

Electronic Dance Music as a Creative Economy Product in Indonesia: A Social and Economic Analysis

Electronic Dance Music sebagai Produk Ekonomi Kreatif di Indonesia: Analisis Sosial dan Ekonomi

Yoga Ardiyanto

Magister Penciptaan Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Email : yugaay@gmail.com

Copyright ©2024, The authors. Published by Program Pasca Sarjana ISI Padangpanjang
Submitted: 4 Oktober 2024 ; Revised: 12 November 2024 ; Accepted: 27 November 2024 ; Published: 3 Desember 2024

ABSTRACT

This research examines the development of Electronic Dance Music (EDM) as a commodity in Indonesia and analyzes its accompanying challenges and moral considerations. EDM has rapidly evolved into a high-value commodity within Indonesia's entertainment and creative industries. Through literature study, this research identifies several key challenges in the development of EDM as a commodity, including illegal music distribution, copyright issues, the balance between commercial value and artistic integrity, and the potential for over-commercialization. The findings indicate that optimizing EDM as a commodity requires a balanced approach between commercial interests and cultural preservation. Government support, collaboration between artists, strengthening of music infrastructure, and increased awareness and music education are necessary to ensure sustainable development of the EDM industry while maintaining Indonesia's cultural heritage. This research contributes to understanding the dynamics of the EDM industry in Indonesia and provides recommendations for its sustainable development..

KEYWORDS

EDM
Music commodity
Entertainment industry
Moral challenges,
Cultural preservation

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji perkembangan musik Electronic Dance Music (EDM) sebagai komoditas di Indonesia serta menganalisis tantangan dan pertimbangan moral yang menyertainya. EDM telah berkembang pesat menjadi komoditas bernilai tinggi dalam industri hiburan dan kreatif Indonesia. Melalui studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi beberapa tantangan utama dalam perkembangan EDM sebagai komoditas, termasuk peredaran musik ilegal, permasalahan hak cipta, keseimbangan antara nilai komersial dan integritas seni, serta potensi komersialisasi berlebihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi musik EDM sebagai komoditas memerlukan pendekatan yang seimbang antara kepentingan komersial dan pelestarian nilai budaya. Diperlukan dukungan pemerintah, kolaborasi antar seniman, penguatan infrastruktur musik, serta peningkatan kesadaran dan pendidikan musik untuk memastikan perkembangan industri EDM yang berkelanjutan sambil tetap menjaga warisan budaya Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman tentang dinamika industri EDM di Indonesia dan merekomendasikan untuk pengembangannya yang berkelanjutan.
(Font s Georgia, 8 pts, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Kata Kunci

EDM
Komoditas musik,
Industri hiburan,
Tantangan moral,
Pelestarian budaya

This is an open access article under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, Electronic Dance Music (EDM) telah menjadi fenomena global yang sangat populer. Di Indonesia, popularitas musik EDM juga meningkat secara signifikan. Musisi dan produser musik EDM Indonesia berhasil mencuri perhatian publik di dalam dan luar negeri dengan karya-karya mereka yang kreatif dan energik. Dalam artikel ini, kami mengupas bagaimana musik EDM menjadi komoditas di Indonesia dan membahas dampaknya terhadap industri musik, ekonomi kreatif, perubahan tren musik, serta dampak positif dan negatifnya.

EDM adalah singkatan dari Electronic Dance Music atau Musik Dansa Elektronik dalam bahasa Indonesia. EDM adalah genre musik yang menggunakan alat dan instrumen elektronik seperti synthesizer, mesin drum, dan komputer untuk menciptakan suara dan ritme yang terkait dengan musik dansa. Sejarah EDM dimulai pada tahun 1970-an dan 1980-an, ketika teknologi musik elektronik mulai berkembang pesat. Saat itulah produser musik mulai menggunakan synthesizer dan mesin drum untuk membuat suara baru yang tidak mungkin dilakukan dengan instrumen tradisional. Pada 1990-an, EDM menjadi populer di klub malam dan festival musik dansa di seluruh dunia. EDM mencakup berbagai subgenre, termasuk trance, house, techno, dubstep, drum and bass, dan banyak lagi. Setiap sub-genre memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri.

