

BAB II

INDUSTRI MUSIK INDONESIA, KUNTO AJI DAN MANAJEMEN INDIE

KUNTO AJI

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan mengenai gambaran umum industri musik di Indonesia, Kunto Aji serta manajemen Kunto Aji yang memilih berkarya di jalur independen. Penjabaran yang ada dibawah ini merupakan hasil wawancara antara penulis dengan Kunto Aji dan tim manajemen Kunto Aji.

2. 1 INDUSTRI MUSIK INDONESIA

2.1.1 Industri Musik Indonesia

Industri musik Indonesia diwarnai dengan berbagai jenis genre yang ada, antara lain pop, rock, jazz, dangdut, dan lain-lain. Dalam konteks industri musik, sebuah label rekaman adalah suatu jenis *brand* yang sering dikaitkan dalam hal pemasaran hasil suatu rekaman suara, seperti jenis musik ataupun video musik. Tak itu saja, tapi juga meliputi produksi atau dalam hal ini rekaman si artis, manufaktur, distribusi, promosi, hingga perlindungan hukum dan hak cipta dari hasil rekaman dan video musik si artis. Oleh karena itu industri rekaman adalah salah satu wajah dan barometer yang dapat kita lihat perkembangannya, baik dari segi teknologi, produktivitas, kreativitas, maupun salah satu unsur terpenting yaitu kebebasan bermusik (Rez, 2008:21).

Dalam industri musik Indonesia, terdapat label musik komersial dan label musik indie. Label komersial rekaman yang menjuarai industri musik di

Indonesia, yaitu SONY, Universal, dan Warner. Ketiga label komersial tersebut merupakan tiga label komersial terbesar yang memiliki posisi atas di industri musik Indonesia. Label komersial juga bisa diartikan sebagai perusahaan rekaman yang memiliki modal besar, serta bernaung pada suatu korporat yang besar pula. Label musik komersial tersebut menaungi para musisi dengan berbagai kriteria yang memang diinginkan oleh label tersebut.

Selain label musik komersial, terdapat juga label musik indie yang menaungi musisi Indonesia dengan mempertahankan idealisme para musisinya. Label musik indie yang menaungi musisi indie di Indonesia, salah satunya yaitu Demajors. Melalui jalur indie, Demajors mempertahankan karya-karya dari musisi indie untuk dipasarkan ke dalam industri musik *mainstream*. Di Indonesia, sudah banyak musisi indie yang bisa bersaing di industri musik Indonesia dengan mempertahankan idealisme mereka dalam berkarya. Salah satu musisi yang bisa berkembang dan bisa bersaing di industri musik Indonesia, yaitu, Kunto Aji.

2.2 KUNTO AJI DAN MANAJEMEN INDIE KUNTO AJI

2.2.1 Kunto Aji

Kunto Aji merupakan salah satu musisi indie yang memulai karirnya di industri musik Indonesia melalui ajang pencarian bakat Indonesia Idol musim kelima. Musisi indie kelahiran Yogyakarta ini, memulai debut single pertamanya Terlalu Lama Sendiri pada tahun 2014. Setelah merilis single perdananya tersebut, karir Kunto Aji semakin dikenal oleh para penikmat musik di Indonesia dengan ciri khas dan idealisme bermusik yang dimiliki.

Tahun 2015, Kunto Aji berhasil merilis album Generation Y yang memiliki 9 lagu, antara lain Akhir Bulan, Pengingat, Gema, Suara, Terlalu Lama Sendiri, Buka Buka Buka, Ekspektasi, Amatiran, dan Mercusuar.

Setelah mengeluarkan album tersebut, penyebaran album Generation Y juga terdapat treatment yang dilakukan oleh Kunto Aji Management untuk mendekatkan fans Kunto Aji dengan membuat acara “Temu Akhir Bulan”. Pada tahun 2017, Kunto Aji melakukan Intimate Tour Concert 3 Cerita 1 Ruang bersama Eva Celia dan Jordy Waelaruw di 6 kota, antara lain Surabaya, Malang, Yogyakarta, Semarang, Bandung dan Jakarta. Penghargaan yang didapatkan oleh Kunto Aji antara lain, Breakthrough Artist NET 2.0, Best Song Indonesia Anugerah Planet Muzik, Best New Male Artiste Planet Muzik, Rookie Rolling Stone, dan The Best Fresh Meat Hai Magazine.

