

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam *Branding* Musik di Media Sosial Menjadi Media Pembelajaran

Angel Millehelena Da Jose

Universitas Negeri Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*Correspondence Author Email: angelmllhln@gmail.com

Abstrak: Pemanfaatan *home recording* atau perekaman rumah musik secara mandiri dengan pengoptimalan media sosial secara tepat dapat mengantarkan karya – karya kreatif para musisi indie untuk memperkenalkan diri dalam industri seni musik. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis teknologi digital dalam promosi karya musik melalui sosial menjadi media pembelajaran. Dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan daftar pustaka. Kemudian data yang diperoleh dilakukan reduksi, analisis, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dengan pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai platform di media sosial seperti *Youtube*, *Instagram*, *Tiktok* menjadi media promosi dan batu loncatan bagi karya-karya musik dan musisi yang baru lahir di Indonesia untuk dikenal dan tanpa harus melalui label musik. Adanya teknologi digital dan media sosial, fenomena ini menjadi sarana media pembelajaran dalam belajar mengajar.

Kata kunci: Teknologi Digital, Branding Musik, Media Sosial

Abstract: The utilization of home recording or music home recording independently with proper optimization of social media can deliver creative works of indie musicians to introduce themselves in the music industry. The purpose of this research is to analyze digital technology in the promotion of musical works through social media into learning media. By using descriptive qualitative research with data collection techniques of observation, interviews, documentation, and bibliography. Then the data obtained is reduced, analyzed, presented data and drawn conclusions. With the utilization of digital technology in various platforms on social media such as *Youtube*, *Instagram*, *Tiktok*, it has become a promotional media and a stepping stone for new music works and musicians born in Indonesia to be recognized and without having to go through a music label. The existence of digital technology and social media, this phenomenon is used as a means of learning media in teaching and learning.

Keywords: Digital Technology, Music Branding, Social Media

Submission History:

Submitted: July 25, 2024

Revised: July 27, 2024

Accepted: July 28, 2024

PENDAHULUAN

Media distribusi musik pada masa dahulu biasanya menggunakan kaset, vinyl, ataupun CD, dan untuk menghasilkan sebuah karya musik sekaligus untuk dikenal menjadi seorang musisi dalam dunia industri musik harus melalui sebuah perusahaan label musik. Sebelum adanya internet/teknologi digital, proses perekaman sebuah karya musik harus di dapur rekaman dengan melewati proses tahapan yang panjang, mulai dari audisi di perusahaan label musik, proses *recording*, *mixing*, *editing*, dan *mastering* yang dilakukan berulang – ulang. Selain itu, untuk mendapat hasil yang maksimal harus dengan biaya yang tidak murah, peralatan yang mahal. Bahkan terkadang hasil karya – karya musik yang telah masuk dapur rekaman tersebut tidak jadi dipublikasikan atau

musisinya tidak jadi didebutkan, sebab ketatnya persaingan demi pertimbangan tujuan komersil atau industri musik.

Setelah memasuki era teknologi internet/era digital, dapat mengubah pola industri seni musik. Ketatnya persaingan dalam industri musik sebelum lahirnya internet, kini dapat berbanding terbalik yang membawa perubahan pada kemudahan baik dalam hal ketersediaan peralatan software produksi musik, juga dalam hal publikasinya. Saat ini proses perekaman tidak lagi dilakukan di dapur rekaman, yang harus melibatkan tenaga profesional dan harus melalui proses recording, editing, mixing, hingga mastering, tetapi sudah dapat dilakukan secara mandiri oleh para musisi amatir sekalipun. Proses produksi sebuah musik dapat dilakukan hanya dengan menggunakan laptop yang dilengkapi software perekaman, alat perekam sederhana, dan bantuan internet. Internet tidak lagi tentang blog saja, namun juga ada media sosial yang berkembang menjadi panggung daring untuk publikasi karya – karya seni musik untuk dipublikasikan. Mudah, murah, dan ramah, yang membuat para musisi menjadi cepat dalam beradaptasi dan bebas berkarya juga berekspresi. Kini musisi dapat belajar secara mandiri dalam menggali informasi bagaimana cara menghasilkan karya yang baik tanpa harus menyiapkan biaya yang mahal.

