



## EKONOMI POLITIK MEDIA DALAM INDUSTRI MUSIK DIGITAL SPOTIFY

Nur Amala Saputri <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Widya Mataram, Komp. Ndalem Mangkubumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132

E-mail: [amalasaputri@gmail.com](mailto:amalasaputri@gmail.com)

### Abstract

*Since the emergence of internet media, digital music was born which then marked as a change in the dominance of conventional recorded music. It is slowly and surely replacing the roles of conventional media, starting from the production process, distribution, to the level of music consumption. One of the most prominent music streaming platforms today is Spotify. In practice, the music streaming platform Spotify acts as a cultural industry that seeks to obscure people's real needs. This research uses a qualitative descriptive method based on a critical paradigm. With the aim of analyzing power relations in cultural practices that have been built by the digital music industry, either through the media or by the owners of capital through the perspective of the political economy of communication media. There are 2 main findings as a result of the study. First, there are 5 forms of digital music standardization that emerged because of the Spotify platform. Second, there are 2 forms of culture created from the relationship and identity of digital music actors, namely, the trend of soloist musicians or music by do it yourself, and bargaining power between musicians and music labels. In the end, Spotify is the party who benefits the most because it acts as a mediator who provides services or services for digital music streaming providers.*

**Keywords:** *the political economy of communications, Spotify, digital music, media.*

### Abstrak

*Semenjak muncul media internet, lahirlah musik digital yang lalu menandai adanya perubahan dominasi musik rekaman konvensional. Ia secara perlahan dan pasti menggantikan peran-peran media konvensional, mulai dari proses produksi, distribusi, hingga level konsumsi musik. Salah satu platform streaming musik yang paling menonjol saat ini adalah Spotify. Dalam praktiknya, platform streaming musik Spotify berperan sebagai industri budaya yang berusaha mengaburkan kebutuhan riil masyarakat. Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang berdasar pada paradigma kritis. Dengan tujuan untuk membongkar relasi kekuasaan dalam praktik budaya yang telah dibangun oleh industri musik digital, baik melalui media ataupun oleh pemilik modal melalui perspektif ekonomi politik media komunikasi. Terdapat 2 temuan utama sebagai hasil penelitian. Pertama, adanya 5 bentuk standarisasi musik digital yang muncul karena platform Spotify. Kedua, adanya 2 bentuk budaya yang tercipta dari relasi dan identitas*

*pelaku musik digital yakni, tren musisi solois ataupun music by do it yourself, dan bargaining power antara musisi dan label musik. Pada akhirnya, Spotify menjadi pihak yang paling diuntungkan sebab berperan sebagai mediator yang memberikan jasa atau servis penyedia streaming musik digital.*

**Kata Kunci:** ekonomi politik komunikasi, Spotify, musik digital, media.

## PENDAHULUAN

Semenjak perubahan teknologi *smartphone* yang mulai populer tahun 2010, telepon genggam telah bertransformasi menjadi sebuah alat canggih multifungsi. Ia berfungsi seperti layaknya miniatur komputer yang dapat digunakan untuk berbagai aktivitas, salah satunya adalah untuk mendengarkan musik. Karena *smartphone* sudah dapat terkoneksi dengan jaringan internet, para pengguna dapat secara langsung mendengarkan musik melalui layanan streaming musik secara online. Dalam sejarah industri streaming musik online, Spotify terbilang menjadi salah satu pionirnya.

Spotify pertama kali meluncur pada 1 April 2006 di Stockholm, Swedia. Menurut laporan *Institute for Policy Innovation*, setelah kehadiran internet, pembajakan yang terjadi di Amerika Serikat sudah masuk ke dalam tahap yang mengesankan.<sup>1</sup> Setiap tahunnya, pembajakan merugikan hingga 12,5 triliun dollar dan membuat puluhan ribu musisi kehilangan pekerjaan sebagai penyanyi. Kerugian pajak pun bisa mencapai 422 juta dollar. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan para musisi yang memperjuangkan hak-hak mereka pun tak menghasilkan sebuah solusi yang efektif. Hingga pada akhirnya muncul Spotify sebagai *platform* yang menyediakan layanan streaming musik online. Bisnis streaming musik online pun hadir sebagai solusi alternatif untuk mengurangi pembajakan musik.

Spotify sendiri menawarkan fitur-fitur menarik yang tidak ditawarkan oleh *platform* lain. Salah satunya adalah fitur model *Freemium* dimana seorang pengguna bisa mendengarkan musik secara gratis tetapi mereka harus melihat iklan terlebih dahulu atau membayar untuk subscription tanpa iklan selama 1 bulan.<sup>2</sup> Lain halnya dengan Apple Musik. Ia memang memberikan *Free-Trial* atau uji coba gratis selama 3 bulan, akan tetapi penggunaannya dipaksa untuk membayar *subscription* seterusnya jika masih ingin menggunakan *platform* Apple Music. Data ini secara jelas menunjukkan bahwasanya Spotify sebagai industri musik digital mampu memahami karakteristik target pasar mereka. Atau dengan kata lain, kebanyakan orang suka dengan hal-hal yang bersifat

---

<sup>1</sup> Yohannie Linggасari, "Spotify, Penyedia Lagu Gratis Yang Dimusuhi Musisi," 2014, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20141123103549-227-13229/spotify-penyedia-lagu-gratis-yang-dimusuhi-musisi>.

<sup>2</sup> Techfor.id, "Alasan Spotify Mendominasi Industri Musik Berbasis Streaming," 2020, <https://www.techfor.id/alasan-spotify-mendominasi-industri-musik-berbasis-streaming/>.

gratis. Sehingga Spotify mengambil peluang ini untuk mempraktikkan gerakan kapitalismenya agar mendapatkan profit.



Gambar 1. Data Jumlah Subsciber Platform Musik Digital Dunia.<sup>3</sup>

Spotify berhasil mencetak rekor lebih 100 juta pelanggan membayar pada tahun 2020. Prestasi ini berhasil menempatkan Spotify di peringkat pertama sebagai *platform* penyedia layanan streaming musik online di dunia. Di bawahnya terdapat, Apple Music, Amazone Music. Semuanya merupakan *platform* streaming musik online yang paling banyak digunakan oleh netizen dunia.

