahun memiliki kecenderungan mendengarkan musik yang bernuansa intens seperti EDM dan musik pop, diusia ini pun anak muda menyukai untuk menelusuri lebih luas *genre* musik lainnya, individu yang berusia 20-39, cenderung menyukai musik kontemporer dan juga bernuansa melankolis, sedangkan individu yang berusia 40-65 tahun menyukai musik yang kompleks seperti musik klasik hingga musik rohani (Bonnevillie-Roussy dkk. 2013). Anak muda secara umum identik dipandang sebagai fase pembentukan pembentukan

selera musik (Delsing dkk. 2008). Pada saat ini kecenderungan selera musik anak muda atau Gen-Z adalah musik pop, hip-hop, EDM (Electronic Dance Music), dan R&B. Namun peminat musik klasik di kalangan anak muda, masih sulit untuk ditemukan, musik klasik sering kali hanya digunakan sebagai musik meditasi atau fokus, bahkan tidak jarang bagi anak muda yang tidak mengetahui musik klasik akan menganggapnya membosankan. Alasan lain yang membuat generasi Z menghindari musik klasik adalah adanya paksaan dari orang tua untuk belajar musik klasik sejak dini, sehingga membuat mereka kehilangan ketertarikan akan itu (Xu 2022).

Mulai dari sejarah singkat perkembangan musik (*genre* dan *sub-genre*), muncul nya musik klasik beserta bagaimana musik klasik bisa menjadi musik kelas atas, penjelasan mengenai relasi selera musik Generasi Z telah menjadi pengantar yang mendasar namun cukup sebelum mendalami lebih dalam terkait penelitian yang ingin dilakukan. Artikel ini akan fokus mengenai pandangan anak muda khususnya Generasi-Z terhadap musik klasik yang sering dianggap sebagai musik kelas atas. Artikel ini juga menjadi penting, karena bisa memaparkan apakah stigma musik klasik sebagai musik kelas atas di era digital ini masih berlaku, walaupun dunia musik saat ini bisa diakses secara mudah tidak seperti abad-abad sebelumnya.

Pada studi terdahulu milik (Wang 2016) menjelaskan secara historis bahwa pada abad ke-18 dan ke-19, *genre* musik klasik hanya dapat dinikmati oleh kalangan elit saja, bahkan dewasa ini, kurangnya dukungan dan edukasi musik klasik secara publik, membuat musik klasik hanya bisa dipahami dan didapatkan bagi mereka yang berstatus ekonomi memadai dan yang memiliki ketertarikan intelektual terhadap pendidikan musik saja. Namun, penulis berargumen bahwa sebenarnya musik klasik bisa dibentuk menjadi sebuah budaya umum (*common culture*) dimana masyarakat

bisa menikmati dan memahami musik klasik tanpa harus adanya batasan kelompok sosial ekonomi tertentu. Hal ini masih sulit untuk diaplikasikan karena adanya stigma yang sudah melekat sejak dulu, argumen ini didukung dimana studi terdahulu mengutip (Bourdieu 1986) dimana ditawarkan tiga zona model selera budaya, yaitu, selera kelas atas *legitimate taste*, *middlebrow*, dan *popular taste*. Klasifikasi selera ini dilihat dari tingkat edukasi dan kelas sosial masing-masing, secara tidak langsung ini menjadi model kelas sosial. Selera merupakan sesuatu yang dapat dipilih oleh individu secara bebas tanpa ada paksaan dan juga terlepas dari latar belakang kelas sosioekonomi-nya. Namun, argumen penelitian terdahulu menjelaskan bahwa selera ditentukan dari konstruksi sosial yang ditentukan oleh tingkat pendidikan yang dienyam dan juga latar belakang kelas sosial yang mana mempunyai modal budaya yang berbeda-beda sehingga menghasilkan selera yang sesuai. Penelitian terdahulu ini juga menyimpulkan bahwa budaya neoliberal yang secara besar-besaran memelihara musik klasik untuk kalangan kelas atas dengan mempromosikan ide musik klasik sebagai bentuk perbedaan budaya, sehingga masih banyak tantangan untuk membuat musik klasik sebagai *common culture*.

Adanya ketidaksetaraan kelas dalam praktik musik klasik di masyarakat, kerap dijelaskan pada studi terdahulu lainnya milik (Bull dan Scharff 2017). Pada studi literatur ini, peneliti fokus untuk menganalisis bagaimana ketidaksetaraan muncul dalam produksi dan konsumsi musik klasik, karena menurut peneliti, sering kali produksi dan konsumsinya tidak terbantahkan atau absolut untuk para kalangan kelas atas saja. Dari hasil penelitiannya melalui sosialisasi dengan keluarga partisipan, memunculkan perbedaan pandangan dari kelas yang berbeda. Ditemukannya ada relasi yang kompleks antara latar belakang kelas dengan nilai musik klasik, dimana tidak semua kelas atas (*highbrow*) mengejar karir dalam

pendidikan musik klasik dan juga dewasa ini, kelas atas relatif tidak hanya mendengarkan musik klasik saja, namun juga musik-musik selera kelas bawah seperti musik pop. Hal ini disebut oleh peneliti sebagai selera musik omnivore yang mana mengacu pada individu yang selera musik luas dan beragam. Tetapi, walaupun mereka memiliki selera omnivora, bukan berarti mereka menilai seluruh *genre* musik adalah sama. Menurut peneliti, musik klasik memiliki kedalaman yang berbeda dan mempunyai nilai lebih tinggi dengan *genre* lain. Oleh karena itu, produksi dan konsumsi musik klasik masih memainkan peran kunci dalam ketidaksetaraan kelas walaupun secara tidak terlihat.

Studi terdahulu lain yang sudah ditinjau juga ada membahas mengenai pandangan Gen-Z terhadap musik klasik (Xu 2022). Dari hasil penelitiannya, terdapat banyak stigma terhadap musik klasik oleh Gen-Z, dimana musik klasik dinilai sebagai membosankan, durasinya yang terlalu panjang, hingga sulit untuk dimengerti, selain itu adanya paksaan dari eksternal (seperti orang tua) untuk mempelajari musik klasik menjadi alasan Gen-Z kehilangan hasrat untuk belajar musik klasik. Stigma tersebut, memunculkan pemikiran Gen-Z bahwa untuk menyukai dan mengerti musik klasik, memerlukan pemahaman dan mempunyai dasar latar belakang pengetahuan terhadap musik klasik itu sendiri.

