

RANGKUMAN RISET

Pemetaan Ekologi Sektor Musik Indonesia



DAFTAR ISI

1	Kata Pengantar	31	1. Ekosistem Musik Bali
2	Rangkuman		a. Peran Ekosistem Musik Bali - Bali dan Balnesia
3	A. Analisis Kebijakan Terkait Musik di Indonesia	32	b. Peran Brand Clothing Lokal Dalam Ekosistem Musik Bali
14	B. Ekosistem Musik Independen di Indonesia: Studi Kasus Bandung, Jakarta, dan Bali	34	c. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur
	1. Ekosistem Musik Bandung	36	d. Simpulan dan Rekomendasi
	a. Peran Perusahaan Rokok, Brand Clothing Lokal, dan Pemerintah dalam Ekosistem Musik Independen Kota Bandung	38	C. Pembahasan dan Rekomendasi
			A. Artistik dan Nilai Kultural
17	b. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur	41	B. Jaringan Industri Pendukung dan Pendanaan
20	c. Simpulan dan Rekomendasi	44	C. Venue Musik dan Infrastruktur
21	1. Ekosistem Musik Jakarta	48	D. Rekomendasi
	a. Peran Para Music-Entrepreneur		
25	b. Maraknya Pertunjukan Musik		
27	c. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur		
30	d. Simpulan dan Rekomendasi		

Peneliti
Idhar Resmadi (Ketua Peneliti)
Rendy Pandita Bastari (Anggota Peneliti)

Desain
Sutri Agus

Maret 2020

The Fish Police di UK/ID Festival 2018. © British Council Indonesia

Musik merupakan bagian penting dari kehidupan budaya kita, kekuatan untuk memperkaya hidup kita, menjalin hubungan antar manusia, serta membentuk identitas dan tempat. Kehidupan artistik dan budaya kontemporer Indonesia sangat beragam, mengingat negara ini memiliki wilayah geografis yang terbentang luas di Asia Tenggara, dengan lebih dari 17,000 pulau – dan merupakan negara ke-4 terpadat di dunia. Indonesia memiliki lanskap musik yang berkembang sangat pesat. Sektor musiknya terus berkembang dan semakin diakui oleh dunia sebagai nilai bagi pertumbuhan ekonomi; dukungan terhadap para pekerjaan kreatif dan terampil, pariwisata, dan ekonomi yang hidup pada malam hari – dalam kata lain, sebuah mesin menuju dinamika budaya kota yang lebih luas.

Program-program musik British Council menghubungkan seniman, produser, organisasi, institusi, dan audiens secara internasional. Kami bekerja sama dengan rekan-rekan di seluruh dunia dalam merancang berbagai program dan proyek, untuk menanggapi berbagai konteks lokal dan bidang yang membutuhkan perhatian khusus di negara-negara tertentu, serta menjalin hubungan dengan sektor musik di Inggris.

Pada tahun 2016, dalam sebuah kunjungan penelitian di Jakarta dan Bandung, saya mengambil bagian dalam sebuah diskusi meja bundar dengan para pemangku kepentingan industri musik yang inspiratif dari berbagai sektor musik. Sangat terlihat adanya daya tarik dan kekaguman besar yang dimiliki oleh banyak musisi dan produser Indonesia terhadap sektor musik Inggris, termasuk pengetahuan tentang beragam musisi dan genre musik Inggris yang tidak saya duga. Hal penting lainnya yang mengejutkan saya adalah fakta bahwa sektor musik Indonesia berkembang dengan pesat melalui etos mandiri dan independen. Sejak saat itu, British Council mendukung UK/Indonesia 2016-18 (UK/ID) – sebuah kampanye tiga tahun yang membantu menghubungkan para seniman dan komunitas kreatif, menghabiskan waktu bersama, berkolaborasi dan menampilkan hasil karya-karya mereka di mata dunia. Program musik menjadi salah satu bagian utuh dari kampanye besar ini engan membuat jaringan antara banyak musisi, produser, praktisi musik, serta mendukung beberapa pertukaran yang menarik antara festival, organisasi, dan pembuat kebijakan. Di samping hasil beberapa kolaborasi artistik yang berkualitas, nilai yang terkandung pada pertukaran budaya ini adalah pengembangan kapasitas profesional di dalam dan untuk sektor tersebut, serta dukungan tenaga profesional dan pertukaran ilmu.

Pada tahun 2019, British Council Indonesia memfasilitasi sebuah penelitian untuk memetakan perkembangan lanskap industri musik di Indonesia untuk menelaah kerangka kerja operasional dan modelbisnis yang membantu para praktisi musik, termasuk pendanaan, sponsor dan pembiayaan, serta peraturan dan lisensi dalam industri musik. Hal-hal ini adalah kunci bagi British Council dapat fokus dalam memberikan dukungan melalui pemahaman tentang keseluruhan ekosistem musik, dan survei ini mengindikasikan beberapa tantangan dan peluang yang ada. Para peneliti mengambil tiga studi kasus komparatif dari tiga kota yang mempengaruhi dan mewakili sektor yang sedang berkembang: Bandung, Bali, dan Jakarta. Rangkuman laporan yang dihasilkan ini diharapkan dapat membantu mengidentifikasi kebutuhan sektor pengembangan musik untuk setiap daerah dan langkah-langkah yang akan meningkatkan pendekatan inklusif terhadap pertumbuhan di sektor musik.

Indonesia memiliki banyak orang berbakat, yang terbukti dengan berkembangnya sejumlah label rekaman baru, festival, dan konser musik di negeri ini. Jika hal-hal tersebut selama ini didorong oleh semangat DIY (*do-it-yourself*), terlihat dengan adanya keinginan besar dari para praktisi dan pemangku penting sektor musik dalam memformalisasikan kerangka kerja profesional dan memperbaiki infrastruktur yang ada – agar dapat mendukung pertumbuhan sektor musik dan menstabilkan sumber pendapatan bagi mereka yang bekerja dalam sektor ini.

Penelitian musik ini mengungkapkan beberapa tantangan khusus dari sektor musik di Indonesia. Hal ini tidak dimaksudkan sebagai pemetaan yang komprehensif sama sekali, dan juga tidak ditawarkan sebagai langkah-langkah untuk memperbaiki semua hal. Namun, kami berharap penelitian ini akan menawarkan wawasan yang berharga mengenai cara kerja sektor musik yang ada, serta menjadi rambu-rambu untuk memberikan arahan yang baru sebagai bentuk dukungan dan inspirasi untuk tujuan bersama.

Joel Mills

Senior Manager Program Musik,
British Council

RANGKUMAN

Indonesia memiliki potensi musik yang terus berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Muncul nama-nama band baru yang terus diperbincangkan, muncul ruang-ruang baru tempat komunitas musik berkumpul, hingga bermunculan beragam festival musik dengan beragam konsep menarik. Potensi musik Indonesia ini pun didorong dengan antusiasme anak muda sebagai pasar paling besar. Salah satu perkembangan ekosistem musik yang tengah bergeliat yaitu kancah musik independen.

Penelitian ini akan membahas ekosistem musik independen di Indonesia. Secara lebih spesifik, studi kasus dalam penelitian ini akan terfokus di 3 (tiga) kota yaitu Bandung, Jakarta, dan Bali. Karena tak bisa dipungkiri ketiga kota tersebut dapat merepresentasikan fenomena musik independen saat ini. Fenomena dari setiap kota akan dibahas, terutama dari segi aspek aktor-aktor (komunitas, industri, dan pemerintah) yang punya peran dalam ekosistem di ketiga kota tersebut dan kondisi venue musik dan infrastrukturnya sebagai faktor paling penting dalam ekosistem musik. Selain itu, pembahasan juga terkait pada persoalan kebijakan terkait musik, artistik dan nilai kultural, jaringan industri pendukung dan pendanaan, serta peran venue musik dan infrastruktur. Penelitian ini pun akan membahas studi kasus dengan ekosistem musik yang ada di Inggris sebagai bagian dari perbandingan yang diharapkan dapat menjadi model untuk pengembangan ekosistem musik.

Hasil akhir dari penelitian ini akan memunculkan beberapa rekomendasi serta sejumlah aksi yang diharapkan dapat menjadi solusi terhadap ekosistem musik independen Indonesia kedepannya. Terutama, dari aspek membangun kerjasama budaya yang lebih intensif antara komunitas musik di Indonesia dengan Inggris sehingga bisa tercipta koneksi demi masa depan ekosistem musik Indonesia.

A. Analisis Kebijakan Terkait Musik di Indonesia

Kebijakan/aturan yang terkait di bidang musik boleh dikatakan berlangsung cukup lama. Sejak masa Orde Lama, Orde Baru, hingga Pemerintahan Jokowi saat ini, terdapat beberapa kebijakan, aturan, atau regulasi yang berkaitan dengan musik. Selama periode pemerintahan tersebut tentu saja konteks pembangunan yang dihadapi dalam setiap regulasi tersebut berbeda-beda. Regulasi-regulasi yang berkaitan dengan musik punya hubungan dan konteks permasalahan yang dihadapinya seperti dalam bentuk pelarangan dan pencekalatan seperti yang terjadi pada era Orde Lama dan Orde Baru hingga sebagai bentuk pengembangan ekonomi kreatif pada era Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono dan Jokowi. Jika berbicara tentang kebijakan atau regulasi, tak bisa dilepaskan dari peran negara atau instrumen pemerintahan didalamnya. Sebelum membahas kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan ekosistem dan tata kelola industri musik, kita perlu menengok lebih jauh bagaimana peran negara dalam mendorong kebijakan yang berkaitan dengan musik terutama pada masa Pemerintahan Jokowi. Karena pada masa Pemerintahan Jokowi ini mulai hadir institusi Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Konferensi Musik Indonesia (KAMI), Undang-Undang No 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, dan Undang-Undang No 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Boleh dikatakan, pada fase ini musik menjadi tantangan tata kelola yang lebih baik.

Pada tahun 2015, pemerintah Soesilo Bambang Yudhoyono melalui kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengeluarkan *Rencana Pengembangan Industri Musik Nasional 2015-2019* yang kemudian menjadi cetak biru (*blue print*) pengembangan industri musik nasional. Pemerintah mulai menyadari potensi musik sebagai bagian dari prioritas industri kreatif. Dalam naskah buku ini, dituliskan berbagai hal yang berkaitan dalam pengembangan tata kelola musik mulai dari proses kreasi, reproduksi, distribusi, dan konsumsi. Mulai muncul upaya untuk melakukan pemetaan terhadap ekosistem industri musik yang terdiri dari rantai nilai kreatif, pasar, nurturance environment, dan pengarsipan.

Buku Cetak Biru (*blue print*) *Rencana Pengembangan Industri Musik Nasional 2015-2019* menjadi landasan yang cukup penting. Pada aspek pemerintahan salah satu tantangan yang dihadapi yaitu bagaimana kajian dalam buku ini dapat diimplementasikan ke dalam beragam program yang memiliki visi panjang dalam membangun ekosistem musik di Indonesia. Karena ketika mengacu pada tingkat lokal, dampak dari kajian yang ada dalam buku ini masih belum terasa riil. Para pelaku musik lebih banyak bergantung pada sektor industri swasta dibandingkan bergantung kepada kebijakan dan program pemerintah.

Pada masa Pemerintahan Jokowi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) kemudian berubah menjadi Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang diketuai oleh musisi senior Indonesia Triawan Munaf. Subsektor musik merupakan industri berbasis kreativitas yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi dan distribusi rekaman lagu. Subsektor musik merupakan sektor prioritas yang dikembangkan oleh Bekraf karena memegang peranan penting dalam ekonomi kreatif. Kontribusi subsektor musik terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) industri kreatif masih sangat kecil, tetapi diyakini memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Berdasarkan data BPS 2016 sumbangan subsektor musik hanya 0,48% dari total PDB industri kreatif di akhir tahun 2016 yang sebesar Rp922,59 triliun. Bekraf sedang berupaya untuk membangun sistem yang dapat mengidentifikasi dan mendata secara digital dalam rangka pengelolaan royalti musisi yang lebih baik. Selain itu,

Bekraf juga berupaya menangani pembajakan dengan melibatkan berbagai Kementerian/Lembaga lainnya agar seluruh pencipta lagu dan karya ciptaannya dapat terlindungi, dan termonetisasi dalam sebuah sistem berbasis IT yang professional (Retas, Vol. 9 Agustus 2018).

Berdasarkan survey Ekonomi Kreatif-BPS 2017, sumbangan subsektor musik terhadap PDB ekonomi kreatif masih di bawah satu persen (1%). Namun, musik masuk dalam empat besar subsektor dengan pertumbuhan tertinggi. Pada tahun 2017, subsektor musik tumbuh yang 7,26%, berada di urutan kedua setelah Desain Komunikasi Visual (DKV) yang tumbuh sekitar 10,26% (Retas, Vol. 9 Agustus 2018).

Untuk mengatasi persoalan ekosistem musik memang perlu ada kerjasama lintas sektoral antara pelaku industri musik, pemerintah, maupun pemilik modal. Bekraf kemudian menyiapkan sebuah peta jalan (*road map*) mengenai tata kelola musik berdasarkan *big data*, yakni terbangunnya “Portamento Project”, sebuah sistem pengelolaan informasi terpadu untuk hak cipta lagu yang bakal mengakomodasi semua pelaku musik di Indonesia. Diharapkan platform ini dapat menjawab tantangan industri musik di era digital terutama mengenai hak cipta dan royalti¹. Sistem yang kini sedang dalam tahap kajian dan pengembangan ini akan menghubungkan semua pelaku ekosistem musik, mulai dari investor hingga lembaga negara seperti Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak. Sistem ini akan menggantikan pengaturan hak cipta musisi dan royaltinya yang selama ini dilakukan Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LKMN). Diharapkan melalui “Portamento”, tata kelola yang berkaitan dengan royalti dan perkembangan teknologi digital ada jalan keluarnya. Perancangan Portamento ini boleh terbilang ambisius karena akan menjadi model sistem pengelolaan *big data* pertama yang ada di dunia.

Selain beberapa program tersebut, pemerintah melalui Bekraf juga memiliki beberapa program yang berkaitan dengan pengembangan musik antara lain²:

1. Membawa beberapa talenta Indonesia serta program musik Hello Dangdut ke SXSW;
2. Bantuan Pemerintah (Banper) revitalisasi ruang kreatif, sarana fisik, dan teknologi informasi dan komunikasi;
3. Digitalisasi Lagu Museum Musik Indonesia;
4. Dukungan Ambon Kota Musik Dunia;
5. Penyelenggaraan Konferensi Musik Indonesia;
6. Synchronize Fest 2016, 2017, 2018;
7. Bandung Philharmonic 2016, 2017 & Jakarta City Philharmonic 2016, 2017, 2018;
8. Fasilitasi BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan untuk pelaku kreatif bidang musik;
9. Program wRockshop;
10. Program sertifikasi profesi musik;

11. Litzomania 2016, 2017, 2018;
12. Travel Grant kepada beberapa musisi lokal untuk tour luar negeri.
13. Bantuan Pemerintah untuk kota Ambon berupa studio rekaman dan ruang pertunjukan;
14. Pendukung keikutsertaan para pelaku industry musik ke acara *Marché International du Disque et de l'Edition Musicale (MIDEM)*; dan lainnya.

Mengacu dari beberapa program tersebut, apa yang dilakukan Bekraf berupa bantuan (support) finansial, pemberian fasilitas, atau penyelenggaraan kegiatan/event. Beberapa ruang kreatif (creative hub) cukup terbantu dengan pemberian fasilitas infrastruktur seperti tata suara, tata lampu, panggung, dan renovasi. Bekraf sendiri cukup aktif dalam mendorong dan membantu musisi untuk tampil di luar negeri seperti tur ke luar negeri, Hello Dangdut, program SXSW, dan bantuan tur lainnya. Meski mengacu pada kasus yang terjadi dengan Efek Rumah Kaca, perlu ada inovasi dari pemerintah agar prosesnya tidak berbelit dan lebih “fleksibel”.

Beberapa program yang dijalankan Bekraf tidak memfokuskan pada kebijakan publik jangka panjang. Padahal apa yang dibutuhkan oleh stakeholder musik saat ini yaitu hadirnya peran negara dalam membangun komitmen untuk mengimplementasikan aturan perundangan yang sinergis sehingga mampu menjawab kebutuhan para pelaku industri musik, terutama melalui pembangunan infrastruktur seperti gedung pertunjukan di setiap daerah, mempermudah perizinan acara musik, bantuan fasilitas dan pendidikan musik, hingga membangun strategi budaya ke luar negeri. Pada tahun 2019 ini, Bekraf sendiri kemudian akhirnya melebur kembali dengan Kementerian Pariwisata sehingga menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf).

Pada awal 2019 lalu, muncul RUU Permusikan yang kontroversial. Materi-materi yang ada di dalam undang-undang tersebut memunculkan beragam persoalan baru. Beberapa pasal yang ditentang dalam RUU Permusikan itu antara lain Pasal 5 yang berisi: a) mendorong khalayak melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat aditif lainnya; b) memuat konten pornografi, kekerasan seksual, dan eksploitasi anak; c) memprovokasi pertentangan antarkelompok, antarsuku, antarras, dan/atau antargolongan; d) menistakan, melecehkan, dan/atau menodai nilai agama; e) mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum; f) membawa pengaruh negatif budaya asing; dan/atau g) merendahkan harkat dan martabat manusia. Isi dalam pasal ini dianggap sebagai pasal karet yang dapat mengancam kebebasan berekspresi para musisi.