Dalam beberapa situs riset, upaya-upaya yang dilakukan oleh Spotify ini membawa banyak kontroversial khususnya bagi para para kreator musik. Sebab pada awal tahun 2020 Spotify sedang mengalami krisis keuangan di bawah tekanan pemegang saham.<sup>4</sup> Memang di tahun ini memperoleh 100 juta pelanggan membayar, namun Spotify justru merugi sebanyak 60 juta pengguna. Argumentasi di kalangan industri musik pun memperdebatkan Spotify telah melakukan bisnis di ladang yang salah, karena penghasilan Spotify sejauh ini hanya berasal dari pengiklan saja. Ironisnya, Spotify sendiri belum memiliki sistem manajemen iklan yang baik di dalamnya. Sehingga jumlah pengiklan yang berminat untuk beriklan masih sedikit. Berbeda kasusnya dengan Apple Musik dan Youtube Musik, mereka lebih aman untuk melakukan bisnis layanan streaming musik online karena telah memiliki perusahaan induk yang dapat menopang keuangan mereka.

Hal itulah yang lantas sangat merugikan para kreator musik. Memang Spotify telah melakukan upaya kerjasama dengan industri-industri rekaman besar seperti Sony, Universal, dan Warner. Namun, dalam sistem kapitalisme jelas para industri rekaman

<sup>3</sup> Techfor.id.

<sup>4</sup> Mohamad Shabaa El Sadiq, "Spotify Meminta Para Label Dan Artis Untuk Membiayai Iklan Mereka Sendiri," 2020, <https://matamatamusik.com/spotify-meminta-para-label-dan-artis-untuk-membiayai-iklan-mereka-sendiri/>.

besar tersebut akan selalu berada di pihak yang mendominasi.<sup>5</sup> Di tahun 2020 ini Sony, Universal, dan Warner telah menguasai 80% pasar, yakni mayoritas dari miliaran dollar uang royalti yang dihasilkan Spotify ditransfer langsung ke rekening-rekening gemuk ketiga label tersebut. Selagi mereka bergelimang harta, pihak yang paling terancam dari rencana baru Spotify adalah label dan musisi independen. Tahun 2019, rata-rata royalti yang dibayarkan Spotify kepada artisnya adalah 0,0032 dolar atau sekitar Rp 50,00 per stream. Angka yang kecil ini bahkan bukan keuntungan bersih untuk sang musisi.<sup>6</sup> Menurut laporan *The New York Times*, 52% royalti dibayarkan langsung oleh Spotify ke label, dan dari angka tersebut, hanya sekitar 15% yang sampai ke tangan musisi.

Selama masa pandemi Covid-19 Spotify semakin menggila dengan meminta para label musik dan artis untuk membeli ruang iklan mereka sendiri dan berbagai layanan pendukung lainnya jika ingin mendapatkan jangkauan lebih luas.<sup>7</sup> Para musisi lagi-lagi dipaksa untuk menghadapi kesenjangan finansial yang ada dalam industri musik. Dengan kata lain mereka seolah-olah juga dipaksa untuk menggunakan *platform* lain untuk mempromosikan karya musiknya ataupun membangun popularitas imej mereka.

Dalam situs resmi newsroom Spotify, mereka secara jelas menyebutkan bahwa Spotify telah merubah cara orang mengakses dan menikmati musik.<sup>8</sup> Klaim tersebut memang telah terbukti melalui adanya jaringan internet yang secara substansi merubah cara manusia menggunakan teknologi dan merubah bagaimana cara memahami alam. Hal ini merujuk pada teori Fuchs tentang persoalan bagaimana konsumen mengkonsumsi sebuah lagu di era yang serba digital saat ini.<sup>9</sup> Kalau dulu masa-masa kejayaan media konvensional, audiens harus membeli kaset vinyl, kaset pita, dan kaset CD untuk mendengarkan musik para idola mereka. Atau mungkin harus membeli majalah, mendengarkan radio dan menonton tayangan musik di televisi kalau ingin mengetahui seputar kegiatan dan berita para musisi. Kini semua hal ini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan 1 alat media saja berbentuk *smartphone*. Saat kejayaan media konvensional penonton tidak bisa menolak apa yang secara langsung disuguhkan oleh media. Sekarang semenjak internet seolah konsumen bisa memilih dan mendengarkan musik secara bebas seperti ala prasmanan. Cukup hanya dengan mengetik nama ataupun kata kunci judul lagu di *platform* streaming musik online.

Melihat fenomena ini, penulis melihat adanya praktik kapitalisme layanan streaming musik online yang dilakukan oleh Spotify kepada para penggunanya. Sekilas

---

<sup>5</sup> Ibrahim Raka, "Kebijakan Baru Spotify Bakal Mencekik Musisi Indie. Tenang, Ada Solusinya," 2020, <https://asumsi.co/post/kebijakan-baru-spotify-bakal-mencekik-musisi-indie-tenang-ada-solusinya>.

<sup>6</sup> B Sisario, "A New Spotify Initiative Make the Big Record Label Nervous," 2018, <https://www.nytimes.com/2018/09/06/business/media/spotify-music-industry-record-labels.html>.

<sup>7</sup> Teti Purwanti, "Pendapatan Musisi Dari Aplikasi Musik, Apakah Sebanyak Album Fisik?," 2020, <https://www.cekaja.com/info/pendapatan-musisi-dari-aplikasi-musik-apakah-sebanyak-album-fisik/>.

<sup>8</sup> SpotifyNewsroom, "Company Info," 2021, <https://newsroom.spotify.com/company-info/>.

