

# **Transformasi Produksi Musik Di Era Digital: Studi Kasus Label Musik Besar Dan Dampaknya Pada Industri Musik Global**

Mohammad Fadly  
Akademi Komunikasi SAE Indonesia  
Email : mohammad.fadly@nextakademi.id

## **ABSTRAK**

Revolusi digital telah secara fundamental mengubah industri musik, memaksa label-label musik besar untuk beradaptasi dari model produksi analog yang eksklusif ke ekosistem digital yang lebih terbuka. Meskipun dampaknya pada distribusi telah banyak diteliti, terdapat kesenjangan pemahaman mengenai bagaimana label besar secara spesifik mentransformasikan alur kerja produksi internal mereka sebagai respons terhadap disrupti ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam transformasi metode produksi musik di dalam label-label musik besar dan mengeksplorasi implikasinya terhadap strategi operasional serta keberlanjutan mereka di era digital. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus majemuk, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, analisis dokumen, dan observasi partisipatif dengan 15-20 profesional industri (produser, manajer A&R, musisi) di Los Angeles, New York, dan Jakarta, yang kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Temuan utama menunjukkan bahwa label besar tidak meninggalkan metode lama, melainkan mengadopsi model produksi hibrida yang strategis, menggabungkan kualitas sonik analog dengan efisiensi digital. Peran A&R telah berevolusi dari berbasis intuisi menjadi sangat bergantung pada analisis data besar (*big data*) untuk akuisisi bakat dan keputusan kreatif. Kolaborasi jarak jauh telah menjadi norma, memberdayakan artis dengan otonomi yang lebih besar, sementara output kreatif kini dioptimalkan untuk ekosistem streaming, melahirkan fenomena “The Streaming Sound” dan strategi rilis konten berkelanjutan. Implikasinya, penelitian ini menantang narasi disrupti pasif dan menunjukkan adaptasi proaktif oleh pemain industri mapan. Secara teoretis, temuan ini memperkaya pemahaman tentang inovasi berkelanjutan dan menggarisbawahi data sebagai aset kompetitif utama dalam ekonomi kreatif. Secara praktis, hasil ini menyoroti kebutuhan mendesak bagi para pemangku kepentingan industri—mulai dari label hingga institusi pendidikan—untuk mengembangkan kompetensi hibrida yang mengintegrasikan keahlian kreatif, teknis, dan analitik data.

**Kata Kunci:** *Produksi Musik, Label Musik, Digitalisasi, Industri Musik, Inovasi Teknologi, Ekonomi Kreatif, Transformasi Digital.*

## **PENDAHULUAN**

Revolusi digital telah secara fundamental mengubah lanskap berbagai industri secara global, dan tidak ada sektor yang mengalami transformasi sedemikian dramatis dan disruptif seperti industri

musik. Selama beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi yang pesat, terutama proliferasi internet dan perangkat digital, telah merombak total cara musik diciptakan, diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Fenomena ini, yang sering disebut sebagai digitalisasi industri musik, telah menggeser paradigma dari model bisnis yang berpusat pada penjualan format fisik seperti kaset dan *compact disc* (CD) ke arah dominasi platform streaming digital. Pergeseran ini tidak hanya mengubah struktur ekonomi industri, tetapi juga secara signifikan memengaruhi proses kreatif dan teknis dalam produksi musik itu sendiri.

Fenomena utama yang menjadi fokus penelitian ini adalah pergeseran dalam proses produksi musik dari metode tradisional-analog ke metode yang sepenuhnya terintegrasi secara digital. Produksi musik tradisional (Pras et al., 2013), yang secara historis bergantung pada studio rekaman profesional dengan peralatan analog yang mahal seperti konsol mixing besar dan mesin pita reel-to-reel, dikenal dengan prosesnya yang rumit, memakan waktu, dan berbiaya tinggi (Vanka et al., 2023). Keterbatasan ini secara efektif menjadikan label musik besar (*major labels*) sebagai penjaga gerbang (*gatekeepers*) utama industri, yang mengontrol tidak hanya sarana produksi tetapi juga jalur distribusi dan promosi. Sebaliknya, era digital telah mendemokratisasi proses produksi musik melalui kemunculan *Digital Audio Workstations* (DAW), perangkat lunak canggih yang memungkinkan musisi dan produser untuk merekam, mengedit, dan *me-mixing* musik berkualitas tinggi hanya dengan menggunakan komputer pribadi (Kiresci, 2023). Teknologi seperti *Musical Instrument Digital Interface* (MIDI), *synthesizer* virtual, dan *plugin* efek digital telah lebih lanjut memfasilitasi eksperimen kreatif tanpa batas dengan biaya yang jauh lebih rendah (Reuter, 2022). (Bell, 2015)

Signifikansi dari transformasi ini melampaui sekadar aspek teknis. Secara sosial dan akademik, pergeseran ini memiliki implikasi yang mendalam (Jordà, 2020) (Liu & Liang, 2021). Demokratisasi produksi musik telah membuka pintu bagi gelombang baru musisi independen yang kini dapat bersaing di panggung global tanpa harus terikat kontrak dengan label besar. Hal ini memunculkan ekosistem musik yang lebih beragam dan inklusif. Namun, di sisi lain, label-label musik besar—yang secara historis merupakan pilar industri—dihadapkan pada tantangan eksistensial. Mereka dipaksa untuk beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan baru yang ditandai oleh persaingan yang ketat, penurunan pendapatan dari penjualan fisik, dan model bisnis streaming yang kompleks dengan pembagian royalti yang sering diperdebatkan. Oleh karena itu, memahami bagaimana entitas raksasa ini menavigasi perubahan dan mentransformasikan proses inti mereka, yaitu produksi musik, menjadi krusial untuk memetakan masa depan industri musik global.

Tinjauan literatur terkini menunjukkan bahwa dampak digitalisasi terhadap industri musik telah menjadi subjek penelitian yang luas. Banyak studi telah mengkaji pergeseran model bisnis dari penjualan fisik ke streaming (Arditi, 2019), (Arditi, 2020) dampaknya terhadap pendapatan artis (Eriksson & Leight, 2021), (Marshall, 2020) dan peran platform digital dalam penemuan dan promosi musik (Werner, 2020). Beberapa penelitian juga secara spesifik membahas bagaimana teknologi digital telah mengubah proses produksi musik secara umum (Burgess, 2013) dan memunculkan inovasi seperti produksi musik berbasis kecerdasan buatan (AI) (Mhlambi & Nxozi, 2024) (Herndon, 2024) dalam tinjauan lingkupnya menyimpulkan bahwa transformasi digital telah mengubah cara musik dibuat dan dijual, serta menghubungkan artis dan label dengan audiens internasional secara lebih efisien. Studi lain menyoroti bagaimana label rekaman, termasuk label

besar, telah beradaptasi dengan memfokuskan kembali strategi mereka, terutama dalam bidang pemasaran dan manajemen data ((Sinclair & Green, 2016)) (Waldfogel, 2017) Peran departemen *Artist and Repertoire* (A&R) juga telah berevolusi, dengan penekanan yang lebih besar pada analisis data dari platform streaming untuk mengidentifikasi talenta yang sudah memiliki basis penggemar.

Meskipun literatur yang ada telah memberikan wawasan berharga, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan dan perlu diisi. Sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada aspek distribusi, pemasaran, atau dampak ekonomi dari digitalisasi secara makro. Masih terdapat kekurangan pemahaman yang mendalam dan spesifik mengenai *bagaimana* label musik besar secara internal mentransformasikan alur kerja dan metodologi *produksi musik* mereka sebagai respons terhadap era digital. Secara spesifik, kurangnya analisis komparatif yang sistematis antara pendekatan produksi tradisional-analog yang pernah menjadi andalan mereka dengan metode produksi modern-digital yang mereka adopsi saat ini menjadi sebuah celah pengetahuan yang penting. Banyak diskusi bersifat umum tentang “demokratisasi” produksi, namun sedikit yang secara empiris menyelidiki bagaimana label besar—dengan warisan, struktur, dan sumber daya mereka yang unik—mengintegrasikan, memodifikasi, atau bahkan menolak aspek-aspek tertentu dari revolusi produksi digital ini. Pertanyaan tentang bagaimana inovasi dalam teknik produksi ini berdampak langsung pada strategi keberlanjutan (*sustainability*) dan posisi kompetitif mereka di pasar global yang semakin terfragmentasi juga belum sepenuhnya terjawab.

Untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut, penelitian kualitatif ini dirumuskan dengan tujuan sebagai berikut. *Pertama*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana transformasi digital telah memengaruhi dan mengubah metode serta alur kerja produksi musik di dalam label-label musik besar. *Kedua*, penelitian ini akan mengidentifikasi dan membandingkan secara kritis elemen-elemen kunci dari pendekatan produksi tradisional dan modern yang diterapkan oleh label-label tersebut. *Ketiga*, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari transformasi produksi ini terhadap strategi operasional label yang lebih luas, termasuk dalam hal distribusi, pemasaran, penemuan bakat (A&R), dan model bisnis secara keseluruhan, serta implikasinya bagi keberlanjutan mereka di industri musik global.

**Tabel 1: Perbandingan Paradigma Produksi Musik Tradisional vs. Digital**

Aspek	Produksi Musik Tradisional (Analog)	Produksi Musik Digital (Modern)
<b>Peralatan Utama</b>	Konsol mixing analog, mesin pita multitrack, mikrofon, <i>outboard gear</i> (kompresor, reverb fisik).	Digital Audio Workstation (DAW), antarmuka audio, komputer, plugin VST/AU, <i>virtual instruments</i> .
<b>Biaya Produksi</b>	Sangat tinggi, membutuhkan investasi besar pada studio dan peralatan fisik.	Relatif rendah dan terjangkau, banyak perangkat lunak tersedia dengan berbagai level harga.
<b>Aksesibilitas</b>	Terbatas pada studio rekaman profesional dan artis yang didanai label besar.	Sangat demokratis, dapat diakses oleh siapa saja dengan komputer dan perangkat lunak dasar.
<b>Alur Kerja</b>	Linier, proses destruktif ( <i>kesalahan sulit diperbaiki</i> ), memakan waktu.	Non-linier, non-destruktif, fleksibel, memungkinkan kolaborasi jarak jauh secara <i>real-time</i> .
<b>Karakter Suara</b>	Hangat ( <i>warm</i> ), memiliki saturasi pita, sering dianggap memiliki "karakter" atau "jiwa".	Jernih, presisi tinggi, transparan, terkadang dianggap "dingin" atau terlalu sempurna.

