

## Bab II

### REVOLUSI INDUSTRI MUSIK INDONESIA

#### 2.1 Musik Digital Menggantikan Fisikal

Teknologi bagai dua sisi mata uang di blantika musik. Perkembangan teknologi digital yang makin canggih membuat orang makin leluasa menikmati musik. Tidak hanya berbentuk media fisik (kaset, CD, VCD, dan DVD) saja. Kita bisa menikmati musik melalui media massa yaitu TV, radio. Kini makin lengkap dengan teknologi musik digital. Musik bisa didapatkan dengan membeli lagu melalui toko download, berlangganan, layanan dari operator seluler, membeli aplikasi musik untuk ponsel, download gratis, dan streaming gratis.

Jenis yang paling populer di Indonesia adalah *RBT (Ring Back Tone)*. Jenis musik digital lain yang bisa didapatkan yaitu *Ring Tone* dan *Single/ Full track Download*. *RBT* dan *Ring Tone*, keduanya memanfaatkan telepon seluler. Jan Djuhana saat ditemui peneliti mengatakan bahwa *RBT* yang merupakan potongan lagu biasanya pada bagian refrain dengan durasi sekitar 30 detik. Pengguna telepon seluler dapat memilih dan memesan lagu yang diinginkan dan kemudian melakukan aktivasi agar lagu tersebut dapat diperdengarkan kepada orang yang menelepon ke nomor tersebut. Lagu yang di-*upload* (unggah) ini sifatnya hanya berlangganan saja, bukan dibeli atau

dimilik karena lagu itu tetap berada pada server operator, dan hanya dapat dinikmati selama periode tertentu, biasanya 30 hari.

Jika *RBT* adalah nada tunggu, *Ringtone* merupakan nada dering. *Ringtone* bisa didapatkan melalui ponsel, *download* (unduh) dari internet, *copy* dari computer, dan sumber lainnya. *Ringtone* ini bisa didengarkan berulang-ulang oleh pemilik ponsel, dan bisa pula transfer *Ringtone* antar ponsel. Lagu bisa berbentuk lagu utuh atau sebagian potongan lagu (*prerecorded ringtones/songtones*). *File* lagu untuk *Ring Tone* dapat disimpan di ponsel, sedangkan pada *RBT file* lagu tersebut tetap berada pada *server* operator seluler. Sedangkan *single/ full track download* adalah lagu/ musik *single* atau *full track* (album) dengan cara mengunduh dari internet melalui komputer/ ponsel. Musik ini bisa berbentuk audio (MP3) atau audio visual (video). Lagu didapatkan secara utuh, tidak berbentuk potongan seperti RBT.

Musik digital ini terus berkembang pesat secara global, termasuk di Indonesia. Ketua International Federation of Phonographic Industries (IFPI), John Kennedy, dalam IFPI Digital Music Reports 2010 mengatakan “Pada tahun 2009 secara global, untuk pertama kalinya, seperempat pendapatan perusahaan rekaman didapat dari saluran digital. Fans bisa mendapatkan track dan album dengan cara yang tidak terbayangkan sebelumnya. Mulai dari toko download, situs streaming, pelayanan berlangganan, situs gratis, atau layanan broadband/ telepon seluler.” Namun, tentu saja perkembangan bisnis musik digital ini bukannya mulus saja, ada berbagai hambatan, seperti: keengganan

orang membayar untuk musik online, belum tersedianya pelayanan yang memadai, akses internet lambat, serta terutama adalah pembajakan.

Penjualan musik digital makin marak di Indonesia. Bisnis ini dijalankan via online dan mobile antara lain oleh IM:port dan Equinox DMD. Tersedia katalog yang berisi hingga ribuan lagu yang bisa diunduh dari para artis mayor maupun indie label. Layanan musik digital juga telah tersedia dalam kios-kios musik digital legal, seperti Tarra Group, dan Digital Beat Store (DB Store). Per lagu di kios ini dihargai Rp 5000,00. DB Store sendiri membuka kiosnya di Jakarta, Blitz Megaplex Grand Indonesia, dan juga di Bandung tepatnya di Paris van Java Mall. Lagu yang dijual kebanyakan adalah lagu dari para musisi indie label ataupun mereka yang tidak terikat dengan label manapun (*unsigned*). Indonesia sendiri termasuk negara yang mencatat prestasi di kancah penjualan musik digital. Menurut laporan federasi industri rekaman dunia (IFPI), Indonesia berhasil menduduki peringkat keempat setelah Jepang, Korea Selatan, dan China dalam penjualan musik digital. Benua Asia sendiri tercatat menguasai 25% penjualan musik digital dunia yang ternyata sebagian besar dihasilkan via ponsel, bukan online internet (Putranto, 2009:118).