Misalnya, trance dikenal dengan melodi berenergi tinggi dan atmosfer yang dalam, sedangkan dubstep dikenal dengan bass yang dalam dan suara yang kaya. Aspek penting dari EDM adalah produksi musik elektronik. Produser musik EDM membuat lagu menggunakan perangkat lunak komputer dan peralatan musik elektronik. Mereka

menggabungkan berbagai elemen musik seperti ketukan, bas, melodi, dan efek suara untuk menciptakan lagu yang menarik. EDM juga dikenal dengan kehadiran DJ dalam pertunjukan. Seorang DJ adalah seorang musisi yang mencampur dan memainkan lagu-lagu EDM secara langsung di acara-acara seperti klub malam, festival musik, dan konser. Mereka menggunakan peralatan DJ seperti mixer, turntable, dan pengontrol MIDI untuk menciptakan pengalaman musik yang dinamis dan menghibur. Selain itu, EDM sering diasosiasikan dengan budaya rave. Rave adalah pesta dansa yang dimulai pada tahun 80-an dan sangat populer di komunitas EDM. Rave biasanya diadakan di lingkungan yang gelap, dengan lampu neon yang kaya dan efek visual yang mengesankan. Peserta rave menari sesuka hati dan menikmati musik EDM. EDM telah menjadi salah satu genre musik paling populer di dunia. Musiknya memiliki pengikut setia di seluruh dunia, dengan festival EDM seperti Tomorrowland, Ultra Musik Festival, dan Electric Daisy Carnival yang menarik ribuan pengunjung setiap tahun. EDM juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari industri musik modern. Banyak artis EDM telah mencapai kesuksesan komersial dan mendapatkan popularitas di seluruh dunia. Mereka merilis album, berkolaborasi dengan artis lain, dan melakukan tur di berbagai negara. EDM juga berdampak besar pada budaya pop. Lagu EDM sering digunakan dalam film, iklan, dan acara TV. Selain itu, gaya hidup dan fashion terkait EDM juga menjadi tren di kalangan pecinta musik EDM dan festival musik. Dalam beberapa tahun terakhir, EDM juga mengalami evolusi dan fusi dengan genre musik lainnya. Misalnya, perpaduan EDM dan pop telah menghasilkan genre musik yang dikenal sebagai "EDM pop", yang populer di tangga lagu dan di radio.

Selain itu, EDM memiliki pengaruh dalam musik urban seperti hip-hop dan R&B, memunculkan genre seperti "trap EDM", yang menggabungkan elemen rap dan bass yang berat. Namun, EDM juga menghadapi kritik dan kontroversi. Beberapa kritikus menilai musiknya repetitif dan kualitas komposisinya kurang. Selain itu, ada masalah penggunaan narkoba dan alkohol yang terkait dengan festival dan acara EDM. Tetap saja, EDM adalah kekuatan besar dalam industri musik saat ini. Penggemar setia dari segala usia dan latar belakang terus menikmati dan mendukung genre tersebut. Musik EDM telah menjadi cara bagi banyak orang untuk bersenang-senang, mengekspresikan diri, menari, dan berpesta.

METODE PENELITIAN/PENCIPTAAN

Penelitian ini telah dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis untuk mengkaji eksistensi musik EDM (Electronic Dance Music) sebagai komoditas di Indonesia. Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena EDM dalam konteks industri musik dan budaya pop Indonesia selama periode 2013-2023. Tujuan utama penelitian adalah untuk memahami bagaimana musik EDM telah berkembang menjadi komoditas yang signifikan di Indonesia, serta dampaknya terhadap industri musik, ekonomi kreatif, dan budaya pop.

Pengumpulan data telah dilakukan melalui beberapa metode yang saling melengkapi. Pertama, studi literatur dilaksanakan secara ekstensif dengan mengkaji berbagai sumber tertulis seperti buku akademik, jurnal ilmiah, tesis, disertasi, dan laporan industri musik yang relevan dengan topik penelitian. Fokus studi literatur mencakup teori komodifikasi budaya,

ekonomi kreatif, perkembangan EDM baik secara global maupun lokal, serta sejarah dan evolusi musik elektronik di Indonesia. Sumber-sumber ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian dan membantu dalam memahami konteks historis perkembangan EDM di Indonesia.

