

**PERJALANAN TANPA PETA:  
TANTANGAN DAN STRATEGI MUSIK *INDIE* MENEMBUS  
PASAR NASIONAL**

**TESIS**

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Jenjang

Pendidikan S-2 Program Magister Tata Kelola Seni



**Oleh:**

**Danu Hendrawan**

**NIM 2220233420**

**PROGRAM TATA KELOLA SENI PASCASARJANA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2024**

**PERJALANAN TANPA PETA:  
TANTANGAN DAN STRATEGI MUSIK INDIE MENEMBUS  
PASAR NASIONAL**

Pertanggungjawaban tertulis ini telah diuji dan diterima sebagai salah satu syarat  
memperoleh gelar Magister Seni

Telah dipertahankan pada tanggal **26 Juni 2024**

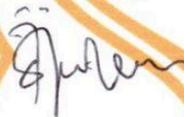
Oleh :  
**Danu Hendrawan**  
**2220233420**

Di hadapan Dewan Penguji yang terdiri dari:

Tim Penguji

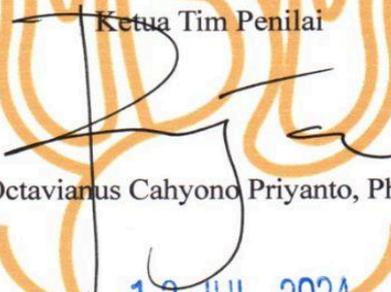
Pembimbing Utama

Penguji Ahli

  
Dr. Citra Aryandari, S.Sn., M.A.

  
Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, SE., M.Si.

Ketua Tim Penilai

  
Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D.

Yogyakarta, ..... 12 JUL 2024

Direktur

Program Pascasarjana ISI Yogyakarta

  
Dr. Fortunata Tyasrinesu, M.Si

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa karya tulis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun. Karya tulis ini merupakan hasil penelitian dan mengacu pada berbagai referensi yang dicantumkan dalam karya tulis ini. Saya menjamin keaslian Tesis ini dan bersedia menerima sanksi jika ditemukan kecurangan di kemudian hari.



Yogyakarta, 30 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by several loops and a final flourish.

Danu Hendrawan

## ABSTRAK

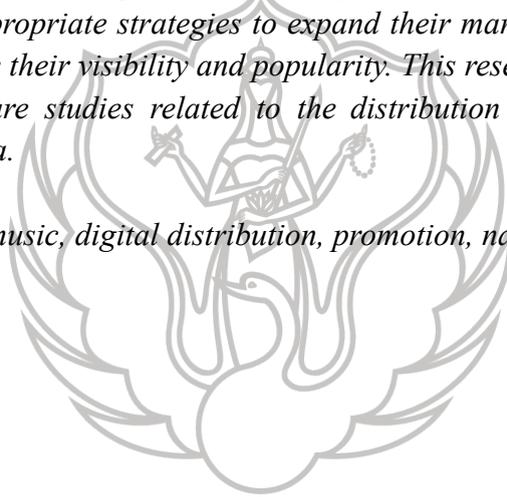
Musik *indie* atau independen diciptakan dan didistribusikan secara mandiri tanpa campur tangan label rekaman besar. Perkembangan internet dan platform digital memberi peluang bagi musisi *indie* untuk menyebarluaskan karyanya, namun mereka masih menghadapi kesulitan dalam distribusi dan promosi untuk menembus pasar musik nasional. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi hambatan distribusi dan promosi digital yang dihadapi band *indie* lokal khususnya dari Yogyakarta, dan (2) menemukan strategi distribusi dan promosi digital yang efektif agar dapat menembus pasar nasional. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada musisi *indie*, pemilik label independen, agregator musik, dan staf pendukung yang terlibat distribusi digital. Data kualitatif dari wawancara akan dianalisis untuk menemukan tema, pola jawaban, dan menjelaskan perspektif responden secara komprehensif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai problematika distribusi dan promosi yang dihadapi band *indie*, serta mencari solusi yang tepat untuk memperluas jangkauan pasar ke tingkat nasional dan meningkatkan visibilitas serta popularitas mereka. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi studi lanjutan terkait distribusi dan promosi musik *indie* di Indonesia.

