

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Musik sebagai salah satu produk budaya dan bentuk seni manusia, tidak pernah kehilangan relevansinya seiring berjalannya waktu yang terus mengalami dinamika dan perubahan. Setiap era selalu menciptakan kebudayaan baru dan mengalami perkembangan budaya lama, karena sifat budaya sendiri yang dinamis dan dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan manusia. Pada awalnya, musik berfungsi sebagai bahasa perekat atau sarana persatuan yang dianggap suci, digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi dengan sesama, dengan alam sekitar, atau dengan kekuatan yang melebihi dirinya (Adorno, 1993). Seiring berjalannya waktu, musik yang awalnya bersifat sakral mengalami evolusi, dan sekarang banyak karya musik yang bersifat profan dan hanya dianggap sebagai sarana hiburan, rekreasi, atau sarana mengekspresikan diri.

Proses bermusik atau berkarya di bidang musik saat ini tentu terpengaruh oleh banyaknya budaya-budaya kontemporer baru, seperti budaya kontemporer skena. Menurut Sanita (2023), skena didefinisikan sebagai perkumpulan kolektif yang bertemu untuk saling bercengkerama bahagia hingga melakukan perjalanan atau berkelana. Lebih jelasnya, skena yang dimengerti oleh masyarakat saat ini, terutama para remaja lebih dimaknai dengan berbagai hal seperti preferensi musik, fashion, hingga coffee shop yang

sangat dekat dengan masyarakat saat ini. Skena dalam konteks bermusik pun mulai menjadi sebuah budaya kontemporer di masyarakat dengan istilah skena musik.

Skena musik menurut Simanjourang (2020) merujuk pada komunitas yang menjadi ruang interaksi antara musisi, penikmat, hingga ekosistem musik yang saling memiliki keterkaitan. Fenomena-fenomena ini mencerminkan potensi besar dan antusiasme yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia terhadap musik. Potensi dan antusiasme ini tidak hanya terbatas pada peran sebagai penggemar musik, tetapi juga terlihat dari minat untuk memulai karir sebagai musisi, sebagaimana tercermin dari banyaknya band-band musik indie baru yang bermunculan di kota Surabaya sebagai salah satu kota yang sedang mengalami perkembangan musik di dengan banyaknya band-band ciamik yang memulai karir mereka dari skena musik indie baik yang sudah memiliki jumlah basis fans yang besar, maupun mereka yang masih baru merintis asa untuk memiliki peluang bermusik dalam kerangka budaya skena musik saat ini.

Indie menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dapat diartikan sebagai bebas, merdeka, atau berdiri sendiri. Ketika merujuk pada sebuah band, istilah "band indie" mengacu pada band yang beroperasi secara mandiri dan independen, termasuk dalam hal pendanaan, mulai dari produksi, pemasaran, hingga distribusi. Terkadang, terdapat kebingungan terkait istilah "musik indie" atau "band indie", di mana beberapa orang mengira bahwa "indie" adalah salah satu aliran atau genre musik. Sebenarnya, musik indie memiliki

prinsip yang kokoh dan berakar pada sebuah idealisme bermusik yang kreatif, di mana band ini bebas untuk mengeluarkan ide-ide mereka dan memilih jalur mereka sendiri tanpa terikat oleh kepentingan komersial (dari label besar) atau terikat pada jalur utama musik. Mereka biasanya mendanai dan mengatur band mereka sendiri, sehingga jarang memiliki pengaruh pemasaran yang kuat.

Skena musik saat ini berpusat pada skena musik indie, yang mana menurut kamus daring Merriam-Webster (2020), indie artinya independen. Istilah tersebut merujuk pada musik yang diproduksi secara independen atau mandiri, bukan di bawah naungan label rekaman tertentu. Musik indie menurut Septian (2019) adalah karya musik yang berada di luar mainstream atau alirannya berbeda dengan corak lagu di pasaran. Personil grup band indie bebas melahirkan karya berbeda dari yang ada di pasaran, tidak komersial dan umumnya memiliki pangsa pasar tersendiri terhadap jenis lagu yang mereka ciptakan.