¹ <https://katadata.co.id/berita/2019/05/03/portamento-siap-luncur-di-2020-big-data-raksasa-untuk-royalti-musik> diakses pada 9 Oktober 2019

² <https://www.bekraf.go.id/berita/page/8/31-hari-musik-nasional-sebuah-refleksi-untuk-bertindak-nyata> diakses pada 9 Oktober 2019

Beberapa isi materi dalam RUU Permusikan juga dianggap hanya menguntungkan para musisi dari pihak industri rekaman besar (baca: mainstream/major label). Hal ini tercantum dalam Pasal 10 RUU Permusikan yang mengatur distribusi karya musik dengan tidak memberikan ruang kepada musisi untuk melakukan distribusi karyanya secara mandiri. Pasal ini sangat berpotensi memarginalisasi musisi, terutama musisi independen. Pasal lainnya yang ditentang yaitu pasal mengenai uji kompetensi dan sertifikasi yang dianggap akan menciptakan jurang diskriminasi antara musisi yang belajar secara formal dengan musisi yang belajar secara informal. Apalagi banyak musisi-musisi di Indonesia justru besar dengan cara belajar musik otodidak. Karena saking derasnya protes dan viral di berbagai media massa maka akhirnya RUU Permusikan pun dibatalkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Sampai saat ini belum ada aturan berupa undang-undang yang secara formal mengatur tentang tata kelola dan ekosistem musik di Indonesia. Hadirnya RUU Permusikan ini membuktikan kegagalan pemerintah dalam menangkap aspirasi pelaku musik di Indonesia. Seharusnya dalam membuat kebijakan terkait musik, pemerintah perlu melibatkan para musisi dari kalangan manapun (musisi indie, musisi kafe, musisi tradisi, musisi mainstream, musisi orkestra, hingga pengajar musik) sehingga menghasilkan kebijakan yang inklusif, tanpa adanya diskriminasi terhadap satu kalangan musisi.

Setelah gugurnya RUU Permusikan, tak ada kebijakan yang secara khusus membahas musik. Namun ada beberapa aturan perundangan yang memiliki keterkaitan dengan musik yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2018 Tentang Serah Simpan Karya Cetak dan Karya Rekam, dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Semua undang-undang tersebut memiliki keterkaitan dalam konteks pengembangan musik dalam aspek hak cipta, pendataan dan pengarsipan, infrastruktur musik, dan pengembangan ekonomi kreatif.

Pada fase ini, terjadi disrupsi digital yang mau tidak mau mengubah wajah industri musik Indonesia. Kehadiran teknologi digital ini memunculkan berbagai platform yang menjadi sumber bisnis baru. Para pelaku industri musik sudah kian meninggalkan pola-pola bisnis konvensional dan mulai beralih pada pemanfaatan streaming digital seperti Spotify, Joox, Deezer, hingga Youtube. Persoalan yang muncul adalah bagaimana tata kelola musik yang dapat memberikan manfaat kepada pelaku musik. Musik sudah jadi bagian dari pengembangan industri kreatif. Meski sumbangsih musik masih terasa minim pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) yang hanya kurang 1% dari total pendapatan negara³. Tapi pemerintah sudah mulai peduli terhadap pengembangan subsektor musik.

Tabel: Analisa berbagai aturan/rekomendasi kebijakan terkait musik dan dampak pembangunannya

Kebijakan/Aturan/Rekomendasi	Dampak Pembangunan
Rencana Pengembangan Industri Musik Nasional 2015-2019	Muncul cetak biru (<i>blue print</i>) pengembangan tata kelola dan ekosistem musik dan mendorong badan pemerintah seperti Bekraf (kini Kemenparekraf/Baparekraf) agar mengimplementasikan programnya sesuai Rencana Pembangunan Industri Musik Nasional 2015-2019
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta	Masih lemahnya mekanisme pengumpulan royalti saat ini dikarenakan belum adanya sistem pendataan terpadu mengenai karya rekam musisi di Indonesia. Sehingga, untuk mendorong terciptanya sistem royalti yang jelas dan transparan dan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini, pemerintah membangun sebuah platform big data bernama Portamento. Selain itu pemerintah juga perlu mengembangkan model undang-undang hak cipta terbaru yang lebih modern sesuai perkembangan teknologi.
Undang-Undang Pemajuan Kebudayaan No 5 Tahun 2017	Hadirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan menjadi legitimasi penting dalam menjadikan kebudayaan sebagai pilar pembangunan Indonesia kedepannya. Adanya undang-undang ini dapat mendorong pemerintah untuk merealisasikan berbagai kebijakan, aturan, regulasi, dan program terutama di tingkat lokal untuk mendorong kegiatan-kegiatan kebudayaan termasuk musik terutama pada aspek perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan.
Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2018 Tentang Serah Simpan Karya Cetak dan Karya Rekam	Perlu adanya pendataan dan pengarsipan para pelaku musik yang dilakukan oleh negara. Karena selama ini pendataan dan pengarsipan saat ini dilakukan oleh lembaga swasta seperti Irama Nusantara atau para kolektor musik. Padahal, pendataan dan pengarsipan sangat penting karena sesuai dengan rekomendasi musisi di KAMI 2019 dan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif.
Rekomendasi 12 Rencana Aksi Konferensi Musik Indonesia 2018	Konferensi yang berlangsung selama 3 (tiga) hari tersebut melahirkan beberapa butir rekomendasi tentang tata kelola dan ekosistem musik yang akan disampaikan kepada Presiden Jokowi. Rekomendasi ini akhirnya difokuskan kedalam 3 (tiga) hal yaitu sistem pendataan terpadu, infrastruktur musik, dan pendidikan musik.
Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif	Undang-undang ini dapat menjadi payung hukum para pelaku kreatif termasuk musisi untuk mendorong pemerintah dalam menyediakan beberapa hal terutama riset musik, penyediaan infrastruktur, dan pendidikan musik.

Sumber: Diolah Penulis

³ <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/03/10/p5cb8r313-bekraf-kontribusi-musik-ke-pdb-kecil> diakses pada 9 Oktober 2019

Pada masa pemerintahan Jokowi muncul angin segar dari Konferensi Musik Indonesia. Suatu konferensi nasional yang membicarakan tata kelola ekosistem musik di Indonesia. Pembahasan dalam KAMI 2018 terutama menyangkut pengaruh dari disrupsi digital dan pencanangan Kota Musik Ambon. Berdasarkan hasil observasi di Konferensi Musik Indonesia (KAMI) tahun 2018 terdapat 12 rekomendasi yang berkaitan dengan pengembangan ekosistem musik, antara lain:



Berdasarkan hasil observasi di Konferensi Musik Indonesia (KAMI) tahun 2018 dan 2019, terdapat **12 rekomendasi** yang berkaitan dengan pengembangan ekosistem musik, antara lain:

1. Segera wujudkan sistem pendataan terpadu musik Indonesia yang melibatkan jaringan data lintas lembaga, kementerian dan pusat data masyarakat dengan mekanisme yang menjamin akses bagi seluruh pemangku kepentingan di bidang musik Indonesia.

1

2. Mengarusutamakan musik dalam pendidikan nasional dan diplomasi budaya Indonesia untuk memperkaya bentuk bentuk pemanfaatan musik sebagai ekspresi budaya, aset ekonomi dan pembentuk karakter bangsa.

2

3. Meningkatkan apresiasi dan literasi musik melalui penguatan dan standarisasi kurikulum pendidikan musik di sekolah dasar dan menengah serta peningkatan kompetensi pengajar musik di sekolah.

3

4. Membangun pendidikan musik Indonesia yang relevan dengan konteks lokal setiap daerah di Indonesia guna melahirkan para pencipta, para pekerja musik, dan para akademisi musik.

4

5. Mendorong terwujudnya keadilan gender dalam musik Indonesia melalui pemberlakuan klausul yang responsif gender dalam kontrak kerja sama dengan musisi sebagaimana yang tercantum dalam peraturan ketenagakerjaan serta pemberlakuan aturan yang melarang kekerasan dan pelecehan seksual di ruang-ruang bermusik.

5

6. Mendorong terwujudnya sistem dan mekanisme distribusi digital yang memastikan terjaminnya akses yang transparan, berbasis waktu nyata, dapat diandalkan, serta melindungi karya cipta musik Indonesia.

6

7. Mendorong terwujudnya infrastruktur pertunjukan, pendidikan, dan produksi musik yang memenuhi standar kelayakan, relevan dengan budaya lokal dan menjamin terwujudnya akses yang meluas, merata, dan berkeadilan.

7

8. Mendorong perlindungan dan pengembangan ekosistem musik etnik melalui pertukaran musisi antardaerah, kepastian berkelanjutan lingkungan dan sumberdaya alam serta pemberlakuan mekanisme pembagian manfaat yang layak atas segala bentuk pemanfaatan musik etnik.

8

9. Meningkatkan kesejahteraan musisi Indonesia melalui pembentukan sistem penentuan tarif royalti nasional, mekanisme pembagian royalti yang berkeadilan, sistem pemantauan, mekanisme penegakan hukum atas setiap pelanggaran hak kekayaan intelektual musisi, serta penetapan standar upah minimum musisi.

9

10. Mendorong peningkatan pemahaman dan kecintaan masyarakat terhadap musik Indonesia melalui penyebaran wawasan sejarah musik dan kritik musik yang dimotori oleh jurnalisme musik yang profesional.

10

11. Meningkatkan kepastian dan profesionalitas para pemangku kepentingan musik dan pendidikan musik dengan memperbanyak jumlah lembaga pendidikan musik dan manajemen musik, serta sinkronisasi lembaga sertifikasi kompetensi dan profesi di bidang musik yang mengacu pada kekhasan kondisi Indonesia.

11

12. Mendorong terwujudnya tata kelola industri musik Indonesia masa depan dengan peningkatan profesionalitas manajemen musisi, label, dan penerbit musik melalui pembagian peran yang jelas guna mendorong kreatifitas dan produktifitas musisi.

12

3 poin

Dari duabelas poin itu kemudian dikerucutkan menjadi 3 (tiga) poin yaitu: sistem pendataan dan pengarsipan terpadu, infrastruktur musik, dan pendidikan musik.

Setahun berikutnya pada KAMI 2019 tema yang dibahas antara lain serikat pekerja musik, tata kelola musik digital, dan kota musik. Dari ketiga paparan di pleno KAMI 2019, dapat disimpulkan jika diperlukan adanya serikat pekerja untuk pelaku musik yang dapat menjadi mediator dalam melindungi para musisi ini dari relasi kuasa yang tidak berimbang. Poin dari Serikat Pekerja Musik ini agar bisa memperjuangkan nasib pekerja musik, terutama dari sisi ketenagakerjaan, standar imbalan, finansial bagi pekerja musik, dan mengatasi masalah diskriminasi gender maupun kekerasan seksual di skena musik. Karena pelaku musik di Indonesia sangat luas dan beragam, seperti musisi seperti musisi industri, independen, tradisional, musisi kafe, dan musisi jalanan. Mereka masing-masing bisa membentuk serikat pekerja musik dengan isu masing-masing lalu ada konfederasinya untuk alokasi ke tingkat pusat.

Poin pentingnya lagi keberadaan Serikat Pekerja musik ini dapat menjadi mitra pemerintah. Selama ini dalam membuat kebijakan terkait musik seringkali musisi tak pernah dilibatkan. Sementara pada satu sisi, pemerintah juga membutuhkan pihak kemitraan dari musisi untuk mendorong kebijakan yang inklusif bagi para pelaku musik dari berbagai kalangan manapun. Namun, serikat pekerja musik harus transparan dan

mudah diakses, dengan aturan jelas dan mengikuti regulasi yang berlaku. Serikat juga harus sensitif gender dan punya kebijakan afirmatif untuk mendorong perempuan untuk terlibat aktif didalamnya

Selain hasil amanat KAMI 2018 dan 2019, aturan hukum untuk pengembangan ekosistem musik lewat Undang-Undang No 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Hadirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan menjadi legitimasi penting dalam menjadikan kebudayaan sebagai pilar pembangunan Indonesia kedepannya. Pembangunan kebudayaan (cultural development) dapat memberikan dampak ekonomi dan sosial di masa yang akan datang. Persoalan untuk menjadikan musik sebagai bagian integral dalam pembangunan kedepannya saat ini sudah ada keputusan yang jelas dan legal. Musik adalah bagian dari kebudayaan yang punya potensi besar baik secara budaya, ekonomi, dan sosial. Pengembangan subsektor musik melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan menjadi sesuatu yang penting karena mencakup mulai dari pemajuan kebudayaan, perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, pembinaan, objek pemajuan kebudayaan, pokok pikiran kebudayaan daerah, strategi kebudayaan, rencana induk pemajuan kebudayaan, hingga sistem pendataan kebudayaan.



Kunokini di pembukaan UK/ID Festival 2018, Archipelago Festival. © British Council Indonesia

Secara garis besar terdapat 4 (empat) poin dalam upaya pemajuan kebudayaan yang berdampak pada ketangguhan ekosistem musik yaitu

- Pelindungan, meliputi pengarsipan musik, khususnya terkait tindak inventarisasi, pengamanan, pemeliharaan, penyelamatan, dan publikasi
- Pengembangan, meliputi produksi, distribusi, pementasan, apresiasi, dan pendidikan
- Pemanfaatan, meliputi dukungan keragaman produksi dan apresiasi
- Pembinaan, meliputi penguatan kualitas dan standar pendidikan

Musik sebagai salah satu aspek dalam kebudayaan tentu menjadi hal yang sangat penting dan strategis untuk dikembangkan. Adanya undang-undang ini dapat mendorong pemerintah untuk merealisasikan berbagai kebijakan, aturan, regulasi, dan program terutama di tingkat lokal untuk mendorong kegiatan-kegiatan kebudayaan. Melalui undang-undang ini, pemerintah harus memberikan berbagai fasilitas dan upaya dalam menjadikan musik sebagai bagian dalam proses kerja jangka panjang dalam pembangunannya. Pemerintah diharuskan melakukan inventarisasi potensi, membangun strategi kebudayaan, termasuk mendorong terciptanya infrastruktur kebudayaan seperti gedung kesenian, gedung konser, *creative hub*, taman budaya, innovation park, dll. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus mendorong terjadinya tata kelola musik dan ekosistem yang baik yang bersinergi dengan para *stakeholder* musik. Hadirnya undang-undang ini pula *stakeholder* harus mengawasi dan mendorong pemerintah, terutama sesuai janji Presiden Jokowi akan hadirnya Dana Perwalian Kebudayaan sebesar Rp 5 triliun mulai tahun 2020⁴. Untuk itu pelaku dan komunitas musik perlu mengawal secara serius agar dana Perwalian Kebudayaan ini digunakan sesuai dengan kebutuhan stakeholder musik di daerahnya masing-masing.

Selain Undang-Undang No 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, hadirnya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif dapat menjadi payung dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia salah satunya musik. Sehingga berbagai hal mulai dari definisi pelaku kreatif, tujuan, pengembangan ekosistem ekonomi kreatif, hingga peraturan pelaksana terkait ekonomi kreatif. Undang-undang ini relatif masih baru karena baru disahkan dan ditandatangani Presiden Jokowi pada akhir November 2019 lalu. Undang-undang ini menjadi hal

yang sangat penting bagi para pelaku ekonomi kreatif, termasuk musik.

Dari beberapa paparan di atas, aspek pengembangan ekosistem dan peraturan pelaksana merupakan hal yang penting karena dapat menjadi landasan dalam mengembangkan ekonomi kreatif baik di tingkat pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Terkait ekosistem ekonomi kreatif, terdapat 8 (delapan) pengembangan ekosistem ekonomi kreatif seperti yang terdapat dalam Pasal 10 yaitu:

- a. Pengembangan riset
- b. Pengembangan pendidikan
- c. Fasilitasi pendanaan dan pembiayaan
- d. Penyediaan infrastruktur
- e. Pengembangan sistem pemasaran
- f. Pemberian insentif
- g. Fasilitasi kekayaan intelektual
- h. Perlindungan hasil kreativitas

Mengacu pada aturan perundangan ini, terdapat beberapa aspek yang sesuai dan relevan dengan rekomendasi para pelaku musik di Konferensi Musik Indonesia (KAMI) 2018 terutama aspek riset, pendidikan, dan penyediaan infrastruktur. Dengan hadirnya undang-undang ini semoga saja janji Menteri Perekonomian Sri Mulyani saat di Konferensi Musik Indonesia (KAMI) 2018 di Ambon untuk menyediakan gedung pertunjukan di setiap daerah di Indonesia dapat terlaksana. Untuk itu diperlukan kerjasama antarsemua pihak agar berbagai kebijakan/undang-undang tersebut dapat diimplementasikan sesuai kebutuhan di setiap daerah.

Kenapa pentingnya membangun peran “middle man” atau “mediator” *antarstakeholder* musik, karena pada saat observasi penelitian berlangsung, hampir tidak ada undang-undang atau kebijakan terkait pengembangan ekosistem musik di tingkat kota di Bandung, Jakarta, dan Bali. Di setiap kota tersebut musik hanya menjadi bagian program jangka pendek, seperti terkait perizinan acara atau festival tahunan daerah. Kalau berbicara stakeholder juga boleh dikatakan komunitas musik ini tidak terlalu banyak bergantung kepada pemerintah. Dalam melaksanakan kegiatan musiknya lebih banyak melibatkan pihak swasta (perusahaan rokok dan brand clothing lokal). Komunitas musik belum terlalu banyak dilibatkan dalam pembentukan program atau kebijakan yang dibuat oleh pemerintah terutama terkait musik.