**Kata kunci:** *musik indie, distribusi digital, promosi, pasar nasional*

## ABSTRACT

*Independent music, or indie music, is created and distributed independently without the intervention of major record labels. The development of the internet and digital platforms has provided opportunities for indie musicians to disseminate their work. However, they still face difficulties in distribution and promotion to penetrate the national music market. This study aims to (1) identify the barriers to digital distribution and promotion faced by local indie bands, particularly those from Yogyakarta, and (2) find effective digital distribution and promotion strategies to penetrate the national market. The method employed in this study involves in-depth interviews with indie musicians, independent label owners, music aggregators, and support staff involved in digital distribution. Qualitative data from these interviews will be analyzed to identify themes, patterns, and to comprehensively explain the respondents' perspectives. The results of this research are expected to provide an in-depth understanding of the distribution and promotion problems faced by indie bands and formulate solutions in the form of appropriate strategies to expand their market reach to the national level and increase their visibility and popularity. This research can also serve as a reference for future studies related to the distribution and promotion of indie music in Indonesia.*

**Keywords:** *indie music, digital distribution, promotion, national market*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan pada Allah SWT karena atas karunia-Nya sehingga naskah tesis yang berjudul “Perjalanan Tanpa Peta: Tantangan dan Strategi Musik *Indie* Menembus Pasar Nasional” dapat terselesaikan. Penulisan tesis merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Program Magister Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Koes Yuliadi, M, Hum, selaku Kepala Program Studi S2 Manajemen Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Citra Aryandari, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak motivasi, ilmu, arahan, dan waktu sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D. selaku ketua tim penguji.
5. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, SE., M.Si. selaku penguji ahli.
6. Bapak Jae Djaelani yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua Bapak dan Ibu, yang selalu mendoakan dan menguatkan dalam penulisan tesis ini.

8. Galih Wahyu, Galin Rendy dan Boaz Jati selaku personil dari band NineteennineX yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Sean Zufar, Praga Sabrani Tony, dan Hasbi selaku personil dari band Mahagaza yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Alvin Yudha selaku personil dari Korekayu yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
11. Mas Igun selaku personil dari band Neto yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
12. Wendi Putranto selaku manajer band Seringai yang telah bersedia memberikan pemaparan terkait Bisnis Musik yang sangat bermanfaat dalam penulisan tesis ini.
13. Iga Massardi, Wendy Putranto, Ardy Siji, Muara Sipahutar, Andrey Noorman, Endah Widiastuti, Arian Arifin, dan Andi Arya yang telah memberikan pemaparan dan ilmu yang bermanfaat dalam penulisan tesis ini.
14. Teman-teman Magister Tata Kelola Seni angkatan tahun 2022 yang selalu memberikan dukungan dan meluangkan waktu untuk berdiskusi dan berbagi ilmu bersama.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang sudah membantu dalam kelancaran penulisan tesis ini.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas penulisan dan memperbaiki kekurangan yang terdapat pada tesis ini.

Semoga Allah SWT selalu memberkahi dan memberikan karunia yang berlimpah kepada semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan ini. Besar harapan saya semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna dalam berkesenian bagi masyarakat.



Yogyakarta, 30 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by several loops and a final flourish.

