

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Informan

4.1.1 Informan 1 (Irama Records)

Peneliti melakukan wawancara terhadap Mochammad Ichsan (Sani) selaku *founder* sekaligus *owner* dari netlabel Irama Records. Wawancara ini dilakukan di kediaman Sani pada tanggal 24 Oktober 2021. Irama Records sendiri pertama kali didirikan oleh Sani pada tahun 2018 silam dengan nama SS Milah. Cikal bakal dari didirikannya netlabel ini adalah keinginan Sani beserta anggota dari bandnya sendiri, Good Morning Everyone, untuk mempublikasikan Good Morning Everyone (GME) ke platform streaming musik digital Spotify. Pada awalnya Irama Records dibantu oleh agregator asal kota Jakarta. Namun seiring berjalannya waktu, Irama Records memutuskan untuk henggang dan menjalankan netlabelnya sendiri. Irama Records barulah aktif dalam pendistribusian musik pada tahun 2019 dengan memprioritaskan musisi dari kota Semarang. Namun, Sani menegaskan bahwa dia tidak memberikan limitasi pada para musisi yang ingin menyalurkan karya mereka pada Irama Records. Pasalnya, cakupan rilisan musik dari Irama Records kini tersebar dan berkembang hingga Jawa Tengah serta Yogyakarta.

Selama menjadi distributor musik, hampir 90% dari musik yang didistribusikan merupakan musisi dari kota Semarang yang saling mendukung satu sama lain. Hingga saat ini, Sani mengatakan bahwa semenjak pandemi COVID-19 yang melanda mulai dari tahun 2020 silam justru menaikkan trafik pendistribusian Irama Records. Sani mengutarakan bahwa setidaknya ada sekitar 100 rilisan Irama Records yang ditampung dari beberapa musisi di bawah naungan Irama Records. Adapun tampungan dari rilisan-rilisan Irama records tersebut disebarakan pada beberapa platform streaming musik digital seperti Spotify, Apple Music, Deezer, dan juga Langit Musik.

4.1.2 Informan 2 (Tiadhilm)

Tiad Hilm Sejati atau yang lebih dikenal dengan nama panggungnya Tiadhilm merupakan seorang musisi asal kota Semarang. Karya musiknya sangat didominasi oleh musik-musik beraliran soul, R&B serta rap. Hal ini tidak lain dan tidak bukan karena dia berkata bahwa Childish Gambino dan Stevie Wonder merupakan musisi yang memerikannya inspirasi dalam bermusik. Selama berkarya, Tiad sudah merilis beberapa singles yang dipublikasikan ke platform streaming musik digital Spotify. Beberapa lagu tersebut di antaranya bertajuk “*Sebelum Mati*”, “*Conundrum*”, “*SZN*”, dan “*Naked Orange*”. Tidak hanya berhenti sampai di situ, Tiad kemudian memutuskan untuk bergabung dengan Irama Records setelah mempertimbangkan beberapa hal dan pada akhirnya dia resmi bergabung sekitar bulan Agustus tahun 2021.

4.1.3 Informan 3 (Naufal Bahir)

Naufal Bahir merupakan informan ketiga yang juga merupakan salah satu solo musician asal Kota Semarang. Selama menciptakan musik, Bahir sudah merilis satu album bertajuk “*Kindergarten*” (2020) serta EP-nya yang berjudul “*Haua: Story of Dieng*” (2021). Bahir sendiri dikenal dengan permainan keyboardnya karena alat instrumen utamanya adalah piano. Namun demikian, Bahir mengeksplorasi *style* dari musiknya dengan mengkombinasikannya dengan *beat drum* yang sangat *groovy* serta betotan bass yang sangat harmonik. Hal yang lebih menonjol dari karya musik Bahir adalah semua musiknya tidak ber lirik. Keunikan ini dilihat oleh Irama Records dan pada akhirnya Naufal Bahir resmi bergabung dengan Irama Records pada tanggal 14 Agustus 2020 yang kebetulan bertepatan dengan dirilisnya album pertamanya yang berjudul “*Kindergarten*”.