## ***2.2 Ring Back Tone***

Tak habis akal untuk berjualan media fisik yang terus tergerus pembajakan, para produser rekaman bekerja sama dengan penyedia konten (*content provider*) dan operator seluler mencari celah berjualan dengan cara

berbeda. Teknologi digital memungkinkan hal itu. Apapun jenis rekaman musik audio yang diproduksi, bisa dipotong sekitar 30 detik terutama pada bagian *refrain*, yang kemudian dijual dalam bentuk RBT.

Menurut Wikipedia, *Ring back tone* ini awal mulanya ditemukan oleh Mark Gregorek dan Neil Slevi. Kemudian dikembangkan menjadi *Ring Back Tone* yang seperti sekarang ini bisa kita nikmati oleh Karl Seelig. *Ring Back Tone* mulai diperkenalkan di blantika musik tanah air sejak sekitar tahun 2004. Telkomsel bekerja sama dengan Sony BMG Music Indonesia, hadir dengan NSP (Nada Sambung Pribadi). Disusul oleh Indosat dengan iRing, dan XL dengan Nada Tungguku, dll.

Penggemar musik dapat berlangganan RBT ini selama 30 hari dan kemudian dapat diperpanjang. Penggemar yang berlangganan mesti membayar sejumlah nominal kepada operator seluler. Nilainya bervariasi antara satu operator dengan operator seluler lain, antara Rp 5000,00 – 10.000,00/ 30 hari hari, belum termasuk biaya aktivasinya dan PPN 10%. Produser dan operator seluler berbagi keuntungan dari para konsumen pelanggan RBT. Nilai penjualan RBT ini ternyata sangat besar bahkan jauh meninggalkan nilai penjualan fisik yang makin kembang kempis. Inilah lahan jualan utama para produser musik masa kini.

Menurut catatan liputan6.com, nilai total bisnis RBT (2008) mencapai Rp 3 triliun. Jumlah itu meningkat rata-rata 20 persen per tahun dan pada 2009 bisnis RBT diperkirakan naik menjadi Rp 3,6 triliun. Direktur Enterprise dan

Wholesale PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) Arief Yahya mengatakan kelompok musik yang menyumbang pendapatan paling besar tahun 2008 adalah D'Masiv. Mereka menghasilkan Rp 48 miliar dari lagu *Cinta Ini Membunuhku*. Sebelumnya lagu *Kenangan Terindah* milik band Samsons, diunduh sekitar 4 juta orang. Lagu ini mendapatkan pemasukan terbanyak di tahun 2006 yaitu Rp 32 miliar.

Group band Wali bahkan berhasil menorehkan prestasi spektakuler hingga masuk catatan MURI dengan 8 juta RBT download dalam periode November-Desember 2009. Saat ditemui oleh peneliti, Rahayu Kerta Wiguna, pemilik dan Direktur Utama *Nagaswara* -label tempat mereka bernaung- menjelaskan bahwa *Wali* mendapatkan rekor dunia atas pencapaian 16 juta unduhan RBT. Rekor MURI dan rekor dunia ini didapatkan untuk lagu hits RBT *Baik-baik Sayang*, *Cari Jodoh*, dll.

RBT sendiri didapatkan dengan cara berlangganan, bukan dibeli. Para pelanggan RBT dapat disebut sebagai orang yang baik hati. Bagaimana tidak, jika ia mau berlangganan sebuah lagu tanpa menikmatinya. Penikmat RBT itu adalah orang yang menelponnya. Sambil menunggu telepon diangkat, mereka dapat mendengarkan lagu yang menjadi nada sambung. Menurut Jan Djuhana, Senior A&R Sony Music Indonesia, “RBT bukanlah suatu seni. Di negara yang masyarakatnya “pintar”, seperti Singapura, dan juga di negara-negara maju RBT itu sedikit sekali penjualan,” katanya. Hal ini tidak lepas dari segi manfaat itu sendiri. Orang membayar untuk berlangganan RBT, tapi tidak

menikmati, kecuali dia menelpon sendiri ke nomornya. Penikmat RBT justru orang lain. Jan juga menambahkan bahwa pasar terbesar RBT saat ini adalah kalangan menengah ke bawah.

Ada beberapa alasan mengapa orang berlangganan RBT. (1) ingin menunjukkan identitas dan eksistensi diri melalui lagu pilihannya. (2) untuk menunjukkan kecintaan atau dukungannya kepada suatu lagu dari band/penyanyi tertentu. (3) menginginkan orang lain yang menelponnya turut menikmati dan tidak bosan saat menunggu mengangkat telepon. (4) agar dianggap modern, tidak ketinggalan zaman. Padahal bagi sebagian orang lainnya, mereka sering merasa terganggu dan “berisik” dengan adanya RBT/nada sambung pribadi ini.