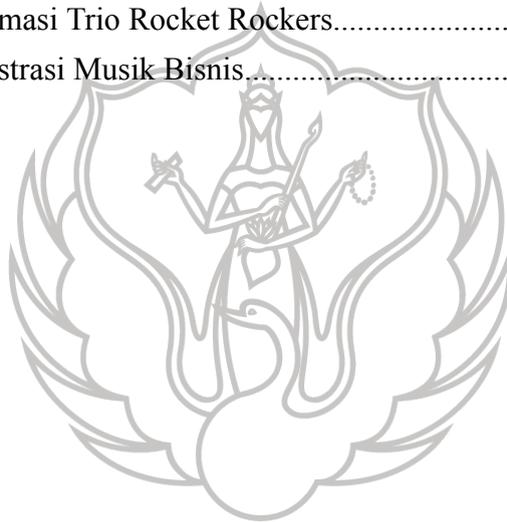
Danu Hendrawan

## DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Praktis.....	6
2. Manfaat Teoritis.....	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	8
A. Kajian Sumber.....	8
B. Kajian Teori.....	10
BAB III. METODE PENELITIAN.....	13
A. Jenis Penelitian.....	13
B. Partisipan Penelitian.....	14
C. Pengumpulan Data.....	14
D. Analisis Data.....	16
E. Keabsahan Data.....	18
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
A. Musik <i>Indie</i> di Yogyakarta.....	21
B. Musik <i>Indie</i> di Bandung.....	38
C. Distribusi Musik <i>Indie</i> .....	54
D. Navigasi Lanskap Industri Musik <i>Indie</i> .....	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	69
Lampiran.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1A: Kelompok Musik NineteennineX.....	42
Gambar 4.1B: Kelompok Musik Korekayu.....	45
Gambar 4.1C: Keroncong Concours.....	47
Gambar 4.1D: Jaarbeurs.....	48
Gambar 4.1E: Gedung GOR Saparua Bandung.....	49
Gambar 4.1F: Poster musisi lokal Bandung.....	50
Gambar 4.1G: Poster Hullabaloo Pertama tahun 1994.....	51
Gambar 4.1H: Majalah Aktuil.....	52
Gambar 4.1I: Pertunjukan panggung Ucoc Harahap.....	54
Gambar 4.1J: Kelompok Musik Mahagaza.....	57
Gambar 4.1K: Album Pertama Rocket Rockers.....	59
Gambar 4.1L: Formasi Trio Rocket Rockers.....	61
Gambar 4.1M: Ilustrasi Musik Bisnis.....	68



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

NineteennineX, sebuah grup band *indie* asal Yogyakarta dengan nuansa *Pop Rock Alternatif*, mulai meramaikan pentas musik tanah air pada Juli 2019. Kelahiran grup ini tak lepas dari gelaran acara pemuda di kota pelajar tersebut guna menggeliatkan kembali kesenian dan permainan anak negeri. NineteennineX dibentuk karena dilatar belakangi kesamaan tahun kelahiran para *member* di era 90-an, meski preferensi musikal mereka cukup beragam. Perbedaan selera musik justru mampu memperkaya warna musikal sebuah band *indie* (Huber, 2021).

Di bulan Agustus 2019, NineteennineX merilis aransemen lagu "Sweet Scar" karya Weird Genius di YouTube dan berhasil mencapai 10 ribu tayangan dalam waktu satu minggu. Meski demikian, pamor NineteennineX belum terangkat signifikan di mata masyarakat. Hal ini tercermin dari minimnya undangan tampil di panggung live, seperti diungkapkan oleh David & Utama (2020) bahwa *platform* digital belum cukup untuk melejitkan band *indie* tanpa dibarengi performa live yang rutin.

Jumlah penonton di YouTube membuat NineteennineX mantap meneruskan proses kreatif. Mereka merilis lagu orisinal perdana bertajuk "Salahkah" pada 2021. Seluruh proses produksi mulai penulisan hingga mixing dan mastering digarap independen. Karya orisinal pun bertambah hingga empat single. Untuk mendistribusikan musik, NineteennineX menggandeng agregator musik supaya dapat tedistribusi dalam *platform* digital seperti *Spotify*, *iTunes*, dan

*Deezer*: agregator memudahkan musisi *indie* menyalurkan karya musik ke berbagai *platform* streaming (Ifpi, 2020). Tetapi, NineteennineX menemui kendala transparansi royalti dan kurang luasnya distribusi musik yang mereka produksi. NineteennineX pun merasa dirugikan agregator yang hingga saat ini tidak memberikan laporan berkala soal perhitungan royalti. Kekurangan tersebut menghambat grup ini memahami penerimaan publik dan pendapatan dari distribusi digital. Selain itu, terbatasnya perluasan distribusi membuat nyaris mustahil menggapai audiens lebih luas. Distribusi yang terbatas memupuskan potensi kesuksesan musisi di era digital selain pendapatan melalui streaming kerap tidak sebanding usaha musisi *indie* (Rogers, 2013).