Dalam ranah kebijakan, maka diperlukan peran *music think-tank* sebagai “middle-man” atau “mediator” antar *stakeholder* musik (komunitas, industri, akademisi, dan pemerintah) untuk mendorong dan menciptakan berbagai kebijakan dan rekomendasi berdasarkan riset permasalahan di lapangan. Peran *music think-tank* melakukan berbagai kegiatan dari riset, lobi, kampanye, kemitraan, dan pendidikan terkait pengembangan ekosistem musik. Peran *music think-tank* ini akan menjadi sangat penting jika bisa dikembangkan setiap kota/daerah. Pembentukan *music think-tank* dapat mendorong terciptanya berbagai advokasi kebijakan baik pada level nasional maupun level daerah. Peran *music think-tank* dapat memberikan sejumlah rekomendasi kepada pemerintah dalam pengembangan ekosistem musik, terutama persoalan-persoalan yang ada di lapangan seperti venue dan infrastruktur, perizinan, tata kelola, bisnis musik, dan masih banyak lagi. Dari hasil observasi, maka aspek yang tak kalah penting dalam pengembangan ekosistem musik di Indonesia yaitu peran kebijakan atau advokasi. Banyak kegiatan dan program terkait musik yang tidak melibatkan para pelaku musik. Boleh dikatakan apa yang belum ada dalam ekosistem musik di Indonesia adalah peran advokasi musik. Maka

untuk itu dibutuhkan peran *music think-tank*.

Salah satu peran *music think-tank* yang dapat dijadikan studi kasus adalah apa yang dilakukan oleh UK Music⁵. Sejak berdiri pada tahun 2008, UK Music adalah sebuah badan *music think-tank* yang didanai oleh industri dan para pelaku musik di Inggris. Peran UK Music mewakili persoalan yang ada dalam ekosistem musik di Inggris. Mereka mewakili semua *stakeholder* musik di Inggris mulai dari label rekaman, penerbit musik (major dan independen), penulis lagu, komposer, penulis lirik, musisi, manajer, produser, promotor, venue, dan kolektif komunitas. UK Music melakukan berbagai kerja terkait ekosistem musik mulai dari membuat berbagai lobi, kampanye, rekomendasi, kebijakan, promosi, penelitian, pengelolaan hak cipta, pendidikan, dan mendorong munculnya talenta musisi baru di industri musik Inggris. Salah satu peran yang sangat penting dilakukan yaitu advokasi kepada pemerintah terkait. Melalui peran UK Music, diharapkan persoalan yang dihadapi oleh ekosistem musik bisa didengarkan oleh pihak pemerintah agar muncul aturan, rekomendasi, dan kebijakan terkait ekosistem musik yang relevan dengan persoalan di akar rumput. Selain itu mereka juga berkolaborasi dengan pihak akademisi/universitas dalam melakukan riset terkait nilai ekonomi dalam ekosistem musik melalui riset *Music by Numbers*, *Measuring Music*, dan *Wish You Were Here*.



Deaf Rave di UK/ID Festival 2018. © British Council Indonesia

⁴ <https://www.antaraneews.com/berita/939543/lembaga-dana-perwalian-untuk-kebudayaan-mulai-aktif-2020> diakses pada 26 November 2019

⁵ Informasi lebih jauh tentang UK Music bisa diakses di www.ukmusic.org (diakses pada 3 Februari 2020)

B. Ekosistem Musik Independen di Indonesia: Studi Kasus Bandung, Jakarta, dan Bali

1. Ekosistem Musik Bandung



a. Peran Perusahaan Rokok, Brand Clothing Lokal, dan Pemerintah dalam Ekosistem Musik Independen Kota Bandung

Rokok menguasai hampir seluruh ekosistem musik independen di Bandung. Semua perusahaan rokok berinvestasi hampir di segala sektor ekosistem musik, mulai dari membuat *gigs/showcase* musik, media, pembiayaan tur, festival, hingga venue (*hangout places*). Hal ini membuat ekosistem musik Kota Bandung “bergantung” pada perusahaan rokok. Pertunjukan musik yang ada pun tak lebih sekedar “perpanjangan tangan” industri rokok.

Peran perusahaan rokok ini sangat vital. Perwakilan perusahaan rokok yang dominan di Kota Bandung dalam beberapa tahun terakhir ini yaitu DCDC (Djarum Coklat), Kolektif Ngawur (Sampoerna), Siasat Partikelir (Sampoerna), Super Music (Djarum Super), dan Super Generation (Djarum Super). Perusahaan rokok dapat memberi biaya yang besar untuk pertunjukan musik dengan produksi acara lebih bagus dibandingkan dengan acara musik kolektif *Do-It-Yourself*. Namun, biasanya pertunjukan musik rokok juga dibebani dengan target *Key Performance Indicator* (KPI) untuk mendatangkan banyak penonton. Perusahaan rokok lebih kepada menekankan aspek promosi dan marketing *brand* mereka melalui aktivasi kegiatan musik. Sehingga pertunjukan pun dibuat gratis dan hanya mengandalkan band-band besar yang sudah terkenal. Hal ini tentu saja berdampak pada tingkat apresiasi dan regenerasi band karena berakibat pada minimnya ruang-ruang untuk band-band baru. Atau band-band baru ini perlu berkompetisi dengan beberapa band yang sudah terkenal agar bisa mendekati perusahaan rokok. Pemerintah Indonesia sendiri makin membuat regulasi yang sangat ketat terhadap rokok yang bukan tidak mungkin tentu akan berdampak kepada ekosistem musik di Indonesia dalam jangka panjang.

Terdapat juga dukungan ekosistem musik oleh *brand clothing* lokal. Namun, *brand clothing* lokal ini juga masih sebatas kepada promosi dan pemasaran produk mereka. Dukungan terhadap musik tak lebih berupa dukungan “seadanya”. Beberapa cara dukungan *brand clothing* lokal biasanya berupa memberikan gratis produk mereka untuk dipakai band atau memberikan sejumlah dana untuk pertunjukan musik. Tak banyak *brand clothing* lokal yang mengembangkan ke sektor bisnis musik seperti label rekaman, event organizer, media musik, publisher, festival musik, atau promotor band. Aspek musik oleh *brand clothing* lokal ini lebih kepada promosi brand atau produk melalui kegiatan komunitas musik. Jadi, dukungan *brand clothing* lokal pun bukan dalam dukungan jangka panjang terhadap ekosistem musik.

Karena para pelaku ekosistem musik banyaknya perusahaan rokok dan *brand clothing* lokal membuat tak banyak muncul inisiator/inovator dalam bidang *music-entrepreneurship* untuk

promotor musik, event organizer, label rekaman, management artis, dan media musik yang profesional. Hal ini mengindikasikan adanya semacam minimnya inisiasi dan pengetahuan bisnis musik (*lack of music business*) yang relevan dengan kebutuhan industri musik saat ini. Padahal ekosistem musik yang baik akan terus berkembang jika muncul pelaku-pelaku musik dari sektor lainnya. Untuk itu diperlukan semacam difusi inovasi yang dapat memberikan pengetahuan baru agar muncul sektor-sektor lainnya terkait industri musik semisal, promotor musik, event organizer, label rekaman, management artis, dan media musik. Tantangan yang dihadapi oleh pelaku musik ini pun cukup mengkhawatirkan mulai dari kompetisi harga, mahalnya izin acara musik, dan mahalnya biaya produksi acara musik. Sehingga pelaku komunitas musik lebih memilih bekerjasama dengan perusahaan rokok yang memang memiliki kemampuan dana yang sangat besar untuk kegiatan musik.

Pemerintah Kota Bandung sendiri sudah mulai mendukung ekosistem musik melalui hadirnya Festival Musiconic melalui program inkubasi untuk komunitas musik. Namun, pemerintah belum terlalu banyak merangkul dan memberikan ruang kepada komunitas musik indie lainnya. Sehingga, boleh dikatakan dukungannya masih parsial dan belum berdampak secara menyeluruh. Terkesan hanya bersifat seremonial jangka pendek semata. Padahal yang dibutuhkan oleh komunitas musik saat ini adalah sesuatu yang bersifat jangka panjang terutama infrastruktur musik seperti gedung pertunjukan, kemudahan dan standarisasi perizinan agar tidak mahal dan tidak rawan pungli, dukungan fasilitas pendidikan musik, dan bantuan tur ke luar negeri karena membawa nama negara Indonesia. Sehingga pemerintah sebaiknya fokus juga pada kebijakan dan sosialisasi seperti menerbitkan peraturan walikota (Perwal) mengenai standarisasi perizinan pertunjukan musik menjadi lebih mudah dan murah.

Komunitas musik indie di Kota Bandung ini boleh dikatakan lemah secara politis karena kurangnya mediasi antara pemerintah dan komunitas untuk mendengarkan aspirasi dan kebutuhan mereka. Kebijakan dan program yang dibuat pemerintah juga terkesan masih kurang melibatkan pelaku musik secara merata. Untuk itu diperlukan peran “middle man” atau “mediator” yang tepat dan dapat mengakomodasi semua kebutuhan stakeholder musik di Kota Bandung. Peran mediator tersebut dapat menjadi jembatan kebutuhan komunitas musik kepada pemerintah sehingga dapat mendorong terjadinya kebijakan publik dan program yang inklusif dan sesuai dengan kebutuhan yang sesuai dan berdampak secara sosial, budaya, dan ekonomi. Untuk memiliki kebijakan dan program yang berdampak secara sosial, budaya, dan ekonomi pemerintah perlu “mendengarkan” aspirasi dan kebutuhan komunitas musik yang lebih memahami dinamika dan pasar di industri musik.

Terdapat kontestasi antaraktor dalam ekosistem musik di Kota Bandung. Hal ini terlihat dari belum sinergisnya antara komunitas musik, brand clothing lokal, perusahaan rokok, dan pemerintah. Semua aktor terlihat memiliki cara dan perannya masing-masing sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Aktor yang sangat kuat perannya dalam ekosistem musik di Kota Bandung yaitu perusahaan rokok dan *brand clothing* lokal.

Perusahaan rokok terbentur kepada berbagai regulasi yang membuat mereka tentu tak bisa bebas dalam menjalankan pertunjukan musik karena mereka dibebani berbagai target *marketing*. Perusahaan rokok mendukung ekosistem musik ini tak lebih sekedar cara promosi mereka yang sudah kian terbatas akibat regulasi dari pemerintah. Pada akhirnya peran perusahaan rokok ini adalah upaya promosi dan *marketing* mereka yang telah disesuaikan dengan kebutuhan segmentasi dan positioning perusahaan rokok tersebut.

Pertunjukan musik yang digelar oleh *brand clothing* lokal dan kolektif DIY tentu saja sangat terbatas. Peran *brand clothing* lokal ini sangat dibatasi oleh kepentingan mereka untuk promosi dan pemasaran produk mereka. Dukungan pun sebatas memberikan sejumlah dana dan produk. Belum banyak *brand clothing* lokal yang terjun berinvestasi ke dalam sektor musik secara

profesional seperti menjadi label rekaman, publisher, event organizer, atau media musik. Keterbatasan dana membuat mereka lebih fokus membuat pertunjukan musik di kedai kopi, kafe, bekas rumah, atau bekas pasar. Mereka banyak memanfaatkan ruang alternatif untuk pertunjukan musik. Hal itu tentu saja berakibat pada kualitas produksi pertunjukan musik yang kurang baik. Selain itu, pertunjukan musik ini rentan dikerjakan secara tidak profesional. Persoalan lainnya yaitu biasanya pemilihan band pun sangat didasari oleh kepentingan pertemanan atau selera yang subjektif. Meskipun maraknya pertunjukan oleh *brand clothing* lokal dan kolektif DIY ini dapat menjadi alternatif dari maraknya pertunjukan musik oleh perusahaan rokok.

Di Kota Bandung, jika melihat dari peran para aktor yang ada maka semua ekosistem musik tidak terlalu banyak yang dikerjakan oleh pelaku musik profesional. Karena kota ini tak bisa dipungkiri banyak didominasi oleh mahasiswa. Pada satu sisi maraknya mahasiswa membuat kota ini punya potensi anak muda yang besar. Namun, di sisi lain rendahnya inisiasi dikarenakan mahasiswa memiliki keterbatasan baik secara waktu maupun uang. Sehingga sumber daya pendukung pun banyak dilakukan oleh para mahasiswa ini berupa kolektif-kolektif musik yang cukup militan.

Dari beberapa penjelasan di atas, semua kegiatan musik dikerjakan oleh perusahaan rokok, *brand clothing* lokal, dan kolektif DIY. Belum banyak pelaku yang berkecimpung menjadi *booking agent*, *promotor band*, *event organizer*, *social media marketing*, *publisher*, *music director*, *music producer*, *business manager*, dan *music journalist* secara profesional. Hal ini mengindikasikan belum terlalu banyak investasi di bidang musik atau menjadi *music-entrepreneur*. Alasannya karena untuk membuat usaha di bidang industri musik membutuhkan investasi yang cukup besar. Terutama untuk event organizer di mana biaya produksi, biaya sewa venue, dan biaya perizinan yang terlampau mahal. Belum terlalu banyaknya dukungan pada sektor musik di bidang industri usaha lainnya membuat para event organizer ini pun pada akhirnya memilih bekerja sama dengan perusahaan rokok. Pada akhirnya event organizer pun lebih memilih “cara aman” dengan mengerjakan berbagai kegiatan musik dari perusahaan rokok dibandingkan membuat program dan festival sendiri. Hal ini membuat tak banyak variasi pertunjukan musik yang ada. Dalam beberapa tahun terakhir saja hampir tak ada festival musik kecuali yang dibuat dan disponsori perusahaan rokok.

Jika dilihat dari aspek sosial, ekosistem musik di Kota Bandung membutuhkan peran ruang sosial dan ruang kreatif yang inklusif sehingga terjadi berbagai kolaborasi antar stakeholder. Pada satu sisi, di Bandung juga muncul kontestasi antara komunitas, perusahaan rokok, *brand clothing* lokal, dan pemerintah membuat setiap *stakeholder* tersebut seolah-olah jalan sendiri sesuai dengan tujuan dan kepentingannya masing-masing. Maka, perlu juga upaya agar menciptakan para *music-entrepreneur* atau pemberdayaan komunitas yang memiliki daya tawar sehingga mampu menciptakan berbagai peluang dalam industri musik. Selain itu juga perlu banyaknya difusi inovasi sehingga dapat menciptakan berbagai pertunjukan musik yang lebih mendorong inovasi, dan tidak hanya mempromosikan produk rokok atau *brand clothing* lokal. Tapi pertunjukan musik yang punya pesan sosial dan didukung oleh sektor industri.

Isu sosial yang perlu diantisipasi dalam ekosistem musik di Kota Bandung yaitu persoalan kesetaraan pelaku musik perempuan dan juga maraknya fenomena hijrah. Salah satu isu penting yang perlu didorong lebih jauh lagi adalah partisipasi perempuan dalam ekosistem musik di Kota Bandung. Seperti yang diceritakan dalam film dokumenter “*Ini Scene Kami Juga*” (2016) karya Hera Mary yang menceritakan peran perempuan dalam komunitas DIY Punk/Hardcore. Masih lekatnya stigma dan diskriminasi terhadap para perempuan membuat perlu ada perhatian khusus agar para pelaku musik tidak hanya didominasi oleh laki-laki. Profesi di industri musik sebetulnya terbuka untuk peran perempuan baik itu menjadi pelaku musik/musisi hingga pelaku industri

musik (kurator festival, manajer, event organizer, dan jurnalis musik). Maka agar mendorong keberagaman tersebut perlu didorong berbagai kampanye dan pendidikan yang inklusif bahwa profesi di bidang musik terbuka untuk gender apapun.

Selain itu, di Kota Bandung dalam beberapa tahun terakhir juga muncul tren “Hijrah” di kalangan komunitas musik. “Hijrah” adalah sebutan bagi orang yang meninggalkan musik untuk menekuni agama Islam. Beberapa tahun terakhir beberapa musisi di Kota Bandung seperti personel band Rocket Rockers, Pure Saturday, dan Jeruji memilih meninggalkan musik. Bahkan men-cap “musik haram”. Isu ini sempat menjadi kontroversi tersendiri karena tentu saja ini beranggapan bahwa kegiatan bermusik dilarang oleh agama Islam yang menjadi agama mayoritas di Kota Bandung. Maka perlu mendorong bahwa musik seharusnya menciptakan nilai-nilai sosial dan budaya, seperti terciptanya kreativitas, peluang ekonomi, kesadaran lingkungan, serta keamanan dan kenyamanan bagi masyarakat kota.



b. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur

Di Bandung boleh dikatakan tidak terdapat venue musik yang ideal. Bahkan ruang kreatif yang dapat menjadi penyambung kegiatan antarkomunitas musik pun tidak ada. Selepas bubarnya Spasial pada pertengahan 2019 lalu, rasanya kini Bandung tidak lagi memiliki ruang kreatif yang dapat membangun komunikasi antarkomunitas.