Bergabung dengan Irama Records itu pada tanggal 14 Agustus 2020 yang bertepatan dengan rilisnya album pertama dari mas Nauval yang berjudul “*Kindergarten*”. Alasannya adalah kenyamanan. Di dalam Irama itu lingkungan

serta para musisi yang dinaungi irama records itu teman-teman saya sendiri dan saya berteman baik dengan mereka. Prospeknya sepertinya bagus makannya saya tertarik. Dampak atau feedback dari bergabungnya ke irama records itu pertama relasinya bertambah karena banyak artist naungan irama records yang tadinya tidak kenal jadi lebih kenal. Digital platformnya sangat dibantu dengan salah satunya dimasukkan ke beberapa playlist luar negeri. Irama records sendiri juga bikin showcase di Suara Irama #1 dipanggil dengan artist-artist irama records Dendi Nata dan Manywaves. Ada juga acara Irama Records tapi karena pandemi sedang naik kemudian dipending.

4.1.4 Informan 4 (Endivva)

Endivva merupakan seorang penyanyi, songwriter, sekaligus pianist yang kebetulan merupakan tetangga dari penulis. Endivva sendiri dikenal sebagai *solo artist* yang mulai dilirik setelah beberapa lagu andalan resmi dipublikasikan di Spotify. Singlenya bertajuk *The Japanese Guy* yang dirilis pada tahun 2020 silam kini telah didengar lebih dari 7000 kali. Seiring berjalannya waktu, Endivva memutuskan untuk bergabung dengan Irama Records pada Desember 2020. Dia percaya bahwa Irama Records dapat memberikan dampak signifikan terhadap karya-karya yang dia ciptakan.

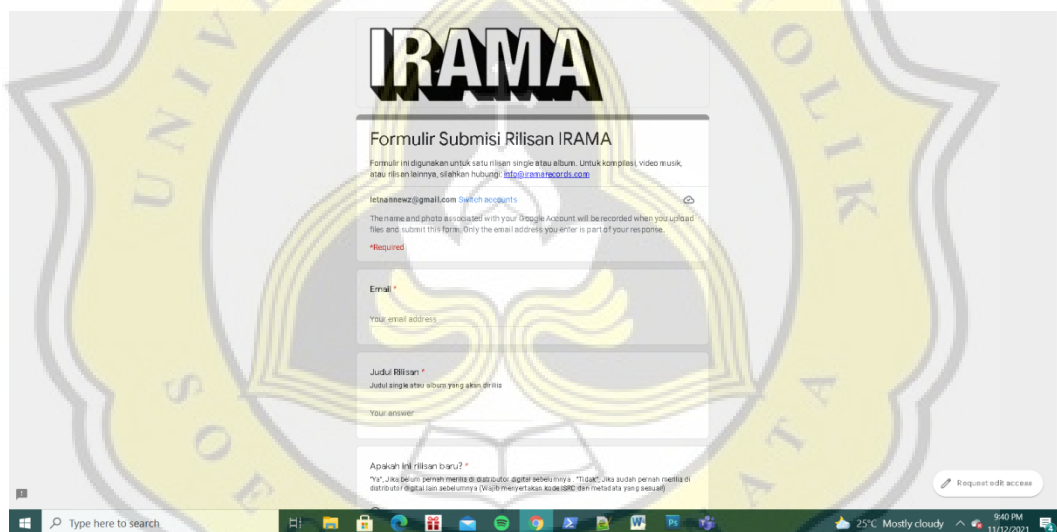
4.2 Hasil Wawancara

4.2.1 Irama Records

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis pada tanggal 24 Oktober 2021 kepada Mochamad Ichsan Sani selaku founder serta pemilik dari Irama Records, latar belakang dibentuknya netlabel Irama Records pada tahun 2018 silam dilatarbelakangi Sani yang kebetulan juga merupakan musisi dari salah satu band lokal di Kota Semarang bernama Good Morning Everyone (GME). Sebagai seorang musisi, Sani ingin membantu para musisi, terutama mereka yang dibilang sebagai *new comer* yang belum pernah *show up* ke publik. Sebagai perwujudan Sani dalam mendukung para musisi yang ingin mendistribusikan karya mereka, Sani tidak menyematkan spesifikasi genre musik karena Irama Records sendiri murni ingin menjadi wadah untuk pendistribusian musik. Hal ini berbeda dengan

major label yang biasanya memiliki kriteria genre yang harus dipenuhi oleh para musisi. Hal terpenting yang diutamakan oleh Sani adalah *authenticity* dari tiap karya dari para musisi dan Sani sudah menuliskannya di *terms and conditions* yang dicantumkan di website Irama Records.

Adapun salah satu cara Sani untuk memperkenalkan para musisi *new comer* ini adalah dengan membuat showcase bagi para musisi pendatang baru tersebut. Terlepas dari pembuatan showcase, Sani juga melakukan followup pada musisi yang telah melakukan submisi pada website Irama Records yang kemudian akan diteruskan dengan mempublikasikannya ke beberapa platform musik digital maupun konvensional seperti rilisan fisik berbentuk kaset pita maupun cakram padat.