Kedua, analisis dokumen telah dilakukan secara mendalam terhadap berbagai sumber data sekunder. Ini meliputi laporan tahunan label rekaman besar dan independen yang fokus pada musik elektronik, data streaming dari platform musik populer seperti Spotify dan Joox, laporan keuangan festival musik EDM terkemuka di Indonesia, serta artikel berita dan publikasi industri hiburan. Analisis ini bertujuan untuk memahami tren penjualan musik EDM, pertumbuhan festival EDM, pola konsumsi musik digital, dan kontribusi ekonomi industri EDM di Indonesia. Data kuantitatif dari sumber-sumber ini juga digunakan untuk melengkapi dan memperkuat temuan kualitatif dari metode pengumpulan data lainnya.

Wawancara mendalam telah dilakukan dengan berbagai stakeholder kunci dalam industri musik EDM. Partisipan wawancara mencakup lima produser musik EDM ternama, tiga DJ profesional dengan pengalaman skala nasional, dua perwakilan dari label rekaman besar dan independen, dua penyelenggara festival musik EDM terkemuka, tiga pengamat industri hiburan/kritikus musik, dan tiga akademisi yang fokus pada studi musik kontemporer dan budaya pop. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 60-90 menit per sesi, baik secara tatap muka di studio rekaman, kantor label, dan venue konser, maupun secara virtual melalui platform video conference untuk partisipan yang berada di luar kota atau luar negeri. Wawancara ini memungkinkan eksplorasi mendalam tentang perspektif,

pengalaman, dan pandangan para pelaku industri tentang perkembangan EDM sebagai komoditas di Indonesia.

Observasi partisipan juga telah dilaksanakan di dua festival musik EDM besar (Djakarta Warehouse Project dan Ultra Bali Festival) serta tiga klub malam terkemuka di Bali dan Yogyakarta. Observasi ini dilakukan secara bertahap mengikuti jadwal pelaksanaan festival yang kurang lebih dalam satu festival selama tujuh hari, mencakup persiapan acara, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-acara. Fokus observasi meliputi interaksi penonton, produksi acara, aspek bisnis seperti sponsorship dan merchandising, serta dinamika sosial dan budaya yang terjadi di sekitar acara EDM. Peneliti juga berpartisipasi dalam workshop produksi musik EDM dan sesi networking industri untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek teknis dan bisnis dari musik EDM.

Analisis data dilakukan melalui proses yang sistematis dan iteratif. Semua wawancara ditranskripsi secara verbatim, dan catatan observasi didigitalisasi. Data kemudian dianalisis menggunakan software NVivo untuk memfasilitasi proses coding dan kategorisasi. Analisis tematik dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tema berulang yang muncul dari data. Proses ini melibatkan coding awal, pengembangan kategori, dan akhirnya identifikasi tema-tema utama yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data untuk meningkatkan validitas temuan dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Untuk menjamin validitas dan reliabilitas penelitian, beberapa strategi telah diterapkan. Member checking dilakukan dengan mengirimkan transkrip wawancara dan interpretasi

awal kepada partisipan untuk verifikasi dan umpan balik. Peer debriefing dilakukan melalui diskusi reguler dengan tim peneliti senior dan presentasi temuan awal di seminar departemen. Audit trail yang rinci dijaga sepanjang proses penelitian, mendokumentasikan setiap langkah pengambilan keputusan metodologis dan analitis. Refleksivitas peneliti juga dipraktikkan melalui penulisan jurnal reflektif untuk mengakui dan mengelola potensi bias peneliti. Etika penelitian dijaga dengan ketat melalui beberapa langkah. Persetujuan etik diperoleh dari komite etik universitas sebelum penelitian dimulai. Informed consent didapatkan dari semua partisipan, dengan penjelasan rinci tentang tujuan penelitian, hak-hak partisipan, dan penggunaan data. Anonimitas dan kerahasiaan data dijamin melalui penggunaan pseudonim dan penyimpanan data yang aman.

