

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Netlabel sebagai metode alternatif publikasi musik telah menjadi pilihan musisi independen di Indonesia untuk menyebarluaskan karya mereka. Hal ini berkaitan dengan idealisme para musisi lokal yang menjunjung tinggi kemandirian dan kebebasan dalam berkarya.

Ditinjau dari definisinya, *netlabel* adalah label rekaman dengan cara pendistribusian yang dominan yaitu dalam format digital dan dapat diakses dan diunduh secara bebas melalui internet¹. Hal ini dimungkinkan karena secara garis besar, *netlabel* menggunakan lisensi *Creative Common (CC)*. *Creative Common* adalah organisasi nirlaba asal Amerika Serikat yang didirikan oleh Lawrence Lessig pada tahun 2001 silam. Adapun tujuan dari dibuatnya CC adalah untuk memperluas cakupan karya musik dari para musisi dengan cara tidak membatasi penggunaan karya dari musisi itu supaya dapat dipergunakan lagi oleh para pengguna². Kemunculan *netlabel* dan *creative common* tersebut tidak lepas dari munculnya *new media* sebagai akibat dari perkembangan ilmu teknologi.

Pada tahun 1950an, komunikasi massal di Amerika didominasi oleh media televisi. Dari data tersebut, tercatat ada sekitar 17.000 televisi telah beredar di masyarakat. Kepopuleran televisi pada masa itu sangat berkontribusi pada perekonomian yang berbasis pada konsumen. Seiring perkembangannya, televisi digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi seperti layaknya media cetak (misalnya koran) untukewartakan berita mereka. Hal ini merupakan salah satu bentuk adaptasi media elektronik terhadap perkembangan teknologi yang terjadi di Amerika. Namun, dengan ditemukannya inovasi televisi kabel pada awal abad ke 21, jumlah penikmat media televisi berkurang hingga 28.4%.

¹ Hyde, A. (n.d.). *An Introduction to the Emerging Phenomenon of Net.labels*. 2006.
<https://web.archive.org/web/20110814083254/http://www.freesoftwaremagazine.com/articles/netlabels>

² CreativeCommon.org. *About CC License*. 2020

Televisi kabel menyuguhkan saluran acara yang lebih beragam sehingga penonton dapat memilih kategori yang mereka inginkan, termasuk di antaranya saluran musik. Singkatnya, New Media muncul sebagai akibat dari ditemukannya teknologi internet. Teknologi ini terus berkembang pesat dan memang faktanya, internet mampu menyuguhkan hal-hal atau informasi terbaru yang sedang diperbincangkan khalayak banyak. Dengan kata lain, internet merupakan manifestasi dari New Media yang paling signifikan³. Pengaplikasian internet berawal dari diintegrasikannya teknologi ini dengan email, situs jejaring sosial, televisi berbasis internet, hingga berbagai macam hal yang pada awalnya memiliki akses yang terbatas.

New Media adalah produk yang dihasilkan dari kemajuan ilmu teknologi. McQuail menjelaskan *New Media* sebagai media yang terdigitalisasi dan disebarluaskan dengan menggunakan teknologi internet⁴. Menurut Littlejohn, salah satu latar belakang yang menyebabkan kemunculan media baru ini adalah karena adanya perkembangan teknologi yang terjadi di Amerika pada sekitar tahun 1950an. Pemuktahiran serta kecanggihan teknologi tersebut memungkinkan suatu informasi untuk disajikan tanpa adanya sekat. Hal ini dikarenakan kecanggihan teknologi elektronik yang dapat mendigitalkan serta memusatkan media lama menjadi satu kesatuan yang terintegrasi satu sama lain. New media itu sendiri, berdasarkan konsepnya, dijadikan oleh para peneliti sebagai pembeda media baru dengan old media atau media konvensional. Dengan perubahan yang terjadi pada media lama menjadi New Media, terjadi perubahan pola-pola konsumen dalam mendapatkan informasi. Jika pada media lama, cara supaya kita dapat mengakses berita-berita ekonomi atau politik adalah dengan membeli koran, kini kita dapat mengaksesnya melalui situs koran berbasis internet. Tidak hanya itu, kerap kali berbagai macam informasi dapat kita akses melalui satu platform saja misalnya YouTube. Dari platform ini, kita dapat mengakses beragam informasi mulai dari musik, berita lokal, politik, serta informasi lain dalam satu

³ Terry Flew. *New Media: An Introduction*. 2005

⁴ Mcquail Denis. *Mass Communication Theory*. London:Sage. 2013

wadah informasi saja⁵. Sebagai akibat dari perkembangan teknologi tersebut, industri musik juga perlahan menyesuaikan diri mereka terhadap perubahan yang terjadi⁶. Perubahan yang terjadi dalam industri musik tersebut terjadi sebagai akibat dari munculnya budaya populer.