Pada tahun 2017, Kunto Aji sedang mempersiapkan pembuatan Album kedua berjudul “Matra Matra” yang akan rilis di tahun 2018. Mantra mantra adalah tema yang diambil untuk tema Album kedua Kunto Aji. Masih menjadi turunan dari Generation Y yang membicarakan masalah milenial, namun dari sisi yang lebih personal. Sedikit menyinggung tentang *mental health* yang menjadi isu naik ke permukaan di generasi ini. Bentuk respon dari trend *FOMO* dan *JOMO*, di lagu-lagu album ini menjadikan topik yang diangkat pada album menjadi sangat berkaitan dengan generasi milenial. Sesuai dengan tema album, generasi yang terlalu banyak berfikir sebelum membuat keputusan kecil dan tidak substansial pun. Momen berpikir tentang kemungkinan-kemungkinan

yang belum terjadi ini justru yang akhirnya diangkat menjadi lagu-lagu di album ini.

Kunto Aji juga memasukkan sisi personalnya di album ini sebagai seorang yang introver (tetapi juga ekstrover disaat tertentu). Dengan musik yang lebih organik dan live, Kunto Aji ingin memberikan kesegaran dalam abum barunya ini. Di penghujung tahun 2018, Kunto Aji mulai bergabung dengan manajemen baru yaitu Juni Record untuk menjadi rumah baru bagi album keduanya ini. Sebagai pembuka album keduanya “Mantra Mantra”, pada tanggal 23 November 2017, Kunto Aji merilis single terbarunya di Album kedua dengan judul Konon Katanya.

2.2.2 Manajemen Indie Kunto Aji



Gambar 2.1 Logo Manajemen Indie Kunto Aji

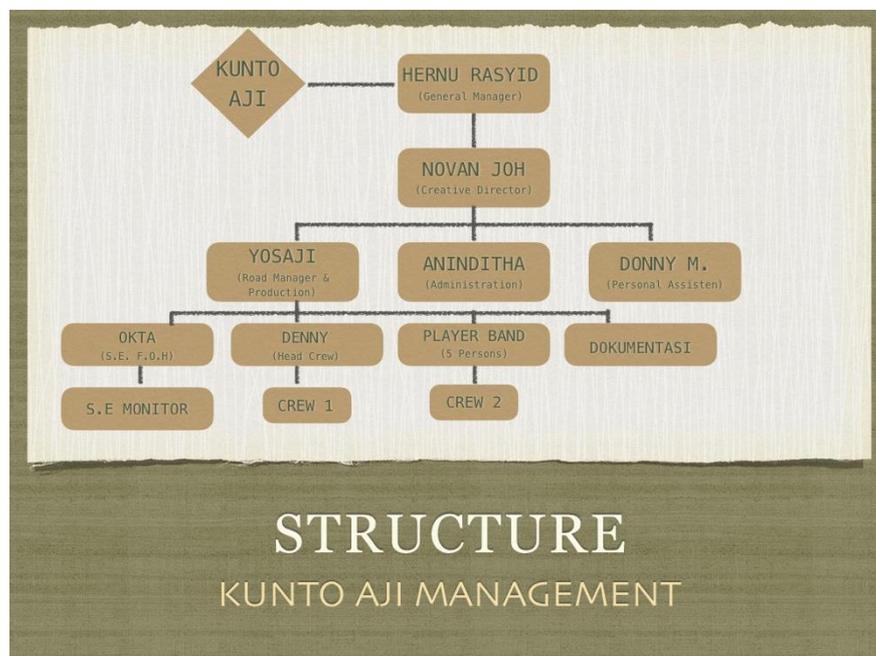
Kunto Aji Management merupakan sebuah tempat yang menjadi “Rumah Kecil” seorang penyanyi bernama Kunto Aji. Pada awalnya, dalam manajemen kecil ini terdiri dari Bussines Manager, Personal Manager, dan Road Manager yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan karir Kunto Aji di bidang musik. Dalam perkembang bermusik Kunto Aji, manajemen kecil yang memilih jalur indie ini berperan penting dalam segala hal yang berkaitan dengan karya yang di buat oleh Kunto Aji sendiri.

