

YOUTUBE INDEPENDENT MUSIC VIDEO ARTIST: LEARNING, PRODUCTION AND EXHIBITION IN DIGITAL SPACE

Romdhi Fatkhur Rozi¹, Rachmah Ida², Budi Irawanto³

^{1 2} Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

³ Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, Indonesia

E-mail: romdhi.fatkhur.rozi-2019@fisip.unair.ac.id

ABSTRACT

Music videos by independent musicians represent a new portrait of the music industry in the digital era. This article tries to look at how YouTube has influenced the learning patterns, production patterns, and performance patterns of music content creators in the digital space. A review of the literature in this study connects art, technology, and the media. The research method used is a case study with the object of two independent music channels, Jember on YouTube. The data was obtained through creator interviews and observations of independent music channels, as well as library studies, which were then tested for validity by triangulation of sources. Qualitative data analysis is done descriptively. The findings reveal how content creators start their channels, gain popularity, interact with subscribers, and promote their music careers through YouTube. There was a rather fundamental paradigm shift in the concept of amateur musicians and professional musicians as YouTube became a digital space to be counted on for sharing artwork. Advanced research is recommended to focus on the influence of the YouTube platform on culture, capital economic issues, economy sharing, its exposure to the audience, and its function as a source of learning.

Keywords: YouTube; digital learning; production; exhibition; space

ABSTRAK

Video musik dari musisi independen mewakili potret industri musik baru di era digital. Artikel ini mencoba melihat bagaimana YouTube telah mempengaruhi pola belajar, pola produksi dan pola eksepsi para kreator konten musik di ruang digital. Tinjauan literatur dalam penelitian ini menghubungkan antara seni, teknologi, dan media. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan objek 2 kanal musisi independen Jember di YouTube. Data diperoleh melalui wawancara kreator dan pengamatan terhadap kanal musik independen serta studi pustaka, yang kemudian diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber. Analisis data kualitatif dilakukan secara deskriptif. Temuan penelitian mengungkapkan bagaimana para konten kreator memulai *channel*-nya, mendapatkan popularitas, berinteraksi dengan *subscriber*, dan mempromosikan karir musik mereka melalui YouTube. Terdapat perubahan paradigma yang cukup fundamental dalam konsep musisi amatir dan musisi profesional ketika YouTube menjadi ruang digital yang diperhitungkan untuk berbagi karya seni. Penelitian lanjutan direkomendasikan fokus pada pengaruh *platform* YouTube pada budaya, permasalahan ekonomi kapital serta *economy sharing*, *exposure*-nya bagi penonton, dan fungsinya sebagai sumber belajar.

Kata kunci: YouTube, pembelajaran digital, produksi, eksibisi, ruang

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, para seniman melakukan cara-cara baru untuk mengekspresikan karya seni yang mereka hasilkan melalui teknologi. Ruang digital memberi arena yang sangat luas untuk mengekspresikan diri di dalam media baru. Mereka menjadi kreator konten di ruang digital, seperti YouTube. Artikel ini membahas tentang kreator konten pada platform YouTube, yang telah menjadi salah satu ruang digital paling luas untuk mengkonsumsi, memproduksi dan berbagi karya seni seperti musik. YouTube juga menciptakan beberapa cara dan gaya baru dalam bentuk eksepsi musik, baik bagi para penikmat musik maupun para pengkarya di bidang ini. Media ini menjadi suatu sumber daya baru yang memungkinkan para kreator untuk belajar dan mengeksplorasi teknik dalam bermusik maupun dalam memperkenalkan karyanya pada khalayak. Evans menyebut fenomena ini sebagai hubungan dan pengalaman emosional dengan hubungan antar peran dari para pengguna ruang digital (Evans, 2012).

YouTube dipilih sebagai fokus penelitian ini karena telah menjadi situs yang paling banyak dikunjungi dan mengalami pertumbuhan paling pesat. YouTube tidak hanya menjadi ruang bagi sekumpulan konten video, namun juga menjadi ruang penayangan secara *streaming* yang sangat diperhitungkan di

era digital saat ini. Menurut penghitungan statistik internet dunia; Statista pada 2022, situs YouTube menjadi ruang digital yang dihuni 2,562 miliar akun. Situs ini menempati peringkat kedua setelah Facebook dengan 2,910 miliar akun (Dixon, 2022). Diantara banyaknya konten yang beredar pada situs ini, konten musik menjadi salah satu yang paling banyak diakses. Robert Kyncl selaku *Chief Business Officer* YouTube membagikan beberapa data dan statistik tentang konten di situsnya dalam acara Royal Television Society Cambridge Convention pada tanggal 15-16 September 2021, bahwa 25% dari konten YouTube adalah konten musik (Szalai, 2015) (Dredge, 2021). Hal ini berkembang pesat dari hasil penelitian sebelumnya tahun 2016 yang menyatakan bahwa trafik konten musik hanya mengisi 4,3% (Resnikoff, 2016).

Dengan mempertimbangkan musik sebagai konten yang cukup dominan, maka artikel ini akan membahas bagaimana seorang kreator konten video musik dalam mengembangkan *channel* YouTube-nya dan memberi kemungkinan baru dalam pengembangan kreativitas musik, serta membentuk komunitas penonton yang loyal melalui situs tersebut. YouTube adalah sebuah teknologi yang menantang cara kita dalam memandang musik, musisi dan penonton (Ruthmann et al., 2015) Ini merupakan fenomena kontemporer yang penting untuk diteliti, karena digitalisasi

telah merubah bentuk lama dari proses kreativitas produksi, promosi dan pertunjukan musik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Mengawali bahasan tentang digitalisasi proses belajar, produksi, dan eksibisi karya musik di era teknologi informasi saat ini, maka perlu terlebih dahulu untuk meninjau perubahan bentuk ruang seni “asli” ke ruang digital. Hal ini penting karena teknologi telah memengaruhi cara orang membuat, mengonsumsi, dan berbagi karya seni, media, dan pertunjukan. Bentuk seni berubah melalui penggunaan teknologi karena memungkinkan terjadinya proses reproduksi, produksi massal, dan konsumsi karya seni tersebut. Karya seni asli memiliki aura, yang artinya unik dalam ruang, waktu serta keindahan tertentu. Seni buatan manusia selalu dapat direproduksi, dan setiap reproduksi menghilangkan seni asli dari auranya (Benjamin, 1969). Pandangan Benjamin tentang seni tanpa aura sangat kompleks, ia mencatat bahwa reproduksi massal memungkinkan seni dapat diakses oleh massa, artinya sebuah karya seni juga diperbolehkan untuk disunting seperti layaknya metode penyuntingan menyambung dan memotong sebuah film.

Negroponte dalam *Being Digital* menyatakan bahwa konten yang sepenuhnya baru akan muncul dari ruang

digital, seperti halnya pemain baru, model ekonomi baru, dan bangkitnya kemungkinan bentuk baru industri rumahan sebagai penyedia informasi dan hiburan (Negroponte, 1995). Sejak revolusi digital, masyarakat dalam hal ini bertindak sebagai audien yang dapat melihat atau mendengarkan karya seni digital melalui teknologi komputer dan internet, hal ini membuat karya seni semakin mudah untuk dikonsumsi (Jenkins, 2006). Perubahan fenomena teknologi yang sangat fundamental ini memberikan perbedaan dalam hal bagaimana media tersebut dapat dilihat dan didengar, serta bagaimana media tersebut bersangkut paut dengan teknologi dalam proses produksi dan konsumsinya.