Burton menjelaskan bahwa budaya populer adalah budaya yang didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang materialistik. Kebudayaan populer sangat erat dengan budaya massal. Budaya massal adalah kebudayaan yang diciptakan, didistribusikan serta dipasarkan secara massal. Titik berat yang membedakan budaya populer dengan budaya massal adalah budaya populer memiliki titik berat pada produksi sementara budaya massal menitikberatkan pada konsumsi. Atas pemahaman tersebut, Burton menjelaskan bahwa selera atau minat dari khalayak umum merupakan hal utama yang menjadi pertimbangan sebuah industri dalam menciptakan sesuatu. Hal ini dikarenakan budaya populer diciptakan dengan maksud tujuan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya⁷. Dengan demikian, kebudayaan tersebut tercipta karena adanya minat yang besar dari masyarakat luas⁸. Dengan tercipta kebudayaan populer, masyarakat akan lebih konsumtif. Adapun beberapa contoh produk dari budaya populer di antaranya adalah film, fashion dan musik. Sebagai bagian dari budaya populer, dampak ini terlihat pada ranah industri musik.

Dengan berkembangnya teknologi di era internet ini, proses digitalisasi informasi sangat menekan jumlah produksi rilisan fisik seperti kaset pita, CD, serta piringan hitam. Hal ini dikarenakan bahwa penikmat musik beranggapan bahwa digitalisasi musik lebih efisien sehingga mereka dapat mendengarkan musik di mana saja. Namun, di balik kemudahan tersebut, aspek-aspek dalam permusikan seperti kualitas suara serta intensi awal dari musisi itu sendiri pun diabaikan⁹.

⁵ Terry Flew. *New Media: An Introduction*. 2005

⁶ Seo. *Digitalization Radically Changes The Music Industry*.

⁷ Shivanka Gautam. *Mass Culture vs. Popular Culture: Explained with Examples*

⁸ Richard Maltby. *Dreams for Sale: Popular Culture in the 20th Century*. Harrap. 1989

⁹ Ibid.

Contoh yang sangat jelas terlihat misalnya saja kini kita mampu mengakses informasi berupa audio, visual, maupun teks dalam satu platform yang kita kenal dengan YouTube. Selain itu, kita kini tidak perlu bingung menggunakan pemutar CD untuk mendengarkan musik karena kini kita dapat mengaksesnya secara digital melalui aplikasi seperti Soundcloud maupun aplikasi lainnya¹⁰. Adapun ciri-ciri dari *New Media* ini, menurut Lister, di antaranya adalah digitalisasi informasi, interaksi secara global, serta *virtual world*¹¹. Melihat *New Media* sebagai sebuah batu loncatan, misalnya saja, *major* label mulai menggunakan platform ini untuk meningkatkan popularitas mereka.

Munculnya *New Media* dalam industri musik dapat dilihat dari munculnya *digital music streaming* sebagai hegemoni yang mengubah pola orang-orang dalam menikmati musik. Sebagai contoh, Spotify adalah salah satu platform *digital music streaming* yang digunakan oleh para penikmat musik. Di balik popularitas Spotify yang terus meningkat, musisi, yang salah satu alasan mereka untuk menciptakan dan mendistribusikan karya mereka untuk bisa bertahan hidup, justru terus dieksploitasi oleh platform ini. Penyaluran dana kepada musisi kini hanya sebatas berapa kali lagu dari musisi tersebut diputar dan didengarkan di platform ini¹². Jika ditelaah lebih dalam lagi, *digital music streaming* yang menjadi hegemoni bagi para pendengar musik juga berdampak dari genre musik yang didengarkan oleh sebagian besar para pendengar musik.