Pada studi terdahulu yang diteliti menjelaskan bahwa di era digital ini, pemasaran musik telah berevolusi menjadi menggunakan banyak media digital, seperti layanan *streaming* (Spotify, Youtube, Apple Music) hingga media sosial. Tentunya hal ini mempermudah banyak musisi dan perusahaan label rekaman, selain murah, secara pasar, digitalisasi bisa mengakselerasi *awareness* musik mereka ke seluruh belahan dunia. Pada studi terdahulu juga mencantumkan survei tahun 2016 dimana menunjukkan sekitar 35,5% dari populasi pengguna internet di Indonesia

mendengarkan musik melalui daring (Noviani dkk. 2020). Digitalisasi perindustrian musik juga cukup membantu para label rekaman dan musisi dalam menekan maraknya pembajakan musik di laman-laman illegal karena adanya kemudahan dan kecepatan akses untuk memperoleh dan mendengarkan musik favorit secara gratis dan legal. Pada studi literatur juga menjelaskan bahwa penikmat musik digital di Indonesia mayoritas berasal dari era milenial dan Gen Z, dimana pada survei Spotify Indonesia menyatakan 84% dari pengguna Spotify, berusia 15-34 tahun. Hal ini terjadi karena tidak bisa terelakkan bahwa Gen Z merupakan generasi usia produktif aktif dalam menggunakan media dan perangkat teknologi digital. Apalagi media *streaming* seperti Spotify bisa mempelajari *habit* preferensi *genre* musik yang sering didengar oleh *user*, alhasil Spotify mempunyai fitur “Your Daily Music” yang menyajikan preferensi musik favorit dan juga menggambarkan identitas *user* untuk siap didengar sehari-hari. Oleh karena itu, peneliti dari studi terdahulu ini menyimpulkan bahwa Gen Z mengedepankan konsumsi musik yang menggambarkan preferensi dan identitas mereka seperti kemudahan akses dan juga personalisasi (Noviani dkk. 2020).

Dari studi-studi literatur yang telah ditinjau, menunjukkan bahwa masih adanya kekhawatiran dan simpati para peneliti untuk membahas mengenai stigma yang hadir di masyarakat mengenai musik klasik sebagai *genre* musik yang kompleks dan terbatas untuk selera kelas atas. Sebagian besar dari studi terdahulu berisi argumentasi bahwasannya *genre* musik klasik masih didominasi menjadi selera kalangan elit saja dan juga peneliti berusaha untuk mematahkan stigma sehingga musik klasik bisa dinikmati oleh semua orang tanpa memandang kelas. Walaupun sebenarnya dengan adanya kemajuan teknologi dan berbagai inovasi di era digital ini, konsumsi musik juga menjadi lebih *classless* karena semua jenis musik bisa didengar dan dinikmati secara

mudah melalui media *streaming*.

Dari hasil studi literatur yang telah ditinjau, didapatkan celah kebaharuan yang dapat diteliti dan dieksplorasi lebih lanjut. Walaupun ada penelitian pandangan Gen-Z terhadap musik klasik, tapi masih kurangnya penelitian yang menjelaskan lebih detail mengenai pandangan Gen-Z terhadap musik klasik yang menjadi selera kalangan atas di era digital ini. Oleh karena itu, penelitian tentang “Persepsi Mahasiswa Gen-Z, Anggota Paduan Suara Mahasiswa UGM terhadap Musik Klasik Sebagai Selera Kelas Sosial Atas di Era Digital” dapat memberikan kontribusi dalam mengisi kekosongan dalam kajian literatur terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan apresiasi Mahasiswa khususnya Gen-Z terhadap musik klasik, serta peran teknologi digital dalam mempengaruhi perilaku konsumsi musik di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi akan menjadi panduan yang sesuai untuk memahami persepsi Gen-Z terkhusus anggota PSM UGM terhadap stigma musik klasik sebagai selera kalangan atas di era digital. Hal ini dikarenakan pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana anggota Paduan Suara Mahasiswa Universitas Gadjah Mada secara subjektif mengalami musik klasik dan stigma yang terkait dengannya. Penelitian ini memfokuskan pada persepsi, pemikiran, dan pengalaman individu, yang sesuai dengan pendekatan fenomenologi yang menekankan deskripsi pengalaman subjektif. Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memperhatikan aspek budaya dan kontekstual yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman anggota PSM UGM terhadap musik klasik.

Dengan memperhatikan pengaruh dari era digital, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang kaya tentang bagaimana anggota PSM UGM memahami dan merespons musik klasik serta stigma yang terkait di lingkungan mereka. Pendekatan ini juga memungkinkan pengungkapan makna subjektif yang lebih dalam dan memperhatikan konteks budaya dan sosial yang relevan.

Daftar pertanyaan yang diajukan dan ditanyakan pada informan cenderung pertanyaan bersifat terbuka (*open-ended question*) dan menekankan pada pandangan dan pengalaman informan dalam memandang atau memahami fenomena yang diteliti. Selain itu, pertanyaan terbuka dianggap memberikan kebebasan kepada partisipan untuk memberikan jawaban yang lebih mendalam, serta memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi penelitian lebih rinci dan mendalam, namun tidak menutup kemungkinan juga peneliti akan memberikan pertanyaan tertutup untuk memperoleh data yang lebih spesifik dan terstruktur.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Identitas dan Selera Generasi Z di Era Digital

Masalah selera terkhusus pada kesukaan pribadi tiap orang pada era digital ini cukup beragam, terlebih pada selera Generasi Z. Istilah Generasi Z, Zoomers, atau Gen-Z digunakan untuk mendeskripsikan orang yang lahir setelah generasi Milenial dan sebelum generasi Alfa. Menurut penelitian dan juga media, Gen-Z adalah mereka yang lahir di pertengahan akhir 1990an hingga awal 2010an (Dimock 2019). Gen-Z menjadi generasi pertama yang tumbuh bersama internet, media sosial, hingga gawai pintar sebagai bagian kehidupan sehari-hari mereka (Petrock 2021). Generasi Z berorientasi pada material dengan keinginan untuk banyak mencoba hal-hal baru. Gen-Z juga cenderung menghargai adanya keragaman, selain itu mereka adalah generasi yang lebih vokal dan

individualis dibandingkan generasi sebelum mereka.

