

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ekosistem musik sebagaimana ekosistem lainnya yang berhubungan dengan seni dan budaya mengalami disrupsi ketika teknologi digital mulai masuk mengintervensi proses produksi, distribusi, dan konsumsi sebuah karya seni. Pada industri musik muncul istilah-istilah yang disebut sebagai *major label*, indie label, maupun netlabel yang bertujuan memberi alternatif ekosistem ‘yang lain’ sebagai penantang wacana industri musik yang sudah mapan.

Dalam praktiknya, label musik seperti *major label* adalah perusahaan yang mendominasi sekaligus dapat memonopoli sebuah industri musik. Istilah “*The Big Four*” muncul ketika membicarakan *major label* di kancah musik dunia, dari data yang diambil pada tahun 2007 menyebutkan mereka adalah 4 perusahaan besar yang mendominasi bisnis musik lebih dari 85% di pasar Amerika dan 75% pasar global (Vivian, 2008; Dominick, 2009). Sama seperti media massa yang lain, industri musik juga mengalami adanya konsentrasi kepemilikan mulai dari aspek produksi, distribusi, sampai dengan konsumsi. Dominasi ini secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi estetika musik macam apa yang lolos dan tidak lolos seleksi label rekaman. Dalam konteks ini juga perlu diragukan apakah pertimbangan-pertimbangan yang muncul sekadar pertimbangan kapitalistik yang cenderung menekankan pada surplus keuntungan label atau dapat mendorong wacana estetika musik pada levelnya yang lebih jauh.

**Tabel 1.1** Urutan Konglomerasi Industri Musik Dunia

| Urutan | Konglomerat Industri  | Label                             | Artis                            |
|--------|-----------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1      | Universal Music Group | Geffen, Island Def Jam,<br>Motown | U2, Kanye West, Fall<br>Out Boys |

|   |              |                                 |  |
|---|--------------|---------------------------------|--|
| 2 | Warner Music | Atlantic, Warner Bros, Maverick | James Blunt, Rob Thomas, Madonna         |
| 3 | Sony BMG     | Arista, Epic, Jive              | Beyonce, Britney Spears, Jessica Simpson |
| 4 | EMI          | Virgin, Capitol, Blue Note      | Coldplay, Keith Urban, KT Tunstall       |

Keempat perusahaan rekaman di atas juga memiliki afliasinya di Indonesia dan menguasai distribusi untuk artis-artis Internasional yang mendistribusikan CD (*Compact Disk*) dan kaset pitanya di Indonesia. Selain label rekaman Internasional, di Indonesia sendiri juga terdapat perusahaan besar yang berada di ranah *major label*. Di antaranya *Atlanta Intermusic, Indo Semar Sakti, Mahkota Record, Musica Studio's, Naga Swarasakti, Trinity Optima Production, Aquarius Musikindo*, dan lain-lain. Label-label ini juga terdaftar dalam ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia) (Pramudyanto, 2013).

Seiring masuknya jaringan internet yang memungkinkan karya musik digital berformat MP3 bisa diunduh melalui PC (*Personal Computer*) lewat apa yang kemudian disebut *website*. Akhirnya sekitar akhir tahun 2000-an kelesuan retail musik di Indonesia pun akhirnya terjadi. Di tahun 2009 PT Aquarius Musikindo sebagai perusahaan rekaman menyetop produk-produksi mereka dalam bentuk kaset. Label rekaman yang sempat mempopulerkan Nicky Astria, Mus Mujiono, sampai God Bless ini pun akhirnya menutup toko-toko retailnya.

Di tahun 2006 ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia) mencatat album rilisan fisik masih dapat terjual sampai 23,7 juta keping, sementara tahun 2007 19,4 juta dan pada tahun 2008 mengalami penurunan penjualannya yang signifikan yaitu 10 juta keping album dan di tahun 2009-2010 kembali mengalami penurunannya sampai menyentuh angka 15%. Salah satu penyebab mati surinya industri musik ini di antaranya

adalah munculnya fenomena digitalisasi dan internet yang kemudian menimbulkan persoalan pembajakan terhadap karya musik (ibid).

Pandemi membawa dampak yang sangat signifikan bagi industri musik, termasuk industri rekaman di dalamnya. Tercatat, pengumuman pasien pertama pandemi diumumkan pada 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo. Tak berselang lama, Penerapan pembatasan kerumunan dan mobilitas masyarakat atau *lockdown* pertama kali diterapkan di 30 Maret 2020 dan hal tersebut membuat kegiatan pertunjukan musik atau *event* harus terhenti. Banyak *event*, konser dan festival musik harus berhenti dan hal tersebut sangat mempengaruhi industri musik, tak terkecuali industri rekaman di dalamnya.