“*Gucci Gang*” merupakan salah satu lagu populer dari Lil Pump. Musik berdurasi 2 menit 4 detik ini memiliki komposisi musik yang sangat ramah di telinga kebanyakan pendengar sehingga sangat wajar apabila kepopuleritasan musik “*Gucci Gang*” cepat sekali meroket. Namun, di balik melesatnya musik hip-hop “*Gucci Gang*” tersebut, secara tidak langsung, algoritma dari platform *digital music streaming* akan mempengaruhi genre musik apa yang akan lebih didengar oleh sebagian besar dari para pendengar musik. Dalam hal ini, musik pop adalah genre musik yang akan lebih disorot oleh *digital music streaming*.

¹⁰ Stephen Littlejohn. *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publication

¹¹ Lister, M. *New media: A critical introduction*. London: Routledge. 2009

¹² Ted Mair. *New Hegemonies: Streaming Platforms and Music Production*. 2021

Ditinjau dari definisinya sendiri, musik pop atau musik populer merupakan salah satu genre musik yang memiliki beberapa ciri-ciri yaitu terjual atau didengar secara masif, dipublikasikan dalam format single, serta memiliki irama, melodi, serta syair yang ramah di telinga serta mudah diingat¹³. Berkebalikan dengan musik pop yang mendominasi serta digandrungi oleh para pendengar musik di *digital music platform*, Netlabel justru menawarkan beragam musik dengan komposisi yang berbeda dari kebanyakan musik yang beredar dan populer di *digital music streaming*.

Industri musik *mainstream* lebih menekankan pada prinsip ekonomi dimana keuntungan harus diperoleh sebanyak mungkin dengan cara mengikuti *trend* masyarakat umum¹⁴. Ketika *trend* musik pop sedang naik pada masyarakat umum, label industri besar juga akan menyuguhkan musik dengan *genre* yang sama. Hal ini akan membuat kita tidak heran apabila kita kerap menjumpai kemunculan banyak band lainnya dengan *genre* yang sama. Hal ini dilakukan guna meraih keuntungan sebanyak mungkin dengan membuat masyarakat menjadi konsumtif.

Dilansir dari *Mashable SE Asia*, label musik mendapatkan profit sekitar 80% dari jumlah tayangan musik dari *Spotify* dan *Apple Music* sementara sisanya (20%) adalah milik musisi tersebut. Dalam kasus ini, musisi yang terafiliasi dengan label rekaman tersebut hanya dijadikan sebagai komoditas untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya. Selain itu, kepemilikan hak cipta label musik terhadap musisi yang dinaunginya juga membuat konsumen tidak leluasa dalam menggunakan karya musik tersebut. Hal ini dikarenakan kebijakan yang sedemikian rupa sehingga penggunaan aset, dalam hal ini musik, tanpa izin dari pihak label dikatakan sebagai pelanggaran hak cipta.

Hal-hal yang telah disebutkan di atas merupakan beberapa contoh dari realita industri musik yang ada pada saat ini. Keberadaan label musik yang seharusnya menaungi para musisi guna memaksimalkan potensi mereka justru

¹³ Matt Errey. *What Is Pop Music?*. Englishclub.com. 2021

¹⁴ Jerry Parker. *Trend Following Theory by Michael Covel*. Trendfollowing.com. 2020
<https://www.trendfollowing.com/trend/>

digunakan sebagai ajang untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin. Hal inilah yang dilihat oleh penulis sebagai sebuah momentum *Netlabel* untuk dapat lebih mengayomi para musisi ketimbang hanya mempermasalahakan untung rugi saja. Dengan jejaring sosial yang sangat luas, seharusnya *Major* label dapat lebih mengayomi musisi-musisi yang mereka naungi. Pasalnya, dengan jejaring sosial tersebut, akan sangat mudah bagi mereka untuk menaikkan kepopularitasan dari para musisi-musisi yang terikat dengan label musik tersebut¹⁵. Untuk menjawab keresahan mengenai fenomena dunia permusikan ini, lantas muncullah sebuah wadah untuk menampung karya-karya serta ide-ide dari para musisi yang dinamakan *Netlabel*.

Metode alternatif ini menyediakan keleluasaan baik dalam bentuk ide-ide maupun teknis. Keleluasaan ini dapat dilihat dari sistem Creative Commons (*CC*). Jika diamati dari segi teknis, *CC* memberikan keleluasaan kepada musisi karena pada dasarnya, *CC* adalah *nonprofit corporation* yang didesain sedemikian rupa supaya memudahkan musisi maupun para penikmat musik untuk menikmati serta membagikan karya tersebut kepada khalayak umum. Terlebih, *Netlabel*, yang menjadi bagian dari *CC* ini, lebih menekankan pada ide-ide dari pada musisi itu sendiri sehingga tidak ada standar atau keharusan bagi para musisi untuk mengikuti trend dari pasar *mainstream*. Dalam hal ini, *Netlabel* menawarkan sistem lisensi publik melalui *CC* yang menguntungkan bagi para musisi. *CC* memberikan keleluasaan bagi semua kalangan, termasuk musisi itu sendiri, sehingga para musisi lebih leluasa untuk menghasilkan karya sesuai dengan standar yang mereka buat¹⁶.

