

Motivasi Penggunaan Spotify Sebagai Media Penyebarluasan Karya Musik Musisi Indie Lokal

Ardistia Ramadhanti, Maharina Nursaif, Allief Muhammad Iqbal Taufik

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail: ardistia.ramadhanti.mpem416@polban.ac.id

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail: maharina.nursaif.mpem416@polban.ac.id

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail: allief.muhammad.mpem416@polban.ac.id

ABSTRAK

Terdapat 108 musisi indie yang menyebarluaskan karya musiknya melalui Spotify. Sedangkan data lain menyebutkan jika pengguna JOOX (34,7%) lebih besar dari pengguna Spotify (9,8%). Maka dari itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mencari motivasi dan faktor pendorong musisi indie menggunakan Spotify dalam penyebaran karya musiknya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam yang selanjutnya dianalisis dengan metode reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diperoleh dari sepuluh partisipan musisi indie. Hasil penelitian menyebutkan motivasi penggunaan Spotify oleh musisi indie adalah Spotify merupakan *platform* musik digital yang sudah besar di berbagai belahan dunia serta Spotify digunakan untuk memperluas target dan pendengar. Hal positif yang didapat oleh musisi indie ketika menyebarluaskan karyanya melalui Spotify adalah terdapatnya fitur Spotify *for Artist*, algoritma, mendapatkan hak cipta atas musiknya, dan apresiasi berupa uang. Sedangkan hal negatif yang dirasakan adalah sulitnya mencatatkan *credit* untuk *session player*, profit yang didapatkan tidak begitu besar, dan tidak adanya fitur untuk berinteraksi dengan pendengar.

Kata Kunci

Digital Platform, Music Platform, Musisi Indie, Spotify.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang progresif menjadikan internet sebagai salah satu komponen yang krusial sejak tahun 1980-an. Pada awal tahun 1990-an, internet mulai berkembang dan digunakan dalam proses produksi, promosi, distribusi, dan konsumsi. Sehingga, muncul penemuan-penemuan baru salah satunya adalah *platform* musik digital yang dapat digunakan sebagai media promosi, distribusi, dan konsumsi berbagai karya musik. Sebagai contoh, dengan adanya *platform* musik digital seperti Spotify dari Stockholm, Swedia yang masuk secara resmi ke Indonesia kini masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mengonsumsi atau mendengarkan berbagai karya musik dimanapun dan kapanpun. Kehadiran

Spotify pun dimanfaatkan oleh berbagai musisi indie untuk mempromosikan dan mendistribusikan produknya, dalam hal ini karya-karya musiknya. Musisi atau band indie merupakan suatu grup yang memproduksi musiknya secara bebas dan sesuai dengan ekspresi mereka, tidak tergantung dengan keadaan pasar yang terus berkembang ataupun jenis musik yang sedang populer di kalangan konsumen atau pencinta musik [1]. Banyaknya musisi indie yang menyebarluaskan karya musiknya melalui *platform* musik digital ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah musisi indie yang terdaftar dalam Spotify Indonesia pada tahun 2018 yang disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Data band indie Indonesia yang terdapat di Spotify

| No | Nama Band | No | Nama Band | No | Nama Band | No | Nama Band |
|----|-----------------|----|------------------|----|-----------------|----|------------|
| 1 | A.F.F.E.N | 28 | Black Stocking | 55 | Endank Soekanti | 82 | Javablanca |
| 2 | Adhitiya Sofyan | 29 | Blues Jam | 56 | Fiersa Besari | 83 | Jionara |
| 3 | Afternoon Talk | 30 | Bonita & The Hus | 57 | Filastein | 84 | Jirapah |

| | | | Band | | | | |
|----|----------------------------|----|-------------------|----|------------------------|-----|---------------------------------|
| 4 | Alvin | 31 | Bottlemoker | 58 | Fletch | 85 | Junior Soemantri |
| 5 | Amigdala | 32 | Brian KP | 59 | Float | 86 | KarnaTra |
| 6 | Andira | 33 | BRNDLS | 60 | Folkapolka | 87 | Kaveh Kanes |
| 7 | Andira | 34 | Bubu Giri | 61 | Fstvlst | 88 | KimoKal |
| 8 | AnggiSluka | 35 | Cherry Bombshell | 62 | Gabriel Mayo | 89 | Korekayu |
| 9 | Angsa & Srigala | 36 | Chick and Soup | 63 | Garamerica | 90 | Kurosuke |
| 10 | Antartick | 37 | Chiki Fauzi | 64 | Gerap Gurita | 91 | L'Alphapha |
| 11 | Aray Daulay | 38 | Circarama | 65 | Gilang Dirga | 92 | Last Elise |
| 12 | Are You Alone | 39 | Classmate Journal | 66 | Glenn Waas | 93 | Lembayung Senja |
| 13 | Aridera | 40 | Cuts | 67 | Glue | 94 | Leonardo and His Impeccable Six |
| 14 | Ary Juliant | 41 | Danilla | 68 | Good Morning Breakfast | 95 | Life Cicla |
| 15 | Asteriska | 42 | Dekat | 69 | Heals | 96 | Lipgloss |
| 16 | Asti Asha | 43 | Deredia | 70 | Heidi | 97 | Littlelute |
| 17 | Atlesta | 44 | Dhira Bongs | 71 | Hightime Rebellion | 98 | Low Pink |
| 18 | Aya Ranjani | 45 | Dhira Bongs | 72 | Hmgnc | 99 | LunariaN |
| 19 | Banda Neira | 46 | Dimas Pradipta | 73 | Hananguni | 100 | Manjakani |
| 20 | Bandung Ini Kami Orchestra | 47 | Dini | 74 | Hollywood Nobody | 101 | MarcoMarche |
| 21 | Bangkitaman | 48 | Discus | 75 | Hutan Tropis | 102 | Mata Jiwa |
| 22 | Bara Suara | 49 | Don Lego | 76 | Ice Bar Circus | 103 | Mataharibisu |
| 23 | Barefood | 50 | Dua Drum | 77 | Ify Alyssa | 104 | Max Havelear |
| 24 | Barong | 51 | Dzeek | 78 | Iksan Skuter | 105 | Merah Bercerita |
| 25 | Begundal Lowokwaru | 52 | Efek Rumah Kaca | 79 | Imelia Kei | 106 | Mesa Sinaga |
| 26 | Besok Bubar | 53 | Elephant Kind | 80 | Innocenti | 107 | Moammam Emka |
| 27 | Black Star | 54 | Endah N Rhesa | 81 | Jangar | 108 | Mocca |

Sumber: [2]

Namun, Spotify terkalahkan oleh JOOX yang memiliki jumlah pengguna 34,7%, diikuti Soundcloud 10,2%, Langit Musik 10,1%, dan Spotify 9,8% [3]. Maka dari itu, berdasarkan penjelasan diatas, peneliti merasa perlu untuk menelaah lebih lanjut mengenai motivasi dan faktor-faktor yang menyebabkan musisi indie Indonesia memilih *platform* musik Spotify dibandingkan dengan *platform* musik lain dalam menyebarkan karya musiknya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Pengertian musisi indie

Referensi [4] menjelaskan bahwa tidak ada definisi yang mutlak mengenai 'indie', namun beberapa ide dan praktik di sekitar lingkungan indielah yang dapat mendeskripsikan hal-hal mengenai indie dengan detail. Setelah dipertimbangkan oleh para pelaku didalamnya, musik indie dapat didefinisikan menjadi:

1. Jenis produksi musik yang berafiliasi dengan label rekaman independen kecil dengan mode distribusi independen yang khas

2. Genre musik yang memiliki konvensi suara dan gaya tertentu
3. Musik yang mengomunikasikan etos tertentu
4. Kategori penilaian kritis
5. Musik yang dapat dikontraskan dengan genre lain, seperti *mainstream pop*, *dance*, *blues*, *country* atau klasik.