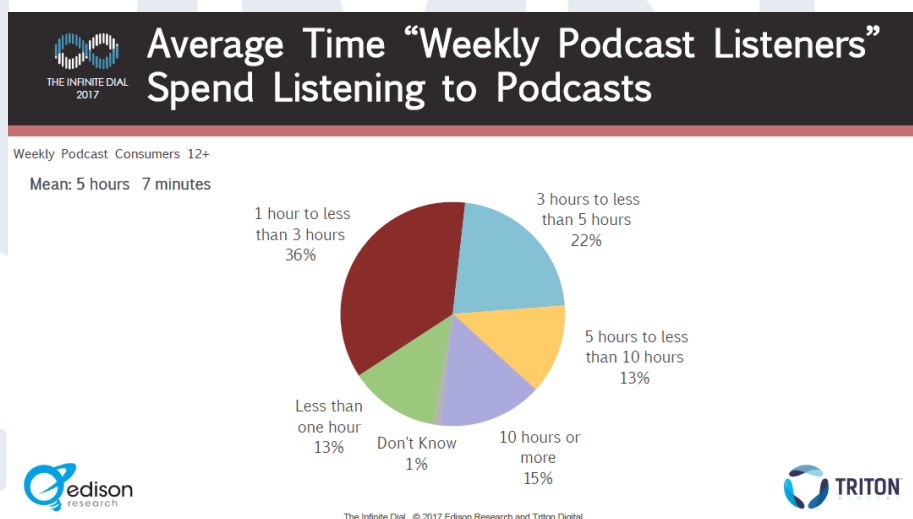
Industri rekaman sendiri sangat berkaitan erat dan bergantung dengan pertunjukan musik atau *event*. Pendapatan terbesar Industri rekaman di Indonesia sendiri masih mengandalkan kegiatan *event* dan panggung offline (Auliani, dkk.). Baik musisi dan pekerja event tidak mendapatkan pemasukan karena pandemi. Hal ini juga diperparah dengan keadaan gelombang ke-2 Covid-19 pada bulan Juni-Juli 2021 sehingga pada akhir Juli pemerintah menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM dan industri rekaman kembali terdampak karena masih tidak bisa mengadakan *event* atau konser. Padahal, masalah lain yang harus dihadapi para musisi dan pencipta lagu yakni mengalami tekanan dengan perkembangan teknologi *streaming*, yang membuat para musisi dan pencipta lagu mendapatkan nominal yang semakin kecil di platform *streaming* digital. Meskipun distribusi dan aksesibilitas yang semakin luas karena distrupsi teknologi (Wijaya. H.A.).

Antara tahun 2004-2005, istilah dan praktik *podcast* mulai dikenal masyarakat. *Podcast* adalah materi audio yang tersedia di internet dan dapat diunduh secara gratis maupun berlangganan berbayar. Ben Hammerslet adalah salah satu orang yang memperkenalkan asal-usul kata “*pocasting*” di dalam artikel yang ditulisnya di [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)

tentang *audioblogs* dan radio daring. Secara etimologis penggunaan kata “pod” pada kata *podcast* diambil dari sebuah perangkat musik yang diciptakan oleh perusahaan teknologi Apple yaitu iPod. Sedangkan kata “cast” dipinjam dari istilah lain tentang penyiaran yaitu *Broadcasting* (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017).