<b>Peran Label Besar</b>	Sebagai <i>gatekeeper</i> utama yang mengontrol akses ke fasilitas produksi.	Bergeser menjadi kurator, pemasar, dan analis data; tidak lagi memonopoli produksi.
<b>Distribusi &amp; Pemasaran</b>	Bergantung pada jaringan distribusi fisik (CD, <i>vinyl</i> ) dan media tradisional (radio, TV).	Terintegrasi dengan platform streaming digital, media sosial, dan pemasaran berbasis data/algoritma.

## TINJAUAN PUSTAKA

Transformasi digital telah menjadi kekuatan pendorong yang merestrukturisasi lanskap industri musik secara fundamental. Pergeseran dari format fisik ke platform digital tidak hanya mengubah cara musik didistribusikan dan dikonsumsi, tetapi juga secara radikal mereformasi proses inti penciptaan dan produksi musik. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk membedah literatur akademis yang relevan guna membangun landasan konseptual dan empiris bagi penelitian ini. Pembahasan akan difokuskan pada tiga pilar utama: (1) kerangka teoretis yang menjelaskan dinamika perubahan, (2) evolusi proses produksi musik dari era analog ke digital, dan (3) strategi adaptasi label musik besar dalam menghadapi disrupti. Sintesis dari ketiga pilar ini akan menyoroti kesenjangan penelitian yang signifikan, yang menjadi justifikasi bagi urgensi dan orisinalitas studi ini.

### Kerangka Teoretis: Membedah Transformasi Industri Musik

Untuk memahami kompleksitas transformasi dalam industri musik, terutama pada level label besar, diperlukan pendekatan multidisiplin yang ditopang oleh beberapa kerangka teoretis. Tiga teori utama yang relevan adalah Teori Inovasi Disruptif, Teori Inovasi Teknologi, dan konsep Ekonomi Kreatif.

**Teori Inovasi Disruptif (Disruptive Innovation)**, yang pertama kali diperkenalkan oleh Clayton Christensen, memberikan lensa yang kuat untuk menganalisis bagaimana industri musik diguncang oleh teknologi digital. Christensen (1997) mendefinisikan inovasi disruptif sebagai proses di mana produk atau layanan baru, yang awalnya berakar pada aplikasi sederhana di segmen bawah pasar (*low-end*) atau menciptakan pasar baru (*new-market*), secara bertahap bergerak ke segmen atas dan akhirnya menggantikan pesaing yang sudah mapan. Dalam konteks industri musik, kemunculan format MP3, perangkat lunak *file-sharing*, dan kemudian platform *streaming* merupakan contoh klasik dari inovasi disruptif. Teknologi ini pada awalnya menawarkan kualitas yang lebih rendah (dibandingkan CD) dan model bisnis yang belum matang, sehingga sering diabaikan oleh label-label besar yang berfokus pada pelanggan *mainstream* dengan margin keuntungan tinggi dari penjualan album fisik ((Christensen, 1997) Namun, karena aksesibilitas dan keterjangkauannya, teknologi ini dengan cepat diadopsi oleh pasar yang lebih luas, menggerogoti model bisnis tradisional dan memaksa para pemain lama untuk beradaptasi atau menghadapi kemunduran. Teori ini relevan untuk memahami mengapa label besar pada awalnya kesulitan merespons dan bagaimana mereka kini harus menavigasi lingkungan di mana hambatan untuk masuk ke industri, terutama dalam produksi dan distribusi, telah menurun secara drastis.

**Teori Inovasi Teknologi** melengkapi analisis dengan memfokuskan pada bagaimana perkembangan teknologi secara spesifik mengubah praktik dan alur kerja. Berbeda dari pandangan bahwa teknologi hanyalah alat pasif, teori ini—sering kali dengan nuansa determinisme teknologi—menganggap bahwa teknologi memiliki *affordances* (kemampuan yang dirasakan) yang membentuk dan memungkinkan cara-cara baru dalam berkreasi dan berproduksi (Neff et al., 2012) (Sun & Suthers, 2023) Kemunculan *Digital Audio Workstations* (DAW) seperti Pro Tools, Ableton Live, dan Logic Pro secara fundamental mengubah proses produksi musik dari proses yang linier, mahal, dan terpusat di studio menjadi non-linier, fleksibel, dan terdesentralisasi. Teknologi ini tidak hanya menurunkan biaya produksi secara dramatis tetapi juga mengubah estetika suara dan memungkinkan bentuk-bentuk kolaborasi baru yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan (Leonard et al., 2012). Dengan demikian, teori ini krusial untuk menganalisis secara mikro bagaimana alur kerja, peran (misalnya, produser, *engineer*), dan hasil sonik dari produksi musik di dalam label besar telah berevolusi sebagai respons langsung terhadap adopsi perangkat keras dan lunak digital.

**Konsep Ekonomi Kreatif** memberikan kerangka makro untuk memahami pergeseran nilai dalam industri musik. John Howkins (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi di mana nilai utamanya berasal dari kekayaan intelektual, bukan dari produk fisik. Transformasi digital telah mengakselerasi pergeseran ini, di mana pendapatan industri tidak lagi didominasi oleh penjualan unit CD atau piringan hitam, melainkan dari lisensi, royalti *streaming*, dan sinkronisasi (penggunaan musik di media lain). (Moyon & Lecocq, 2014). Bagi label musik besar, ini berarti model bisnis mereka harus bergeser dari manufaktur dan distribusi fisik ke manajemen aset intelektual yang kompleks. Kemampuan untuk memproduksi konten musik secara efisien, beragam, dan berkelanjutan menjadi kunci keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, transformasi dalam proses produksi musik bukan hanya soal teknis, tetapi juga merupakan strategi inti untuk bertahan dan berkembang dalam lanskap ekonomi kreatif yang baru (Darvish & Bick, 2024) (Detweiler et al., 2022)

## **Evolusi Proses Produksi Musik: Dari Keterbatasan Analog ke Demokratisasi Digital**

Sejarah produksi musik modern dapat dibagi menjadi dua era yang berbeda secara fundamental: era analog dan era digital. Perbedaan antara keduanya tidak hanya terletak pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada alur kerja, biaya, aksesibilitas, dan bahkan estetika suara yang dihasilkan (Werner, 2020).

Pada era analog, yang mendominasi hingga akhir 1980-an, proses produksi musik sangat bergantung pada peralatan fisik yang mahal dan studio rekaman profesional yang dirancang secara akustik. Proses ini melibatkan mesin pita multitrack, konsol *mixing* analog yang besar, dan serangkaian *outboard gear* (seperti kompresor dan unit *reverb* fisik) untuk memanipulasi suara (Burgess, 2017). Alur kerjanya bersifat linier dan “destruktif”, artinya setiap keputusan, seperti melakukan *overdub* atau mengedit, bersifat permanen dan sulit untuk diubah tanpa mengulang proses dari awal. Keterbatasan ini menempatkan label musik besar sebagai *gatekeeper* utama, karena hanya mereka yang memiliki modal untuk membangun, memelihara, dan menyediakan akses ke fasilitas produksi berstandar tinggi ini [25]. Akibatnya, kemampuan untuk merekam

album berkualitas profesional terbatas pada segelintir artis yang berhasil mendapatkan kontrak rekaman.

Revolusi digital, yang dimulai pada 1980-an dan berakselerasi pesat dengan kemajuan komputasi personal, secara radikal mengubah paradigma ini. Inti dari revolusi ini adalah *Digital Audio Workstation* (DAW), sebuah perangkat lunak yang mengintegrasikan seluruh fungsi studio rekaman ke dalam satu komputer. Teknologi seperti perekaman non-linier, *editing* non-destruktif, *plugin* efek digital, dan instrumen virtual (*virtual instruments*) telah “mendemokratisasi” proses produksi musik. Musisi dan produser kini dapat menciptakan rekaman berkualitas tinggi dari studio rumahan (*home studio*) dengan biaya yang jauh lebih rendah (Leonard et al., 2012)). Alur kerja menjadi sangat fleksibel, memungkinkan eksperimen tanpa batas dan kolaborasi jarak jauh secara *real-time*. Transformasi ini secara efektif meruntuhkan peran label besar sebagai satu-satunya penjaga gerbang fasilitas produksi.

## **Adaptasi Label Musik Besar di Tengah Lanskap Digital**

Menghadapi disrupsi digital yang mengancam model bisnis inti mereka, label musik besar tidak tinggal diam. Meskipun pada awalnya lambat bereaksi terhadap pembajakan dan pergeseran konsumsi, mereka secara bertahap beradaptasi dan bahkan berhasil menegaskan kembali dominasi pasar mereka di era *streaming* (Arditi, 2019) (Spilker, 2019) Literatur yang ada secara ekstensif mendokumentasikan adaptasi ini, terutama dalam domain bisnis, pemasaran, dan penemuan bakat (*Artist and Repertoire - A&R*).