Adapun setelah didirikannya *Netlabel* pertama di Indonesia, yaitu *Yes No Wave*, kemunculannya kini kian bertambah. Hingga saat ini, dilansir dari Indonesian Netlabel Union (INU), setidaknya ada sekitar 17 *Netlabel* Indonesia yang tergabung dalam serikat ini¹⁷. Jumlah *Netlabel* yang tergabung dalam serikat

¹⁵ Heather McDonald. *Peran Label Rekaman di industri Musik*. *Id.chalized.com*. 2019 <https://id.chalized.com/peran-label-rekaman-di-industri-musik/>

¹⁶ Creative Common. *About CC License*.2020 <https://creativecommons.org/about/cclicenses/>

¹⁷ Admin. *Indonesian Netlabel Union (INU)*. 2018 http://p2k.itbu.ac.id/id3/3053-2950/Indonesian-Netlabel-Union_133718_p2k-itbu.html

musik tersebut belum termasuk *Netlabel* lainnya yang masih tersebar luas di Indonesia⁸. Beberapa *Netlabel* yang cukup familiar pada skena permusikan di Indonesia di antaranya adalah *Kolibri Records*, *Anoa Records*, *Blackandjje Records*, serta *Irama Records*. Penulis mengamati bahwa kehadiran *Netlabel* ini kini keberadaannya telah hadir di Kota Semarang. Salah satu *Netlabel* tersebut bernama *Irama Records*. Sejauh yang diketahui oleh penulis, setidaknya ada tiga.

Netlabel ternama di kota Semarang yang di antaranya adalah *Vituz Records* dan *Nomaden Records*. Sayangnya, kedua *Netlabel* ini sedang vakum dalam industri permusikan di Kota Semarang dan hanya menyisakan *Irama Records* saja.

Netlabel Irama Records ini merupakan sebuah label rekaman independen yang didirikan untuk pertamakalinya di Semarang pada tahun 2019. *Netlabel* yang didirikan oleh Sani, selaku vokalis dari band lokal Semarang, Good Morning Everyone, ini memiliki tujuan untuk menampung karya-karya musisi lokal di Kota Semarang dengan cara mempublikasikan karya mereka secara digital melalui website resminya di Iramarecords.com¹⁸

Penulis melihat bahwa hadirnya *Netlabel* sebagai alternatif bagi para musisi independen, khususnya di Kota Semarang, menjawab keluh kesah dari para musisi yang ingin menyalurkan bakat mereka tanpa harus menghilangkan idealisme mereka. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis mencoba untuk menganalisis *Netlabel Irama Records*. Hal ini dimaksudkan untuk membuktikan apakah *Netlabel Irama Records* mampu menjadi batu loncatan ataupun memberikan dampak yang signifikan bagi para musisi di Kota Semarang yang memutuskan untuk berkarir sebagai musisi. Penulis memfokuskan penelitian dengan melakukan *in-depth* interview terhadap *Netlabel Irama Records* dan juga para musisi yang berada di bawah naungan *Netlabel tersebut*. Untuk dapat menjelaskan seberapa efektif peran *Netlabel Irama Records* sebagai wadah yang menaungi para musisi di Kota Semarang, penulis akan mengamati perbedaan yang dirasakan dari para musisi di Kota Semarang sebelum dan sesudah bergabung dengan *Netlabel Irama Records*.

¹⁸ Irama Records. *Digital Distribution*. 2019 <https://www.iramarecords.com/>

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, berikut adalah rumusan permasalahan dalam diskusi ini yaitu :

1. Bagaimana peran *Netlabel* Irama Records sebagai media alternatif publikasi musik independen di Kota Semarang?
2. Seberapa efektif peran *Netlabel* Irama Records sebagai media alternatif publikasi musik independen di Kota Semarang?