Selama ini pertunjukan musik di Kota Bandung lebih banyak diselenggarakan di ruang-ruang komersil seperti kafe dan kedai kopi yang sebetulnya kurang ideal dan representatif untuk acara musik. Apalagi selama ini kafe dan kedai kopi juga seringkali digunakan oleh perusahaan rokok untuk menggelar acara-acara mereka. Perusahaan rokok bahkan berinvestasi lebih dengan memiliki ruang kreatif mereka sendiri yang dinamakan “*hangout places*”. Di Bandung sendiri ada beberapa “*hangout places*” yang dimiliki perusahaan rokok yaitu 107 Garage Room (Sampoerna) dan Kantinasion The Panasdalam (Djarum Coklat). Kedua tempat tersebut seringkali diadakan acara musik semisal workshop, talkshow, dan *gigs* kecil terutama menyangkut program perusahaan rokok mereka.

Sementara komunitas musik juga enggan menggunakan beberapa aset pemerintah karena dianggap terlalu birokratis dan tidak komunikatifnya masalah pembiayaan. Selain itu tidak adanya standarisasi menyoal pertunjukan musik membuat biaya sewa venue dan biaya perizinan sangat mahal di Kota Bandung. Belum lagi persoalan rentannya pungutan liar (pungli) dalam kegiatan musik dianggap memberatkan. Akibatnya ini menjadi bola liar yang sulit diatasi persoalannya karena melibatkan banyak pihak termasuk oknum aparat keamanan. Akibat dari makin sempitnya ruang berekspresi membuat biaya investasi di seputar pertunjukan musik menjadi sulit sehingga hampir tak ada festival yang independen yang digelar di Kota Bandung, selain yang dibuat dan disponsori perusahaan rokok.

Terdapat 2 (dua) persoalan dalam venue musik di Kota Bandung. Pertama, yaitu persoalan ekonomi. Belum ada bisnis model yang ideal dalam pengelolaan sebuah venue musik. Biayanya pengelolaan sebuah venue musik berupa biaya sewa atau sharing profit. Beberapa venue musik juga ada yang kemudian menjadi sarana promosi perusahaan rokok, seperti Garage Room dan Kantinasion The Panas dalam. Persoalan biaya sewa selalu menjadi masalah utama dalam venue musik. Selama ini beberapa venue musik terpaksa tutup karena persoalan biaya sewa yang terus naik.

Kedua, persoalan sosial. Beberapa venue musik terpaksa tutup karena persoalan dengan masyarakat sekitar. Nilai-nilai masyarakat yang cenderung masih konservatif banyak memperlakukan seperti misalnya acara musik yang gaduh, tawuran, kerusuhan, dan maraknya botol minuman keras. Potensi konflik sosial ini menjadi pemicu banyaknya venue musik yang tutup satu per satu.

Banyak sekali venue musik di Kota Bandung yang tidak bertahan lama karena persoalan kurang mampu merancang bisnis model, kerusakan fasilitas akibat penonton, dan konflik dengan warga sekitar. Venue musik itu banyak dibangun di area pemukiman warga sehingga sangat rentan mengganggu kehidupan sosial masyarakat sekitar. Persoalan yang kerap kali dihadapi dalam persoalan ruang kreatif adalah persoalan ekonomik (membangun program, pasar, dan bisnis model) dan persoalan sosial (protes warga, kerusakan fasilitas, dan bentrokan sosial).

Tabel: Topologi ekosistem musik yang ada di Kota Bandung:

Topologi Ekosistem	Deskripsi	Aspek Positif	Aspek Negatif
Perusahaan rokok	Perusahaan rokok memiliki akses dan dana yang sangat besar. Mereka "menguasai" hampir segala pertunjukan musik mulai dari gigs, konser tunggal, tur internasional, media musik, festival besar, hingga tempat komunitas (<i>hangout places</i>)	Dana produksi dan promosi besar dan masif dan memberikan dukungan dalam berbagai skala kebutuhan	Terbentuk berbagai regulasi, rentan kooptasi dan komodifikasi, dan fokus pada targeting dan segmentasi perusahaan rokok sehingga tidak fokus pada ekosistem jangka panjang
DIY/ brand clothing local	Perusahaan brand clothing lokal seringkali mendukung komunitas musik mulai dari memberikan bantuan dana dan produk, menggelar gigs, membuat album rekaman, dan membiayai tur	Memberikan ruang kepada band-band baru, alternatif dari pertunjukan perusahaan rokok, dan fokus pada pemberdayaan komunitas	Dana produksi dan promosi terbatas, ketergantungan pada selera dan faktor pertemanan, dan rentan tidak berkelanjutan (sustain)
DIY/Collective/ Community	Komunitas atau kolektif seringkali menyelenggarakan pertunjukan musik secara swadaya. Biasanya banyak dilakukan di komunitas-komunitas musik.	Memberikan ruang kepada band-band baru, alternatif dari pertunjukan perusahaan rokok, dan fokus pada pemberdayaan komunitas	Dana produksi dan promosi terbatas, ketergantungan pada selera dan faktor pertemanan, dan rentan tidak berkelanjutan (sustain)
Pensi SMA dan Universitas	Pensi SMA atau Universitas juga seringkali menyelenggarakan pertunjukan musik setiap tahunnya. Biasanya mereka mengundang musisi yang sudah terkenal untuk meraup massa.	Promosi luas, pasar anak muda yang menarik, dan memberikan ruang kepada band-band indie	Kurang memberikan ruang kepada band baru, Segmentasi terbatas pada selera remaja
Festival Pemerintah	Pemerintah Kota Bandung memiliki program untuk mendukung ekosistem musik melalui festival Musiconic. Selain festival Musiconic juga tersedia dalam album kompilasi.	Hanya terfokus pada musik pop, alternatif, atau musik kafe	Kurang memberikan ruang kepada komunitas/ genre musik indie lainnya, tidak sesuai dengan pasar musik yang ramai saat ini, dan kurang berdampak festival secara sosial dan budaya

Sumber: Diolah Penulis

c. Simpulan dan Rekomendasi

Dari hasil pembahasan di atas maka peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi terkait ekosistem musik Kota Bandung, yaitu:

1. Perlu adanya dukungan program dan pelatihan dalam mendorong munculnya inovator dalam bidang entrepreneur musik yang lebih profesional
2. Perlu adanya peran mediator yang dapat menjembatani kebutuhan pelaku musik dengan berbagai kebijakan dan program yang dibuat oleh pemerintah daerah
3. Perlu adanya regulasi yang memberikan standarisasi untuk biaya perizinan dan biaya sewa venue yang lebih terjangkau terutama untuk penyelenggaraan pertunjukan kecil dan menengah
4. Perlu adanya program dan kampanye untuk mendorong munculnya para pelaku musik perempuan
5. Perlu adanya infrastruktur musik berupa gedung pertunjukan atau ruang kreatif (*creative hub*) yang lebih inklusif untuk semua kalangan pelaku musik. Juga perlu adanya pengelolaan bisnis model yang ideal tentang pengelolaan suatu ruang komunitas atau venue musik.
6. Perlu adanya program dan kampanye sosial untuk merawat suatu ruang komunitas dan venue musik sehingga muncul kesadaran akan pentingnya ruang yang inklusif demi regenerasi yang lebih baik lagi

2. Ekosistem Musik Jakarta



a. Peran Para Music-Entrepreneur

Dalam beberapa tahun terakhir di Jakarta banyak memunculkan para inisiator/inovator dalam ekosistem musik.

Para aktor yang berperan aktif dalam ekosistem musik di Jakarta ini adalah para *music-entrepreneur* yang banyak melahirkan inovasi dalam bisnis musik seperti label rekaman, manajemen artis, promotor, event organizer, media, hingga pemilik venue musik. Para *music-entrepreneur* ini adalah pelaku musik yang mengembangkan bisnis lewat kegiatan musik. Mereka menciptakan berbagai inisiasi dan peluang yang ada di industri musik di Indonesia. Kemunculan *music-entrepreneur* ini memiliki kesadaran untuk membangun sebuah bisnis model baru di bidang musik. Boleh dikatakan, kenapa ekosistem musik di Jakarta sangat bergeliat, karena banyaknya para *music-entrepreneur* yang tumbuh dan melakukan inisiasi. Hal ini didorong dengan industri pendukung dan juga kelas menengah yang terus tumbuh.

Para *music-entrepreneur* ini banyak membuat berbagai inisiasi yang menjadi sektor pendukung ekosistem. Suatu ekosistem musik tentu akan berkembang jika terus tumbuh juga sektor pendukungnya. Muncul pelaku-pelaku musik baru terutama mereka yang berada di belakang panggung. Contoh beberapa *music-entrepreneur* yang punya peran sangat besar dan signifikan di kancah musik Jakarta dalam beberapa tahun terakhir, antara lain:

Tabel: Para aktor yang punya peran penting dalam ekosistem musik independen di Jakarta

Nama	Kategori	Deskripsi	Alamat Kontak
Demajors	Label rekaman	Demajors adalah label rekaman yang sudah mulai berdiri sejak 2001. Demajors juga menginisiasi salah satu festival musik bergengsi Synchronize Festival.	@demajorsrecs
M-Bloc Space	Creative hub	M Bloc Space adalah ruang kreatif yang berdiri pada tahun 2019 yang menyelenggarakan berbagai kegiatan kreatif termasuk pertunjukan musik	@mblocspace
Kios Ojo Keos	Creative hub	Kios Ojo Keos mulai berdiri sejak tahun 2018. Sebuah ruang kreatif berupa toko buku, kedai kopi, dan venue musik skala kecil.	@kiosojokeos

Nama	Kategori	Deskripsi	Alamat Kontak
Studiorama	Kolektif musik/promotor musik	Studiorama adalah kolektif musik, sekaligus juga kurator berbagai pertunjukan musik ragam genre dan multiformat, termasuk memadukan musik dengan seni video/eksperimental.	@studioramajkt
Noisewhere	Kolektif musik/promotor musik	Noisewhere adalah kolektif musik yang juga kerap menyelenggarakan pertunjukan musik, termasuk mengundang band-band internasional	@noisewhere
Ismaya Live	Promotor musik/Festival musik organizer	Ismaya Live adalah salah satu promotor musik terbesar di Indonesia. Mereka menginisiasi berbagai festival bergensi di Indonesia seperti We The Fest (WTF) dan Djakarta Warehouse Project (DWP)	@ismayalive
Double Deer	Kolektif Musik/Label rekaman	Double Deer Music adalah sebuah kolektif musik/label rekaman yang fokus pada pengembangan musik elektronik. Mereka juga membuka kursus mengenai musik elektronik.	@doubledeermusic
Sun Eater Records	Manajemen artis /Label rekaman	Sun Eater Records adalah manajemen artis, label rekaman, dan konten kreator. Mereka termasuk label rekaman yang sangat adaptif terhadap sosial media melalui konten-kontennya.	@suneatercoven
Berita Angkasa	Manajemen artis /Label rekaman	Berita Angkasa adalah manajemen artis dan label rekaman dari band independen Kelompok Penerbang Roket, Jangar, Kurosuke, Sapphira Singgih, dan Raffi Muhammad	@beritaangkasa
Juni Records	Manajemen artis /Label rekaman	Juni Records adalah holistic label rekaman dari Raisa, Kunto Aji, Dipha Barus, Ramengvrl, Gbrand, Josh Kunze, Monica Karina, dan Tashoora.	@juni_records
Organic Records	Label rekaman/Media	Organic Records adalah label rekaman milik manajemen Maliq & D'Essentials yang membawahi Maliq & D'Essentials, Sir Dandy, dan Calliope. Mereka jagan menginisiasi media musik Pop Hari Ini.	@organicrecords

Nama	Kategori	Deskripsi	Alamat Kontak
Satria Ramadhan Management (SRM)	Manajemen artis	SRM adalah sebuah manajemen artis sejak tahun 2008. Beberapa band/artis mereka antara lain Sore, Trees and The Wild, Bangkutaman, Ballads of The Cliché, L'alpha, Rumahsakit, Barefood, Sajama Cut, dan masih banyak lagi. Mereka juga kerap menginisiasi beragam pertunjukan musik.	@srmbands
630 Recordings	Manajemen artis /Label rekaman	630 Recordings adalah sebuah kolektif musik/label rekaman dari Eleventwelfth, Fuzzy, I, dan Bagvs. Mereka juga kerap menginisiasi beragam pertunjukan musik.	@630recs
Kolibri Records	Manajemen artis /Label rekaman	Kolibri Rekords adalah sebuah label rekaman dari Bedchamber, Grrri Gang, Jirapah, dll. Mereka juga kerap menginisiasi beragam pertunjukan musik.	@kolibrirekords
Sounds From The Corner	Media musik	Sounds From The Cornser adalah sebuah media musik atau konten creator yang mengurus musik-musik independen di Youtube. Mereka juga menginisiasi Archipelago Festival	@soundsfromthecorner
Frekuensi Antara	Kolektif/media musik	Frekuensi Antara adalah sebuah kolektif musik/media musik yang mengulas perkembangan musik elektronik di Indonesia	@frekuensiantara
Siasat Partikelir	Kolektif/media musik	Siasat Partikelir adalah sebuah kolektif musik yang mengulas informasi dan jejaring musik-musik independen di Indonesia. .	@siasatpartikelir

Keberadaan *music-entrepreneur* ini mampu menjadikan musik independen sebagai potensi bisnis musik yang signifikan. Mereka tak hanya aktif berinvestasi di bidang musik, akan tetapi mereka juga aktif menginisiasi berbagai pertunjukan musik, entah dalam aspek bisnis hiburan (*showbiz*) atau sekedar mempromosikan produk mereka. Namun, para *music-entrepreneur* ini menjadi aktor yang punya pengaruh kuat dalam mengembangkan ekosistem musik di Jakarta dalam beberapa tahun terakhir.

Inisiasi ini muncul dari kebutuhan akan ruang-ruang untuk komunitas musik, terutama butuhnya ruang untuk band/musisi baru. Selain itu, peluang ekonomi yang tercipta dari bisnis musik ini karena pasar anak muda dan kelas menengah yang besar dan beragamnya industri penyokong dana, terutama industri rokok dan industri *start-up*. Kemampuan ekosistem musik Jakarta mampu menciptakan berbagai inisiatif menjadi potensi bisnis musik.

Terdapat beberapa karakter yang muncul dalam *music-entrepreneur* di Jakarta. Ada yang bersifat independen dan swadaya seperti Sun Eater Records dan Studiorama, atau ada juga yang memiliki afiliasi kuat dengan suatu perusahaan rokok seperti Siasat Partikelir dan Frekuensi Antara. Kemunculan para *music-entrepreneur* ini karena mereka mampu membangun jejaring dan kolaborasi dengan sesama komunitas/kolektif hingga bekerjasama dengan perusahaan lainnya. Inisiasi para *music-entrepreneur* ini didorong dari kemampuan berinovasi secara fleksibel, adaptif, dan lincah. Mereka mampu membaca potensi pasar, membuat kemasan musik yang baik, dan pemanfaatan teknologi sosial media.

Para *music-entrepreneur* ini dapat membangun afiliasi dan kerjasama dengan siapapun entah itu kolektif/komunitas dan perusahaan/brand penyokong dana lainnya. Keterbukaan berbagai relasi dan jejaring kolaborasi inilah yang kemudian banyak membuat inisiasi dan inovasi dalam bisnis musik ini muncul. Di Jakarta peran *music-entrepreneur* yang kuat membuat mereka mampu berkolaborasi antarkomunitas, antarindustri, maupun dengan lembaga asing. Kekuatan komunitas dan kolaborasi menjadi jaringan pendukung yang kuat dalam ekosistem musik Jakarta.

Kekuatan ekosistem musik di Jakarta tak hanya menyoal kekuatan modal sosial dan modal kultural, yang membuat difusi inovasi dalam membuat kemasan dan promosi bisnis musik kian menarik, akan tetapi juga kekuatan modal ekonomi yang juga menjadi salah satu daya tariknya. Kekuatan pendukung dan pendanaan di Jakarta muncul karena pasarnya yang sangat besar dalam ekosistem musik. Munculnya beragam kelas menengah dan ditambah dengan daya beli cukup tinggi membuat ekosistem musik di Jakarta bergeliat. Sehingga, pertumbuhan pasar kelas menengah ini membuat terciptanya konsumsi musik yang aktif di Jakarta.

Tak bisa dipungkiri, musik saat ini telah menjadi pasar yang luar bisa besar. Dengan jumlah kekuatan ekonomi, ditunjang daya beli, dan kelompok kelas menengah muda yang terus tumbuh membuat musik menjadi salah satu peluang bisnis yang menarik. Salah satu potensi dari modal ekonomi itu terlihat dari jejaring atau relasi yang kuat antara pelaku musik (*music-entrepreneur*) dengan berbagai industri sebagai penyokong dananya. Beberapa industri penyokong dana yang terlihat aktif dalam beberapa tahun terakhir seperti perusahaan rokok, perusahaan alkohol, perusahaan retail, telco, dan industri *start-up*. Terutama *start-up* punya peran sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Industri *start-up* banyak menyokong dana untuk

penyelenggaraan acara musik, meski mereka ini masih sebatas fokus pada festival-festival besar dan belum terlalu fokus dalam membuat acara musik skala kecil dan komunitas.