RBT memang membawa keuntungan finansial bagi musisi. Namun, juga berisiko pada kualitas lagu itu sendiri. Karena yang dipotong menjadi RBT hanya pada bagian refrain, maka musisi memaksimalkan bagian refrain ini, dan kurang memperhatikan bagian lain. Sehingga kualitas lagu menjadi menurun. Ini adalah kekhawatiran umum para insan musik. Banyak cara memasarkan RBT. Salah satu yang paling gencar adalah beriklan di mana-mana. Iklan RBT bisa ditemukan dengan mudah di televisi, koran, majalah, radio, pesan dari operator seluler, brosur, sisipan di kartu perdana seluler, bahkan di sampul kaset/CD. Bagi sebagian orang hal ini dianggap tidak nyaman secara estetika. Bukankah kita membeli kaset/CD dengan harga normal. Mengapa seringkali ada iklan RBT di sampulnya? Belum lagi, kode

RBT yang berbeda pada masing-masing operator akan membuat ruang iklan makin besar. Inilah yang seringkali mengganggu khalayak.

	NSP 1212/FlexiEsia/ XL RBT 1818/Three/Axis	I-Ring Indosat	Fren
<b>Idola Cilik</b> 16 Artis Idola Cilik	0710535	Cilik1	071053
<b>Papa</b> Kiki	0710536	Cilik2	071053
<b>Aku &amp; Bintang</b> Kiki/Gabriel/Sivia/Angel/Zahra	0710537	Cilik3	071053
<b>Medley: Cinta Untuk Mama</b>	0710538	Cilik4	071053
<b>Bahasa Kalbu</b> Angel	0710539	Cilik5	071053
<b>Arti Sahabat</b> Sion/Dayat/Gabriel/Riko/Septian	0710540	Cilik6	071054
<b>Selamat Pagi Dunia!</b> Kiki/Gabriel/Sivia/Angel/Zahra+ Bintang Tamu: Chacha	0710541	Cilik7	071054
<b>Medley: Marilah Kemari</b>	0710542	Cilik8	071054
<b>Dansa Yok Dansa</b> Iyan/Siti/Dayat/Ify/Kiki/Gabriel/Septian	0710543	Cilik9	071054
<b>Ku Cinta Kau Apa Adanya</b> Kiki	0710544	Cilik10	071054
<b>Tunjuk Satu Bintang</b> Kiki/Gabriel/Sivia/Angel/Zahra	0710545	Cilik11	071054
<b>Alhamdulillah</b> Siti/Dayat/Sivia/Sila/Zahra/Goldi/Osa/Riko/Ian/Irva/Ify	0710546	Cilik12	071054

  

<b>Contoh Cara Aktivasi:</b>	<b>NSP 1212 Telkomsel/Flexitone</b> Ketik : RING ON 0710536 kirim ke 1212 I-RING Ketik : SET Cilik2 kirim ke 808	<b>Esia</b> Ketik : RING 0710536 kirim ke 888 XL RBT 1818 Ketik : 0710536 kirim ke 1818	<b>3 RBT (3)</b> Ketik : RBT 0710536 kirim ke 1212 <b>Fren</b> Ketik : ringgo set 071053600 kirim ke 2525	<b>Axis</b> Ketik : ON 0710
------------------------------	---	--	--	--------------------------------

**Gambar 2.1. Contoh Iklan RBT di Back Cover Album Idola Cilik 1 Gapai Bintangmu**

Namun, dari segi keamanan, produser tak perlu khawatir terkena bajak untuk hit RBT-nya.. Bagi Bambang Abiantoro, sejauh ini teknologi RBT tidak bisa dibajak. “Belum ada teknologi untuk men-copy dan menyalurkan RBT.” (Putranto, 2009:135)

Selain itu, bagi produser rekaman sendiri, RBT bisa menjadi pemasukan besar. Misalnya, seorang pelanggan menyukai lagu dari sebuah band. Setelah 30 hari dia akan memperpanjangnya lagi, dan terus diperpanjang

hingga dia bosan. Tapi sebenarnya, siapakah yang paling diuntungkan dari hadirnya RBT? Ternyata bukan produser atau musisi, atau penyedia konten, tapi justru operator seluler. Telkomsel, misalnya, mendapat rata-rata 3,3 juta pengunduh lagu atau sekitar sepuluh persen dari total pelanggannya. Setiap hari permintaan RBT mencapai seratus ribu. Dari angka-angka tersebut, bisa diperkirakan, keuntungan yang diperoleh Telkomsel dari RBT bisa mencapai Rp 900 juta perhari. Di Telkomsel pencipta lagu hanya mendapatkan bagian 1,14 persen atau Rp 68 per lagu. Dibandingkan dengan di Amerika Serikat dan Singapura, penulis lagu mendapat 9,04 persen. Sementara untuk operator XL, mendapatkan bagian Rp 4.000 atau 80 persen setiap lagu. Sedangkan untuk label dan penyedia konten Rp 750 atau 15 persen, artis Rp 125 atau 2,5 persen, pencipta lagu Rp 63 atau 1,25 persen. Lihatlah betapa tidak adilnya pembagian keuntungan dalam bisnis ini (Muhyiddin, liputan6.com).