<sup>9</sup> Christian Fuchs, *Communication and Capitalism* (University of Westminster Press, 2020), <https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book45>.

memang tampak kehadiran Spotify menjadi solusi atas pemenuhan kebutuhan musisi dan pendengar dalam bermusik dan konten hiburan, namun sesungguhnya hal ini telah ditentukan oleh moda kapitalisme industri Spotify. Riset ini pada dasarnya bertujuan untuk membongkar relasi kuasa dalam industri musik digital dengan menggunakan perspektif ekonomi politik media. Untuk mempermudah analisis, peneliti akan menjelaskan metode penelitian yang digunakan. Kemudian peneliti akan menjelaskan bagaimana representasi industri musik digital secara global. Lalu peneliti menjelaskan relasi dan identitas para pelaku di industri musik digital. Terakhir peneliti akan menyimpulkan hasil analisis dan temuan riset di bagian penutup.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang berdasar pada paradigma kritis. Penelitian jenis deskriptif bertujuan untuk memberi gambaran yang lebih jelas tentang situasi-situasi sosial. Metode deskriptif ini juga digunakan untuk menyajikan berbagai data dan informasi mengenai topik kajian. Kemudian penulis menggunakan perspektif ekonomi politik media komunikasi Marxis. Fokus utamanya adalah untuk memperoleh pemahaman tentang penggambaran praktik kapitalisme yang dilakukan oleh perusahaan media Spotify di internet.

Penelitian ini memilih objek kajian *platform* streaming musik online Spotify. Spotify sendiri merupakan salah satu media penyedia layanan jasa mendengarkan musik secara online bagi audiens. Diantara banyaknya *platform* streaming musik, peneliti memilih Spotify sebab ia menawarkan pengalaman cara mendengarkan musik yang berbeda bagi audiens. Sebagai *platform* streaming musik terpopuler dunia, Spotify menyediakan sebuah cara untuk berkomunikasi secara konsisten dengan cara seseorang menerima informasi. Spotify memiliki latar belakang sejarah yang menarik, yakni berawal dengan membawa isu perjuangan melawan pembajakan karya musik di ranah permusikan dunia. Ia lalu berkembang menjadi sebuah industri bisnis musik yang menawarkan cara baru dalam mengkonsumsi musik secara digital.

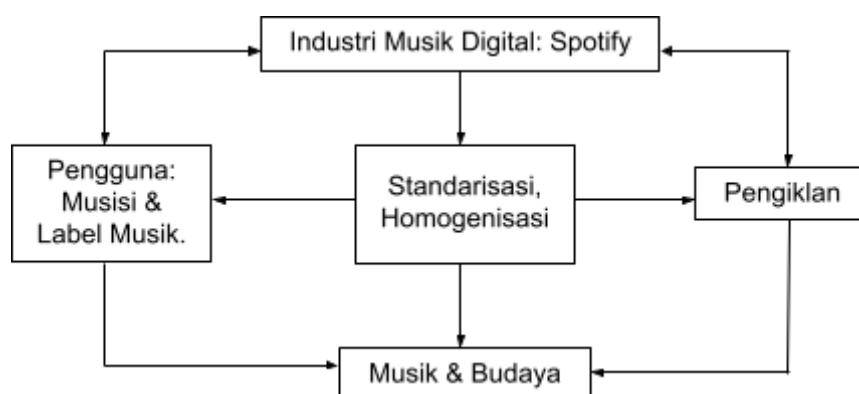
Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan studi pustaka. Peneliti melakukan observasi terhadap *platform* Spotify secara langsung. Peneliti memilih teknik observasi partisipan, dimana peneliti akan terjun langsung sebagai pengguna Spotify. Lalu mengamati cara kerja Spotify dengan mengambil peran fungsional sebagai penggunanya tadi. Kelebihan menggunakan observasi partisipan ini adalah memperoleh peluang untuk mendapatkan akses dan peluang memanipulasi peristiwa.<sup>10</sup> Proses observasi dilakukan selama 3 bulan, yakni mulai dari bulan Maret hingga April 2021. Kemudian, peneliti juga melakukan studi literatur atau kepustakaan sebagai landasan dalam memperkuat analisis permasalahan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan sumber-sumber data yang diperoleh dari buku, literatur, jurnal ilmiah, mapupun sumber lainnya yang memuat informasi yang mendukung penelitian ini. Peneliti melakukan empat tahapan utama dalam

---

<sup>10</sup> Ratna Dewi Nur'aini, "Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku," *INformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur* 16 (1) (2020): 97.

pengumpulan data yakni; **pertama**, melakukan identifikasi dan mendefinisikan fitur-fitur digital yang dimiliki oleh Spotify. **Kedua**, peneliti mencoba menggunakan Spotify untuk mendengarkan musik dan menggunakan fitur-fitur digital yang tersedia. **Ketiga**, peneliti mengambil data gambar *screenshot* selama proses pengamatan dalam 3 bulan tersebut. **Keempat**, peneliti mengamati dan menganalisis cara kerja Spotify dengan teori-teori media komunikasi serta mengaitkannya dengan sumber dan literatur kepustakaan lain yang mendukung.

Peneliti menggunakan 2 teknik analisis, yakni analisis praktik wacana dan analisis praktik budaya. Menurut Khadavi praktik wacana meliputi cara-cara para pekerja media memproduksi teks.<sup>11</sup> Hal ini lalu berkaitan dengan para pelaku media dalam sistem industri media, seperti pemilik media, pemilik saham, pengiklan, dan musisi. Analisis praktik wacana ini akan melihat bagaimana para pemain tadi melakukan peran masing-masing, sehingga menghasilkan suatu pola ataupun budaya tertentu. Kemudian dalam analisis praktik budaya ini penulis akan banyak melihat pada “**how**” – bagaimana proses ekonomi politik media bekerja dalam *society*. Praktik budaya menganalisis tiga hal yaitu ekonomi, politik (khususnya berkaitan dengan isu-isu kekuasaan dan ideologi), dan budaya (khususnya berkaitan dengan nilai dan identitas) yang juga mempengaruhi institusi media, dan wacananya. Kajian ekonomi politik media adalah berada pada level makro atau secara luas dan keseluruhan. Dalam pembahasan praktik sosial budaya meliputi tiga tingkatan yakni tingkat **situasional**, berkaitan dengan produksi dan konteks situasinya. Lalu tingkat **institusional**, berkaitan dengan pengaruh institusi atau dalam hal ini perusahaan Spotify secara internal maupun eksternal. Kemudian tingkat **sosial**, berkaitan dengan situasi yang lebih makro, seperti sistem politik, sistem ekonomi, dan sistem budaya masyarakat secara keseluruhan. Untuk mempermudah cara berpikir, peneliti membuat alur pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. Alur Pemikiran Penelitian