Band indie juga merupakan suatu grup band yang memproduksi musiknya secara bebas dan sesuai dengan ekspresi mereka, tidak tergantung dengan keadaan pasar yang terus berkembang maupun jenis musik yang sedang *trend* ataupun populer di kalangan konsumen atau pencinta musik [1].

2.1.2 Pengertian motivasi

Secara sederhana, motivasi dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang dapat mendorong seseorang agar melakukan suatu pekerjaan atau suatu kegiatan dengan maksimal dalam berbuat ataupun memproduksi suatu hal [5]. Selain itu, motivasi adalah hal-hal yang menjadi penyebab seseorang untuk bertindak atau melakukan suatu kegiatan [6].

Teori motivasi McClelland

Teori motivasi McClelland menjelaskan mengenai beberapa kebutuhan yang mendasari seseorang untuk berperilaku, yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan kekuasaan [3]. Dalam teori ini dijelaskan jika seseorang memiliki suatu kebutuhan yang tinggi, maka ia akan termotivasi untuk bertanggung jawab dalam memecahkan persoalannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut [7]. Berikut penjelasan mengenai kebutuhan-kebutuhan menurut teori motivasi McClelland.

1. Kebutuhan prestasi

Kebutuhan prestasi adalah hasrat seseorang untuk berhasil dalam meraih impian dan karir, serta hasrat untuk berhasil menciptakan reputasi diri yang baik dengan berusaha semaksimal mungkin. Terdapat beberapa ciri khas yang biasanya terjadi pada seseorang yang memiliki kebutuhan prestasi tinggi, yaitu 1) senang melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan prestasi yang ingin dicapai, 2) senang mengambil risiko rendah, 3) menyukai pekerjaan dan akan bertanggung jawab terhadap

keberhasilan pekerjaan tersebut, 4) senang mendapat kemudahan mengenai pekerjaan yang sedang dilakukan, 5) lebih senang mementingkan masa depan dari pada masa yang telah berlalu, dan 6) bersabar jika mengalami kegagalan.

2. Kebutuhan afiliasi

Kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan sosial yang disebabkan oleh hasrat untuk memiliki dan dimiliki oleh sesama manusia. Seseorang yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi cenderung mengekspresikan emosi yang ada dalam dirinya kepada lingkungan sekitarnya. Seseorang dengan afiliasi tinggi mudah membangun hubungan dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya.

3. Kebutuhan kekuasaan

Kebutuhan kekuasaan adalah hasrat untuk mengontrol seseorang ataupun suatu hal yang ada di lingkungan sekitarnya. Hasrat ini memiliki tujuan untuk mengarahkan, memengaruhi, dan mendorong seseorang dalam rangka mengalahkan pencapaian orang lain.

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 2. Penelitian terdahulu

| Penulis | Judul | Variabel | Hasil |
|---------|---|--|--|
| [8] | Platform Complexity: Lessons from the Music Industry | Variabel bebas: Kompleksitas Platform; Variabel terikat: Socio-technical layering, intangible, new pattern, generativity, performances & cost, dynamics, central points | Music industry platforms possess varying types and degrees of generativity and some important control points: Industry structure, generativity, and the presence of control points were shaped by the tangibility (or intangibility), costs, and flexibility of platforms. |
| [9] | Opini Mahasiswa Mengenai Perceived Quality Produk Aplikasi Streaming Musik Spotify dan JOOX | Variabel bebas: Opini mahasiswa mengenai Perceived Quality Spotify, opini mahasiswa mengenai Perceived Quality JOOX; Variabel terikat: brand, brand equity, perceived quality, opinu publik, komunikasi massa, new media, musik rekaman sebagai media, fitur Spotify, fitur JOOX | Beberapa berpendapat Spotify secara umum memiliki kualitas lebih baik daripada JOOX, total 9 informan berpendapat Spotify memiliki kualitas akhir yang lebih baik dibanding JOOX. Sedangkan dari 5 informan lainnya berpendapat mereka lebih senang dengan kualitas dari JOOX. Dinilai dari fitur dan kualitas yang dimiliki masing-masing aplikasi, keduanya sama-sama memiliki nilai tambah dan melengkapi satu sama lain. |
| [10] | The Evolution of Business Models and Marketing Strategies in the Music Industry | Variabel bebas: evolusi model bisnis dan strategi pemasaran; variabel terikat: industri musik. | These renegade business models are competing for consumer's hearts, minds and wallets. The outcomes of new business strategies and legal issues will have implications for the music industry, and the entertainment industry on global scale – for all content that can be digitalized, downloaded and traded on the internet (e.g., movies, television, video games, etc.). |

2.3 Operasional variabel

Tabel 3. Operasional Variabel

| Variabel | Dimensi | Indikator |
|---|-----------|---|
| Motivasi Motivasi dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang dapat mendorong seseorang agar melakukan suatu pekerjaan atau suatu kegiatan dengan maksimal dalam berbuat ataupun memproduksi suatu hal [5]. | Prestasi | Tingkat kesukaan terhadap pekerjaan sebagai musisi |
| | | Citra yang ingin diciptakan melalui Spotify |
| | Afiliasi | Kenaikan jumlah pendengar setelah menggunakan Spotify |
| | | Berinteraksi dengan fans melalui Spotify |
| | | Menjalin hubungan dengan fans melalui Spotify |
| | Kekuasaan | Keinginan menjadi top chart di Spotify |
| Keinginan menjadi musisi populer melalui Spotify | | |

3. METODOLOGI

3.1 Desain penelitian

Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif melalui wawancara secara mendalam. Desain deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan secara jelas dan menyeluruh mengenai fenomena yang sedang diamati.

3.2 Sampel dan sampling

Sampel dalam penelitian ini merupakan musisi indie yang berdomisili di Kota Bandung dan satu musisi indie yang berdomisili di Jakarta. Metode sampling yang digunakan adalah sampling non-probabilitas, metode *convenience*. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian terhadap musisi indie yang paling mudah dijangkau.

3.3 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara secara mendalam yang bersifat semistruktur agar pertanyaan dalam wawancara tidak terlalu kaku dan dapat dipertanyakan dengan fleksibel, sehingga peneliti dapat mengikuti alur jawaban yang diberikan oleh partisipan. Metode ini memungkinkan peneliti melakukan improvisasi untuk menggali lagi lebih dalam atas jawaban partisipan, sehingga wawancara terjadi secara mendalam.

