

# Membangun Musik Indonesia Melalui Budaya Berbagi

Arif Kusumawardhani

Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
Jl. Jembatan Merah No. 84C, Gejayan, Yogyakarta 55283  
Email: aripp.kusuma@gmail.com

**Abstract:** *The combination of music and the internet music change the mindset of the music producers and the conventional recording label. Internet label (netlabel) gives new hope for the development of modern music and potentially as an agent of cultural change. The internet music is free and widely distributed. This paper analyzes the phenomenon of one Indonesian netlabel, YesNoWave, by using several new media theories. Sharing culture that embedded in this current communication technology brings Indonesian music to a new phase that enhances the possibility for many people to participate in the culture development process that exceed the local limits.*

**Keywords:** *internet, music, netlabel, sharing culture, new media*

**Abstrak:** *Musik yang menyatu dengan internet (musik internet) mengubah resep laku produser dan label rekaman konvensional. Kehadiran internet label (netlabel) memberi harapan baru bagi perkembangan musik modern dan sekaligus berpotensi menjadi agen perubahan budaya. Musik yang dirilis melalui internet, dengan semangat berbagi, didistribusikan secara bebas. Tulisan ini menganalisis fenomena salah satu netlabel Indonesia, YesNoWave, dengan menggunakan beberapa teori media baru. Budaya berbagi melalui teknologi komunikasi mutakhir ini mengantarkan musik Indonesia memasuki babak baru. Sebuah babak yang memberikan kemungkinan luar biasa bagi banyak orang untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengolahan budaya dengan daya jangkauan melampaui batas lokal.*

**Kata Kunci:** *budaya berbagi, internet, musik, media baru, netlabel*

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah menciptakan interkoneksi antar manusia. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan gaya hidup, perilaku kritis dan kepekaan tinggi. Pola penciptaan nilai dalam industri kreatif yang meliputi sektor kreasi, produksi, distribusi dan komersialisasi pun berubah. Tingginya kreativitas sumber daya manusia yang ditawarkan industri ini menjadi landas tumpu untuk menuju keadaan yang lebih baik. Teknologi informasi dan komunikasi yang kian akrab dengan pengguna, semakin mendorong munculnya ragam kreativitas

tersebut. Melalui internet, berbagai hal tak terduga memberi harapan-harapan baru yang bahkan tak terpikirkan sedikitpun di era konvensional.

Sebagai salah satu sumber hiburan, musik rekaman membawa kesenangan bagi jutaan pendengarnya melalui beragam bentuk dan format, semisal kaset, *Compact Disk* (CD), dan *file* digital (*MP3*, *WAV*). Sebagai sumber kebudayaan, rekaman suara telah berperan sebagai katalis perubahan dan cerminan nilai-nilai kebudayaan. Sebagai institusi bisnis, musik rekaman

berkembang menjadi industri yang sangat menguntungkan dan memiliki masa depan ekonomis yang cerah (Pamungkas, 2009).

Kemunculan musik digital menandai pergeseran dominasi musik rekaman konvensional yang mengandalkan sarana fisik. Sebuah kemasan baru musik rekaman yang tidak hanya menjadi sarana distribusi dan akses belaka, namun bisa diolah dan diciptakan kembali secara individual maupun kolektif. Hal ini menjadi ciri khas era *web 2.0* (Adiputra, 2010, h. 142). Kenyataannya, kehadiran teknologi digital berpotensi mengikis perangkat resep laku sang produser musik rekaman dan *recording label* yang kerap menjadi pagar idealisme sebuah kreativitas.

Di sisi lain, dunia musik Indonesia masih ambigu. Pemerintah mencanangkan musik sebagai salah satu industri kreatif, tapi perkara klasik penghargaan terhadap sebuah karya musik belum tuntas juga. Pavlik, dalam bukunya yang berjudul *New Media Technology: Cultural And Commercial Perspectives*, menyebutkan bahwa perubahan teknologi menyebabkan dua konsekuensi, yaitu konsekuensi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan. Maksudnya, selalu saja ada pihak yang merasa dirugikan, namun ada pula model baru yang muncul dari perkembangan teknologi itu (Pavlik, 1996, h. 5).

Revolusi digital memberikan efek pada penurunan yang cepat dalam biaya dan perluasan yang cepat dalam kekuatan perangkat digital, seperti komputer dan telekomunikasi. Kedatangan media digital mengubah cara kita berpikir tentang

diri kita sendiri dan alam semesta untuk seterusnya. Menurut Creeber, dkk. (2009) budaya digital terkait dengan percepatan perubahan sosial, serta mengakibatkan perubahan teknologi dan transformasi sosial dalam jumlah dan waktu yang sangat singkat.

Maka, kemunculan proses distribusi musik secara digital, baik melalui *netlabel* maupun pihak individu yang bekerjasama dengan operator telekomunikasi, menjadi penjawab sekaligus alternatif dari model distribusi yang dilakukan selama ini. Jauh sebelum Indonesia memiliki layanan musik digital, negara-negara maju telah menerapkan model distribusi digital dengan membuat situs *download* musik legal. Ada banyak situs yang muncul dan beberapa di antaranya dianggap besar dan sering menjadi rujukan masyarakat yang ingin mendengarkan atau mengunduh musik.

Di dalam konteks yang luas, sesungguhnya *netlabel* bisa masuk dalam kategori konvergensi media. Konvergensi media ini tidak hanya memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat, namun juga mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Konvergensi memberikan kesempatan baru kepada publik untuk memperluas pilihan akses media sesuai selera mereka. Paham *free culture* dan *open source* menjadi landasan prinsip *netlabel* dalam beroperasi. *Free culture* adalah pergerakan sarat nilai-nilai sosial yang mengemukakan kebebasan dalam mendistribusikan dan memodifikasi karya kreatif dengan memanfaatkan internet atau

bentuk media lain untuk tujuan-tujuan nonkomersial. Konsep *open source* kurang lebih sama dengan *free culture*.