Manajemen indie Kunto Aji didirikan pada tahun 2014 sebagai rumah kecil Kunto Aji yang beromisili di Jakarta Selatan. Dan pada tahun 2014 pula sudah memperluas manajemennya sendiri, menjadi lebih detail dan terstruktur. Dari manajemen kecil tersebut, lahirlah sebuah karya dari Kunto Aji dengan nama Generation – Y, sebuah album pertama dari Kunto Aji yang bisa diterima oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2015.

Struktur yang ada di dalam manajemen indie Kunto Aji berbeda dengan perusahaan pada umumnya. Dengan struktur yang sedikit namun memberikan dampak kerja yang efisien sehingga mempercepat komunikasi yang terjadi antara divisi yang satu dengan yang lain. Di dalam manajemen ini, terdapat *general manager*, *creative director*, *road manager*, *administration*, dan *personal manager*. Semua kegiatan dan pekerjaan yang berhubungan dengan Kunto Aji, tim tersebut saling bekerja sama secara efisien.

Pertama, dari *general manager* yang mengatur semua jadwal manggung dan kerjasama antara pihak Kunto Aji dengan beberapa *brand* yang ada di Indonesia. *General manager* juga mengontrol semua divisi agar tetap berada dalam *work flow* yang sudah ditentukan. Kedua, dari *creative director* yang mengatur segala keperluan untuk *stage act* Kunto Aji ketika manggung. Selain itu, *creative director* juga yang bertanggung jawab dalam pembuatan video klip yang akan dirilis oleh Kunto Aji. Ketiga, terdapat *road manager* yang mengatur segala kebutuhan di panggung ketika Kunto Aji mengisi sebuah acara. *Road manager* juga yang berkoordinasi dengan tuan rumah dari acara yang mengundang Kunto Aji, agar acara yang dilaksanakan berjalan dengan

lancar. Keempat, terdapat divisi *administration* yang mengurus segala kebutuhan dalam bidang administrasi yang berkaitan dengan kerjasama antara pihak Kunto Aji dengan klien. Terakhir, terdapat *personal manager* yang bertugas untuk menemani dan mengatur berbagai keperluan yang diperlukan oleh Kunto Aji. Selain beberapa divisi yang sudah disebutkan, terdapat juga beberapa personel band yang mendampingi Kunto Aji ketika mengisi acara juga beberapa kru pendamping yang membantu *road manager*.