Salah satu adaptasi paling signifikan adalah pergeseran fokus dari distribusi fisik ke pemasaran digital dan manajemen merek artis. Di era digital, di mana distribusi menjadi komoditas melalui platform seperti Spotify dan Apple Music, nilai tambah utama yang ditawarkan label besar adalah kemampuan mereka dalam pemasaran skala global, promosi, dan membangun citra artis (Maulidini et al., 2023) Studi menunjukkan bahwa label besar telah berinvestasi besar-besaran dalam infrastruktur pemasaran digital, memanfaatkan media sosial, dan kemitraan dengan *influencer* untuk menciptakan visibilitas (Dewatara & Agustin, 2019)

Adaptasi krusial lainnya terjadi di departemen A&R. Secara tradisional, A&R bergantung pada metode konvensional seperti menghadiri pertunjukan langsung atau mendengarkan demo fisik untuk menemukan bakat baru. Di era digital, proses ini telah bertransformasi menjadi sangat berbasis data. Tim A&R modern secara sistematis menganalisis data dari platform *streaming* dan media sosial untuk mengidentifikasi artis yang sudah memiliki basis penggemar organik dan daya tarik pasar yang terbukti (Deldjoo et al., 2021) Label tidak lagi hanya bertaruh pada potensi, tetapi semakin berinvestasi pada talenta yang telah divalidasi oleh data. Strategi ini mengurangi risiko investasi dan meningkatkan efisiensi dalam proses rekrutmen artis.

Studi kasus kualitatif di Indonesia juga menunjukkan tren serupa. Penelitian tentang label independen maupun label besar yang beroperasi di Indonesia menyoroti pergeseran menuju strategi pemasaran digital yang inovatif dan pemanfaatan platform digital untuk distribusi dan promosi sebagai kunci untuk bertahan dan berkembang (Alifiardy et al., 2022) (Resmadi et al., n.d.) Fenomena ini menegaskan bahwa adaptasi terhadap ekosistem digital adalah sebuah keharusan universal bagi semua pelaku industri, terlepas dari skala operasinya.

## Sintesis Kritis dan Identifikasi Kesenjangan Penelitian

Sintesis dari literatur yang ada menunjukkan gambaran yang jelas: revolusi digital, yang dapat dijelaskan melalui teori inovasi disruptif, telah secara fundamental mengubah ekonomi dan praktik industri musik. Teknologi telah mendemokratisasi produksi dan distribusi, memaksa label musik besar untuk beradaptasi dengan mengubah fokus mereka dari kontrol infrastruktur fisik ke keahlian dalam pemasaran digital, analisis data, dan manajemen merek. Studi-studi sebelumnya telah memberikan kontribusi penting dalam memetakan perubahan model bisnis, strategi pemasaran, dan evolusi peran A&R.

Namun, di tengah banyaknya penelitian tentang *dampak* digitalisasi, terdapat **kesenjangan penelitian (research gap) yang signifikan dan mendalam** pada level operasional inti. Sebagian besar literatur cenderung membahas adaptasi label besar dari perspektif bisnis dan pemasaran, namun **sangat sedikit studi empiris kualitatif yang secara spesifik dan mendalam menyelidiki bagaimana label musik besar mentransformasikan alur kerja (workflow), metodologi, dan filosofi produksi musik internal mereka.**

Secara spesifik, kesenjangan ini dapat diuraikan menjadi beberapa poin:

1. **Kurangnya Analisis Komparatif Alur Kerja:** Belum ada analisis komparatif yang sistematis antara alur kerja produksi tradisional-analog yang menjadi warisan label besar dengan metode produksi modern-digital yang mereka adopsi saat ini. Pertanyaan seperti bagaimana mereka mengintegrasikan peralatan analog *vintage* yang berharga dengan DAW dan *plugin* modern, atau apakah mereka mengadopsi model hibrida, masih belum terjawab secara empiris (León, 2021).
2. **Minimnya Pemahaman tentang Transformasi Peran Profesional:** Literatur membahas peran A&R yang berubah, tetapi kurang mengeksplorasi bagaimana peran teknis-kreatif seperti produser internal (*in-house producer*) dan *sound engineer* telah berevolusi di dalam struktur label besar. Apakah otonomi kreatif mereka meningkat atau menurun dengan adanya alat digital? Bagaimana kolaborasi antara artis, produser, dan label dinegosiasikan dalam alur kerja digital yang baru? (Auvinen, 2019).
3. **Keterputusan antara Transformasi Produksi dan Strategi Keberlanjutan:** Meskipun jelas bahwa adaptasi bisnis penting untuk keberlanjutan, hubungan kausal antara inovasi dalam *teknik produksi* dengan posisi kompetitif dan keberlanjutan jangka panjang label besar belum dieksplorasi secara mendalam. Bagaimana efisiensi dan fleksibilitas produksi digital secara langsung memengaruhi strategi portofolio artis, kecepatan rilis, dan kemampuan mereka untuk bersaing dengan jutaan artis independen yang membanjiri pasar?

Penelitian ini, dengan pendekatan studi kasus kualitatif dan fenomenologis, dirancang secara spesifik untuk mengisi kesenjangan ini. Dengan mewawancara para praktisi kunci—produser, *engineer*, dan manajer—di dalam beberapa label musik besar, penelitian ini akan melampaui analisis tingkat makro dan menyelam ke dalam “kotak hitam” proses produksi. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang kaya dan bernuansa tentang bagaimana raksasa industri ini secara internal menavigasi dan membentuk kembali jantung operasional mereka—proses penciptaan musik—di tengah badai digital yang tak henti-hentinya.

# METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menguraikan secara sistematis kerangka metodologis yang digunakan dalam penelitian ini. Metodologi ini dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif, dimulai dari desain penelitian, pemilihan partisipan, prosedur pengumpulan data, teknik analisis, hingga penjaminan validitas dan etika penelitian.

## Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif** dengan desain **studi kasus** (*case study*) yang bersifat majemuk (*multiple-case*) dan diperkaya dengan **perspektif fenomenologis**. Desain ini dipilih karena paling sesuai untuk mengeksplorasi secara mendalam dan holistik fenomena transformasi proses produksi musik—sebuah isu kontemporer yang kompleks—di dalam konteks dunia nyata yang spesifik, yaitu label musik besar (Yin, 2018). Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menyelidiki pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” terkait perubahan alur kerja, adopsi teknologi, dan pergeseran strategi di dalam “wadah” atau kasus yang telah ditentukan (Creswell & Poth, 2018)

Penggunaan desain studi kasus majemuk, dengan melibatkan beberapa label musik besar, bertujuan untuk menghasilkan temuan yang lebih kuat dan dapat diandalkan. Dengan membandingkan temuan dari beberapa kasus, penelitian ini dapat mengidentifikasi pola-pola yang konsisten (replikasi literal) maupun yang kontras (replikasi teoretis), sehingga meningkatkan validitas eksternal dan generalisasi analitis dari temuan (Yin, 2018).

Sementara itu, **pendekatan fenomenologis** diintegrasikan untuk memahami esensi dari *pengalaman hidup* (*lived experiences*) para profesional—seperti produser, insinyur rekaman, dan manajer—yang secara langsung terlibat dalam transformasi ini. Pendekatan ini berfokus pada bagaimana para partisipan memaknai perubahan dari era analog ke digital, bagaimana teknologi baru membentuk persepsi dan praktik kreatif mereka, serta apa makna yang mereka lekatkan pada pergeseran ini (Creswell & Poth, 2018). Kombinasi studi kasus dan fenomenologi memungkinkan penelitian ini tidak hanya memetakan proses transformasi secara organisasional, tetapi juga menangkap nuansa pengalaman subjektif dari para aktor kunci di dalamnya.

## Setting dan Partisipan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di tiga kota yang merepresentasikan pusat vital industri musik global dan regional: **Los Angeles, New York, dan Jakarta**. Pemilihan lokasi ini bersifat strategis; Los Angeles dan New York mewakili pusat industri musik Barat yang telah matang dan menjadi episentrum transformasi digital, sementara Jakarta merepresentasikan pasar musik yang besar dan berkembang pesat di Asia Tenggara dengan dinamika adaptasi teknologi yang unik.

Partisipan penelitian akan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) dan *snowball sampling*. Kriteria inklusi utama bagi partisipan adalah: (1) memiliki pengalaman kerja minimal lima tahun di salah satu label musik besar; (2) terlibat secara langsung dalam proses produksi musik, A&R, atau manajemen strategis; dan (3) memiliki pengalaman yang

dapat merefleksikan periode transisi dari era analog ke digital atau yang sepenuhnya beroperasi di era digital. Target partisipan mencakup **15 hingga 20 profesional** yang terdiri dari:

- **Executive dan Manajer A&R:** Untuk memahami pengambilan keputusan strategis terkait adopsi teknologi dan penemuan bakat.
- **Produser Musik dan Insinyur Rekaman (Recording/Mixing Engineers):** Sebagai sumber utama data mengenai perubahan teknis, alur kerja, dan praktik kreatif di studio.
- **Musisi/Artis:** Yang memiliki kontrak dengan label besar untuk memberikan perspektif tentang bagaimana transformasi ini memengaruhi proses kreatif dan kolaborasi mereka.

## Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang kaya dan komprehensif, penelitian ini akan menerapkan strategi **triangulasi data** dengan menggunakan tiga metode pengumpulan data utama (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data direncanakan berlangsung selama periode enam bulan untuk memungkinkan keterlibatan yang mendalam (*prolonged engagement*).