Perubahan terjadi terutama pada bidang teknologi yang menghasilkan seni visual. Seni aural dan pertunjukan masa lalu, seperti oratorio, simfoni dan pagelaran musik klasik harus dilakukan secara langsung. Media pertunjukan tersebut kemudian direkam oleh perekam suara dan didengarkan melalui silinder *fonograf*, piringan hitam, kaset dan *compact disc*. Di era digital bentuk seni dan media tersebut dibuat dan dikonsumsi melalui perekam suara dan pemutar suara digital. Kemudian, suara bergabung dengan teknologi visual, yang memungkinkan adanya aspek penceritaan, pertunjukan aural, dan seni visual dari suara tadi.

Evolusi teknologi ini membawa

konsumsi video digital yang memungkinkan karya seni tadi dibuat dan diputar / dikonsumsi di komputer. Karya-karya tersebut kemudian memenuhi ruang digital yang semua orang bisa mengaksesnya kapanpun dan dari manapun.

Katz berpendapat bahwa di masa lalu fonograf merupakan teknologi pertama yang secara drastis mengubah cara manusia mengonsumsi, membuat, dan mendistribusikan musik (Katz, 2004). Ketika teknologi fonograf tersebar luas, maka mekanisme untuk membuat dan mendistribusikan musik juga turut berubah. Katz menyebutnya sebagai proses, kemajuan teknologi telah mengubah industri musik menjadi “efek fonograf”. Munculnya era digital dengan ditemukannya teknologi internet kurang lebih membawa efek yang sama dengan efek fonograf tersebut. Di era digital Negropte membahas bagaimana media telah berubah dari bentuk pasif menjadi bentuk yang lebih interaktif (Negropte, 1995). Negropte mendalilkan bahwa menggabungkan media akan menjadi trend yang baru dalam bidang teknologi, terutama saat masyarakat memasuki pergantian milenium. Ini merupakan bentuk multimedia baru yang akan memungkinkan pengguna untuk memiliki kontrol lebih besar atas konsumsi mereka pada informasi dan media. Perubahan ini juga dikenal secara luas sebagai era konvergensi media. Jenkins menimpali

klaim ini dengan menjelaskan bagaimana perusahaan media mendorong konsumen untuk berinteraksi secara lebih aktif melalui penyatuan berbagai media. Budaya interaktif yang tumbuh di era internet ini telah memungkinkan membuat hubungan sosial di antara orang-orang yang terlibat tersebut sekalipun mereka tidak pernah saling bertatap muka. Internet telah menjadi teknologi media interaktif, yang memungkinkan seni untuk dibuat, dikonsumsi dan dibagikan dalam bentuk yang paling canggih.

Kemajuan perkembangan media dan teknologi ini dalam seratus tahun terakhir menghasilkan apa yang dicirikan sebagai dunia pasca pertunjukan (Ruthmann et al., 2015). Misalnya, perubahan pengalaman mendengarkan musik, yang kini telah lebih beragam tidak hanya tergantung pada pementasan secara langsung. Hal ini juga tentu saja juga berpengaruh terhadap bagaimana musik diajarkan di sekolah-sekolah bidang seni. Green menyarankan bahwa sebaiknya ada kolaborasi metode belajar musik dari versi konservatif di kelas, kepada bentuk baru yang lebih interaktif melalui pelibatan teknologi. Proses belajar ini meliputi menghafal, *jamming*, mengaransemen, improvisasi, menyusun dan mengarang lagu. Proses ini menurut Green dapat dialami melalui konsumsi YouTube (Green, 2017).

Praktik belajar secara informal ini

tidak hanya terjadi dalam bidang musik. Jenkins mempresentasikan studi kasusnya tentang dunia kepenulisan yang juga berubah pada penggunaan situs dan blog untuk mendukung seluruh proses kreatif kepenulisan (Jenkins, 2006). Jenkins menggambarkan bahwa saat ini anak-anak dan orang dewasa belajar dan berinteraksi dalam sebuah ruangan yang sama. Ruangan ini dalam periode sekarang disebut sebagai ruang digital. Istilah ruang digital mengacu pada apa yang ditampilkan di layar perangkat digital, misalnya laptop, komputer, tablet, atau smartphone. Apa yang dapat ditampilkan di ruang digital sangat luas dan beragam, dan dapat mengambil bentuk yang tak terhitung jumlahnya. Layar beranda perangkat, aplikasi, film, foto, dan situs web, semuanya menempati ruang digital (Guzzetti & Lesley, 2015). Dalam konteks ini, pembelajaran informal dalam ruang digital terjadi melalui dorongan, bimbingan, dan juga proses berbagi, dengan terus memperbaiki kualitas karya masing-masing melalui telaah atas kritik yang disampaikan oleh penonton, pendengar, dan pembaca. Teknologi telah membuka pintu pada pengembangan keterampilan yang sulit dibayangkan pada beberapa dekade sebelumnya. Mirip seperti proses belajar informal tersebut, *platform* YouTube berisi segudang video yang memungkinkan penonton untuk belajar melalui menonton konten video lagu, rekaman “pementasan”

(musik), dan belajar sesuatu dari peristiwa menonton “maya” tersebut.

Proses belajar formal di ruang kelas juga memungkinkan tersentuh oleh optimisme perkembangan teknologi ini. Para pengajar bisa memasukkan ide-ide inovatif ke dalam kurikulum. Para pengajar juga bisa memanfaatkan teknologi ini untuk membuat pekerjaan mereka lebih efisien, serta proses belajar menjadi lebih menarik. Budaya telah banyak terpengaruh oleh perubahan masyarakat berbasis internet ini, terutama karena kehadiran ruang digital ini mampu menyerap perhatian penonton secara total. Keterlibatan tidak hanya secara audio (suara), namun juga visual, serta keseluruhan prosesnya yang interaktif (timbang balik). Tahun 2007 Webb telah mengeksplorasi potensi mendengarkan lintas media pada kelas musik dengan memasukkan stimulasi visual yang dapat meningkatkan kemampuan dan pengalaman mendengarkan. Penggunaan aspek visual ini memperluas pemahaman media dan musik melalui analisis aural dan visual (Webb, 2007).

Selain adanya pandangan yang optimis, ada pula pandangan skeptis tentang perkembangan teknologi media, khususnya pada bidang musik. Awal abad ke-20 Sousa pernah meramalkan bahwa rekaman musik akan membunuh musisi amatir (Sousa, 1906). Pandangan Sousa ini terpengaruh pada pandangan bahwa teknologi perekaman musik hanya dapat

diakses oleh pemilik modal, dalam hal ini adalah para kreator yang memiliki akses terhadap perusahaan-perusahaan distribusi musik. Ini memberikan potensi dikotomi yang cukup jelas bahwa para musisi amatir yang tidak memiliki akses tersebut, maka akan dengan sendirinya tenggelam karena karya mereka tidak memiliki akses pada publik yang lebih luas (*massif*). Namun, pendapat Sousa ini kemudian terbantahkan ketika teknologi internet versi 2.0 muncul.