Gen-Z saat ini selalu menjadi ikon zaman dari masyarakat mereka, dimana mereka sangat mempengaruhi tren-tren yang sedang terjadi. Teknologi telah memberikan Gen-Z tingkat koneksi yang belum pernah ada dan terjadi sebelumnya di antar mereka sendiri dan dengan seluruh kalangan masyarakat. Tingkat kenyamanan Gen-Z dengan menggunakan teknologi seperti sosial media terus meningkat, dan mereka mempengaruhi arah perkembangan teknologi di berbagai bidang. Hal itu membuat pergeseran generasi menjadi lebih penting dan juga mempercepat tren teknologi (Francis dan Hoefel 2018).

Disisi lain Gen-Z juga mengalami tantangan yang kontradiktif di masyarakat karena sering kali dianggap sebagai generasi mengalami degradasi nilai-nilai moral. Masyarakat Gen-Z memiliki motivasi untuk menjadi asli atau *authentic* versi dirinya, namun pada praktiknya, mereka rela untuk mengikuti standar hidup atau budaya masyarakat yang tinggi untuk mendapatkan validasi dari masyarakat itu sendiri, dengan menganggap itu adalah "asli" kehidupan mereka. Teknologi seperti sosial media dapat memengaruhi nilai-nilai generasi muda, dimulai dengan penggunaan yang sudah meluas ke seluruh dunia, sehingga memberikan generasi muda sekarang atau Gen-Z ruang untuk eksis dan merepresentasikan dirinya, yang bisa bergerak di antara dimensi keaslian dengan menggunakan profil yang asli ataupun palsu (Schwarz dan Williams 2020). Namun, sejatinya masyarakat generasi muda atau Gen-Z tetap akan memilih dan mengapresiasi keaslian dan kejujuran ditengah-tengah representasi palsu saat ini (Tirocchi 2024).

Dengan terlahir di tengah gelombang revolusi digital yang tak terbendung, Generasi Z tidak hanya memiliki kemudahan akses untuk mengeksplorasi aneka ragam musik

dari berbagai penjuru dunia dengan sekadar beberapa klik saja, hal ini tentunya telah dibantu dengan adanya algoritma. Metode algoritma yang sering digunakan di era digital ini sangat membantu penggunaannya mendapatkan apa yang mereka mau, tidak jarang sering kita merasa bahwa internet bisa mengetahui selera dan preferensi kita, itu semua karena kerja algoritma yang bisa mempelajari *behaviour* penggunaannya di internet. Metode algoritma di dunia digital mampu menarik banyak orang agar terus bergantung pada internet, karena kemudahan dan kepraktisannya. Hingga tahun 2024, tingkat pengguna internet di seluruh Indonesia sudah menyentuh 79,5% (Annur 2024) Namun, distribusi akses internet belum merata jika melihat dari sisi pendidikan, dimana semakin rendah tingkat pendidikannya semakin rendah pula literasi digital dan tingkat akses internet yang didapat (Hidayat 2024). Sedangkan dari sisi generasi, pengguna internet paling banyak berasal dari Generasi Milenial dan Z, jika digabungkan bisa menyentuh 78% (Petrosyan 2024). Dengan begitu generasi Z cenderung terpapar akses internet sehingga akan memiliki banyak pilihan dan kesempatan untuk mengeksplorasi dan menikmati berbagai *genre* musik.

Keanekaragaman *genre* dalam Generasi Z mencerminkan selera mereka yang eklektik, serta keterbukaan dan rasa ingin tahu mereka. Saat ini, Gen-Z setidaknya bisa mendengarkan dan menyukai hingga lima *genre* berbeda. Jika dilihat secara popularitas, *genre* musik yang cukup relevan didengar oleh Gen-Z adalah rap, pop, indie rock, elektronik, dan R&B. Generasi Z juga cenderung lebih menghargai individualitas dan orisinalitas dalam musik, dan sering menggali dan mencari penyanyi atau band yang kurang dikenal. Ditambah dengan adanya platform musik digital seperti Spotify, Gen-Z tidak lagi terikat pada satu album atau *genre* tertentu, karena Spotify menggunakan algoritma kategorisasi musik yang lebih fleksibel, memungkinkan untuk membuat

daftar putar yang sesuai mood atau aktivitas yang sedang dilakukan (Evershed 2019). Gen-Z dapat membuat *genre* tertentu menjadi tren dengan menggunakan kreativitas dan pengaruh mereka. Dengan media sosial, mereka dapat menggunakan musik dari berbagai *genre* menjadi bentuk konten untuk menyampaikan opini dan kreativitasnya. Sehingga tidak jarang, media sosial menjadi salah satu non-platform musik yang dapat menyebarkan keberagaman *genre* musik.

*Genre* klasik menjadi salah satu *genre* yang cukup sering masuk konten media sosial seperti tiktok. Beberapa komposisi klasik sering yang menjadi populer di tiktok biasanya memiliki hashtag ataupun muncul pada pencarian cepat. Dari sosial media tersebut, sebenarnya Generasi-Z tidak lagi asing untuk mendengarkan musik *genre* klasik pada keseharian mereka. Hal ini didukung dengan sebuah survei yang dilakukan Royal Philharmonic Orchestra (RPO), ditemukan bahwa 74% orang yang berusia dibawah 25 tahun memasang musik klasik pada saat masa natal (Royal Philharmonic Orchestra 2022). Dari penelitian tersebut, dibuktikan bahwasannya musik klasik masih masuk dalam lingkup selera Gen-Z. Paparan selera musik klasik yang diperoleh Generasi Z dapat diperkuat dan didukung dengan hadirnya komunitas atau unit kegiatan yang berbasis musik klasik seperti paduan suara. Dengan bergabung pada paduan suara, Gen-Z akan lebih banyak terpapar musik klasik dibanding mereka yang tidak mengikuti komunitas (diluar Gen-Z yang sudah menerima pendidikan musik sejak dini atau mengikuti kursus musik privat) karena adanya dukungan lingkungan sosial yang suportif dan memiliki tujuan yang sama, yaitu bisa memahami dan menyanyikan musik klasik.

