

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perjalanan yang dilalui oleh semua band *indie* begitu beragam dan kompleks, masing-masing band dihadapkan dengan tantangan uniknya masing-masing. Setiap band menghadapi tantangan yang berbeda-beda, mulai dari menemukan identitas musik mereka, membangun basis penggemar, hingga menavigasi pasar musik yang kompetitif. Faktor-faktor yang mempengaruhi seperti lokasi geografis, kerja sama dengan agregator, sumber daya keuangan, dan paparan media juga mempengaruhi tantangan menuju pasar nasional. Oleh karena itu, peneliti ingin menyoroti pentingnya mengenali keberagaman dan tantangan yang dihadapi band-band independen ketika mengejar karir musik.

Band *indie* perlu memahami bahwa kesuksesan dalam industri musik tidak hanya bergantung pada bakat bermain musik saja, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang bisnis musik. Mereka harus menguasai aspek-aspek seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, hak cipta dan royalti, negosiasi kontrak, dan *professional networking*. Pemahaman ini memungkinkan band untuk membuat keputusan yang lebih baik tentang distribusi musik mereka, membangun basis penggemar yang loyal, dan menciptakan peluang pendapatan yang berkelanjutan. Dengan menggabungkan kreativitas musikal dan kecerdasan bisnis, band *indie* dapat menavigasi industri yang kompetitif dengan lebih efektif,

mempertahankan kontrol kreatif atas karya mereka, dan meningkatkan peluang mereka untuk sukses jangka panjang dalam karir musik mereka.

## **B. Saran**

Setiap musisi *indie* khususnya di Yogyakarta yang ingin serius berkarya secara komersial dan menjadikan musik sebagai pekerjaan utama, lebih baik dapat memahami terlebih dahulu, selera musik yang akan mereka mainkan adalah pilihan awal yang sangat krusial. Selera musik yang mereka pilih menjadi fondasi utama dalam membangun identitas artistik mereka. Selain memiliki keterampilan dalam menciptakan karya yang baik, mereka juga harus memperdalam pemahaman tentang bisnis musik secara menyeluruh. Hal ini mencakup tentang memahami strategi pemasaran, manajemen hak cipta, distribusi musik digital, mengoptimalkan sosial media sebagai media pemasaran dan aspek manajemen keuangan. Dengan memahami baik selera musik dan bisnis musik, musisi *indie* memiliki pondasi yang kuat dan kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan karier yang berkelanjutan dan berhasil menembus pasar nasional yang kompetitif ini.

## Daftar Pustaka

- Aryandari, C. (2021). *Made in Nusantara: The Indonesian Popular Music Industry*. Routledge.
- Ibrahim, A. (2022). *Mempertahankan Semangat: Musik Indie di Yogyakarta*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Kusumaningrum, D. (2017). Distribusi dan Konsumsi Musik Indie di Yogyakarta. *Jurnal Rekam*, 13(2), 99 - 100.
- Prajoko, L. (2021). *Sejarah Musik Indie di Yogyakarta 1990 - 2020*. Yogyakarta. Kepel Press.
- Purnamasari, A. (2011). *Komunitas Musik Indie Yogyakarta*. Skripsi Sarjana. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Sunjaya, D. (2008). *Puppen: Pelopor Musik Indie di Yogyakarta*. Yogyakarta: Kalasan Press.
- "*Gelora: Magnumtary Saparua*" *bicara sejarah yang terpinggirkan*. (2021, June 15). ANTARA News. Retrieved May 17, 2024, from <https://www.antarane.ws.com/berita/2211534/gelora-magnumtary-saparua-a-bicara-sejarah-yang-terpinggirkan>. Diakses pada tanggal 17 Mei 2024 pukul 13.17 WIB.
- 21 Tahun Berkarya, Rocket Rockers Ceritakan Saat Ditinggal 3 Personel Halaman all. (2020, July 22). *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/07/22/21041466/21-tahun-berkarya-rocket-rockers-ceritakan-saat-ditinggal-3-personel>. Diakses pada tanggal 17 Mei 2024 pukul 13.17 WIB

Anderton, C., Dubber, A., & James, M. (2013). *Understanding the music industries*. Los Angeles: SAGE.