Inilah yang membuat para insan musik kesal. Malangnya nasib para musisi ini. Mereka yang berkarya, namun justru pihak lain yang paling banyak mendulang rupiah. Tidak hanya melalui pembajakan yang sesungguhnya. RBT ini pun belakangan juga dianggap sebagai satu bentuk pembajakan yang legal. Tapi apa daya, saat ini hanya RBT-lah yang menjadi sandaran utama mereka untuk bertahan hidup. Meskipun RBT dianggap bukan untuk anak-anak, namun tetap saja ada beberapa lagu anak-anak yang kemudian juga dipasarkan dalam bentuk RBT. Seperti lagu *Bunda Piara* yang dinyanyikan



Damas, produksi Nagaswara. Atau lagu-lagu yang diproduksi oleh Gema Nada Pertiwi, seperti lagu *Senam Pagi*.

Dalam wawancara dengan peneliti, Sufeni Susilo, Marketing Manager GNP mengatakan, “Sekarang ini banyak orang punya *handphone* dua, yang satu untuk bisnis, yang satu untuk ditelepon anaknya. Kalau dengan RBT yang bukan lagu anak-anak, sama dengan anak dipaksa untuk dengar lagu itu. Coba kita promosikan dengan segmen ibu-ibu. Kalau bapak-bapak sepertinya kurang pas. Kalau anak-anak juga tidak punya HP. Yang punya HP kelas 3 ke atas. Kelas 3 ke atas sudah tidak mendengarkan lagu ini.”

Selain RBT, jenis lain bisnis musik digital adalah *full track download*, *single track download* dan *ring tone*. Untuk jenis lainnya memang belum maksimal secara nominal pendapatan jika dibandingkan dengan RBT. Terkait dengan bisnis musik digital dengan telepon genggam, hambatan selain adanya CD dan MP3 bajakan antara lain adalah minat khalayak yang rendah untuk membeli lagu melalui telepon genggam, juga kartu telepon yang digunakan adalah Prabayar, jadi pulsa yang ada sangat terbatas. Tidak berhenti hanya pada level audio. Menyusul perkembangan RBT, yang akan populer berikutnya adalah *Video Ring Back* yang disajikan dengan teknologi 3G (*third generation mobile phone*). Tidak hanya audio saja, namun juga visual. Layanan ini bisa menampilkan potongan video klip, adegan film, iklan komersial produk, dll.

### **2.3 Revolusi Industri Musik**

RBT merupakan contoh nyata dari revolusi industri musik. setelah berulang kali berpindah format; dari piringan hitam, kaset, CD, VCD, dan DVD, hingga ke RBT, dan produk digital lainnya. Rahayu menuturkan, "Industri rekaman sebetulnya ada di ambang peralihan peradaban antara bentuk fisik yang sekarang masih ada, dengan bentuk yang nantinya tidak kelihatan, yaitu dalam bentuk digital/ nonfisik. Jadi di sinilah yang dibilang revolusi dalam industri musik." Senada, Jan Djuhana juga menjelaskan, "Kalau dari tahun 1995 bisa sampai 85 juta di total industri (musik), tapi pada tahun 2009 tinggal 15 juta saja. Mungkin tinggal sekitar 20% kira-kira," ujarnya.

Tren menurunnya penjualan fisik mulai terasa sejak ditemukannya internet. Tidak hanya di Indonesia, namun inilah tren industri musik dunia. Di Indonesia, penjualan terbanyak justru musik bajakan. Hingga kini memang penurunan penjualan fisik di Indonesia terutama adalah karena pembajakan. Selain itu, musik juga mesti bersaing dengan film (VCD/DVD) yang merupakan hasil bajakan juga, serta dengan kebutuhan lain, seperti: kebutuhan hidup, pulsa telepon, dll.

Tuntutan khalayak akan sajian musik makin tinggi. Audio saja kini tidak cukup memuaskan. Pernyataan bahwa manusia adalah makhluk visual benar-benar nampak pada era belakangan ini. Musik dengan visual itulah yang dicari. Hadirnya MTV pada tahun 1981 di Amerika Serikat menjadi cikal

bakal kegemaran khalayak akan tontonan musik audio visual. Kini, acara musik di televisi demikian banyak. Makin banyak orang menyaksikan video klip dari *youtube*, penampilan *live artis* dari televisi. Dan makin jarang yang membeli CD/ kaset. Berkurang drastis pula penampilan para artis dalam bentuk video klip, terutama lagu anak. Ditambah lagi, pembajakan yang merajalela membuat produser harus mengubah strategi.

Jika dulu musik dipasarkan dalam bentuk album, kini para produser lebih suka melempar single. Single merupakan lagu dari penyanyi/ band yang direkam oleh produser. Biasanya hanya satu lagu saja. Beberapa bulan kemudian publik diperkenalkan dengan lagu single yang lain. Jika dulu single dilempar ke pasar untuk memancing khalayak membeli album, kini single diluncurkan agar khalayak berlangganan RBT-nya. Single dipandang sebagai salah satu cara meredam pembajakan. Rahayu mengatakan, "Sekarang, kalau mengandalkan album dengan *cost* tinggi terus hasilnya *nggak* ada, dibajak juga, siapa yang peduli?"