Sementara itu, konsep pemikiran *open knowledge/culture* menekankan bahwa ide, layaknya udara yang kita hirup, bebas dikonsumsi dan gratis. Pematenan ide justru dapat mereduksi kreativitas. Jika kompetisi kreativitas pada akhirnya menjadi perlombaan pencapaian kapital, pihak yang memegang dan mengamankan paten berada di ranah penguasa (Pramudito, 2012, h. 23). Menurut Lessig (2004), budaya bebas lebih mengacu pada kebebasan berpendapat, pasar bebas, perdagangan bebas, usaha bebas, kehendak bebas dan pemilihan suara bebas. Budaya bebas mendukung dan melindungi pencipta dan penemu. Budaya ini mengakui hak milik intelektual, namun membatasi jangkauan dari hak-hak tersebut dengan maksud untuk menjamin para pencipta dan penemu sebisa mungkin terbebas dari kekangan masa lalu. Budaya bebas bukan lah budaya tanpa kepemilikan, seperti juga pasar bebas bukan lah berarti pasar di mana semuanya cuma-cuma. Kebalikan dari budaya bebas adalah budaya izin (*permission culture*), budaya di mana pencipta hanya diperbolehkan mencipta atas izin dari penguasa atau pencipta di masa lalu.

*Netlabel*, sebagai jalur distribusi media baru, menjadi sarana pengungkapan kemerdekaan seni dan teknologi. Ia bisa berlaku sebagai alternatif baru yang dapat mengakali keterbatasan sumber daya sehingga tidak menghambat kreativitas dan produktivitas. Hal ini merupakan

tawaran dari kemampuan format digital untuk menggiring masyarakat menuju era *download* gratis yang menuntut kreativitas dari sumber daya yang terbatas secara kuantitas.

Perkembangan budaya unduh gratis legal (*free legal download*) yang sudah terjadi lebih dahulu di negara maju dalam beberapa dekade lalu mampu memengaruhi setiap pergerakan di negara-negara berkembang yang haus akan pengetahuan sebagai salah satu wujud kemajuan. Keadaan industri musik di Indonesia yang stagnan dengan berbagai permasalahan yang terjadi dan gencarnya perkembangan teknologi yang dimotori oleh kecanggihan internet mampu menjadi jendela bagi setiap orang untuk melihat perkembangan di dunia luar. Masa transformasi antara model konvensional dan digital dalam industri musik memunculkan banyak celah yang terus dicari atas nama sebuah pengembangan.

Waktu lahir *netlabel* di Indonesia tidak diketahui secara pasti, tapi dalam keterbatasan tertentu kita dapat mengatakan bahwa *YesNoWave Music* adalah *netlabel* pertama yang populer. Bermula dari kerisauan hampir semua pengelola *label* fisik, terutama mengenai modal, seorang Wok the Rock menciptakan apa yang kini kita kenal sebagai *YesNoWave*. Tak lama kemudian, Ridwan Yuniardika dan Ganesha Mahendra (*Inmyroom Records*) ikut memberikan tempat bagi *bedroom musicians* yang ingin menitipkan karya mereka untuk dipublikasikan ke ranah maya. Sebut saja, *Tsefula/Tsefuelha*

*Records* yang digawangi oleh Ababil Ashari, *Stoneage Records* sebagai rumah bagi musisi punk dan derivasinya, *Hujan! Rekords* yang bermarkas di Bogor, *Mindblasting*, *Kanaltigapuluh*, *Lemari Kota*, *Earalert Records* dan sebagainya (Pramudito, 2012).

*Netlabel* berkembang pesat hingga saat ini dan sudah terwadahi dalam *Indonesian*

*Netlabel Union*. Gerakan kolektif ini merangkum jaringan antar *netlabel* di Indonesia sekaligus mengenalkan kepada publik tentang eksistensi *netlabel* lokal. Perayaan pembentukan serikat ini dimulai dengan rilisan album kompilasi pada 1 Januari 2011 yang diikuti oleh 5 *netlabel*: *YesNoWave*, *Hujan! Rekords*, *Inmyroom Records*, *Mindblasting* dan *Stoneage Records*.



**Gambar 1** Laman *Indonesian Netlabel Union*  
(Sumber: [www.indonesianNetlabelunion.net](http://www.indonesianNetlabelunion.net))

**Tabel 1** Daftar *Netlabel* aktif di Indonesia

Nama	Alamat situs	Asal kota
YesNoWave music	<a href="http://yesnowave.com">Http://yesnowave.com</a>	Yogyakarta
Inmyroom Records	<a href="http://inmyroom.us/">http://inmyroom.us/</a>	Jakarta
Hujan! Rekords	<a href="http://hujanrekords.com/">http://hujanrekords.com/</a>	Bogor
StoneAge Records	<a href="http://www.stoneagerecords.co.cc">http://www.stoneagerecords.co.cc</a>	Depok, Jawa Barat
MindBlasting	<a href="http://mindblasting.wordpress.com">http://mindblasting.wordpress.com</a>	Kutoarjo, Jawa Tengah
Tsefuelha Records	<a href="http://yesnowave.com/category/tsefula-records/">http://yesnowave.com/category/tsefula-records/</a>	Jatinangor
Kanaltigapuluh	<a href="http://kanaltigapuluh.info">http://kanaltigapuluh.info</a>	Yogyakarta
Earalert Records	<a href="http://earalertrecords.blogspot.com">http://earalertrecords.blogspot.com</a>	Yogyakarta
Lemari kota	<a href="http://lemarikota.blogspot.com/">http://lemarikota.blogspot.com/</a>	Depok
Experia	<a href="http://experiabel.wordpress.com/">http://experiabel.wordpress.com/</a>	Bandung
Megavoid	<a href="http://www.megavoid.net">http://www.megavoid.net</a>	Malang
Soundrespect	<a href="http://soundrespect.com">http://soundrespect.com</a>	Yogyakarta
Flynt Records	<a href="http://flyncords.tumblr.com/">http://flyncords.tumblr.com/</a>	Bandung