Kehadiran Web 2.0 juga turut merubah peta industri musik. Teknologi telah membentuk budaya para penggunanya. Negroponte menyebut bahwa internet telah berubah menjadi berorientasi sosial (Negroponte, 1995). Pendapatnya didukung oleh apa yang disebut sebagai Web 2.0 yaitu sebuah teknologi internet dengan konten interaktif, konsisten terhadap pembaruan, serta koneksi yang saat itu juga (*real time*). Manovich menyebut bahwa sebelum tahun 2000, web sebagian besar merupakan (semacam) media penerbitan (era Web 1.0), namun kemudian di era baru Web 2.0 teknologi tersebut telah menjadi berorientasi pada komunikasi (dua arah) (Manovich, 2009).

Web 2.0 telah membuka kemungkinan untuk sejumlah besar konten buatan pengguna terdistribusi pada ruang digital. Ketika siapapun bisa mengunggah konten apapun yang mereka inginkan, beberapa peneliti menyebutnya sebagai

demokratisasi seni. Manovich membahas prototipe pengguna yang muncul di era Web 2.0 sebagai pembuat konten yang mengidentifikasi diri mereka sebagai amatir (*prosumer*) produsen sekaligus konsumen, dalam hal ini bertindak layaknya konsumen profesional sekaligus amatir profesional. Banyak diantara seniman era Web 2.0 menganggap diri mereka sebagai amatir ketika memulai debutnya di ruang digital. Tahun 2008 Richard membahas tentang produk yang dihasilkan oleh para amatir ini sebagai "*master media*". Para pengguna ini secara cerdas membuat video dengan menggabungkan keterampilan yang telah mereka pelajari secara informal melalui produksi video ala mereka sendiri (Richard, 2008).

Inovasi dan kontribusi sangat penting untuk pondasi Web 2.0. Membuat dan mengunggah video pada situs YouTube, membutuhkan tingkat literasi digital tertentu. Namun, internet tidak membedakan antara literasi dan publikasi (Hartley, 2009). Hartley berpendapat bahwa literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan untuk mengonsumsi saja, tetapi untuk berkontribusi juga harus memahami cara kerja internet terutama pada situs apa mereka akan berinteraksi. YouTube adalah situs yang memungkinkan banyak peserta terlibat tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memproduksi.

Literatur tentang YouTube memang awalnya tidak banyak ditemukan. Hal ini

karena media mainstream sering menganggap bahwa YouTube hanyalah sebuah media alternatif. Akibatnya, penelitian tentang YouTube pun tidak banyak berkembang. Salah satu literatur yang cukup baik membicarakan tentang YouTube adalah buku karya Burgess dan Green yang terbit pada tahun 2009. Mereka membahas tentang sejumlah paradox yang terjadi antara YouTube dan televisi. Buku tersebut mengandung diskusi yang menyatakan bahwa beberapa lembaga seperti sekolah-sekolah, awalnya menghalangi YouTube sebagai sebuah media yang memberikan dampak positif. Namun, salah satu artikel dalam buku itu mendorong sistem sekolah dan legislator untuk memahami teknologi dan media baru, alih-alih memblokir keberadaannya (Burgess & Green, 2009). Hal ini penting untuk mencapai kemampuan literasi digital pada masyarakat kontemporer serta pemahaman dan pemanfaatan sumber daya digital seperti YouTube dapat dimaksimalkan (Palfrey et al., 2010).

Bagi sebagian orang, YouTube masih dianggap sebagai situs yang dipenuhi kreator amatir. Saat perpindahan dari model 'media lama' ke 'media baru', gaya dari 'media lama' biasanya akan diikuti begitu saja selama periode tertentu di 'media baru' (Johannessen, 2012). Sementara sebagian yang lain justru melihat YouTube sebagai peluang yang tak terbatas untuk menunjukkan suatu karya

pada orang lain dengan dampak lanjutan yang tidak dapat terprediksi. Sebagian diantaranya sukses mencuri perhatian penonton dan mendapatkan timbal balik berupa monetisasi iklan dan ketenaran. Ini menjadi modal sosial yang mereka gunakan untuk beralih dari kelas amatir menjadi profesional. YouTube menjadi tempat untuk berkumpul mereka yang memiliki pikiran terbuka, siap menerima kritik dan siap memacu dirinya untuk terus memproduksi konten yang lebih baik dari waktu ke waktu. Beberapa hal seringkali terjadi kasus tentang hak cipta dan royalti dari karya yang didistribusikan pada situs ini. Namun, para kreatornya selalu menemukan cara untuk dapat beradaptasi dan mencari celah agar dapat tetap eksis di ruang digital tersebut.

Sebagai salah satu konten yang digemari, musik pada YouTube kini tidak hanya menjadi ruang bagi musisi amatir, namun juga ruang bagi musisi profesional dari banyak label produksi industri musik. Hal ini kemudian memberikan batas yang tipis dalam perbedaan kelas musisi. Terutama ketika konten kreator yang awalnya dianggap sebagai musisi amatir, kini semakin terlihat profesional dengan karya musik yang didukung oleh semakin canggihnya teknologi perekaman audio dan visual. Tahun 2009 YouTube membuat sebuah klasifikasi konten musik dengan sebutan Vevo. Ini adalah sebuah model *joint venture* antara beberapa perusahaan

besar dalam industri musik seperti Universal Music Group, Sony Music Entertainment, EMI, dan Warner Music Group. Hal ini secara umum dilakukan untuk memperbaiki metode pembagian royalti. Vevo juga terbuka untuk musisi independen yang mendaftarkan pembagian royaltinya untuk dikelola oleh perusahaan *joint venture* ini.

Semakin tipisnya batas antara amatir dan profesional diantaranya tumbuh karena adanya kebutuhan yang sama. Kebutuhan pengguna YouTube dengan spesifikasi selera pada konten musik diantaranya adalah keinginan untuk mendengar, membawakan lagu populer dalam bentuk *cover* musik/lagu, menggabungkan beberapa lagu menjadi satu rilisan lagu baru (*mixed*) atau yang lebih dikenal dengan istilah "*medley*", dan termasuk pula mempublikasikan lagu karya orisinal mereka. Kini dapat dengan mudah menemukan para musisi profesional menyanyikan lagu musisi lain dalam bentuk *cover*, hal yang biasanya hanya dapat dijumpai pada musisi amatir. Para musisi amatir dan profesional ini keduanya juga mengembangkan kemampuan personalnya dengan belajar lebih jauh tentang teknik memainkan beberapa lagu favoritnya, melihat teknik memainkan alat musik tertentu, dan lain-lain. YouTube menjadi arena untuk mengembangkan dan mempertahankan karir bermusik, baik bagi para amatir maupun profesional.

