

BAB II

INDUSTRI MUSIK INDONESIA, PEMBERITAAN *DIRECT LICENSE*, DAN KOMPAS.COM SEBAGAI MEDIA ONLINE ARUS UTAMA

2.1 Industri Musik Indonesia di Era Digital

Industri musik Indonesia telah mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital. Peralihan dari format fisik ke digital mempengaruhi seluruh ekosistem musik, mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi karya musik. Transformasi tersebut didukung dengan hadirnya layanan streaming dan unduhan digital, yang membuat akses terhadap musik menjadi lebih mudah bagi para musisi dan label independen. Tidak hanya pada distribusi musik, proses produksi musik kini lebih terjangkau dan memungkinkan musisi untuk menjalani proses kreatif produksi musik di rumah sendiri.

Perubahan besar pada industri musik memberikan kesempatan lebih bagi individu untuk secara mandiri mengelola karya mereka sendiri dengan semangat DIY (*Do It Yourself*) yang menurut Wenz Rawk sebagai gerakan bermusik dengan mandiri, mulai dari rekaman, distribusi, hingga promosi (Rez, 2008). Atas kemandirian tersebut, musisi memiliki kebebasan kreatif dan tidak terikat dengan label rekaman besar atau biasa disebut sebagai mayor label. Oleh sebab itu, musisi-musisi yang bergerak atas semangat DIY dan kemandirian dapat dikenal sebagai musisi independen atau musisi *indie*.

Jika musisi independen memiliki keuntungan untuk mengekspresikan karya mereka secara bebas dan kreatif, maka sebaliknya, musisi di bawah naungan mayor label tidak memiliki kontrol sepenuhnya atas proses kreatif pembuatan karya mereka dikarenakan visi komersial mayor label untuk menjangkau pasar yang besar dengan mengikuti tren yang sedang digemari. Untuk saat ini, terdapat tiga mayor label yang dianggap mendominasi industri musik Indonesia hingga internasional, mereka adalah Universal Music Group, Sony Music Entertainment, dan Warner Music Group. Label-label tersebut merupakan bagian dari perusahaan rekaman internasional yang memiliki jaringan distribusi luas dan kemampuan promosi yang mumpuni, sehingga proses komersialisasi musik dapat berjalan dengan baik.

Keberadaan musisi independen di luar naungan label-label besar, menjadikan posisi mereka sebagai bagian dari industri musik *non-mainstream* di tengah musisi-musisi naungan mayor label yang memiliki nilai investasi besar, jangkauan promosi, dan berbasis pada komersialisasi. Atas keberadaan tersebut, musisi independen menjalankan proses kreatif secara mandiri, memanfaatkan platform digital seperti Spotify, YouTube, dan SoundCloud untuk distribusi, serta media sosial untuk menjalin hubungan dengan audiens. Namun, tantangan mereka tidak sebatas hanya distribusi digital, musisi independen juga harus mengelola banyak aspek teknis dan administratif secara mandiri yang bisa menjadi beban tambahan di luar kerja kreatif mereka. Maka dari itu, keberhasilan dalam sistem distribusi digital bukan hanya ditentukan oleh kualitas karya, tetapi juga oleh strategi pemasaran dan kemampuan manajemen.

Meskipun berada di luar arus utama industri musik, namun mereka tidak sendirian. Adanya *indie* label sebagai wadah bagi musisi dengan semangat DIY dan idealis dalam bermusik. Di Indonesia, terdapat beberapa *indie* label yang populer di kalangan musisi dan pendengar musik, diantaranya adalah FFWD Records, Demajors, Berita Angkasa, dan Sun Eater. *Indie* label bukanlah label besar yang memiliki modal investasi dan kemampuan promosi yang kuat, namun *indie* label bisa menjadi rumah bagi musisi independen yang ingin mengembangkan energi dan nilai artistik dalam karyanya tanpa batasan dengan bantuan *indie* label yang mendampingi musisi independen untuk berkembang dan menyediakan kebutuhan mereka untuk tumbuh (Rez, 2008). Ditambah dengan berkembangnya digitalisasi menjadi keuntungan bagi musisi yang bergerak secara independen, baik bersama *indie* label, untuk bergerak mengembangkan karir bermusik dan menjangkau pendengar melalui media sosial, layanan streaming, dan platform musik lainnya.

2.2 Kondisi Sistem Royalti di Indonesia

Sistem royalti merupakan mekanisme yang dirancang untuk memberikan kompensasi atau pembayaran kepada pemilik hak cipta atas pemanfaatan karya mereka. Di Indonesia, sistem royalti secara hukum diatur melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Undang-undang ini menyatakan bahwa pencipta dan pemilik hak terkait berhak mendapatkan imbalan ekonomi atas penggunaan karya mereka di ruang publik, baik untuk tujuan komersial maupun non-komersial. Dalam praktiknya, pengelolaan dan distribusi royalti dilakukan secara kolektif oleh Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMK) sebagai lembaga yang bertugas dalam mengkoordinasi penarikan dan penyaluran royalti kepada pencipta lagu melalui Lembaga Manajemen Kolektif (LMK).