3.4 Analisis data

Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan

kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk memilih data yang dianggap penting atau sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, merangkum dan membuang data-data yang tidak sesuai, serta memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

Sebelum mereduksi data, peneliti mentranskrip data terlebih dahulu, yaitu menyajikan rekaman wawancara kedalam sebuah tulisan. Selanjutnya reduksi data dilakukan dengan membuat tabulasi data dan memberikan kata kunci yang dikategorikan pada tujuh kategori. Data disajikan dalam bentuk tabel dan dalam bentuk analisis deskriptif yang berupa kesimpulan. Kesimpulan ditarik dari tabulasi data yang sebelumnya dilakukan.

3.5 Validitas data

Validasi data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai persepsi dan sudut pandang yang berbeda-beda, sehingga menghasilkan pemahaman mendalam terhadap topik yang sedang diamati. Sudut pandang ini diperoleh dari musisi-musisi indie dengan berbagai genre, musisi-musisi indie yang tergabung dalam sebuah band, solois, dan *session player*, serta pihak PVL Records yang merupakan label rekaman dari band-band indie lokal.

4. DISKUSI

4.1 Profil

partisipan

Tabel 4. Profil partisipan

| No | Nama | Personil | Nama Band | Label Recods | Genre | Asal Band |
|----|------------|-----------|--------------|--------------------|-----------------|-----------|
| 1. | Ray | Vokalis | Ray Viera | <i>Independent</i> | Indie Rock, Pop | Bandung |
| 2. | Putri Aina | Vokalis | Garamerica | <i>Independent</i> | Pop alternative | Bandung |
| 3. | Tama | Gitaris | Andes Fellas | <i>Independent</i> | Indie Pop | Bandung |
| 4. | Pangestu | Violinist | Hananguni | <i>Independent</i> | Indie, Folk | Bandung |

| | Hning | | | | | |
|-----|-----------------------|--|------------------------------|--------------------|-------------|---------|
| 5. | Badri, Ferdi, Alifita | Vokalis, Gitaris, Founder PVL Recoirds | National Perks & PVL Records | PVL Records | Indie Pop | Bandung |
| 6. | Iqra, Ryou | Gitaris, Vokalis | The Schuberts | <i>Independent</i> | Indie Rock | Bandung |
| 7. | Oscar Lolang | Vokalis | Oscar Lolang | Karma Records | Folk | Jakarta |
| 8. | Junet | Drummer | Amigdala | <i>Independent</i> | Folk | Bandung |
| 9. | Dimas | Vokalis | Mr. Sonjaya | <i>Independent</i> | Folk | Bandung |
| 10. | Nissan | Vokalis | Nissan Fortz | <i>Independent</i> | Folk, Blues | Bandung |

4.2 Hasil wawancara

4.2.1 Kategori pengertian band indie

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai pengertian indie, Hananguni mengemukakan bahwa, “indie itu diambil dari kata *independent* yang berarti segala sesuatunya dilakukan sendiri. Suatu band dikatakan indie dilihat dari sistem produksi dan distribusinya yang tidak menggunakan label. Meskipun masuk *platform* digital, tapi sistem distribusinya bukan proses yang berkontrak, band tersebut dapat dikatakan indie.” Hal itu diperkuat oleh pernyataan dari The Schuberts, “indie itu singkatan dari *independent music*. Melakukan segala halnya sendiri benar-benar dilakukan secara *do it yourself*. Dimulai dari *marketing*, produksi, strategi, hingga konsep. Indie juga berarti bermusik dengan caranya sendiri.” Selain itu, menurut Amigdala, “*indie isn't a genre*. *Independent* itu jiwa, maksudnya membangun jiwa seorang artis yang *independent*. Membangun semuanya dari awal gitu dan mandiri, indie itu spirit untuk memproduksi lagu atau karya sendiri.” Sedangkan untuk pengertian band indie menurut PVL Records, yaitu sebuah label rekaman musik indie, “dari segi teknisnya, indie dan major yang ngebedainnya adalah major *big money* dan *big industry*, karena mengurus promosi band, tour, dan albumnya. Sedangkan indie lebih mengerjakan sendiri dan berperan dalam diri sendiri. Indie itu *DIY*, spiritnya orang yang berkarya.” Dengan demikian, peneliti menginterpretasikan bahwa indie bukanlah sebuah genre, melainkan suatu usaha yang dilakukan secara mandiri oleh band tersebut dimulai dari ide, konsep, produksi, sampai distribusi penyebarluasan hasil karyanya tanpa melibatkan pihak lain, seperti label musik ataupun memproduksi lagu secara mandiri tanpa menyesuaikan dengan permintaan pasar. Hal ini sejalan dengan apa

yang dikatakan oleh referensi [1] bahwa band Indie merupakan suatu grup band yang memproduksi musiknya secara bebas dan sesuai dengan ekspresi mereka, tidak tergantung dengan keadaan pasar yang terus berkembang maupun jenis musik yang sedang *trend* ataupun populer di kalangan konsumen atau pencinta musik.

4.2.2 Kategori motivasi penggunaan Spotify

Dalam wawancara dengan beberapa musisi indie mengenai motivasi penggunaan *platform* digital Spotify, Hananguni mengatakan bahwa hal yang memotivasinya adalah, “karena Spotify paling *booming* dan *massive*, paling banyak dipakai.” Sama halnya dengan Garamerica yang mengatakan, “karena Spotify adalah laman yang sering dikunjungi.” Ray Viera mengemukakan pendapatnya, “pendengar Spotify, kan, orang Indonesia. Lagipula, banyak orang-orang yang mendengarkan Spotify. Jadi, bisa menjangkau pendengar.” Sedangkan menurut Nissan Fortz, “Spotify memiliki banyak pendengar dan memiliki jangkauan yang luas.” Dengan begitu, berdasarkan temuan hasil wawancara tersebut dapat diinterpretasikan bahwa hal yang dapat memotivasi musisi indie untuk menggunakan *platform* digital Spotify adalah Spotify yang merupakan *platform* besar dan memiliki banyak pendengar. Hal ini berkaitan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh referensi [10] yang menghasilkan kesimpulan jika sembilan dari 14 partisipan memilih Spotify yang memiliki kualitas akhir yang lebih baik jika dibandingkan dengan *platform* musik JOOX dan menginformasikan jika Spotify memiliki audiens yang lebih banyak. Selain itu hal lain yang memotivasi musisi indie dalam penggunaan Spotify dikarenakan Spotify dapat memperluas jangkauan pendengar ketika musisi indie menyebarluaskan karyanya.