Setelah melihat perkembangan teknologi dan sketsa ruang digital kontemporer saat ini, maka penting pula untuk mengamati bagaimana hal-hal tersebut mempengaruhi secara fundamental dunia seni musik, terutama pada perubahan budaya belajar, modifikasi dalam proses produksi, serta teknik-teknik praktis yang diterapkan untuk eksepsi dan publikasi karya. Beberapa penelitian yang telah ada menunjukkan sebagian diantaranya hanya berfokus pada peran kreator konten, pengaruhnya pada khalayak, maupun pada teks dan konten karya seni kontemporer baik video, musik, ataupun karya seni lainnya di ruang digital. Sebagian besar penelitian belum melihat proses di balik layar para kreator konten dalam mengembangkan karya mereka di ruang digital. Sedangkan, penelitian ini fokus utamanya adalah menemukan bagaimana proses pengembangan kualitas individu para kreator konten untuk menghadapi perubahan-perubahan dalam budaya belajar, produksi dan eksepsi di era digital saat ini.

3. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada akun-akun kreator konten lokal di bidang musik untuk memahami bagaimana YouTube mempengaruhi cara mereka mengonsumsi dan membuat berbagai konten musik. Pilihan untuk menggunakan metode studi kasus bersandar pada pendapat Stake yang

menyatakan bahwa teknik studi kasus dapat digunakan untuk meletakkan dasar bagi peneliti dalam mengidentifikasi *trend* budaya (Stake, 1995). Studi kasus dilakukan pada dua musisi lokal di wilayah Jember, Jawa Timur, Indonesia. Akun penyanyi solo independen Ismam Saurus dan *band* independen Moza dipilih sebagai salah satu studi kasus figur seniman lokal yang mewakili potret seniman dan kreator konten lokal lainnya. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka data temuan bukanlah secara mutlak menjadi material untuk generalisasi. Namun, dapat dipertimbangkan sebagai bentuk yang terjadi secara umum di berbagai wilayah geografis lainnya serta area kajian yang berbeda.

Beberapa informasi yang dikumpulkan sebagian besar melalui pengamatan mendalam terhadap dua akun kreator konten tersebut yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Pengamatan ini juga memastikan beroperasinya penggunaan konsep multimodal dalam kajian media, yaitu pemanfaatan berbagai fitur yang ada dalam situs YouTube, seperti penggunaan judul, *hashtag*, *thumbnail*, deskripsi konten, teks *hyperlink*, serta fitur lain seperti tombol *subscribe*, *like*, *share* dan lain-lain. Upaya untuk mendukung perolehan data primer, maka dilakukan pula proses wawancara melalui telepon, dan *video call* serta teknik komunikasi lainnya, seperti berkirir pesan teks melalui

Whatsapp.

Alasan pemilihan para konten kreator dalam penelitian ini adalah mereka memiliki *channel* yang berkembang dengan pelanggan (*subscriber*) lebih dari 5000 akun serta durasi penayangan video di atas satu juta kali. Akun Ismam Saurus telah memiliki 5.950 *subscriber*, sementara akun Moza meskipun tidak menampilkan jumlah *subscriber*, namun data pemutaran videonya telah mencapai lebih dari 67 juta kali. Dengan basis penggemar yang kuat di internet, maka mereka tidak otomatis dapat disamakan dengan seniman profesional yang telah memiliki basis massa penggemar dari jalur arus utama industri musik. Meskipun di YouTube perbedaan tersebut semakin tipis, namun perbedaan metode dalam manajemen sang seniman tetap harus diperhitungkan. Kedua akun yang dipilih ini masih mengelola *channel* YouTube-nya secara personal, sementara para musisi profesional *channel*-nya dikelola oleh pihak label atau manajemen *artist*. Alasan lain dari pemilihan kedua kreator konten ini adalah mereka juga memiliki koleksi lagu original layaknya musisi profesional, namun keseluruhan produksinya masih ditangani secara mandiri. Selain itu, mereka juga melakukan kolaborasi dengan beberapa kreator konten lainnya dalam *channel*-nya, termasuk publikasi dari proses kekaryaan berupa video dokumenter atau video *features* sederhana. Ide-ide inovatif mereka tersebut

membuatnya cukup layak untuk dijadikan sebagai kandidat subyek penelitian yang representatif.

Sarana pengumpulan data lainnya adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung pada pertunjukan musiknya. Pengamatan ini dilakukan melalui rekaman video *live perform* yang setidaknya menampilkan interaksi musisi dengan para penonton di lokasi pertunjukan..

Data yang diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber, baik kreator konten, penonton, dan pustaka. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi. Selain itu, dirumuskan rekomendasi bagi pembaca untuk dapat menelitinya lebih lanjut.

4. PEMBAHASAN

4.1 Kreator Konten di Ruang Digital

Ismam Saurus adalah musisi lokal yang berasal dari Lumajang, Jawa Timur. Musisi kelahiran kelahiran 1992 ini bernama asli Ismam Asyari. Ia mulai aktif membuat karya musik sejak tahun 2012 ketika menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember. Sebelum berganti nama menjadi Ismam Saurus, ia menggunakan nama panggung *Summerbreeze*. Saat menggunakan nama ini ia merilis lagu-lagu original karyanya yang ber-*genre* pop dan *rock*. Sejak awal ia sudah memutuskan untuk menjadi penyanyi solo dengan menulis dan

mengansem sendiri lagu-lagunya. Sebuah wawancara yang disiarkan di kanal YouTube-nya, tampak nama *Summerbreeze* dianggap sebagai kata kunci yang terlalu umum apabila digunakan untuk mencari profilnya di internet. Banyaknya informasi yang menggunakan kata *Summerbreeze*, menurutnya apabila memaksakan penggunaan nama itu sebagai nama panggung akan menyulitkan publik ketika ingin mencari informasi tentang profil dirinya di internet. Atas pertimbangan itu, akhirnya ia mengganti nama panggungnya menjadi Ismam Saurus. Dengan nama Ismam Saurus, ia mengubah gaya musiknya ke *genre folk*, yaitu jenis musik yang merakyat dan otentik. Musik ini menurutnya lebih sesuai untuk *soloist* karena setidaknya hanya dengan menggunakan satu alat musik gitar, ia sudah bisa turun ke panggung pertunjukan. Ia mengaku terinspirasi dari musisi folk Amerika seperti Bob Dylan, Johnny Cash, termasuk Iwan Fals, salah satu legenda musik Indonesia.

Ismam Saurus telah menghasilkan setidaknya lima album yaitu *Pluvia* (2015), *Nano* (2020), *Dari Sebuah Malam di Era Mati* (2020), *Gembala* (2021), dan *Orang Desa* (2021). Setelah merilis album *Pluvia*, Ismam Saurus merasa perlu untuk meningkatkan lalu lintas kunjungan ke kanal YouTube-nya. Ia memutuskan untuk meng-*cover* beberapa lagu dari musisi internasional yang dikemasnya dalam versi

Bahasa Indonesia. Beberapa unggahan yang menarik banyak penonton seperti lagu berjudul *New Light* (versi bahasa Indonesia) milik John Mayer yang ditonton lebih dari 300.000 kali, dan lagu *American Idiot* karya Green Day yang diubahnya dengan lirik berbahasa Indonesia menjadi *Indonesian Idiot* dan ditonton hampir sebanyak 500.000 kali. Terobosan baru dalam proses berkaryanya ini kemudian mendapat liputan dari media nasional seperti CNN Indonesia. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Johannessen bahwa pada ranah digital banyak kelompok aktivis yang menggunakan internet untuk memperjuangkan karya-karya kritis mereka (Johannessen, 2015). Ismam Saurus meneruskan merilis beberapa karya dengan mengutip beberapa puisi karya Najwa Shihab dari tayangan televisi Mata Najwa. Menurutnya, ini salah satu strategi unik yang dilakukan untuk membantu algoritma YouTube agar video musiknya berpotensi lebih besar muncul di galeri pengguna lainnya, terutama karena penggunaan judul unggahan dengan kata kunci yang populer pada saat itu.