Gambar 2.2 Struktur Kunto Aji Management

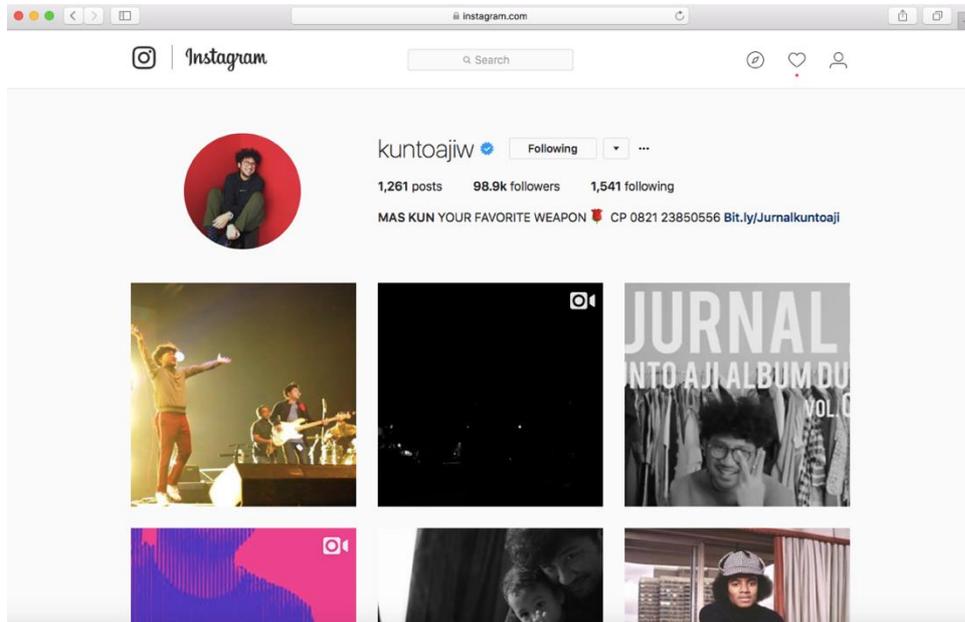
2.2.3 Media Sosial Kunto Aji

Dalam Fuchs (2008), berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan

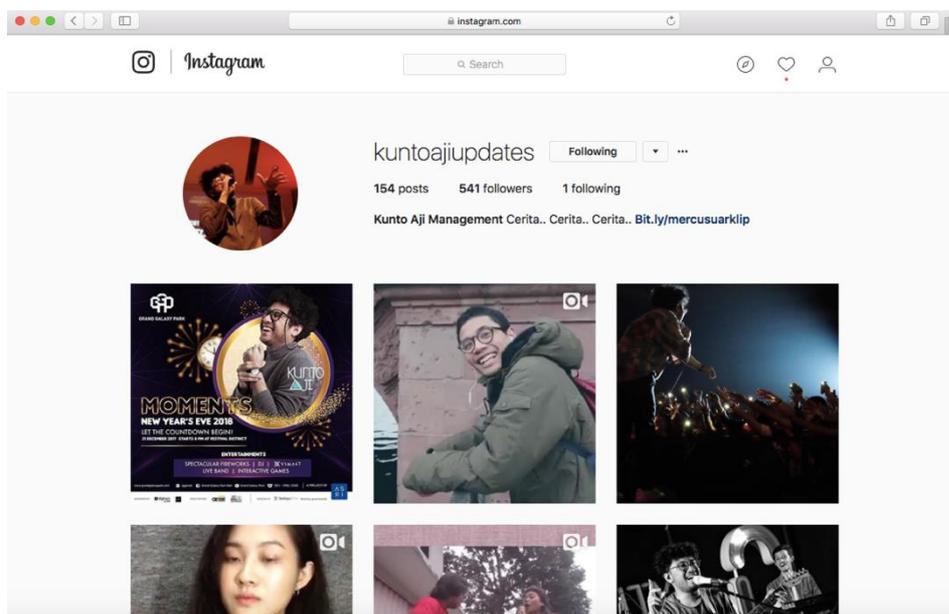
pengenalan individu terhadap individu lain (*human communication*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Nasrullah, 2015: 8).

Kunto Aji menggunakan media sosial sebagai media untuk menyalurkan karyanya dan berinteraksi dengan para penggemarnya. Media sosial yang dimiliki oleh Kunto Aji, antara lain Instagram, Twitter, Youtube, dan Website. Dengan menggunakan beberapa media sosial tersebut, Kunto Aji bisa lebih dekat dengan para penggemarnya dan lebih mudah untuk memperlihatkan karyanya dalam bentuk selain CD album.

Dengan Instagram, Kunto Aji dan manajemennya memiliki Instagram yang berbeda. Dengan Instagram pribadi Kunto Aji di @kuntoajiw, Kunto bisa berinteraksi lebih dekat dengan para penggemarnya. Melalui Instagram pribadinya, Kunto Aji juga membagikan kegiatannya sehari-hari yang menarik dan lucu. Selain itu, Kunto Aji juga menggunakan Instagram pribadinya sebagai salah satu media mempromosikan karya-karya yang sudah dibuat, seperti album Generation Y. Instagram lain yang digunakan, yaitu @kuntoajiupdates. Dengan akun Instagram manajemen Kunto Aji, biasanya digunakan untuk memberikan *update*-an terbaru mengenai Kunto Aji, baik itu yang berkaitan dengan karyanya, jadwal manggung, maupun *song cover* yang dilakukan oleh para penggemar Kunto Aji.