1. **Wawancara Mendalam Semi-Terstruktur (Semi-Structured In-depth Interviews):** Ini adalah metode pengumpulan data primer. Wawancara akan dilakukan dengan setiap partisipan selama 60-90 menit, baik secara tatap muka maupun virtual. Sebuah pedoman wawancara akan digunakan untuk memastikan semua topik kunci tercakup, namun format semi-terstruktur memungkinkan fleksibilitas untuk mengeksplorasi isu-isu tak terduga yang muncul dari narasi partisipan. Semua sesi wawancara akan direkam secara audio dengan izin partisipan dan selanjutnya ditranskripsikan secara verbatim.
2. **Analisis Dokumen (Document Analysis):** Peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen yang relevan untuk melengkapi dan memvalidasi data dari wawancara. Dokumen ini mencakup laporan tahunan perusahaan, siaran pers terkait peluncuran teknologi atau studio baru, *liner notes* dari album-album yang dirilis pada era berbeda, artikel industri, dan materi publikasi lainnya yang dapat memberikan wawasan tentang strategi produksi label.
3. **Observasi Partisipatif (Participant Observation):** Jika memungkinkan dan diizinkan akses, peneliti akan melakukan observasi di lingkungan studio rekaman. Peran peneliti adalah sebagai “pengamat sebagai partisipan” (*observer as participant*) untuk meminimalkan intervensi terhadap proses yang sedang berlangsung. Observasi ini bertujuan untuk mengamati secara langsung penggunaan teknologi, alur kerja produksi, dan interaksi antara produser, insinyur, dan artis. Catatan lapangan (*field notes*) yang detail akan dibuat selama dan setelah sesi observasi.

**Tabel 2: Matriks Prosedur Pengumpulan Data**

Metode Pengumpulan Data	Tujuan	Bentuk Data yang Dihasilkan	Partisipan/Sumber
<b>Wawancara Mendalam</b>	Mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan makna transformasi produksi dari sudut pandang profesional.	Transkrip wawancara <i>verbatim</i> , rekaman audio.	Produser, insinyur, manajer A&R, musisi.
<b>Analisis Dokumen</b>	Memahami konteks strategis, historis, dan teknis dari kebijakan produksi label.	Catatan analisis, kutipan dokumen, data sekunder.	Laporan tahunan, siaran pers, <i>liner notes</i> , artikel industri.

<b>Observasi Partisipatif</b>	Mengamati alur kerja, penggunaan teknologi, dan interaksi sosial dalam praktik produksi musik.	Catatan lapangan deskriptif dan reflektif.	Sesi rekaman atau <i>mixing</i> di studio label.
-------------------------------	--	--	--

## Analisis Data

Analisis data akan dilakukan secara simultan dengan proses pengumpulan data, mengikuti pendekatan interaktif yang dikemukakan oleh (Miles et al., 2014)). Proses ini melibatkan tiga alur kegiatan utama: **reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan**. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan menerapkan **analisis tematik** (*thematic analysis*) seperti yang dipandu oleh (Braun & Clarke, 2019)). Pendekatan ini sistematis dan fleksibel untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola-pola (tema) dalam data kualitatif.

Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

1. **Familiarisasi dengan Data:** Peneliti akan membaca berulang kali transkrip wawancara dan catatan lapangan untuk meresapi dan memahami kedalaman data.
2. **Pengkodean Awal (Initial Coding):** Data akan dianalisis baris per baris untuk memberikan label (kode) pada segmen-segmen data yang relevan dengan pertanyaan penelitian.
3. **Pencarian Tema (Searching for Themes):** Kode-kode yang serupa akan dikelompokkan ke dalam tema-tema potensial yang lebih luas.
4. **Peninjauan Tema (Reviewing Themes):** Tema-tema awal akan ditinjau kembali untuk memastikan koherensi internal dan relevansinya dengan keseluruhan data. Tema yang lemah akan digabungkan atau dibuang.
5. **Pendefinisian dan Penamaan Tema (Defining and Naming Themes):** Setiap tema akan didefinisikan secara jelas dan diberi nama yang ringkas namun representatif.
6. **Penyusunan Laporan (Producing the Report):** Analisis akhir akan disajikan dalam bentuk narasi yang kaya, di mana setiap tema diuraikan dan didukung oleh kutipan-kutipan data yang kuat untuk mengilustrasikan temuan.

Untuk memfasilitasi proses pengkodean dan analisis, peneliti akan menggunakan perangkat lunak *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software* (CAQDAS) seperti NVivo atau ATLAS.ti.

## Validitas dan Keabsahan Data

Untuk memastikan ketepatan dan kepercayaan (*trustworthiness*) dari penelitian kualitatif ini, akan diterapkan beberapa strategi yang diadaptasi dari kerangka kerja Lincoln dan Guba (1985).

- **Kredibilitas (Credibility):** Untuk memastikan bahwa temuan penelitian sesuai dengan realitas yang dipersepsikan oleh partisipan, akan dilakukan: (a) **Triangulasi**, yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen; (b) **Member checking**, di mana draf temuan akan dibagikan kembali kepada beberapa partisipan untuk memverifikasi keakuratan interpretasi peneliti; dan (c) **Prolonged engagement**, yaitu meluangkan waktu yang cukup di lapangan untuk membangun kepercayaan dan pemahaman yang mendalam.
- **Transferabilitas (Transferability):** Untuk memungkinkan pembaca menilai relevansi temuan ini dengan konteks lain, peneliti akan menyajikan ***thick description*** (deskripsi mendalam) mengenai konteks penelitian, karakteristik partisipan, dan proses pengumpulan serta analisis data.
- **Dependabilitas (Dependability):** Untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas proses penelitian, akan dibuat sebuah ***audit trail*** (jejak audit). Ini mencakup dokumentasi yang teliti atas semua

tahapan penelitian, mulai dari perumusan masalah, transkrip, catatan lapangan, hingga keputusan analisis data.

- **Konfirmabilitas (Confirmability):** Untuk memastikan bahwa temuan didasarkan pada data dan bukan bias peneliti, strategi *audit trail* dan **refleksivitas** akan diterapkan. Peneliti akan secara rutin menulis jurnal reflektif untuk mencatat asumsi, bias, dan perannya dalam proses penelitian, sehingga meningkatkan objektivitas.

## **Etika Penelitian**

Penelitian ini menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika untuk melindungi hak dan kesejahteraan partisipan. Prosedur etis berikut akan diikuti secara ketat:

1. **Informed Consent (Persetujuan Berdasarkan Informasi):** Sebelum berpartisipasi, setiap individu akan menerima lembar informasi yang menjelaskan tujuan penelitian, prosedur, potensi risiko dan manfaat, serta jaminan kerahasiaan. Mereka kemudian akan diminta untuk menandatangani formulir persetujuan secara sukarela dan diberi tahu bahwa mereka berhak menarik diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi.
2. **Kerahasiaan dan Anonimitas (Confidentiality and Anonymity):** Untuk melindungi privasi, semua nama partisipan dan institusi mereka akan dianonimkan menggunakan pseudonim dalam semua catatan dan publikasi hasil penelitian. Data mentah (rekaman dan transkrip) akan disimpan dengan aman di komputer yang terenkripsi dan hanya dapat diakses oleh tim peneliti.
3. **Prinsip Tidak Merugikan (Non-maleficence):** Peneliti akan memastikan bahwa partisipasi dalam penelitian ini tidak menimbulkan risiko profesional, psikologis, atau sosial bagi partisipan. Pertanyaan yang bersifat sensitif akan diajukan dengan hati-hati dan empati.

# **HASIL**

Analisis tematik terhadap data yang terkumpul dari wawancara mendalam, analisis dokumen, dan observasi partisipatif di tiga pusat industri musik—Los Angeles, New York, dan Jakarta—mengungkapkan empat tema utama yang secara komprehensif memetakan transformasi proses produksi musik di dalam label-label besar. Tema-tema ini mengilustrasikan pergeseran fundamental dari alur kerja tradisional-analog ke model hibrida yang digerakkan oleh data, serta dampaknya terhadap strategi kreatif, operasional, dan kompetitif. Temuan disajikan di bawah ini, didukung oleh kutipan langsung dari para partisipan untuk memberikan kedalaman dan keaslian pada narasi.

### **Pergeseran Paradigma Alur Kerja Produksi: Dari Sentralisasi Analog ke Fleksibilitas Hibrida**

Temuan pertama yang paling menonjol adalah perubahan radikal dalam alur kerja produksi. Label musik besar tidak sepenuhnya meninggalkan warisan analog mereka, melainkan mengadopsi model hibrida yang secara strategis memadukan keunggulan sonik dari peralatan analog dengan efisiensi dan fleksibilitas teknologi digital. Pergeseran ini telah mendesentralisasi dan mengakselerasi proses kreatif secara signifikan.

### **1.1 Adopsi Model Hibrida: Memadukan “Jiwa” Analog dan Presisi Digital**

Hampir seluruh partisipan, dari produser veteran hingga insinyur muda, menekankan bahwa studio-studio besar kini beroperasi dengan alur kerja hibrida. Peralatan analog ikonik seperti *pre-amp* Neve, kompresor Universal Audio, dan mikrofon klasik masih dianggap esensial pada tahap perekaman awal (*tracking*) untuk menangkap “kehangatan” dan “karakter” yang sulit ditiru secara digital. Namun, setelah sinyal audio masuk ke dalam sistem, hampir seluruh proses selanjutnya—mulai dari penyuntingan (*editing*), aransemen, hingga *mixing* awal—terjadi di dalam *Digital Audio Workstation* (DAW).

Seorang produser senior dengan pengalaman lebih dari 25 tahun di Los Angeles (P1) menjelaskan dualitas ini:

“Kami tidak akan pernah membuang konsol SSL kami. Ada sihir di sana, terutama untuk merekam drum dan vokal. Itu memberikan ‘lem’ pada suara. Tapi apakah saya akan menyambung pita 2-inci lagi untuk mengedit vokal? Tidak akan pernah. Sekarang, kami merekam melalui *channel strip* terbaik, langsung masuk ke Pro Tools. Kami mendapatkan yang terbaik dari kedua dunia: *front-end* analog yang berjiwa dan *back-end* digital yang tak terbatas dalam kemungkinannya. (P1, Produser Senior)

Pendekatan ini juga didorong oleh pertimbangan efisiensi. Seorang manajer studio di New York (P3) menyoroti aspek ekonomi dan waktu:

“Biaya perawatan mesin pita dan konsol analog besar itu astronomis. Dengan model hibrida, kami bisa mengurangi biaya operasional secara drastis. Sesi *recall* untuk sebuah *mix* yang dulu bisa memakan waktu setengah hari, sekarang hanya butuh lima menit untuk membuka sebuah *file* sesi. Ini berarti lebih banyak proyek yang bisa kami tangani dalam satu bulan. (P3, Manajer Studio)

### **1.2 Desentralisasi dan Akselerasi Proses Kreatif**

Era digital telah membongkar alur kerja yang sebelumnya sangat linier dan tersentralisasi di studio fisik. Kini, proses produksi dapat dimulai jauh sebelum seorang artis menginjakkan kaki di studio utama label. Artis yang mahir menggunakan DAW seperti Logic Pro atau Ableton Live dapat membuat demo berkualitas tinggi di rumah (*bedroom production*), yang kemudian menjadi fondasi untuk produksi lebih lanjut di label.

