

Budaya Pemasaran Musik Hip-Hop Indonesia Pada Era Post-Pandemi

Wahyu Sidiq Permadi¹, Ira Andriati S.Sn., M.Sn.²
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
Jl. Ganesha No. 10 Bandung
Email : wahyusidiq07@gmail.com

ABSTRACT

Digitalization is increasingly changing the way people do things, including listening to music. In the early days of music playback, it could only be stored on vinyl records, cassette tapes, and CDs which available in record store . The advancement of technology in music has given rise to a new culture of music consumption, which is through digital streaming platforms. These platforms allow music enthusiasts to listen to songs anywhere, anytime, and in any situation. However, this progress contrasts with the income received by musicians/management. This significant shift has made musicians reluctant to release physical works because of the declining demand since the dominance of digital streaming platforms. Musicians are now reconsidering how to navigate the digital culture in marketing music to remain productive and profit from their work, also an attitude to fight the domination of the digital music publishing.

Keywords : *Digitalization, Music Streaming Platform, Record Store, Music Marketing, Records Releases Counter Culture Music*

ABSTRAK

Digitalisasi semakin mengubah cara masyarakat melakukan sesuatu, termasuk mendengarkan musik. Awal munculnya media pemutaran musik hanya bisa disimpan dalam piringan hitam, pita kaset dan CD yang tersedia di *record store*. Berkembangnya teknologi pada musik membuat budaya baru mendengarkan musik, yaitu melalui *digital streaming platform*. Platform ini memungkinkan penikmat musik mendengarkan lagu dimanapun, kapanpun dan dalam situasi apapun. Akan tetapi kemajuan ini tidak sebanding dengan penghasilan yang diterima musisi/manajemen. Mutasi besar-besaran membuat musisi enggan untuk merilis karya secara fisik karena terhitung turun peminatnya semenjak dominasi *digital streaming platform*. Musisi-musisi kembali memikirkan bagaimana caranya mensiasati budaya digital dalam memasarkan musik agar tetap produktif dan meraih profit dari karyanya, serta sikap melawan dominasi digital dalam publikasi musik.

Kata Kunci : Digitalisasi, Platform Streaming Musik, *Record Store*, Marketing Musik, Rilis Fisik, Musik Perlawanan

PENDAHULUAN

Dominasi digital telah menghilangkan budaya, termasuk kebiasaan-kebiasaan di dalam produksi rilisan musik. Bentuk fisik rekaman dimutasi pelan-pelan menuju bentuk digital yang disimpan pada sebuah *digital streaming platform* yang kemudian pendengar dapat memutarnya dimana saja dan kapan saja hanya menggunakan telpon seluler mereka masing-masing. Menurunnya jumlah *record store* yang memasarkan rilisan-rilisan musik, berbanding lurus dengan menurunnya kesadaran musisi untuk memproduksi rilisan musik mereka berupa rilisan fisik. Hal tersebut menggeser pasar audiens musik serta menggeser sumber pendapatan musisi itu sendiri dan bagaimana musisi menanggapi budaya digital yang baru ini.

Pergeseran budaya dari merilis musik berupa rilisan fisik yang kini berganti serba digital telah mempengaruhi perubahan dalam produksi sekaligus pemasarannya. Efek domino yang ditimbulkan berimbas keluar dari pelaku musik, yakni menurunnya rumah produksi percetakan kaset, CD dan piringan hitam. Meskipun masih ada, harga produksinya terbilang semakin naik karena bahan produksinyapun sudah menurun kuantitas permintaannya. Ditambah lagi dengan kebijakan yang dikeluarkan platform streaming tersebut yang terbilang jauh lebih kecil memberi royalti kepada musisi-musisi yang lagunya sudah terdaftar pada platform streaming milik mereka jika dibandingkan dengan profit yang dihasilkan saat memproduksi rilisan musik secara fisik.

Studi ini menelusuri perilaku pelaku-pelaku musik pada era post-pandemi yang mengalami digitalisasi, mulai dari pendengar atau penggemar, musisi, label rekaman, serta toko musik atau *record store*. Meneliti tingkat keaktifan atau keproduktivitasan mereka sejak awal munculnya digitalisasi (2016) hingga era dimana digital sudah mendominasi kebudayaan masyarakat kepada musik. Menelusuri toko musik atau *record store* yang masih menjual rilisan-rilisan terbaru musik Hip-Hop Indonesia dari 2016 hingga 2023 sekarang. Pemetaan rilisan-rilisan tersebut berusaha untuk menggali informasi yang lebih mendalam tentang ekosistem musik Hip-Hop di Indonesia dan bagaimana strategi pelaku musik bertahan dan melawan dominasi digital.