Pemanfaatan teknologi digital dan internet, mendorong pengembangan berbagai media di dunia maya, yang sangat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan dunia industri musik, terutama dalam hal publikasi bagi karya musik dan musisinya. Banyaknya pengguna dunia maya pun menjadi faktor penting dalam mempromosikan sebuah karya. APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 221.56 juta jiwa dari total populasi masyarakat Indonesia sebanyak 278.69 juta jiwa atau sebanyak 79.5%. Hal ini menunjukkan aktivitas internet yang tinggi juga menjadikan peluang bagi para musisi untuk mempromosikan karya musiknya.

Dalam dunia pendidikan pun, teknologi internet ini menjadi salah satu ruang pembelajaran mandiri bagi mahasiswa. Dalam berbagai macam program studi termasuk seni musik, dalam pandangan dan rencana sebagai calon pengerajin musik ke depannya teknologi internet ini menjadi wadah pembelajaran bagaimana untuk memproduksi musik, mempromosikan musik, dan juga tempat mencari ilmu dan karya – karya musisi lainnya yang mana dapat menjadi sumber inspirasi dan kajian analisis. Dalam mata kuliah program studi musik Universitas Negeri Surabaya kurikulum merdeka belajar mahasiswa diajarkan untuk berproses menjadi musisi dengan mengoptimalkan media sosial.

Beberapa platform digital di media sosial internet yang sangat digemari oleh masyarakat yang kemudian dimanfaatkan oleh para musisi dalam membranding karya musiknya di antaranya Youtube, Instagram, dan TikTok. Tiga Platform ini telah melahirkan banyak musisi baru beserta karya-karya lagunya dalam dunia industri musik. Youtube, Instagram, dan Tiktok adalah tiga jenis media sosial serupa namun tidak sama dan memiliki gaya dan ciri berbeda, bahkan setiap pencipta karya pada setiap media sosial tersebut memiliki keunikan dan caranya yang khas. Dengan kemudahan teknologi dan media sosial merupakan salah satu batu loncatan untuk memperkenalkan karya dan diri untuk memasuki ladang bisnis kewirausahaan yaitu industri musik.

Penelitian yang relevan dari penelitian ini yaitu penelitian yang ditulis Martarini, dkk dengan judul Media Sosial dan Pembelajaran : Study Efektivitas Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Inggris dimana jurnal ini membahas bagaimana media sosial instaragam berperan siswa dalam menambah wawasan berbahasa inggris. Martarini, dkk (2021) menyebutkan bahwa penggunaan media pembelajaran yang relevan dengan masa kini dapat mendukung proses pembelajaran dan mencapai tujuan dan hasil yang maksimal. Penelitian yang relevan selanjutnya yaitu dengan judul Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar yang ditulis oleh Isdiniah dan Lestari pada jurnal Pendidikan Tambusai yang membahas bagaimana media sosial tiktok memiliki peranan dalam perubahan signifikan dalam prestasi belajar peserta didik. Slameto (2015) menyebutkan pembelajaran merupakan siklus yang dilakukan seseorang untuk memperoleh perubahan yang baru dalam tingkah laku karena keterlibatannya dengan kolaborasi dengan keadaan saat ini. Dari uraian di atas mengenai pengoptimalan media sosial dalam promosi musik dan menjadi media pembelajaran menjadi pembahasan menarik dan mempertimbangkan beberapa uraian pada paragraf sebelumnya, maka peneliti memerlukan analisis lebih dalam.

METODE

Metode yang digunakan penulias pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Albi dan Johan (2018) penelitian kualitatif ialah pengumpulan suatu data pada suatu kejadian/peristiwa/keadaan sosial dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi di masyarakat. Penelitiankualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari (Rukin, 2019).

Pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, daftar pustaka, wawancara, dan dokumentasi. Penulis menggunakan metode observasi yaitu mengamati langsung kejadian atau fenomena yang diteliti dengan cara mencatat, mendengarkan, menonton, dan menganalisa. Metode observasi juga mengoptimalkan indra dan analisa pengamatan penulis dalam mengobservasi suatu kejadian. Selain itu pengumpulan data ditambah dengan mengkaji daftar pustaka yang ada sebagai rujukan dan data yang valid dalam penelitian, dan dokumentasi dengan melihat data dari lapangan. Data yang berhasil diperoleh kemudian dilakukan reduksi data atau mengurangi data yang tidak sesuai, setelah data direduksi kemudian data dianalisis, disajikan baik dalam bentuk paragraf, diagram, maupun tabel. Setelah penyajian kemudian ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Musik

Dalam memproduksi sebuah musik, terdapat proses yang harus dilalui. Berikut penjelasan proses pembuatan musik yang meliputi 3 tahapan, *recording*, *mixing*, dan *mastering*. Menurut Lellies (2013) menjelaskan bahwa rekaman merupakan proses dalam pembuatan musik dengan merekam satu suara atau lebih menggunakan microphone atau direkam langsung seperti instrument listrik ke sistem perekaman. Proses ini merupakan proses dimana sebuah karya yang telah diciptakan kemudian

dilakukan proses perekaman baik semua vokal dan instrument yang dimainkan atau MIDI (*Musical Instrument Digital Interface*). Proses perekaman saat ini dapat dilakukan di rumah atau biasa disebut *home recording*, ini merupakan salah bentuk pengoptimalan teknologi digital dalam menghasilkan sebuah karya.

Setelah suara yang direkam dengan alat perekam yang tentunya dihubungkan dengan soundcard dan software audio atau DAW. Roey (2013) menyebutkan bahwa *mixing* adalah proses bagaimana menggabungkan instrument hingga menjadi sebuah karya. Setiap instrumen dan suara menjadi satu hingga menjadi sebuah lagu. Untuk melakukan proses *mixing* ini juga dapat dilakukan secara individu tanpa bantuan profesional hanya dengan device atau perangkat yang memumpuni, juga software, dan pengetahuan yang dapat dicari di internet mampu menghasilkan karya yang baik kualitasnya.

Tahap *mastering* merupakan tahap terakhir dalam proses pembuatan sebuah karya musik. Steve (2014) menyampaikan bahwa *mastering* berfungsi untuk menyamakan keseimbangan frekuensi dari semua elemen dimana fokusnya agar semua suara dan instrumen harmonis dan berkesinambungan antara satu instrumen dengan lainnya. Dari hasil *mixing* atau pencampuran maka *mastering* yang menyempurkan sebuah karya dari segi dinamika, frekuensi, menghilangkan *noise* dan mengurangi kesalahan – kesalahan sebelum nantinya menghasilkan karya yang akan diperdengarkan oleh khalayak umum.

Karya yang selesai diproduksi tentu perlu adanya promosi agar sebuah karya musik dapat dikenal dikhalayak luas. Branding musik sebelum teknologi internet dan sesudah terdapat adanya perbedaan karena media yang berkembang dan berbeda. Berikut uraiannya :

Promosi musik juga mengalami perubahan dari waktu ke waktu. David Ellefson, Dkk (2003) menyebutkan bahwa untuk memasuki dunia musik yang kompetitif sulit untuk menjual karya tanpa adanya promosi. Jenis – jenis promosi pun juga beragam. Band ternama Indonesia, Sheila on 7 juga memulai karir bermusik dari zaman yang dimana diperlukan label musik untuk bisa menjadi musisi. Media promosi yang digunakan juga melalui radio, majalah, dan televisi, sedangkan hasil karyanya dijual melalui kaset pita atau CD.

Branding atau Promosi Musik di Era Digital

Dengan adanya teknologi digital serta berkembangnya media sosial berdampak besar dalam promosi musik yang ada. Perubahan fisik juga terjadi yang mulanya alat pemutar musik menggunakan vinyl, kaset, CD, dan sekarang beralih menjadi media digital seperti iTunes, Spotify, Joox. Begitu juga dalam media promosi, dimana dulunya musik dan musisi dikuasai oleh Mayor Label dan dengan adanya Evolusi 4.0 kini dengan mudah mengoptimalkan teknologi internet dan bebas berkarya dan mempromosikan musiknya. Pengoptimalan teknologi digital dengan melakukan perekaman secara mandiri dan kemudian diunggah di media sosial secara mudah, murah, dan cepat ini musisi dapat mengunggah hasil karyanya melalui media platform yang tersedia saat ini.