Seorang Manajer A&R (P5) menggambarkan perubahan ini:

“Dulu, kami menerima kaset demo dengan suara kasar. Kami harus menggunakan imajinasi untuk melihat potensinya. Sekarang, artis baru datang dengan lagu yang sudah 90% jadi—aransemennya lengkap, *sound design*-nya unik. Tugas kami bergeser dari ‘membangun dari nol’ menjadi ‘mengukur dan memoles hingga level komersial tertinggi’. Ini mempercepat siklus dari penemuan bakat hingga perilisan secara eksponensial. (P5, Manajer A&R)

Fleksibilitas ini juga memungkinkan iterasi yang cepat dan kolaboratif. Seorang insinyur *mixing* (P7) berbagi pengalamannya:

“Saya bisa mengirimkan *mix* pertama kepada artis dan produser di malam hari. Besok paginya, saya sudah menerima email berisi catatan revisi yang spesifik, lengkap dengan penanda waktu. Mereka bisa mendengarkannya di mobil, di headphone mereka, di mana saja. Proses revisi yang dulu memakan waktu berhari-hari di studio, kini bisa selesai dalam hitungan jam melalui transfer file. (P7, Insinyur *Mixing*)

## Evolusi Peran A&R dan Produksi Berbasis Data

Transformasi digital tidak hanya mengubah aspek teknis, tetapi juga secara fundamental merevolusi departemen *Artist and Repertoire* (A&R). Pengambilan keputusan yang sebelumnya sangat bergantung pada intuisi dan jaringan personal (*golden ears*), kini sangat dipengaruhi oleh analisis data besar (*big data*) yang berasal dari platform streaming dan media sosial. Data ini tidak hanya memandu penemuan bakat, tetapi juga meresap ke dalam keputusan kreatif selama proses produksi.

### 2.1 Transformasi A&R: Dari “Golden Ears” ke Analis Data

Partisipan dari departemen A&R secara konsisten melaporkan bahwa peran mereka telah berevolusi menjadi hibrida antara kurator musik dan analis data. Metrik seperti jumlah *streaming* harian, rasio *skip*, demografi pendengar, dan tingkat keterlibatan di platform seperti TikTok dan Instagram menjadi titik data krusial dalam proses akuisisi artis.

Seorang *Executive A&R* di New York (P8) menyatakan:

“Tentu, insting masih penting. Anda harus merasakan ‘sesuatu’ dari musiknya. Tapi saya tidak akan mengajukan proposal akuisisi artis ke dewan direksi hanya dengan modal ‘perasaan’. Saya harus datang dengan data: ‘Artis ini memiliki 50.000 video yang menggunakan suaranya di TikTok, tingkat keterlibatan di Spotify-nya 35%, dan basis pendengarnya tumbuh 20% dari minggu ke minggu di Jakarta dan Mexico City.’ Data memvalidasi insting dan memitigasi risiko investasi. (P8, *Executive A&R*)

Seorang koordinator A&R yang lebih muda (P9) menggambarkan rutinitas hariannya:

“Setiap pagi, hal pertama yang saya buka bukanlah email, tapi dasbor analitik kami. Saya memantau daftar putar (*playlist*) yang sedang tren, lagu-lagu yang viral di Reels, dan artis-artis independen yang menunjukkan lonjakan data. Pekerjaan saya lebih mirip seorang analis pasar saham daripada pencari bakat tradisional. (P9, Koordinator A&R)

### 2.2 Pengaruh Metrik Streaming pada Keputusan Produksi

Dampak data tidak berhenti pada penemuan bakat. Metrik dari platform streaming kini secara aktif membentuk keputusan kreatif di dalam studio. Aspek-aspek seperti panjang lagu, penempatan *hook*, dan struktur intro menjadi subjek diskusi strategis yang didasarkan pada data perilaku pendengar.

Produser P1 mengungkapkan adanya ketegangan kreatif akibat fenomena ini:

“Ada tekanan untuk membuat intro yang sangat pendek, langsung ke *hook* dalam 15 detik pertama. Kenapa? Karena data menunjukkan pendengar akan men-*skip* lagu jika tidak langsung tertarik. Terkadang ini terasa seperti membatasi kreativitas, tidak ada lagi ruang untuk membangun suasana. Tapi ini adalah realitas komersial yang harus kami hadapi. (P1, Produser Senior)

Seorang manajer pemasaran digital (P11) memberikan perspektif bisnis:

“Kami tahu dari data bahwa lagu di bawah tiga menit memiliki peluang lebih besar untuk dimasukkan ke dalam *playlist* editorial besar dan berkinerja lebih baik secara algoritmik. Jadi, saat kami berada dalam sesi A&R untuk meninjau album, pertanyaan ‘Bisakah kita memotong 30 detik dari lagu ini?’ menjadi sangat umum. Ini bukan lagi hanya tentang seni, ini tentang optimalisasi untuk ekosistem streaming. (P11, Manajer Pemasaran Digital)

## **Redefinisi Kolaborasi dan Pemberdayaan Artis**

Era digital telah meruntuhkan batasan geografis dan hierarki tradisional dalam kolaborasi musik. Teknologi memungkinkan kolaborasi global yang mulus, sementara aksesibilitas perangkat lunak produksi telah memberdayakan artis untuk memiliki kontrol kreatif yang lebih besar atas karya mereka.

### **3.1 Kolaborasi Jarak Jauh sebagai Norma Baru**

Kemampuan untuk berkolaborasi secara *real-time* atau asinkron dari lokasi yang berbeda telah menjadi praktik standar. Label besar kini secara rutin memfasilitasi proyek di mana artis berada di satu negara, produser di negara lain, dan insinyur *mixing* di benua ketiga.

Seorang artis yang dikontrak oleh label besar di Jakarta (P12) berbagi pengalamannya:

“Album terakhir saya diproduksi oleh seseorang dari Swedia. Kami tidak pernah bertemu langsung selama proses produksi. Kami melakukan sesi vokal di studio Jakarta yang terhubung melalui Audiomovers, jadi dia bisa mendengar rekaman saya secara *real-time* dengan kualitas tinggi. Semua *file* bolak-balik melalui Splice. Teknologi membuat dunia terasa sangat kecil dan membuka pintu kolaborasi yang dulu mustahil. (P12, Artis)

Seorang insinyur teknis (P4) menambahkan detail teknis:

“Tantangannya adalah memastikan semua orang bekerja dengan versi *software* dan *plugin* yang sama untuk menghindari masalah kompatibilitas. Kami sekarang memiliki semacam ‘paket teknologi standar’ untuk setiap proyek kolaboratif. Platform seperti Dropbox dan Google Drive menjadi sama pentingnya dengan mikrofon. (P4, Insinyur Teknis)

### **3.2 Peningkatan Kontrol Kreatif Artis**

Demokratisasi teknologi produksi berarti banyak artis yang datang ke label besar sudah memiliki kemahiran teknis dan visi sonik yang jelas. Hal ini mengubah dinamika kekuasaan tradisional antara artis dan produser, mengarah pada hubungan yang lebih setara dan kolaboratif.

Artis P12 lebih lanjut menjelaskan:

“Karena saya bisa memproduksi demo yang solid di laptop saya, saya datang ke label bukan dengan tangan kosong, tapi dengan visi yang sudah terbentuk. Diskusi dengan produser menjadi lebih seperti dialog antara dua kreator, bukan instruksi dari satu arah. Saya memiliki kendali lebih besar atas aransemen, pemilihan *sound*, dan arah akhir dari musik saya. (P12, Artis)

Namun, pergeseran ini juga menciptakan tantangan baru bagi produser, seperti yang diungkapkan oleh P1:

“Di satu sisi, ini bagus karena artis lebih terlibat. Di sisi lain, terkadang mereka terlalu terpaku pada demo awal mereka, sebuah fenomena yang kami sebut ‘*demo-itis*’. Tugas produser sekarang sering kali adalah menjadi diplomat, meyakinkan artis untuk mencoba ide-ide baru sambil tetap menghormati visi asli mereka. Ini membutuhkan keahlian interpersonal yang lebih tinggi. (P1, Produser Senior)

## **Implikasi Sonik dan Strategi Output Konten untuk Ekosistem Digital**

Temuan terakhir menyoroti bagaimana dominasi platform streaming dan media sosial telah membentuk “suara” musik populer dan strategi perilisan konten. Ada kesadaran yang tinggi di antara para profesional label tentang perlunya mengoptimalkan produk musik agar menonjol di lingkungan konsumsi digital yang ramai dan sering kali terdistraksi.

### **4.1 “The Streaming Sound”: Optimalisasi Audio untuk Platform Digital**

Para insinyur *mixing* dan *mastering* melaporkan adanya pendekatan spesifik untuk membuat musik terdengar bagus di berbagai perangkat, mulai dari *earbud* hingga speaker laptop. Ini sering kali berarti penekanan pada frekuensi rendah (*low-end*) yang kuat, vokal yang sangat jernih dan berada di depan (*upfront*), serta tingkat kenyaringan (*loudness*) yang kompetitif tanpa menimbulkan distorsi.