Sumber: <http://indonesianNetlabelunion.net/indonesian-netaudio-festival-1/>

Bahwa pentingnya lisensi *Creative Commons* (CC) yang diberlakukan dalam setiap rilisan *netlabel* menjadi hal yang harus terus dipahami dan diperhatikan oleh setiap pemilik *netlabel*. CC adalah organisasi nonprofit dengan basis jaringan global. Ia mendukung kreativitas digital, keinginan untuk berbagi dan inovasi melalui penyediaan infrastruktur hukum dan teknis bebas biaya. CC telah memiliki afiliasi di lebih dari 70 negara di dunia, termasuk Indonesia. Lisensi CC bukan merupakan alternatif dari hak cipta. Lisensi CC dan hak cipta berjalan berdampingan dan memungkinkan pemodifikasian ketentuan hak cipta yang dimiliki untuk disesuaikan dengan kebutuhan. CC bekerjasama dengan para ahli hak kekayaan intelektual di seluruh dunia untuk memastikan bahwa lisensi CC dapat diimplementasikan secara global (<http://creativecommons.or.id/>).

Lisensi CC berusaha menjadi jalan tengah ketika perlindungan terhadap hak cipta terabaikan dan pembajakan masih merajalela. Adanya lisensi yang tersedia, menjadi pilihan dari para produsen untuk mendaftarkan setiap karyanya. Mayoritas *netlabel* di Indonesia sudah menggunakan lisensi CC, berpaham *open source* dan berbagai pemikiran *free sharing* lainnya. Hal ini sangat penting untuk menghindari cap sebagai situs yang tidak berazas *free legal download*.

Tujuan utama dari *netlabel* bukanlah sikap produsen yang mau mengikhhlaskan atau menggratiskan karya mereka, tetapi lebih pada sikap mau membebaskan musik yang mereka ciptakan. Ada semacam delusi

massal dari setiap produsen karya bahwa ide kreatif mereka adalah unik dan tiada duanya. Kenyataannya, setiap karya yang kita ciptakan adalah kontribusi berbagai macam referensi yang ada sebelumnya, bahkan telah usang. Semua yang *rock and roll* telah dilakukan *The Beatles*, *Led Zeppelin* dan *Queen*; semua yang *alternative* telah dilakukan oleh *Velvet Underground* dan *Pixies*; semua yang *electronica* telah dilakukan *Kraftwerk*, semua yang *reggae* dan *indies* telah dinyanyikan *Bob Marley* dan *Morrissey*; dan semua yang *absurd/psychedelic* sudah dilakukan lebih dahulu oleh *The Residents* (<http://creativecommons.or.id/>). Oleh karena itu, tulisan ini mendeskripsikan perkembangan budaya berbagi yang diterapkan oleh internet *label* (*netlabel*) di Indonesia yang keberadaannya semakin meluas.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan memilih *netlabel* *YesNoWave* sebagai objek penelitian. *Netlabel* ini dipilih berdasarkan eksistensi, pengaruh terhadap lingkungan dan pergerakan yang dilakukan. Selain itu, *YesNoWave* merupakan *netlabel* populer yang telah ada selama kurang lebih enam tahun dengan kurasi dan karya unik yang ditunggu-tunggu. Pemakaian studi kasus mampu menggali informasi mengenai suatu objek tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh, termasuk aspek lingkungan dan kondisi sebab akibat terdahulu sebuah permasalahan, serta mencari hubungan antara faktor-faktor tersebut.

*Netlabel*, sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi, mempunyai potensi besar dalam mendukung budaya berbagi. Distribusi musik rekaman dalam kultur ini mampu menjadi alternatif pendobrak tatanan industri musik yang masih berkuat di ranah fisik. Hal ini merupakan sebuah kemajuan model distribusi musik yang perlahan dapat mengikis industri utama, walaupun tak jarang ia hanya duduk bertengger sebagai alternatif dari industri utama.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. *Netlabel* merupakan bentuk produk dari media baru yang interaktif. Era digitalisasi telah turut mengubah pola produksi, distribusi, promosi dan konsumsi musik. Menurut McQuail (2010, h. 153), media baru adalah saluran pesan komunikasi yang terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelit meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer; keterlibatan *audiens* dalam proses komunikasi semakin meningkat; semakin seringnya terjadi komunikasi interaktif (dua arah); dan juga meningkatnya derajat fleksibilitas penentuan bentuk dan isi melalui digitalisasi pesan (Livingstone, 2006, h. 56).

Menurut Petre & Harrington (1996, h. 9), pergeseran pola ini menyangkut produksi, penyimpanan dan penyebaran informasi digital melalui jaringan *online*, dimana setiap komputer mampu menerima dan mengirim teks, gambar, audio dan video dengan cepat dan murah. Salah satu klaim awal tentang perubahan substansial yang

disebabkan media dibuat oleh Marshall McLuhan. Ia berpendapat bahwa perubahan tersebut merupakan efek dari revolusi elektronik di tahun 1950-an. Revolusi ini menghasilkan kelas tanpa adanya sekat dinding, seperti telekomunikasi dan televisi yang membawa struktur informasi simultan kepada masyarakat (Littlejohn, 2009, h. 289-293).