Baulch, E. (2007). *Making scenes: Punk and indie culture in Indonesia*. Dissertation.

Baym, N. K. (2011). The Swedish model: Balancing markets and gifts in the music industry. *Popular Communication*, 9(1), 22-38.

Baym, N. K. (2015). Connect... ish: Audience attitudes toward musicians' use of social media. *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, 276-284.

Baym, N. K., & Burnett, R. (2009). Amateur experts: International fan labor in Swedish independent music. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 433-449.

Bennett, A., & Peterson, R. A. (Eds.). (2004). *Music scenes: Local, translocal and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.

Carrasco, J. A., Hogan, B., Wellman, B., & Miller, E. J. (2008). Collecting social network data to study social activity-travel behavior: an egocentric approach. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 35(6), 961-980. DOI:10.1068/b3317t

Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson UK.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

Deiss, R., & Henneberry, R. (2020). *Digital Marketing for Dummies*. John

Wiley & Sons.

Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran musik pada era digital digitalisasi industri musik dalam industri 4.0 di Indonesia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1-10. DOI:10.32509/wacana.v18i1.729

Dredge, S. (2014). Music+: The introduction of streaming music models heralds an evolution and disruption of traditional music industry practices. IPTS Digital Economy Working Paper.

Finlay, L. (2011). *Phenomenology for therapists: Researching the lived world*. John Wiley & Sons.

Fitrawati. (2015). *Activism Through Music: A Study of Indie Music Scene in Yogyakarta*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(3), 271 - 286.

Fonarow, W. (2006). *Empire of Dirt: The Aesthetics and Rituals of British Indie Music*. Wesleyan University Press. DOI:10.2307/41699795

*GELORA: MAGNUMENTARY OF GEDUNG SAPARUA*. (2021, June 14). Vidio.

Retrieved May 17, 2024, from

<https://www.vidio.com/watch/2223934-gelora-magnumentary-of-gedung-saparua>. Diakses pada tanggal 17 Mei 2024 pukul 13.17 WIB.

Hesmondhalgh, D. (1998). INDIE: THE INSTITUTIONAL POLITICS AND AESTHETICS OF A POPULAR MUSIC GENRE. *Cultural Studies*, 13(1), 34–61. DOI:10.1080/095023899335365

Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34-61.

Hesmondhalgh, D. (2013). *Why music matters*. John Wiley & Sons.

Hesmondhalgh, D., & Meier, L. M. (2015). What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of big tech. *Socialist Register*, 57(57).

Hidayat, T. (2022). *Independent Music label Business Transformation To Digitalization In Indonesia* (Case Study: MDX Records). *Jurnal AKSI (Akuntansi dan Sistem Informasi)*, 7(2).

Hracs, B. J. (2012). A creative industry in transition: the rise of digitally driven independent music production. *Growth and Change*, 43(3), 442-461.

Kalfolk, J. (2013). *Underground music in an interconnected world: A study of independent musicians and the digital-era music industry*. Aalto University.

Kruse, H. (2010). Local identity and independent music scenes, online and off. *Popular Music and Society*, 33(5), 625-639.

Kusumaningrum, T. F. (2017). Rock n roll remaja, ruang berjuang untuk kepemilikan identitas mandiri: Musik indie di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(1), 53-60.

Lestari, N. D., & Sitasi, C. (2019). Proses Produksi Dalam Industri Musik Independen Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 161-168.

Lestari, N. D., & Sitasi, C. (2019). Proses Produksi Dalam Industri Musik Independen Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 161-168. DOI:10.31294/jkom.v10i2.6207

Leyshon, A. (2009). The software slump?: digital music, the democratisation of technology, and the decline of the recording studio sector

within the musical economy. *Environment and Planning A*, 41(6), 1309-1331.