Youtube, Instagram, dan Tiktok adalah tiga aplikasi terbesar yang memiliki banyak pengguna juga melalui sana lahir banyak musisi baru. Meskipun ketiga aplikasi

ini sama – sama berbasis membagikan video namun setiap aplikasi memiliki ciri khas dan gaya yang unik bagi setiap musisi yang ingin menampilkan karyanya. Berikut penjelasannya Tiktok.

Tiktok merupakan jaringan sosial dan platform musik dari Tiongkok yang dibuat oleh pria bernama Zhang Yiming dan dirilis pada September 2016. Aplikasi ini berkembang dengan cepat dan sangat populer, sebab melalui aplikasi ini para penggunanya dapat membuat musik videonya sendiri. Aplikasi ini menyediakan musik latar yang bisa digunakan untuk membuat video, terdapat fitur berbagai macam filter untuk memperindah video yang dibuat, tidak hanya itu, para pengguna tidak memerlukan aplikasi editing video lagi sebab semua telah disediakan oleh Tiktok, praktis dan mudah itulah daya tarik aplikasi ini.

Dengan segala fasilitas yang diberikan, tiktok memberikan durasi video maksimal 60 detik. Tentunya durasi ini menjadi salah satu tantangan dan peluang bagi para pekerja seni untuk mempromosikan karyanya dengan kemasan semenarik mungkin dalam waktu 60 detik. Durasi video yang terbilang pendek menyebabkan orang tidak mudah bosan dan terus ingin bermain tiktok ditambah hiburan yang diberikan juga beragam. Riya Ayu (2021) menyampaikan bahwa ada kiat khusus dalam menaikan *insight* dan *traffic* pada aplikasi Tiktok, yaitu menggunakan hastag yang sesuai, mengikuti tren, melakukan kolaborasi, sering mengunggah video.

Akun tiktok @idgitaf merupakan salah satu musisi tiktok jebolan pandemi sejak tahun 2020, berawal dari cover dan juga menduetkan video bernyanyi dengan orang lain. Gita mampu menarik perhatian dengan suara uniknya. Video ini merupakan salah satu video Gita yang viral dan telah dilihat sebanyak 16,4 juta kali, video duet yang diisi dengan lirik ciptaan Gita ini pun sekarang telah dirilis menjadi sebuah lagu baru yang berjudul Terpikat Senyummu. Gita berhasil memikat para pengguna Tiktok dengan video – videonya dengan rata – rata durasi 30 – 60 detik. Setelah merilis lagu, Gita pun terus gencar mempromosikan lagunya dengan metode yang sama, yaitu video singkat di Tiktok dan membuat duet dengan creator yang lainnya.

Youtube merupakan salah satu situs web berbagi video yang mana penggunanya dapat melihat konten dan juga karya sesuai dengan seleranya. Tidak hanya sebagai penonton, para pengguna youtube juga dengan bebas mengunggah karya atau video. Youtube ada sejak 14 Februari 2005 dikembangkan oleh tiga orang bekas karyawan Paypal : Jawed Karim, Steve Chen, Chad Hurley. Youtube dapat diakses di 88 negara di dunia, sehingga sangat memungkinkan untuk sebuah video menjadi viral di tingkat internasional pasti bisa terjadi. Seiring berjalannya waktu, Youtube tidak hanya sebagai media berbagi video namun digunakan untuk menerbitkan sebuah lagu, promosi sebuah produk maupun perusahaan.

Setiap media sosial memiliki ciri khas tersendiri begitu pula dengan Youtube. Para *creator* musik di Youtube sebagian besar memproduksi Musik Video atau menyanyikan sebuah karya Musisi ternama lainnya dengan durasi penuh atau *full* satu lagu. Dikarenakan youtube adalah media untuk berbagi video yang mana durasinya tidak dibatasi sehingga melahirkan para musisi yang berkarya dengan sebebasnya tanpa adanya batasan waktu tertentu. Dari situ juga terbentuk adanya para pendengar dan

penikmat yang memang bertujuan untuk menikmati sebuah karya secara *full* atau penuh.