METODE

Penelitian ini merupakan studi observasi kuantitatif yang menggunakan data yang dapat diukur secara numerik untuk menganalisis fenomena sosial atau perilaku manusia. Metode ini melibatkan pengumpulan data kuantitatif melalui teknik pengukuran atas analisis statistik serta dapat diuji secara empiris. Metode kuantitatif digunakan untuk menelusuri rilisan-rilisan Hip-Hop Indonesia dari 2016 hingga 2023 yang dijual di *record store* di kota Bandung.

Menelusuri diskografi produktivitas musisi Hip-Hop Studi ini juga menggunakan metode kualitatif dalam menggali informasi melalui narasumber yang subjektif dipilih

berdasarkan pengalamannya terhadap kasus pada penelitian ini. Melakukan wawancara dengan masyarakat kota Bandung yang aktif mendengarkan musik, baik itu pendengar digital hingga mereka yang masih membeli rilisan fisik musik. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data berdasarkan observasi 2 pandangan yang berlawanan terhadap pergeseran budaya pemasaran musik pada era post-pandemi.

Data kuantitatif kemudian dielaborasi dengan data kualitatif menghasilkan hasil dari penelitian fenomena pergeseran budaya pemasaran musik Hip-Hop di Indonesia. Metode penelitian ini juga dilandasi dengan pendekatan-pendekatan kesenian, teknologi dan psikologi. Studi ini merespon fenomena yang menghilangkan sebuah nilai budaya memproduksi rilisan fisik dalam konteks musik, sehingga upaya yang dilakukan adalah mengembalikan nilai budaya yang dihilangkan. Budaya-budaya tersebut mewakili entitas karakter masing-masing budaya melalui rekamanrekaman suara yang tersimpan pada kaset, CD, piringan hitam. Pendekatan-pendekatan tersebut diantara lain yaitu:

Neotradisionalisme

Pengambilan jejak masa lalu atau jejak budaya untuk menjawab permasalahan yang ada pada zaman sekarang dan bersifat sangat esensial dan fundamental. Nasr berpendapat bahwa dunia modern mengalami krisis karena manusia telah mengabaikan nilai-nilai akar budaya yang seharusnya membimbing

kehidupan manusia dalam perkembangan zaman. Teori ini merupakan bentuk upaya untuk menggabungkan tradisi dan modernitas dalam pemikiran dan kehidupan manusia dalam mencapai kebijaksanaan dalam kehidupan manusia.

Dari sudut pandang filosofis, teori ini mencari nilai-nilai yang dapat diterapkan dalam konteks tradisional dan memperjelas pentingnya mempertahankan akar budaya dalam konteks seni kontemporer dan mempromosikan nilai-nilai yang lebih luas dan universal akibat pergeseran nilai yang terjadi dalam fenomena mendengarkan musik di era post-pandemi. Menghadirkan kembali budaya-budaya lama yang digabungkan menjadi budaya baru yang tetap membawa nilai yang mengakar dari awal lahirnya budaya tersebut, diupayakan menjaga kepribadian individu itu sendiri dalam konteks kebudayaan. Alih-alih meninggalkannya, digital kemudian digunakan untuk menjangkau informasi yang terbatas terhadap kebaruan informasi rilisan musik hip-hop Indonesia.

Hukum Daya Tarik

Konsep yang merinci bahwa pikiran positif atau negatif seseorang dapat memengaruhi hasil atau kejadian dalam kehidupan. Menurut Vroom, motivasi akan muncul ketika tindakan seseorang diyakini akan menghasilkan hasil yang diinginkan. Manifestasi terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. Harapan (Expectancy): Keyakinan pekerja bahwa usahanya akan membuahkan hasil yang diinginkan.

2. Nilai (Valence): Nilai atau tingkat keinginan seseorang terhadap hasil tersebut.
3. Instrumen (Instrumentality): Keyakinan bahwa kinerja yang baik akan menghasilkan imbalan atau penghargaan yang diinginkan.