Era musik indie di Indonesia dimulai sejak era tahun 1980-an. Pada awal kemunculannya, musik indie kerap disangkutkan dengan budaya-budaya anti-kapitalis dalam kerangka musik punk-rock yang terbit tanpa menggunakan label rekaman. Pada era 1990-an, masyarakat melabeli band-band indie dengan istilah cenderung memakai nama underground, yang cenderung bergenre keras. Salah satu contoh band indie yang menjadi pionir pada era tersebut adalah Pas Band, yang melakukan proses pembuatan karya-karya musik secara mandiri tanpa menggunakan label rekaman major. Album perdana mereka sukses

terjual 5.000 keping. Pasca kehadiran Pas Band, muncul pula berbagai band-band indie yang lebih “santai” secara produksi musiknya seperti Pure Saturday dan Mocca yang berhasil menjual album mereka di atas 100.000 keping (Robin, 2021). Salah satu alasan musik indie berkembang dengan pesat dalam skala bermusik dalam negeri menurut Robin (2021) adalah lirik lagu yang lebih bermakna dan pemakaian bahasa yang puitis oleh beberapa musisi. Musik-musik indie pun semakin berkembang di era 2000-an hingga saat ini dengan munculnya band-band seperti Barasuara, Payung Teduh, White Shoes & The Couples Company, Stars and Rabbit, Float, dan lain sebagainya.

Perkembangan musik indie di Surabaya sendiri berawal pada era *hardcore* punk 90-an dengan band-band ekstrim seperti Slowdeath, Gergaji, Brutaltorture, Wafat, The Sinners, Devadata, Dry, Venduzor, dan lain-lain. Memulai waktu itu dengan minimnya *gigs*, sampai akhirnya *gigs* musik ekstrim mulai berkembang di era "Cak Durasim". Di era 2015-an hingga saat ini, musisi indie di Surabaya memiliki variasi genre musik yang lebih beragam, seperti Lie Down yang membawa nuansa *hardcore* modern, Drizzly. dengan iringan lagu lagu *centil* dalam balutan genre *dream-pop*, ataupun mmmarkos! yang mengusung tema *post-punk* ala ala band Britania Raya, Perkembangan musik indie di Surabaya yang semakin berkembang dengan pesat juga diikuti dengan komunitas lokal yang suportif dan menerima band-band indie ini untuk berkarya secara bebas.

Musik indie secara khusus merujuk pada musik yang dibuat oleh kelompok band yang secara mandiri merekam dan memasarkan karya-karya mereka sendiri. Umumnya, band indie memiliki lagu-lagu yang memiliki daya tarik di pasar, namun mereka tidak menggandeng label-label besar atau perusahaan rekaman nasional yang sudah mapan (Kusuma, 2013). Awalnya, subkultur musik indie timbul dari ketidakpuasan sebagian orang terhadap pembatasan sosial dalam masyarakat, terutama dalam dunia musik. Seiring berlalunya waktu, ketidakpuasan tersebut tumbuh menjadi ketidakpuasan terhadap dominasi musik mainstream yang cenderung seragam serta kompetisi industri yang kurang sehat. Para pegiat musik yang berkarya dalam skena musik indie memiliki kebebasan yang lebih besar dalam merumuskan lirik mereka. Contohnya, mereka dapat mengeksplorasi tema-tema seperti kebersamaan, perdamaian, solidaritas, lingkungan hidup, bahkan memberikan lirik yang mencerminkan semangat perlawanan atau isu-isu sosial-politik. Musik indie juga cenderung lebih beragam dibandingkan dengan musik dari label besar yang umumnya didominasi oleh aliran pop. Dalam dunia musik independen, musisi memiliki kemerdekaan untuk menciptakan karya-karya mereka dengan berbagai genre, seperti *punk*, *metal*, *hardcore*, *folk*, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, bagi musisi yang memilih jalur musik indie, mereka perlu memanfaatkan segala potensi yang ada untuk meningkatkan produktivitas maupun sebagai sarana pendukung untuk menyebarluaskan karya-karya musik mereka.

Tren bermusik yang mengalami pergeseran juga dialami oleh bagaimana kebiasaan masyarakat dalam mendengarkan karya-karya musik. Digitalisasi dari media-media baru yang dibawa oleh proses globalisasi merubah kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi produk-produk musik. Sebelum munculnya era digital, orang hanya dapat mengonsumsi musik melalui pembelian piringan hitam, kaset, CD, atau dengan menghadiri konser. Namun, dengan adanya digitalisasi dan kemajuan teknologi digital, konsumsi musik mengalami peningkatan signifikan dan dapat diakses dari berbagai lokasi (Putri, 2017). Perkembangan internet yang memudahinya munculnya inovasi layanan-layanan streaming musik ataupun penjualan musik secara digital. Arditi (2017) berpendapat bahwa Industri audio memanfaatkan proses digitalisasi untuk memperluas cara orang mengonsumsi musik, seperti melalui penyebaran lisensi sinkronisasi dan layanan streaming musik. Industri musik pun memanfaatkan sifat-sifat kapitalisme yang terus berubah untuk meningkatkan pendapatan dan memikat konsumen agar terus melakukan konsumsi musik tanpa henti.