Youtube memiliki program bagi creator yang ingin menghasilkan uang dari karya yang diunggah. Tentunya dengan membuat akun youtube, kemudian monetisasi akun channel dan optimasi akun pada tahap ini tentunya setiap creator harus memperhatikan video yang dibuat harus orisinal, menghindari plagiasi, video yang diunggah sesuai dengan ketentuan youtube, dan terakhir akun channel disambungkan dengan adsense. Nantinya akan ada fitur Youtube Analytic yang akan mengkalkulasikan penghasilan setiap creator. Tentunya untuk menghasilkan uang dari youtube ada ketentuan seperti minimal 4000 jam tayang atau 1000 subscriber. Dengan royalti yang mengiurkan banyak *creator* dari berbagai macam sektor mulai pendidikan, berita, film, musik, hiburan, bahkan pertelevisian Indonesia juga memiliki akun youtube untuk memudahkan publikasi namun juga menghasilkan dana lebih. Dengan banyaknya jenis hiburan yang diberikan inilah yang menyebabkan banyaknya pengguna platform youtube yang mana mereka bebas memilih apa hiburannya dengan tidak terbatas hanya menggunakan jaringan internet.

GAC atau Gamaliel Audrey Cantika adalah salah satu dari banyaknya Musisi yang lahir dari Youtube. Berawal dari Gamaliel dan Audrey sebagai kakak adik yang gemar merekam dirinya menyanyi kemudian diunggah di Youtube. Video berikut yang menyanyikan Telephone dari Lady Gaga ini telah dilihat sebanyak 2,4 juta kali sejak perilisannya 12 tahun yang lalu.

Instagram adalah salah satu anak perusahaan dari Meta, satu bagian dengan Facebook dan Whatsapp. Berbeda dengan Youtube dan Tiktok, Instagram merupakan layanan jejaring sosial yang dipergunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram dirilis pertama kali tahun 2012. Dengan Instagram para penggunanya dapat mengambil momen dengan menerapkan filter digital. Instagram berkembang juga sebagai sarana promosi dan *branding* dibanyak sektor baik bisnis juga musik,

Pada awalnya fitur video pada Instagram hanya 15 detik dan terus berkembang sehingga fitur Instagram dalam pengunggah video yang saat ini tengah diminati adalah reels. video yang hanya dibatasi maksimal 60 detik ini menjadi sebuah tantangan bagi para creator untuk mengunggah karyanya. Namun para musisi yang berasal dari Instagram rata – rata menonjolkan skill dengan keterbatasan waktu sehingga diperlukan ketepatan dalam menentukan karya yang ingin dibagikan.

Akun Instagram @misellia_ adalah salah satu musisi yang berasal dari Instagram. Misellia asal Surabaya ini memulai aktifitas musiknya sejak tahun 2015, salah satu video pertamanya yang membawakan lagu Meghan Trainor - Dear Future Husband ini disukai oleh 33ribu orang dan hanya berdurasi 14 detik. Misellia berhasil menempatkan momen dari karya terbaiknya, ditambah dengan tagar yang sesuai dengan lagunya membuat video misellia sering muncul di *explore* pengguna lainnya. Gadis yang telah merilis 3 single lagu ini memiliki pengikut Instagram @misellia_ sebanyak 2 juta orang pengikut, hal ini mendatangkan banyak brand untuk bekerja sama dengan misellia, salah satunya Ruangguru yang mana Misel menjadi Brand Ambasadornya.

Teknologi Digital dan Branding Media Sosial sebagai Media Pembelajaran Merdeka Belajar Kampus Mengajar

Pendidikan merupakan salah satu aspek yang harus bisa segera beradaptasi dengan perkembangan teknologi, baik tenaga pendidik maupun para mahasiswa. Kurikulum Merdeka Belajar bertujuan untuk mempersiapkan karier yang komperherensif guna mempersiapkan generasi terbaik untuk Indonesia. Salah satu bukti nyata dalam perkuliahan mahasiswa program studi musik dengan mata kuliah Manajemen Seni Pertunjukan dimana dalam mata kuliah tersebut mahasiswa diminta untuk mempersiapkan untuk membuat sebuah konser virtual. Munir (2012) menyebutkan bahwa pembelajaran tidak hanya memberikan pengetahuan saja tetapi bagaimana memberikan kondisi yang kondusif untuk pembelajar dalam mempelajari sesuatu, sebab tujuan dalam pembelajaran ialah pembelajar itu sendiri