Para *music-entrepreneur* ini mampu menciptakan bisnis musik dengan karakter dan posisi tawarnya sendiri. Ekosistem musik Jakarta tidak terlalu tergantung pada dominasi perusahaan rokok saja. Perusahaan rokok cukup dominan di berbagai kota-kota di Indonesia, terutama kota-kota kecil. Namun, di Jakarta kekuatan ekosistemnya justru tumbuh dari inisiasi para pelaku komunitasnya. Daya dukung industri yang beragam tersebut membuat para pelaku musik di Jakarta tak terlalu bergantung pada satu sektor industri penyokong dana saja. Tapi dapat dengan sangat fleksibel yang disesuaikan dengan konsep dan pasar yang dituju. Karakter para *music-entrepreneur* yang multidisiplin, gesit, fleksibel, dan adaptif membuat mereka mampu memiliki karakter yang kuat dan aktif. Selain itu, kemampuan dalam mengemas ide-ide yang inovatif dan fleksibel dalam membuat berbagai konten, promosi, dan pemasaran di bidang musik membuat peran para *music-entrepreneur* ini cukup kuat memiliki posisi tawar dengan pihak penyokong dana. Sehingga relasi yang muncul bersifat kemitraan, bukanlah “perpanjangan tangan” korporasi. Sehingga muncul relasi kuasa yang lebih seimbang melalui pola kolaborasi, ko-kreasi, dan kemitraan. Pemberdayaan komunitas untuk mampu memiliki daya tawar, inisiasi yang menarik, dan kebaruan dalam konsep bisnis musik, ditambah dengan muncul dari beragam latar belakang profesi membuat para *music-entrepreneur* ini menjadi aktor yang dominan di ekosistem musik Jakarta.



b. Maraknya Pertunjukan Musik

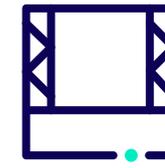
Tak bisa dipungkiri jika salah satu faktor bergeliatnya suatu ekosistem musik karena maraknya pertunjukan musik terutama mulai bertumbuhnya beragam festival musik. Dalam ekosistem musik di Indonesia, suatu pertunjukan musik akan memberikan dampak ekonomi dan sosial. Dampak ekonomi sampai saat ini potensi bisnis paling besar dari suatu band/musisi yaitu melalui pertunjukan musik. Dalam beberapa tahun terakhir, ekosistem musik di Jakarta berkembang pesat karena muncul beragam pertunjukan musik dan venue-venue musik baru. Pertunjukan musik di Jakarta dapat dibuat oleh siapapun, tak hanya promotor atau event organizer profesional. Saat ini banyak komunitas/kolektif musik seperti label rekaman, manajemen, bahkan media musik untuk membuat berbagai pertunjukan musik. Mereka dapat membuat pertunjukan musik tak hanya untuk skala bisnis hiburan, tapi juga kebutuhan promosi dan pemasaran produk-produk mereka.

Kalau dilihat secara artistik, festival dan pertunjukan musik di Jakarta sudah inovatif seperti memadukan dengan konferensi musik juga festival ragam genre musik. Dalam penyelenggarannya beberapa festival tersebut mengedepankan semangat kolaborasi, baik itu kolaborasi antarkomunitas antarindustri, ataupun kolaborasi dengan lembaga asing seperti British Council. Festival dan pertunjukan musik juga sudah menyediakan ruang untuk band-band baru. Festival seperti Archipelago Festival, Synchronize Festival, Ornaments, dan The Other Festival juga lebih banyak mendorong pertunjukan musik yang ragam genre bahkan ragam usia. Sehingga nilai-nilai seperti kolaborasi, inklusifitas ragam genre musik, dan regenerasi muncul dari festival-festival musik ini.

Dampak sosial dari maraknya pertunjukan musik dan festival musik tentu akan muncul semacam gelembung pertunjukan musik. Maraknya pertunjukan musik tentu memiliki dampak

yang baik karena memberikan ruang ekspresi kepada para band/musisi, terutama musisi/band yang baru muncul. Namun, sebaliknya akses untuk membuat pertunjukan musik dapat dibuat oleh siapapun, tanpa harus memiliki pengelolaan manajemen pertunjukan yang baik. Dampak buruknya kemudian muncul beragam pertunjukan musik dengan manajemen penyelenggaraan yang buruk hingga rentan dengan persoalan sosial semacam mismanajemen acara, kerusuhan, ketidakamanan, dan pelecehan seksual dalam pertunjukan musik. Dampak buruk lainnya, pertunjukan musik pun akan berujung pada kebosanan jika hanya menampilkan nama band atau konsep yang biasa saja. Gelembung pertunjukan musik ini mesti diimbangi dengan pengetahuan dalam penyelenggaraan pertunjukan musik yang baik dan profesional.

Untuk itu dibutuhkan aturan atau rekomendasi yang mendorong terciptanya berbagai kampanye demi pertunjukan musik yang aman dan nyaman. Ekosistem musik sebaiknya tak hanya dilihat dari aspek ekonomi musisi semata, akan tetapi dibutuhkan semacam aturan dan rekomendasi yang diperlukan dari sudut pandang penonton yang membuat pertunjukan musik menjadi ruang sosial yang aman dan nyaman bagi siapapun.



c. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur

Keberlangsungan geliat ekosistem musik di Jakarta karena keberhasilan membangun regenerasi dari venue musik yang ada. Di Jakarta banyak sekali venue musik, meski tidak semuanya ideal dan representatif, yang kerap digunakan oleh komunitas musik. Belum banyak memang auditorium musik atau konservatorium musik yang memang khusus untuk pertunjukan musik. Venue musik yang ada pun lebih banyak memanfaatkan ruang-ruang yang ada seperti kafe/bar, kedai kopi, studio musik, gelanggang olahraga, hotel, dan lainnya. Namun, keberadaan ruang-ruang alternatif tersebut cukup memberikan dampak yang signifikan untuk komunitas musik.

Salah satu yang menjadi kunci perkembangan ekosistem musik di Jakarta yaitu regenerasi venue-venue musik baru. Seolah di Jakarta tak perlu waktu lama untuk menciptakan ruang-ruang baru tersebut, terutama untuk venue musik skala kecil dan menengah. Hal ini membuktikan banyak peran yang mendukung ekosistem musik ini termasuk keberanian dan keberadaan pengelola kafe dan bar untuk menyewakan tempatnya untuk pertunjukan musik. Karena musik memiliki potensi pasar yang luar biasa besar terutama kalangan muda di Jakarta sebagai potensi pemasaran dan *branding*. Lewat musik juga banyak aktivasi-aktivasi kegiatan di kafe atau bar tersebut. Beberapa model bisnis yang selama ini dikembangkan memang berupa sewa tempat dan berbagi profit.

Salah satu faktor dalam menciptakan regenerasi venue musik karena faktor keberadaan *music-entrepreneur* di bidang venue musik atau ruang kreatif. Ada yang memang memiliki motif bisnis, namun banyak pula yang memiliki motif sosial, seperti kebutuhan akan ruang komunitas. Dalam beberapa tahun terakhir ini muncul beberapa inisiasi yang dilakukan oleh pelaku musik untuk menciptakan berbagai venue musik baru. Di Jakarta banyak bermunculan venue musik baru. Beberapa nama venue musik yang konsisten mengadakan pertunjukan musik dalam beberapa tahun terakhir yaitu Kios Ojo Keos dan M-Bloc Space. Kedua venue musik ini muncul dari inisiasi para pelaku komunitas musik untuk menciptakan berbagai ruang baru untuk komunitas kreatif. Peran *music-entrepreneur* ini lah yang punya peran sangat penting dalam menciptakan berbagai venue musik tersebut. Kedua venue musik ini konsisten mengadakan pertunjukan musik. Selain itu, kedua tempat tersebut juga memiliki visi dan idealisme yang penting dalam pengembangan ekosistem musik di Jakarta

Beberapa daerah sekitar Jakarta juga cukup aktif, semisal Ear House di Tangerang yang dimiliki band Endah And Rhesa dan Kedutaan Besar Bekasi (Kedubes Bekasi). Keberadaan ruang-ruang komunitas ini bebas dari kepentingan tertentu. Selain itu, ruang-ruang komunitas tersebut sangat penting dalam memberi ruang-ruang baru kepada band/musisi baru lainnya. Berbagai ruang komunitas tersebut dapat mengakomodasi karir sebuah band/musisi baru yang jarang tampil di panggung besar perusahaan rokok atau festival.

Peran pemerintah Jakarta sendiri cukup terbuka, terutama lewat beberapa asetnya yang seringkali digunakan untuk penyelenggaraan acara seperti Gedung Kesenian Jakarta (GKJ) dan Teater TIM. Pemerintah Jakarta punya beberapa tempat dengan beberapa kapasitas berskala



Penonton menikmati pertunjukan musik di Archipelago Festival 2018. © British Council Indonesia

kecil, menengah, dan besar. Persoalannya dari segi komunikasi dan birokrasi. Karena untuk menyelenggarakan acara di aset-aset milik pemerintah membutuhkan birokrasi yang berbelit. Proposal-proposal yang masuk harus melewati proses kurasi oleh pengelola. Belum lagi jadwal yang padat, karena memang mengakomodir segala jenis acara kesenian, tak hanya musik independen saja.

Beberapa venue musik yang ada dikelola secara swadaya. Bisnis model yang dikembangkan antara lain penyewaan tempat dan berbagi profit. Pemerintah sendiri, lewat Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sebetulnya memiliki program bantuan infrastruktur. Yang menjadi persoalan, ketika Bekraf sendiri sekarang sudah berubah menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) tentu akan menghasilkan perbedaan program dan kebijakan. Selain itu, perusahaan rokok juga memiliki kepedulian dengan venue musik lewat program “Hangout Places” namun sisi buruknya tentu venue musik tersebut menjadi identik dengan perusahaan rokok tersebut dan juga akan lebih banyak kepentingan perusahaan rokok tersebut dibandingkan keberadaan venue musik sebagai ruang komunitas yang inklusif dan independen.

Pengelolaan venue musik yang ideal perlu dikembangkan agar bisa berkelanjutan. Salah satunya tentu bagaimana menciptakan peluang bisnis model yang menarik dalam konteks pengembangan suatu ruang komunitas atau ruang kreatif. Beberapa venue musik yang ada seperti Kios Ojo Keos dan M-Bloc Space mengkolaborasi dengan kebutuhan lainnya semacam toko buku, kedai kopi, toko rekaman, dan lain-lain. Hal yang perlu ditingkatkan yaitu bagaimana merancang sebuah venue musik yang inklusif untuk berkelanjutan secara bisnis, ramah gender, dan mampu mendorong kolaborasi lintas disiplin bagi komunitasnya.

Inovasi yang dikembangkan oleh M-Bloc Space membutuhkan kerja triple-helix antara komunitas, pemerintah, dan pelaku industri. Bentuk model venue musik yang cukup ideal adalah yang dikembangkan oleh M-Bloc Space di mana mereka mengalihfungsikan ruang-ruang tak terpakai milik pemerintah yang kemudian dikelola oleh komunitas musik karena komunitas inilah yang lebih paham kebutuhannya apa. Namun, hal ini juga sangat tergantung kepada kebijakan direktur/pemilik tempat tersebut, karena mereka bisa saja tidak memperpanjang kontrak saat kontrak berakhir.

Tabel: Topologi ekosistem musik yang ada di Kota Jakarta:

Topologi Ekosistem	Deskripsi	Aspek Positif	Aspek Negatif
<i>Music-entrepreneur</i>	Pelaku dari komunitas musik yang mengembangkan inisiasi dan inovasi menjadi bisnis musik semacam label rekaman, manajemen artis, publisher, promotor musik, media musik, dan festival musik. Aktor yang punya peran sangat kuat di Jakarta adalah komunitas/kolektif ini yang mampu mengembangkan <i>music-entrepreneurship</i> . Termasuk komunitas/kolektif ini yang aktif membuat pertunjukan musik dan festival musik.	Kemampuan untuk membangun jejaring dan kolaborasi, kemampuan membaca pasar yang signifikan dan sesuai dengan kebutuhan komunitasnya, dan kemampuan untuk membangun <i>music-entrepreneurship</i> yang lincah dan fleksibel sehingga mampu membangun posisi tawar dengan pihak perusahaan tertentu	Kepentingannya lebih kepada promosi produk mereka, menciptakan kontestasi dan kesan eksklusivitas
Perusahaan rokok	Perusahaan rokok memiliki akses dan dana yang sangat besar.	Dana produksi dan promosi besar dan masif dan memberikan dukungan dalam berbagai skala kebutuhan	Terbentur berbagai regulasi, rentan kooptasi dan komodifikasi, dan fokus pada targeting dan segmentasi perusahaan rokok sehingga tidak fokus pada ekosistem jangka panjang
Pensi SMU/ Kampus	Pensi SMA atau Universitas juga seringkali menyelenggarakan pertunjukan musik setiap tahunnya. Biasanya mereka mengundang musisi yang sudah terkenal untuk meraup massa.	Promosi luas, pasar anak muda yang menarik, dan memberikan ruang kepada band-band indie	Kurang memberikan ruang kepada band baru, segmentasi terbatas pada selera remaja
<i>Start-up</i>	<i>Start-up</i> merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di Jakarta. Industri <i>start-up</i> dalam beberapa tahun terakhir ini mulai banyak mendukung komunitas musik.	Dana produksi dan promosi besar dan masif dan memberikan dukungan dalam berbagai skala kebutuhan	Terbatas pada festival besar dan belum terlalu peduli kepada pertunjukan musik skala kecil seperti <i>micro-gigs</i> , dan rentan untuk tidak berkelanjutan

Sumber: Diolah Penulis

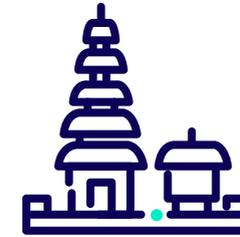
d. Simpulan dan Rekomendasi



Dari hasil pembahasan di atas maka peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi terkait ekosistem musik Kota Jakarta, yaitu:

1. Mendorong terus bermunculan para *music-entrepreneur* melalui pendekatan yang lebih inklusif dan multidisiplin sehingga terus memunculkan beragam inovasi
2. Mendorong konsep *triple-helix* (pemerintah, swasta, dan komunitas) agar bisa inklusif menciptakan ruang-ruang pertunjukan yang lebih terbuka dan mudah diakses
3. Mendorong terus bermunculannya regenerasi band/musisi baru melalui kesempatan pertunjukan musik
4. Membangun jejaring dan konektivitas antara pelaku musik profesional dengan komunitas musik melalui peran forum atau asosiasi bersama
5. Mendorong adanya pengelolaan bisnis model yang ideal tentang pengelolaan suatu ruang komunitas atau venue musik
6. Perlu adanya program dan kampanye untuk merawat suatu ruang komunitas dan venue musik sehingga muncul kesadaran akan pentingnya ruang yang inklusif demi regenerasi yang lebih baik lagi

3. Ekosistem Musik Bali



a. Peran Ekosistem Musik Bali-Bali dan Balinesia

Ekosistem musik Bali cukup unik. Terdapat 2 (dua) ekosistem musik yaitu musik Bali-Bali dan Balinesia. Keberadaan musik Bali-Bali dan Balinesia menjadi karakteristik sekaligus keunikan dari ekosistem musik di Bali.

Perbedaan paling utama dari keduanya adalah faktor bahasa. Musik Bali-Bali menggunakan bahasa Bali untuk lagu-lagunya. Sedangkan musik Balinesia menggunakan non-bahasa Bali (bahasa Indonesia atau bahasa Inggris) untuk karya-karya lagunya. Meski memiliki perbedaan, namun kedua jenis musik tersebut kini tumbuh beriringan dalam beberapa pertunjukan musik. Karena faktor bahasa lokal, tak bisa dipungkiri lagi musik Bali-Bali lebih luas diterima karena lebih mudah dipahami oleh masyarakat Bali. Selain karena faktor bahasa, pengaruh akses pertunjukan juga jadi hal yang sangat penting dalam perkembangan musik Bali-Bali. Mudahnya akses pertunjukan membuat musik Bali-Bali lebih mudah juga diterima karena musik Bali-Bali kerap tampil baik di acara komersil, acara pemerintah, maupun acara adat. Pertunjukan musik Bali-Bali juga tersebar luas mulai dari acara banjar, acara pemerintah, acara sekolah, acara korporat, hingga acara adat. Luasnya akses terhadap musik Bali-Bali tersebut membuat musik ini bisa lebih mudah diterima masyarakat Bali, terutama di wilayah pelosok Bali. Bahkan band Bali-Bali seperti Lolot, Joni Agung, dan HarmoniA begitu populer di kalangan masyarakat Bali ini. Mereka boleh dikatakan “menguasai” berbagai panggung di Bali dan memiliki penggemar yang banyak. Musik Bali-Bali ini boleh dikatakan “Raja di Tanah Sendiri”.

Sebaliknya, musik Balinesia lebih identik dengan musik independen yang berkembang pesat di Bali. Perkembangan musik Balinesia juga tak bisa dilepaskan dari ruang pertunjukkannya terutama maraknya bar, kafe, hingga ruang kreatif yang kerap menjadi venue musik. Namun, kalau diperhatikan secara akses perkembangan musik Balinesia hanya berkembang di beberapa wilayah di Bali, terutama wilayah Denpasar dan Badung. Karena keberadaan kafe dan bar pun lebih banyak berada di kedua wilayah tersebut. Keberadaan kafe dan bar ini lah yang kemudian menjadi pendorong pertumbuhan kancah musik Balinesia.

Ekosistem Musik Bali, terutama dari kalangan komunitas musik independennya, sedang berkembang akibat jejaring yang terbangun, pengaruh sosial media, dan akhirnya keterbukaan informasi karena banyak band-band Jawa yang menjadikan Bali sebagai destinasi turnya. Salah satu keberhasilan yang dapat terus mendorong tumbuhnya band Bali adalah perlu adanya jejaring dengan kota lainnya di Jakarta, Bandung, atau Yogyakarta. Keberhasilan Superman Is Dead, Navicula, Dialog Dini Hari, dan The Hydrant akibat kemampuan Rudolf Dethu untuk terus membangun jejaring di luar Bali.