Gambar 4.1 Halaman Formulir Submisi Irama Records

Sumber : www.iramarecords.com

4.2.2 Informan 2 (Tiadhilm)

Dari hasil wawancara yang dilakukan, keputusan Tiad Hilm Sejati untuk bergabung dengan Irama Records sudah dipikirkan secara matang dari tempo hari. Di tengah wawancara, Tiad mengatakan bahwa dirinya sudah lama mengetahui keberadaan Irama Records karena kebetulan musisi-musisi yang berada di bawah naungan Irama Records adalah teman Tiad sendiri. Selain itu, alasan utama Tiad bergabung ke Irama Records adalah karena sebelumnya dia sempat menghubungi

sebuah promotor dari Amerika bernama Distrokid. Setelah melakukan percakapan cukup panjang, Tiad mendapati bahwa biaya di Distrokid terbilang cukup mahal. Keterbatasan bahasa juga salah satu alasan yang membuatnya memutuskan untuk bergabung dengan Irama Records. Hal yang paling dirasakan berdampak setelah bergabung dengan Irama Records adalah karya musiknya lebih banyak diputar di aplikasi streaming musik digital Spotify. Setelah berhasil masuk ke salah satu playlist official Spotify yang berjudul “*Best Fines Indonesia*”, jumlah streaming dari musik Tiad naik secara signifikan. Lagunya yang bertajuk “*SZN*” yang telah diputar sebanyak 58.000 kali serta “*Naked Orange*” sebanyak 11.000 kali.

4.2.3 Informan 3 (Naufal Bahir)

Setelah bergabung dengan Irama Records sejak tanggal 14 Agustus 2020 silam, hingga saat ini Naufal Bahir terus bermusik dan menciptakan karya-karya baru. Single bertajuk “*Bingung Gawe Opo*” yang dirilis pada tahun 2021 ini merupakan salah satu karyanya setelah bergabung dengan Irama Records. Dalam wawancara yang dilakukan terhadap Naufal, dia mengatakan bahwa latar belakang yang menjadi pertimbangannya untuk bergabung dengan Irama Records adalah karena kebanyakan musisi yang berada di bawah naungan Irama Records adalah teman-teman dari Naufal yang sudah dikenal sejak lama.

Adapun dampak positif yang dirasakan oleh Naufal semenjak bergabung dengan Irama Records pada bulan Agustus tahun silam adalah relasinya yang kian bertambah. Kemudian dari sisi digital platform, engagement dari Irama Records mampu menaikkan traffic musik Naufal di Spotify. Dampaknya, salah satu lagu Naufal, “*Cukup*” sudah diputar di Spotify hingga 50.000 kali. Selain itu, karena sudah lebih lama bergabung dengan Irama Records, Naufal juga pernah diajak untuk mengikuti showcase yang diselenggarakan oleh Irama Records pada tahun 2020 yaitu “*Swara Irama #1*”. Namun, karena pandemi COVID-19 yang kian meningkat, belum ada showcase lagi yang diselenggarakan oleh Irama Records. Namun demikian, sejauh ini Naufal merasa bahwa Irama Records sebagai netlabel mampu menaungi musisi-musisi, termasuk dirinya sendiri, dengan maksimal dan optimal.

4.2.4 Informan 4 (Endivva)

Setelah bergabung dengan Irama Records sekitar bulan Desember tahun lalu, Endivva makin yakin untuk menciptakan banyak lagi musik-musik baru. Di tengah wawancara, Endivva mengatakan bahwa alasannya bergabung dengan Irama Records adalah karena kebetulan Endivva sudah cukup kenal dengan Sani selaku pemilik Irama Records. Ditambah lagi, beberapa musisi yang berada di bawah naungan Irama Records adalah teman dari Endivva sendiri sehingga dia makin merasa yakin untuk bergabung.

Dari tuturan Endivva, dia mengatakan bahwa dampak yang dia rasakan setelah bergabung dengan Irama Records adalah peluangnya untuk mendapatkan banyak jejaring serta relasi baru, pendengar baru, serta peluang untuk mengisi acara-acara baik yang diselenggarakan oleh Irama Records itu sendiri ataupun dari pihak lain. Dari segi publikasi, Irama Records dirasa oleh Endivva mampu untuk menaikkan trafik dari musiknya karena dia melihat bahwa Irama Records adalah salah satu netlabel yang dilirik oleh orang-orang dalam skena musik di Kota Semarang.