Dari penjelasan paragraf diatas, musik klasik tidak serta merta selalu identik sebagai selera kalangan atas, namun juga bagi mereka kaum terpelajar. Kaum terpelajar disini bukan hanya lapisan masyarakat yang mendapatkan pendidikan dan pengaruh musik

klasik sejak dini, namun juga mereka, salah satunya Gen-Z yang mulai tertarik dengan musik klasik saat masuk dunia perkuliahan. Mengingat lingkungan perkuliahan yang cukup mendukung akan kebebasan berekspresi, mengembangkan diri hingga menemukan minat baru, ini menjadi titik dimana mahasiswa dapat menemukan minatnya termasuk tergabung pada komunitas musik klasik. Kesukaan belaka mereka bisa diasah didalam komunitas tersebut dengan banyaknya dukungan dari lingkungan yang memiliki minat yang sama dan juga mendapatkan pembelajaran musik klasik dari para pelatih komunitas. Komunitas maupun kegiatan musik klasik di antara kaum terpelajar dapat meningkatkan apresiasi mahasiswa terkhusus Gen-Z pada musik klasik.

### Hubungan Era Digital terhadap Persepsi Generasi Z akan Musik Klasik sebagai Selera Kelas Atas

Digitalisasi musik telah memberikan akses kemudahan dan membawa selera musik menjadi lebih beragam dan eklektik. Dengan munculnya banyak platform musik dan sosial media, pendengar awam dapat mendengarkan, menyukai, hingga memiliki selera musik yang mencakup berbagai *genre*, termasuk *genre* rumit atau sering dikatakan di dewasa ini “*sophisticated*” seperti klasik. Di era digital ini, batasan *genre* tradisional mulai kabur. Pergeseran dari kategorisasi *genre* tradisional ini menandakan pendekatan yang lebih terbuka terhadap preferensi musik, menantang gagasan bahwa musik klasik adalah eksklusif untuk kalangan atas. Seorang informan juga menegaskan bahwa musik klasik telah ‘bocor’, bahwasannya musik klasik di era digital ini bisa diakses semua kalangan. Konsep *omnivorous* budaya menantang kategorisasi selera musik yang terkait dengan konsep kelas sosial tradisional, di mana menunjukkan bahwa individu yang merupakan kelas sosial lebih tinggi, cenderung mengonsumsi budaya atau musik yang sebelumnya dikaitkan dengan kelas menengah kebawah (Peterson 2005).

Konsep budaya *omnivorous* mengacu pada individu dengan selera budaya yang luas dan beragam yang mencakup bentuk-bentuk budaya elit dan populer. Argumen budaya *omnivorous* menantang gagasan tradisional budaya elit dengan mengusulkan bahwa mereka lebih cenderung memiliki preferensi budaya yang eklektik dan inklusif. Pada salah satu argumen penelitian, inti dari konsep budaya *omnivorous* terletak pada gagasan bahwa kalangan elit lebih cenderung memiliki selera yang lebih luas yang mencakup bentuk budaya elit dan non-elit, sementara mereka yang berada dibawah hierarki sosial lebih cenderung memiliki selera yang sempit dan eksklusif (de Vries dan Reeves 2020).

Namun terjadinya peningkatan volume dan keragaman produk budaya yang tersedia di era digital ini dapat dikaitkan dengan perubahan dalam produksi budaya, teknologi distribusi media, dan memunculkan kelas baru yaitu “kelas kreatif” (Wright 2011). Hal ini disoroti dengan adanya dampak perubahan budaya *omnivorous* terhadap batasan tradisional antara budaya “tinggi” dan “rendah”, serta hubungan yang berkembang antara produsen dan konsumen budaya. Munculnya ‘kelas kreatif’ yang diungkapkan pada salah satu artikel penelitian ini telah berdampak signifikan terhadap produksi dan konsumsi budaya. Peningkatan jumlah dan signifikansi pekerja budaya telah menyebabkan pergeseran dalam orientasi produsen budaya. Pada budaya *omnivorous* kreatif kontemporer terjadi ‘keruntuhan’ hierarki budaya, menekankan cara baru dalam berbisnis dan menghasilkan seni dan budaya yang menghindari pendekatan tradisional. Perluasan kelas kreatif juga telah mempengaruhi orientasi terhadap konsumsi budaya, menggabungkan *legitimate culture* dengan komersial. Peningkatan volume dan komposisi budaya di masyarakat mencerminkan peningkatan jangkauan dan ketersediaan produk budaya. Pasar yang telah diperluas menggunakan konsep budaya *omnivorous* menyebabkan perubahan dalam



cara bagaimana budaya dibuat, diterima, dan disebar.

Teknologi digital telah memungkinkan perubahan masif dan cepat terhadap perubahan selera musik. Selain itu, era digital telah memfasilitasi komodifikasi *genre* musik, seperti, saat ini sudah ada lebih dari 1100 *genre* dan *sub-genre* musik yang berbeda yang telah diakui (Wright 2011). Komodifikasi *genre* musik menjadi hasil produk budaya dari pemuda di generasi saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan semua informan, terlihat bahwa preferensi dan selera musik Generasi Z sangat beragam, mencakup berbagai *genre* musik. Dari hasil wawancara, mulai dari Pop, R&B, K-Pop, kontemporer, Jazz, Gospel/Rohani, Folk, hingga klasik menjadi *genre* favorit mereka. Dapat dibuktikan bahwa Teori *Omnivorous* milik Peterson menunjukkan bahwa generasi saat ini memiliki preferensi musik yang lebih beragam dan inklusif, tidak terpaku pada satu *genre* musik tertentu.