Perjalanan panjang grup musik *indie* lain bernama Korekayu dalam menapaki karier ternyata juga dipenuhi lika-liku. Formasi Alvon, Yusti, Alvin, Bagas, dan Bondan ini aktif meracik musik pop gaya The Beatles dengan ciri khas harmonisasi vokal. Korekayu resmi terbentuk sejak 2012 dan merilis sebuah EP (*Extended Play*) berjudul "Retrorika Metropolitan" pada 2016 yang berisi 5 lagu indah. Pada 2017, album perdana mereka diunggah ke berbagai *platform* streaming. Langkah ini penting bagi musisi *indie* agar dapat diakses luas (Rogers, 2013). Upaya ini belum mampu membawa Korekayu merambah kota-kota besar di luar Yogyakarta. Seluruh proses kreatif dari studio rekaman hingga distribusi digital Korekayu lakukan secara independen. Problematika yang dialami Korekayu nyaris serupa dengan NineteennineX, yakni minim transparansi royalti streaming dan keterbatasan ekspansi distribusi digital.

Transparansi royalti *streaming* kerap menimbulkan ketidakpuasan pelaku industri musik. Korekayu pun sulit memahami besaran royalti yang sepatasnya diterima dari lagu-lagu yang diputar di *platform* digital (Wikström, 2013). Meski demikian, Korekayu unggul dalam hal jumlah pendengar di *Spotify* dibanding NineteennineX. Performa live dan kehadiran di acara offline mampu menciptakan penggemar setia yang aktif mencari musik idolanya di *platform* digital. Pengalaman panggung Korekayu telah sukses membangun basis fans yang kuat, sehingga menuai pertumbuhan streaming yang signifikan di *Spotify* (Galuszka, 2015).

Situasi tak jauh berbeda dialami band *indie* Mahagaza dari Kota Kembang. Terbentuk pada 2015 dari persahabatan kampus, mereka berhasil merilis single perdana "Mengenalmu" yang dinikmati 150 ribu pendengar. Menurut FACT Magazine (2021), pencapaian streaming setinggi itu seharusnya memudahkan *indie* band memecah pasar lokal. Untung saja, Mahagaza pernah berbagi panggung dengan HIVI dalam sebuah event. Kolaborasi onstage ini berpeluang memperkenalkan band *indie* pada khalayak baru dan memperluas basis penggemar (Ponnett, 2021). Benar saja, pendengar *Spotify* Mahagaza meningkat pasca tampil bersama HIVI. Tetapi, mereka tetap menghadapi masalah serupa soal transparansi royalti dan perluasan distribusi lewat agregator. Mahagaza harus bergonta-ganti agregator sebelum menemukan kecocokan dengan agregator Believe. Stabilitas jangka panjang dalam distribusi digital ditentukan oleh kehandalan agregator dalam menyalurkan karya ke berbagai *platform* streaming

(Gasser, 2006). Dengan *Believe*, Mahagaza berharap meraih lebih banyak pengakuan dan sukses di industri musik tanah air.

Musik *indie* merujuk pada genre musik yang diproduksi dan didistribusikan secara mandiri tanpa campur tangan label rekaman besar. Ciri khas *indie* adalah kebebasan artistik dan kendali penuh atas karya serta distribusinya (Fonarow, 2006). Perkembangan internet dan *platform* digital telah memberi peluang bagi musisi independen mengunggah dan menyebarkan karyanya tanpa bergantung label *mainstream* (Rogers, 2013).

Pada awalnya, industri musik Indonesia cenderung tersentralisasi dengan dominasi segelintir label raksasa dan radio yang mengendalikan selera musik masyarakat. Namun, seiring kemajuan teknologi dan dinamika sosial, terjadi desentralisasi menuju ekosistem musik independen yang lebih demokratis dan inklusif (Aryandari, 2019).