4.2.3 Kategori hal positif dari Spotify

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh referensi [8] mengenai struktur, *generativity*, dan keberadaan titik kontrol dalam industri musik, menghasilkan bahwa struktur, *generativity*, dan keberadaan titik kontrol dalam industri musik dapat dibentuk oleh *tangibility* (atau *intangibility*), biaya, dan fleksibilitas dari platform. Hasil dari penelitian yang dilakukan menghasilkan hasil yang memiliki keterkaitan dengan penelitian tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Mr. Sonjaya mengenai keberwujudan dari platform Spotify, yaitu “tampilannya mudah, ramah buat lagu kita, segmennya juga pas. Lagu kita jadi banyak yang *play*, jadi banyak yang tahu, karena banyak orang yang dengerin lewat Spotify.”. Kemudian mengenai *cost*, Amigdala mengatakan bahwa, “kita juga tidak perlu kerja ekstra yang mengharuskan untuk produksi, konveksi, cetak, dan distribusi. Kalau ada platform digital jadi tinggal publikasi, tinggal buka untuk mendengarkan lagu itu. Spotify juga ada fitur *follow* artis, jadi bisa memberikan informasi di situ.”. Sedangkan dalam hal fleksibilitas platform, National Perks mengatakan, “jangkauannya lebih luas kalau Spotify. Spotify juga ada statistik *data* dan *customizable* untuk *branding* band kita.”. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Spotify dapat memberikan hal positif kepada para musisi indie yang membuat musisi indie memilih Spotify dalam penyebaran karya musiknya, seperti aplikasi Spotify yang dapat dengan mudah digunakan serta Spotify yang terhubung dengan banyak sosial media yang memungkinkan pengguna menyebarkan karya musik yang terdapat di Spotify ke media sosial lainnya untuk *branding* karya musik dari suatu musisi (*customizable* dalam *branding*). Selain itu, berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan jika kini, dengan adanya platform musik digital seperti Spotify, musik ataupun lagu dapat didigitalisasi sehingga penyebaran musik tersebut dapat dilakukan dengan mudah dan dengan biaya yang minim. Hal tersebut juga memiliki keterkaitan dengan penelitian sebelumnya mengenai evolusi dari strategi pemasaran dalam industri musik yang kini memungkinkan semua hal dapat didigitalisasi, diunduh, dan dipasarkan melalui internet [10].

4.2.4 Kategori hal negatif dari Spotify

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, terdapat empat musisi indie yang

merasakan hal negatif dari Spotify dengan menyayangkan kurang adilnya pembagian royalti sebagaimana yang disebutkan oleh personil dari Hananguni, ia mengatakan, “cuma kalau dari sisi *session player* kaya aku, kesulitan untuk mencantumkan *credit*. Harus memiliki akun sebagai artis juga kalau mau *dicredit* seperti itu.”. Tidak jauh berbeda dengan pendapat Hananguni, Oscar Lolang berpendapat bahwa, “secara *money-wise* tidak begitu menguntungkan.”. Sedangkan menurut Amigdala hal yang menjadikan kerugian atau hal negatif dari Spotify adalah, “tidak bisa berinteraksi dengan pendengar.”. Melalui hal ini dapat terlihat dan disimpulkan bahwa Spotify belum bisa mengelola sistem pembagian royalti kepada musisi indie secara adil, seperti apa yang dikemukakan oleh para partisipan sebelumnya. Hal negatif lainnya terdapat dalam interaksi sosial yang terbatas dalam platform tersebut yang dikarenakan tidak terdapatnya fitur untuk memfasilitasi adanya interaksi secara langsung. Sehingga baik pendengar maupun musisi diharuskan untuk menggunakan sosial media untuk menciptakan interaksi tersebut.

4.2.5 Kategori dimensi prestasi dari Spotify

Sebagaimana yang dikemukakan dalam teori motivasi McClelland seseorang memiliki kebutuhan akan prestasi. Kebutuhan prestasi merupakan hasrat seseorang untuk dapat berhasil dalam meraih impian dan karir, serta hasrat untuk berhasil menciptakan reputasi diri yang baik dengan berusaha semaksimal mungkin [3]. Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 partisipan, mereka mengemukakan impiannya dengan caranya masing-masing. Seperti yang disampaikan oleh Ray Viera dalam wawancaranya, “ingin jadi pribadi yang baik dan bisa menginspirasi orang-orang. Saya suka musik, saya denger musik, dan saya juga ingin menghibur orang. Bermusik adalah hobi saya.”. Sedangkan Andes Fellas mengatakan, “ingin mempunyai *image* sebagai sebuah band yang dapat membawa warna melalui musik. Satu lagi, Andes Fellas ingin dipandang sebagai band yang *someah*.”. Adapula Mr. Sonjaya yang memiliki keinginan yang berbeda yaitu, “jadi band yang enak di dengar, Mr. Sonjaya itu band yang *aku banget* kata pendengarnya.”. Secara keseluruhan seluruh partisipan ingin karya musik dan juga kepribadiannya masing-masing memiliki reputasi yang baik di mata pendengarnya sebagai bentuk dari kebutuhan akan prestasi dari setiap musisi

meski dengan masing-masing cara dan keinginan yang berbeda.

4.2.6 Kategori/dimensi afiliasi

Berdasarkan teori motivasi McClelland, seseorang dengan afiliasi tinggi akan dengan mudah membangun hubungan dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya [3]. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh partisipan mengatakan bahwa mereka merasa penting untuk membangun hubungan ataupun bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya, dalam hal ini para pendengarnya. Seperti yang dikatakan oleh Ray Viera, “merasa penting untuk menjaga hubungan baik dengan pendengar, karena orang-orang sudah memberikan apresiasi, ya, kita apresiasi lagi dengan merespon dan mengucapkan terima kasih.” Selain itu, Oscar Lolang mengatakan, “menjalin hubungan dengan pendengar sebagai teman baru untuk mengapresiasi usahanya.” Partisipan lain, yaitu Andes Fellas mengatakan “Spotify tuh sebagai jembatan yang menghubungkan pendengar ke Instagram Andes Fellas.” Hal ini menjelaskan jika interaksi antara musisi dan pendengar ini dilakukan melalui jejaring sosial, yaitu Instagram yang merupakan akun resmi dari musisi indie. Hal inipun disetujui oleh seluruh partisipan, karena seluruh partisipan mengatakan jika interaksi dengan pendengar dilakukan melalui Instagram. Selain itu, Spotifypun dapat membuat musisi memiliki lebih banyak pendengar, seperti yang di katakan oleh Mr. Sonjaya berikut, “Perbedaan jumlah pendengar setelah menggunakan Spotify sangat *significant*. Waktu di Cianjur kemarin semua yang nonton mengetahui lagunya, padahal mereka tidak ada di meda sosial. Waktu kita tanya, ternyata mereka dengarnya lewat Spotify.” The Schuberts juga mengatakan bahwa, “ada *followers* kita dari Surabaya, dari Jakarta, nah, mungkin itu dari *platform digital*, karena kita belum konser.” Dengan begitu, maka dapat disimpulkan jika Spotify dapat membantu musisi indie dalam menyebarkan karya musiknya. Namun, di sisi lain Spotify hanya dapat menjadi penghubung yang menghubungkan pendengar ke akun Instagram musisi tersebut dan selanjutnya terjalin interaksi yang diciptakan oleh musisi dengan para pendengarnya. Interaksi tersebut selanjutnya dapat membentuk suatu hubungan antara musisi dengan pendengar dalam bentuk kelompok yang dinamakan *fans club* sehingga terdapat suatu rasa memiliki dan dimiliki antara musisi dan pendengar

seperti yang dijelaskan dalam teori motivasi McClelland [3].