Terdapat tiga pelaku utama yang berperan dalam praktik kapitalisme musik digital yakni Spotify, pengiklan, dan pengguna. Spotify sebagai perusahaan penyedia layanan

<sup>11</sup> M. Jadid Khadavi, “Dekonstruksi Musik Pop Indonesia Dalam Perspektif Industri Budaya,” *Humanity* 9 (2) (2014): 46–57.

streaming musik bekerjasama dengan para pengiklan untuk mendapatkan uang. Lantas audiens berperan sebagai pengguna layanan sekaligus pekerja yang berperan menghasilkan atensi dan data-data yang dijual oleh Spotify kepada pengiklan. Dalam praktiknya jelas terdapat relasi kekuasaan yang diakumulasikan sehingga mempengaruhi pemosisian tiap-tiap pemain tersebut. Pada dasarnya praktik ini tidak terlepas dengan penetapan standar dan penyamarataan selera, maka jika terjadi keberulangan praktik ini akan berujung pula pada homogenisasi dan standarisasi budaya musik populer.

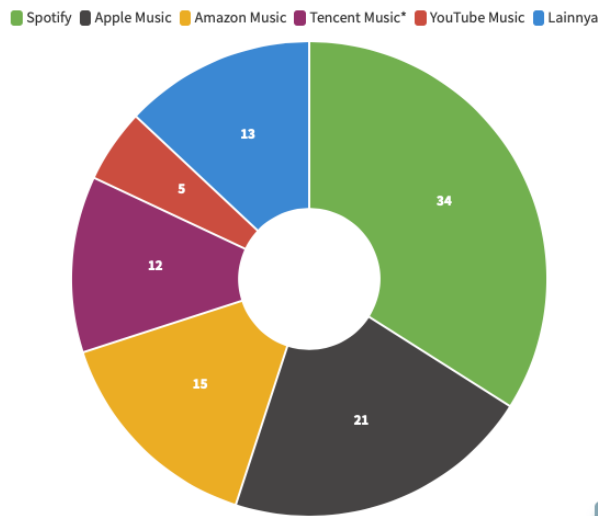
## **PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan peneliti akan menjelaskan hasil temuan dan analisis data riset. Terdapat 2 temuan utama dalam riset ini. Pertama, peneliti menjelaskan bagaimana representasi industri musik digital secara global. Kemudian peneliti menjelaskan relasi dan identitas para pelaku di industri musik digital.

### **Representasi Industri Musik Digital**

Pada tahun 2016 masyarakat Indonesia dengan gembira menyambut kehadiran Spotify yang telah dinanti-nanti. Sebelumnya, hanya terdapat Joox dan Apple Music sebagai layanan penyedia musik yang dapat diakses oleh masyarakat Indonesia untuk menikmati musik digital secara resmi. Spotify sendiri terbilang sangat populer karena memiliki perpustakaan lagu Barat lebih lengkap dibandingkan dengan Joox yang sama-sama memberikan layanan streaming musik secara murah. Sedangkan Apple Music masih tergolong sangat mahal karena hanya tersedia bagi pengguna produk Apple saja. Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, fenomena seperti ini jelas menunjukkan bahwa aplikasi musik ataupun *platform* streaming musik adalah gejala pengalaman bermedia yang dialami oleh masyarakat masa kini. Joox, Apple Music, dan Spotify ini hanyalah sebagian contoh dari fenomena musik digital saat ini. Lalu bagaimana dengan kondisi musik secara global?

**Pelanggan Berbayar Musik Digital secara Global**  
(Kuartal II-2020)



Gambar 3. Data Jumlah Pelanggan Berbayar Musik Digital secara Global.<sup>12</sup>

Menurut *World Economic Forum* (WEF) dan *Pricewaterhouse Coopers* (PwC), sejak 2019 rekaman dalam pelbagai bentuknya—unduhan digital, penjualan album secara fisik, lisensi musik untuk film, iklan, dan gim—mendominasi sumber pendapatan industri musik global. Yang mana pendapatan ini telah menggeser kedudukan sumber penampilan langsung atau konser yang sebelumnya selalu mendominasi pemasukan ke industri.<sup>13</sup> Meningkatnya aktivitas streaming online ini juga mampu mereduksi pembajakan konten di internet. Para label rekaman musik dan konsumen telah banyak mengadopsi layanan siaran langsung dan streaming online untuk merekam dan menikmati musik. Salah satu perusahaan konsultan manajemen multinasional McKinsey & Company menyebutkan bahwa Indonesia sebagai bagian empat negara paling potensial untuk industri musik digital selain Thailand, Hong Kong, dan Malaysia. Indonesia berkontribusi terhadap 34,7% pasar JOOX, 9,8% pasar Spotify, dan 10,2% pasar SoundCloud di Asia Tenggara. Kondisi ini pun mendorong para perusahaan penyedia layanan operator telekomunikasi untuk berlomba-lomba bekerjasama dengan perusahaan layanan streaming musik. Kebanyakan dari perusahaan seluler mengembangkan paket data khusus layanan streaming musik, sedangkan keuntungan di pihak layanan musik adalah peningkatan kesadaran merk dan kualitas.

Selanjutnya, bilamana membahas industri musik, maka kita harus mendeskripsikan bagaimana ekosistem musik terbangun, termasuk dari segi ekonomi,

<sup>12</sup> Abhilash Kumar, "Global Online Music Streaming Growth Slowed Down in Q2 2020," 2020, <https://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-growth-slowed-down-in-q2-2020/>.