“Motivation is a process that energizes, guides, and sustains behavior. It is a goal-directed behavior that leads to the satisfaction of needs. People will be motivated to the extent to which they believe that their efforts will lead to good performance, that good performance will be rewarded, and they will be offered attractive rewards.” (Victor Vroom, 1970)

Dalam konteks kolektif, pendekatan ini diterapkan dengan memberikan tujuan yang jelas dan memastikan bahwa kesediaan sumber daya yang cukup untuk mencapai tujuan tersebut. Menerapkan pendekatan ini, motivasi yang muncul memberikan pengertian tentang konsekuensi yang akan terjadi akibat kerja keras mereka akan manifestasinya terhadap hal tersebut. Termuat dalam buku Napoleon Hill yang berjudul *“Think and Grow Rich”* menjelaskan bahwa pikiran seseorang memiliki kekuatan untuk menciptakan realitas mereka sendiri serta menekankan pentingnya visualisasi dan keyakinan yang kuat dalam pencapaian sebuah tujuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan, penelitian ini menemukan beberapa data yang didapatkan dalam kurun waktu dari

awal mula *digital streaming platform* masuk ke industri musik Indonesia yaitu 2016, di mana musik hip-hop Indonesia sedang berada di fase produktif yang cukup tinggi.



Gambar C.1

Diskografi Rilis Fisik

Sumber : Grimloc Records

Dalam penelitian ini, diskografi hip-hop yang masuk dan beredar di kota Bandung ditemukan kurang lebih 70 rilis album yang memuat musik hip-hop dalam bentuk rilis fisik yang beredar di kota Bandung sejak 2016 hingga 2023, diantaranya yaitu :

No	Album	Artis	Releas Label	Tahun	Genre	No. Judul	Artis	Releas Label	Tahun	Genre
1	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	1	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
2	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	2	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
3	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	3	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
4	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	4	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
5	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	5	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
6	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	6	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
7	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	7	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
8	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	8	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
9	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	9	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
10	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	10	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
11	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	11	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
12	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	12	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
13	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	13	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
14	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	14	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
15	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	15	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
16	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	16	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
17	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	17	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
18	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	18	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
19	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	19	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
20	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	20	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
21	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	21	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
22	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	22	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
23	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	23	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
24	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	24	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
25	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	25	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
26	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	26	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
27	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	27	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
28	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	28	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
29	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	29	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
30	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	30	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
31	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	31	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
32	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	32	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
33	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	33	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
34	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	34	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
35	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	35	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
36	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	36	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
37	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	37	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
38	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	38	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
39	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	39	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
40	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	40	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
41	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	41	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
42	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	42	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
43	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	43	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
44	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	44	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
45	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	45	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
46	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	46	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
47	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	47	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
48	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	48	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
49	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	49	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
50	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	50	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
51	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	51	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
52	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	52	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
53	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	53	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
54	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	54	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
55	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	55	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
56	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	56	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
57	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	57	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
58	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	58	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
59	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	59	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
60	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	60	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
61	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	61	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
62	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	62	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
63	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	63	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
64	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	64	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
65	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	65	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
66	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	66	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
67	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	67	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
68	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	68	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
69	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	69	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop
70	2016	Prasana	2016	Revolusi	2016	70	Prasana (Grimloc Records)	Prasana	2016	Hip-Hop

Gambar C.2

Tabel Diskografi Musik Hip-Hop Indonesia 2017 - 2023

Pada Record Store di Kota Bandung

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Rilis di atas merupakan hasil penelusuran toko musik di Bandung yang masih memasarkan bahkan memproduksi rilis musik hip-hop di Indonesia. Record store yang dimaksud adalah DU 68 dan Grimloc Records. DU 68 merupakan toko musik yang khusus menjual atau memasarkan rilis musik seperti kaset, CD, piringan hitam dari berbagai belahan dunia dan

didominasi diskografi dari Indonesia. Selain menjual rilisan musik, DU 68 juga menjual media pemutar musik yaitu seperti tape player, turntable serta speaker bekas selama persediaan masih ada. Sedikit berbeda dengan DU 68, Grimloc Records merupakan sebuah label rekaman yang berasal dari Bandung serta memiliki toko pemasaran rilisan mereka sendiri yang bernama Grimloc Store.