4.3 Analisis

4.3.1 Kategori Kepuasan

Dalam mengkategorikan kepuasan, peneliti menggunakan parameter kepuasan berdasarkan teori yang diajukan oleh McQuail. Adapun penjelasan dari masing-masing komponen dari parameter kepuasan berdasarkan teori McQuail akan dijelaskan pada paragraf berikutnya.

4.3.1.1 Pengalihan (*diversion*)

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap empat informan yang terdiri dari Irama Records, Tiad, Naufal, dan juga Endivva, peneliti menemukan persamaan yang menjadi dasar pertimbangan informan untuk bergabung dengan Irama Records.

Wawancara pertama yang dilakukan terhadap Sani selaku pemilik Dari Irama Records menjelaskan bahwa alasan utama dari didirikannya netlabel ini adalah untuk menaungi para musisi-musisi, terutama para musisi pendatang baru, untuk dapat *show up* kepada publik. Pertimbangan ini didapatkan oleh Sani mengingat dirinya sendiri juga seorang musisi dari Kota Semarang. Dengan demikian, akan lebih mudah bagi Sani dalam mengambil setiap keputusan serta kebijakan yang pada akhirnya akan membuat para musisi di Kota Semarang untuk bergabung dengan Irama Records. Hal inilah yang menjadi poin utama yang ditegaskan oleh Sani selaku founder serta pemilik Irama Records.

Berkaitan dengan teori *Uses and Gratification*, hal yang diperoleh oleh peneliti dari wawancara terhadap masing-masing narasumber dalam penelitian ini adalah dikarenakan keberadaan *major* label yang sudah sangat umum di skena musik di Indonesia. Keberadaan *major* label merupakan suatu keuntungan bagi beberapa musisi ternama untuk dapat lebih mendapatkan *engagement* yang pada dasarnya adalah komunikasi dua arah dengan tujuan untuk mendapatkan *positive* feedback dari dua belah pihak⁴². Dalam hal ini, musisi akan diuntungkan karena akan lebih dapat dikenal oleh khalayak umum karena label yang menaungi musisi tersebut sudah terkenal. Dari segi label, bergabungnya para musisi dengan label tersebut juga memberikan *feedback positive* yaitu seiring meningkatnya *engagement* dari label, musisi akan lebih banyak menerima pendapatan dari karya yang mereka ciptakan. Namun, permasalahan yang dialami oleh para musisi pendatang baru biasanya dikarenakan beberapa faktor seperti rumitnya alur serta persyaratan yang harus dipenuhi dan biasanya konsep karya musik dari para musisi pendatang baru ini tidak sesuai dengan kriteria standar yang sudah ditetapkan oleh *major* label. Temuan dari hasil wawancara ini sesuai dengan teori Mcquail yang menjelaskan bahwa khalayak memiliki peran aktif untuk memilih media yang mampu menunjang target serta tujuan awal yang ingin dicapai oleh mereka. Mcquail juga menjelaskan lebih lanjut bahwa pada dasarnya,

⁴² Syarief Hidayatullah. *Pengertian Engagement di Media Sosial dan Cara Mengukurnya*. Marketing Craft. 2020.

pertimbangan khalayak dalam menentukan media yang ingin mereka gunakan kembali pada tujuan atau capaian yang ingin mereka wujudkan.⁴³

Kehadiran netlabel Irama Records mampu menjawab keresahan para musisi pendatang baru, terutama di Kota Semarang, di tengah dilema ini. Hal ini ditemukan oleh peneliti setelah melakukan wawancara dengan informan 2 yaitu Tiad. Informan 2 (Tiad) mengkonfirmasi bahwa selama proses bergabung dengan netlabel Irama Records, Sani tidak memungut biaya sama sekali. Selain itu, Tiad mengatakan bahwa netlabel Irama Records tidak memiliki standar atau kriteria khusus dalam persyaratannya sehingga hal ini merupakan nilai tambahan yang menjadi pertimbangan para musisi pendatang baru di Kota Semarang untuk bergabung dengan netlabel Irama Records. Pernyataan Tiad tersebut juga didasarkan dari pengalamannya sebagai seorang musisi di masa lalu. Sebelum bergabung dengan netlabel Irama Records, Tiad sempat menghubungi promotor dari Amerika bernama Distrokid. Baginya, Distrokid merupakan promotor yang cukup besar sehingga harapan ke depannya adalah karyanya dapat lebih dikenal oleh khalayak umum. Namun, setelah masuk ke sesi negosiasi harga, Tiad mendapati bahwa biaya untuk promosi karya musiknya terbilang cukup mahal sehingga Tiad memutuskan untuk mengurungkan niatnya menggunakan promotor Distrokid. Di saat yang bersamaan, dia mengetahui keberadaan netlabel Irama Records dan persyaratan serta biayanya sangat berbanding terbalik dengan *major* label. Pada akhirnya, Tiad memutuskan untuk bergabung dengan netlabel Irama Records pada bulan Agustus 2021.