<sup>13</sup> Yosepha Pusparisa, "Wajah Baru Industri Musik Di Era Digital," 2020, <https://katadata.co.id/muhammadrighoi/analisisdata/5fe021d22b87e/wajah-baru-industri-musik-di-era-digital>.



sosial, politik, dan budaya dalam konteks makro. Poin terpentingnya adalah bagaimana pembentukan standarisasi dan homogenisasi musik yang tercipta maupun diciptakan oleh para pelaku musik. McQuail menyebutkan bahwa dalam proses komunikasi massa isi maupun konten pesan komunikasi massa biasanya 'diproduksi' dengan cara yang "standar" (produksi massal) dan digunakan kembali serta diulang-ulang dalam bentuk yang identik.<sup>14</sup> Alirannya sangat satu arah. Sementara itu, Khadavi juga menekankan praktik industrialisasi ini sangat memungkinkan terjadinya homogenisasi yang dijadikan sebagai strategi pasar.<sup>15</sup> Homogenisasi merujuk pada standarisasi tadi yakni menentukan ketetapan kualitas pasar dan membuat penyetaraan produk.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan 5 poin temuan terkait dengan adanya proses standarisasi yang dilakukan dalam industri musik digital. **Pertama**, mengenai musik sebagai produk konten industri, yakni format musik. Kebanyakan layanan dan *platform* musik online saat ini menggunakan format audio musik AAC dan WAV. AAC (*Advanced Audio Coding*) ini banyak dijadikan sebagai setelan dasar oleh layanan pemutar musik digital, seperti Spotify, Joox, dan Youtube Music. Spotify mengklaim bahwa semakin tinggi kualitas audio maka akan semakin memanjakan telinga pendengar, namun hal ini juga diiringi dengan jumlah data internet yang dihabiskan dalam sekali pemutaran lagu. Bagi pengguna Spotify gratis, mereka hanya dapat mendengarkan audio di format angka 128kbit per detik, sedangkan bagi yang berlangganan berbayar dapat menikmati kualitas audio hingga 256kbit per detik. Selanjutnya format WAV (*Waveform Audio Format*) merupakan format suara dengan kualitas yang sangat tinggi alias Hi-Fi (*High Fidelity*), setara dengan ukuran empat kali lipat dibandingkan dengan audio AAC. Jika mendengarkan musik wav ini pendengar akan dapat merasakan seperti di konser musik langsung. Sebelumnya, kualitas musik hanya bisa didengarkan dengan format MP3 ataupun M4a mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh iTunes dan iPod dari Produk Apple.

Selain itu, di tahun 2020 Spotify juga mulai merilis fitur musik 8D yang dapat memberikan efek sensasi musik yang jauh lebih nyata seperti sedang menonton konser musik secara langsung. Namun, konsekuensinya adalah adanya kebutuhan teknologi elektronik yang harus *compatible* (sesuai) dengan format musiknya. Seperti halnya fitur efek 8D ini hanya bisa didengarkan dengan *headphone* ataupun *earphone* yang ditempelkan langsung ke telinga saja, tidak dengan speaker besar. Kemudian, permasalahan *storage* (penyimpanan) dan kecepatan internet juga harus disesuaikan. Sebab, kualitas audio yang semakin tinggi juga membutuhkan tempat penyimpanan data yang semakin besar dan jaringan internet yang semakin cepat.

**Kedua**, adalah menampilkan visualistik musik. Salah satu kecanggihan teknologi digital adalah memiliki kelebihan dalam menampilkan konten visual. Musik pada dasarnya merupakan bentuk karya seni audio yang diciptakan oleh para musisi untuk didengarkan

---

<sup>14</sup> Dennis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, 2nd ed. (SAGE Publications, Inc., 1987).

<sup>15</sup> Khadavi, "Dekonstruksi Musik Pop Indonesia Dalam Perspektif Industri Budaya."

oleh para audiens. Atau singkatnya, musik pada awalnya merupakan bentuk konten audio yang dinikmati melalui indera telinga manusia. Karena adanya perkembangan teknologi, konten musik pun juga berkembang dengan sedemikian rupa. Kini perkembangan musik hampir menyerupai film. Selain musik sendiri memiliki cerita-cerita dalam liriknya, ia juga diilustrasikan secara visualistik ke dalam bentuk video clip.



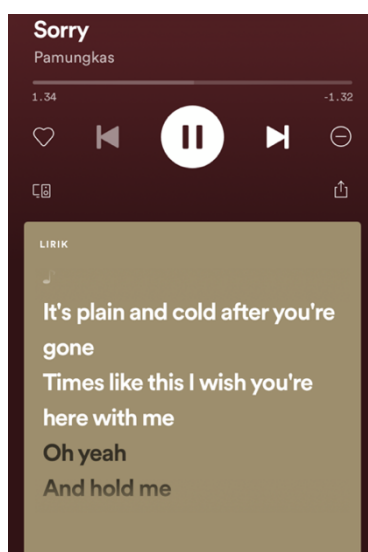
Gambar 4. *Album art* berbentuk videoloop milik Barrie berjudul Michigan.<sup>16</sup>

Spotify sebagai salah satu *platform* penyedia musik digital terdepan, ia menyediakan fitur visualistik yang dapat dinikmati oleh para konsumennya. Artis atau musisi dapat menampilkan karya video clip musik mereka ke dalam Spotify. Namun sejauh ini Spotify sendiri memiliki ketetapan standar visualistik musik yang dapat ditampilkan. Konten visual hanya tersedia dalam cover album atau cover lagu saja. Fitur ini disebut sebagai *album art* atau *canvas*, yakni berbentuk video pendek sekitar 3-8 detik secara berulang (*looping*) bersama dengan "*Behind the Lyrics*" yang berputar saat lagu dimainkan. Dengan kata lain, Spotify telah menghadirkan sebuah fitur baru tentang cover album musik yang berbentuk video sebagai konten visualistiknya. Sebelumnya para musisi biasanya hanya dapat menampilkan cover album musiknya dalam berbentuk foto yang berfungsi sebagai sampul kaset albumnya yang dijual.