Selera *Omnivorous* tidak terlepas dari hubungannya dengan platform musik seperti Spotify, Youtube, atau Apple Music. Munculnya budaya *omnivorous* menimbulkan pertanyaan tentang hubungan antara selera dan identitas kelas (Peterson dan Kern 1996). Platform *streaming* musik telah memainkan peran penting dalam mendisrupsi dan membentuk konsumsi musik di era digital, membuat berbagai *genre* dan lagu lebih mudah diakses dengan harga lebih ekonomis (Webster 2019). Alhasil, individu memiliki lebih banyak kesempatan untuk mendengarkan *genre*, artis, dan lagu yang berbeda, yang berpotensi memperluas jangkauan selera budaya mereka.

Saat ini banyak seniman klasik muda menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membagikan penampilan mereka secara tidak langsung membuat musik klasik mudah diakses dan didengarkan. Hal ini terjadi karena adanya

pengaruh dari platform digital dan juga perubahan lanskap budaya. Gen-Z bisa mengapresiasi musik klasik di era digital melalui eksplorasi musik melalui banyak *playlist* klasik yang disuguhkan oleh platform musik dan bisa membangun ketertarikan melalui itu. Oleh karena itu, Gen-Z lebih mampu mengapresiasi musik klasik dibandingkan zaman-zaman sebelumnya.

Namun, menjadi *omnivorous* yang dapat mengerti soal musik klasik membutuhkan keterampilan tertentu, dan pengetahuan budaya yang cukup memadai. Memiliki preferensi atau selera yang beragam belum cukup kuat untuk bisa mengubah habitus seseorang terkhusus dalam mengapresiasi musik klasik. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mendengarkan saja berbeda dengan memahami, sehingga memberikan level apresiasi yang berbeda. Menurut informan, jika hanya mendengarkan atau sekadar menikmati semua kalangan bisa melakukan itu dengan gratis di era digital ini. Namun, bagi sebagian besar informan, memahami apa yang didengar dalam konteks ini adalah musik klasik, masih sangat sulit, karena memerlukan pemahaman tentang musik klasik yang cukup mendalam. Pemahaman musik klasik, menurut sebagian besar informan, masih terbatas untuk beberapa kalangan yaitu menengah keatas. Keterbatasan itu bisa dinilai dari perlunya modal budaya yang tinggi seperti pendidikan musik dan juga instrumen musik yang tidak murah. Hal ini dapat divalidasi dengan sebuah temuan penelitian, di mana peneliti menemukan bahwa seiring meningkatnya pendidikan dan paparan musik sejak semasa kecil, akan cenderung menyukai lebih banyak *genre* musik, namun seiring meningkatnya pendidikan musik yang mereka peroleh akan memperkecil *range* selera individu dan hanya fokus pada satu *genre* musik saja (Nault dkk. 2021).

## Persepsi Mahasiswa Gen-Z terhadap Musik Klasik sebagai Musik Selera Kalangan Atas di Era Digitalisasi Musik

Menilik dari dua sub-bab sebelumnya, kemajuan teknologi di era digital ini, para informan masih menganggap musik klasik, walaupun saat ini sudah bisa diakses lebih mudah, tetap sulit untuk dinikmati dan dipahami. Para informan beranggapan, walaupun di era “serba gratis” ini, tetap musik klasik hanya bisa diakses dan dipelajari oleh masyarakat kalangan tertentu tertentu saja.

Musik klasik sering dikaitkan dan dianggap sebagai simbol modal budaya, dimana menurut Bourdieu keluarga yang menjadi agen utamanya. Berbagai penelitian empiris telah mengeksplorasi hubungan antara keluarga dan modal budaya, menyimpulkan bahwa keluarga membawa peran penting untuk memperoleh modal budaya, khususnya terkait dengan selera dan juga berlaku pada pencapaian di tingkat pendidikan (Ho, Wheaton, dan Baumann 2021).

Jika menilik secara historis kembali, musik klasik telah dikenal sebagai musik kalangan atas sejak *genre* itu eksis zaman dulu. Musik klasik telah berevolusi dari musik gereja, lalu digunakan sebagai pengiring pernikahan dan penobatan para kaisar, raja, dan ratu, hingga sebagai hiburan pesta-pesta bangsawan. Hingga kini pun, seperti penobatan Raja Charles III pada tahun 2023, masih menggunakan lagu-lagu klasik milik Anton Bruckner, Bach, dan Handel yang diiringi oleh paduan suara dan orkestra. Dari sisi historis yang menggambarkan musik klasik adalah selera kelas atas, beberapa para informan menganggap stigma musik klasik sebagai selera kelas atas dilihat dari habitus masyarakat kelas atas zaman dulu, yang mana musik klasik dianggap sebagai budaya yang sangat dihargai sampai penguasa bangsa rela untuk mengundang para komposer atau Musisi klasik untuk menghibur mereka di istana dengan membawakan gubahan para komposer.

Teori dan teknik bermusik yang fundamental banyak berasal dari musik

klasik, salah satunya adalah keahlian bisa membaca partitur not balok. Oleh karena itu, para informan memilih untuk belajar musik klasik terlebih dahulu sebagai dasar mereka memahami musik. Selain itu, para informan yang mengikuti kursus musik klasik sebenarnya juga bukan karena semata-mata keinginan mereka, namun ada campur tangan faktor lingkungan tertentu yang memotivasi atau mendorong mereka untuk memahami dan belajar musik klasik. Keluarga menjadi faktor para informan memutuskan untuk belajar musik klasik.

Para Anggota PSM UGM tidak semua berasal dari mereka yang sudah memiliki wawasan mengenai teori dan praktik musik klasik dari kecil. Karena PSM UGM memang tidak membatasi para pendaftar dan anggota harus memiliki selera musik klasik. Beberapa informan juga menyatakan alasan mereka bergabung ke PSM UGM adalah karena kesukaan mereka akan bernyanyi dan ketertarikan mereka terhadap paduan suara, sehingga tidak serta merta karena PSM UGM menjadi tempat membangun kesukaan dan ketertarikan mereka terhadap selera musik klasik. Namun, memang PSM UGM masih cukup identik soal musik klasik.