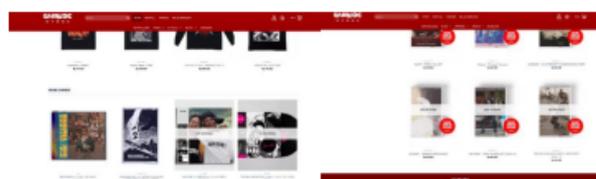
Pada studi ini, penelitian mendapatkan sebuah hasil (data) dan pembahasan studi ini yang kemudian dibagi menjadi tiga poin, yaitu :

I. Musik Hip-Hop Sebagai Musik Perlawanan

Diskografi diatas didominasi oleh rilisan Grimloc Records dan Def Bloc. Grimloc Records merupakan label rekaman yang masih rajin mengeluarkan rilisan-rilisan Hip-Hop hingga tahun 2023 sekarang. Salah satu pendirinya adalah Herry Sutresna, seorang dibalik moniker Morgue Vanguard, salah satu personal Homicide, Bars Of Death ini juga seorang yang mendirikan Def Bloc. Sebuah kolektif Hip-Hop yang masih melestarikan budaya memproduksi rilisan fisik dilakukan sebagai pernyataan perlawanan. Menurut WAYS, "Hip-Hop merupakan budaya mensiasati sesuatu sehingga sebuah visi dan misi dapat tercapai". WAYS merupakan salah satu anggota kolektif Def Bloc yang berfokus sebagai DJ sekaligus Produser Musik.

Budaya perlawanan Hip-Hop yang kental terasa pada Def Bloc dan Grimloc tervalidasi berdasarkan data diatas, karena mereka tetap memproduksi rilisan fisik disaat di mana dominasi digital mengubah

budaya pemasaran musik menjadi bentuk rekaman digital daripada rekaman fisik. Mereka beradaptasi dengan era digital, tetapi tetap mengedepankan rilisan fisik sebagai menu utama yang dihadirkan pada proyek musiknya. Justru pergeseran budaya ini tidak menghambat mereka, melainkan mereka berpikir lebih kreatif untuk mensiasati sebuah kondisi supaya tetap bertahan, eksisten dan produktif.



Gambar C11
Grimloc Records
Sumber : Grimloc Records

II. Digital Sebagai Alat Promosi Rilisan Fisik Musik

Peran digital menjadi semakin dominan dalam konteks pemasaran musik pada era post-pandemi. Digital menyederhanakan bentuk musik, memperluas jangkauan audiens/pendengar, membuat pemasaran musik menjadi efektif dan efisien. Digitalisasi memungkinkan distribusi musik secara online melalui platform streaming dan toko musik digital. Terhubungnya platform streaming tersebut dengan sosial media tiap musisi, memberikan alat yang efektif untuk mempromosikan rilisan fisik dengan cara kampanye iklan, *teaser*, dan konten yang menunjang dapat meningkatkan antusiasme penggemar atau pendengar dan membangun ekspektasi sebelum perilisan.

Melalui digitalisasi, musisi dapat merancang kampanye atau strategi *pre-order* untuk rilisan fisik mereka. Penggemar dapat melakukan pemesanan sebelum tanggal peluncuran, yang dapat meningkatkan penjualan dan membangun ketertarikan sejak awal. Pada album Jaydawn "Sekte Air Mata Odin", Grimloc selaku label rekaman melakukan hal ini dalam pemasarannya. "Kami bereksperimen untuk mengoptimalkan digital dan fisik untuk kesejahteraan musisi dan perputaran produksi Grimloc", ujar Ukok ketika ditanya strategi baru merilis-rilisan Hip-Hop.

Melakukan *pre-order* rilisannya beserta merchandise lainnya seperti T-shirt, poster pada 2 minggu sebelum perilisan album secara penuh yang disengaja didistribusi langsung pada platform streaming online untuk menjangkau pendengar yang lebih luas. Sebelum dikeluarkan secara keseluruhan, pihak musisi atau label rekaman merilis beberapa track dan atau karya musiknya yang berbentuk video musik atau lirik. Hal ini efektif untuk memancing penggemar untuk mengikuti musisi tersebut hingga perilisan dan aktivasi-aktivasi kesenian setelah perilisan. Maka tujuan penulisan jurnal ini difokuskan untuk mengobservasi potensi-potensi yang bisa dioptimalkan melalui penggabungan budaya rilisan fisik dan digital dalam tahapan memasarkan karya musik.

