



TREN DISTRIBUSI MUSIK DIGITAL

Saat rilisan fisik tak lagi bisa diandalkan, musisi tetap mampu bertahan di tengah masifnya pembajakan karya dan pengawasan lemah terhadap hak cipta

Oleh Erika Anindita

Kalau melihat ke belakang, ada dua ‘ombak besar’ yang aku tumpangi waktu itu: Prambors NuBuzz dan film *Kambing Jantan*,” ujar Adhitia Sofyan menceritakan faktor yang melejitkan namanya saat terjun ke dunia musik.

Kami bertemu Adhit di kantor konsultan bisnis digital Virtual Consulting, tempat dia sehari-hari *mangkal* sebagai *creative director*, Senin pekan lalu. Prambors NuBuzz adalah program tangga lagu berisi musisi-musisi independen yang mengudara di stasiun radio Prambors pada 2008. Sementara *Kambing Jantan* (2009) merupakan film yang diangkat dari novel pertama Raditya Dika, penulis yang tercatat memiliki 8 juta pengikut di jejaring sosial Twitter.

Lagu ‘*Adelaide Sky*’ milik Adhit

sempat bertengger di posisi puncak tangga lagu NuBuzz selama beberapa waktu ketika itu. Lagu yang juga mengisi film *Kambing Jantan* ini termasuk satu dari lima lagu yang terdapat dalam album pendek (*extended play/EP*) yang Adhit produksi sendiri pada 2007. Salah satu CD album hasil usaha swadaya tersebut dia kirimkan ke Prambors, dan ternyata memperoleh tanggapan positif.

Dalam rentang waktu yang berdekatan, Adhit juga ‘hadir’ dalam situs jejaring sosial dengan preferensi musik, MySpace. “Ketika lagu itu berhasil (direkam) lalu menjadi *file* MP3 yang orang bisa dengar, ada sesuatu untuk di-*upload* ke MySpace,” ujarnya. Pamor jejaring sosial tersebut kini redup, namun karier Adhit terus melaju.

Musisi yang telah menelurkan tiga album penuh ini mengakui bermusik—terutama bermain gitar—

adalah hobi lamanya. “Sebetulnya pada 2007 tidak ada keputusan untuk bermusik atau berhenti dari *advertising*. Cuma ya sudah jalan saja.” Di awal kemunculannya, pria ini kerap disebut *bedroom singer*, merujuk pada proses penciptaan lagu-lagu yang dia lakukan di kamar tidur, menggunakan peralatan sederhana, dan menghasilkan lagu dengan *laid back mood*—layaknya kamar tidur.

Namun, saat pengerjaan album-album selanjutnya, tepatnya sejak 2010, dia sudah tidak menyebutkan lagi istilah itu. Pasalnya, proses pengerjaan lagu-lagunya sudah banyak berlangsung di luar kamar—kecuali rekaman lagu lepas yang dia unggah ke kanal miliknya dalam situs YouTube, yang masih dia lakukan di kamar.

Selain berpredikat *bedroom singer*, Adhit juga terkenal sebagai ‘musisi murah hati’: dia membagikan seluruh albumnya secara gratis melalui *blog* yang juga berfungsi sebagai situs resminya. Musisi yang rilisan fisik albumnya dapat dibeli di Indonesia dan Jepang ini pun terbilang aktif merekam dan membagikan lagu lepas—biasanya berwujud rekaman ulang lagu-lagunya dengan aransemen berbeda—di situs penyedia layanan audio asal Jerman, SoundCloud.

Tindakan berbagi lagu gratis itu bukan lahir dari strategi pemasaran. “Situasi itu timbul dari keadaan. Saya sudah kerja di periklanan, sudah menikah, sudah punya anak,” ungkapnya. Opsi yang paling masuk akal—mengingat Adhit juga pernah membagikan EP-nya secara gratis—adalah membagikan album pertamanya, *Quiet Down* (2009), melalui internet.

Lantaran sudah bekerja di agensi periklanan Virus Communication, yang didirikan bersama istrinya, kegiatan bermusik Adhit pada 2007-2008 terhitung sampingan. “Waktu itu masih hobi, jadi itu [album] dikasih saja. Dibagikan gratis,” katanya. Di sisi lain, model berbagi lagu seperti yang dia lakukan 6-7 tahun lalu itu kebetulan masih langka.

Saat ini musisi lokal dan musisi luar negeri kerap membagikan *single* atau lagu gratis kepada pendengar. Bahkan, beberapa di antaranya membagikan album gratis, seperti yang dilakukan *band rock* asal Irlandia, U2, awal

September lalu. Bekerja sama dengan aplikasi penyedia layanan musik milik Apple, album baru bertajuk *Songs of Innocence* itu bisa diperoleh gratis oleh para pengguna iTunes. Beyoncé juga telah melakukan hal serupa pada akhir 2013. “Namun, internet hanya sebagai penyalur. Kalau orang tidak tertarik mendengar lagunya, mungkin *enggak* ke mana-mana juga,” kata Adhit.

Internet sebagai medium distribusi beragam karya, termasuk musik, sebetulnya memiliki rapor tersendiri. Beredarnya lagu-lagu bajakan berformat MP3, yang sangat mudah ditemui di dunia maya, sejak awal 2000-an ditengarai sebagai salah satu penyebab terus menurunnya penjualan rilisan fisik—dalam hal ini CD. Jika beberapa tahun lalu, orang masih bertanya kepada musisi, “CD Anda bisa dibeli di mana?”; kini pertanyaannya sudah berubah menjadi, “Lagunya bisa di-download di mana?”