Sejak awal mula rekrutmen dan menerima pelatihan dan didikan (diklat) di PSM UGM, para anggota termasuk para informan ‘mau tidak mau’ harus belajar teori dasar musik klasik seperti membaca not balok dan dinamika musik. Lagu-lagu yang dilatih sejak diklat juga sering kali menggunakan *genre* klasik. Karena kompleksitas dan *strict*-nya musik klasik, terkadang membuat anggota yang sebelumnya belum pernah mendapatkan pembelajaran musik klasik tidak terlalu betah dan bisa bertahan di PSM UGM.

Seluruh informan menyatakan bahwa walaupun sudah cukup menguasai dasar bermain atau menyanyikan musik klasik, kerap kali informan mengalami kesulitan dalam menyanyikan lagu klasik. Beberapa informan

menyebutkan bahwa *blending* suara dengan penyanyi lainnya adalah suatu keharusan pada saat menyanyikan lagu klasik. Yang dimaksud dengan *blending* adalah di mana semua singer bukan hanya satu saja, menyanyikan lagu dengan warna suara yang sama, sebagai contoh pada komposisi, komposer menginginkan para penyanyi yang menyanyikan gubahannya bernuansa melankolis, berarti warna suara yang dihasilkan oleh penyanyi harus lebih gelap. Selain *blending*, menyeimbangkan suara individu dengan penyanyi lainnya juga menjadi hal sulit dilakukan dalam latihan.

Dari beberapa pengalaman informan telah mengungkapkan sulitnya dalam memahami dan mempraktekan dalam komposisi musik klasik dan memang fase ini menjadi salah satu tantangan proses untuk memahami musik klasik. Untuk menyukai dan memahami musik klasik membutuhkan proses yang disebut habitus. Menurut teori Bourdieu, habitus, yaitu struktur mental yang dibentuk oleh lingkungan sosial dan pengalaman individu. Dalam konteks ini, habitus dapat mencakup pengalaman mendengarkan musik klasik, pendidikan musik, dan interaksi sosial seputar musik klasik. Meskipun musik klasik dapat diakses secara digital, kompleksitas dan kedalaman musik ini mungkin membuat generasi Z merasa bahwa musik klasik adalah *genre* yang menantang. Bourdieu berpendapat bahwa perolehan modal budaya, termasuk pengetahuan dan pendidikan musik, paling kuat dipengaruhi oleh pengalaman masa kecil dalam keluarga, dan waktu sosialisasi ini juga dapat membentuk perilaku dan *habit* (Ho dkk. 2021).

Untuk mengembangkan habitus selera musik klasik tidak dapat dilakukan dalam jangka pendek. Selain peran perolehan modal budaya dan koneksi sosial yang kuat dalam pembentukan selera musik klasik, waktu juga menjadi salah satu aspek penting. Membentuk habitus selera musik klasik membutuhkan jangka waktu yang cenderung lama dan diperlukan pengalaman atau jam terbang yang banyak. Dari pengalaman pribadi seorang individu memungkinkan

individu untuk mengeksplorasi nilai, karakter, dan juga pandangan terhadap musik klasik. Interaksi sosial yang berulang seperti berpartisipasi dalam kegiatan musik komunitas atau menghadiri konser, dapat membantu menumbuhkan rasa kebersamaan dan koneksi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama terhadap musik klasik. Mempelajari dan berlatih musik klasik membutuhkan kemahiran dalam membaca not dan prinsip harmoni klasik, dan pada umumnya kursus musik klasik memiliki grade yang menentukan kemampuan dan kemahiran individu dalam menguasai musik klasik, tentunya untuk mencapai grade tinggi membutuhkan waktu yang cukup lama.

Konsep habitus oleh Bourdieu dapat memvalidasi pengalaman para informan yang pernah mengikuti kursus musik sejak SMP hingga jenjang SMA, walaupun tidak semua tidak didorong oleh keluarga, tapi ada agen lain yang mendorong informan untuk kursus musik klasik. Oleh karena itu, para informan yang telah mengikuti kursus musik klasik sudah mengumpulkan penguasaan awal atas budaya musik yang sah, yang tentunya berkontribusi pada pengembangan habitus musik mereka.

Bagi para informan yang sebelumnya sejak kecil tidak pernah mengikuti atau belajar musik klasik, mereka membentuk habitus terkait pemahaman dan selera mereka terhadap musik klasik dengan cara bergabung dan aktif di UKM PSM UGM. Pada konteks ini, PSM UGM bisa diidentifikasi sebagai transmisi berbasis komunitas paduan suara tingkat mahasiswa dan perwujudan modal budayanya berupa di mana penyanyi tidak hanya menjadi penampil, tetapi juga penikmat musik melalui penampilannya sendiri sepanjang periode latihan. PSM UGM secara langsung punya keterikatan dengan bentuk ketiga dari modal budaya Bourdieu, yaitu *institutionalized state*, dimana ini adalah sebuah bentuk objektifikasi modal budaya yang melekat dalam sebuah institusi pendidikan (Bourdieu 1986), sehingga PSM UGM memiliki modal budaya yang cukup

untuk menjadi sebuah wadah para anggota membentuk selera musik klasik. Para informan yang sebelumnya mungkin tidak terlalu tertarik untuk mendengarkan dan memahami lagu-lagu ber-*genre* klasik, setelah bergabung di paduan suara, jadi lebih mengapresiasi musik klasik dengan mempelajari dan mengulik komposisi musik klasik yang mereka hendak tampilkan pada konser maupun saat mengikuti kompetisi paduan suara.

Kemajuan teknologi di era digital khususnya di dunia musik, tidak serta merta menghilangkan budaya musik klasik yang sudah eksis dari berabad-abad lalu. Justru dengan makin terbukanya akses musik di era digital melalui hadirnya platform musik canggih, banyak anak muda ikut mengetahui dan menggali soal musik klasik. Namun, makin terbukanya akses bukan berarti bisa langsung memahaminya. Butuh proses *habitus* yang cukup kompleks untuk bisa memahami musik klasik, sehingga tidak semua kalangan sosial masyarakat fit dengan budaya musik klasik. Sifat kerumitan musik klasik tidak bisa dihilangkan atau digantikan oleh digitalisasi, yang hanya memberikan kemudahan akses untuk mendengarkannya. Sehingga untuk menikmati musik klasik, diperlukan modal budaya yang kuat yang terbentuk dari pengetahuan, pengalaman yang membutuhkan jangka waktu panjang, dan apresiasi mendalam.