4.2.7 Kategori/dimensi kekuasaan

Hasil wawancara menjelaskan bahwa dari 10 partisipan tujuh diantaranya mengatakan ingin masuk ke dalam daftar *top chart* di Spotify sebagai bentuk representasi dari kebutuhan akan kekuasaan. Hal ini dibuktikan dengan Amigdala yang mengatakan, “ingin, pasti, masuk *top chart* di ranah kami. Soalnya akan jadi sebuah pencapaian,” dan Nissan Fortz yang mengatakan, “Ingin masuk *top chart* di Spotify dan menjadi populer secara karya dan membuat karya-karya sukses di telinga pendengar.”. Namun, tiga dari 10 partisipan mengatakan tidak memiliki keinginan untuk masuk ke dalam *top chart* di Spotify, partisipan tersebut adalah Ray Viera, Hananguni, dan National Perks. Ray Viera mengatakan, “tidak mempunyai keinginan untuk masuk *top chart*, kalau masuk *chart*nya sih iya, karena penting juga buat pendengar dan sebagai pencapaian jika karyanya banyak didengarkan.”. Pernyataan Ray Viera ini sama seperti pernyataan Hananguni, sedangkan National Perks mengatakan, “kalau *top chart*, sih, bukan mimpi kita. Kalau *top chart* lebih ke bonus, karena impiannya itu *exposure* ke luar Indonesia.”. Hananguni dan Andes Fellapun mengatakan hal yang demikian dan menambahkan jika mereka ingin dikenal dengan hal positif dan bukan dikenal, karena kontroversi atau hal negatif. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari partisipan memiliki kebutuhan akan kekuasaan dengan memasukkan lagu kedalam *chart* di Spotify dan berusaha untuk masuk ke dalam *top chart* di Spotify meskipun tiga diantaranya tidak, karena memiliki impian lain, seperti ingin memperluas *exposure* lagu atau karya musiknya keluar ranah nasional. Meskipun demikian, seluruh partisipan tetap memiliki kebutuhan akan kekuasaan yang dibuktikan dengan seluruh partisipan yang menginginkan menjadi musisi yang populer.

5. KESIMPULAN

Indie bukanlah sebuah genre, melainkan suatu usaha yang dilakukan secara mandiri oleh band tersebut dimulai dari ide, konsep, produksi, sampai distribusi penyebarluasan hasil karyanya tanpa melibatkan pihak lain, seperti label musik ataupun memproduksi lagu secara mandiri tanpa menyesuaikan dengan permintaan pasar. Motivasi musisi indie dalam menggunakan Spotify sebagai

media penyebarluasan karya musiknya disebabkan oleh hal positif yang diberikan oleh Spotify kepada musisi indie, seperti aplikasi Spotify yang dapat dengan mudah digunakan, Spotify yang terhubung dengan banyak sosial media yang memungkinkan pengguna menyebarkan karya musik yang terdapat di Spotify ke media sosial lainnya untuk *branding* karya musik dari suatu musisi (*customizable* dalam *branding*), serta dengan adanya *platform* musik digital seperti Spotify, musik ataupun lagu dapat didigitalisasi sehingga penyebaran musik tersebut dapat dilakukan dengan mudah dan dengan biaya yang minim. Selain itu, motivasi penggunaan Spotify dalam penyebarluasan karya ini didorong oleh kebutuhan prestasi, afiliasi, dan kekuasaan. Dilihat dari kebutuhan prestasi, secara keseluruhan seluruh musisi indie ingin karya musik dan juga kepribadiannya memiliki reputasi yang baik di mata pendengarnya meski dengan caranya masing-masing. Sedangkan dari kebutuhan afiliasi, Spotify dapat membantu musisi indie dalam penyebaran karya musiknya dengan jangkauan yang luas. Namun, di sisi lain Spotify hanya dapat menjadi media penghubung yang menghubungkan pendengar ke akun Instagram musisi tersebut dan selanjutnya terjalin interaksi yang diciptakan oleh musisi dengan para pendengarnya. Lalu, apabila dilihat dari kebutuhan kekuasaan, musisi indie memiliki kebutuhan kekuasaan yang berbeda, seperti musisi indie yang memasukkan lagu ke dalam *chart* di Spotify dan berusaha untuk masuk ke dalam *top chart* di Spotify ataupun musisi indie yang memiliki impian lain, seperti ingin memperluas *exposure* lagu atau karya musiknya keluar ranah nasional. Meski begitu, seluruh musisi indie tetap memiliki kebutuhan akan kekuasaan yang dibuktikan dengan seluruh musisi indie yang menginginkan menjadi musisi yang populer. Sedangkan hal-hal negatif yang dirasakan oleh para musisi indie, yaitu Spotify belum bisa mengelola sistem pembagian royalti kepada musisi indie secara adil. Hal negatif lainnya terdapat dalam interaksi sosial yang terbatas dalam *platform* tersebut yang dikarenakan tidak terdapatnya fitur untuk memfasilitasi adanya interaksi secara langsung. Sehingga, baik pendengar maupun musisi diharuskan untuk menggunakan sosial media untuk menciptakan interaksi tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Agustinus C. Februadi, M. Phil., Ph.D yang telah membimbing, memberikan motivasi, dan saran untuk penelitian ini. Selain itu, kami ucapkan terima kasih kepada seluruh partisipan kami, yaitu Ray Viera, Garamerica, Andes Fellas, Pangestu dari Hananguni, National Perks serta Alifita selaku *founder* PVL Records, Oscar Lolang, Amigdala, Mr. Sonjaya, dan Nissan Fortz yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk peneliti wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. Hasan and K. Hamijoyo, "Sistem Informasi Media Promo Musik Band Indie Berbasis Android," *Jurnal Ilmiah Go Infotech Volume 22 No. 2*, p. 33, 2016.
- [2] "IndieNesia," 1 Oktober 2018. [Online].
] Available:
<https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DXd82NU5rAcTZ>.
- [3] D. C. McClland, *The Achieving Society*,
] Van Nostrand: Pinceton, NJ, 1961.
- [4] W. Fonarow, *Empire of Dirt: The Aesthetics and Rituals of British Indie Music*, Middletown: Wesleyan University Press, 2013.
- [5] Murty, W. Aprilia and G. Hudiwinarsih,
] "Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Komitmen Organisasional," *The Indonesian Accounting Review Vol. 2 No. 2*, pp. 215-228, 2012.
- [6] D. Suhartanto, *Metode Riset Pemasaran*,
] Bandung: Alfabeta, 2014.
- [7] S. S. Utami, "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai," *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Vol. 4 No. 1*, p. 62, 2010.
- [8] Tilson, David, C. Sorensen and K. Lyytinen, "Platform Complexity: Lessons from The Music Industry," *IEEE Computer Society*, pp. 4625-4634, 2012.
- [9] S. S. Lubis, "Opini Mahasiswa Mengenai Perceived Quality Produk Aplikasi Streaming Musik Spotify dan JOOX," *Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi dan*

Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, pp. 54-62, 2018.

[1 V. L. Vaccaro and D. Y. Cohn, "The Evolution of Business Models and Marketing Strategies in The Music Industry," *The International Journal on Media Management*, pp. 46-55, 2004.