Revolusi media baru telah mengilhami keprihatinan kontemporer teoritis media untuk menemukan teori media baru dalam penyelidikan media berdasarkan karakter interaktivitasnya. Ketika membicarakan media baru, kita harus mengetahui apa yang “baru” dalam *new media*. Lister, dkk. (2009, h. 12) menjabarkannya sebagai berikut:

1. *New textual experiences*: bentuk tekstual dan genre baru dalam hal konsumsi media, hiburan dan kesenangan, termasuk *computer game*, simulasi dan *special effect*.
2. *New ways of representing the world*: media menawarkan kemungkinan baru dalam merepresentasikan dan memberikan pengalaman baru dalam memahami dunia. Hal ini dapat dilihat dalam kemunculan lingkungan virtual dan layar yang menawarkan multimedia interaktif.
3. *New relationship between subject (users and consumers) and media technologies*: perubahan dalam penggunaan dan penerimaan citra dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, serta perubahan dalam pemaknaan yang ditanamkan pada teknologi media.

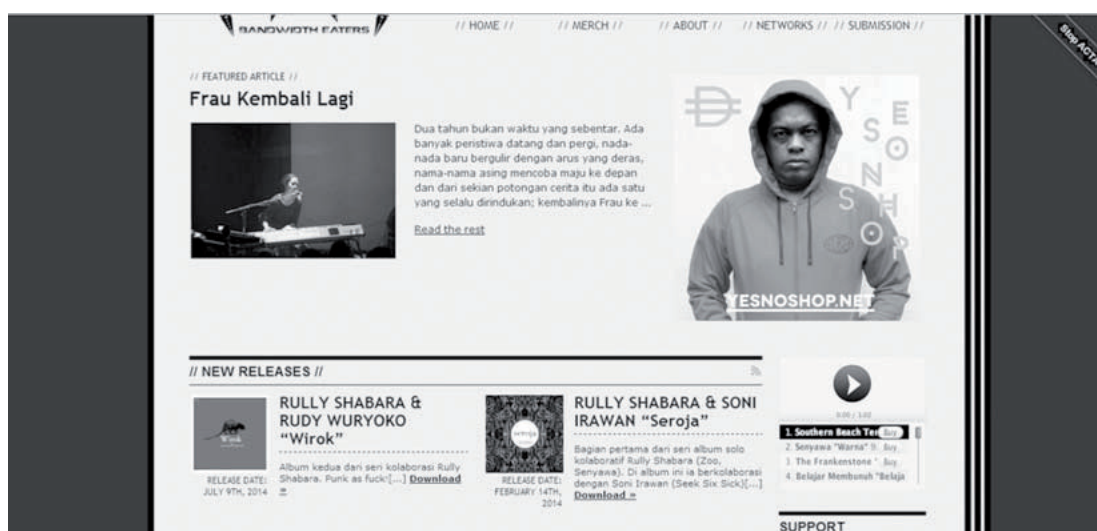
4. *New experiences of the relationship between embodiment, identity and community*: adanya perubahan pengalaman personal dan sosial dalam memaknai waktu, ruang dan tempat (lokal maupun global) yang memiliki implikasi terhadap cara seseorang memaknai dirinya dan tempatnya di dunia.
5. *New conception of the biological body relationship to technological media*: tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dengan alam, teknologi dan tubuh artifisial, serta media sebagai bagian dari teknologi artifisial, baik yang riil maupun virtual.
6. *New patterns of organization and production*: penataan ulang dan integrasi yang lebih luas pada budaya, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, pengendalian dan regulasi media.

Lewat internet, musik daerah sekalipun bisa melejit di kancah internasional. Namun

di sisi lain, produk musik menjadi begitu sempit ketika hanya terbatas pada *playlist* di fitur *gadget* yang kita miliki dan selalu kita pegang, hingga membenamkan kita pada generasi menunduk. Ribuan *file* unduhan ilegal yang kita miliki tak sebanding dengan penghargaan atas proses produksinya yang sampai saat ini masih memerlukan biaya. Di sisi lain, kemajuan teknologi media baru yang memberlakukan dan memanfaatkan internet sebagai basis distribusi musik rekaman memunculkan tantangan terhadap keadaan industri musik utama.

## HASIL

Pada mulanya, *YesNoWave netlabel* membangun *website* dan terus memperbarui dan mengembangkan isinya. Mereka melakukan promosi melalui internet agar banyak konsumen yang berkunjung dan tertarik. Proses komunikasi yang terjadi antara pemilik *website netlabel* dengan pengunjung adalah atas dasar ketertarikan. Pola yang ditawarkan begitu sederhana,



Gambar 2 Laman *YesNoWave*

Sumber: [www.yesnowave.com](http://www.yesnowave.com)

yaitu konsumen bisa mengunjungi *website* tersebut jika tertarik dan meninggalkannya jika tidak tertarik. Pola pemanfaatan media ini bisa disebut sebagai *user generated content* yang merupakan salah satu karakteristik dari web 2.0, merujuk pada satu kelompok teknologi yang diasosiasikan secara mendalam dengan *blog, wiki, podcast, really simple syndicate (RSS), feeds* dan lainnya yang memfasilitasi situs *website* untuk terhubung secara sosial yang memungkinkan semua orang bisa menambah dan mengedit isi ruang informasi (Amelia & Irwansyah, 2010, h. 209).