**Ketiga**, dalam segi produksi ada sebuah tren baru yang muncul semenjak adanya industri musik digital, yakni permasalahan perilsan musik yang berbentuk single. Sebelumnya, saat era konvensional yang didominasi MTV di media konvensional, para musisi selalu merilis musiknya dalam bentuk album. Setiap album biasanya berisi 7-15 lagu. Di dalamnya biasanya terdapat lagu yang berjudul Intro dan Outro yakni lagu pembuka dan penutup yang berdurasi singkat. Hal ini bermaksud untuk membuat

<sup>16</sup> Spotify, "Barrie - Michigan," n.d.

distribusi musik menjadi lebih praktis, sebab musik direkam dan dijual dengan menggunakan medium kaset. Sehingga akan mereduksi kerugian apabila dalam satu kaset berisi banyak lagu. Sementara, hal yang berbeda berlaku dalam musik digital. Media digital sendiri memiliki cara kerja yang berbasis data dan numerik. Sehingga segala bentuk aktivitas manusia yang dilakukan di internet secara otomatis terekam dan terakumulasi ke dalam bentuk data. Maka akan lebih menguntungkan bila lagu dijual dalam bentuk single. Sebab, salah satu kelebihan dari teknologi internet adalah sifatnya yang selalu menampilkan data terkini. Logikanya, apabila musisi merilis album yang berisi 16 lagu, maka yang dilihat oleh pendengar hanyalah lagu teratas saja yang direkomendasikan oleh internet. Sehingga hal ini bisa merugikan musisinya.



Gambar 5. Visualisasi lirik lagu di Spotify saat dimainkan.

**Keempat**, lagu-lagu yang diproduksi oleh musisi banyak menggunakan genre yang berujung pada pop, soft, *easy listening*, dan dapat mengajak untuk menyanyi bersama. Hal ini dikarenakan, Spotify sebagai platform musik digital memiliki standar tersendiri terhadap kualitas *sound* yang disajikan untuk konsumen. Sehingga para musisi pun harus mengikuti standar kualitas yang tersebut. Sebagai media komersil, Spotify pun berorientasi pada profit yang disesuaikan oleh selera pasar/konsumen. Dengan karakteristik yang sedemikian rupa, internet pun pada akhirnya turut berperan dalam menciptakan arus budaya populer dimasyarakat. Di industri musik, salah satunya adalah genre musik pop. Genre pop sendiri sebenarnya merupakan singkatan dari kata “populer”. Ia menjadi genre yang banyak diminati oleh pendengar sebab banyak menggunakan instrumen dan lirik yang universal, dapat masuk di berbagai kalangan masyarakat, dan jenis musiknya mudah untuk dikompilasikan atau dipadukan dengan musik lain. Sebagai contoh dalam penulisan lirik misalnya, kini musisi lebih banyak menggunakan bahasa yang *catchy*, sederhana, namun memiliki banyak makna. Hal ini ternyata juga

menciptakan sebuah budaya baru, bahwa pendengar dapat menscreenshot lirik lagu untuk dijadikan meme dan dibagikan ataupun didistribusikan ke orang lain.

**Kelima**, musisi atau kreator lagu banyak yang menggunakan *trade mark sound*. *Trade mark sound* ini biasanya berbentuk suara yang disisipkan di awal lagu dengan durasi sangat singkat selama 1-2 detik. Di Indonesia hal ini belum menjadi populer, namun di negara-negara besar seperti Amerika Serikat dan Korea Selatan banyak para musisinya yang telah memiliki dan menggunakan *trade mark sound*. *Trade mark sound* ini berfungsi untuk menandai hak milik ciptaan lagu dari plagiasi dan pengcoveran lagu. Selain itu juga dapat berfungsi sebagai ciri khas dan orisinalitas karya seorang musisi atau kreator lagu.

### **Relasi Identitas para Pelaku di Industri Musik Digital**

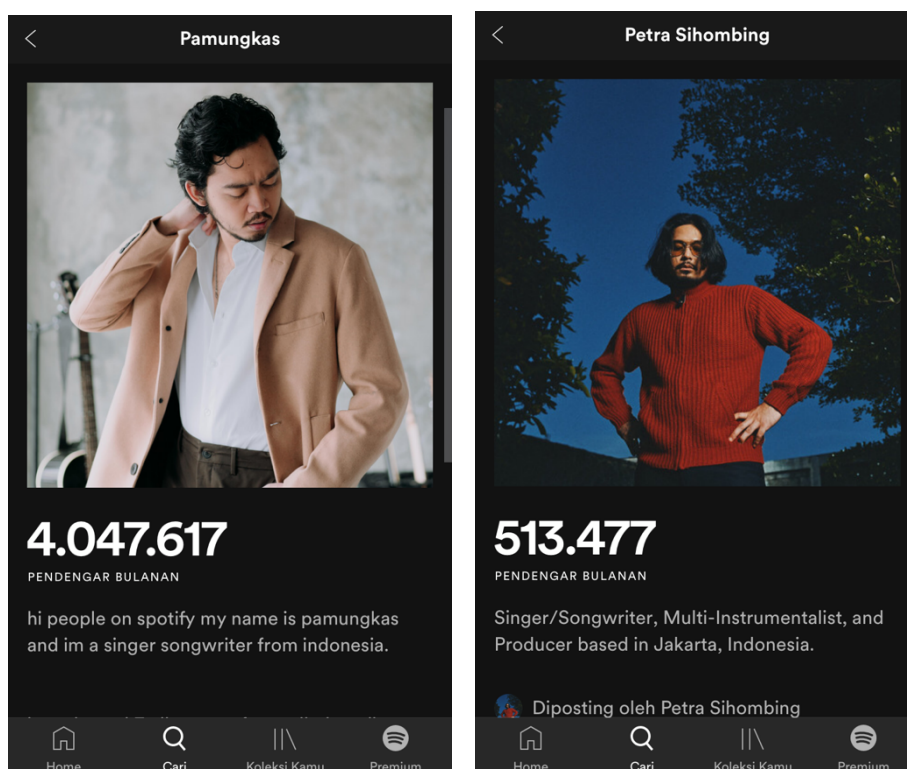
Relasi dan identitas pelaku di industri musik ini mengkaji soal siapa saja yang berperan untuk melakukan praktik kapitalis baik secara politis dan ekonomisnya. Dalam hal ini ada 3 klasifikasi besar yang bermain di industri musik digital yakni produsen, media, dan konsumen. Produsen dalam hal ini adalah terkait dengan para musisi, kreator, dan label rekaman musik. Lalu media yang berperan adalah Spotify yang juga berperan sekaligus sebagai distributor musik. Kemudian konsumen yang berperan dalam hal ini adalah para pengguna dan pendengar Spotify. Di sub bab ini, peneliti lebih banyak membahas temuan berdasarkan pintu masuk dari segi relasi musisi dan kreator musiknya saja, sebab sebelumnya peneliti sudah banyak membahas tentang media Spotify sebagai *platform* musik digital. Terdapat dua temuan yang menunjukkan hasil relasi para musisi dengan pelaku-pelaku lain ataupun hasil interaksi musisi dengan teknologi digital.