Rahayu menjelaskan bahwa kalau dulu label merasa sayang jika membuat album kompilasi. Keluarkan album dulu, baru album kompilasi. Sekarang justru kebalikannya. Untuk itulah harus diambil inisiatif, bahwa masyarakat membutuhkan kompilasi, bukan album dengan satu penyanyi/ band saja. Sekumpulan lagu hits dari beragam penyanyi/ band dikumpulkan dalam satu album kompilasi untuk sama-sama dipasarkan. Single yang terkumpul dalam album kompilasi inipun juga ditawarkan dalam bentuk RBT. Biasanya pada

cover bagian belakang (*back cover*), produser juga menyertakan nomor kode untuk berlangganan RBT lagu yang ada dalam kompilasi tersebut.

## **2.4 Pembajakan**

Irama adalah label rekaman pertama didirikan oleh Suyoso Karsono pada tahun 1954. Sejak itulah industri musik Indonesia dimulai. Industri ini berkembang pesat dan melahirkan banyak artis berbakat di blantika musik tanah air. Belakangan ini di era tahun 2000-an ini, merupakan fase terburuk dari industri musik Indonesia Pembajakan musik luar biasa di Indonesia hampir membuat industri ini berakhir tragis. Pembajakan dengan ganas menggilas para pelaku industri musik. Perusahaan rekaman anggota ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia) pada tahun 1991 masih berjumlah 200, namun pada tahun 2007 hanya tersisa 70 label rekaman. Tidak ada lagi penghargaan yang cukup bagi para insan musik baik dari Indonesia dan luar negeri. Apa saja jenis musik yang hits dibajak dengan begitu bebas tanpa tindakan berarti dari aparat.

Tidak hanya para label rekaman, artis, dan pencipta juga merupakan pihak yang merugi karena kehilangan pemasukan dari royalti yang seharusnya menjadi hak mereka. Seiring merebaknya pembajakan ini, artis dan label tak lagi sangat bergantung pada royalti penjualan album fisik semata. Mereka mengandalkan penjualan musik digital (RBT), honor pentas, dan penjualan merchandise.

Membeli lagu bajakan ini tentu lebih menggiurkan bagi khalayak, karena kualitas hampir setara tapi harga jauh lebih murah. Biasanya lagu bajakan menggunakan format MP3 (MPEG-1 Audio Layer 3). MP3 merupakan teknologi audio yang memungkinkan penyimpanan file musik dalam bentuk digital dengan file yang lebih kecil (ringan). Sehingga, jika dalam CD normal hanya memuat hingga sekitar 12 lagu, namun dalam CD bajakan bisa memuat hingga puluhan lagu dari berbagai album penyanyi/ band.

Pembajakan lagu dan film ini tentu amat memukul para label rekaman. Rahayu mengatakan bahwa, “Di label kita khususnya, dan sama saja dengan label lain, perbandingannya sudah 98 : 2. 98% bajakan, dan yang 2% original. Jadi industri ini diselamatkan oleh RBT.” Perbandingan yang tak berbeda jauh ditunjukkan oleh Wendy Putranto dalam bukunya, *Rolling Stone Music Biz, Manual Cerdas Menguasai Bisnis Musik*. Ia menuliskan bahwa album rekaman fisik yang beredar di Indonesia hanya tinggal 8%, sementara album bajakannya telah mencapai 92%. Menurut laporan IFPI, federasi label rekaman internasional, pembajakan rekaman musik fisik telah mencapai angka sekitar 300 juta keping setiap tahunnya di Indonesia. Bandingkan dengan laporan penjualan ASIRI pada tahun 2007 yang hanya mencatat 24 juta unit rekaman saja yang terjual (2009:79). Selain itu, Berdasar pada data ASIRI tahun 2007 ini, jika dibandingkan penjualan antara musik bajakan dan legal pada 2007 maka akan kita dapati performa yang sangat mengerikan:

musik bajakan telah menguasai 95,7%, sementara musik legal penjualannya tinggal 4,3% di Indonesia! (2009:118)

Meskipun sudah dilindungi secara hukum melalui UU no. 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta tetap saja pembajak seolah-olah tidak mendapatkan hukuman yang setimpal. UU Hak Cipta ini menjabarkan bahwa hak cipta adalah “Hak eksklusif bagi Pencipta atau penerima Hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku” (Putranto, 2009:76). Sayangnya, tidak semua pencipta lagu, penyanyi/ band menyadari hak-haknya.dengan baik. Akibatnya karena tak cermat membaca kontrak dan pemahaman yang minim akan dapur rekaman, membuat artis berpotensi dieksploitasi oleh label rekaman.