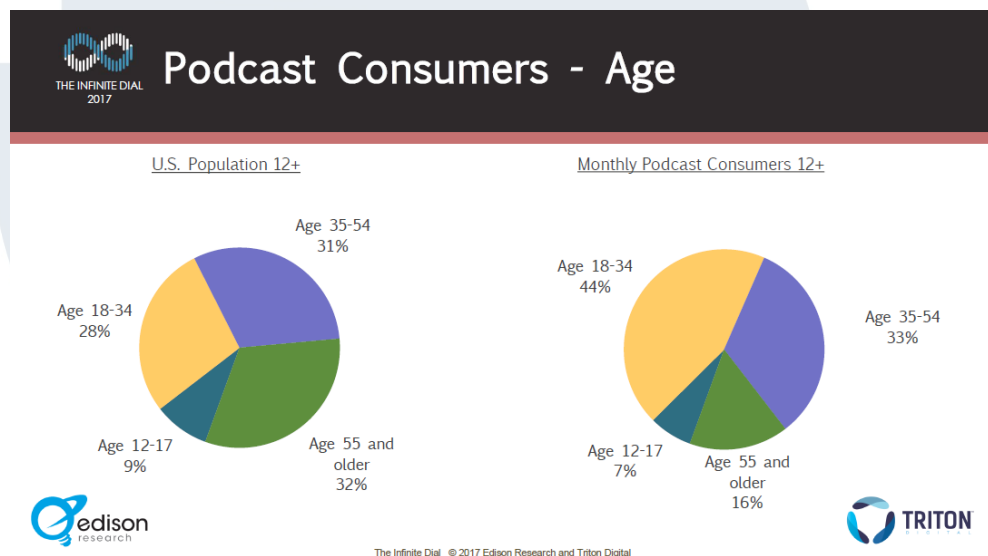
Pada tahun 2005 untuk pertama kalinya di Indonesia sebuah program *podcast* berjudul “Apa Saja *Podcast*” diciptakan oleh Boy Avianto di kanal blogspot miliknya. Tiga tahun berselang Soundcloud hadir sebagai platform untuk mendengarkan karya-karya berbasis audio, kemunculan platform-platform seperti Anchor dan Spotify juga membuat *podcast* kian dikenal masyarakat Indonesia secara luas. Kemunculan platform baru ini kemudian diikuti juga oleh kemunculan podcaster-podcaster baru Indonesia seperti Iqbal Hariadi di tahun 2015 dengan “*Podcast Subjective*”, Adriano Qalbi di 2016 dengan “*Podcast Awal Minggu*”-nya (Pradipta, 2020).

Menurut riset yang dilakukan *Edision Research and Triton Digital* pada tahun 2017 menyebutkan bahwa seseorang bisa menghabiskan waktu rata-rata 5 jam dalam seminggu untuk mendengarkan *podcast*.



**Gambar 1.1** Hasil riset rata-rata waktu yang dihabiskan dalam seminggu untuk mendengarkan podcast.

Sedangkan usia rata-rata yang mengkonsumsi *podcast* menurut penelitian di atas lebih banyak dikonsumsi oleh usia di antara 18-34 tahun sebanyak 44% dari keseluruhan responden.



**Gambar 1.2** Hasil riset usia rata-rata yang mengkonsumsi podcast.

Berbekal data-data yang terkumpul di atas dan potensi jurnalistik laporan yang dimiliki *podcast*, penulis memilih media *podcast* sebagai format laporan mendalam atas penciptaan skripsi berbasis karya tugas akhir ini. Karya ini diharapkan bisa membuka wawasan baru dan edukasi mengenai industri rekaman di Indonesia dan seperti apa industri rekaman pandemi, melalui sudut pandang para pelaku industri di dalamnya. *podcast* ini juga bersifat *on-demand* atau fleksibel dalam mengaksesnya sehingga diharapkan bagi pendengarnya bisa mendengar kapan pun dan dimana pun. Konten yang disajikan *podcast* ini mengacu pada nilai-nilai berita dan

kode etik jurnalistik sehingga diharapkan memiliki daya guna dan menjadikan *podcast* ini sebagai sebuah karya jurnalistik.

## 1.2 Tujuan Karya

Adapun tujuan dari dibuatnya karya tugas akhir atau skripsi berbasis karya ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat karya *audio-reporting* podcast dengan durasi tayangan 60 menit.
- b. Menghadirkan narasumber dengan kompetensi di bidang label musik, promotor event dan musisi sehingga relevan dengan topik yang diangkat.
- c. Memberikan edukasi tentang industri rekaman dengan narasumber terkait label musik di Indonesia konteksnya saat pandemi Covid-19.
- d. Menyiarkan konten *podcast* ke platform *spotify* dan meraih 35 pendengar dalam kurun waktu 7 hari penayangan.
- e. Mengembangkan karya *podcast* ini sebagai sebuah karya jurnalistik hiburan dengan format talks show dan dikemas secara menarik.

## 1.3 Kegunaan Karya

Lewat tugas akhir ini diharapkan mendapatkan kegunaan antara lain.

- a. Kegunaan akademik dari skripsi berbasis karya ini adalah menjadi variasi dan referensi karya jurnalisme hiburan lewat bentuk *podcast*. Serta turut menjadi sarana edukasi di bidang akademis.
- b. Kegunaan praktis dari skripsi berbasis karya ini adalah para pendengarnya mampu memperoleh informasi yang aktual dan faktual mengenai keadaan di industri rekaman serta diharapkan punya manfaat berupa *insight* ataupun manfaat edukasi bagi para pendengar dari kalangan pelaku industri rekaman/musik ataupun khalayak pendengar.