**Pertama**, mengenai budaya musisi yang berbasis solois atau biasa disebut juga dengan *music by do it yourself*. Adanya kecanggihan teknologi digital yang memberikan kemudahan telah merubah alur produksi musik oleh para musisi ataupun kreator musik. Pada masa konvensional, musisi harus pergi ke studio rekaman atau rumah produksi musik, dimana studio rekaman ataupun rumah produksi musik tersebut biasanya selalu dimiliki oleh pihak lainnya. Hal ini dikarenakan jumlah harga modal usaha studio rekaman dan rumah produksi musik sangatlah mahal. Untuk membeli satu alat musik pun tidak murah, apalagi jika harus membeli seperangkat alat rekaman musik profesional beserta alat-alat musiknya. Sehingga akan susah jika seorang musisi ataupun kreator musik untuk memproduksi musik sendiri. Belum lagi tentang distribusi dan promosi musiknya, para musisi biasanya harus bekerjasama dengan perusahaan distribusi produk agar musiknya bisa dijual di pasar. Dengan kata lain, terdapat banyak tahapan-tahapan yang harus dilakukan oleh musisi di era konvensional dulu. Baik mulai dari tahapan produksi hingga distribusi produk musik.

Semenjak adanya teknologi digital seperti komputer dan internet, musisi dapat memproduksi dan mendistribusikan musiknya sendiri. Misalnya dalam perihal produksi, para musisi pun tidak harus membeli alat musik lengkap yang harganya sangat mahal.

Mereka kini cukup menggunakan aplikasi alat musik digital untuk membuat sound, beat, ataupun instrumen musik digital di komputernya. Begitupula dengan rekaman musiknya, mereka cukup bermodal aplikasi perekam suara sekaligus aplikasi editingnya. Lalu dalam distribusi, mereka pun kini bisa mempromosikan karya musik mereka dengan menggunakan media jejaring sosial dan media baru untuk mendistribusikan lagu mereka ke pendengar.

Dengan kondisi yang seperti ini, kemudian melahirkan banyak musisi solois yang mendominasi musik mainstream. Beberapa anggota grup band pun mulai memutuskan untuk memilih jalan sebagai solois, seperti Dea Adalia dan Pamungkas. Bahkan 1 orang musisi bisa memiliki beberapa judul seperti, *singer* sekaligus *songwriter*.



Gambar 6. Profil Pamungkas sebagai salah satu musisi top streaming di Spotify, dan Petra Sihombing.

Grup band sendiri sebenarnya dulu bermula dengan perkembangan musik rock yang memiliki nada serta lirik yang lebih nge-beat dan bersemangat dibandingkan genre musik sebelumnya, yakni musik jazz. Para musisinya pun lebih banyak memberikan variasi alat musik sehingga saat pertunjukan konser biasanya para personel band akan ikut tampil untuk memainkan alat musiknya secara langsung agar suasananya lebih ramai dan bersemangat. Secara esensi band sebenarnya berfungsi untuk mengiringi musik dengan memainkan alat-alat musik saat penyanyi atau vocalis bernyanyi. Band pun kemudian kini mengalami pergeseran fungsi, sebab beberapa solois yang tampil bisa

mengandalkan teknologi komputer untuk menggantikan band sebagai pemain musik latarnya. Di satu sisi hal ini dirasa lebih praktis dan dapat mengurangi biaya akomodasi saat pertunjukan musik. Kualitas audionya pun akan lebih mudah dikontrol sesuai dengan kualitas musik rekamannya. Namun satu sisi mungkin akan berpengaruh dengan selera telinga dan mata konsumen yang mengharapkan penampilan pemain band langsung.

**Kedua**, adanya sebuah wacana yang muncul di kalangan musisi yang mempertanyakan tentang; relevan atau tidak bagi mereka saat ini untuk bekerjasama dengan label musik? Hal ini menjadi salah satu urgensi yang kita hadapi saat ini, sebab kecanggihan teknologi digital yang sedemikian rupa pada akhirnya menjadi sangat ironis. Sebab, ia tak hanya mematikan bisnis-bisnis konvensional namun juga memberikan peluang baru bagi bisnis digital yang diharapkan mampu mencukupi kebutuhan manusia masa kini. Label musik sebenarnya merupakan sistem manajemen berperan untuk menaungi para musisi dalam bermusik. Di Indonesia ada 3 jenis kategori label musik, yakni major label, independent label, dan net label. Masing-masing memiliki spesifikasi yang berbeda. Major label memiliki jangkauan distribusi global. Biasanya major label menawarkan kerjasama secara penuh untuk memproduksi proses produksi musik, hingga memanjakan proses promosi dan distribusi musik bagi para musisi. Standar kualitas musik yang ditetapkan pun biasanya sangat tinggi, terutama dalam hal kualitas audio musik dan *packaging* musik sebab mereka harus menyesuaikan dengan selera pasar global. Sehingga kadang kreativitas musisi pun kadang justru terkotakkan dengan standar tersebut. Sebaliknya, independent label tidak terlalu mengikat para musisinya dalam berkarya. Hal ini dikarenakan independent label memiliki segmentasi pasar lebih khusus, dan biasanya skalanya jauh lebih kecil daripada major label. Terakhir yakni net label, label ini terbilang merupakan jenis label paling muda. Net label biasanya lebih berfokus dengan kerjasama manajemen kegiatan distribusi dan promosi produk musik bagi para musisi. Mereka tidak terlalu menilik pada bagaimana soal produksi musiknya yang dilakukan oleh para musisi.