[1 McKinsey, "The beat of progress: The rise of music streaming in Asia," *Digital Mckinsey*, pp. 3-6, 2016.

HAK CIPTA

Peneliti menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian mengenai "Potensi

LAMPIRAN

Penggunaan Spotify Sebagai Media Penyebarluasan Karya Musik Musisi Indie Lokal" belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dalam bentuk apapun dan di manapun. Penelitian ini adalah karya asli peneliti yang berasal dari hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari peneliti. Jika terdapat karya orang lain, peneliti telah mencantumkan sumber dengan jelas, sehingga tidak melanggar hak cipta. Peneliti memegang semua hak cipta atas penelitian ini dan menyerahkan hak cipta kepada pelaksana seminar. Peneliti menyetujui jika keputusan dewan redaksi atas kesempatan pemaparan penelitian adalah keputusan final.

Tabel 5 Kategori Pengertian Band Indie

| No | Nama Partisipan | Hal yang Diungkapkan |
|----|-----------------|--|
| 1. | Ray Viera | - |
| 2. | Garamerica | - |
| 3. | Andes Fellas | "Indie berarti <i>independent</i> , mandiri. Jadi, lagunya tidak tergantung produser, tapi gimana bandnya itu sendiri. Indie juga lebih <i>fresh</i> , karena tidak ada hal yang mengaturnya dalam pembuatan karya musik," |
| 4. | Hananguni | "Indie itu diambil dari kata <i>independent</i> yang berarti segala sesuatunya dilakukan sendiri. Suatu band dikatakan indie dilihat dari sistem produksi dan distribusinya yang tidak menggunakan label. Meskipun masuk <i>platform</i> digital, tapi sistem distribusinya bukan proses yang berkontrak, band tersebut dapat dikatakan indie," |
| 5. | National Perks | "Indie itu lebih ke manajemen, bukan genre. Indie itu manajemen yang dikelola oleh sendiri secara <i>improve</i> dan ketidak rencanaan. Indie juga sekarang sudah menjadi identitas diri," -National Perks "Dari segi teknisnya, indie dan major yang ngebedainnya adalah major <i>big money</i> dan <i>big industry</i> , karena mengurus promosi band, tour, dan albumnya. Sedangkan indie lebih mengerjakan sendiri dan berperan dalam diri sendiri. Indie itu DIY, spiritnya orang yang berkarya," -PVL Records |
| 6. | The Schuberts | "Indie itu singkatan dari <i>independent music</i> . Melakukan segala halnya sendiri benar-benar dilakukan secara <i>do it yourself</i> . Dimulai dari <i>marketing</i> , produksi, strategi, hingga konsep. Kalau definisi yang sekarang, indie itu adalah musik yang tidak semua orang dengar. Indie juga sudah menjadi <i>life style</i> dilihat dari penampilan dan cara berkomunikasi. Sehingga indie itu dijadikan sebagai pembeda. Indie juga berarti bermusik dengan caranya sendiri," |
| 7. | Oscar Lolang | "Sekarang indie bisa didibidang satu genre atau label. Indie itu <i>movement</i> dan sebagai <i>way of selling</i> . Band dikatakan indie, karena mereka melakukan pembiayaan sendiri, Tapi, karena sekarang acara indie juga dari rokok dan lain-lain, jadi <i>not so independent after all gitu</i> ," |
| 8. | Amigdala | "Indie isn't a genre. Independen itu jiwa, maksudnya membangun jiwa seorang artis yang <i>independent</i> . Membangun semuanya dari awal gitu dan mandiri," "Indie itu spirit untuk memproduksi lagu atau karya sendiri," "Indie adalah proses yang dilakukan secara sendiri. Dari bikin lagu sampai proses rekaman dilakukan sendiri," |
| 9. | Mr. Sonjaya | "Indie itu <i>independent</i> . Melakukan segalanya sendiri. Sebenarnya <i>indie</i> |

| | | |
|-----|--------------|--|
| | | itu saat mau konser dan kolekan dengan band lain sewa segala macam sendiri dan tidak mendapatkan bayaran,” |
| 10. | Nissan Fortz | “Indie itu bukan genre, tapi indie itu sebuah pergerakan. Pergerakan yang dapat menentukan nasib dari sebuah band, yaitu tentang semenarik apa band tersebut ataupun sekonsisten apa band tersebut,” |

Tabel 6 Kategori Motivasi Penggunaan Spotify

| No | Nama Partisipan | Hal yang Diungkapkan |
|-----|-----------------|---|
| 1. | Ray Viera | “Pendengar Spotify, kan orang Indonesia. Lagipula, banyak orang-orang yang mendengarkan Spotify. Jadi, bisa menjangkau pendengar,” |
| 2. | Garamerica | “Karena Spotify adalah laman yang sering dikunjungi,” |
| 3. | Andes Fellas | “Ditawari oleh <i>aggregator</i> untuk masuk <i>platform digital</i> . Masuk ke Spotify, karena Spotify masuk ke dalam paket yang ditawarkan oleh <i>aggregator</i> ,” |
| 4. | Hananguni | “Karena Spotify paling <i>booming</i> dan <i>massive</i> , paling banyak dipakai,” |
| 5. | National Perks | “Meskipun Spotify dulu belum sempat ada di Indonesia, tapi karena Spotify sudah besar di Eropa dan di Amerika kita jadi lebih memilih Spotify,” |
| 6. | The Schuberts | “Kita melihat banyak sekali orang pakai Spotify, kita juga melihat kalau yang pakai Spotify itu merupakan orang-orang dengan tingkatan ekonomi menengah keatas yang sesuai dengan target kita,” |
| 7. | Oscar Lolang | “Mempublikasikan lagu melalui Spotify, karena untuk untuk <i>exposure</i> lagu. Full untuk <i>exposure</i> lagu” |
| 8. | Amigdala | “Pilih <i>platform digital</i> Spotify, karena <i>win-win solution</i> . Buat kita enak dan untuk orang lain juga enak. Kita bisa memberikan karya dan Amigdala jadi punya pendengar,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | “Pertama, karena tidak memiliki media yang nyaman dan besar. Kedua kita tidak melakukan <i>tour</i> , tapi kita ingin lagu kita tersebar. Makanya kita pakai Spotify,” |
| 10. | Nissan Fortz | “Spotify memiliki banyak pendengar dan memiliki jangkauan yang luas,” |