1.3 Fokus Penelitian

Untuk membuat pembahasan dalam diskusi ini menjadi lebih spesifik, peneliti memfokuskan penelitian ini dengan membahas mengenai publikasi dari *Netlabel* bernama Irama Records.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah memahami bagaimana peran *Netlabel* Irama Records dalam publikasi musik independen di Kota Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk menambah pengetahuan referensi baru mengenai *Netlabel*, dan publikasi musik independent di Indonesia khususnya di Semarang. Juga sebagai persyaratan kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian mengenai peran *Netlabel* dalam bidang publikasi musik independen. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi pada analisis mengenai *Netlabel* dalam industri musik di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan industri musik, terutama di Indonesia.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan dilakukannya penelitian ini, pihak-pihak yang berkaitan dengan industri musik di Kota Semarang, mengetahui keberadaan *Netlabel* yang ada di Kota Semarang. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti berharap bahwa ke depannya, karya-karya musisi independen dapat disalurkan melalui *Netlabel* yang ada di Kota Semarang.

1.6 Lokasi dan Tatakala Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kota Semarang, Jawa Tengah.

1.6.2 Tatakala Penelitian

Berikut ini adalah tatakala penelitian penulis:

No	Kegiatan	Maret 20				Apr-20				Mei 20				Juni 20				Juli 20				Agustus 20				Sep-20				Okt-20				Nov-20				Des-20				Jan-21				Feb-21				Mar-21				Apr-21				Mei-21							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
1	Penentuan Topik	█																																																															
2	Pembuatan Proposal					█				█				█				█				█				█				█				█				█				█				█				█				█											
3	Seminar Proposal																																																																
4	Pengumpulan Data																																																																
5	Analisis Data																																																																
6	Penulisan Laporan																																																																
7	Sidang Akhir																																																																

1.7 Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membagi penelitian ini menjadi 5 bab dengan deskripsi sebagai berikut:

Bab 1 berisikan mengenai latar belakang permasalahan yang membuat penulis memutuskan untuk mengkaji permasalahan ini. Penulis menjelaskan mengenai fenomena *Netlabel* yang kini mulai muncul dalam ranah industri musik di Indonesia. Setelah menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, penulis beralih pada rumusan permasalahan yaitu bagaimana peran *Netlabel* Irama Records sebagai media publikasi musik independen di Kota Semarang. Manfaat atau fungsi dari penelitian ini mencakup apa yang bersifat teoritis maupun praktis. Metodologi penelitian ini memaparkan secara ringkas hal-hal yang berkaitan seperti rancangan penelitian, prosedur penelitian, alat ukur yang diaplikasikan, parameter yang diamati, sampel, teknik analisis, serta metode ujinya. Lokasi penelitian dan tatakala penelitian menjabarkan di mana penelitian dilakukan, termasuk jadwal serta waktu penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan

laporan akhir menjabarkan mengenai format dan sistematika penulisan laporan akhir berdasarkan bab-bab yang telah digariskan.

Bab 2 menjelaskan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam pembahasan *Netlabel* sebagai alternatif publikasi musik independen di Kota Semarang. Selain itu, bab ini berisikan penjabaran mengenai data yang didapatkan melalui buku, jurnal ilmiah, maupun hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjawab asumsi-asumsi permasalahan dalam penelitian ini.

Bab 3 berisikan penjabaran yang lebih mendetil terkait dengan rancangan penelitian, prosedur penelitian, teknik penarikan sampel beserta kriterianya (termasuk populasinya), penetapan variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, teknik analisis serta metode-metode lainnya.

Bab 4 membahas mengenai hasil penelitian dalam bentuk data yang berupa hasil transkrip dari wawancara yang sebelumnya berformat audio. Pembahasan lebih menekankan pada pemberian makna dari data audio yang telah ditranskripkan dengan membandingkan hasil tersebut dengan teori atau data pengetahuan dari hasil riset pihak lain, serta mengimplikasikan data yang diperoleh untuk ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya. Selain hal tersebut, pembahasan mengenai kelemahan serta keterbatasan penelitian ini juga disertakan.

Bab 5 berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan. Isi dari kesimpulan ini meliputi hal-hal seperti pendapat baru, koreksi, koreksi pendapat lama, penguatan pendapat lama, atau menumbangkan pendapat lama sebagai jawaban atas tujuan penelitian ini. Saran yang disertakan juga merupakan kelanjutan dari simpulan yang berbentuk anjuran yang berkaitan dengan aspek-aspek seperti operasional, kebijakan, maupun konseptual.