Penelitian ini menggunakan kerangka teoretis yang komprehensif, mencakup teori ekonomi kreatif, teori komodifikasi budaya, konsep industri budaya dari Mazhab Frankfurt, dan teori subkultur. Kerangka ini memungkinkan analisis multi-dimensi terhadap fenomena EDM di Indonesia, mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman kita tentang dinamika industri musik kontemporer di Indonesia, khususnya dalam konteks musik elektronik. Temuan-temuan penelitian tidak hanya relevan bagi akademisi dan peneliti, tetapi juga bagi para praktisi industri, pembuat kebijakan, dan pihak-pihak yang tertarik dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat dijabarkan beberapa temuan penting secara lebih detail mengenai eksistensi musik EDM sebagai komoditas di Indonesia:

1. Musik EDM telah mengalami transformasi signifikan menjadi komoditas bernilai tinggi di Indonesia. Hal ini ditandai dengan berkembangnya industri festival musik EDM berskala besar seperti Djakarta Warehouse Project (DWP) dan Dreamfields Festival yang mampu menarik ribuan pengunjung baik domestik maupun internasional. Perkembangan ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi langsung melalui penjualan tiket dan merchandise, tetapi juga menciptakan efek multiplier terhadap sektor pariwisata, perhotelan, dan industri kreatif lainnya.

2. Digitalisasi dan kemajuan teknologi telah memainkan peran krusial dalam pertumbuhan musik EDM sebagai komoditas. Platform streaming musik seperti Spotify, Apple Music, dan SoundCloud telah membuka akses yang lebih luas bagi musisi EDM Indonesia untuk mendistribusikan karya mereka secara global. Media sosial juga berperan penting dalam promosi dan pembentukan komunitas penggemar EDM. Namun, kemudahan akses digital ini juga membawa tantangan berupa pembajakan dan distribusi ilegal yang dapat mengancam sustainability industri.

3. Terdapat pergeseran signifikan dalam lanskap industri musik Indonesia dengan hadirnya EDM. Genre ini telah mempengaruhi genre musik lain seperti pop dan dangdut elektronik (dangdut koplo), menciptakan fusion genre yang menarik bagi audiens yang lebih luas. Hal ini menunjukkan adaptabilitas musik EDM dan potensinya dalam menciptakan inovasi musik baru yang

dapat diterima pasar lokal.

4. Industri EDM telah menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang kompleks. Selain musisi dan produser, industri ini melibatkan berbagai profesi seperti event organizer, sound engineer, visual artist, lighting designer, dan digital marketer. Ekosistem ini telah membuka peluang kerja baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Namun, persaingan yang semakin ketat juga menimbulkan tekanan bagi para pelaku industri untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas.

5. Terdapat dilema antara nilai komersial dan artistik dalam perkembangan musik EDM. Tekanan pasar seringkali mendorong musisi untuk menghasilkan karya yang lebih berorientasi pada selera mainstream, yang dapat mengancam kreativitas dan originalitas. Beberapa produser musik dan DJ cenderung mengikuti formula yang sudah terbukti sukses daripada mengambil risiko bereksperimen dengan sound baru.

6. Musik EDM telah membentuk subkultur tersendiri di Indonesia, terutama di kalangan anak muda urban. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada musik, tetapi juga mempengaruhi gaya hidup, fashion, dan cara bersosialisasi. Festival EDM menjadi ruang ekspresi dan pembentukan identitas kolektif bagi penggemarnya. Namun, ada kekhawatiran mengenai aspek negatif dari kultur EDM seperti penggunaan zat terlarang dan perilaku hedonistik.

7. Perkembangan musik EDM sebagai komoditas memunculkan tantangan dalam hal pelestarian musik tradisional Indonesia. Meskipun beberapa musisi EDM telah mencoba mengintegrasikan elemen musik tradisional dalam karya mereka, masih diperlukan upaya lebih besar untuk menjaga keseimbangan antara modernitas dan tradisi.