Rahayu menjelaskan,”Berbagai cara saya lakukan. Khususnya saya pribadi di Nagaswara. Saya aktif di Gerakan Anti Pembajakan bersama dengan Togar Sianipar. Saya sekjennya, beliau ketua umumnya. Kemudian melakukan aksi penindakan di lapangan, misalnya menangkap gembong-gembongnya (pembajak). Kalau yang di pinggir jalan nggak kita tangkapin, dengan alasan sesuap nasi,”ujarnya. Ia mengatakan bahwa itu semua kembali ke mentalitas masing-masing, karena memang para penjual CD/VCD/DVD bajakan di pinggir jalan itu tujuannya semata-mata mencari uang. Kalau ditangkap pun juga percuma. Karena setelah bebas mereka akan berjualan lagi. Rahayu juga menuturkan kekecewaannya akan penindakan pada pelaku pembajakan. “Saya

sangat menyayangkan di negara kita ini pelanggaran hak cipta selalu disetarakan dengan penjara. Dikit-dikit penjara. Karena dipenjara tidak menyelesaikan permasalahan. Saya lebih suka (pembajak dihukum) dengan didenda.”

Minimnya tindakan hukum bagi pembajak, menimbulkan kecurigaan tentang adanya “permainan” antara pembajak dengan oknum aparat. Bahkan, saat penulis menanyakan langsung kepada seorang penjual CD/VCD/DVD bajakan di depan sebuah Mal di Semarang dengan jujur ia mengatakan bahwa jika akan ada operasi, maka bosnya akan ditelepon oleh seseorang di kepolisian. Artinya, hari itu ia tidak berjualan. Bahkan ia juga mengatakan bahwa bosnya membayar sejumlah uang yang cukup besar bagi oknum polisi tersebut setiap bulan.

Aparat hukum dinilai mandul dalam menangani kasus pembajakan musik di Indonesia. Tidak ada cukup kepedulian dari pemerintah, dan inilah yang membuat pembajakan terus merajalela. Pembajakan juga sangat keras menghantam toko kaset di seluruh Indonesia. Makin sedikit toko kaset yang membuka bisnisnya. Sufeni menuturkan, “Bisa dikatakan omzet toko kaset dan CD sebagian besar dari pop. Yang paling terpengaruh dengan adanya RBT, download gratis, dan pembajakan adalah pop. Padahal sewa toko mahal, akhirnya toko original makin berkurang, dan *space*-nya makin kecil.”

Jika dulu orang merasa bangga memiliki koleksi kaset atau CD artis kesayangannya. Kini, kebanggaan itu muncul saat mereka memiliki koleksi

MP3 yang paling lengkap dan mutakhir. Akibatnya, orang malas membeli kaset/ CD lagi. Mereka memilih untuk mendownload dari internet atau membeli bajakan. Lebih murah meriah! Angka pembajakan di Indonesia terhitung memalukan. Bagaimana tidak, Indonesia masuk sepuluh besar (Top 10 Priority Countries) negara pembajak musik terbesar di dunia. Bahkan produk bajakan Indonesia juga diekspor ke negara lain, seperti Australia.

## **2.5 Elemen Penting Industri Musik**

Ada beberapa elemen penting dalam industri atau bisnis musik. bisnis musik pada umumnya mengacu pada kisaran penuh kegiatan ekonomi yang penting untuk produksi dan penampilan produk dan jasa musik (Strasser, 2010:xi)

### **a. Label/ Perusahaan Rekaman**

Tidak akan ada rekaman musik apapun jika tidak ada pihak yang memproduksinya. Salah satu elemen terpenting dalam industri rekaman adalah perusahaan rekaman. Perusahaan rekaman adalah perusahaan yang mengelola rekaman suara dan penjualannya, termasuk promosi dan perlindungan hak cipta. Mereka biasanya memiliki kontrak dengan artis-artis musik dan manajer mereka (Wikipedia).

Perusahaan rekaman sering disebut juga sebagai label rekaman. Perusahaan rekaman masa kini sudah tidak bisa hanya



menggantungkan diri pada tradisi kuno yang hanya mengurus proses produksi, kontrak, hak cipta. Tidak ada jalan lain, penjualan album fisik yang melempem membuat perusahaan rekaman yang ingin eksis mesti merubah pola bisnisnya menjadi perusahaan hiburan lengkap dengan fasilitas lain, misalnya dengan menjual merchandise, mengelola manajemen artis, dll.

Menurut Rahayu, Direktur Utama Nagaswara, perusahaannya memproduksi semua jenis musik, terutama pop. Bagaimana mengukur kesuksesan sebuah album? Ia menurunkan bahwa suksesnya sebuah album/ single kini diukur dari 3 hal, yaitu sukses secara RBT, sukses secara penjualan fisik, dan juga dalam pertunjukan ((live show, konser, dll). Berapa besar pembagian antara artis, label, dan pihak lain itu tergantung pada kesepakatan bersama yang tertuang dalam kontrak. “Ya tergantung perjanjian, ada yang misalnya manajemen artisnya kita “pegang” (berarti perusahaan men-)dapat share, tapi ada juga yang kita lepas. Jadi kita cuma mengambil keuntungan dari fisik dan RBT,” katanya.