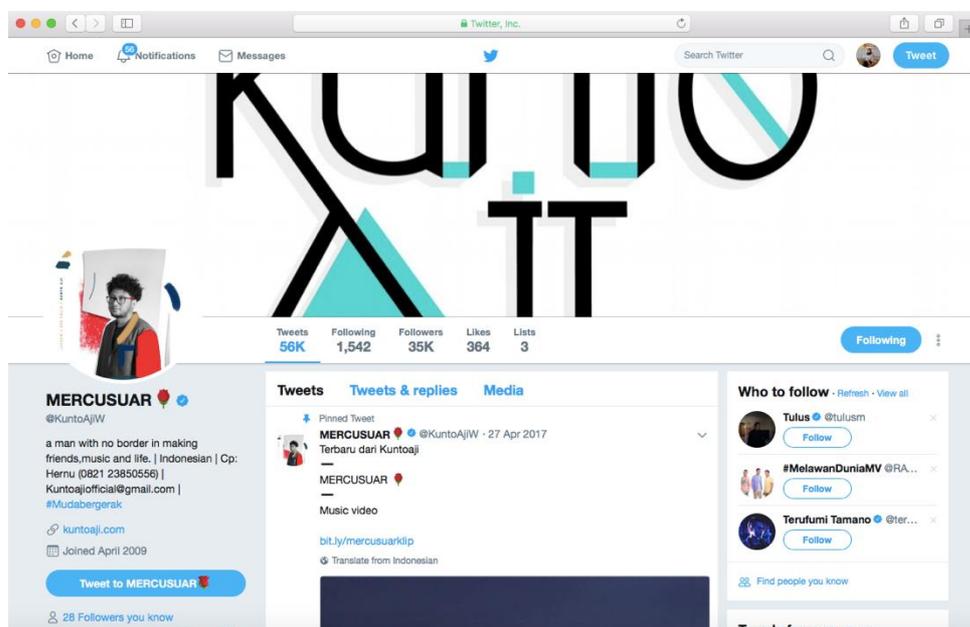
Gambar 2.3 Halaman Profile Akun Instagram @kuntoaji



Gambar 2.4 Halaman Profil Akun Instagram @kuntoajiupdates

Selain Instagram, Kunto Aji juga menggunakan Twitter untuk berinteraksi dengan para penggemarnya. Melalui akun twitter @KuntoAjiW, kedekatan yang dilakukan oleh Kunto Aji berbeda dengan yang dilakukan di Instagram.

Perbedaan jenis *platform* tersebut membuat Kunto Aji lebih membahas hal-hal yang berkaitan dengan kejadian sekitar. Akan tetapi, dengan cara itu Kunto Aji bisa lebih berdiskusi dengan para penggemarnya mulai dari topik yang sederhana hingga topik yang bisa dikatakan lebih serius. Selain itu, Kunto Aji juga bisa mempromosikan karya-karya yang telah dibuatnya melalui akun Twitternya.