Kelahiran *netlabel* di Indonesia bermula pada 2004 tatkala *tsefula/tsefuelha records* hadir sebagai cikal bakal maraknya model *netlabel*. Pada 2007, FX Woto Wibowo atau yang lebih dikenal Wok The Rock mendirikan *YesNoWave* yang berdomisili di Yogyakarta. Sejak itu, *netlabel* di Indonesia berkembang pesat. *YesNoWave* merupakan sebuah praktik adopsi atas referensi dari *internet archive* yang sudah lama eksis di negara maju, yaitu *free legal download* yang bahkan sudah muncul di era tahun 1980 dan berasal dari seniman *neo-dada*. Anak-anak muda yang meneruskan budaya tersebut menggemari musik-musik komputer yang dirilis secara digital dan disebarkan melalui intranet, semacam *Local Area Network (LAN)*. Hal inilah yang menjadi embrio *netlabel* (Yuwono, n.d.).

Saat ini sudah ada lebih dari 13 *netlabel* di Indonesia dan tergabung dalam serikat *Indonesian Netlabel Union*. Ide

yang ditawarkan oleh *YesNoWave* adalah pendistribusian rilisan musik secara bebas. Bebas untuk diedarkan, diperdengarkan dan digubah oleh siapa saja. Mereka menyebut aksi tersebut dengan motif *gift economy*, yaitu sebuah pembebasan kreativitas di mana peluang demokratisasi pasar terbuka lebar (Wibowo, 2012, h. 1). Pada perkembangannya, *netlabel* terkait erat dengan aktivitas berbagi aliran musik yang terlepas dari hukum hak cipta dan tidak selalu berorientasi pada nilai komersial, sebuah praktik gotong-royong di era teknologi informasi.

*YesNoWave* merupakan *netlabel* yang dibangun oleh individu atau komunitas yang peduli terhadap keadaan zaman melalui pemanfaatan jaringan internet sebagai alternatif dari industri musik arus utama. *Netlabel* ini berusaha memberikan kesempatan berkembang bagi para musisi yang belum mendapatkan tempat di industri arus utama. Ada kecenderungan pemahaman bahwa *netlabel* ini membantu keberadaan musisi yang belum bisa mengelola dan mempromosikan karyanya karena faktor finansial. Namun, lebih dari itu, *netlabel* ini juga merilis *band* papan atas nasional, seperti: *White Shoes & The Couples Company, The Upstairs, Bangkutaman, Sajama Cut, Frau* dan *Rabu*.

Media baru yang difasilitasi internet dan teknologi komunikasi menjadi objek baru dalam kajian komunikasi dan menjauhkan Ilmu Komunikasi dari kondisi stagnan. Mengikuti kajian manajemen media, berdasar kepemilikan, media dikategorikan ke dalam tiga bagian



besar, salah satunya *not-for-profit media organization*, semisal media komunitas. Jenis media yang berorientasi nirlaba seperti ini menjadi salah satu ragam kepemilikan media yang memantik kajian riset dalam manajemen media baru. Media dengan model manajemen yang terkonsentrasi pada pihak-pihak tertentu mampu menjalankan fungsinya untuk menginformasikan, mendidik dan menghibur, bahkan menjadi agen perubahan sosial.

Melalui motif *gift economy* yang mengarah pada ideologi *free culture/open culture*, *netlabel* turut menjadi poros pengembangan sebuah budaya tanding yang dapat mendongkel konsep komodifikasi musik yang telah menjadi paradigma mapan. Karya musik dilihat sebagai *output* dalam proses komunikasi, bukan sekadar gagasan yang ingin menghancurkan arus industri musik utama ataupun menjauhi peraturan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Gerakan ini bertengger sebagai alternatif sekaligus adaptasi terhadap budaya media baru yang sarat dengan tindakan berbagi.

Budaya berbagi ini mengantarkan musik Indonesia memasuki era baru. Internet memberikan kemungkinan luar biasa bagi banyak orang untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengolahan budaya yang jangkauannya melampaui batasan lokal. Budaya berbagi menimbulkan interaksi yang bersifat ketat yang akhirnya menimbulkan pemberdayaan bagi pelakunya. Beberapa musisi yang karyanya telah dirilis oleh *netlabel* merasa

terbantu dengan adanya model jaringan yang bersifat global ini. Bukan semata keuntungan secara fisik dan materi yang tercapai, namun ada kepuasan tersendiri yang didapatkan melalui proses berbagi dan berinteraksi. Bahkan, melalui proses berbagi tersebut, model *gift economy* yang diterapkan oleh *YesNoWave* bisa terus berjalan ke arah yang menggembirakan.

Melalui *website*-nya, *YesNoWave netlabel* menawarkan beberapa *feature* berikut:

1. *Featured articles*: kolom bagi karya musik yang baru saja dirilis dan sedang banyak dipromosikan atau diperbincangkan.
2. *New releases*: daftar karya-karya musik baru yang sedang dirilis. Di dalam kolom ini juga bisa dilihat katalog rilisan yang pernah dirilis dari pertama hingga sekarang. Semuanya bisa diunduh lengkap dengan *artwork*-nya secara gratis.
3. *Donate*: kolom bagi masyarakat bersedia mendukung keberadaan *netlabel* ini dengan memberikan donasinya. Mengingat permasalahan mendasar bagi *netlabel* yang umumnya berbasis organisasi nonprofit adalah financial, maka kolom *donate* menjadi salah satu medium agar pengelolaan *netlabel* ini bisa terus berjalan.
4. Kolom *Projects*, yang terdiri dari beberapa kegiatan/gerakan seperti:
  - *Xeroved*: *webzine* yang mengulas tentang *free culture*. *Webzine* ini memiliki jaringan dengan berbagai

*website* yang mengulas tentang perkembangan budaya bebas. Beberapa di antaranya adalah: *freeculture.org* dan *internetarchive.com*.