4.3.1.2 Relasi Personal

Adapun berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap keempat informan, peneliti menemukan persamaan dalam hal relasi personal. Pemilihan netlabel Irama Records sebagai wadah yang mampu menaungi para musisi juga diutarakan dari masing-masing informan. Meskipun dalam konteks ini, para informan merupakan pelaku penggiat musik, mereka juga menjadikan musik sebagai sarana bagi mereka untuk mencari pertemanan serta fungsi sosial.

⁴³ Mcquail Denis. *Journalism and Society*. London:Sage. 2013

Terlepas dari faktor bisnis, pertemanan adalah salah satu pertimbangan para informan dalam memilih Irama Records sebagai netlabel yang mampu menaungi karir bermusik dari masing-masing informan. Dari keempat informan, ditemukan persamaan yang mampu meyakinkan para informan yang juga berprofesi sebagai musisi. Alasan tersebut adalah karena nuansa yang diberikan Irama Records terkesan *friendly*. Hal ini dikarenakan ketiga narasumber yaitu Tiad, Naufal, dan Endivva memiliki banyak teman-teman musisi yang juga tergabung dalam Irama Records sehingga semakin meyakinkan tekad mereka untuk bergabung dengan Irama Records.

Mengingat Sani juga merupakan salah satu seorang musisi di Kota Semarang, Irama Records selalu menekankan *value* ataupun prinsip dasar dari didirikannya netlabel di Kota Semarang. Dalam penekanan *value* tersebut, ide maupun gagasan yang dibawa oleh Sani dalam Irama Records akan mudah ditemukan oleh para musisi di Kota Semarang salah satunya karena dasar pertemanan. Hal ini juga mencerminkan salah satu poin dari teori *Uses and Gratification* dari Mcquail yang menjelaskan bahwa media bukan satu-satunya sumber pemuas bagi khalayak. Selain media itu sendiri, di sini khalayak mempertimbangkan media yang dipilih dengan mendapatkan bahan percakapan serta interaksi sosial karena khalayak tersebut memiliki jejaring pertemanan di lingkup media tersebut.⁴⁴

Sebelum bergabung dengan netlabel Irama Records, para musisi pendatang baru di Kota Semarang – Tiad, Naufal, dan Endivva – sudah lebih dulu mengenal Sani dari jejaring pertemanan antar musisi di Kota Semarang. Hal ini membuat para musisi tidak merasa teralienasi karena *circle* netlabel ini sudah tidak asing bagi para informan. Dengan demikian, pemaknaan dari *value* netlabel Irama Records akan lebih mudah diterima karena interaksi antara netlabel dengan para musisi ini tidak hanya terjadi di lingkup Irama Records melainkan tiap kali para informan ini berkomunikasi dengan Sani selaku pemilik dan founder Irama Records. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan

⁴⁴ Mcquail Denis. *Journalism and Society*. London:Sage. 2013

oleh Denis McQuail dimana hubungan personal terpenuhi apabila media oleh para informan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana pengganti pertemanan⁴⁵.