Lockey, P. (2018). Indie musicians and the diffusion of digital music technology. *Southern Semiotic Review*, 6, 29-45.

*Mini Dokumenter Perjalanan 21 Tahun Rocket Rockers*. (2020, Agustus 17).

Youtube.

[https://www.youtube.com/watch?v=0SCEqeXqQfU&t=1s&ab\\_channel=RocketRockers](https://www.youtube.com/watch?v=0SCEqeXqQfU&t=1s&ab_channel=RocketRockers). Diakses pada tanggal 17 Mei 2024 pukul 13.17 WIB

Monteyne, K. (2011). Re-territorializing Thai music production. *Inter-Asia Cultural Studies*, 12(1), 58-77.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage publications.

Munjazi, Achmad Ibnu, Martarosa Martarosa, and Nurkholis Nurkholis. 2018. "TERBANG KENCER IN DIGITAL MUSIC." *LAGA-LAGA: Jurnal Seni Pertunjukan* 4 (1): 1–10.

Negus, K. (1999). *Music genres and corporate cultures*. London: Routledge.

Pósfai, M., & Barabasi, A. L. (2016). *Network Science*. Cambridge, UK:: Cambridge University Press.

Pradipta, I. B., Dienaputra, R. D., & Septiani, A. (2021). Fashion Streetwear Sebagai Penunjang Musisi Indie di Kota Bandung (1990-2004). *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 79-100.

Ramadhanti, A., Nursaif, M., & Taufik, A. M. I. (2019, August). Motivasi Penggunaan *Spotify* Sebagai Media Penyebarluasan Karya Musik Musisi Indie

Lokal. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 904-916).

Rogers, J. (2013). *The Death and Life of the Music Industry in the Digital Age*. In *The Death and Life of the Music Industry in the Digital Age*. DOI:10.5040/9781780931463

Rogers, J. (2013). *The death and life of the music industry in the digital age*. London: Bloomsbury Academic.

Savitri, G. (2021). *Strategi Bertahan Hidup Pelaku Indie label dalam Industri Musik Recording Indonesia*. DOI:10.24912/pr.v5i2.10131

Sejarah Band Rocket Rockers. (n.d.). *Serba Serbi*.

<https://oto-biografi.blogspot.com/2011/05/sejarah-band-rocket-rockers.htm>

1. Diakses pada tanggal 17 Mei 2024 pukul 13.17 WIB

Siddhawira, K. A., & Sugiana, D. (2023). 'I Do it My Way': The Meaning of Independence in Bandung Indie Musicians and Their Media Uses. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 198-207.

Simanjourang, J. Y., & Triastuti, M. R. H. (2023). Surviving During the Pandemic: Lessons Learned from Bandung Indie Music Scene in the Covid-19 Pandemic. *KnE Social Sciences*, 583-593.

Strachan, R. (2017). *Sonic technologies: Popular music, digital culture and the rise of the DIY/maker-musician*. In *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. London: Routledge.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; kedua). ALFABET.



Sutopo. (2006). Metodologi penelitian kualitatif: dasar teori dan terapannya dalam penelitian (1st ed.). Universitas Sebelas Maret Press

Tschmuck, P. (2012). The new music industry and the DIY movement. In *The Routledge Companion to the Cultural Industries* (pp. 305-316). London: Routledge.

van Manen, M. (2016). *Phenomenology of practice: Meaning-giving methods in phenomenological research and writing*. Routledge.

Wijaya, C. (2020). New Wave of D.I.Y: Pergerakan *Underground Music Scene* di Yogyakarta, 2011-2018. Dissertation. Universitas Gadjah Mada.

Wijaya, K. (2020). *Shoegaze* di Yogyakarta: Genre Baru dalam Musik Indie. Skripsi Sarjana. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

Wikstrom, P. (2014). *The music industry in an age of digital distribution*. *Change: 19 key essays on how the internet is changing our lives*, 1-24.

Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of scientific communication (jsc)*, 1(1).