- *Yesnoklub*: Serangkaian acara bulanan yang dikuratori oleh *YesNoWave netlabel*. Acara ini berkonsentrasi pada pertukaran budaya dan musik antara seniman asing dan lokal.
  - *Free single club*: rilisan *single* yang bisa diunduh melalui *YesNoWave*, sebuah kolom yang berisi karya *single* atau *demo tape* dari berbagai musisi yang bisa diunduh secara gratis.
5. Kolom *Merchandise: YesNoWave Music* kembali mengoptimalkan produksi *merchandise* sebagai kanal donasi. Hasil dari penjualan diharapkan mampu memberikan subsidi bagi kelangsungan kerja dan pengembangan aktivitas.
6. Kolom *Submission: Yes No Wave Music* dengan lapang dada menerima usulan rekaman bagi *band*/musisi yang ingin karyanya dirilis. Meskipun tidak membatasi pada jenis musik yang dimainkan, tetap ada seleksi terhadap aplikasi yang diajukan. Satu hal yang perlu diketahui oleh *band*/musisi adalah adanya kesepakatan untuk memproduksi sebuah karya yang didistribusikan secara gratis dalam format MP3 melalui jaringan internet. *Band*/musisi yang karyanya dirilis berhak untuk mempromosikan *merchandise* yang diproduksi sendiri yang hasilnya diharapkan mampu menjadi subsidi silang kebutuhan finansial *band*.

Beberapa *features* yang ada di *YesNoWave* tersebut sudah berjalan dan banyak mendapat respons dari pengunjung *website*. Terjadi proses interaksi di sana. Ada beberapa yang mengajukan karya tapi tidak semua bisa dirilis dan terpublikasi. Layaknya perusahaan *label* konvensional, *netlabel* ini juga memiliki standar atas karya yang ingin didistribusikan. Wok the Rock selaku penggagas dari *netlabel* ini sepertinya bukan tipe orang yang cepat puas dengan beberapa ide yang telah dimunculkan. Masih ada beberapa program yang akan dimasukkan dalam *YesNoWave*. Salah satunya adalah mengembangkan jalur rilisan dari musik-musik yang bersifat *mainstream*, sebuah pelebaran *netlabel* yang bisa saja mengancam keberadaan industri musik arus utama. Bisa jadi hal ini terlalu naif, namun kemungkinan-kemungkinan tersebut akan selalu ada.

Secara umum, tawaran *YesNoWave* melalui berbagai program tersebut mampu menjadi gambaran umum dari model *content netlabel* lain yang ada di Indonesia. Standar musik yang dirilis tetap dipegang oleh masing-masing *netlabel*. *Netlabel* memiliki potensi untuk menjadi salah satu model distribusi paling efisien. Ia tidak hanya akan memberikan jalan bagi produsen karya, tetapi juga konsumen melalui diversifikasi pilihan yang ditawarkan. Meski pengaruh dari selera kolektif akan terus menjadi faktor bagi konsumsi arus utama, model ini dapat menjadi katup terbuka untuk perkembangan lebih lanjut dari karya itu sendiri.

Sebagai media promosi, *netlabel* pun bisa dikatakan cukup efektif dalam membantu menyebarkan karya-karya dari sang musisi. Biasanya, tiap kali merilis album baru, *netlabel* selalu mengoptimalkan penggunaan sosial media yang sedang “*on fire*” seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Google Plus* sebagai lahan promosinya. *Netlabel* memang memaksimalkan fungsi internet agar karya yang dirilis dapat segera diketahui untuk kemudian diunduh orang lain. Kehadiran *netlabel* pun memberi angin segar bagi para musisi, terutama bagi mereka yang tidak memiliki cukup *budget* untuk merilis karyanya dalam bentuk fisik (Putra, 2012).

## PEMBAHASAN

### **Kenyataan *Copyright Vs Copyleft* di Indonesia**

Membicarakan perkembangan *netlabel* di tengah industri musik yang masih bercakar pada pakemnya hak cipta, tak terasa sudah mengarah pada sebuah perbedaan cara distribusi yang sebenarnya sangat bertolak belakang. Musik sebagai industri kreatif, dalam pesatnya perkembangan teknologi seperti sekarang, tidak selalu berbanding lurus dengan ketaatan terhadap hak cipta. Justru di lain hal malah menjadi sebuah perdebatan. Hubungan antara penghasilan dan hak cipta, bagi sebagian besar seniman, belum bisa disebut relevan. Hanya ada sekelompok kecil yang bisa menjalankan hal tersebut, terlebih bila diterapkan di Indonesia. Penerapan ketat peraturan hak cipta bisa memiliki konsekuensi berbeda bila diterapkan di negara yang berbeda, misalnya antara negara kaya (pemilik sebagian besar hak cipta) dan berkembang. Penerapan di

negara berkembang yang “belum kaya”, bisa jadi memunculkan pertanyaan, apakah mereka dapat berkembang jika bahan pengetahuan yang mereka butuhkan tidak dapat diperoleh dengan mudah atau bahkan harus membelinya dengan harga mahal untuk menghindari pelanggaran hak cipta?

Di bidang musik, Indonesia nampaknya masih dipercaya sebagai sasaran empuk bagi kaum industrialis, meskipun *track record* pembajakan di Indonesia buruk dan keadaan industri musik dalam negeri semakin lesu. Nyatanya, *iTunes store*, milik raksasa *Apple*, terhitung sejak 4 Desember 2012 sudah resmi menjual musik dan film di Indonesia. *Label* besar di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir juga bekerjasama dengan operator musik di Indonesia melalui penjualan lagu untuk dijadikan *gimmick* dalam *fitur*. Di sisi lain, model pengembangan distribusi musik berbagi juga sudah meluas. Hal ini menunjukkan bahwa ada *free download* yang juga resmi. Ini lah yang dilakukan oleh *YesNoWave* beserta puluhan *netlabel* yang semakin berkembang di Indonesia. Di Indonesia, ada semacam perlawanan secara tidak langsung terhadap *copyright* yang sarat dengan ketentuan oleh *copyleft* yang identik dengan hal berbagi.