Mahasiswa dalam bentuk kelompok mengoptimalkan media sosial dan teknologi internet sebagai media pembelajaran untuk mencari inspirasi dan referensi. Kemudian dalam mata kuliah tersebut mahasiswa juga mempersiapkan konser daring mulai mencari media *partner*, *sponsorship*, *talent*, penjadwalan latihan, hingga *recording* audio, *mixing*, *mastering*, kemudian penjadwalan *take* video, proses *editing* video hingga menghasilkan karya sebuah konser yang ditampilkan di khalayak umum secara virtual. Melalui mata kuliah ini mahasiswa harus mengoptimalkan teknologi internet sebagai sumber informasi dan inspirasi kemudian tidak hanya melihat dan mengamati dari media sosial namun sebagai umpan balik karya juga dipertontonkan kanal Youtube. Rusman, dkk (2011) menyampaikan bahwa pengoptimalan media sosial dalam pembelajaran dikarenakan mahasiswa sudah terbiasa dalam penggunaan sosial media sehingga memudahkan dalam penerapan pengetahuan dari materi yang diberikan.

Video yang diunggah pada tanggal 6 Juni 2021 ini telah ditonton sebanyak 1995 kali dan mendapat like juga komentar positif dari masyarakat umum. Dari peristiwa ini merupakan salah satu dari banyak karya Mahasiswa Musik Unesa. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa menerapkan kurikulum merdeka belajar dengan memaksimalkan alat yang sederhana dalam produksi musik, juga teknologi sebagai wadah tempat publikasi dan media pembelajaran dengan baik.

Dengan mengoptimalkan perkembangan teknologi dan media sosial, manfaat signifikan dapat dirasakan dalam sektor industri musik dan pendidikan sebagai wadah atau sarana dalam pembelajaran. Pertama, teknologi digital memudahkan musisi indie. Dengan adanya teknologi digital yang berkembang pesat, para musisi indie dapat memproduksi karya tanpa harus mengeluarkan dana atau mengikuti audisi dengan perusahaan label terlebih dahulu. Penggunaan internet sebagai sumber informasi dan sebagai guru dalam pembelajaran pembuatan musik memudahkan pegiat musik dalam mengekspresikan karyanya.

Selanjutnya, media sosial berperan sebagai wadah bagi karya musik. Media sosial yang berkembang saat ini menjadi panggung daring bagi para musisi untuk menampilkan karya mereka tanpa harus melalui mayor label, radio, atau TV dengan proses panjang. Sebelumnya, hanya orang yang lolos audisi atau memiliki koneksi tertentu yang bisa memasuki dapur rekaman. Namun, dengan adanya teknologi dan media sosial, semua orang bebas berkarya dan berekspresi.

Media sosial juga berfungsi sebagai alat branding musik. Promosi karya musik yang sebelumnya dilakukan melalui konser, penampilan panggung, TV, radio, dan majalah, sekarang dapat dilakukan melalui media sosial. Tidak hanya musisi indie, mayor label pun beradaptasi dengan perubahan ini. Media sosial sangat menguntungkan dalam mempromosikan sebuah karya tanpa harus berpindah tempat dan dapat menjangkau lebih banyak kalangan. Musisi juga bisa melihat respons langsung dari masyarakat mengenai karya yang diunggah, yang bisa menjadi bahan evaluasi.

Selain itu, media sosial dapat menjadi ladang bisnis. Jumlah pengikut yang banyak menjadi nilai jual bagi para musisi, menarik minat usaha untuk mempromosikan produk mereka. YouTube, misalnya, memberikan royalti bagi kreator yang telah memenuhi ketentuan, sehingga para kreator berlomba-lomba untuk berkarya sebanyak mungkin karena penayangan yang tinggi bisa menghasilkan pendapatan yang signifikan.

Terakhir, teknologi digital dan branding musik di media sosial juga berfungsi sebagai media pembelajaran. Perubahan dan kemajuan teknologi digital dan internet berdampak positif pada musik dan musisi saat ini. Fenomena ini juga mempengaruhi pembelajaran mahasiswa musik, baik dari segi produksi musik secara independen dengan memanfaatkan alat sederhana dan informasi dari internet, hingga promosi musik di berbagai platform yang berbeda. Selain sebagai media pembelajaran dan sumber informasi, teknologi internet menjadi tempat bagi mahasiswa untuk berkarya dan membagikan talenta mereka.