Tabel 7 Kategori Hal Positif dari Spotify

| No | Nama Partisipan | Hasil Wawancara |
|----|-----------------|---|
| 1. | Ray Viera | “Spotify memberikan apresiasi kepada artisnya atas <i>streaming</i> lagu yang dilakukan oleh pendengar dalam bentuk uang. Spotify juga memiliki potensi membuat lagu dapat didengarkan di luar negeri. Spotify juga mudah dijangkau oleh semuanya anak muda, bapak-bapak, dan ibu-ibu,” |
| 2. | Garamerica | “Serunya Spotify, tuh, sistemnya mereka melihat perkembangan tiap band. Band yang berkembang akan dibuatkan playlist oleh Spotifynya. Ini membuat orang semakin banyak tahu, terus orang-orang bisa mendengarkan secara bebas tanpa harus beli CDnya dulu. Terus, dapet pemasukan juga. Spotify juga memberi informasi mengenai jadwal konser Garamerica,” |
| 3. | Andes Fellas | “Untuk identitas suatu band di jaman-jaman sekarang, tuh, Spotify sangat penting, karena ada informasi atau <i>profile</i> mengenai band-bandnya juga. Spotify bisa jadi pengganti album fisik dan memiliki banyak pendengar. Melalui spotify juga bisa otomatis dapat hak cipta karya-karya kita,” |
| 4. | Hananguni | “Spotify memiliki tampilan yang emang lebih menarik dan bahkan yang bukan premium jugapun malah bikin orang-orang lebih banyak tahu. Memang banyak iklan, tapi pendengar tuh jadi lebih tau artis-artis yang emang <i>relate</i> sama yang dia dengerkan bahkan berbeda negara. Ada logaritma itu Spotify, tuh,” |
| 5. | National Perks | “Jangkauannya lebih luas kalau Spotify. Spotify juga ada statistik data dan <i>customizable</i> untuk <i>branding</i> band kita. Masuk ke Spotify juga sudah termasuk dengan hak cipta. Faktor yang paling menguntungkan, karena bisa <i>dishare</i> di <i>story</i> (Instagram). Spotify juga integrasi sama Instagram dan Facebook jadi menguntungkan dalam <i>promotional things</i> . Kita dapet keuntungan finansial juga, karena yang <i>play</i> lagu kita banyak dan semakin banyak,” |
| 6. | The Schuberts | “Spotify tuh, kan, algoritmanya paling bagus. Bikin playlistnya mudah, mudah <i>subscribe</i> , dan bisa pakai gratis. Spotify lebih kumplit daripada <i>platform</i> lainnya. Aksesnya juga mudah dan kita bisa <i>share</i> kesana-kemari,” |
| 7. | Oscar Lolang | “Membantu sekali, sih, playlistnya itu dan membuat karya-karya Oscar banyak didengarkan,” |
| 8. | Amigdala | “ <i>Interfacenya</i> enak. Buka di handphone atau di PC enak dan gampang. Beda sama itunes yang harus beli dulu. Ada benefit berupa uangnya juga. Kita juga tidak perlu kerja ekstra yang mengharuskan untuk produksi, konveksi, cetak, dan distribusi. Kalau ada platform digital jadi |

| | | |
|-----|--------------|---|
| | | tinggal publikasi, tinggal buka untun mendengarkan lagu itu. Spotify juga ada fitur <i>follow</i> artis, jadi bisa memberikan informasi di situ,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | “Tampilannya mudah, ramah buat lagu kita, segmennya juga pas. Lagu kita jadi banyak yang <i>play</i> , jadi banyak yang tahu, karena banyak orang yang dengerin lewat Spotify,” |
| 10. | Nissan Fortz | “Keuntungan yang dirasa, karena Nissan dibuatkan playlist oleh Spotifynya. Pendengarnya jadi lebih luas dan mendapatkan penggemar yang sampai sekarang masih mendengarkan karya-karyanya Nissan,” |

Tabel 8 Kategori Hal Negatif Dari Spotify

| No | Nama Partisipan | Hasil Wawancara |
|-----|-----------------|--|
| 1. | Ray Viera | - |
| 2. | Garamerica | “Tidak ada hal negatif kalau dari Spotifynya. Kalau dari <i>publisher</i> , banyak <i>publisher</i> yang mengambil keuntungan dari itu. Padahal untuk memasukkan lagu ke Spotify, itu sebenarnya tidak dikenakan biaya apapun dan akhirnya jadi menipu,” |
| 3. | Andes Fellas | “Belum menemukan hal negatif dari Spotify. Kalau dari aggregatornya ada. Lagu kita tidak diterima oleh aggregator tanpa alasan yang logis, terkadang dibutuhkan waktu lama agar lagu kita benar-bener masuk ke Spotify, dan profit yang diterima oleh artis pun lama,” |
| 4. | Hananguni | “Tidak merasakan apa-apa kalau dari sisi band. Cuma kalau dari sisi <i>session player</i> kaya aku, kesulitan untuk mencantumkan <i>credit</i> . Harus memiliki akun sebagai artis juga kalau mau <i>dicredit</i> seperti itu,” |
| 5. | National Perks | - |
| 6. | The Schuberts | “Kita belum menemukan, tapi banyak band-band besar yang bilang kalau pembagian uangnya tidak sesuai,” |
| 7. | Oscar Lolang | “Secara <i>money-wise</i> tidak begitu menguntungkan,” |
| 8. | Amigdala | “Tidak bisa berinteraksi dengan pendengar,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | “Kalau finansial memang sedikit, mereka banyak mengambil keuntungan dari kita,” |
| 10. | Nissan Fortz | “Sejauh ini belum merasakan apa-apa, sih, karena malah keuntungan yang didapat dari Spotify itu banyak. Kalau dari <i>royalty</i> sih mungkin sisi negatif dari aggregatornya, karena ada potongan biaya <i>royalty</i> yang diperoleh dari Spotify,” |

Tabel 9 Kategori/Dimensi Prestasi

| No | Nama Partisipan | Hasil Wawancara |
|----|-----------------|---|
| 1. | Ray Viera | 1. “Ingin jadi pribadi yang baik dan bisa menginspirasi orang-orang,” 2. “Saya suka musik, saya denger musik, dan saya juga ingin menghibur orang. Bermusik adalah hobi saya,” |
| 2. | Garamerica | “Iseng-iseng aja, sih, main musik. Sampai akhirnya bikin karya. Karena dari awalnya memang berkarya itu, ya, bercerita. Sama seperti orang bikin cerita gitu,” |
| 3. | Andes Fellas | “Ingin mempunyai <i>image</i> sebagai sebuah band yang dapat membawa warna melalui musik. Jadi, ga sekadar tampilan dari Andes Fellasnya saja yang <i>colorful</i> kaya pake pink, kuning, atau merah. Tapi, secara lagu yang sampai di telinga pendengar pun terdengar <i>colorful</i> . Jadi, pingin dipandang sebagai band yang memiliki <i>image colorful</i> , tidak hanya secara visual namun juga secara lagu yang disampaikan. Satu lagi, Andes Fellas ingin dipandang sebagai band yang <i>someah</i> ,” |
| 4. | Hananguni | “Suka sekali dan sangat senang, karena ini, tuh, hobi yang dibayar. Maksudnya, aku tidak perlu mengeluarkan <i>effort</i> yang besar buat jadi yang terbaik, eh, tapi ternyata hal itu menghasilkan hasil dan apresiasi. Jadi, suka karena emang hobi yang dibayar,” |
| 5. | National Perks | “Seneng, cuman kadang kaya ada beban, nambah beban juga ehehe ... beban tuh kaya, aku tuh harus bertanggung jawab. Nambah beban untuk bertanggung jawab pada hasil karya aku itu, ya dalam segi manggungnya,” |
| 6. | The Schuberts | 1. “Image yang dibangunnya, tuh, pingin tetap seperti ini, tapi di dengar sama banyak orang.” 2. “Kalau saya, sih, tidak menganggap ini sebagai pekerjaan. Ya, medium penyaluran ekspresi saja. Jadi, kita suka sebagai musisi, tapi tidak sebagai pekerjaan yang utama,” |
| 7. | Oscar Lolang | “Aku mau pendengarku nangkep cerita laguku dan bercerita kembali. Tapi, kalau untuk mereka buat harus apa-haris apa tidak usah. Gayaku begini, mereka tidak harus bergaya begini,” |
| 8. | Amigdala | “Menikmati sih, sejauh ini kita punya titik pencapaian gitu dan akhirnya satu-satu mulai kecapai dan sampai saat ini menikmati. Terus banyak misi-misi yang belum diselesaikan gitu |