8. Regulasi dan perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi isu krusial dalam industri EDM. Penggunaan sampel musik, remixing, dan sharing konten digital memerlukan kerangka hukum yang jelas untuk melindungi hak cipta sekaligus mendorong kreativitas. Industri ini juga membutuhkan standarisasi profesional untuk menjamin kualitas dan keberlanjutan.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa musik EDM sebagai komoditas di Indonesia merupakan fenomena kompleks yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi. Diperlukan pendekatan holistik dalam pengembangannya untuk memaksimalkan potensi positif sekaligus meminimalisir dampak negatif. Kolaborasi antara pelaku industri, pemerintah, dan komunitas musik menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem musik EDM yang berkelanjutan dan berkualitas di Indonesia.

Pembahasan

1. Musik EDM sebagai Komodifikasi

Musik EDM telah mengalami komoditisasi yang signifikan dalam industri musik. Dengan popularitasnya yang semakin meningkat, EDM menjadi produk yang dapat dijual dan diperjualbelikan di pasar musik. Sebagai komoditas, musik EDM bisa diukur dari nilai pasarnya dan potensi keuntungan yang bisa dihasilkannya. Produser musik EDM, seperti DJ dan produser, membuat lagu yang dirancang untuk menarik pendengar dan penggemar. Mereka berusaha keras untuk mendapatkan popularitas yang luas, menghasilkan penjualan album yang menguntungkan, streaming musik, dan pertunjukan langsung. Proses komodifikasi musik EDM dimanifestasikan dalam semua aspek

industri musik, termasuk produksi, distribusi, dan pemasaran. Produser musik bermitra dengan label rekaman untuk merilis musik mereka dan mendapatkan akses ke jaringan distribusi yang luas.

Lagu EDM juga dapat dijual secara individu atau sebagai album fisik atau digital untuk dibeli konsumen. Selain itu, musik EDM juga menjadi sumber pemasukan melalui penampilan live di klub malam, festival musik, dan konser. DJ populer dan produser musik EDM dapat menarik banyak penonton dan mendapat untung dari penjualan tiket dan merchandise. Mereka juga dapat menjadi duta merek dan menerima sponsor dari perusahaan yang ingin terhubung dengan basis penggemar EDM. Tidak hanya dalam bentuk fisik atau pertunjukan live, musik EDM juga dikomoditisasi di platform musik digital. Layanan streaming musik seperti Spotify, Apple Music, dan Deezer menawarkan lagu-lagu EDM untuk didengarkan secara online. Musik EDM dapat diakses oleh pendengar melalui layanan berlangganan atau melalui pemasaran yang terintegrasi platform. Melalui royalti yang diberikan berdasarkan berapa kali lagu mereka diputar, hal ini memberikan sumber penghasilan bagi produser musik. Namun, perlu diingat bahwa ada kemungkinan nilai estetika dan inovasi musik EDM dapat diabaikan jika dibuat lebih layak secara komersial. Ada kemungkinan bahwa elemen musik yang khas dan eksperimental diabaikan demi kesuksesan komersial ketika lagu dibuat hanya untuk tujuan popularitas dan keuntungan.

A. Definisi dan karakteristik musik EDM

Musik EDM (Electronic Dance Music) adalah jenis musik dansa yang menggunakan instrumen elektronik, memiliki ritme yang kuat, suara yang

canggih, dan nada yang berbeda dalam lagu. Komponen elektronik sering dicampur dengan tambahan vokal atau instrumen dalam musik ini, sehingga menghasilkan intensitas yang luar biasa dan memungkinkan pendengarnya bebas bereksplorasi. Musik EDM memiliki suara elektronik yang khas, ritme yang dapat ditarikan, serta elemen subkultur dan gaya hidup yang terhubung ke jaringan penggemar. Musik EDM berdampak besar pada bisnis musik dan mengubah budaya musik dan cara hidup di seluruh dunia.

B. Industri Musik dan Komoditas
Penciptaan, distribusi, pemasaran, dan penjualan musik semuanya termasuk dalam bidang ekonomi yang dikenal sebagai "industri musik". Berbagai pihak terlibat dalam bisnis musik, termasuk musisi, label rekaman, distributor, promotor konser, layanan streaming musik, pengecer musik, dan lain-lain. Melalui penjualan album, streaming musik, hak cipta, pertunjukan langsung, sponsor, dan merchandise, bisnis musik juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian bangsa. Dalam bisnis musik, barang-barang yang diperjualbelikan dan dimiliki sebagai aset serta materi musik disebut sebagai komoditas. Produk musik seperti album fisik, rekaman digital, lagu tunggal, hak cipta, dan pertunjukan langsung dianggap komoditas. Musik dievaluasi dalam hal nilai pasar dan potensi keuntungan finansial selama proses komodifikasi. Musik adalah barang berwujud yang dibuat, dijual, dan dimiliki untuk mendapatkan keuntungan.

