

KOMODIFIKASI MUSIK POPULER DI ERA DIGITAL

(Studi Kasus Terhadap Label Musik Sun Eater)

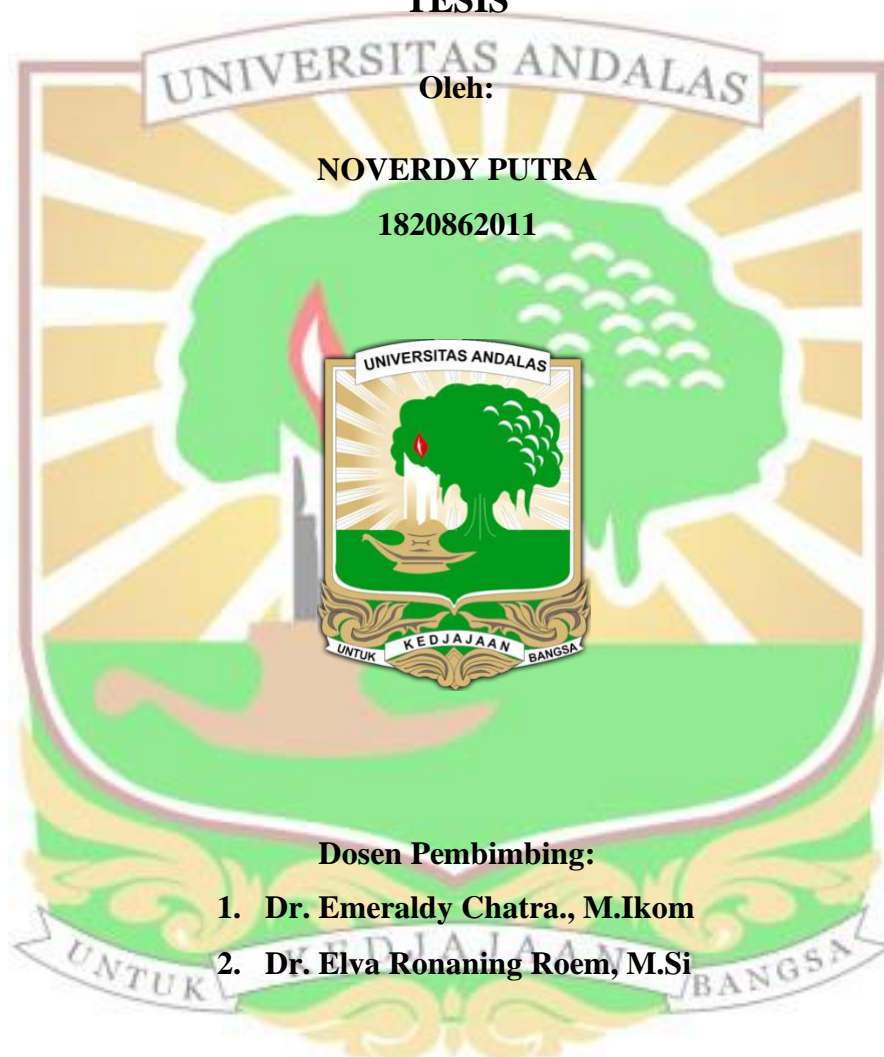
TESIS

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh:

NOVERDY PUTRA

1820862011



Dosen Pembimbing:

- 1. Dr. Emeraldy Chatra., M.Ikom**
- 2. Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ABSTRAK

Nama : Noverdy Putra
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Komodifikasi Musik Populer Di Era Digital
(Studi Kasus Terhadap Label Musik Sun Eater)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah struktur bisnis industri musik terutama pada aspek kreasi, reproduksi, distribusi, dan konsumsi. Hadirnya media sosial dan layanan music streaming menambah kompleksitas industri musik itu sendiri, mulai dari persinggungan beragam aktor (label musik, artis/musisi, aplikasi layanan streaming musik, konsumen musik), kepentingan (bisnis dan regulasi negara), hingga kekuasaan (jaringan distribusi), khususnya dalam perspektif ekonomi politik komunikasi. Maka menjadi penting untuk mengurai kompleksitas industri musik di era digital tersebut dari sudut pandang aktor utama dalam aspek reproduksi dan distribusi, yaitu label musik. Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah label musik independen Sun Eater. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik. Sejalan dengan itu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Label musik independen yang lahir sebagai bentuk perlawanan terhadap arus utama industri musik (major label), harus beradaptasi dengan perubahan industri musik di era digital. Inilah yang menjadi pintu masuk untuk menganalisis Sun Eater dari perspektif ekonomi politik komunikasi. Lebih lanjut analisis terhadap label musik Sun Eater dilandaskan pada konsep komodifikasi, yaitu: komodifikasi konten, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan, komodifikasi konten yang dilakukan oleh Sun Eater sebagai label musik bukan dititik beratkan pada musik itu sendiri. Tetapi membungkus isu-isu anak muda hari ini dan membuatnya sejalan dengan lirik, gambar, dan video. Pada komodifikasi audiens, Sun Eater tidak meletakkan audiens sebagai fans musik semata. Namun dengan pendekatan *consumer-centric approach* dan data driven yang dijalankan, Sun Eater mengolah audiens mereka (fans musik) layaknya media massa, yaitu dengan “menjual” kembali pada pengiklan dalam beragam platform digital. Terakhir, Komodifikasi Pekerja, bahwa musisi bukan hanya pekerja musik. Lebih dari itu, Sun Eater meletakkan musisi sebagai pekerja yang memiliki tanggung jawab lain, mulai dari syuting konten digital, interaksi dengan penggemar di media sosial, hingga sesi pemotretan dengan pengiklan.

Kata Kunci : Komodifikasi, Industri Musik, Musik Populer, Label Musik

ABSTRACT

*Name : Noverdy Putra
Program Study : Magister Of Communication
Title : The Commodification Of Popular Music In Digital Era
(Case Study of Music Label's Sun Eater)*

The development of digital technology has changed the business structure of the music industry, especially in the aspects of creation, reproduction, distribution, and consumption. The presence of social media and music streaming services adds to the size of the music industry itself, starting from the intersection of various actors (music labels, artists/musicians, music streaming service applications, music consumers), interests (business and state regulations), to power (distribution networks), especially in the perspective of the political economy of communication. So it is important to unravel the complexities of the music industry in the digital era from the point of view of the main actors in reproduction and distribution, namely music labels. In the context of this research, the object of research is the independent music label Sun Eater. This study uses a qualitative research method with an intrinsic case study approach. In line with that the data collection used is observation, in-depth interviews and documentation studies. Independent music labels that were born as a form of resistance to the mainstream of the music industry (major labels), must adapt to changes in the music industry in the digital era. This is the entry point for analyzing Sun Eater from the perspective of the political economy of communication. Furthermore, the analysis of the music label Sun Eater is based on the concept of commodification, namely: commodification of content, commodification of audiences, and commodification of workers. The results of this study indicate that the content commodification carried out by Sun Eater as a music label is not focused on the music itself. But it wraps up the issues of today's youth and makes them like lyrics, pictures and videos. In audience commodification, Sun Eater does not put the audience as mere music fans. However, with a consumer-centric and data driven approach, Sun Eater treats their audience (music fans) like mass media, by "selling" back on advertisers on various digital platforms. Finally, the Commodification of Workers, that musicians are not just music workers. Moreover, Sun Eater places musicians as workers who have other responsibilities, ranging from filming digital content, interacting with fans on social media, to photo shoots with advertisers.

Keywords : Commodification, Music Industry, Popular Music, Music Label