Dunia mengenal 4 major label raksasa yaitu: Universal Music Group, Sony BMG yang kemudian berganti nama menjadi Sony Music Entertainment, Warner Music Group, dan EMI. The big four ini merupakan bagian dari konglomerasi media, dan menguasai 70% pasar musik di seluruh dunia. Sedangkan major lokal Indonesia adalah

Musica Studio's, Aquarius Musikindo, Nagaswara, Trinity Optima Production, dll.

Indie label (independent label) merupakan semua label rekaman di luar major label. Indie label ini bisa dimiliki sendiri oleh artisnya dan menggunakan biaya sendiri atau kucuran dana sponsor/pihak lain. Mereka mendistribusikan musiknya di luar jalur distribusi major label. Indie label ini merupakan musik diluar jalur utama (mainstream) yang juga menjadi sarana musisi mengekspresikan diri mereka secara musikal dan kualitas, tanpa harus khawatir dengan nilai komersial. Contohnya adalah Aksara Records, Alfa Records, dan indie label musik tradisional sangat banyak bertebaran pada tiap daerah.

Seiring perkembangan teknologi kini juga dikenal internet label (netlabel) yang merupakan label rekaman yang mengunggah musiknya dan khalayak bisa mendownload gratis/ berbayar. Netlabel tidak memproduksi musik namun hanya mendistribusikan saja.

Berapa banyak perusahaan rekaman memproduksi album fisik? “Kalau untuk copy dalam bentuk CD umum 1000 copy, tapi kalau repeat itu tidak terbatas bisa 100 ribu, dsb. Jadi kuota minimal 1000 untuk seluruh Indonesia. Sebenarnya itu sedikit sekali ya, nggak balance sama keadaan,” ujar Rahayu.

#### **a. Produser**

Belajar dari seorang produser kelas dunia, David Foster. Dalam bukunya, *Hitman* (Foster, 2008) kariernya sebagai produser diawali dari hobinya bermain berbagai jenis musik yang kemudian menjadi lahannya mencari uang selama bertahun-tahun. Kepekaannya pada nada sudah ditemukan ibunya saat ia berusia 4 tahun. Satu hari di puncak kariernya sebagai musisi, dia merasa bosan dan ingin melakukan sesuatu yang berbeda, yaitu menjadi seorang produser. Beberapa album awal yang diproduserinya tidak mendatangkan keuntungan secara komersial, ia tidak putus asa. Ia terus berusaha dan kini menjadi seorang produser bertangan dingin kelas dunia. Ia berhasil mengorbitkan bintang menuju karier puncak mereka, seperti Whitney Houston, Celine Dion, Josh Groban, Chicago, Earth Wind & Fire, Kenny G, The Corrs, dan sederet nama besar lainnya. Kesungguhannya dalam kariernya sebagai produser membuahkan hingga 16 Grammy Award, penghargaan tertinggi bagi insan musik dunia.

Di Indonesia kita mengenal nama-nama produser senior ternama, seperti: Jan Djuhana (Sony Music), Log Zhelebour (Logiss Record), Judhy Kristianto (JK Records), Indrawati Widjaja (Musica Studio), dan Arie Suwardi Widjaya (Aquarius). Produser berperan sangat penting dalam industri musik. Sayangnya, profesi ini belum terlalu dilirik oleh banyak orang, padahal cukup menjanjikan. Tidak

ada pendidikan khusus formal untuk menjadi seorang produser rekaman. Di deretan muda kita kenal Anang Hermansyah, Mochamad Noerwana (Noey) yang antara lain berhasil mengorbitkan Caffeine, Peterpan, Letto, Nidji, D'Masiv, Utopia.

Produser rekaman suara adalah orang atau badan hukum yang pertama kali merekam dan memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan perekaman suara atau perekaman bunyi, baik perekaman dari suatu pertunjukan maupun perekaman suara atau perekaman bunyi lainnya (Putranto, 2009:81) Produser memiliki peran sentral dalam industri musik. Pada dasarnya ada dua fungsi utama produser. (1) produser eksekutif, merupakan penyandang dana. Ia bisa merupakan pemilik/ eksekutif dari perusahaan rekaman. (2) produser, yaitu orang yang bertanggung jawab terhadap produksi sebuah album rekaman, mulai dari mencari penyanyi, memilih lagunya, menghimpun musisi/penata musik dan menetapkan studio rekamannya sampai album tersebut siap dilempar ke pasar (Widjaja, 2009:5).