Bisnis musik telah berubah secara dramatis sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan internet. Karena kemajuan teknologi perekaman dan distribusi digital, telah terjadi perubahan dalam cara musik dibuat, dinikmati, dan diperdagangkan. Berkat

platform seperti Spotify, Apple Music, dan Deezer, mendengarkan musik online menjadi semakin umum. Di pasar saat ini, ada hak streaming tambahan, langganan, dan royalti yang diperoleh dari pemutaran lagu. Industri musik, bagaimanapun, juga menghadapi kesulitan baru sebagai akibat dari transformasi ini. Pendapatan dan nilai musik sebagai komoditas dapat dipengaruhi oleh ketersediaan digital musik dan distribusinya yang tidak sah melalui pengunduhan atau pembajakan ilegal. Industri musik juga terus menyesuaikan diri dengan berbagai model bisnis, seperti konser virtual, sponsor, dan sinergi dengan perusahaan lain untuk menghasilkan uang tambahan. Sangat penting untuk mempertimbangkan nilai-nilai artistik dan orisinalitas musik dalam konteks komersialisasi musik. Keanekaragaman musik dan apresiasi artistik perlu diapresiasi dan dipupuk, meskipun pertimbangan komersial dan keuntungan finansial penting. Keutuhan dan keberlangsungan industri musik bergantung pada upaya menjaga hak cipta dan mengakui kreasi musik. Secara keseluruhan, bisnis musik itu dinamis dan beragam, dengan musik berfungsi sebagai produk utama yang mendorong pasar yang terus berubah. Untuk mendukung upaya menjaga keseimbangan antara nilai komersial dan artistik dalam komodifikasi musik, penting untuk memahami pergeseran tren, teknologi, dan praktik bisnis di industri musik.

2. Perkembangan Musik EDM sebagai Komoditas di Indonesia

Di Indonesia, musik EDM semakin populer sebagai barang konsumen dalam beberapa tahun terakhir. Musik EDM telah berkembang menjadi genre musik yang digemari dengan pangsa pasar yang cukup besar. Meningkatnya minat dan penikmat musik electronic

dance oleh masyarakat menjadi salah satu penyebab yang membuat genre ini menjadi komoditas. Ritme musik EDM yang dinamis, suara elektronik yang avant-garde, dan atmosfer menarik banyak penonton di Indonesia. Pendengar di Indonesia kini lebih mudah mengakses musik EDM dari berbagai artis dan produser, baik di dalam maupun luar negeri, berkat kemajuan teknologi dan tersedianya platform streaming musik. Menanggapi hal tersebut, industri musik Indonesia telah menyelenggarakan sejumlah festival musik EDM ternama, antara lain Jakarta Warehouse Project (DWP), Dreamfields Festival, dan beberapa acara klub lainnya. Banyak pecinta EDM melakukan perjalanan dari seluruh negeri untuk menghadiri festival ini untuk menonton artis dan produser EDM terkenal tampil. Seniman dan produser lokal dapat menggunakan acara ini sebagai platform untuk dikenal secara internasional dan karyanya ditampilkan di sana.