4.3.1.3 Identitas Pribadi

Berkaitan dengan poin relasi personal, hal ini menjadi landasan identitas pribadi dari masing-masing informan yang telah diwawancarai oleh peneliti. Dimulai dari netlabel Irama Records itu sendiri, Sani mengatakan bahwa sebagai seorang pemusik pula, ia mengatakan bahwa tujuan dari didirikannya netlabel Irama Records adalah sebagai wadah bagi para musisi, terutama bagi mereka pendatang baru, untuk dapat dikembangkan dan *dishowup* ke publik. Maka dari itu, Sani tidak memberikan limitasi pada genre musik sehingga siapa saja dapat melakukan submisi ke laman website Irama Records. Hal paling utama yang ditegaskan oleh Sani adalah *authenticity* dari musik yang disubmit. Selain demikian, pendaftaran untuk melakukan submisi ini gratis sehingga semua musisi dapat mengajukan karya mereka. Hal ini terlihat dari jenis musik yang dimiliki oleh informan 2, informan 3, dan informan 4. Meskipun beragam, namun Irama Records tetap memutuskan untuk menaungi ketiga musisi tersebut karena *authenticity* dari karya-karya musik mereka. Hal ini tidak akan ditemui oleh para ketiga informan itu apabila mereka mencoba untuk bergabung dengan label besar ataupun label musik lain.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara terhadap keempat informan, peneliti menemukan bahwa netlabel Irama Records mampu berkompetisi dengan *major* label. Jika pada *major* label para musisi dituntut untuk memenuhi kriteria minimum yang sudah ditetapkan berkaitan dengan karya musik yang akan dipublikasikan maupun disubmisi, netlabel Irama Records, sebaliknya, tidak memberikan spesifikasi maupun kriteria tertentu. Poin ini merupakan *value* yang dimiliki oleh Irama Records. Di sisi lain, *value* ini adalah hal yang paling ditekankan dan dicari oleh para informan yang juga merupakan musisi pendatang baru di Kota Semarang. Dengan keberadaan netlabel Irama Records ini, pemenuhan atas *value* yang dimiliki oleh masing-masing informan menemukan

⁴⁵ Mcquail Denis. *Journalism and Society*. London:Sage. 2013

titik cerah karena para informan merasa bahwa Irama Records memiliki *value* yang sama sehingga pada akhirnya para informan memutuskan untuk bergabung dengan netlabel Irama Records⁴⁶. Dengan demikian, poin identitas pribadi berdasarkan teori *Uses and Gratification* terpenuhi karena menurutnya, khalayak menemukan poin-poin maupun nilai yang menunjang nilai-nilai pribadi dari masing-masing mereka. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa khalayak memiliki kesamaan poin-poin (*values*) dengan media yang mereka pilih.

4.3.1.4 Pengawasan (*surveillance*)

Dari wawancara yang dilakukan terhadap keempat informan, peneliti menemukan bahwa output atau hasil yang diterima oleh informan 2, informan 3, dan informan 4 sejalan dengan visi misi dari Sani (informan 1) sebagai netlabel yang mampu menaungi para musisi di Kota Semarang.

Dari ketiga informan tersebut, dampak positif yang dirasakan setelah bergabung dengan Irama Records beragam. Secara umum, ketiga informan tersebut mengatakan bahwa setelah bergabung dengan Irama Records, mereka mendapatkan relasi serta jejaring baru yang sebelumnya tidak mereka dapatkan. Selain itu, sebagai distributor, netlabel Irama Records mampu memberikan dampak signifikan bagi para musisi tersebut yaitu naiknya jumlah streaming para musisi tersebut di platform musik digital Spotify. Selain itu, beberapa musisi tersebut juga sudah pernah diajak untuk mengikuti showcase yang diselenggarakan baik oleh Irama Records maupun dari label lain. Beberapa hal tersebut merupakan beberapa bukti konkret media massa apabila dilihat dari segi pengawasan (*surveillance*).

Sebelum mengambil keputusan dalam memilih suatu media, khalayak secara sadar mempertimbangkan apakah media yang dipilih mampu memberikan informasi ataupun menyelesaikan permasalahan dari masing-masing individu dengan harapan bahwa media tersebut dapat membantu mereka untuk mencapai tujuan masing-masing. Dalam konteks ini, Irama Records sebagai media yang dipilih oleh khalayak melakukan pengawasan pada khalayak (para musisi yang

⁴⁶ Mcquail Denis. *Journalism and Society*. London:Sage. 2013

bergabung dengan netlabel ini) dengan membantu para musisi yang bergabung dengan netlabel ini untuk dapat lebih dikenal di ranah umum.

Dalam upayanya sebagai pengawas, Irama Records membukakan jalan bagi para musisi dengan cara meningkatkan engagement terhadap karya para musisi. Hal ini dilakukan dengan berbagai macam cara seperti misalnya melibatkan para musisi dalam acara pementasan atau *showcase* yang diselenggarakan Irama Records, memasukkan beberapa karya dari para musisi ke *official* playlist di Spotify serta mempromosikan karya musik dari para musisi melalui media sosial Irama Records. Sebagai objek yang diawasi, para musisi di bawah naungan Irama Records secara sadar memahami bahwa Irama Records adalah media yang merepresentasikan *value* yang dimiliki oleh masing-masing musisi.