Kekuatan ekosistem musik Bali salah satunya modal sosial yang dimiliki.

Setelah kejadian Bali Tolak Reklamasi memicu tumbuhnya band-band baru Bali yang lebih beragam secara genre musik. Pada beberapa dekade lalu, musik Bali begitu identik dengan punk dan metal. Tapi kini bermunculan musisi yang lebih baru dan segar memainkan musik folk, pop, rock, hingga musik elektronik. Kekuatan modal sosial sangat terlihat dari ekosistem musik Bali. Keterikatan sosial sebagai bagian dari komunitas yang sama tercermin dari gerakan Bali Tolak Reklamasi yang semua band (band Bali-Bali maupun Balinesia) senior maupun junior urun rempug. Situasi sosial dan masyarakat Bali yang lebih terbuka dan toleran mampu menjadi daya tarik tersendiri. Termasuk situasi toleran itu yang menarik minat pendatang dari luar Bali untuk berkegiatan di Bali, termasuk aktif dalam komunitas musik Bali. Apalagi hal ini didorong di beberapa kota besar lainnya sedang mengalami penurunan antusiasme bermusik karena “fenomena hijrah”.

Salah satu karakteristik musik Bali yaitu lekatnya pengaruh aktivisme sosial dalam musiknya. Musisi Bali punya karakteristik sangat kuat dalam menyampaikan kritik sosial lewat musik. Hal ini dipengaruhi dengan gerakan Bali Tolak Reklamasi juga isu limbah plastik yang saat ini sedang hangat dibicarakan oleh komunitas musik Bali. Kuatnya aktivisme sosial lewat musik itu membuat beberapa LSM seperti Walhi dan Kopernik juga menggunakan musik untuk mengkampanyekan isu sosial dan lingkungan hidup karena kampanye lewat musik dirasakan akan lebih efektif. Sehingga tercipta pengaruh yang sangat kuat antara musik dan aktivisme sosial.

Selain kedua musik tadi, Bali-Bali dan Balinesia juga berkembang musik café, musik top 40, dan musik elektronik terutama DJ untuk konsumsi bar, café, dan *beach club* yang juga marak bertumbuhan di Bali, terutama di wilayah-wilayah turis seperti Kuta, Seminyak, dan Canggu. Konsumsi dari musik-musik seperti ini lebih kepada daya tarik turis, dalam artian bukan dalam konteks pengembangan komunitas musik lokal. Seringkali *beach club* di Bali ini membuat pertunjukan musik elektronik dan mengundang DJ nasional maupun internasional untuk menjadi daya tarik turis.

Salah satu gebrakan dalam ekosistem Bali juga lewat hadirnya Anugerah Musik Bali yang pertama kali digelar pada tahun 2019 lalu. Keberadaan Anugerah Musik Bali makin mendorong produktivitas baik musisi Bali-Bali maupun Balinesia. Karena ajang apresiasi tersebut mampu menjadi daya tarik untuk pembuktian musisi-musisi Bali. Dampak dari keberadaan Anugerah Musik Bali juga makin merekatkan kedua ekosistem musik Bali-Bali dan Balinesia ini. Bahkan keberadaan Anugerah Musik Bali makin mengikis kesenjangan antara kedua jenis musik tersebut. Kini secara sosiokultur kedua musik ini pun tumbuh beriringan sesuai dengan pasar dan segmentasinya masing-masing.



b. Peran Brand Clothing Lokal dalam Ekosistem Musik Bali

Pendukung paling kuat dalam ekosistem musik di Bali yaitu industri *brand clothing* lokal. Di Bali, keberadaan industri *brand clothing* lokal sangat kuat pengaruhnya karena memang memiliki

potensi pasar yang kuat. Baik musisi Bali-Bali maupun Balinesia semuanya didukung sangat kuat oleh industri *brand clothing* lokal. Bentuk dukungan dari brand clothing lokal berupa bantuan dana atau produk, biasanya berupa endorsement atau membuat produk khusus dari band tersebut. Beberapa musisi Bali juga banyak yang kemudian berkecimpung menjadi pengusaha *brand clothing* lokal.

Brand clothing lokal ini memberikan dukungan kepada band-band Bali untuk membuat album rekaman, pertunjukan musik, hingga membuat tur. Peran *brand clothing* lokal ini berupa dukungan dana maupun produk. Peran *brand clothing* lokal ini belum menyentuh jauh ke dalam sektor pendukung ekosistem musik. *Brand clothing* lokal ini belum melakukan investasi jangka panjang ke dalam sektor musik, entah itu membuat label rekaman, event organizer, publisher, booking agent, atau pun sektor pendukung ekosistem musik lainnya.

Peran sektor pendukung seperti label rekaman, manajemen artis, booking agent, publisher, festival musik, event organizer, dan media musik boleh dikatakan masih minim. Tak banyak investasi ke dalam sektor musik. Peran-peran itu lebih banyak diambil alih oleh *brand clothing* lokal. Salah satu peran *brand clothing* lokal juga yaitu melalui hadirnya festival musik dan clothing PICA Fest dan PICA Magz. Dalam festival itu banyak menyediakan ruang untuk band-band Bali, terutama musik Balinesia. Meski dalam satu tahun terakhir coba dileburkan dengan menggandeng juga musik Bali-Bali.

Kesulitan yang kemudian dihadapi oleh *brand clothing* lokal tentu saja akses secara dana yang cukup terbatas. Apalagi kemudian persaingan di bidang clothing juga cukup ketat melalui hadirnya beberapa *brand clothing* impor. Peran dan dukungan *brand clothing* ini lebih bersifat parsial dan sementara, belum terlalu mendukung ekosistem musik Bali secara jangka panjang. Selain *brand clothing* lokal, dukungan juga datang dari perusahaan otomotif Honda. Mereka banyak memberikan dukungan dana untuk pertunjukan musik.

Pemerintah Bali juga memang belum terlalu memiliki berbagai kebijakan yang terkait dengan pengembangan ekosistem musik. Sejauh ini peran pemerintah masih sebatas dalam kemudahan memberikan akses dalam pertunjukan musik dan festival musik. Acara-acara pemerintah juga banyak diisi oleh band-band Bali terutama dari kalangan musisi Bali-Bali. Selain itu, beberapa aset milik pemerintah seperti gedung olahraga, gedung kesenian, dan lapangan terbuka juga sering digunakan untuk pertunjukan musik. Dalam hal ini, dukungan pemerintah memang belum memberikan dukungan jangka panjang dalam konteks pengembangan ekosistem musik, namun selama ini lebih bersifat dukungan yang parsial.

Persoalan paling menonjol dalam ekosistem musik di Bali menyoal masih rendahnya investasi di bidang musik. Selain itu, masih rendahnya pemahaman akan bisnis musik. Pemasaran dan sisi manajerial yang masih kurang. Selain persoalan bisnis musik yang rendah, juga ada persoalan sosiokultural di mana band berbahasa Bali akan lebih mudah diapresiasi dibandingkan yang non-berbahasa Bali. Faktor lainnya yaitu akomodasi yang cukup tinggi jika harus mengundang band nasional dan internasional karena secara persoalan geografis. Maka untuk suatu pertunjukan musik yang mengundang band nasional dan band internasional membutuhkan biaya investasi sangat tinggi

Selain persoalan dari aspek bisnis musik, juga ada persoalan sosiokultural di mana band berbahasa Bali akan lebih mudah diapresiasi dibandingkan yang non-berbahasa Bali oleh masyarakat lokal Bali sendiri. Namun, band-band berbahasa non-Bali punya kesempatan luas

diterima di luar Bali seperti yang terjadi dengan Superman Is Dead dan Navicula. Semua ekosistem tersebut memiliki dampak positif dan negatifnya masing-masing.



c. Kondisi Venue Musik dan Infrastruktur

Peran ruang pertunjukan juga cukup penting di Bali. Ekosistem musik di Bali didukung dengan maraknya pertunjukan musik yang di ruang kreatif, bar, kafe, lapangan terbuka, banjar, gedung olahraga, gedung kesenian, dan *beach club*. Pertumbuhan venue-venue musik tersebut mendorong perkembangan ekosistem musik Bali kian bergeliat. Karena untuk mencari venue musik dan juga mengaksesnya pun sangat mudah, tidak berbelit, dan tidak birokratis. Kemudahan akses terhadap venue-venue musik karena para pemilik dan pengelola bar atau kafe di Bali membutuhkan banyak program dan konten untuk mempromosikan tempat mereka. Salah satu caranya yaitu dengan pertunjukan musik. Setiap kafe dan bar tersebut banyak menyelenggarakan pertunjukan musik setiap minggunya.

Akses terhadap venue musik banyak ditentukan oleh faktor ekosistem musiknya. Venue musik untuk musik Bali-Bali terbuka cukup luas mulai dari lapangan terbuka, banjar, gedung olahraga, hingga gedung kesenian. Sementara, musik Balinesia lebih banyak tersebar di kafe dan bar. Namun, tak semua kafe dan bar juga menampilkan pertunjukan musik independen. Secara geografis, musik Balinesia lebih banyak berkembang di daerah Denpasar dan Badung. Meski di beberapa daerah juga muncul beberapa kantong komunitas untuk musik Balinesia. Cuma persoalannya tidak seaktif di daerah Denpasar dan Badung. Ruang pertunjukan Balinesia ini lebih banyak di kafe, bar, lapangan terbuka, dan festival musik.

Dukungan pemerintah Bali sebatas kemudahan perizinan dan pemakaian aset pemerintah. Beberapa aset pemerintah kerap digunakan untuk pertunjukan musik. Salah satu ruang pertunjukan yang aktif menggelar pertunjukan musik adalah Rumah Sanur. Persoalan yang dihadapi Rumah Sanur adalah bagaimana membuat bisnis model yang ideal untuk keberlanjutan sebuah ruang komunitas ini secara ideal. Rumah Sanur saat ini untuk mengembangkan bisnis modelnya lebih kepada menyewakan beberapa bagiannya untuk dijadikan area komersil seperti kedai kopi, rumah makan, dan bar wine. Rumah Sanur juga cukup terbuka untuk bekerjasama dengan beberapa pihak, termasuk perusahaan rokok untuk menggelar pertunjukan musik.

Tabel: Topologi ekosistem musik yang ada di Kota Bali:

Topologi Ekosistem	Deskripsi	Aspek Positif	Aspek Negatif
Bali-Bali	Musik Bali-Bali merupakan musik yang menggunakan bahasa lokal (bahasa Bali) dalam lagu-lagunya. Musik Bali-Bali ini lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat Bali, baik di pusat kota maupun di pelosok daerah. Musik Bali-Bali juga berkembang karena akses pertunjukan yang relatif mudah dan luas. Musik Bali-Bali ini biasa tampil di acara korporat, acara pemerintah, acara sekolah, hingga termasuk acara padat. Akses pertunjukannya juga tersebar luas mulai dari lapangan publik hingga banjar adat.	Memiliki identitas yang sangat kuat, memiliki kedekatan dengan masyarakat lokal, karakteristik musiknya lebih mudah dipahami dan lebih mudah diterima oleh masyarakat Bali	Aksesnya terbentur pada skala lokal Bali
Balinesia	Musik Balinesia merupakan musik yang menggunakan non-bahasa Bali (terutama bahasa Indonesia dan bahasa Inggris) dalam lagu-lagunya. Musik Balinesia juga identik dengan musik independen. Perkembangan musik Balinesia dipengaruhi dari maraknya ruang kreatif, kafe, bar, dan klub yang menjadi ruang pertunjukannya. Namun, perkembangan musik Balinesia ini "terbatas" di daerah Badung dan Denpasar. Penerimaan musik Balinesia mungkin tidak sebesar musik Bali-Bali karena ada perbedaan konteks sosiokultur (bahasa) dan juga geografis. Namun, kedua ekosistem musik ini jalan beiringan.	Akses untuk diterima publik nasional lebih mudah	Terbatasnya akses ruang pertunjukan karena secara geografis lebih kuat di daerah Denpasar dan Badung
Brand clothing lokal	Perusahaan brand clothing lokal seringkali mendukung komunitas musik mulai dari memberikan bantuan dana dan produk, menggelar gigs, membuat album rekaman, dan membiayai tur	Memberikan ruang kepada band-band baru, alternatif dari pertunjukan perusahaan rokok, dan fokus pada pemberdayaan komunitas	Dana produksi dan promosi terbatas, ketergantungan pada selera dan faktor pertemanan, dan rentan tidak berkelanjutan (sustain)
DIY/Collective/Community	Komunitas atau kolektif seringkali menyelenggarakan pertunjukan musik secara swadaya. Biasanya banyak dilakukan di komunitas-komunitas musik.	Memberikan ruang kepada band-band baru, alternatif dari pertunjukan perusahaan rokok, dan fokus pada pemberdayaan komunitas	Dana produksi dan promosi terbatas, ketergantungan pada selera dan faktor pertemanan, dan rentan tidak berkelanjutan (sustain)

Sumber: Diolah Penulis

d. Simpulan dan Rekomendasi

Dari hasil pembahasan di atas maka peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi terkait ekosistem musik Kota Bali, yaitu:

1. Membangun jejaring dan konektivitas antar venue musik
2. Mendorong alternatif pembiayaan untuk ruang kreatif yang lebih inklusif
3. Mendorong terciptanya jejaring antar LSM dalam mendukung kampanye sosial dan lingkungan hidup melalui musik
4. Mendorong terciptanya para music-entrepreneur
5. Menciptakan program yang sinergis untuk festival skala internasional

Tabel: Matriks Perbandingan 3 Ekosistem Musik di Indonesia

	Ekosistem Musik		
	Bandung	Jakarta	Bali
Relasi Para Aktor	Komunitas/kolektif DIY, brand clothing lokal, dan perusahaan rokok	Music-entrepreneur	Bali-Bali (musik pop Bali yang menggunakan bahasa Bali), musik Balinesia (musik pop Bali yang menggunakan bahasa Indonesia atau Inggris atau berbahasa non-Bali), dan musik elektronik DJ atau musik kafe.
Industri pendukung	Brand clothing lokal dan perusahaan rokok.	Lembaga asing, pemerintah (Bekraf), perusahaan rokok, industri retail, dan industri start-up	Brand clothing lokal, kafe/bar, perusahaan rokok, dan industri otomotif atau Honda.
Ruang Pertunjukan	Setelah bubarnya Spasial pada pertengahan 2019 ini, tak ada ruang komunitas untuk pertunjukan yang inklusif. Pertunjukan musik pun lebih cenderung diadakan di "ruang alternatif" semacam kedai kopi atau kafe, auditorium lembaga asing, lapangan militer, hingga ruang komunitas milik perusahaan rokok atau biasa disebut "hangout places". Komunitas musik di Bandung agak jarang menggunakan aset pemerintah seperti Bandung Creative Hub, Taman Musik, atau Dago Tea House karena alasan biaya dan birokrasi. Untuk pertunjukan festival di Bandung sendiri kebanyakan disponsori perusahaan rokok seperti Soundsations (Sampoerna) dan Hellprint Festival (Djarum Super).	Ruang pertunjukan di Jakarta sangat beragam mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar. Banyak studio musik pertunjukan, ruang komunitas, hingga festival musik membuat ruang pertunjukan musik di Jakarta begitu marak. Beberapa nama ruang komunitas baru yang punya peran signifikan dalam ekosistem musik di Jakarta antara lain Kios Ojo Keos, Studio Rossi Musik, Studio Palem, dan M-Bloc Space. Selain itu pertunjukan di Jakarta juga semarak lewat pergelaran festival antara lain Synchronize Festival, Archipelago Festival, We The Fest, Lokatara Festival, Joyland Festival, The Sounds Project, dan Ornaments.	Ruang pertunjukan di Bali cukup ramai dan beragam seperti banjar adat, bar/kafe, ruang komunitas, hingga lapangan terbuka. Pemerintah di Bali cukup mendukung lewat kemudahan perizinan. Beberapa gedung dan lapangan milik pemerintah juga kerap digunakan pertunjukan musik oleh komunitas. Namum, maraknya bar/kafe terutama di sekitaran wilayah Denpasar dan Badung menjadi daya tarik tersendiri. Karena musik lebih banyak berkembang dan diterima di kedua wilayah ini. Sementara wilayah Bali lainnya relatif lebih mudah menerima musik Bali-Bali. Persoalan sosiokultural menjadi satu hal penting dalam ekosistem musik di Bali. Salah satu festival yang besar di Bali yaitu PICA Festival juga hadir lewat dukungan industri brand clothing lokal.

Sumber: Diolah Penulis

C. Pembahasan dan Rekomendasi



Pertunjukkan Lapalux di The Other Festival, rangkaian acara UK/ID 2018. © British Council Indonesia

A. Artistik dan Nilai Kultural

Jika berbicara soal ekosistem musik, maka tak bisa dilepaskan dari bagaimana pemanfaatan musik untuk menumbuhkan nilai ekonomi, nilai sosial, dan nilai budaya.

Maka untuk menumbuhkan nilai ekonomi dalam musik membutuhkan peran *music-entrepreneur*. Para *music-entrepreneur* ini diharapkan dapat membuat berbagai inovasi dalam bisnis musik.