| | | |
|-----|--------------|---|
| | | dan pingin menyelesaikan itu,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | “Jadi band yang enak di dengar, Mr. Sonjaya itu band yang <i>aku banget</i> kata pendengarnya,” |
| 10. | Nissan Fortz | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Sederhana sih, karena kesederhanaan itu bisa mencakup semua. Mau masuk kalangan manapun juga bisa, karena kesederhanaan selalu dibutuhkan,” 2. “Suka sekali dan sangat <i>enjoy</i>, karena segala keyakinan, rasa, dan pengetahuan tumpah menjadi suatu karya,” |

Tabel 10 Kategori/Dimensi Afiliasi

| No | Nama Partisipan | Hasil Wawancara |
|-----|-----------------|---|
| 1. | Ray Viera | “Berinteraksi melalui <i>direct message</i> di <i>social media</i> . Merasa penting untuk menjaga hubungan baik dengan pendengar, karena orang-orang sudah memberikan apresiasi, ya, kita apresiasi lagi dengan merespon dan mengucapkan terima kasih,” |
| 2. | Garamerica | “Jumlah pendengar semakin banyak setelah menggunakan Spotify, terbukti dari banyak orang yang ikut nyanyi bareng pada saat konser. Ada juga yang dari luar kota tiba-tiba mengirim DM,” |
| 3. | Andes Fellas | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Di tiap harinya, tuh, selalu ada pendengar yang <i>mention</i> lagi dengerin lagunya Andes Fellas di Spotify. Jadi terdapat penambahan pendengar yang signifikan,” 2. “Spotify tuh sebagai jembatan yang menghubungkan pendengar ke Instagram Andes Fellas,” |
| 4. | Hananguni | “Jadi banyak sih <i>followers</i> di Instagram akibat Spotify itu. Soalnya suka banyak juga jadinya yang <i>mention</i> atau DM ke Instagram,” |
| 5. | National Perks | “Setelah konser ada, sih, yang bilang <i>ngefans</i> dan setelah upload lagu di Spotify orang-orang jadi pada tahu dan jadi banyak sekali yang mendengarkan lagu kita,” |
| 6. | The Schuberts | 1. “Entah itu dari hasil Spotify atau itu hasil konser. Tapi, kalau yang mudah dilihat hasilnya, sih, kalau habis konser. Tapi, kalau ada <i>followers</i> kita dari surabaya, dari jakarta, nah, mungkin itu dari <i>platform digital</i> , karena kita belum konser.” |
| 7. | Oscar Lolang | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Berdialog dengan pendengar secara langsung setelah konser di belakang panggung,” 2. “Menjalin hubungan dengan pendengar sebagai teman baru untuk mengapresiasi usahanya,” |
| 8. | Amigdala | “Setelah menggunakan Spotify, jadi banyak pendengar yang di luar kota padahal kita belum pernah konser di sana. Itu pasti dia tahu dan dengerin dari Spotify. Setiap hari pasti selalu ada yang mengirim DM (<i>direct message</i>) ke Amigdala, <i>mention</i> di instastory dan <i>alhamdulillahnya</i> , sih, nambah,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | “Perbedaan jumlah pendengar setelah menggunakan Spotify sangat signifikan. Waktu di Cianjur kemarin semua yang nonton mengetahui lagunya, padahal mereka tidak ada di meda sosial. Waktu kita tanya, ternyata mereka dengarnya lewat Spotify,” |
| 10. | Nissan Fortz | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Dengan <i>merelease</i> lagu di Spotify pendengarnya jadi luas, jadi banyak teman-teman di luar Bandung dan paling banyak itu di Lombok,” 2. “Biasanya berinteraksi dengan penggemar melalui Instagram,” |

Tabel 11 Kategori/Dimensi Kekuasaan

| No | Nama Partisipan | Hasil Wawancara |
|-----|-----------------|---|
| 1. | Ray Viera | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Tidak mempunyai keinginan untuk masuk <i>top chart</i>, kalau masuk <i>chart</i>nya sih iya, karena penting juga buat pendengar dan sebagai pencapaian jika karyanya banyak didengarkan,” 2. “Keinginan pasti ada biar karya kita lebih dikenal sama orang,” |
| 2. | Garamerica | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Kalau boleh jujur, sih, ada (keinginan untuk masuk <i>top chart</i>) dan usaha yang kita lakukan adalah kita bikin lagu yang bisa orang suka,” |
| 3. | Andes Fellas | <ol style="list-style-type: none"> 1. “..ingin banget sih (jadi <i>top chart</i>),” 2. “..ingin (populer), tapi lebih ke viral karena karya sih kalau kita bukan karena kontroversi,” |
| 4. | Hananguni | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Kalau aku sih sebenarnya tidak ingin masuk top chart. Tidak tahu kenapa,” 2. “Jadi populer, iya. Tapi, bukan jadi populer karena hal negatifnya. Ya minimal orang-orang taulah,” |
| 5. | National Perks | “Kalau <i>top chart</i> , sih, bukan mimpi kita. Kalau <i>top chart</i> lebih ke bonus, karena impiannya itu <i>exposure</i> ke luar Indonesia,” |
| 6. | The Schuberts | “Mau, pasti. Tapi kalau album yang kemarin, tidak mau. Kita inginnya jadi <i>soundtrack film</i> , sih. Terus kita jadi top chart tuh pengen bisa menginspirasi orang,” |
| 7. | Oscar Lolang | “Kalau (<i>top chart</i>) Spotify tentunya pingin, dimanapun titikku sekarang, itu aku takkan sampai tanpa playlist-playlist Spotify dan dari segi manajerial gimana untuk menjaga hal itu agar tetap <i>on going</i> ,” |
| 8. | Amigdala | “Ingin, pasti masuk <i>top chart</i> di ranah kami. Soalnya akan jadi sebuah pencapaian,” |
| 9. | Mr. Sonjaya | <ol style="list-style-type: none"> 1. “Ya, jelas ingin (menjadi top chart), karena kenapa disebar kalau tidak mau populer,” 2. “Tidak apa-apa (menjadi populer), malahan itu bisa membuat jangkauannya menjadi luas. Kaya tujuan kita menjadikan musik sebagai media,” |
| 10. | Nissan Fortz | “Ingin masuk top chart di Spotify dan menjadi populer secara karya dan membuat karya-karya sukses di telinga pendengar,” |