Ketika namanya sudah cukup populer di internet, ia mendapat banyak *subscriber* baru dan jam tayang yang cukup besar untuk bisa monetisasi kanal YouTube-nya. Kemudian, Ismam Saurus tidak hanya merilis konten musik dan lagu saja, namun juga mengunggah beberapa

video berkonsep *features* dan dokumenter yang menceritakan tentang proses kreatifnya dalam bermusik. Ismam Saurus mencoba membangun kedekatan dengan penontonnya agar lebih mengenal profil dirinya ketika bercerita langsung tentang ide dan gagasannya dalam bermusik. Salah satunya dalam video berjudul “*Fun Fact* mengenai Ismam Saurus” yang dirilis pada tanggal 13 Juni 2022. Hal ini dapat dikatakan cukup berhasil, karena pada tahun 2022 komunitas yang digagas tumbuh dan cukup loyal dalam menopang karir bermusiknya. Orang Desa adalah sebutan untuk komunitas penggemar Ismam Saurus. Sebutan ini diambil dari salah satu judul lagu karya Ismam Saurus yang sangat populer. Komunitas ini juga ikut mengelola halaman sosial media Ismam Saurus, salah satunya di Instagram dengan nama akun Orang Desa Pusat. Nama ini juga menjadi sangat menarik karena penggunaan kata “Pusat” yang disengaja untuk menggeser makna “pusat” dari pemahaman umum masyarakat Indonesia ketika menyebut kota-kota besar di Indonesia.

Total waktu tonton yang tercatat dalam laman YouTube Studio milik Ismam Saurus adalah sebesar 33.800 jam tayang. Data ini diperoleh dengan meminta izin kepada pemilik akun untuk mengakses masuk ke *dashboard* akun YouTube Studio *channel* milik Ismam Saurus, lalu melakukan proses *screenshot*. Saat ini

Ismam Saurus telah melakukan berbagai pertunjukan dan *tour* promosi ke berbagai wilayah di Jawa Timur dan Jawa Tengah dengan bantuan dari *road manager* yang berasal dari lingkaran pertemanan terdekatnya. Tahun 2022 Ismam Saurus melebarkan jangkauan komunitas penggemarnya dengan melakukan *tour* bermusik ke wilayah Jawa Barat. Hal ini seperti apa yang ditulis oleh Linstead dan Thanem tentang aktualitas virtual dan virtualisasi aktualitas, yang menolak, menantang, dan mengubah sebuah gerakan dengan bekerja melalui penggabungan kekuatan dan pengetahuan, politik, ekonomi, dan budaya yang kompleks dan heterogen (Linstead & Thanem, 2007).

Sedikit berbeda dengan Ismam Saurus, Moza dengan channel Dunia Moza merupakan musisi yang tampil dengan formasi *band* lengkap. Mereka terdiri dari 4 orang yang memainkan beragam alat musik dan mengaransemennya dalam sajian *genre* musik pop-jazz. Moza juga mengelola semua konten YouTube-nya secara mandiri sejak tahun 2015. Selain mempublikasikan karyanya melalui YouTube, Moza juga melakukan pertunjukan musiknya di beberapa wilayah di Jawa Timur. Panggung Moza didominasi pertunjukan untuk kalangan remaja sekolah menengah atas di berbagai daerah, membuatnya mendapatkan basis komunitas penggemar berusia belasan

tahun yang cukup loyal. Dalam beberapa unggahannya, Moza juga merilis konten berupa tanya jawab dengan penggemarnya. Konten semacam ini digunakan untuk menjaga relasi yang harmonis antara Moza dengan basis komunitas penggemarnya.

4.2. Pembelajaran, Produksi dan Eksepsi Secara Independen

Setelah melakukan pengamatan mendalam pada kedua *channel* tersebut, tampak bahwa teknologi digital menjadi sarana untuk mengekspresikan diri. Hal ini memberikan kesempatan bagi tiap orang untuk memberdayakan kemampuan personalnya. Perkembangan teknologi memberikan suatu perubahan yang signifikan pada tiap-tiap proses untuk menjadi seorang seniman. Berbeda dengan era sebelumnya ketika mereka dihadapkan pada keharusan untuk bernegosiasi dengan agensi, editorial, produser dan banyak pihak lainnya. Kini penciptaan sebuah karya sampai proses distribusinya hanya melalui proses yang lebih singkat dan lebih sederhana. Teknologi digital saat ini memungkinkan mereka melakukannya hanya dari perangkat keras dan perangkat lunak yang tersedia di rumahnya (Palfrey et al., 2010).

Bagi kreator konten seperti Ismam Saurus dan Moza yang tidak memiliki latar belakang pendidikan seni musik, seluruh proses kreatifnya dipelajari secara otodidak. Seluruh proses dari mulai

menganansem musik, membuat video musik, sampai seluk beluk untuk publikasi karyanya. Kreator konten seperti Ismam Saurus dan Moza dalam wawancara menyatakan bahwa banyak teknik bermusik dan teknik menguasai panggung, terinspirasi dari pengamatan terhadap musisi lain yang mereka tonton di YouTube. Tidak hanya itu, kreativitas dalam pembuatan video klip yang mereka rilis juga seringkali mengacu pada beberapa pendekatan visual *storytelling* yang sering digunakan oleh musisi profesional. Kedua kreator konten tersebut juga mengakui bahwa mereka mengamati bagaimana musisi profesional atau perusahaan musik, mengemas teks pada kolom deskripsi video, membuat judul, penggunaan *hashtag*, dan menempatkan *hyperlink* pada fitur-fitur yang disediakan oleh YouTube. Hampir semua unggahan kedua kreator konten itu juga menggunakan gambar *thumbnail* yang menarik untuk memancing penonton meng-klik video mereka.

Ismam Saurus menyatakan bahwa proses publikasi harus betul-betul dipersiapkan dengan baik. Urgensi tentang itu menjadi cukup dominan, karena sebelum mendengarkan sebuah karya musik, penonton akan melihat terlebih dahulu rangkaian informasi yang disajikan; termasuk judul lagu apakah sesuai dengan suasana hatinya, apakah visualisasi *thumbnail*-nya *eye catching*, dan lain lain. Penggunaan *hashtag* menurut mereka juga

penting untuk membantu algoritma YouTube mengarahkan konten pada target penonton yang tepat. Penempatan *hyperlink* bertujuan untuk mengarahkan pada laman sosial media juga selalu mereka lakukan. Ini seperti yang ditulis Saker dan Evans bahwa dengan berbagi informasi ini, pengguna mengembangkan jenis hubungan yang berbeda dengan lingkungan mereka, yang penting berakar pada rasa keakraban sosial dan lokasional (Saker & Evans, 2016). Tujuannya adalah untuk membangun ikatan emosional yang lebih akrab antara musisi dengan penonton. Lebih lanjut, hal ini juga membantu mereka dalam membentuk komunitas para penggemar.