Agar sebuah ekosistem musik di sebuah kota bisa berkembang dengan baik maka dibutuhkan sektor pendukung musik di luar musisi dan penonton. Suatu ekosistem musik akan terus tumbuh dan berkembang jika muncul pula beragam sektor pendukung seperti label rekaman, promotor, booking agent, pemilik venue, media musik, event organizer, dan festival musik. Dalam beberapa tahun terakhir muncul banyak inisiasi dari pelaku komunitas musik untuk membuat berbagai sektor pendukung ekosistem musik. Terutama di Jakarta muncul berbagai inisiasi dan inovasi untuk mengembangkan bisnis musik menjadi lebih inovatif dan menarik. Muncul beragam bisnis musik yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan industri musik itu sendiri.

Namun, dari hasil observasi lapangan, peran *music-entrepreneur* ini masih belum merata. Di beberapa kota, seperti di Bandung dan Bali, para pelaku musik masih banyak bergantung pada perusahaan rokok dan brand clothing lokal. Maka di beberapa kegiatan musik pun tak jauh dari “perpanjangan tangan industri rokok”. Karena kegiatan-kegiatan musik pun lebih banyak kepada kepentingan promosi produk (produk rokok atau produk *brand clothing* lokal) dibandingkan dengan inovasi dan kampanye komunitas musik lewat kegiatan musik.

Agar terciptanya pemanfaatan musik menjadi nilai ekonomi, sosial, dan budaya maka peran

music-entrepreneur harus muncul dari komunitas musik di setiap daerah. *Music-entrepreneur* harus didorong memunculkan beragam inovasi yang dibutuhkan dan memecahkan masalah terkait ekosistem musik. Untuk mendorong terciptanya beragam inovasi tersebut maka mesti didorong pemberdayaan komunitas/kolektif musik (*community empowerment*). Karena selama ini muncul relasi kuasa tidak seimbang antara komunitas dengan pemilik modal. Relasi kuasa yang tidak seimbang itu rentan memunculkan eksploitasi dan komodifikasi dibandingkan dengan semangat kolaborasi dan ko-kreasi. Pemberdayaan komunitas musik dibutuhkan agar tidak mudah dieksploitasi dan dikomodifikasi baik oleh korporat ataupun pemerintah. Maka agar terciptanya pemberdayaan komunitas diperlukan upaya akan kesadaran bahwa komunitas sebagai pelaku penting dalam ekosistem musik.

Pemberdayaan komunitas penting dikembangkan agar memunculkan para *music-entrepreneur* yang membawa kebaruan dalam ekosistem musik dengan pendekatan yang adaptif, fleksibel, dan multidisiplin. Dalam artian harus ditumbuhkan komunitas musik yang menciptakan berbagai inisiasi secara fleksibel melalui pemanfaatan teknologi dan sosial media. Selain itu, perlu juga mendorong berbagai inovasi pertunjukan musik yang cenderung kepada peningkatan difusi inovasi, berupa pertunjukan musik dan festival musik yang memberikan “kebaruan” dan menekankan fungsi sosial, tak hanya ekonomi.

Musik tak hanya menyoal nilai ekonomi. Beberapa komunitas musik juga sudah mendorong terciptanya musik sebagai aktivisme sosial. Maka komunitas-komunitas musik ini perlu mendorong musik sebagai bagian dari inklusi sosial terhadap isu gender, toleransi, dan lingkungan hidup.

Salah satu hal yang penting dalam mendorong tumbuhnya difusi inovasi maka dibutuhkan prinsip-prinsip jejaring, kolaborasi, atau ko-kreasi. Komunitas musik bisa membangun jejaring dan kolaborasi antarkomunitas atau dengan lembaga pemerintah maupun dengan lembaga asing. Beberapa contohnya, antara lain seperti yang dilakukan Archipelago Fest yang berkolaborasi dengan ragam komunitas musik hingga lembaga asing semisal British Council. Atau bahkan kolaborasi dengan pemerintah seperti yang dilakukan M-Bloc Space. Maka diperlukan juga semacam wadah untuk membangun jejaring dan kolaborasi agar muncul inovasi-inovasi di bidang musik.



Suasana conference dalam Archipelago Festival 2018. © British Council Indonesia

Salah satu wadah untuk membangun jejaring dan kolaborasi salah satunya adalah Wired4Music⁶ di London. Wired4Music adalah sebuah *platform* yang menyediakan kesempatan terjun di bidang musik untuk Warga London berusia 16 sampai 25 tahun. Wired4Music memfasilitasi jejaring antar warga London terkait musik mulai dari musisi, manajer band, produser radio, teknisi, hingga artist and repertoire (A&R) pemula. Selain itu, beberapa anggota Wired4Music juga terlibat dalam beberapa pembuatan kebijakan terkait musik di London. Semangat yang dibuat oleh Wired4Music memang semangat kolaborasi dan ko-kreasi karena beberapa anggotanya juga lahir dalam budaya multidisiplin. Sampai saat ini Wired4Music sudah memiliki anggota sebanyak 2000 orang⁷.

Platform Wired4Music menyediakan kesempatan berupa bantuan praktis, dukungan dan sumber daya kepada anggotanya untuk merealisasikan ide-idenya terkait musik. Beberapa programnya berupa inkubasi, pelatihan, magang, konferensi, *workshop*, *open mic*, dan promosi event secara berjejaring dengan para anggota Wired4Music. Keragaman adalah inti dari *platform* ini. Wired4Music memberikan peluang untuk calon musisi, produser, manajer acara, promotor dan juru kampanye untuk berkumpul, berkolaborasi, dan belajar tentang industri musik ini. Pembiayaan Wired4Music oleh The National Lottery, Arts Council England, dan The National Foundation for Youth Music.

Program ini menyediakan pengalaman bagi para anggotanya, yang memungkinkan mereka untuk membangun keahlian mengembangkan lebih banyak kepercayaan diri dan kemampuan mereka. Tujuannya adalah menghasilkan beragam ide dan inovasi serta membuka berbagai peluang yang mungkin tidak dimiliki.



Pertunjukkan Prabumi pada penutupan Wallacea Week 2018. © British Council Indonesia

⁶ Informasi lebih lanjut bisa diakses di www.wired4music.co.uk (diakses pada 3 Februari 2020)

⁷ Menurut data "This Must Be The Place" (Sound Diplomacy, September 2019)



Archipelago Festival 2018. © British Council Indonesia

B. Jaringan Industri Pendukung dan Pendanaan

Setiap kota memiliki jaringan industri pendukung dan pendanaan ekosistem musik sesuai dengan demografi dan karakter kotanya masing-masing. Namun, jika berbicara industri pendukung dan pendanaan yang paling masif dalam beberapa tahun terakhir ini yaitu perusahaan rokok. Perusahaan rokok begitu aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan musik dari tingkat kecil seperti *micro-gigs* di kedai kopi hingga ke tingkat besar seperti Festival Soundrenaline.

Perusahaan rokok mulai terlibat aktif ke dalam komunitas musik terutama setelah Pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 yang dianggap banyak membatasi peredaran dan promosi rokok. Pembatasan rokok untuk berpromosi di media massa dan ruang publik membuat perusahaan rokok menasar komunitas musik yang didominasi oleh pasar anak muda. Pasar anak muda yang terus berkembang membuat perusahaan rokok kian aktif memasuki komunitas musik di Indonesia. Perusahaan rokok tersebut membuat berbagai kegiatan musik hampir di semua komunitas musik anak muda di kota-kota besar Indonesia seperti Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Malang, dan Bali. Tak terkecuali di kota-kota kecil semacam Garut, Cimahi, Sukabumi, dan lain-lain. Perusahaan rokok begitu aktif dan masif dalam ekosistem musik independen dengan beragam kegiatan mulai dari *gigs* musik, festival, *workshop*, hingga tur internasional. Minimnya peran negara dalam memberikan dukungan kepada musisi membuat perusahaan rokok punya peran yang cukup penting dalam ekosistem musik independen di Indonesia beberapa tahun terakhir ini.

Karena keterbatasan regulasi, perusahaan rokok tidak boleh secara bebas mempromosikan produknya kepada publik. Perusahaan rokok membentuk suatu perwakilan dari komunitas musik untuk mempromosikan produk mereka lewat beragam acara musik. Perwakilan komunitas tersebut biasa disebut "*Special Brand Ambassador (SBA)*". Tugasnya untuk membuat berbagai kegiatan musik sesuai dengan tujuan kepentingan perusahaan rokok. Para SBA ini biasanya para tokoh atau figur dari komunitas musik yang sudah dikenal, seperti para musisi, pemilik label rekaman, pembuat event musik, atau jurnalis musik. Ataupun, para SBA ini biasanya

adalah para anak muda yang aktif di komunitas musik. Namun, pergerakan yang dilakukan oleh perusahaan rokok juga bukan berarti tanpa tantangan. Beberapa tantangan yang dihadapi dari acara yang digelar oleh perusahaan rokok antara lain masih minimnya ruang untuk band-band baru, terbatasnya pasar hanya untuk penonton berusia delapan belas tahun ke atas, dan rentannya terjadi eksploitasi dan komodifikasi.

Beberapa tahun terakhir, terutama di Jakarta, peran industri *start-up* cukup memberikan nafas baru dalam aspek industri pendukung dan pendanaan. Terlihat beberapa festival di Jakarta sudah mulai banyak disponsori oleh *start-up*. Seperti misalnya Bukalapak pernah membiayai program tur band Polkawars dan The Panturas bernama “Bukamusic: Connectified Tour 2018” ke Semarang, Surabaya, Bali, Malang, Yogyakarta, dan Bandung. *Start-up* menjadi potensi yang cukup signifikan mengingat potensi pasar anak muda yang besar di sektor musik. Peran dukungan *start-up* pun lebih banyak kepada event-event festival besar. Mereka belum terlalu fokus pengembangan ekosistem dan regenerasi jangka panjang.

Di beberapa kota, muncul pula beragam industri pendukung dan pendanaan dari berbagai sektor yang sesuai dengan karakter kotanya masing-masing.

Di Bandung dan Bali, misalnya, industri pendukung dan pendanaan datang dari brand clothing lokal. Beberapa brand clothing lokal ini mendukung ekosistem musik dengan membuat pertunjukan musik, menjadi sponsor gigs musik, membiayai rekaman dan produksi album, hingga mendanai band untuk tur dalam dan luar negeri. Namun, dukungan dari brand clothing lokal ini juga tidak terlalu maksimal. Karena, pendanaan dari brand clothing lokal ini tentu tak sebesar dan semasih dari perusahaan rokok atau *start-up*.

Kepentingan dari perusahaan rokok, brand clothing lokal, dan *start-up* lebih kepada promosi brand atau produk melalui kegiatan musik. Tak banyak dari mereka yang terjun berinvestasi secara jangka panjang dalam mendorong perkembangan ekosistem musik, seperti membuat perusahaan-perusahaan baru di bidang musik entah itu label rekaman, promotor, festival musik, penerbit musik, booking agent, manajemen artis, dan pemilik venue musik. Sehingga, dukungan dari beberapa sektor pendukung dan pendanaan pun lebih bersifat parsial, temporer, dan jangka pendek. Maka, sebetulnya yang lebih dibutuhkan dalam pengembangan ekosistem musik adalah *music-entrepreneur* yang menciptakan berbagai inisiasi dan inovasi untuk pengembangan bisnis musik. Secara relasi pun komunitas lebih kepada mitra dan partnership, bukan menjadi perpanjangan produk korporat.

Untuk menumbuhkan sektor pendukung dan pendanaan maka dibutuhkan akses ke jejaring yang lebih luas lagi.

Salah satu jejaring pendukung melalui lembaga asing seperti British Council melalui skema kolaborasi atau pertukaran antarpelaku musik di Indonesia dan Inggris. Seperti yang dilakukan oleh British Council dengan Archipelago Fest dan The Other Fest. British Council menyediakan beberapa

narasumber, musisi, seniman, dan produser untuk menjadi pengisi acara. Skema kolaborasi dan jejaring ini juga bisa dimanfaatkan untuk mendorong terciptanya pertunjukan musik yang lebih memiliki pesan dan kampanye sosial dan bukan semata promosi produk. Sehingga, perlu didorong juga munculnya *platform* atau media informasi mengenai hibah untuk seniman, musisi, hingga pengelolaan ruang kreatif.

Pemerintah juga perlu didorong dalam mengembangkan ekosistem musik. Perlu ada upaya yang lebih inovatif dari sekedar pemberian izin pertunjukan atau penyediaan aset gedung pertunjukan. Pemerintah harus menyadari bahwa musik memiliki potensi secara ekonomi, sosial, dan budaya apalagi lewat hadirnya amanat dari Rekomendasi KAMI 2018, Undang-Undang No 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Terutama hadirnya berbagai skema hibah dari pemerintah yang perlu diserap komunitas musik.

Salah satu contoh inovasi dalam rangka skema pendanaan yaitu seperti yang dikembangkan The National Lottery di London⁸. Pajak hasil lotre kemudian dimanfaatkan untuk pengembangan ekosistem musik melalui beragam proyek dan inisiasi. Seperti proyek bernama “The Big Music Project” di mana pajak hasil lotre kemudian dimanfaatkan oleh para musisi muda untuk membangun karir di industri musik. Sampai saat ini pajak lotre ini sudah mengeluarkan uang sebesar 42 juta poundsterling untuk membiayai sekitar 17 ribu inisiasi proyek musik. Maka, untuk mengembangkan ekosistem dibutuhkan komitmen dan pemanfaatan pajak secara tepat guna untuk kebutuhan musik jangka panjang, bukan semata event tahunan atau festival ulang tahun pemerintah daerah. Skema hibah seperti ini lah yang perlu dibuat secara transparan, jelas, dan terukur untuk kepentingan ekosistem musik jangka panjang. Apalagi Pemerintah Indonesia menganggarkan sekitar 5 trilyun rupiah untuk pengembangan kebudayaan.



Deaf Rave di UK/ID Festival 2018. © British Council Indonesia

⁸ Informasi lebih lanjut bisa diakses www.national-lottery.co.uk/life-changing/project-big-music (diakses pada 3 Februari 2020)

C. Venue Musik dan Infrastruktur

Persoalan venue musik dan infrastruktur yang paling banyak dikeluhkan oleh para pelaku musik di kota manapun. Memang tak banyak venue musik yang betul-betul representatif dan memiliki komitmen dalam pengembangan ekosistem musik. Boleh dikatakan, tidak setiap kota memiliki venue ideal berupa *concert hall*, konservatorium, atau auditorium hall yang memang secara artistik sangat layak digunakan untuk pertunjukan musik. Selain itu, di setiap kota juga tak semuanya memiliki lapangan publik untuk gelaran festival yang layak. Untuk pengembangan ekosistem musik memang dibutuhkan berbagai skala venue musik mulai dari skala kecil (pub, bar, kafe, dan kedai kopi), skala menengah (auditorium hall, gedung olahraga, gedung kesenian, dan ruang komunitas), dan skala besar (lapangan publik dan stadion). Semua venue musik itu mesti hidup dan berjalan terus menerus agar ekosistem musik sebuah kota tidak mati.

Selama ini para pelaku musik lebih banyak memanfaatkan “ruang ketiga” atau “ruang komersil” seperti pub, bar, kafe, dan kedai kopi untuk penyelenggaraan pertunjukan musik. Di setiap kota, pemerintah memang memiliki aset gedung pertunjukan. Namun, komunitas enggan untuk membuat pertunjukan-pertunjukan musik menggunakan aset-aset pemerintah. Alasannya karena persoalan terlalu berbelitnya birokrasi, kesulitan akses dan informasi mengenai penyewaan tempat, dan masalah penjadwalan yang terlampau padat karena aset pemerintah biasa digunakan untuk beragam kegiatan, tak hanya musik saja.

Persoalan yang dihadapi dalam pengembangan venue dan infrastruktur musik yaitu dari segi aspek ekonomi dan aspek sosial. Pertama, yaitu persoalan ekonomi. Belum ada bisnis model yang ideal dalam pengelolaan sebuah venue musik. Biaya pengelolaan sebuah venue musik biasanya terbatas kepada barter promo, sewa tempat, dan bagi hasil. Beberapa venue musik juga ada yang kemudian menjadi sarana promosi perusahaan rokok. Persoalan biaya sewa selalu menjadi masalah utama dalam venue musik. Selama ini beberapa venue musik terpaksa tutup karena persoalan biaya sewa yang terus naik. Kedua, persoalan sosial. Beberapa venue musik terpaksa tutup karena persoalan dengan masyarakat sekitar, seperti misalnya acara musik yang gaduh, tawuran, kerusuhan, dan konflik dengan warga sekitar. Potensi konflik sosial ini menjadi pemicu banyaknya venue musik yang tutup satu per satu.

Secara bisnis, pengelolaan venue musik memang lebih banyak dikelola secara swadaya atau mengandalkan peran promotor atau event organizer untuk membuat pertunjukan musik. Model bisnis yang dikembangkan pun berupa penyewaan tempat dan bagi hasil (*sharing-profit*). Tak banyak inovasi yang dikembangkan dalam konteks pengembangan venue dan infrastruktur musik, terutama dalam aspek bisnis model dan pengelolaan. Beberapa hal yang cukup menyulitkan dalam venue musik dan infrastruktur yaitu masih belum memiliki aset pribadi. Para pengelola venue musik itu pun mesti menyewa ke pihak lain.