Produser bisa merupakan orang yang bekerja di perusahaan rekaman, jadi dana berasal dari perusahaan tersebut. Atau bisa juga merupakan produser independen yang kemudian mencari dana untuk membiayai produksi rekaman, bekerjasama dengan perusahaan rekaman atau dengan pemilik dana. Produser memiliki peran dari proses pra-produksi hingga paska produksi. Misalya: dari membuat

anggaran produksi, melatih, memandu musisi, mengawasi proses rekaman, memilih lagu, sound, dan aransemen.

Produser harus memiliki ketajaman intuisi untuk menilai bahwa artisnya memang punya potensi untuk diorbitkan, punya jejaring luas dengan label rekaman, dan pencipta lagu. Selain itu produser punya “hidung” bisnis yang tajam dengan mampu untuk menebak pasar.

Rahayu mengatakan, “Pertimbangan kita sebelum melakukan rekaman itu pasti yang kita cari adalah komersil atau tidaknya suatu produk. Misalnya kita ingin membuat lagu yang bergenre pop itu, kategori dewasa khususnya. Nah, itu tentunya sudah berpikir bahwa mayoritas masyarakat kita menjadi satu target pasarnya. Nah, kalau misalnya sebagai seorang produser tidak bisa menebak pasar, biasanya produser itu nggak bisa eksis.” jelasnya. Menurutnya, menebak pasar itu adalah memilih ke pasar yang lebih luas atau umum. Misalnya, sekarang banyak lagu melayu atau yang mendayu-dayu, pasti produser lebih memilih ke pasar itu. Bukan sesuai tren, tapi sesuai kemauan pasar.

Selain itu, produser rekaman mesti jeli untuk memilih lagu yang akan dirilis menjadi single. Produser juga mesti mampu menggali potensi dari artisnya untuk menampilkan yang terbaik, memancing kreativitas, menampilkan bakatnya dalam bermusik sehingga rekaman

yang dihasilkan berkualitas bagus. Tidak semua produser dapat menangani semua jenis musik rekaman. Misalnya, seorang produser mungkin akan sangat “tajam” untuk jenis lagu pop, namun tidak untuk lagu-lagu dangdut, dan sebaliknya.

Biasanya produser memulai kariernya sebagai musisi, penyanyi, *sound engineer*. Atau bisa juga sama sekali tidak punya latar belakang musik. Namun, kesukaan terhadap musik itu adalah hal yang mutlak adanya. Apa saja pertimbangan produser sebelum melakukan rekaman? Jan N. Djuhana dari Sony Music Indonesia menjelaskan, “Pertimbangan biasanya dari pihak kita mendengarkan materi lagu kemudian baru bertemu dengan mereka (band/ penyanyi), apakah mereka punya potensi, dan penampilan juga perlu, disamping usia. (Itu) kalau materinya sudah *oke*.” Manager artis tidak hanya perseorangan/ badan khusus namun bisa juga perusahaan rekaman membentuk divisi manajemen artis.

#### **b. Manajer Artis**

Manajer artis merupakan orang yang bertugas mengelola karier band hingga menangani sisi bisnis musiknya secara berkesinambungan. Ada 3 jenis manager dengan ruang lingkup pekerjaan yang berbeda, yaitu: *Personal Manager*, *Business Manager*, dan *Road/ Tour Manager*. *Personal Manager* harus mamou melihat

sesuatu dari perspektif yang berbeda dengan artis, mampu membuat perencanaan karier yang akan diikuti oleh artis guna mencapai tujuan nantinya. *Personal Manager* melakukan kegiatan, tetapi tidak terbatas pada hal-ha berikut ini; membuat perencanaan karier, membangun imej band, melakukan publikasi, mencarikan kontrak rekaman dengan label/ penerbit musik, membina hubungan dengan jurnalis/ media massa, mengatur jadwal konser/ tur, rekaman, mengurus lisensi, mencarikan sponsor/ *endorsement*, dan sebagainya (Putranto, 2009:27-28)

#### **c. Pencipta Lagu**

Pencipta lagu adalah orang yang menciptakan notasi, lirik, komposisi sehingga tercipta sebuah lagu. Pencipta lagu bisa merupakan anggota band, pemusik, penyanyi, atau orang biasa yang bukan berasal dari industri musik.

Pencipta merupakan salah satu elemen yang sangat penting dari industri musik. Tanpa pencipta lagu, tentu tak akan ada nada lagu yang bisa dikemas dan disajikan oleh industri rekaman kepada khalayak.

#### **d. Artis**

Artis adalah orang yang bergerak dalam bidang seni, baik musik, tari, suara, wicara, dll. Namun artis yang dimaksud dalam industri musik adalah penyanyi, baik tunggal, berkelompok, serta personel band. Artis

musik dapat dimaknai sebagai seorang yang memiliki skill dan kemampuan dalam bermusik. Penyanyi anak-anak adalah anak-anak yang memiliki ketrampilan bernyanyi, dan telah masuk dalam industri rekaman atau pun televisi.