Berkaca dari hasil riset Nielsen Entertainment Amerika sepanjang semester I-2014, penjualan album fisik menurun 14,9% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Sebaliknya, penjualan album berbentuk piringan hitam (*vinyl*) dan jumlah lagu yang didengar melalui layanan *streaming on-demand* terus meningkat. Penjualan *vinyl* tumbuh 40,4%; total *streaming* tumbuh 42% (dengan rincian *audio on-demand* 50,1% dan *video on-demand* 35,2%).

“Dengan jumlah *streaming on-demand* melewati 70 miliar lagu selama paruh pertama 2014, *streaming* terus memberi kontribusi signifikan untuk industri musik,” kata David Bakula, *Senior Vice President* Nielsen Entertainment, dalam laporan riset tersebut. Lebih lanjut, Bakula menyatakan, pertumbuhan konsumsi *streaming* dan penjualan *vinyl* menunjukkan ketertarikan pendengar untuk membeli dan mengonsumsi musik terus bertambah besar.

Distribusi melalui penyedia layanan musik *streaming*, atau sederhananya disebut toko digital, merupakan ‘alternatif baru’ bagi musisi untuk menyebarkan karya mereka ke penjuru dunia, tanpa gambar-gambar *go international*. Adalah Musikator.com, situs *aggregator* musik yang semula meru-

pakkan alamat bagi *blog* komunitas musisi-musisi di Bali, yang memelopori peran sebagai pengumpul konten dari *band-band* yang menyerahkan hak pengelolaan digital karya mereka.

Sejak mulai beroperasi pada akhir 2012 hingga saat ini, sekitar 300 *band* telah bergabung dengan Musikator. Terdapat lebih dari 1.000 lagu yang sudah dipasarkan melalui kerja sama dengan penyedia layanan musik global seperti MixRadio, Spotify asal Swedia, dan Deezer yang berpusat di Prancis. Musikator membuka pintu bagi para kreator, sebutan untuk musisi yang telah bergabung bersama mereka, termasuk musisi pemula—dengan catatan, karya yang mereka daftarkan produksi mereka sendiri. “Bukan menyanyikan lagu orang lain,” kata Robin Malau, pendiri Musikator.com.

Ia menyatakan, saat ini, paling tidak setiap hari ada satu *band* yang mendaftar ke Musikator. Meski berkembang, Musikator awalnya kesulitan ‘menarik’ musisi untuk bergabung. “Kendala kami adalah meyakinkan *band* untuk masuk ke digital,” ujar Robin. Tiga *band* pertama yang menyambut ajakannya ialah duo aliran elektronik Bottlesmoker, unit *rock* Burgerkill, dan trio alternatif Efek Rumah Kaca.

Tampilan situs Musikator yang sederhana, diakui Robin, tidak banyak berubah sejak awal berjalan. Perubahan terjadi saat ada tambahan *band-band* yang bergabung, meski kini nama-nama tersebut sudah tidak lagi diperbarui. Pemenang kompetisi *International Young Creative Entrepreneur* 2014 untuk kategori musik ini menyebutkan, dengan menyerahkan hak pengelolaan digital karyanya kepada Musikator, para kreator bakal memperoleh royalti dari empat model penghasilan: unduhan konten, *streaming* lagu, pengaksesan iklan (*ad clicks*), dan pembagian hasil layanan berlangganan (*subscription share*).

Adapun sistem pembagian penghasilan antara Musikator dengan kreator terbagi dalam dua model:

pertama 30:70; kedua 40:60. Robin menjelaskan, perhitungan penghasilan dibagi dengan ilustrasi berikut. Misalkan, total penghasilan layanan *streaming* Spotify dalam setahun jumlahnya US\$1juta. Musikator, sebagai *aggregator*, mencatatkan total *streaming* seluruh *band* yang tergabung di dalamnya sebesar 1%. Kue sebesar 1% ini kemudian dibagi dalam bentuk royalti kepada *band-band* anggota Musikator sesuai dengan jumlah *streaming* konten mereka masing-masing. Laporan royalti ada dalam halaman depan akun setiap *band* di laman Musikator.

Pengamat musik Denny Sakrie menyatakan, dari sisi produksi, distribusi karya secara digital memiliki banyak keuntungan. “Distribusi fisik menghabiskan banyak biaya, mulai dari *packaging* hingga *artwork*,” tukasnya. Denny menyayangkan metode pembelian lagu melalui toko digital, yang memerlukan kartu kredit, cenderung sulit. Ia mengusulkan, *provider* telekomunikasi bisa berperan, seperti saat era *ring back tone* (RBT) beberapa tahun lalu. Namun, ia juga mengingatkan, para musisi harus mendapatkan hak mereka. Persoalan hak kekayaan intelektual (HKI) harus diawasi di lapangan.

Robin mengatakan, “Musik digital bukan masa depan, tapi bisa membuka masa depan. Toko digital membuka pintu ke peluang-peluang lain.” Semoga musisi-musisi kita menyadari hal itu dan segera bergerak agar tidak ketinggalan gerbong. **B**

DI AMERIKA,
TOTAL
STREAMING
TUMBUH
42% (AUDIO
ON-DEMAND
50,1% DAN
VIDEO ON-
DEMAND
35,2%)

