

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas bersama teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Komodifikasi konten yang dilakukan label musik Sun Eater dapat dilihat dari keragaman konten yang dimiliki oleh musisi-musisi di bawah manajemen label musik Sun Eater. Produk tidak lagi hanya sebatas musik saja, namun ada banyak hal diluar musik yang dijadikan konten oleh label musik Sun Eater. Disamping itu pesan dan makna yang disampaikan melalui produk musik pun telah dikomodifikasi dengan tema-tema berkaitan dengan apa yang menjadi kegelisahan generasi muda hari ini. Kesehatan mental dan aktivisme adalah dua tema yang dengan mulus digunakan oleh label musik Sun Eater.
2. Komodifikasi audiens pada label musik Sun Eater dilihat melalui jumlah pengikut, pendengar dan penonton musisi-musisi dari label musik Sun Eater. Interaksi selalu dibangun dengan audiens karena di era digital *engagement* menjadi sebuah acuan. Angka-angka tersebut digunakan untuk mendapatkan kerjasama lebih lanjut dengan pengiklan. Data audiens dapat disusun dan diolah sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengiklan. Hal ini menjadi salah satu sumber pendapatan dari label musik Sun Eater.
3. Komodifikasi pekerja tampak dengan jelas pada posisi Baskara Putra di label musik Sun Eater. Sebagai musisi, ia terlibat hampir disebagian besar proyek musik yang ada di label musik Sun Eater. Kenyataan bahwa musisi adalah artis atau idola banyak orang, juga harus diterima sebagai pekerja bagi label musik. Dan tidak hanya menyangkut musik, musisi hari ini harus mampu membuat konten secara rutin dan berinteraksi dengan penggemarnya.

6.2 Saran

1. Industri musik digital hari ini tidak semudah yang dibayangkan. Kehadiran internet dan *new media* memberikan ilusi atas kemudahan akses. Dibutuhkan keterampilan dan tim yang solid untuk mampu bertahan dalam industri musik digital hari ini. Musisi pun dituntut untuk dapat bekerja lebih keras dan membuka diri dengan kemampuan diluar bermusik saja. Perilaku konsumen yang berubah memaksa musisi untuk tidak hanya duduk berpangku tangan, menunggu inspirasi lalu mengerjakan album musik. Industri musik di era digital bergerak menjadi sebuah industri konten yang besar.
2. Industri musik masih akan terus berubah, dari hasil wawancara dengan informan ada sebuah benang merah tentang perubahan yang selalu terjadi dalam industri musik. Ia akan bergerak dinamis mengikuti perubahan zaman. Terbukti sejak era piringan hitam, kaset *tape*, CD, hingga digital hari ini, industri musik terus bergerak secara dinamis. Pelaku yang terlibat dalam industri musik harus mampu mengikuti perkembangan jika tidak ingin tertinggal dan dilupakan.
3. Penelitian ini secara akademis memberikan manfaat sudut pandang yang luas melalui ekonomi politik komunikasi. Kelindan budaya populer, media massa, hingga *new media* dapat dilihat dari cara pandang yang menarik secara keilmuan. Bahwa komodifikasi membawa interpretasi lebih jauh dari sebuah kegiatan komunikasi. Dalam perkembangan teknologi internet hari ini, semakin membuat penelitian seperti ini menjadi relevan dan harus sering dilakukan.