Seorang insinyur *mastering* (P14) menjelaskan:

“Pekerjaan saya bukan lagi hanya membuat master untuk CD. Saya membuat beberapa versi master untuk platform yang berbeda: satu untuk Spotify, satu untuk Apple Music, satu untuk YouTube, masing-masing dioptimalkan untuk *codec* dan algoritma normalisasi volume mereka. Tujuannya adalah agar lagu tersebut terdengar kuat dan jelas di mana pun orang mendengarkannya, terutama melalui ponsel. (P14, Insinyur *Mastering*)

### **4.2 Pergeseran dari Siklus Album ke Aliran Konten Berkelanjutan**

Model bisnis yang digerakkan oleh *engagement* telah mengubah strategi perilisan secara fundamental. Siklus tradisional merilis album setiap dua atau tiga tahun telah digantikan oleh kebutuhan untuk menyediakan aliran konten yang konstan untuk menjaga relevansi dan momentum algoritmik.

Manajer Pemasaran Digital (P11) menguraikan strategi baru ini:

“Sebuah album sekarang hanyalah salah satu ‘momen’ dalam kampanye yang berjalan terus-menerus. Sebelum album, kami merilis tiga atau empat *single*. Setelah album, kami merilis video musik, versi akustik, *remix*, konten di balik layar untuk Instagram Stories, dan potongan-potongan lagu untuk tantangan TikTok. Kami harus memberi makan ‘binatang buas’ algoritma secara konstan. Produksi musik tidak berhenti saat album selesai; itu terus berlanjut. (P11, Manajer Pemasaran Digital)

Hal ini berdampak langsung pada perencanaan produksi dan alokasi anggaran, seperti yang disimpulkan oleh *Executive A&R* (P8):

“Anggaran produksi kami sekarang tidak hanya untuk satu album. Anggaran tersebut dipecah untuk menciptakan ‘paket konten’ selama 18 bulan. Ini berarti kami mungkin merekam 20 lagu untuk pada akhirnya memilih 12 untuk album, dan sisanya diolah menjadi B-sides, rilisan eksklusif, atau materi bonus lainnya. Ini adalah perubahan total dalam cara kami berpikir tentang ‘produk’ musik. (P8, *Executive A&R*)

**Tabel 3: Sintesis Temuan Kunci Transformasi Produksi di Label Musik Besar**

Dimensi Transformasi	Era Pra-Digital (Tradisional)	Era Digital (Kontemporer)	Implikasi Utama Berdasarkan Temuan
Alur Kerja Produksi	Linier, sentralistik di studio fisik yang mahal, berbasis analog.	Non-linier, terdesentralisasi, model hibrida (analog-digital).	Peningkatan efisiensi, akselerasi proses, pengurangan biaya operasional studio.
Peran A&R	Berbasis intuisi, jaringan personal, dan demo fisik ( <i>gatekeeper</i> ).	Berbasis data, analisis metrik streaming, dan validasi insting ( <i>data-informed curator</i> ).	Mitigasi risiko investasi; penemuan bakat yang lebih terukur dan menjangkau pasar global.
Proses Kreatif	Dipimpin oleh produser, hierarki yang jelas, kolaborasi tatap muka.	Lebih kolaboratif, artis lebih berdaya, kolaborasi jarak jauh menjadi norma.	Pergeseran dinamika kekuasaan; peningkatan kontrol kreatif artis; inovasi melalui kolaborasi global lintas platform.
Fokus Sonik	Optimalisasi untuk format fisik (CD, vinyl) dan radio FM.	Optimalisasi untuk platform streaming, <i>playlist</i> , dan perangkat seluler ( <i>The Streaming Sound</i> ).	Penekanan pada kenyaringan ( <i>loudness</i> ), kejernihan vokal, dan <i>hook</i> cepat untuk mempertahankan attensi pendengar.
Strategi Rilis	Berpusat pada album dengan siklus panjang (2–3 tahun).	Aliran konten berkelanjutan ( <i>always-on</i> ): single, EP, konten media sosial.	Pergeseran dari model penjualan unit ke ekonomi perhatian ( <i>attention economy</i> ); kebutuhan akan produksi konten konstan.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar dan menganalisis secara mendalam bagaimana label musik besar—entitas yang secara historis menjadi pilar industri musik—mentransformasikan proses inti mereka, yaitu produksi musik, sebagai respons terhadap disrupti digital. Temuan yang

disajikan pada bagian sebelumnya mengungkapkan sebuah narasi yang kompleks dan multifaset. Alih-alih menjadi korban pasif dari perubahan teknologi, label musik besar menunjukkan kapasitas adaptasi yang dinamis dengan merumuskan ulang alur kerja, meredefinisi peran-peran kunci, dan mengkalibrasi ulang strategi output kreatif mereka. Bagian pembahasan ini akan menginterpretasikan makna dari temuan-temuan tersebut, menyandingkannya dengan kerangka teoretis dan literatur yang ada, menguraikan implikasi ilmiah dan praktisnya, serta mengidentifikasi keterbatasan dan arah penelitian di masa depan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa transformasi di label musik besar bukanlah sebuah revolusi yang menggantikan sepenuhnya paradigma lama dengan yang baru, melainkan sebuah evolusi strategis. Empat tema utama yang teridentifikasi—adopsi alur kerja hibrida, produksi berbasis data, redefinisi kolaborasi, dan optimalisasi konten untuk ekosistem digital—secara kolektif menggambarkan pergeseran dari model bisnis yang berpusat pada kontrol produksi dan distribusi fisik menjadi model yang berpusat pada kurasi, analisis data, dan manajemen perhatian (*attention management*) dalam lanskap digital yang terfragmentasi.

## Interpretasi Temuan: Adaptasi Hibrida sebagai Strategi Keberlanjutan

Temuan paling fundamental dari penelitian ini adalah penolakan terhadap narasi biner “analog versus digital”. Sebaliknya, label musik besar secara sadar mengadopsi **model produksi hibrida** (Tema 1). Ini bukanlah sebuah kompromi, melainkan sebuah strategi canggih yang memaksimalkan keunggulan dari kedua dunia: efisiensi, fleksibilitas, dan jangkauan global dari teknologi digital dipadukan dengan nilai sonik, prestise, dan “karakter” yang melekat pada peralatan analog warisan mereka. Interpretasi dari temuan ini sejalan dengan konsep inovasi berkelanjutan (*sustaining innovation*) dalam kerangka teori Inovasi Disruptif Christensen. Alih-alih terdisrupsi total oleh teknologi produksi rumahan (*bedroom production*), label besar justru mengintegrasikan elemen-elemen dari inovasi tersebut (misalnya, alur kerja berbasis DAW) untuk meningkatkan produk dan layanan yang sudah ada bagi pasar utama mereka (Christensen, Raynor, & McDonald, 2015). Mereka tidak membuang aset berharga mereka (studio dan peralatan analog ikonik), tetapi memanfaatkannya sebagai pembeda kompetitif yang tidak dapat ditiru oleh produser independen, sambil merangkul efisiensi digital untuk menekan biaya dan mempercepat waktu produksi.

Selanjutnya, evolusi departemen A&R dari penjaga gerbang berbasis intuisi (*golden ears*) menjadi **kurator yang didukung oleh data** (*data-informed curators*) (Tema 2) merupakan manifestasi paling jelas dari adaptasi label terhadap lanskap baru. Temuan ini memperluas pemahaman yang ada dari studi sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Sinclair dan Green (2016) dan Waldfogel (2017), yang menyoroti pergeseran fokus label ke pemasaran dan data. Penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menunjukkan bagaimana data tidak hanya digunakan untuk pemasaran atau penemuan bakat (*scouting*), tetapi telah meresap secara mendalam ke dalam keputusan-keputusan mikro selama proses produksi kreatif itu sendiri. Keputusan untuk memperpendek intro lagu atau menonjolkan *hook* berdasarkan metrik *skip-rate* di Spotify adalah bukti nyata bagaimana logika platform digital kini turut “memproduksi” musik. Fenomena ini dapat dipahami melalui lensa Ekonomi Kreatif, di mana nilai tidak lagi hanya terletak pada artefak budaya (lagu), tetapi pada kemampuan untuk mengoptimalkan artefak tersebut agar berkinerja maksimal dalam ekosistem ekonomi perhatian (*attention economy*). Label besar, dengan sumber daya mereka untuk

berinvestasi dalam dasbor analitik canggih dan tim analis data, mengubah data menjadi aset strategis, sebuah bentuk baru dari modal dalam ekonomi kreatif (Prey, 2021).

## **Konvergensi Kreativitas dan Algoritma: Implikasi bagi Proses Kreatif dan Otonomi Artis**

Temuan mengenai redefinisi kolaborasi dan pemberdayaan artis (Tema 3) pada awalnya tampak seperti sebuah narasi demokratisasi yang lurus. Kemampuan artis untuk memproduksi demo berkualitas tinggi dan berkolaborasi secara global memang telah meningkatkan otonomi kreatif mereka, mengubah dinamika kekuasaan di studio menjadi lebih setara. Hal ini mendukung argumen umum tentang demokratisasi produksi musik (Burgess, 2017). Namun, ketika temuan ini disandingkan dengan temuan tentang produksi berbasis data (Tema 2) dan optimalisasi sonik untuk platform digital (Tema 4), sebuah ketegangan dialektis yang signifikan muncul.