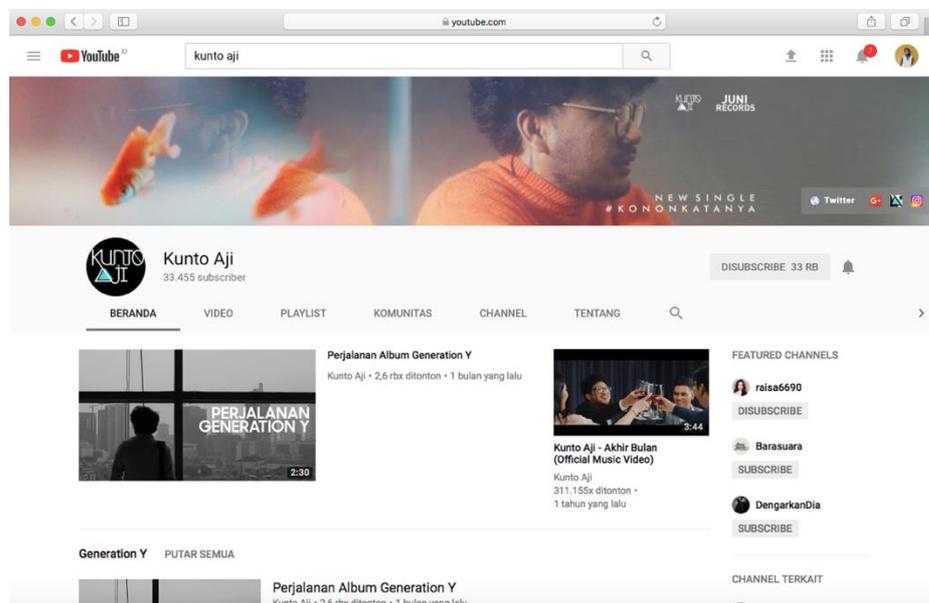
Gambar 2.5 Akun Twitter Resmi Kunto Aji

Media sosial yang digunakan oleh Kunto Aji untuk memperlihatkan karya-karyanya dalam bentuk video, yaitu Youtube. Dengan akun Youtube Kunto Aji, karyanya yang berbentuk visual bisa dinikmati oleh para penggemarnya. Dengan media Youtube juga, Kunto Aji bisa sekaligus mempromosikan karya-karya yang telah dibuat dengan cara yang berbeda. Terakhir, media sosial lain yang digunakan oleh Kunto Aji, yaitu Website. Dengan Website

www.kuntoaji.com para penggemar dapat melihat informasi yang terkait dengan Kunto Aji.



Gambar 2.6 Laman Website Kunto Aji (www.kuntoaji.com)



Gambar 2.7 Akun Youtube Resmi Kunto Aji

2.2.4 Album Generation Y – Kunto Aji

Album Generation Y merupakan album pertama karya Kunto Aji Wibisono. Album ini dirilis pada tahun 2015. Lagu utama dari album Generation Y ini yaitu, Terlalu Lama Sendiri dan Peningkat. Sebelum merilis album Generation Y, Kunto Aji merilis Terlalu Lama Sendiri sebagai debut perdananya pada tahun 2014. Album Generation Y terdiri dari 9 lagu, antara lain akhir bulan, peningkat, gema, suara, terlalu lama sendiri, buka buka buka, ekspektasi, amatiran, dan mercusuar. Pada album Generation Y ini terdapat jua keterangan di setiap lagunya yang dirangkai menjadi sebuah *chapter line*.

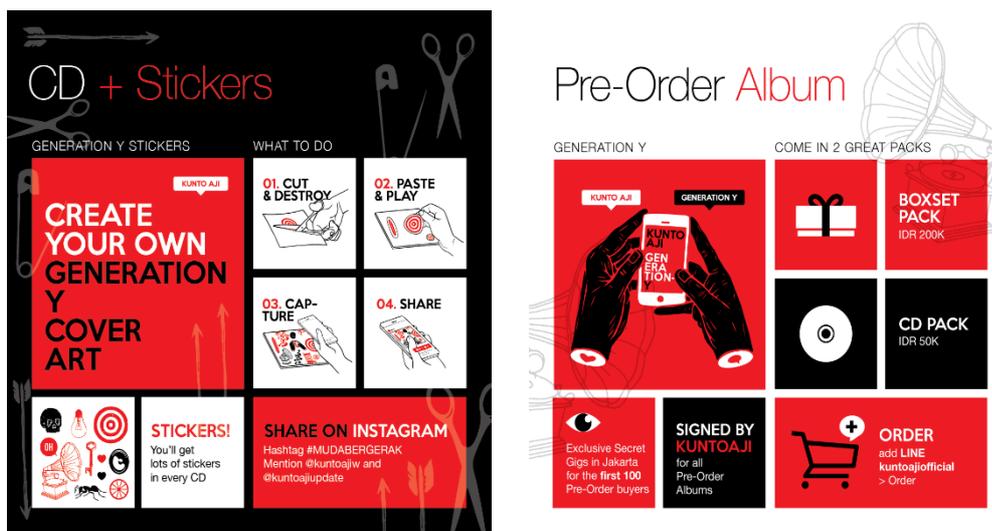


Gambar 2.8 Chapter Line Album Generation Y Kunto Aji

Di album Generation Y ini, Kunto Aji mengangkat tema-tema yang sering dialami oleh Generation Y, generasi kelahiran tahun '80an hingga saat ini, dimana generasi tersebut merupakan generasi peralihan dari masa pra digital ke digital. Keragaman tema yang diangkat oleh Kunto Aji, seperti kisah cinta,