Meskipun dari sisi popularitas netlabel Irama Records jauh lebih kecil dibandingkan dengan *major* label, Irama Records lebih menekankan *values* yang dicari oleh para musisi pendatang baru terutama di Kota Semarang. Terlebih, dengan adanya sosok Sani selaku penemu dan pemilik netlabel Irama Records ini, *values* dari masing-masing musisi dan netlabel akan lebih sinkron atau lebih dapat dipahami mengingat informan juga sudah mengenal Sani dari jejaring pertemanan jauh hari sebelum Irama Records didirikan. Dengan frekuensi komunikasi yang lebih sering atas dasar pertemanan ini, akan lebih memungkinkan bagi kedua belah pihak untuk saling memahami *values* satu sama lain sehingga pada akhirnya para musisi pendatang baru ini memantapkan diri untuk memilih netlabel Irama Records daripada *major* label. Terlebih, setelah bertemunya *values* dari kedua belah pihak, para informan juga sudah merasakan dampak yang signifikan bagi karya musik mereka setelah bergabung dengan Irama Records. Pada akhirnya, kesadaran atas kesamaan *value* antara para musisi pendatang baru dengan netlabel *Irama Records* ini memberikan keputusan bagi para musisi pendatang baru untuk menjadikan netlabel Irama Records sebagai media alternatif publikasi dari karya musik mereka. Dalam hal ini, *major* label dikesampingkan oleh mereka karena dari segi kegunaan dan kepuasan, media netlabel Irama Records mampu memenuhi kriteria berdasarkan teori *Uses and Gratification* dari McQuail.

Terlebih, Mcquail menjelaskan bahwa salah satu alasan khalayak secara aktif menggunakan media adalah pengawasan (*surveillance*) yaitu bagaimana media mampu membantu individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu⁴⁷. Dalam hal ini, netlabel Irama Records adalah media yang dipilih oleh khalayak atas dasar kesadaran penuh bahwa media tersebut mampu memenuhi tujuan masing-masing individu di dalamnya untuk mengembangkan karya musik mereka serta untuk dapat lebih dikenal oleh khalayak umum.

4.3.2 Terbentuknya Kepuasan

Dari beberapa kategori kepuasan yang telah dipaparkan di atas, ditemukan bahwa para informan memiliki kecenderungan untuk memilih netlabel Irama Records sebagai distributor dari karya musik yang mereka ciptakan karena adanya motivasi intinsik. Motivasi intrinsik itu sendiri diperoleh dengan bergabungnya para informan dengan Irama Records sehingga dari situlah tercipta kepuasan batin dari masing-masing informan karena ekspektasi mereka sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

Mengetahui bahwa jika dibandingkan dengan label lain, netlabel Irama Records mau dan mampu memberikan keleluasaan bagi para musisi untuk melakukan submisi terhadap karya mereka di laman Irama Records. Submisi ini juga tidak dipungut biaya serta tidak diberikan limitasi dalam hal genre musik sehingga siapa saja bisa melakukan submisi selama karya musik mereka *authentic*.

Selain hal tersebut, ketiga informan tersebut juga menggarisbawahi faktor pertemanan sebelum bergabung dengan Irama Records. Karena para informan memiliki teman-teman musisi yang juga berada di bawah naungan Irama Records, maka mereka semakin yakin untuk bergabung dengan Irama Records. Karena hal ini juga, suasana *friendly* pun tercipta di dalamnya sehingga hingga saat ini, mereka masih bergabung dan menanti-nanti acara showcase selanjutnya yang akan diselenggarakan oleh Irama Records.