### ***Membangun Musik Indonesia Melalui Budaya Berbagi***

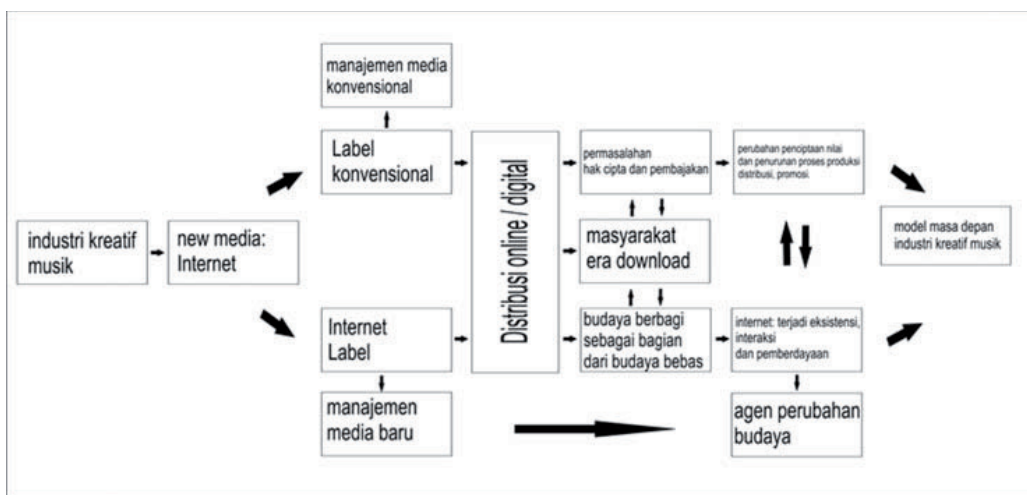
Satu hal yang patut dibanggakan dari kehadiran *netlabel* adalah kemampuannya mengglobal. Internet membuat para produsen karya menciptakan peluang yang hampir tak terpikirkan sebelumnya. Di dalam proses tersebut, muncul ritual sosialisasi,

ada interaksi yang membentuk komunitas dan ada pergerakan dari beberapa *link* yang terjalin. Pergaulan itu pun mulai meruntuhkan batas-batas negara dan bangsa. Terbentuk komunikasi antarpihak dari berbagai negara yang terjalin melalui komunikasi internet. *Netlabel* mempunyai andil besar terhadap ragam perkembangan dunia musik tanah air, khususnya dalam pergerakan musik di luar arus utama. Hanya dengan mengirimkan karya ke *netlabel* yang cocok dengan karya yang dimiliki, maka bersiap lah untuk didengar oleh banyak orang di seluruh belahan dunia. Model perkembangan industri musik di era teknologi informasi ini dapat dilihat pada gambar 1.

Ada banyak faktor yang berpengaruh terkaitposisi internetterhadap perkembangan industri kreatif musik. Model budaya berbagi yang terus mengalami perluasan melalui platform internet ini memengaruhi model industri utama yang masih bersifat konvensional, dimana pembajakan dan hak cipta masih menjadi hambatan. Tak bisa dipungkiri kegemaran masyarakat mengunduh lambat laun meruntuhkan kebesaran *label* konvensional yang selama

beberapa puluh tahun selalu menguasai ceruk pasar musik, terutama di Indonesia.

Kita patut berbangga ketika perkembangan musik *netlabel* ini bisa melampaui industri musik arus utama. Melalui *YesNoWave* beberapa musisi yang dirilis sudah mengembangkan sayapnya dengan bermain di luar negeri. Bukan karena diundang oleh tenaga kerja Indonesia yang berada di negeri seberang seperti musisi mayor kebanyakan, namun murni karena pergerakan dari budaya berbagi yang memunculkan pemberdayaan terhadap para musisinya. Lewat karya yang menyebar, interaksi yang terus terjadi dan jalinan pertemanan yang meluas *YesNoWave* mampu menerbangkan sang musisi menuju berbagai belahan dunia yang mungkin sebelumnya tak terpikirkan. *White Shoes & The Couples Company, Bangkutaman, Zoo* dan *Senyawa* adalah beberapa contoh musisi yang pernah dirilis *YesNoWave* dan berhasil membawa musik Indonesia menembus panggung negara tetangga bahkan benua seberang karena pengaruh distribusi dan promosi *netlabel*.



Gambar 3 Model perkembangan industri musik di era teknologi informasi

Sumber: olahan penulis

Bukan hanya internet yang mutlak menjadi pendukung atas semua popularitas yang terjadi, peran komunikasi dan jalinan komunitas yang terbentuk pun menjadi sumber daya utama yang tidak disadari. Ada praktik gotong-royong yang terjadi di era teknologi informasi ini. Praktik tersebut belum tentu bisa diraih oleh industri utama yang bersifat kapitalis karena perbedaan visi dan misi yang mencolok.

Kemunculan *netlabel* bak bola salju yang terus menggelinding. Di awal kemunculan belum banyak yang merespons, bahkan masih banyak pihak yang memerlukan penjelasan awal untuk bisa memahami sebuah pergerakan *netlabel*. Namun, dalam perjalanannya, *netlabel* terus mendorong persepsi masyarakat awam agar tak melulu menganggap kegiatan mengunduh adalah ilegal, membuka mata para pelaku industri rekaman konvensional yang selalu mementingkan profit, mengesampingkan kualitas karya dan memandang karya yang berbeda dari selera pasar. Pun dengan *Netlabel*, para musisi menemukan tempat untuk memamerkan ekspresi yang murni tanpa sedikit pun intervensi kepentingan (Moyo, 2012).