Dapat dipahami bahwa meskipun teknologi telah membuka akses ke berbagai jenis musik termasuk musik klasik, pemahaman dan apresiasi terhadap *genre* musik klasik masih memerlukan modal budaya yang tinggi dan perlu adanya pengaruh dari agensi utama seperti keluarga atau institusi pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa musik klasik, meskipun semakin mudah diakses, tetap menjadi domain yang relatif eksklusif dan kompleks.

Dari pengalaman para informan yang telah diamati dan dianalisis, untuk menyukai dan memahami musik klasik, tidaklah murah

dan mudah. Selain itu pula, *privilege* menjadi poin penting yang bisa ditangkap bahwasannya memahami musik klasik tidak bisa dilakukan secara instan dan berdasarkan kehendak diri sendiri sejak awal. Ada *influence* atau eksposur yang memancing mereka memahami atau menyukai musik klasik salah satunya dari lingkungan keluarga, pendidikan, hingga pergaulan antar teman.

Hasil temuan dan wawancara dengan informan dapat memvalidasi seperti apa yang dinyatakan Bourdieu, yaitu tidak ada yang lebih jelas dan dapat mengklasifikasikan 'kelas' seseorang, daripada selera musik mereka (Bourdieu 1984). Dalam konteks kelas sosial, teori Bourdieu mengenai *social distinction* menunjukkan bahwa individu dari berbagai kelas sosial memiliki tingkat modal budaya yang berbeda-beda, yang akhirnya mempengaruhi selera dan preferensi mereka. Selain itu, dengan adanya perbedaan tingkat modal budaya dan *habitus* kerap memberikan konsekuensi akan ketidaksetaraan sosial.

Pada wawancara yang telah dilakukan tentang persepsi para informan terhadap musik klasik, hal ini sejalan dengan teori Bourdieu, karena menunjukkan bahwa kurangnya modal budaya dan paparan terhadap musik klasik dapat berkontribusi pada selera dan preferensi mereka akan musik klasik. Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka menyukai, menghargai keindahan dan signifikansi budaya musik klasik saat mereka menonton dan mendengarkannya, tetapi disatu sisi tidak menyukainya karena mereka memandangnya sebagai budaya yang sangat mengekang, sehingga tidak mudah untuk memahami secara keseluruhan musik klasik. Ini mencerminkan pengaruh *habitus*, karena disposisi dan perilaku internalisasi individu, yang dibentuk oleh sosialisasi mereka, membuat mereka membentuk selera dan preferensi tertentu terkhusus pada *genre* musik.

## KESIMPULAN

Penelitian ini telah menjelaskan tentang persepsi Generasi Z terhadap stigma musik klasik sebagai selera kalangan atas (*highbrow*) di era digital, menggunakan studi anggota Paduan Suara Mahasiswa Universitas Gadjah Mada. Di mana, persepsi Gen-Z terhadap relevansi selera musik klasik masih milik kalangan atas, penulis ingin mengidentifikasi hubungan antara selera musik klasik dan selera Generasi-Z. Di era digital ini, musik klasik bisa diakses semua kalangan yang mana didukung dengan konsep budaya *omnivorous*, namun hal tersebut belum cukup untuk benar-benar membentuk habitus selera musik klasik.

Argumentasi Peterson mengenai *cultural omnivorousness* bekerja dalam memberikan sebuah alternatif untuk mendukung demokratisasi akses musik klasik Gen-Z di era digital ini, namun, masih belum kuat membantah teori selera milik Bourdieu, bahwasannya selera masih kuat ditentukan oleh terbentuknya habitus, di mana habitus musik klasik hanya dapat dibentuk dengan adanya modal budaya yang memadai. Oleh karena itu, Teori Bourdieu dinilai masih relevan sampai saat ini, karena, walaupun tidak mendapatkan eksposur musik klasik dari kecil maupun keluarga, institusi pendidikan dan juga komunitas bisa kerap membantu para individu untuk membentuk habitus salah satunya selera mereka akan musik klasik, hal ini divalidasi dengan hasil analisis studi PSM UGM, dimana para informan yang tidak memiliki dasar musik klasik sejak kecil, dapat bergabung PSM UGM dan membangun habitus selera musik klasik disana karena telah memenuhi syarat mempunyai modal budaya yang mencukupi. Dari pengalaman para informan ini, didapatkan bahwa pembentukan habitus khususnya selera musik klasik bisa didapatkan dari sebuah komunitas atau kegiatan mahasiswa, sehingga tidak harus berasal dari keluarga ataupun orang terdekat yang sudah memiliki privilese selera musik klasik.

Saat ini, Gen-Z lebih menyukai *genre* musik yang lebih mudah untuk didengarkan dan dimengerti tanpa perlu interpretasi yang mendalam dan rumit. Hal ini cukup memvalidasi bahwa preferensi musik yang eklektik tidak serta merta dapat membentuk habitus individu untuk menyukai *genre* klasik dan persepsi Gen-Z terhadap musik klasik masih tetap sama, di mana musik klasik dapat dipahami dan dinikmati oleh kelas sosial tertentu yaitu kelas atas dan mereka yang tergabung dengan institusi pendidikan maupun komunitas terkait. Sehingga, pada temuan yang mencakup studi anggota PSM UGM, dapat disorot para informan memiliki preferensi musik yang eklektik termasuk dapat memahami dan menyukai musik klasik juga karena telah terbentuknya habitus mereka akan selera musik klasik dari PSM UGM.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi secara akademis dan praktis bagi perkembangan dalam hal mengapresiasi musik di Indonesia, khususnya terkait dengan musik klasik. Secara akademis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi kurikulum, metode, dan materi pendidikan musik di Tingkat perguruan tinggi maupun secara universal, agar dapat menyesuaikan dengan minat, selera, dan kebutuhan mahasiswa terkhusus pada Generasi Z dan seterusnya. Penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan apresiasi dan minat terhadap musik klasik di kalangan mahasiswa Gen-Z, dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejarah, konteks, dan nilai-nilai musik klasik, serta disuguhkan dengan hasil wawancara yang mendukung bagaimana Gen-Z bisa menikmati musik klasik.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang minat mahasiswa terhadap musik klasik, terutama di kalangan anggota paduan suara mahasiswa, yang merupakan kegiatan ekstrakurikuler atau komunitas yang berkaitan dengan musik klasik. Penelitian ini dapat membantu memahami persepsi mahasiswa terhadap musik klasik sebagai selera kelompok sosial