Salah satu model yang cukup menarik yaitu seperti apa yang dikembangkan oleh M-Bloc Space melalui skema kolaborasi *triple-helix* (pemerintah, komunitas, dan pelaku industri). Beberapa aset pemerintah kemudian dikelola secara profesional oleh pelaku industri untuk kemudian digunakan oleh komunitas. Banyak aset pemerintah yang terbengkalai. Pelaku industri mengelola beberapa aset itu sesuai dengan kebutuhan komunitas. Karena selama ini



Pertunjukkan Kimokal di Inggris dalam rangkaian kegiatan residensi New Commissions, 2018. © British Council Indonesia

komunitaslah yang lebih mengetahui kebutuhannya, dibandingkan dengan pengelolaan oleh pemerintah yang tidak terlalu bisa menyentuh kebutuhan komunitas. Maka, diperlukan kerjasama dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan komunitas agar membangun komitmen bersama secara jangka panjang dalam mengelola suatu venue musik. Beberapa aset pemerintah yang terbengkalai pun pada akhirnya akan memiliki nilai ekonomi.

Secara sosial, maka perlu dikembangkan berbagai advokasi dan kampanye tentang merawat suatu venue musik agar terhindar konflik horizontal dengan warga sekitar. Peran music think-tank dapat memberikan rekomendasi dalam pengelolaan suatu venue musik, terutama agar tercipta venue musik sebagai ruang publik yang memiliki peran penting di masyarakat dalam menumbuhkan nilai inovasi, kreativitas, hingga toleransi. Perlu juga kampanye dan advokasi dalam membuat suatu venue musik bisa ramah gender dan aman serta nyaman buat siapapun.

Pada Mei 2019, Walikota London merilis program “Cultural Infrastructure Plan for Greater London”. Beberapa isi dari program tersebut merupakan daftar pemetaan infrastruktur budaya di London, termasuk juga konektivitasnya dengan data-data soal transportasi, perencanaan kota dan demografi, program hibah dan pendanaan, penelitian, dan kebijakan-kebijakan baru. Data *open-source* tentang pemetaan infrastruktur budaya tersebut dapat diakses oleh siapapun untuk mengetahui kondisi aktual venue musik dan infrastruktur yang ada di London. The Cultural

Infrastructure Plan ini melibatkan 33 otoritas lokal untuk saling bekerjasama membangun berbagai rencana pengembangan infrastruktur budaya dan mengidentifikasi peluang-peluang yang muncul. Ini merupakan bagian dari rencana jangka panjang Pemerintah London.

Dalam rangka mendorong peningkatan ekonomi serta keamanan terkait venue musik, di London juga terdapat Mayor of London Night Czar yang memiliki tugas mengawasi fungsi bar dan klub malam di Inggris. The Night Czar menjamin keberlangsungan venue-venue musik se-antero Inggris Raya. Perannya meliputi berbagi informasi dan *sharing sessions* antara para pelaku musik profesional dengan Warga London. Sejak mulai diberlakukan pada tahun 2016, The Night Czar telah bekerja untuk memperkuat dan memproteksi sejumlah venue musik di London dengan melakukan berbagai koneksi dengan pemilik bisnis, pengembang, polisi, warga sekitar, komunitas, pemerintah lokal, dan pengunjung venue.

Salah satu program yang dikembangkan yaitu “Night Surgeries”, sebuah ruang untuk warga London mendiskusikan berbagai pengalamannya ketika berkunjung ke berbagai klub malam, jalanan, dan transportasi publik di malam hari. Sejak tahun 2018 pula muncul program “Women’s Night Safety Charter” untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi perempuan ketika malam hari. The Night Czar sangat peduli akan keamanan dan kenyamanan bagi Warga London, terutama kaum perempuan.

Untuk melindungi venue-venue musik akar rumput di London, Wali Kota London juga membuat program dan kampanye bernama “Sounds Like London”. Muncul beberapa persoalan yang membuat beberapa venue musik di Inggris juga mengalami kesulitan diakibatkan karena gentrifikasi hingga sepi pengunjung bar akibat perubahan budaya karena banyaknya imigran yang enggan untuk berkunjung ke bar. Kampanye yang dilakukan “Sounds Like London” antara lain membuat pertunjukan musik untuk musisi-musisi baru. Pertunjukan yang diinisiasi Sounds Like London bisa berlangsung sebanyak 200 gigs, bahkan pertunjukan tersebut bisa berlangsung setiap hari di bulan Juni. Tujuannya agar Warga London kembali menjadi pengunjung rutin bar. Kampanye “Sounds Like London” juga memberikan kesempatan kepada para perempuan untuk terjun berkecimpung ke dalam industri musik Inggris. Kampanye ini mendorong keberagaman bagi para pelaku musik. Kampanye seperti ini sangat relevan dan dibutuhkan di Indonesia agar para pelaku musik tidak hanya didominasi para laki-laki. Beberapa program venue musik dan infrastruktur memang melibatkan banyak aspek mulai dari perencanaan kota, infrastruktur, transportasi, pendataan dan pemetaan, serta keamanan dan kenyamanan suatu venue musik. Perlu juga membangun jejaring antara pelaku industri musik, komunitas musik, pemerintah, kepolisian, dan beberapa otoritas terkait. Agar terciptanya jejaring tersebut maka membutuhkan komitmen jangka panjang dalam pengembangan ekosistem musik.



Chris Massey tengah menciptakan lagu hasil kolaborasi Sprechen Music dan Kimokal di Manchester, 2018. © British Council Indonesia

⁹ Wawancara dengan Nuran Wibisono. Nuran Wibisono merupakan salah seorang pemenang residensi dari Komite Buku Nasional. Dia melakukan residensi selama 3 bulan (Oktober-Desember 2019) di London untuk meneliti pertunjukan musik dan festival musik di London. Wawancara dilakukan via telpon pada 26 Januari 2020.)

¹⁰ Informasi lebih lanjut bisa diakses ke www.london.gov.uk/sounds-like-london. (diakses pada 5 Februari 2020)

D. Rekomendasi

Hasil dari pembahasan serta studi kasus antara ekosistem musik di Indonesia dengan Inggris diharapkan akan memunculkan beberapa rekomendasi. Beberapa rekomendasi ini merupakan hasil dari observasi dan analisis akan berbagai masalah terkait ekosistem musik Indonesia, terutama Bandung, Jakarta, dan Bali. Harapannya rekomendasi-rekomendasi ini akan dapat menjadi aturan atau kebijakan terkait pengembangan ekosistem musik Indonesia. Rekomendasi ini pun akan makin meningkatkan kerjasama antara Inggris dan Indonesia dalam mendorong terciptanya berbagai program yang inklusif. Berikut ini beberapa rekomendasinya:

a. Mendorong terbentuknya music think-tank

Salah satu persoalan penting dalam ekosistem musik Indonesia yaitu peran advokasi. Selama ini hampir tidak banyak peran advokasi dilakukan oleh komunitas musik. Di beberapa daerah pun boleh dikatakan tidak banyak terlibatnya para pelaku musik dalam kebijakan yang dibuat pemerintah terkait musik. Terbentuknya *music think-tank* diharapkan dapat menjadi “middle man” dan “mediator” antara komunitas musik dan pemerintah. *Music Think-Tank* ini dapat melakukan berbagai riset, kampanye, lobi, dan advokasi terkait musik dan informasinya bisa diakses oleh siapa pun. Peran ini memang sudah dilakukan oleh Koalisi Seni Indonesia dan Konferensi Musik Indonesia (KAMI). Namun, diharapkan peran *music think-tank* ini bisa lebih hadir lewat kebutuhan dari komunitas akar rumput di berbagai daerah.

b. Pemberdayaan komunitas

Selama ini muncul relasi kuasa yang tidak seimbang antara komunitas atau pelaku musik dengan korporasi atau pemerintah. Akibatnya, muncul ketergantungan akan pihak korporat (terutama perusahaan rokok) dalam penyelenggaraan kegiatan musik. Ekosistem musik pun kemudian tak ubahnya dari “perpanjangan tangan korporasi” tersebut. Penggerak komunitas musik yang paling kuat adalah peran para *music-entrepreneur* karena mereka akan menciptakan berbagai sektor pendukung ekosistem musik seperti label rekaman, promotor, event organizer, booking agent, festival musik, dan media musik. Perlu mendorong terciptanya difusi inovasi sehingga muncul para *music-entrepreneur*. Maka para *music-entrepreneur* ini akan menciptakan berbagai inisiasi dan inovasi terkait musik. Mereka punya nilai tawar kepada pihak sponsor. Sehingga relasi antara komunitas dengan korporat/pemerintah bersifat kemitraan, bukan perpanjangan tangan. Pemberdayaan komunitas juga terkait akan peran komunitas yang lebih inklusif seperti mendorong peran perempuan terjun ke dalam industri musik, mengampanyekan rasa aman dan nyaman ketika di pertunjukan musik, dan juga menjadikan musik sebagai nilai sosial. Salah satu peran penting dalam mendorong terciptanya difusi inovasi yaitu membangun berbagai jatingan dan kolaborasi antarstakeholder (kolaborasi antara komunitas dengan komunitas, kolaborasi antara komunitas dengan sponsor, kolaborasi antara komunitas dengan pemerintah, atau kolaborasi antara komunitas dengan lembaga asing). Maka diperlukan sarana informasi *antarstakeholder* musik sehingga memudahkan dalam mencari dan menciptakan berbagai kolaborasi. Pemberdayaan komunitas harus memunculkan semangat kolaborasi, ko-kreasi, dan kemitraan yang inklusif.

c. Menciptakan inovasi baru dalam skema hibah pemerintah

Selama ini akses pendukung dan pendanaan untuk ekosistem memang lebih banyak dari pihak swasta (perusahaan rokok, brand clothing lokal, perusahaan alkohol, telco, bank, dan

start-up). Namun, dari beberapa skema pendukung tersebut juga ada keterbatasan baik itu keterbatasan regulasi atau pun dukungannya pun sebatas promosi produk. Dukungan dari beberapa industri pendukung juga lebih kepada dukungan jangka pendek, dan bukan dalam

kerangka terjun ke dalam bisnis musik. **Perlu adanya jejaring pendanaan baru yang bersumber dari pemanfaatan skema hibah baik dari pemerintah maupun lembaga luar negeri.** Pada aspek pendanaan dan pendukung memang membutuhkan kerjasama antarstakeholder. Terutama komitmen bersama yang dibangun oleh pemerintah agar memiliki visi membangun ekosistem musik di setiap daerahnya masing-masing. Hadirnya Undang-Undang No 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif sebaiknya dialokasikan untuk skema hibah pemerintah. Apalagi dengan adanya Dana Perwalian Kebudayaan yang diharapkan bisa dimanfaatkan dalam membangun komitmen terhadap ekosistem musik di daerah masing-masing. Pemerintah diharapkan dapat memiliki berbagai inovasi dalam pengadaan hibah kepada pelaku musik. Komunitas musik pun perlu tahu bagaimana cara mengakses berbagai informasi skema hibah tersebut.

d. Membangun beragam kampanye sosial untuk merawat venue musik

Terdapat berbagai persoalan venue musik karena kurang sadarnya para pelaku komunitas untuk merawat venue musik. Maka diperlukan beragam kampanye dan lobi baik ke tingkat pemerintah, pemilik bisnis, komunitas, dan warga sekitar tentang venue musik sebagai bagian dari kohesi sosial. Keberadaan pertunjukan musik tentu akan berdampak secara nyata melalui pajak dan menjadi pendorong ekonomi sektor lain seperti transportasi, pariwisata, hotel, desain, merchandise, hingga kuliner. Maka diperlukan berbagai inisiasi dan program untuk mendorong komunitas dan warga sekitar agar lebih merawat venue musik atau infrastruktur budayanya sebagai bagian dari kohesi sosial maupun ekonomi daerah setempat.

e. Menciptakan model inovasi untuk penciptaan venue dan infrastruktur musik

Persoalan venue musik memang merupakan persoalan yang cukup kompleks. Namun, selain persoalan sosial yang muncul, tak kalah pentingnya juga bagaimana peningkatan nilai ekonomi dalam sebuah venue musik. Saat ini venue musik memang boleh dibilang “hidup segan mati tak mau”. Persoalan pengelolaan, manajemen, dan bisnis model merupakan beberapa yang paling banyak ditemui menjadi kendala dalam mengembangkan suatu venue musik. **Maka diperlukan peningkatan kapasitas melalui beragam workshop untuk mampu mengelola suatu venue musik.** Beberapa pengelola venue musik pun masih banyak yang belum memiliki aset sendiri dan memilih menyewa kepada orang lain. Model pengembangan jejaring antara pemerintah, komunitas, dan pelaku industri juga menjadi model yang menarik. Karena pemerintah memiliki beberapa aset yang tidak terkelola dengan baik. Beberapa aset itu kemudian dikelola oleh komunitas dan pelaku industri karena mereka yang lebih memahami kebutuhan di tingkat komunitas akar rumput. Selain itu bisa juga memanfaatkan berbagai jejaring hibah-hibah internasional mengenai venue musik atau infrastruktur budaya. Untuk itu model jejaring *triple-helix* (pelaku industri, pemerintah, dan komunitas atau antara komunitas, pelaku industri, dan lembaga asing) merupakan model yang cukup menarik dikembangkan sebagai bagian dari inovasi baru pengelolaan suatu venue musik.

Tabel: Matriks Masalah dan Rekomendasi

Masalah	Rekomendasi	Kegiatan yang diharapkan antara UK-ID
Kebijakan terkait musik	Mendorong terciptanya music <i>think-tank</i> di level pusat dan daerah	<p>a. Membangun kerjasama antara pemerintah dengan music <i>think-tank</i> Inggris untuk mendorong kesadaran pengembangan ekosistem musik</p> <p>b. Mendorong berbagai workshop atau fokus diskusi grup agar menginisiasi terciptanya "<i>middle man</i>" atau "<i>music think-tank</i>" yang berdasarkan kebutuhan stakeholder musik dan memperjuangkan kepentingan <i>stakeholder</i> musik dari tingkat pusat hingga daerah</p>
Artistik dan nilai kultural	Melakukan pemberdayaan komunitas dengan menciptakan <i>platform</i> untuk berkolaborasi agar tercipta <i>music-entrepreneur</i>	<p>a. Menciptakan berbagai workshop mengenai music-biz untuk menciptakan <i>music-entrepreneur</i> melalui skema inkubasi</p> <p>b. Aktif membangun <i>platform</i> dan diskusi antarkomunitas agar tercipta jejaring kolaborasi</p> <p>c. Menciptakan <i>platform</i> berbasis website dan aplikasi agar bisa mendorong keterbukaan informasi antar pelaku musik sehingga dapat menciptakan karya musik lintas disiplin</p> <p>d. Mendorong dan menginisiasi berbagai lembaga swadaya masyarakat (LSM) agar lebih aktif lagi mendukung musik sebagai aktivisme sosial</p>
Jaringan industri pendukung dan pendanaan	Menciptakan inovasi baru dalam skema hibah pemerintah	<p>a. Menciptakan <i>platform</i> informasi mengenai skema hibah untuk ekosistem musik</p> <p>b. Mampu mendorong dan meningkatkan kapasitas para sektor industri terutama brand clothing lokal agar mampu memiliki bisnis model dan terjun berinvestasi ke dalam bisnis musik</p> <p>c. Mendorong pemerintah pusat maupun lokal agar memberikan skema hibah untuk program ekosistem musik jangka panjang</p>

Tabel: Matriks Masalah dan Rekomendasi

Masalah	Rekomendasi	Kegiatan yang diharapkan antara UK-ID
Venue musik dan infrastruktur	Membangun beragam kampanye sosial untuk merawat venue musik	<p>a. Membangun berbagai kampanye sosial di berbagai media untuk merawat venue musik</p> <p>b. Membangun pemetaan dan jejaring antarvenue musik di Indonesia</p> <p>c. Membangun <i>platform</i> informasi mengenai pemetaan venue musik dan infrastruktur budaya di Indonesia</p>
Venue musik dan infrastruktur	Membangun model inovasi untuk penciptaan venue dan infrastruktur musik	<p>a. Menciptakan model <i>triple helix</i> (komunitas, pelaku industri musik, dan pemerintah) dalam pengelolaan aset pemerintah yang terbengkalai</p> <p>b. Menciptakan berbagai workshop dan forum diskusi grup dalam pengelolaan dan manajemen suatu venue musik</p> <p>c. Memberikan informasi mengenai skema hibah untuk venue musik dan infrastruktur budaya</p>



TENTANG BRITISH COUNCIL

British Council adalah organisasi internasional asal Inggris untuk hubungan budaya dan kesempatan pendidikan. Kami menciptakan dialog yang bersahabat guna membangun kesepahaman bersama antara warga Inggris dengan masyarakat dunia. Kami melakukannya dengan menciptakan kontribusi positif untuk Inggris dan berbagai negara yang menjadi wilayah kerja kami – mengubah kehidupan masyarakat dengan menciptakan kesempatan, membangun jaringan serta menumbuhkan rasa saling percaya.

Kami hadir di lebih dari 100 negara di seluruh dunia dan berkarya dalam bidang seni dan budaya, bahasa Inggris, pendidikan dan kemasyarakatan. Tahun lalu, kami telah menjangkau lebih dari 65 juta orang lewat metode tatap muka dan lebih dari 731 juta orang secara online, siaran radio serta berbagai publikasi. British Council didirikan pada tahun 1934 sebagai organisasi amal di Inggris yang dinaungi oleh Royal Charter dan badan publik Inggris. Kami telah berkarya di Indonesia sejak tahun 1948. Setiap tahunnya, kami menjangkau ribuan siswa, pendidik, pembuat kebijakan, akademisi, peneliti, wirausahawan serta talenta kreatif di Indonesia



<https://www.britishcouncil.id/program/seni>



@idBritisharts



@idBritisharts