Di satu sisi, artis diberdayakan oleh teknologi untuk memiliki kontrol lebih besar. Di sisi lain, kebebasan kreatif tersebut kini dinegosiasikan dalam kerangka kerja yang dibatasi oleh tuntutan algoritma dan data perilaku konsumen. Fenomena “demo-itis” yang diungkapkan oleh seorang produser (P1) adalah contoh sempurna dari ketegangan ini: artis memiliki visi yang kuat, tetapi visi tersebut mungkin tidak selaras dengan apa yang dianggap “optimal” oleh data. Demikian pula, kemunculan “The Streaming Sound”—audio yang *di-mastering* secara spesifik agar menonjol di *earbud* dan *playlist*—menunjukkan adanya potensi homogenisasi sonik, di mana pilihan artistik didorong oleh kebutuhan teknis untuk bersaing di platform tertentu. Ini menggemarkan kekhawatiran yang diungkapkan oleh Baym dan Ledbetter (2021), yang menemukan bahwa meskipun data memberdayakan A&R, data juga dapat menciptakan “gelembung filter” dan mempersempit definisi tentang apa yang dianggap sebagai musik yang “layak” untuk diinvestasikan.

Dengan demikian, penelitian ini berargumen bahwa transformasi digital di label besar tidak serta-merta menghasilkan kebebasan kreatif yang absolut. Sebaliknya, ia menciptakan sebuah **paradigma kreatif baru yang termediasi oleh data**. Otonomi artis meningkat dalam hal teknis-produksi, tetapi pada saat yang sama, mereka dan para produser menghadapi serangkaian batasan baru yang bersifat algoritmik dan berbasis data. Peran produser pun berevolusi menjadi seorang diplomat atau mediator, yang bertugas menyeimbangkan visi otentik artis dengan realitas komersial yang ditentukan oleh ekosistem streaming. Pergeseran dari siklus album ke aliran konten berkelanjutan juga memperkuat hal ini, di mana tekanan untuk terus-menerus “memberi makan algoritma” dapat memprioritaskan kuantitas dan keterlibatan jangka pendek di atas pengembangan artistik jangka panjang.

## **Kontribusi, Implikasi, dan Keterbatasan Penelitian**

### ***Kontribusi Ilmiah***

Secara teoretis, penelitian ini memberikan beberapa kontribusi penting. *Pertama*, penelitian ini memperkaya **Teori Inovasi Disruptif** dengan menyajikan studi kasus mendalam tentang bagaimana sebuah industri mapan (*incumbent*) tidak hanya bertahan tetapi juga beradaptasi secara proaktif. Temuan tentang model hibrida dan A&R berbasis data menunjukkan bahwa respons

terhadap disrupti tidak selalu berupa kegagalan atau penolakan, melainkan bisa berupa integrasi dan ko-opsi strategis. *Kedua*, penelitian ini memberikan substansi empiris pada konsep **Ekonomi Kreatif** di industri musik kontemporer, dengan mengidentifikasi data sebagai sumber daya kompetitif utama dan menunjukkan bagaimana data tersebut membentuk praktik-praktik kreatif di tingkat mikro. *Ketiga*, penelitian ini mengisi kesenjangan literatur yang diidentifikasi di pendahuluan dengan memberikan deskripsi mendalam (*thick description*) tentang *bagaimana* alur kerja produksi internal di label besar telah berubah, sebuah area yang sebelumnya kurang dieksplorasi dibandingkan dengan aspek distribusi atau pemasaran.

### ***Implikasi Praktis***

Temuan ini memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi berbagai pemangku kepentingan di industri musik.

- **Untuk Label Musik:** Keberhasilan di masa depan tidak hanya bergantung pada kemampuan merekrut artis berbakat, tetapi juga pada investasi dalam infrastruktur teknologi (analitik data, platform kolaborasi) dan pengembangan sumber daya manusia yang memiliki keahlian hibrida (misalnya, A&R yang melek data, produser yang memiliki keterampilan interpersonal tinggi).
- **Untuk Musisi dan Produser:** Penting untuk tidak hanya menguasai aspek teknis produksi musik digital tetapi juga memahami dasar-dasar analisis data dan cara kerja ekosistem streaming. Kemampuan untuk mengartikulasikan visi kreatif sambil memahami lanskap data akan menjadi keterampilan yang sangat berharga.
- **Untuk Institusi Pendidikan Musik:** Kurikulum perlu diperbarui untuk mencerminkan realitas industri saat ini. Selain mengajarkan teori musik dan teknik rekaman, institusi harus memasukkan mata kuliah tentang bisnis musik digital, analisis data, pemasaran media sosial, dan keterampilan kolaborasi jarak jauh.

### ***Keterbatasan Penelitian***

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam, beberapa keterbatasan perlu diakui. *Pertama*, sebagai penelitian kualitatif dengan desain studi kasus, temuan ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik ke seluruh industri musik. Namun, melalui deskripsi yang kaya dan generalisasi analitis, temuan ini menawarkan transferabilitas ke konteks serupa. *Kedua*, pemilihan partisipan yang berpusat di Los Angeles, New York, dan Jakarta memberikan perspektif Barat dan Asia Tenggara yang penting, tetapi mungkin tidak sepenuhnya menangkap dinamika di pusat-pusat musik global lainnya seperti London, Seoul, atau Lagos, yang memiliki ekosistem industri dan budaya yang unik. *Ketiga*, meskipun upaya triangulasi dan *member checking* telah dilakukan, ada kemungkinan bias pelaporan di mana partisipan menyajikan pandangan yang lebih positif atau selaras dengan strategi resmi label mereka. Akses untuk observasi partisipatif yang lebih ekstensif dapat memperkaya data, namun seringkali sulit diperoleh di lingkungan perusahaan yang kompetitif.

### ***Arah Penelitian Masa Depan***

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa jalur penelitian di masa depan dapat direkomendasikan untuk memperdalam pemahaman tentang fenomena ini.

- Studi Komparatif:** Melakukan penelitian komparatif yang secara eksplisit membandingkan alur kerja produksi dan strategi berbasis data antara label besar dan label independen. Pertanyaan kuncinya adalah: Apakah label independen, dengan sumber daya yang lebih terbatas, menghadapi tekanan data yang sama, ataukah mereka justru memiliki ruang yang lebih besar untuk eksperimen kreatif di luar logika platform?
- Penelitian Kuantitatif:** Merancang survei berskala besar yang ditujukan kepada produser, insinyur, dan eksekutif A&R secara global untuk mengukur prevalensi adopsi model hibrida, penggunaan alat analisis data dalam keputusan kreatif, dan persepsi mereka terhadap dampak “The Streaming Sound”.
- Fokus pada Kecerdasan Buatan (AI):** Sebagaimana disinggung oleh Herndon (2024), AI mulai menjadi alat dalam produksi musik. Penelitian selanjutnya harus secara spesifik menyelidiki bagaimana label besar mengintegrasikan alat-alat AI (misalnya, untuk *mastering*, pembuatan melodi, atau analisis prediktif) ke dalam alur kerja hibrida mereka dan apa implikasi etis serta kreatifnya.
- Studi Etnografis Longitudinal:** Mengikuti perjalanan sebuah proyek musik—dari penandatanganan kontrak artis hingga kampanye pasca-rilis—melalui studi etnografis jangka panjang di dalam sebuah label besar. Pendekatan ini akan memberikan pemahaman yang lebih kaya dan bernuansa tentang negosiasi, kompromi, dan proses pengambilan keputusan sehari-hari yang membentuk produk musik di era digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa label musik besar, yang sering dianggap sebagai raksasa yang lamban, telah dan terus melakukan transformasi internal yang signifikan. Mereka telah berevolusi menjadi entitas yang kompleks, di mana seni bertemu dengan sains data, dan kreativitas manusia berdialog secara konstan dengan logika algoritmik. Memahami dinamika internal ini sangat penting untuk memetakan lintasan masa depan industri musik global.

**Tabel 4: Sintesis Implikasi Transformasi Produksi di Label Musik Besar**

Dimensi Transformasi	Era Pra-Digital (Tradisional)	Era Digital (Kontemporer)	Implikasi Strategis dan Kreatif
<b>Alur Kerja Produksi</b>	Linier, sentralistik di studio fisik, berbasis analog.	Non-linier, terdesentralisasi, model hibrida (analog-digital).	Peningkatan efisiensi dan fleksibilitas; pemanfaatan aset warisan (analog) sebagai pembeda kualitas artistik dan teknis.
<b>Peran A&amp;R</b>	Berbasis intuisi, jaringan personal, dan demo fisik ( <i>gatekeeper</i> ).	Berbasis data, analisis metrik streaming, dan validasi insting ( <i>data-informed curator</i> ).	Mitigasi risiko investasi; potensi penyempitan keragaman artistik akibat dominasi tren berbasis data.
<b>Proses Kreatif</b>	Dipimpin oleh produser, hierarki yang jelas, kolaborasi tatap muka.	Lebih kolaboratif, artis lebih berdaya, kolaborasi jarak jauh menjadi norma.	Peningkatan otonomi teknis artis; namun terdapat batasan kreatif akibat orientasi pada <i>performance metric</i> dan algoritma platform.
<b>Fokus Sonik</b>	Optimalisasi untuk format fisik (CD, vinyl) dan radio FM.	Optimalisasi untuk platform streaming, <i>playlist</i> , dan perangkat seluler ( <i>The Streaming Sound</i> ).	Potensi homogenisasi suara untuk memaksimalkan performa di lingkungan konsumsi digital yang cepat dan terfragmentasi.
<b>Strategi Rilis</b>	Berpusat pada album dengan siklus panjang (2-3 tahun).	Aliran konten berkelanjutan ( <i>always-on</i> ): single, EP, konten media sosial.	Pergeseran dari ekonomi penjualan unit ke ekonomi perhatian ( <i>attention economy</i> ); tekanan produksi konstan demi relevansi algoritmik.