Media digital telah memberikan kekuatan bagi para musisi memilih apa yang mereka butuhkan dalam bermusik. Dengan kata lain, era digital memberikan kekuatan bargaining atau negosiasi antara musisi dan label musik. Musisi pun bisa turut mengajukan penawaran kerjasama sesuai kebutuhan mereka kepada label musik. Tidak melulu dari pihak label musiknya yang memberikan penawaran. Hal ini bisa diartikan bahwa kini terdapat opsi-opsi baru yang dapat digunakan untuk memasuki dunia permusikan. Seperti pepatah yang bilang bahwa ada banyak jalan untuk menuju Roma. Opsi-opsi ini kemudian bisa menjadi jalan mana yang dipilih oleh para musisi untuk bermusik.

## **SIMPULAN**

Media digital merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi media komunikasi. Semenjak kemunculannya, ekosistem musik global mengalami sebuah gelombang riak

besar yang kemudian merubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi konten musik. Ia hadir dengan wajah baru yang disebut sebagai musik digital. Spotify menjadi salah satu *platform* streaming musik digital yang paling berkontribusi dalam perubahan gelombang industri musik global. Melalui standarisasi dan homogenisasi yang ia tetapkan, musik pun menjadi salah satu komoditas utamanya dalam memperoleh profit.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan perspektif ekonomi politik media, peneliti menemukan 3 poin besar sebagai hasil analisis. **Pertama**, adanya 5 bentuk standarisasi musik digital yang muncul karena *platform* Spotify yakni; format musik, visualistik musik, perilisan lagu berbentuk single, genre musik pop menjadi genre favorit yang masuk di semua kalangan masyarakat, dan adanya *trade mark sound* yang kini mulai banyak dilakukan oleh para musisi dalam memproduksi lagu-lagunya. **Kedua**, adanya 2 bentuk budaya yang tercipta dari relasi dan identitas pelaku musik digital yakni, tren musisi solois ataupun *music by do it yourself*, dan bargaining power antara musisi dan label musik. Teknologi digital dan komputer menawarkan banyak kemudahan dalam hal produksi dan distribusi musik bagi para musisi. Kini para musisi pun mulai banyak untuk mengambil jalan sebagai solois dan memproduksi serta mendistribusikan lagunya menggunakan media baru. Kemudian, kecanggihan teknologi tersebut ternyata juga dapat memberikan kekuatan baru bagi para musisi untuk melakukan negosiasi kerjasama kepada label musik sesuai dengan kebutuhan mereka. Sehingga arus produksi musik pun sudah tidak lagi didominasi oleh label-label musik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fuchs, Christian. *Communication and Capitalism*. University of Westminster Press, 2020.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book45>.
- Khadavi, M. Jadid. "Dekonstruksi Musik Pop Indonesia Dalam Perspektif Industri Budaya." *Humanity* 9 (2) (2014): 46–57.
- McQuail, Dennis. *Mass Communication Theory: An Introduction*. 2nd ed. SAGE Publications, Inc., 1987.
- Nur'aini, Ratna Dewi. "Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku." *INformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik SIpil Dan Arsitektur* 16 (1) (2020): 97.
- Kumar, Abhilash. "Global Online Music Streaming Growth Slowed Down in Q2 2020," 2020.  
<https://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-growth-slowed-down-in-q2-2020/>.
- Linggasari, Yohannie. "Spotify, Penyedia Lagu Gratis Yang Dimusuhi Musisi," 2014.  
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20141123103549-227-13229/spotify-penyedia-lagu-gratis-yang-dimusuhi-musisi>.
- Purwanti, Teti. "Pendapatan Musisi Dari Aplikasi Musik, Apakah Sebanyak Album Fisik?," 2020.  
<https://www.cekaja.com/info/pendapatan-musisi-dari-aplikasi-musik-apakah-sebanyak-album-fisik>.

- Pusparisa, Yosepha. "Wajah Baru Industri Musik Di Era Digital," 2020.  
<https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fe021d22b87e/wajah-baru-industri-musik-di-era-digital>.
- Raka, Ibrahim. "Kebijakan Baru Spotify Bakal Mencekik Musisi Indie. Tenang, Ada Solusinya," 2020.  
<https://asumsi.co/post/kebijakan-baru-spotify-bakal-mencekik-musisi-indie-tenang-ada-solusinya>.
- Sadiq, Mohamad Shabaa El. "Spotify Meminta Para Label Dan Artis Untuk Membiayai Iklan Mereka Sendiri," 2020.  
<https://matamatamusik.com/spotify-meminta-para-label-dan-artis-untuk-membiayai-iklan-mereka-sendiri/>.
- Sisario, B. "A New Spotify Initiative Make the Big Record Label Nervous," 2018.  
<https://www.nytimes.com/2018/09/06/business/media/spotify-music-industry-record-labels.html>.
- Spotify. "Barrie - Michigan," n.d.
- SpotifyNewsroom. "Company Info," 2021. <https://newsroom.spotify.com/company-info/>.
- Techfor.id. "Alasan Spotify Mendominasi Industri Musik Berbasis Streaming," 2020.  
<https://www.techfor.id/alasan-spotify-mendominasi-industri-musik-berbasis-streaming/>.