## SIMPULAN

Kemunculan *netlabel* membawa angin segar bagi lesunya perkembangan musik di tanah air. Model distribusi berbagi mampu berkembang melampaui sistem konvensional yang berlaku di industri utama, sekaligus menjadi praktik alternatif dari budaya mengunduh yang selama ini dianggap ilegal namun justru digandrungi

masyarakat. Negara Indonesia yang belum bisa keluar dari permasalahan pembajakan dan hak cipta, justru disikapi oleh *netlabel* dengan budaya berbagi. Budaya ini akhirnya berjalan beriringan dengan model konvensional yang cenderung berorientasi kapital dan kental dengan konsep musik sebagai komodifikasi. Di lain pihak, lewat budaya berbagi, praktik spesialisasi oleh *netlabel* berjalan dengan mulusnya.

*Netlabel* muncul sebagai organisasi non-profit yang berakar pada dinamika komunitas, yaitu gerakan komunal atau kelompok yang mempunyai sebuah kemauan untuk memajukan musik yang tak tertampung oleh industri utama karena alasan “pasar” dan memberikan kesempatan kepada para musisi yang karyanya belum pernah terpublikasikan. Lewat jaringan yang berbasis komunitas dan prinsip kemajuan bersama, justru karya-karya yang berada di bawah naungan *netlabel* ini mampu menjadi representasi musik Indonesia di luar industri utama, bahkan sampai ke pentas luar negeri. Posisi awal yang tetap bervisi menjadi alternatif lain dari industri utama, bukan tidak mungkin pada suatu saat akan menggeser industri utama tersebut. Keterbukaan informasi dan edukasi kepada masyarakat yang terus merasuk sebagai akibat dari perkembangan teknologi mampu mengubah pandangan masyarakat terhadap pilihan musik yang akan mereka konsumsi. Akhirnya, mengutip karya musisi *independent* dari Jakarta, *Efek Rumah Kaca*, dengan semangat berbagi yang diusung *netlabel*, “pasar bisa diciptakan dan cipta bisa dipasarkan”.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiputra, W. M. (2010). Antara kreativitas, ketidakpastian dan kesempatan memahami manajemen media baru. Dalam Diyah Hayu Rahmitasari (ed), *Potret manajemen media di Indonesia* (h. 139-164). Yogyakarta, Indonesia: Total Media.
- Amelia & Irwansyah. (2010). Media baru: from nothing to something. Dalam Diyah Hayu Rahmitasari (ed), *Potret manajemen media di Indonesia* (h. 199-226). Yogyakarta, Indonesia: Total media.
- Arie. (2012). *Indonesian Netaudio festival 1*. <<http://indonesianNetlabelunion.net/indonesian-netaudio-festival-1/>>
- Creative Commons Indonesia. (2012). <<http://creativecommons.or.id/>>
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). *Digital cultures*. New York, NY: Open University Press.
- Crosbie, V. (2002). *What is new media?* <<http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>>
- Jankowski, N. W. (2006). Creating community with media: History, theories and scientific investigations. Dalam Leah A. Liverouw & Sonia Livingstone (eds), *The handbook of new media* (h. 34-49). London, UK: Sage Publications Ltd.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and controlling creativity*. Yogyakarta, Indonesia: Kunci Cultural Studies Center dan Ford Foundation.
- Lister, M., Dovey, J., Gidding, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. London, UK: Routledge.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. London, UK: SAGE publications.
- McQuail, D. (2010). *Mass communication theory* (6<sup>th</sup> ed). London, UK: Sage Publications Ltd.
- Moyo. (2012). *Netlabel, budaya tanding terhadap pembajakan karya musik di era digital*. <[http://uniqpost.com/40821/Netlabel-budaya-tanding-terhadap-budaya-pembajakan-karya-](http://uniqpost.com/40821/Netlabel-budaya-tanding-terhadap-budaya-pembajakan-karya-musik-di-era-digital/)
- musik-di-era-digital/>
- Pamungkas, A. (2009). *Industri rekaman dan file sharing*. <http://aryasandy.wordpress.com/2009/05/13/industri-rekaman-dan-file-sharing/>
- Pavlik, J. V. (1996). *New media technology: Cultural and commercial perspectives*. Boston, : A Simon and Schuster Company.
- Petre, D. & Harrington, D. (1996). *The clever country? Australia's digital future*. Sydney, Australia: Landsdowne Publishing.
- Pramudito, A. (2012). *Indonesian netaudio usermanual*. Yogyakarta, Indonesia: Selfpublish.
- , A. (2012). *INF 2012 zine: Perkembangan netlabel di Indonesia*. <<http://indonesianNetlabelunion.net/inf-2012-zine-perkembangan-Netlabel-di-indonesia/>>
- Putra A. A. (2012). *INF 2012 zine: Netlabel sebagai solusi untuk para musisi*. <<http://indonesianNetlabelunion.net/inf-2012-zine-Netlabel-sebagai-solusi-untuk-para-musisi/>>
- Wibowo, W., dkk. (2012). *Indonesian netaudio usermanual*. Yogyakarta, Indonesia: Selfpublish.
- Yuwono, D. (n.d.). <[http://ditoyuwono.multiply.com/journal/item/22/Yes-No-Wave-Music-Catatan-Perjalanan-Pionir-Net-Label-Di-Indonesia?&show\\_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem](http://ditoyuwono.multiply.com/journal/item/22/Yes-No-Wave-Music-Catatan-Perjalanan-Pionir-Net-Label-Di-Indonesia?&show_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem)>