atas di era digital, dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi identitas, sikap, dan perilaku mereka terhadap musik klasik. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pendidikan musik di Indonesia, yang dapat mengakomodasi keberagaman dan kreativitas mahasiswa Gen-Z dalam mengapresiasi musik klasik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia. 2024. "Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Pulau (2024)." databoks.katadata.co.id.
- Bonneville-Roussy, Arielle, Peter J. Rentfrow, Man K. Xu, dan Jeff Potter. 2013. "Music through the ages: Trends in musical engagement and preferences from adolescence through middle adulthood." *Journal of Personality and Social Psychology* 105(4):703–17. doi: 10.1037/a0033770.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. "THE FORMS OF CAPITAL." dalam Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*.
- Bull, Anna. 2019. *Class, Control, and Classical Music*. Oxford University Press.
- Bull, Anna, dan Christina Scharff. 2017. "'McDonald's Music' Versus 'Serious Music': How Production and Consumption Practices Help to Reproduce Class Inequality in the Classical Music Profession." *Cultural Sociology* 11(3):283–301. doi: 10.1177/1749975517711045.
- Delsing, Marc J. M. H., Tom F. M. ter Bogt, Rutger C. M. E. Engels, dan Wim H. J. Meeus. 2008. "Adolescents' music preferences and personality characteristics." *European Journal of Personality* 22(2):109–30. doi: 10.1002/per.665.
- DiMaggio, Paul. 1987. "Classification in Art." *American Sociological Review* 52(4):440. doi: 10.2307/2095290.
- Dimock, Michael. 2019. "Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins." Pew Research Center.
- Evershed, Megan. 2019. "the musical genre is dead, gen z killed it." Vice Media Group.
- Francis, Tracy, dan Fernanda Hoefel. 2018. "True Gen': Generation Z and its implications for companies." GEMTRACKS. 2023. "2023 Trends: How Music Is Marketed to Different Age Groups."
- Hidayat, Adi. 2024. "Penetrasi Internet di Indonesia menurut APJII (2016-2023)." databoks.katadata.co.id.
- Ho, Loretta, Blair Wheaton, dan Shyon Baumann. 2021. "A life course perspective on cultural capital acquisition: How the timing and duration of musical socialization affect the taste for classical music and opera?." *Poetics* 84:101498. doi: 10.1016/j.poetic.2020.101498.
- Johnson, Julian. 2002. *Who Needs Classical Music?* Oxford University Press.
- Nault, Jean-François, Shyon Baumann, Clayton Childress, dan Craig M. Rawlings. 2021. "The social positions of taste between and within music genres: From omnivore to snob." *European Journal of Cultural Studies* 24(3):717–40. doi: 10.1177/13675494211006090.
- Noviani, Dini, Raenita Pratiwi, Silvia Silvanadewi, Mohammad Benny Alexandri, dan Marsha Aulia Hakim. 2020. "Pengaruh Streaming Musik Terhadap Industri Musik di Indonesia." *JURNAL BISNIS STRATEGI* 29(1):14–25. doi: 10.14710/jbs.29.1.14-25.
- Peterson, Richard A. 2005. "Problems in comparative research: The example of omnivorousness."

- Poetics 33(5-6):257-82. doi: 10.1016/j.poetic.2005.10.002.
- Peterson, Richard A., dan Roger M. Kern. 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." *American Sociological Review* 61(5):900. doi: 10.2307/2096460.
- Petrock, Victoria. 2021. *US Generation Z Technology and Media Use*.
- Petrosyan, Ani. 2024. "Age distribution of internet users worldwide 2024." Semrush.
- Royal Philharmonic Orchestra. 2022. *A Christmas Carol: Young People Most Engaged With Orchestral Music This Christmas*.
- Schroth, Holly. 2019. "Are You Ready for Gen Z in the Workplace?" *California Management Review* 61(3):5-18. doi: 10.1177/0008125619841006.
- Schwarz, Kaylan C., dan J. Patrick Williams. 2020. "Introduction to the social construction of identity and authenticity." *Studies on the Social Construction of Identity and Authenticity* 1-24. doi: 10.4324/9780429027987-1.
- Sutopo, Oki Rahadiano. 2022. "Perdebatan Perspektif Transisi dalam Kajian Kepemudaan." *Jurnal Studi Pemuda* 11(1):1. doi: 10.22146/studipemudaugm.75260.
- Tirocchi, Simona. 2024. "Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity." *Frontiers in Sociology* 8. doi: 10.3389/fsoc.2023.1304093.
- Titon J. T. Locke D. McAllester D. P. & Reck D. B. B. 2009. *Worlds of music*. Third ed. Florence: Cengage Learning.
- de Vries, Robert, dan Aaron Reeves. 2020. "What Does it Mean to Be a Cultural Omnivore? Conflicting Visions of Omnivorosity in Empirical Research." *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.3541022.
- Wang, Juan. 2016. *Classical Music: a Norm of "Common" Culture Embedded in Cultural Consumption and*. Vol. 47.
- Wang, Juan. 2018. "How classical music is embedded in a cultural public sphere?" *Revista Música Hodie* 17(2):112. doi: 10.5216/mh.v17i2.46860.
- Webster, Jack. 2019. "Music on-demand: A commentary on the changing relationship between music taste, consumption and class in the streaming age." *Big Data & Society* 6(2):205395171988877. doi: 10.1177/2053951719888770.
- Wright, David. 2011. "Making Tastes for Everything: Omnivorosity and Cultural Abundance." *Journal for Cultural Research* 15(4):355-71. doi: 10.1080/14797585.2011.613222.
- Xu, Yihang. 2022. "Exploring Ways to Make Generation Z like Classical Music Better."