Ismam Saurus menyebut para penggemarnya dengan sebutan "Orang Desa". Sebutan ini diambilnya dari judul album yang membuatnya naik daun. Grup *band* Moza menyebut para penggemarnya dengan sebutan Moza Family. Penggunaan nama panggilan ini juga menjadi salah satu teknik penting para kreator konten ini membangun lingkaran komunitas yang solid. Kehadiran komunitas penggemar ini secara tidak langsung juga membantu proses distribusi karya mereka, terutama ketika penggemar tersebut secara aktif membagikan *link* karya-karya musik dan video dari sang musisi. Targetnya tentu saja adalah meningkatkan jumlah pelanggan/*subscriber* bagi *channel*-ya. Ketika pelanggan *channel*-nya semakin

banyak, maka semakin tinggi pula kemungkinan karya mereka untuk diputar dan dibagikan pada khalayak yang lebih luas. Selain proses distribusi yang semakin mudah, mereka juga didukung oleh proses belajar seputar teknik bermusik dari berbagai sumber, serta mengetahui bagaimana model industri musik kontemporer. YouTube telah mengubah cara mereka dalam mengonsumsi, menciptakan dan mendistribusikan musik. Hal ini juga selaras dengan literatur yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya.

Meskipun para kreator konten YouTube terkesan mandiri, namun pada dasarnya mereka melibatkan beberapa orang yang turut berkontribusi dalam proses kekaryaannya. Hal ini terjadi karena video YouTube menciptakan ilusi seolah-olah seorang kreator dapat melakukan semuanya sendiri. Namun, Becker dalam bukunya *Art Worlds* menyatakan suatu konsepsi pemikiran bahwa tidak ada manusia yang dapat menciptakan seni sendirian (Becker, 1982). Pemikiran Becker berpusat pada narasi tentang karakter, situasi, dan peristiwa yang mengembangkan dunia seni dari seniman tersebut. Menurut Becker, semua seni yang kita ketahui, layaknya semua aktivitas manusia selalu melibatkan kerjasama dengan orang lain. Ia tidak hanya menyoroti tentang proses kerjanya saja, namun juga semua faktor eksternal

dan internal dalam diri seorang seniman juga sangat dipengaruhi oleh orang lain. Dunia seni sebelumnya turut berkontribusi dalam tiap proses penciptaan seninya. Kreator konten membutuhkan inspirasi dari karya-karya sebelumnya, ia juga membutuhkan pendapat dan komentar dari orang lain untuk mendapatkan masukan bagi perbaikan karyanya di masa depan. Setiap proses kreatifnya juga didukung oleh berbagai peralatan teknis seperti *hardware* dan *software* yang diproduksi oleh orang lain, termasuk peralatan musik yang digunakan merupakan hasil karya dari orang lain pula. Bahkan, Becker juga menyatakan ketika seseorang hadir dalam proses pembuatan karya seni, dan seseorang tersebut tidak melakukan apapun, maka orang tersebut tetap memberikan pengaruh pada karya seni yang sedang diciptakan.

Penting juga untuk memahami bagaimana musisi muda amatir dalam mengembangkan level keterampilannya. Dengan melihat video-video yang telah dirilis di YouTube sebelumnya, konten kreator dapat mengafirmasi apa yang dikatakan (Green, 2017) bahwa mereka belajar dari apa yang populer. Penghafalan didapat dari menonton YouTube selama berjam-jam. Proses meniru dan modifikasi dalam karya juga terlihat dalam karya-karya *cover* dari lagu populer yang mereka buat.

Beberapa kreator konten pada

awalnya mencoba mengunggah lagu karya original dari mereka produksi sendiri. Namun, sebagian yang lain memang memulai unggahan pada *channel*-nya dengan menyanyikan ulang lagu-lagu populer dari karya orang lain. Cara kedua biasanya lebih mudah mendapatkan perhatian dari penonton, namun seringkali harus berurusan dengan permasalahan hak cipta. Para *performer* musik harus tetap memiliki karya orisinal untuk memantapkan identitasnya sebelum melakukan *cover* lagu dari karya musisi lain (Green, 2017). Proses pembentukan identitas ini juga penting, karena sebagian besar remaja digital menggunakan profil mereka di sosial media sebagai upaya untuk berekspresi (Palfrey et al., 2010). Identitas yang solid akan lebih memudahkan penonton menerjemahkan profil seseorang dan menjadi pelanggan dari *channel* mereka. Siapa yang menjadi pelanggan dari suatu *channel*, dapat menjadi bagian dari identitas mereka (Burgess & Green, 2009).

Seiring dengan tumbuhnya popularitas dan keterampilan musik dari para konten kreator ini, kecakapan literasi digitalnya juga ikut tumbuh. Para penonton dapat melihat secara historis perjalanan evolusi seorang kreator konten dari amatir menjadi ahli dalam bidang ini. Hal ini karena unggahan-unggahan lama yang ada pada *channel* mereka tetap dapat diakses, sehingga memungkinkan

penonton untuk membandingkan bagaimana karyanya pada awal mengisi konten di YouTube dengan karya-karya terbaru. Beberapa karya dari periode awal mereka biasanya diproduksi dengan sederhana. Kemudian, dalam beberapa aspek, karyanya semakin kompleks baik dari sisi aransemen musik maupun kualitas videonya. Hal ini disebabkan karena semakin banyak pihak yang terlibat seiring dengan tumbuhnya penonton dan pelanggannya.

Para kreator konten ini juga menggunakan teknik yang umum digunakan pada video-video YouTube seperti penggunaan *hashtag*, judul yang peka terhadap isu terkini, serta pilihan *thumbnail* video yang menarik. Penggunaan *hashtag* dapat membantu penonton untuk mengetahui topik apa yang dibicarakan dalam karya para kreator konten tersebut. Hal ini dapat pula meningkatkan jumlah penonton, menambah pelanggan *channel* serta tumbuhnya interaksi berupa opini-opini unik dalam kolom komentar. Adanya *hashtag* juga memudahkan penonton untuk mengeksplorasi topik yang sama dari para kreator konten lain. Ketika lingkaran eksplorasi tontonan semakin fokus, maka peluang sebuah *channel* untuk tumbuh, menjadi semakin besar. Algoritma dalam situs ini akan bekerja, salah satunya sesuai dengan penggunaan mekanisme *hashtag* tersebut.

Selain konten musik, para konten kreator juga mendukung *channel* mereka dengan unggahan-unggahan video dokumenter proses kreatifnya. Hal ini dilakukan untuk membuat penonton mengetahui lebih jauh bagaimana sebuah karya dibuat. Dengan mengetahui bagaimana setiap proses penciptaan karya, penonton mendapatkan banyak informasi di balik layar yang selama ini tidak diketahuinya. Konten-konten semacam ini tentu saja dapat meningkatkan loyalitas penonton terhadap karya-karya mereka. Loyalitas penonton ini penting karena bagaimanapun konten YouTube adalah media yang tampak berwujud (*tangible*), namun karena konten itu pada dasarnya hanyalah sekumpulan *bit* informasi digital tanpa representasi fisik. Konten tersebut sebenarnya tidak berwujud (*intangible*) seperti media digital lainnya (Negroponte, 1995).