Record Store Sebagai Ujung Tombak Pelestarian Budaya Merilis Fisik

Record store menjadi identikal berdasarkan koleksi atau rilisan apa yang mereka pasarkan. Sering kali toko musik menjadi pusat pengetahuan musik lokal. Pemilik toko dan karyawan yang berpengetahuan tinggi dapat memberikan informasi tentang artis, album dan sejarah musik kepada pelanggan. Hal ini membantu melestarikan pengetahuan dan cerita proses di balik setiap rilisan. Dengan menyediakan ruang untuk rilisan fisik, mereka membantu menghindari kehilangan arsip musik yang mungkin terjadi dalam lingkungan digital. Dalam upaya memaksimalkan profit, *record store* memiliki cara-cara atau strategi memasarkan karya musik yang dijual.

Banyak toko musik mendukung artis lokal dan label independen dengan menyediakan rak-rak khusus untuk merilis rilisan lokal. Selain itu, banyak juga yang mengadakan aktivasi-aktivasi musik di toko musik, berupaya membantu membangun komunitas musik lokal, fasilitator pertukaran ide, dan berkoneksi dengan pihak-pihak mutualisme lainnya diluar lingkungan musik. Pembelian rilisan fisik di *record store* dapat memberikan dukungan langsung kepada artis sekaligus sebagai pemberdayaan ekonomi lokal dengan menciptakan beberapa lapangan pekerjaan, bentuk kerja sama dengan pihak distributor. Hal ini mampu menciptakan lingkungan ekonomi kreatif yang sehat dan berkelanjutan untuk pelestarian budaya memproduksi rilisan fisik.

SIMPULAN

Berdasarkan data-data hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa kebutuhan dalam memadukan unsur digital dan fisik dalam konteks produksi musisi (hip-hop) lokal bersifat wajib. Upaya ini dapat membantu mempertahankan produktivitas, mengembangkan dan memajukan ekosistem musik (hip-hop) di Indonesia dalam jangkauan yang lebih luas serta mensiasati dominasi digital dengan pola pikir yang baru dalam memasarkan sebuah proyek musik. Digital sebagai elemen yang dapat menjangkau audience lebih banyak dan digunakan sebagai umpan, di mana digital dapat mengarahkan audiens tersebut untuk membeli rilisan fisik dari bentuk digitalnya.

Rilisan digital menjangkau jarak dan waktu yang tidak didapatkan dengan mudah oleh rilisan fisik, membawa bentuk yang lebih *portable* pada cara penyajian musik. Teknologi ini memudahkan dalam penelusuran diskografi musisi tertentu untuk menuju ke arsip musik yang lebih dalam dan beragam dari musisi tersebut dan mungkin bagian tersebut tidak disajikan secara digital oleh musisinya. Karya yang dirilis secara digital juga diatur semenarik mungkin dan dapat memberi kilasan-kilasan tentang karya musik tersebut secara keseluruhan, mulai dari artwork, cover artwork, strategi publikasi serta aktivasi-aktivasi yang memungkinkan memperluas jangkauan audiens/pendengar.

REFERENSI

- Hill, N. (1937). *Think and Grow Rich*. The Ralston Society.
- Resmadi, I., Bastari, R. P., & G. A. Prahara (2020). *Analisis Strategi Media Komunikasi Visual Label Rekaman Independen di Era Digital*, *Demandia*, 5(2), 212-232
- Putra, R. M., & Irwansyah (2019). *Musik Rilisan Fisik Di Era Digital: Musik Indie Dan Konsumsi Rilisan Musik Fisik*. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 128-140.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV Alfabeta, 2019
- Alshenqeeti, H. (2015). *Interviewing as a Data Collection Method : A Critical Review Interviewing as a Data Collection Method : A Critical Review*, (August).
- Kjus, Y. (2016). *Reclaiming the music: The power of local and physical music distribution in the age of global online services*.
- Netti, S.Y.M., & Irwansyah. (2018). *Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial*. *Jurnal Komunikasi UNTAR* (Vol.10, No.1, Juli 2018).