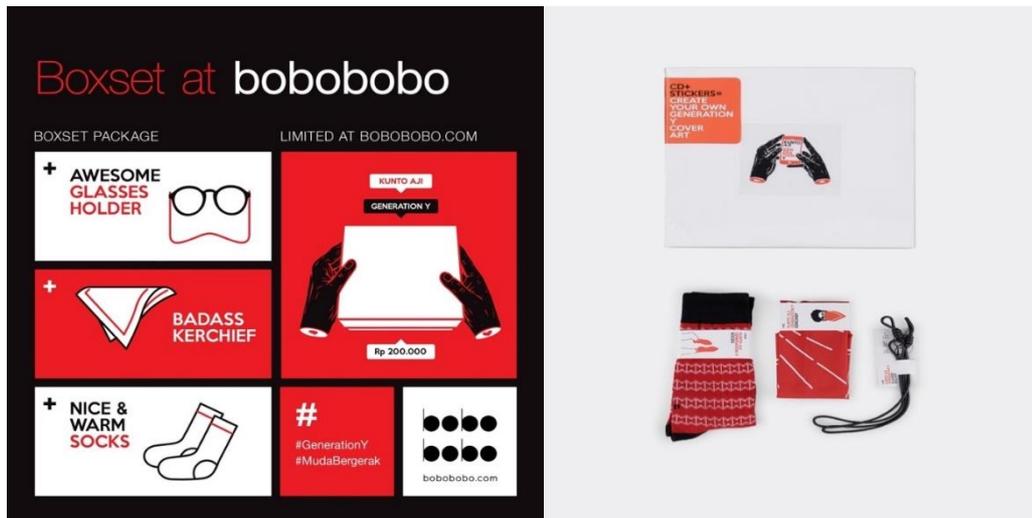
kesulitan anak rantau di akhir bulan, mimpi yang terpendam dan lain-lain. Dengan gerakan #MudaBergerak yang dibuat oleh Kunto Aji dan tim, Kunto ingin mengajak para pendengar karyanya bisa mendapatkan semangat muda yang aktif dan inovatif.

Selain itu, Kunto Aji juga mengajak seniman asal Yogyakarta, Farid Stevy yang meraih penghargaan AMI Award 2015 pada kategori Grafis Desain Terbaik lewat album Musim yang Baik (2014) milik Sheila On 7 untuk berkolaborasi dalam album Generation Y membuat *art work* stiker yang bisa di *custom* oleh para penggemar Kunto Aji yang membeli album Generation Y.



Gambar 2.9 Custom Artwork di Album Generation Y

Dalam album Generation Y, Kunto Aji bekerja sama dengan www.bobobobo.com sebagai penjualan box eksklusif dengan persediaan terbatas. *Boxset* yang di jual secara *limited* di *website* www.bobobobo.com berisikan album Generation Y, *glasses holder*, *badass kerchief*, dan *socks*. Harga yang dibandrol untuk *boxset* tersebut yaitu Rp 200.000,00.



Gambar 2.10 Boxset Album Generation Y Limited at bobobobo.com

Selain itu, dalam persebaran album Generation Y, Kunto Aji memasarkan melalui Gojek Indonesia. Para penggemar bisa membeli album Generation Y – Kunto Aji melalui aplikasi Gojek dengan menggunakan Go-Mart. Untuk pembelian yang dilakukan di Go-Mart (Gojek Indonesia), dalam satu hari penjualan, Kunto Aji akan mengantarkan album tersebut secara langsung kepada para penggemarnya dengan menggunakan seragam driver Gojek.



Gambar 2.11 Opsi Pembelian Album melalui Fitur Go-Mart dalam Aplikasi Gojek



Gambar 2.12 Kunto Aji Mengantarkan Album ke Penggemar menggunakan Gojek

CD Pack at **blibli**

GENERATION Y CD GET IT FROM WWW.BLIBLI.COM

<p>KUNTO AJI GENERATION Y only Rp. 50.000</p>	<p>TRUSTED STORE Just go to www.blibli.com</p>
<p>MUSIC OF YOUR GENERATION #GenerationY #MudaBergerak</p>	<p>9 GREAT SONGS Including hit single Terlalu Lama Sendiri</p>

Gambar 2.13 CD Pack Album Generation Y di blibli.com

Sampai saat ini, bila para penggemar ingin membeli album Generation Y – Kunto Aji, pembeli bisa membelinya di website www.bibli.com dengan harga Rp 50.000,00.