KESIMPULAN

Perubahan musik dari dunia piringan kaset hingga ke digital merupakan pergerakan besar. Majunya teknologi dan media sosial menjadi salah satu kemudahan untuk semua sektor yang mau mengambil langkah positif, begitu pula dengan musik. Sikap adaptasi yang cepat dalam mempelajari hal baru dengan teknologi membuat musisi indie dapat menghasilkan karya yang bagus apabila mengoptimalkan teknologi internet yang ada. Dari media sosial, muncul musisi baru yang lahir karena respon positif dari masyarakat. Mereka berhasil mencuri hati masyarakat yang mana masyarakat atau pengguna dunia maya lah menjadi juri utama dalam menentukan bagaimana sebuah karya atau musisi digemari di masyarakat atau tidak. Media sosial juga berperan sebagai wadah untuk sebuah karya ditampilkan. Berbagai macam karya dan hiburan dapat diunggah secara gratis sehingga menjadi lapak ekspresi yang mudah dan murah, menjadi tempat yang tepat untuk musisi dalam merintis profesinya. Media sosial juga sebagai media promosi baik untuk musik juga musisinya, tanpa harus melakukan kegiatan yang bersifat luring yang mana tentunya kapasitas dan jangkauan masyarakat yang diraih juga tidak banyak, dan hanya dapat dilakukan oleh mayor label, namun dengan media sosial mampu menekan pengeluaran biaya promosi dan juga karya dapat dilihat kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun menjadi poin plus yang tidak ada dalam jenis promosi lain. Media sosial menjadi ladang untuk bisnis, pada dasarnya bahwa musik atau karya juga bertujuan sebagai komersil untuk menghargai penciptanya dan dengan adanya media sosial ini memudahkan dalam menjual sebuah karya. Dengan ditontonnya sebuah karya di Youtube yang kemudian memberikan

keuntungan secara finansial bagi para musisi yang mengunggah karyanya di Youtube tentunya harus sesuai ketentuan yang ada. Hal tersebut membuat semangat dan keinginan para musisi dalam menghasilkan sebuah karya untuk mengaet royalti yang lebih banyak lagi. Tidak hanya royalti namun dengan adanya ekosistem atau pengikut yang setia menjadi penonton karya dari musisi di platform media sosial itu mejadi nilai jual lebih yang mana bisa melirik perusahaan untuk bekerja sama. Dari fenomena ini juga dapat sebagai wujud pembelajaran belajar mengajar yang mana mahasiswa dengan arahan dosen juga memaksimalkan teknologi digital, internet sebagai guru privat baru dan mengasah cara berfikir kritis dalam mempromosikan sebuah musik sesuai ciri dan karakteristik platformnya, dan tidak hanya sebagai media pembelajaran namun juga sebagai wadah untuk menghasilkan karya yang terpublikasi dengan baik dan berproses untuk menjadi profesional tidak hanya di bidang musik dalam *recording*, *mixing*, *mastering*, namun juga dalam *branding* sebuah karya agar menjadi pendapatan finansial dan ladang bisnis dalam industri musik.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi, A. & Johan, S. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak Publisher.
- Asdiniah, E.N.A. & Lestari, T. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1675–1682.
- Ellefson D, dkk. (2003). *Making Music Your Bussiness : Panduan Memasuki Bisnis Musik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lellis, C. (2013). *Music Production: Recording A Guide for Producers, Engineers, and Musicians*. England: Taylor and Francis.
- Martarini, N.M.L., Yulianti, K.A.R., Sastaparamitha, N.N.A.J. (2021). Media Sosial dan Pembelajaran: Study Efektivitas Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Onoma*, 7(2), 375–382.
- Munir. (2012). *Pembelajaran Jarak Jauh*. Bandung: Alfabeta.
- Oktavia, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok dalam Proses Pemasaran Produk. *Jurnal Repository Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Rusman, Deni Kurniawan, Cepi Riyana. 2011. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunnikasi*. Jakarta : PT. Rajagraadifo Persada.
- Rukin. (2019). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Roey, I. 2013. *Mixing Audio Concepts, Practices, and Tools*. England : Taylor and Francis.
- Slamet. (2013). *Belajar dan Faktor–Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Steve. S. (2014). *Mixing and Mastering in The Box The Guide to Making Great Mixes and Final Masters on Your Computer*. Oxford: Oxford University Press.