Video YouTube meningkatkan sejumlah aspek lain yang disebutkan dalam *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music* yaitu portabilitas (Katz, 2004). Seseorang dapat mengakses konten YouTube melalui koneksi perangkat digital apapun dan di manapun, selama ia terhubung ke internet. Konten YouTube dapat dimainkan melalui komputer *desktop*, laptop, bahkan telepon genggam secara gratis. Berbeda dengan metode lain yang mengharuskan mendengarkan musik dengan mengunduh *file* terlebih dahulu

melalui beberapa situs, yang selain harus memindahkan data ke perangkat pribadi, juga berpotensi membawa file yang korup maupun potensi tersebarnya virus untuk komputer. Hal ini terjadi karena metode *platform* YouTube dapat memutar videonya secara *stream* tanpa perlu mengunduh video ke perangkat pribadi. Teknologi meningkatkan level ketersediaan musik bagi *audiens* dan lebih terjangkau. Perkembangan terkini YouTube telah merilis produk YouTube Premium versi berbayar yang meniadakan iklan bagi pengguna.

YouTube juga memungkinkan kreator untuk memanipulasi musik. Manipulasi ini biasanya terjadi dalam bentuk *mash-up* yaitu menggabungkan beberapa lagu dengan lagu lain menjadi satu kesatuan lagu baru. Biasanya memilih lagu-lagu yang populer kemudian menimpa salah satu *track* vokal dengan *track* instrumental dari lagu lain. Teknik ini biasanya digunakan untuk menghindari tuntutan hak cipta maupun keaslian dari sebuah lagu yang dijadikan bagian dalam proses *mash-up* tersebut. Selain itu, kreator konten juga dapat menggunakan teknik manipulasi musik lainnya seperti *medley*. Teknik ini dilakukan dengan menyambung salah satu lagu dengan beberapa lagu populer lainnya dan mengiringinya melalui musik yang mengikuti tiap rangkaian lagu tersebut. Kedua teknik ini meskipun tampaknya

sederhana, namun tetap membutuhkan kepekaan dalam membangun harmoni lagu dengan tetap mempertahankan susunan *chord* yang senada. Selain itu, tetap mempertahankan sebagian bentuk asli dari lagu awalnya agar pendengar bisa langsung merasakan sensasi dari lagu populer yang dimanipulasi tersebut.

Teknik lain dalam manipulasi musik di YouTube diantaranya *remix*, yaitu mengambil beberapa versi dari lagu yang dibawakan oleh berbagai *artist* dan digabungkan menjadi satu pertunjukan video. Teknik ini pada beberapa contoh kasus dapat menghidupkan kembali koleksi dari lagu-lagu lawas yang belum pernah tersentuh teknologi visual. Koleksi lama yang sebelumnya hanya tersaji dalam bentuk rekaman audio saja, pada era ini tampil lebih hidup dengan visualisasi musik video yang lebih menarik. Hal inilah yang disebut sebagai visibilitas musik (Cheng et al., 2007).

Salah satu publikasi musik video yang pernah dilakukan oleh Ismam Saurus adalah ketika ia melakukan alih suara untuk beberapa lagu dari musisi di luar negeri dengan menggunakan lirik berbahasa Indonesia, namun tetap mempertahankan bentuk musik originalnya. Salah satu yang paling fenomenal adalah unggahannya yang berjudul *John Mayer – New Light Bahasa Indonesia Version*. Unggahan ini diputar sebanyak hampir 350.000 kali sejak pertama kali dirilis.

Karya ini juga menjadi salah satu unggahannya yang mendapatkan liputan dari salah satu jaringan televisi internasional seperti CNN Indonesia. Bentuk *remix* ini dilakukan sedikit berbeda oleh Moza, salah satunya yaitu dengan menggabungkan beberapa lagu populer di Indonesia dengan mengambil sebagian dari lirik dan musiknya untuk digabung menjadi satu kesatuan baru atau juga lebih dikenal dengan istilah *medley*.

Seluruh perkembangan proses kreatif ini menjadikan adanya perubahan bentuk belajar dan proses kreatif yang cukup fundamental. Ketika teknologi semakin memungkinkan untuk beragam eksplorasi hiburan, tapi ia juga dapat dimanfaatkan untuk proses belajar. Pendidikan di era teknologi perlu dipikirkan kembali (Collins & Halverson, 2009). Mereka menciptakan istilah revolusi informasi yaitu ketika informasi tersedia di internet, maka para praktisi perlu belajar tentang bagaimana memperoleh informasi ini, sehingga memungkinkannya untuk menjadi pembelajar seumur hidup. Bahkan, mereka memproyeksikan proses belajar akan bergerak maju melampaui teknik belajar tradisional, dan proses pembelajaran dari rumah sebagai faktor yang turut memberikan kontribusi besar dalam proses ini.

Para pendidik seperti Green mulai merintis tentang teknik pembelajaran informal di ruang kelas tradisional (Green,

2017). Proyek ini salah satunya dengan mempraktikkan tugas bagi siswa untuk membuat versi *cover* dari lagu mereka sendiri, kemudian memperluas tugas tersebut dengan membuat video untuk diunggah ke YouTube. Artinya, proses ini memberi pelajaran pada mereka tentang bagaimana menciptakan, memproduksi, dan membagikan video musiknya di YouTube. Mereka dapat belajar tidak hanya tentang musik, namun juga industrinya dan studi interdisipliner lainnya. Produksi sederhana ini pada akhirnya juga termasuk materi tentang pertunjukan musik, karena proses tersebut juga meliputi teknik *editing* musik, hingga visualisasi halaman *channel*. YouTube dapat membantu mengembangkan perilaku positif, terutama di kalangan pengguna internet usia muda (Hassan & Omar, 2021). Akhirnya para pengguna belajar tentang bagaimana agar pertunjukan di *channel* YouTube-nya dapat mencuri perhatian dan mendapatkan jumlah penonton yang besar. Para pengguna juga belajar tentang hal-hal teknis lainnya seperti cara membeli perangkat lunak untuk proses *live streaming*, promosi, regulasi tentang hak cipta, penjualan rekaman lagu dan musiknya pada toko digital seperti Spotify, iTunes dan lain-lain. Tidak hanya pada YouTube, tapi mereka juga dipacu untuk mengembangkan laman situs khusus untuk portofolionya. Selain itu, memungkinkannya untuk belajar tentang keterampilan artistik

dari sebuah *website*, mempersiapkan teks untuk *blog* dan rilisan berita proses kreatifnya, teknik menulis bentuk promosi dan publikasi lainnya. Selain itu, stilistik dalam YouTube dapat membangun kedekatan dan melibatkan penonton ke dalam konten yang disampaikan (Aji, 2022). Penggunaan teknologi dalam proses belajar ini menjadi suatu terobosan yang tidak ada habisnya untuk dieksplorasi.

5. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri musik kontemporer sangat dipengaruhi oleh perkembangan *platform* digital seperti YouTube. Teknologinya memungkinkan terjadinya perubahan paradigma yang fundamental dalam konsep musisi amatir dan profesional. Apalagi ketika YouTube menjadi ruang digital yang diperhitungkan untuk memvalidasi proses belajar, produksi dan berbagi karya seni. YouTube juga membangun kesadaran belajar mandiri para musisi, termasuk para pengajar di bidang ini. Selain aspek teknis musik, kreator konten perlu juga memahami pentingnya teknik pengelolaan *channel* YouTube, memahami aspek hukum dan hak cipta, serta seluk beluk pembagian royalti dalam karya-karya musik, termasuk sistem monetisasi, dan aspek lain seperti aturan main pada *platform* YouTube.

Dalam dunia pasca pertunjukan ini, keterlibatan menjadi esensi penting dalam

pengembangan seni. Nilai-nilai utama tentang pertunjukan langsung tidak bisa begitu saja dilupakan, karena aspek fundamental dari pertunjukannya kurang lebih sama, yaitu memberikan tontonan pada khalayak. Proses produksi konten di YouTube harus menawarkan pengalaman yang memperkaya proses seni dibuat. Penonton dalam suatu pertunjukan langsung cenderung dapat diprediksi latar belakang sosial budayanya, sementara penonton yang melihat melalui kanal YouTube berasal dari latar belakang yang sangat beragam. Akibatnya, penting bagi para kreator konten untuk terlibat dalam berbagai bentuk kolaborasi dengan kreator konten lainnya. YouTube, selain menjadi sumber informasi, juga dapat menjadi sumber inspirasi.

Upaya memperkaya khasanah penelitian serupa di bidang ini, dapat disarankan untuk dilakukan penelitian lain tentang pengaruh *platform* pada budaya serta relevansinya dengan permasalahan ekonomi kapital, serta *economy sharing* antara kreator konten dengan pemilik *platform* dan lain-lain. Penelitian berikutnya juga dapat fokus pada tingkat *exposure* tontonan bagi penonton. Semakin banyaknya limpahan konten, maka tidak sedikit penonton yang mengalami gangguan pemusatan perhatian (*attention deficit disorder*). Hal ini membuat mereka kesulitan untuk menonton secara penuh video musik yang berdurasi tiga sampai

lima menit saja. Oleh sebab itu, penonton juga menuntut bahwa sebuah video harus menarik perhatian di tiga puluh detik pertama, atau mereka akan meninggalkan video tersebut dan beralih ke video lainnya. Apabila dilakukan penelitian mendalam pada perihal ini, maka kajian YouTube sebagai tempat untuk belajar, juga semakin valid, karena dilengkapi dengan akurasi data dan informasi tentang tingkat konsentrasi para penonton.

6. DAFTAR ACUAN

- Aji, Fajar. (2022). Content Stilistics on Indonesian Youtuber Vlog. CAPTURE : Jurnal Seni Media Rekam, 13(2), 132-147, DOI: 10.33153/capture.v13i2.4088.
- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. University of California Press.
- Benjamin, W. (1969). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* (H. Arendt & H. Zohn, Eds.). Illuminations.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). YouTube - Online Video and Participatory Culture. In *Polity Press*. Polity Press.
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2007). *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study*. <http://arxiv.org/abs/0707.3670>
- Collins, A., & Halverson, R. (2009). *Rethinking Education In The Age of Technology* (M. C. Linn, Ed.). Teachers College Press, Columbia University.
- Dixon, S. (2022). *Global Social Networks Ranked by Number of Users 2022*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked->

- by-number-of-users/
- Dredge, S. (2021). *YouTube Says That Music is Now 25% of Its Global Watch Time*. Retrieved from <https://musically.com/2021/09/16/youtube-says-that-music-is-now-25-of-its-global-watch-time/>
- Evans, S. (2012). Virtual Selves, Real Relationships: An Exploration of the Context and Role for Social Interactions in the Emergence of Self in Virtual Environments. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 46(4), 512–528. <https://doi.org/10.1007/s12124-012-9215-x>
- Green, L. (2017). How Popular Musicians Learn: A Way Ahead for Music Education. *How Popular Musicians Learn: A Way Ahead for Music Education*, 1–238. <https://doi.org/10.4324/9781315253169>
- Guzzetti, B., & Lesley, M. (2015). *Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media*.
- Hartley, J. (2009). Uses of YouTube: Digital Literacy and the Growth of Knowledge. In J. Burgess & J. Green (Eds.), *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (First Edition, pp. 126–143). Polity Press.
- Hassan, I., & Omar, F. I. (2021). YouTube Usage and Youth Netizens' Behaviors: A Correlational Study. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(2), 56–64.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Johannessen, M. R. (2012). Genres of communication in activist eParticipation: A comparison of new and old media. *ICEGOV Publication*, 48–57. <https://doi.org/10.1145/2463728.2463740>
- Johannessen, M. R. (2015). "New" vs "Old" Media - A Case Study of Political Protest Groups' Media Use in a Norwegian Municipality. *International Journal of Public Information Systems*, 11(1), 1–19.
- Katz, M. (2004). *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music*.
- Linstead, S., & Thanem, T. (2007). Multiplicity, virtuality and organization: The contribution of Gilles Deleuze. *Organization Studies*, 28(10), 1483–1501. <https://doi.org/10.1177/0170840607075675>
- Manovich, L. (2009). The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production. *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>
- Negroponte, Nicholas. (1995). *Being digital*. Hodder & Stoughton.
- Palfrey, J., Gasser, U., & Sozio, L. (2010). Book Review 1051-1055 Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. In *International Journal of Communication* (Vol. 4). Basic Books. <http://ijoc.org>.
- Resnikoff, P. (2016). *Music Is Just 4.3% of YouTube Traffic, Research*. Retrieved from <https://www.digitalmusicnews.com/2016/08/16/music-5-percent-youtube/>
- Richard, B. (2008). Media Masters and Grassroot Art 2.0 on Youtube. In G. Lovink & S. Niederer (Eds.), *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (pp. 141–152). Institute of New York Cultures .
- Ruthmann, A. S., Tobias, E. S., Randies, C., & Thibeault, M. D. (2015). Is It the Technology? Challenging Technological Determinism in Music Education. *Routledge*.
- Saker, M., & Evans, L. (2016). Everyday Life and Locative Play: An Exploration of Foursquare and

- Playful Engagements With Space and Place. *Media, Culture and Society*, 38(8), 1169–1183. <https://doi.org/10.1177/0163443716643149>
- Sousa, J. P. (1906). *The Menace of Mechanical Music* (Vol. 8).
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage Publication.
- Szalai, G. (2015). *YouTube Is “Neck-and-Neck With Netflix on Revenue,” Says Exec.* Retrieved from <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/youtube-netflix-revenue-content-licensing-1235013502/>
- Webb, M. (2007). *Music analysis down the (You) tube? Exploring the potential of cross-media listening for the music classroom.* Retrieved from http://www.atomfilms.com/film/evo.jsp?channelKeyword=channel_experimental

Publisher:
Jurusan Seni Media Rekam
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

Available online at:
<https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/capture>

How to Cite:
Rozi, R.F., Ida, R., Irawanto, B. (2023). Youtube Independent Music Video Artist: Learning, Production and Exhibition in Digital Space. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 14(3), 236-256, DOI: 10.33153/capture.v14i3.4657