Industri musik di media baru tergolong sebagai sebuah industri yang memiliki growth tertinggi di mana musik telah dikonsumsi secara massal dengan akses yang sangat mudah seperti menggunakan layanan streaming oleh masyarakat sehingga musik dapat dimaknai sebagai sebuah produk dari media massa. Industri musik, baik digital maupun konvensional juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara. Mengutip

dari dataindonesia.com, pendapatan industri musik digital Indonesia diperkirakan mencapai US\$282,90 juta pada 2022. Data Asosiasi Industri Rekaman Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan musik Indonesia mampu menguasai 85% pasar musik dalam negeri dengan kecenderungan meningkat setiap tahunnya. Romdhoni (2021) menyatakan bahwa musik di era media baru kini telah menjadi fokus industri yang memberikan hiburan kepada masyarakat, sambil menjadikan musik sebagai sumber pendapatan bagi pegiatnya. Digitalisasi dan teknologi internet memberikan kesan bahwa mengonsumsi musik menjadi lebih terjangkau, bahkan bagi beberapa orang mungkin gratis (Arditi, 2017).

Masuknya era musik modern dengan munculnya inovasi dari media-media komunikasi baru tentu juga memiliki pengaruh terhadap para band-band indie. Sebelumnya, band-band indie berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan kontrak dengan label besar agar dapat mengedarkan karyanya secara nasional. Namun, saat ini, yang diperlukan hanyalah koneksi internet untuk menyebarkan karya tersebut. Oleh karena itu, hubungan antara label besar dan kelangsungan hidup suatu band tidak lagi sekuat seperti sebelumnya. Peran label besar tidak lagi memiliki dampak sebesar dulu, dan banyak band yang semakin mandiri berkat kemudahan akses melalui internet. Internet yang juga memunculkan banyak sekali media-media baru seperti media sosial yang membawa banyak sekali manfaat yang dapat dimaksimalkan oleh band indie untuk memperkenalkan karya-karyanya kepada khalayak.

Nabila et al (2020) mendefinisikan media sosial sebagai suatu bentuk media baru yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah cara komunikasi dari yang dulunya hanya satu arah menjadi dua arah, atau dapat disebut sebagai dialog interaktif. Media sosial dapat dianggap sebagai *platform*, layanan, dan alat yang memfasilitasi koneksi antar individu guna memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri dan berbagi informasi dengan orang lain melalui internet. Media sosial sebagai bentuk dari *new media* yang memiliki beberapa karakteristik seperti multimedia, interaktivitas dan hipertekstualitas. Proses komunikasi di media baru dibedakan dengan kecepatannya dalam penyebaran informasi, keterbukaan dan singkat (Andre, 2019). Dengan karakteristik demikian, media sosial pun dapat menjadi sebuah sarana untuk melakukan proses promosi diri ataupun karya-karya yang dimiliki oleh para band-band indie. Jumlah pengguna media sosial yang memiliki angka yang tinggi berdasarkan survei yang dilakukan oleh GoodStats pada tahun 2023 yang menghasilkan jumlah pengguna media sosial sebanyak 137 juta pengguna tentu menjadi sebuah kesempatan yang dapat digunakan juga oleh band-band indie untuk melaksanakan aktivasi media sosial agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Aktivasi media sosial, selain digunakan untuk mempromosikan karya-karya dari para band indie, juga digunakan sebagai bentuk komunikasi dan interaksi yang dilakukan oleh para musisi atau band dengan para penggemarnya. Interaksi yang dilakukan oleh para musisi sekaligus digunakan sebagai bentuk