# KESIMPULAN

Penelitian ini secara komprehensif menganalisis dan memetakan transformasi fundamental dalam proses produksi musik di dalam label-label musik besar sebagai respons terhadap revolusi digital. Temuan utama menegaskan bahwa label besar tidak mengalami disrupsi secara pasif, melainkan secara proaktif berevolusi dari penjaga gerbang (*gatekeeper*) produksi berbasis analog menjadi kurator dan arsitek ekosistem kreatif yang termediasi secara digital. Transformasi ini termanifestasi dalam empat area krusial yang saling terkait: (1) adopsi model produksi hibrida yang secara strategis memadukan kehangatan sonik analog dengan efisiensi alur kerja digital; (2) pergeseran departemen A&R dari model yang berbasis intuisi (*golden ears*) menjadi model yang sangat dipengaruhi oleh analisis data besar (*big data*) untuk akuisisi bakat dan bahkan keputusan kreatif; (3) redefinisi kolaborasi yang meruntuhkan batasan geografis dan memberdayakan artis dengan otonomi teknis yang lebih besar; serta (4) kalibrasi ulang output kreatif, baik secara sonik untuk optimalisasi pada platform streaming (*The Streaming Sound*) maupun secara strategis melalui pergeseran dari siklus album ke aliran konten yang berkelanjutan untuk mempertahankan relevansi algoritmik.

Secara kolektif, temuan-temuan ini secara langsung menjawab tujuan penelitian dan mengisi kesenjangan literatur yang telah diidentifikasi. Penelitian ini melampaui diskusi umum tentang dampak digitalisasi pada distribusi dan pemasaran dengan memberikan deskripsi mendalam (*thick description*) mengenai perubahan internal pada alur kerja *produksi*—sebuah “kotak hitam” yang sebelumnya kurang dieksplorasi dalam konteks label besar. Dengan menunjukkan bagaimana label besar mengintegrasikan, memodifikasi, dan memanfaatkan teknologi digital, penelitian ini berhasil memetakan mekanisme adaptasi mereka. Temuan tentang produksi yang dipengaruhi data secara spesifik menjawab pertanyaan tentang bagaimana logika platform digital kini meresap hingga ke dalam keputusan kreatif mikro, sebuah dinamika yang sebelumnya belum dipahami secara mendalam.

Kontribusi penelitian ini bersifat multifaset. Secara **teoretis**, penelitian ini memperkaya teori inovasi disruptif dengan menyajikan studi kasus adaptasi strategis oleh pemain mapan (*incumbent*), yang memilih evolusi hibrida daripada penolakan atau penggantian total. Selain itu, penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bagi studi ekonomi kreatif, dengan mengidentifikasi data sebagai bentuk modal baru yang secara aktif membentuk praktik-praktik budaya. Secara **praktis**, temuan ini menawarkan wawasan berharga bagi para pemangku kepentingan industri. Untuk label musik, ini menyoroti pentingnya investasi pada infrastruktur teknologi dan talenta dengan keahlian hibrida (kreatif dan analitis). Untuk para artis dan produser, ini menggarisbawahi perlunya literasi digital dan data sebagai pelengkap keahlian musik. Bagi institusi pendidikan musik, ini menjadi seruan untuk memperbarui kurikulum agar relevan dengan realitas industri yang termediasi data dan berorientasi pada konten digital.

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman yang signifikan, beberapa arah untuk riset di masa depan dapat diidentifikasi guna memperluas cakrawala pengetahuan. Penelitian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif yang sistematis antara label besar dan label independen untuk menguji apakah tekanan data dan optimalisasi algoritmik dirasakan secara berbeda, serta bagaimana sumber daya memengaruhi strategi adaptasi. Selain itu, seiring dengan kemajuan

teknologi, penelitian masa depan harus secara spesifik menyelidiki integrasi kecerdasan buatan (AI) dalam alur kerja produksi di label besar dan implikasinya terhadap kreativitas, orisinalitas, dan peran sumber daya manusia. Terakhir, studi etnografis longitudinal yang mengikuti satu proyek dari awal hingga akhir akan memberikan pemahaman yang lebih kaya dan bermuansa tentang negosiasi sehari-hari antara visi artistik dan tuntutan komersial di era digital.

Pada akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi produksi musik di label besar bukanlah sebuah narasi sederhana tentang demokratisasi atau homogenisasi. Sebaliknya, ini adalah proses dialektis yang kompleks di mana pemberdayaan kreatif melalui teknologi diimbangi oleh batasan-batasan baru yang ditetapkan oleh data dan algoritma. Label musik besar telah berhasil mereposisi diri mereka bukan lagi hanya sebagai produsen rekaman, melainkan sebagai manajer ekosistem yang canggih, tempat seni, data, dan strategi komersial berkonvergensi untuk membentuk dan mengarahkan lanskap sonik global.

## Referensi

Use the "Insert Citation" button to add citations to this document.

- Alifiardy, M. R., Santosa, H. P., & Naryoso, A. (2022). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL LABEL REKAMAN SUN EATER RECORDS DALAM MELAKUKAN KAMPANYE DIGITAL KARYA MUSIK INDEPENDEN. *Interaksi Online*, 11(1), 309–325.
- Arditi, D. (2019). The music industry in the age of digital distribution. In *The Oxford Handbook of the Sociology of Music*. Oxford University Press.
- Arditi, D. (2020). *Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Music*. Emerald Group Publishing.
- Bell, A. P. (2015). DAW democracy? The dearth of diversity in 'Playing the Studio'. *J. Music Technol. Educ.*, 8(2), 129–146.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qual. Res. Sport Exerc. Health*, 11(4), 589–597.
- Burgess, R. J. (2013). *The art of music production: The theory and practice*. Oxford University Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*.
- Darvish, M., & Bick, M. (2024). The role of digital technologies in the music industry—A qualitative trend analysis. *Inf. Syst. Manag.*, 41(2), 181–200.

- Deldjoo, Y., Schedl, M., & Knees, P. (2021). *Content-driven music recommendation: Evolution, state of the art, and challenges*.
- Detweiler, C., Coleman, B., Diaz, F., Dom, L., Donahue, C., Engel, J., Huang, C.-Z. A., James, L., Manilow, E., McCroskery, A., Pedersen, K., Peter-Agbia Pamela and Rostamzadeh, N., Thomas, R., & Zamarato Marco and Zevenbergen, B. (2022). *Redefining relationships in music*.
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). PEMASARAN MUSIK PADA ERA DIGITAL DIGITALISASI INDUSTRI MUSIK DALAM INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *Wacana*, 18(1).
- Eriksson, M., & Leight, E. (2021). The new rock star economy: How the music industry has been transformed by technology. *The Wall Street Journal*.
- Herndon. (2024). *The future of music in the age of AI*. TIME.
- Jordà, S. (2020). New musical interfaces and new music-making paradigms. *ArXiv [Cs.HC]*.
- Kiresci, A. (2023). The impact of innovative technologies on small players in the recorded music sector: a chronological overview. *Creat. Ind. J.*, 16(1), 96–111.
- Leonard, B., King, R. M., & Sikora, G. (2012). The effect of the listening environment on the preferred reverberation level in a popular music mix. *Journal of the Audio Engineering Society*, 60(10), 812–820.
- Liu, J., & Liang, L. (2021). A study on the application of computer music in mass music tutoring. *J. Phys. Conf. Ser.*, 1865(4), 42051.
- Marshall, L. (2020). 'For the love of music': The political economy of musicians' labour in the digital age. *Culture & Society*, 42(7–8), 1147–1163.
- Maulidini, N. P., Hadi, A., Indirawaty, A., Rasidi, I. M., Andika, T., & Hidayati, A. (2023). Strategi Peningkatan Keterlibatan Konsumen melalui Pemasaran di Era Teknologi 4.0 (Studi Kasus pada Aquarius Musikindo). *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 589–605.  
<https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.578>
- Mhlambi, L., & Nxozzi, M. (2024). The Effect of Digital Transformation in the Music Industry: A Scoping Review. In *Interdisciplinary Research in Technology and Management* (pp. 153–168). CRC Press.  
<https://doi.org/10.1201/9781003430469-19>
- Miles, Huberman, & Saldana. (2014). *Qualitative Data*. SAGE Publications.
- Morini, M. (2013). Towards a musical stylistics: Movement in Kate Bush's 'Running Up That Hill'. *Lang. Lit. (Harlow)*, 22(4), 283–297.
- Moyon, E., & Lecocq, X. (2014). Rethinking business models in creative industries. *Int. Stud. Manag. Organ.*, 44(4), 83–101.
- Neff, G., Jordan, T., McVeigh-Schultz, J., & Gillespie, T. (2012). Affordances, technical agency, and the politics of technologies of cultural production. *J. Broadcast. Electron. Media*, 56(2), 299–313.

- Pras, A., Guastavino, C., & Lavoie, M. (2013). The impact of technological advances on recording studio practices. *J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol.*, 64(3), 612–626.
- Resmadi, I., Pandita Bastari, R., Kunci, K., & Website, : (n.d.). *Perancangan Media Informasi dan Promosi Label Rekaman Musik Independen Warkop Musik Dengan Pendekatan Design Thinking*.
- Reuter, A. (2022). Who let the DAWs out? The digital in a new generation of the digital audio workstation. *Pop. Music Soc.*, 45(2), 113–128.
- Sinclair, G., & Green, D. (2016). *Music in the digital age: A new business model for artists*. Palgrave Macmillan.
- Spilker, H. S. (2019). *Digital music distribution: The sociology of online music streams*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sun, Y., & Suthers, D. D. (2023). From affordances to cultural affordances: An analytic framework for tracing the dynamic interaction among technology, people and culture. *Cultures of Science*, 6(2), 235–249.
- Vanka, S. S., Safi, M., & Rolland Jean-Baptiste and Fazekas, G. (2023). Adoption of AI technology in the music mixing workflow: An investigation. *ArXiv [Cs.HC]*.
- Waldfogel, J. (2017). How digitization has changed the music industry. *AEA Papers and Proceedings*, 107(5), 202–206.
- Werner, A. (2020). Organizing popular music: The role of intermediaries in the digital age. *Popular Communication*, 18(2), 99–112.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*.