⁴⁷ Mcquail Denis. *Journalism and Society*. London:Sage. 2013

Dilihat dari sudut pandang *new media*, netlabel Irama Records dapat dikatakan sebagai media alternatif bagi para musisi di Kota Semarang untuk mempublikasikan karya mereka karena beberapa hal. Salah satunya adalah format karya yang *compact* sehingga dapat dengan mudah diakses oleh para pengguna pada platform tertentu, misalnya *Spotify*. Dalam hal ini, narasumber dalam pembahasan ini yang merupakan bagian dari audience, menganggap bahwa Irama Records memiliki *unique selling point* yang sangat erat dengan ciri-ciri *new media*. Dalam mempublikasikan karya dari para musisi yang berada di bawah naungan Irama Records, Sani selaku pendiri dari netlabel ini memanfaatkan platform *Instagram* untuk menunjang popularitas dari para musisi Irama Records dengan cara menggunakan caption yang mengandung tautan berisikan *hyperlink/link* yang mengarah pada platform *Spotify* sehingga audiens dengan mudah dapat mengakses informasi tersebut dan memutuskan untuk melakukan interaksi dengan menekan *hyperlink* tersebut. *Spotify* sebagai platform yang digunakan Netlabel Irama Records untuk mempublikasikan karya musisi di Kota Semarang memiliki beberapa *advantages/keunggulan* di antaranya adalah bentuk konten yang konvergen, fitur yang memungkinkan adanya interaksi baik dari khalayak umum terhadap karya musik dari musisi di Kota Semarang, algoritma dari platform *Spotify* untuk memberikan rekomendasi sesuai dengan preferensi dari khalayak umum atas selera musik/aliran musik yang mereka dengarkan, serta *global networks* yang memungkinkan karya dari para musisi di bawah naungan netlabel Irama Records untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pengambilan keputusan para musisi netlabel Irama Records — Tiadhilm, Naufal Bahir, dan Endivva untuk memilih Irama Records sebagai media alternatif dalam publikasi karya bagi para musisi di Kota Semarang tidak lepas dari keputusan Sani, selaku pendiri Irama Records, untuk mengintegrasikan publikasi karya musik mereka dengan memanfaatkan kanal *music streaming Spotify*. *Spotify* memiliki fitur dan ciri-ciri yang terdapat konsep *New Media* dari Littlejohn di antaranya adalah format audio digital yang dapat diakses dengan mudah

menggunakan internet⁴⁸. Selain itu, *Spotify* juga memiliki fitur lirik sehingga audiens dapat mendengarkan audio dari karya musisi di bawah naungan Irama Records. Dalam beberapa lagu tersebut, juga terdapat *visual background* yang mampu memberikan nuansa tersendiri bagi khalayak umum yang mendengarkan lagu tersebut. Selain itu, lagu yang dipublikasikan oleh netlabel Irama Records di platform *Spotify* dapat disebarluaskan ke sosial media seperti *Insagram* dan *Twitter* sehingga potensi karya musik dari para musisi di bawah naungan netlabel Irama Records dapat dikenal dan dijangkau oleh audiens dengan skala yang lebih besar. Selain itu, fitur *like* pada platform *Spotify* dapat dilakukan oleh audiens sehingga musik tersebut dapat tersimpan dalam *private playlist* mereka. Berkaitan dengan hal tersebut, algoritma dari *Spotify* memungkinkan para audiens untuk mendapatkan rekomendasi musik sesuai genre/musik yang mereka simpan dalam *playlist* mereka. Dengan kata lain, kemungkinan audiens untuk merekomendasikan atau memunculkan musik-musik dari para musisi netlabel Irama Records di platform *Spotify*. Selain itu, *Spotify* juga memiliki algoritma *global networks* yang memungkinkan audiens atau khalayak umum untuk berkomunikasi baik dengan netlabel Irama Records maupun para musisi dibawah naungan Irama Records dengan cara menekan fitur *follow* di profil *Spotify* mereka. Selain itu, *Spotify* juga menyediakan fitur biografi singkat pada setiap profil musisi yang terdapat dalam platform ini sehingga baik para musisi maupun netlabel Irama Records untuk mencantumkan akun *social media* mereka seperti *website*, akun *Instagram*, dan lain sebagainya. Kepuasan dari khalayak (dalam hal ini, musisi di bawah naungan netlabel Irama Records), tercipta karena fitur-fitur dari *new media* yang terdapat dari platform *Spotify* yang digunakan oleh Irama Records dalam mempublikasikan karya musik mereka merupakan *advantages* yang tidak dimiliki oleh *old media*/media konvensional.

Pada media konvensional, dalam konteks pembahasan ini, musik yang disuguhkan kepada khalayak umum adalah musik-musik atau karya yang mampu memberikan keuntungan bagi pihak terkait, misalnya *major label* sehingga

⁴⁸ Lister, M. *New media: A critical introduction*. London: Routledge. 2009. h.202

potensi atau peluang bagi para musisi pendatang baru di Kota Semarang untuk dipertunjukkan pada media konvensional sangat kecil dan bahkan tidak mungkin karena tidak sesuai dengan budaya populer atau fenomena yang sedang digandrungi oleh khalayak umum⁴⁹. Dengan membandingkan perbedaan media konvensional dengan netlabel Irama Records, sebagai salah satu bentuk dari *new media*, dapat dikatakan bahwa uraian dari kelebihan netlabel Irama Records dengan pemanfaatan *new media* seperti *Spotify* merupakan alasan kuat yang menjadikan netlabel Irama Records sebagai media publikasi alternatif bagi para musisi di Kota Semarang.



⁴⁹ Richard Maltby. *Dreams for Sale: Popular Culture in the 20th Century*. Harrap. 1989