komunikasi mereka untuk mendapatkan *feedback* dari para pendengarnya tentang rilisan ataupun karya-karya musik yang telah dibuat. Salah satu bentuk aktivitas yang umumnya digunakan sebagai sarana interaksi antara pendengar dengan para musisi adalah *listening party*. Menurut Lauren (2023), *listening party* adalah tempat di mana sebuah agenda virtual yang mengumpulkan para penggemar, media, dan siapa saja yang ingin bergabung untuk mendengarkan album atau *single* sebuah band ataupun musisi. *Listening party* yang merupakan salah satu aktivasi daring yang muncul ketika pandemi COVID -19 menjadi sebuah budaya baru para penggemar musisi lintas *genre* mulai dari musik-musik arus utama seperti *K-Pop* atau bahkan musik-musik indie (Lauren, 2023). Salah satu media sosial yang memiliki fitur *listening party* yang digunakan secara umum, terutama untuk para musisi atau band *indie* adalah media sosial Bandcamp.

Bandcamp sendiri adalah perusahaan musik internet yang didirikan pada 2008 oleh Ethan Diamond, Shawn Grunberger, Joe Holt and Neal Tucker. Bandcamp sendiri menjadi salah satu *platform* media sosial yang dimanfaatkan oleh band-band indie modern dalam melakukan proses aktivasi media sosial dengan tujuan untuk memperkenalkan karya-karya mereka karena memiliki fitur-fitur yang sangat mendukung perkembangan band-band independen dan mampu menghasilkan interaktivitas antara band-band indie dengan khalayaknya. Arif Ibrahim (2023) mengatakan bahwa Bandcamp telah menjadi *platform* yang memberikan kontribusi signifikan bagi keberlanjutan ratusan

juta musisi, terutama mereka yang bergerak di ranah musik independen, selama dekade terakhir. Melalui sistem *direct-to-consumer*, musisi memiliki kesempatan untuk menjual rilisan fisik, *merchandise*, dan unduhan digital langsung kepada pendengar, dengan tingkat komisi yang mencapai 85 persen untuk para artis.

Bandcamp menjadi media sosial berbasis DSP (digital streaming platform) yang menyediakan fitur *listening party* secara cuma-cuma bagi para musisi ataupun band indie yang ingin mendapatkan *feedback* secara langsung dengan para pendengar tentang rilisan mereka. Fitur ini memungkinkan para artis dan penyelenggara untuk merencanakan sebuah acara dengan pemutaran album secara langsung, serta obrolan langsung di mana baik musisi maupun penggemar mereka dapat berpartisipasi (Duracan, 2023). Dengan banyaknya keuntungan yang didapatkan oleh para musisi, baik secara penyebaran karya maupun interaktivitas yang mampu dihasilkan dalam situs Bandcamp tentu menjadi sebuah *platform* media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh para band-band indie, seperti band-band indie agar dapat menggaet khalayak dan fans yang lebih luas.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti hendak melakukan penelitian terkait bagaimana bentuk-bentuk interaksi sosial berbasis virtual yang terjadi di *platform* Bandcamp melalui kegiatan *listening party*. Media yang peneliti ambil sebagai subjek penelitian adalah salah satu media yang berfokus dengan musik yakni Bandcamp. Peneliti memilih Bandcamp sebagai subjek penelitian

karena menjadi sebuah fenomena baru di media baru yang menguntungkan musisi atau band indie dan marak digunakan baik oleh para band indie di Surabaya maupun kota-kota lain di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk interaksi sosial berbasis virtual yang terjadi dalam kegiatan *listening party* pada *platform* Bandcamp?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana bentuk-bentuk interaksi sosial berbasis virtual dalam kegiatan *listening party* di Bandcamp yang dilakukan musisi indie dan audiens di fitur *live chat*.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan sesuai tujuan dari penelitian yang telah dijabarkan pada sub-bab sebelumnya, penelitian ini diharapkan memberi manfaat yang didapat baik secara langsung, maupun manfaat secara tidak langsung. Manfaat dari penelitian ini sendiri, yaitu :

1.4.1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap bahwasannya penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dengan menambah kajian Ilmu Komunikasi yang

memiliki keterkaitan dengan *New media* dan interaksi komunikasi secara daring (virtual)

1.4.2. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis diharapkan dapat menjadikan penelitian ini semaksimal mungkin dan juga mendapatkan ilmu tentang, budaya populer dan media baru.
- b) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana informasi dan pemahaman bagi masyarakat khususnya para usia remaja yang ingin mengetahui tentang bagaimana perkembangan konsumsi budaya populer di era digital saat ini.