LMK sendiri merupakan lembaga legal yang berperan dalam pengelolaan royalti untuk para anggotanya, yaitu pencipta lagu dan pemilik atau pemegang hak cipta terkait. Setiap jenis hak cipta biasanya diurus oleh LMK berbeda. Sebagai contoh, WAMI (Wahana Musik Indonesia) dan KCI (Karya Cipta Indonesia) mewakili pencipta lagu dan penggubah musik, sedangkan LMK lain seperti RAI (Royalti Anugerah Indonesia) lebih berfokus pada *performer*. LMK terhubung dengan LMKN, yang bertugas mengoordinasikan dan mengonsolidasikan laporan serta distribusi dari seluruh LMK yang ada. Idealnya, sistem ini mempermudah pengelolaan hak cipta dan menjamin imbal hasil yang adil kepada pemilik hak atas karya mereka.

Namun, dalam praktiknya, sistem kolektif ini menghadapi berbagai permasalahan, terutama dalam hal transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi distribusi royalti. Banyak pencipta lagu mengeluhkan tidak adanya kejelasan terkait perhitungan royalti, keterlambatan dalam distribusi, serta ketidakjelasan akses terhadap laporan penggunaan karya. Hal ini menimbulkan ketidakpercayaan terhadap kinerja LMK dan memunculkan kritik dari berbagai pihak. Salah satu yang paling vokal menyuarakan kritik ini adalah AKSI (Asosiasi Komposer Seluruh Indonesia) yang menyatakan bahwa banyak musisi tidak mengetahui bagaimana karya mereka digunakan atau berapa nilai ekonomisnya. Sebaliknya, VISI (Vibrasi Suara Indonesia) yang beranggotakan para *performer*, cenderung mendukung keberadaan LMK sebagai satu-satunya sistem yang dianggap mampu menjaga hak-hak *performer* dalam struktur industri musik yang kompleks.

Kondisi tersebut melatarbelakangi munculnya wacana sistem *direct license* sebagai alternatif. *Direct license* adalah mekanisme di mana pencipta memberikan izin langsung kepada pengguna karya tanpa melalui LMK. Sistem ini memungkinkan pencipta untuk menetapkan harga, mengelola kontrak, dan menerima pembayaran secara langsung. AKSI mendorong penerapan *direct license* sebagai bentuk kedaulatan pencipta atas karya mereka, sekaligus respons atas ketidakpuasan terhadap sistem kolektif. Namun, sistem ini menuai kontroversi karena dinilai tidak memiliki dasar hukum yang kuat dan membuka potensi konflik kepentingan, terutama dalam hal penentuan tarif dan pelaporan penggunaan karya. VISI menilai bahwa *direct license* berisiko menimbulkan kekacauan dalam sistem distribusi royalti dan menimbulkan ketimpangan antara pencipta dan *performer*. Dengan demikian, polemik antara sistem kolektif dan *direct license* mencerminkan perselisihan ideologis dan struktural dalam tata kelola royalti di Indonesia yang belum sepenuhnya stabil dan adil bagi semua pihak.

2.3 Kompas.com Sebagai Media Online Arus Utama

Kompas.com merupakan salah satu media online arus utama di Indonesia yang berada di bawah naungan Kompas Gramedia, sebuah kelompok media yang telah lama berpengaruh dalam ekosistem pemberitaan nasional. Diluncurkan pada tahun 1995 sebagai bagian dari transformasi digital harian Kompas dengan nama Kompas Online (KOL) dengan menampilkan replika dari berita cetak Harian Kompas yang kemudian pada awal tahun 1996 beralih ke alamat resmi www.kompas.com.

Transformasi penting terjadi pada tahun 1998 ketika Kompas Online dikembangkan menjadi unit bisnis mandiri di bawah PT Kompas Cyber Media (KCM), transformasi tersebut menandai reputasinya sebagai media mapan yang lebih fokus dan profesional berbasis digital. Hingga akhirnya melakukan *rebranding* menjadi Kompas.com yang mengusung *tagline* “Lebih Lengkap Lebih Luas”, upaya tersebut mengukuhkan Kompas.com sebagai salah satu media arus utama di Indonesia yang hadir untuk menyajikan jurnalisme yang berkualitas bagi masyarakat.

Seiring transformasi media digital, Kompas.com tidak lagi hanya mereplikasi berita dari versi cetak, melainkan memproduksi konten orisinal yang diperbarui sepanjang hari untuk memenuhi kebutuhan informasi publik secara cepat dan akurat. Portal ini dikenal sebagai situs berita terpercaya yang menawarkan liputan politik, ekonomi, sosial, budaya, teknologi, gaya hidup, hingga analisis isu aktual yang dikerjakan oleh jurnalis profesional. Reputasi Kompas.com sebagai salah satu portal berita terbesar di Indonesia juga diperkuat oleh posisinya sebagai media online yang adaptif mengikuti perkembangan teknologi informasi dan perilaku konsumsi berita masyarakat digital. Selain itu, Kompas.com juga dibedakan dari Kompas.id, di mana Kompas.id lebih berfokus pada penyajian konten premium dan versi digital harian Kompas, sedangkan Kompas.com mengedepankan penyajian berita cepat (*breaking news*) dan informasi harian berbasis online.

Dengan sejarah panjang, kredibilitas jurnalistik yang kuat, serta kemampuan beradaptasi terhadap dinamika digital, Kompas.com dapat diposisikan

sebagai salah satu representasi utama media online arus utama di Indonesia. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan Kompas.com sebagai media dengan jangkauan luas dan otoritas tinggi menjadikan portal ini relevan untuk dikaji, terutama ketika membahas bagaimana media membingkai isu tertentu, termasuk wacana *direct license* dan bagaimana khalayak, dalam hal ini musisi independen, kemudian memaknai pemberitaan tersebut.