Transisi ini melahirkan beragam suara alternatif yang mampu meraih khalayak luas. Salah satu band *indie* terbesar di Tanah Air adalah Rocket Rockers. Grup legendaris asal Kota Kembang ini awalnya bernama Immortality President saat terbentuk pada 1998. Setelah berganti nama dan vokalis pada 1999, mereka merilis album perdana "Soundtrack for Your Life" (2002) yang laris 15 ribu kopi. Menurut FACT Magazine (2021), angka penjualan ini fantastis bagi band *indie* lokal kala itu. Single "Finishkan" merajai chart radio Prambors, sementara video klip "Tergila" tayang di MTV. Liputan media ini mengantarkan Rocket Rockers tampil di berbagai event lokal dan nasional. Mereka pun memutuskan menjadi band profesional.

Pada 2004, Rocket Rockers dikontrak Major label Sony Music dan menjual 20 ribu album dalam sebulan peluncuran. Namun pada 2007, mereka memilih berlabuh ke label independen, Reach n Rich Records, karena alasan kreatif dan finansial (Edward, 2015). Perjalanan Rocket Rockers kontras dengan NineteennineX dan Korekayu dari Yogyakarta yang belum mampu menembus kancah nasional. Menurut Huber (2021), hal ini dipengaruhi faktor ekosistem musik lokal dan media exposure. Bandung memiliki komunitas *indie* yang lebih suportif dan dinamis dalam mengakselerasi karier band-band baru. Sementara Yogyakarta mungkin membutuhkan waktu lebih lama bagi band *indie* mendapat pengakuan luas.

Berdasarkan uraian tersebut, tampak bahwa meski telah ada kemajuan signifikan, distribusi yang terbatas dan minimnya dukungan komunitas lokal masih menjadi problematika yang dihadapi musisi *indie* dalam meraih kesuksesan. Oleh karena itu, peneliti ingin mendalami terkait strategi distribusi dan promosi yang tepat bagi band *indie* lokal agar dapat menembus pasar nasional perlu dilakukan.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Mengapa band-band *indie* lokal khususnya dari Yogyakarta masih menghadapi kesulitan untuk melakukan distribusi dan promosi musik secara digital guna menembus pasar musik nasional?
2. Bagaimana band *indie* Yogyakarta dapat mengoptimalkan strategi pemasaran untuk menembus pasar nasional?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah sehingga dapat:

1. Mengidentifikasi masalah utama yaitu kesulitan distribusi dan promosi digital untuk menembus pasar nasional.
2. Menemukan strategi distribusi dan promosi digital yang efektif agar dapat menembus pasar nasional, sejalan dengan permasalahan yang diuraikan.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, baik secara praktis maupun teoritis.

#### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis dengan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hambatan distribusi dan promosi digital yang dihadapi oleh band *indie*. Selain itu, penelitian ini menyajikan saran-saran dalam konteks distribusi dan promosi digital bagi band *indie*. Dengan menerapkan strategi distribusi yang efektif, band *indie* dapat mengatasi kendala praktis yang mungkin timbul ketika mendistribusikan karyanya secara lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga dapat berkontribusi positif dalam meningkatkan visibilitas dan popularitas band *indie* di ruang digital dengan berfokus pada strategi promosi yang tepat untuk menembus pasar nasional. Oleh karena itu, manfaat praktis dari penelitian ini mencakup upaya dunia nyata untuk membantu pelaku industri musik independen mencapai kesuksesan yang lebih besar melalui penerapan strategi distribusi dan periklanan digital yang efektif.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang penting sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai distribusi dan promosi musik independen. Studi ini memberikan wawasan rinci tentang dinamika industri musik independen dengan menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan distribusi dan promosi musik independen. Hasil penelitian ini dapat membantu memperdalam penelitian selanjutnya sehingga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan kerangka konseptual yang lebih kuat dan komprehensif. Selain itu, penelitian ini dapat membuka jalan bagi penemuan strategi baru untuk mendukung pengembangan dan keberlanjutan industri musik independen. Oleh karena itu, manfaat teoritis dari penelitian ini tidak hanya bersifat pribadi, tetapi juga berkontribusi pada pemahaman kolektif tentang ekosistem musik independen dan membantu dalam mengatasi tantangan dan peluang dalam dunia musik independen.