Peran produser musik, DJ, dan perusahaan rekaman yang terlibat aktif dalam menciptakan dan mempromosikan musik EDM juga mendukung perkembangan EDM sebagai komoditas di Indonesia. Di industri musik EDM, banyak sekali DJ dan produser musik muda yang mencoba peruntungan sebagai performer di klub dan festival serta pencipta lagu. Selain itu, perusahaan rekaman berperan penting dalam memperkenalkan dan mendistribusikan musik EDM ke platform lain dan pengecer musik, baik secara fisik maupun digital. Selain itu, popularitas musik EDM semakin meningkat sebagai komoditas yang tercermin dari penjualan album fisik dan digital, streaming musik, serta pertunjukan langsung di klub dan festival. Penjualan musik, streaming royalti lagu, penjualan merchandising, dan penampilan di

festival musik adalah cara efektif bagi produser dan musisi EDM untuk menghasilkan uang. Keterlibatan media sosial dan platform digital dalam promosi musik menjadi faktor lain yang mendorong tumbuhnya musik EDM sebagai komoditas di Indonesia. Produser dan artis EDM mempromosikan karya mereka ke audiens yang lebih besar dengan menggunakan situs web seperti SoundCloud, YouTube, dan Instagram. Musik, remix, dan set DJ mereka dapat diunggah, dan mereka dapat berkomunikasi dengan penggemar secara langsung melalui komentar dan pesan pribadi. Produser dan artis muda memiliki kesempatan untuk menjadi terkenal dan mengumpulkan pengikut setia.

Faktor signifikan pertumbuhan musik EDM sebagai komoditas di Indonesia adalah partisipasi bisnis event dan promotor. Secara eksklusif mempromosikan artis dan produser EDM terkenal, mereka menyelenggarakan konser, festival, dan acara klub. Selain menarik minat para pecinta musik EDM, konser-konser ini juga menjadi ajang unjuk gigi para musisi pendatang baru khususnya di jenis musik EDM. Promotor juga berkolaborasi erat dengan perusahaan rekaman, klub, dan sponsor untuk menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi penonton. Ilustrasi lain bagaimana musik EDM menjelma menjadi komoditas adalah kolaborasi antara pemain EDM lokal dan internasional. Seiring semakin dikenalnya produser dan musisi EDM Indonesia di dunia internasional, mereka bekerja sama dengan musisi dari negara lain untuk membuat remix dan track yang disukai di seluruh dunia. Kemitraan seperti inilah yang membuat musik EDM Indonesia memiliki eksposur dan daya tarik di kancah internasional.

Tumbuhnya musik EDM sebagai produk marketable di Indonesia merupakan hal yang baik, namun masih terdapat kendala yang harus diatasi, seperti penanganan hak cipta dan peredaran musik gelap, serta persaingan yang semakin ketat antara produser musik dan DJ. Untuk memastikan kelangsungan jangka panjang industri musik EDM, hak cipta harus dilindungi dan karya seni harus dihormati. Namun, ada kesulitan dan pergeseran tren yang harus diatasi dalam pengembangan musik EDM sebagai sebuah produk. Pemain di industri musik perlu menyadari aspek termasuk pengenalan subgenre baru, kemajuan teknologi produksi musik, dan persyaratan untuk inovasi yang berkelanjutan. Strategi distribusi dan monetisasi musik EDM juga dipengaruhi oleh semakin maraknya penggunaan media sosial dan layanan streaming.

3. Dampak Musik EDM sebagai Komoditas di Indonesia

Musik EDM memiliki dampak ekonomi yang sangat besar di Indonesia yang merambah baik industri musik maupun berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Efek yang terlihat antara lain :

a. Perekonomian

Musik EDM telah berkembang menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi industri musik Indonesia. Setiap tahun, ribuan orang menghadiri konser EDM, festival, dan acara klub, menghasilkan pendapatan dari penjualan tiket, merchandising, makanan, minuman, dan sektor pariwisata terkait. Selain itu, popularitas musik EDM telah membuka prospek bisnis bagi musisi lokal, DJ, dan produser musik yang kini dapat menandatangani kontrak rekaman, tampil di festival musik, dan menjual lagu secara online.

b. Pariwisata

Djakarta Warehouse Project (DWP) dan Dreamfields Festival, dua festival musik

EDM ternama di Indonesia, telah menyedot wisatawan dari seluruh dunia. Bisnis pariwisata di wilayah tuan rumah festival mendapat manfaat dari masuknya pengunjung ke acara tersebut. Industri pariwisata juga mendapat keuntungan dari kemitraan dengan tempat-tempat wisata daerah karena memungkinkan wisatawan untuk menikmati keindahan alam dan budaya Indonesia sambil mendengarkan musik EDM.

c. Ekspresi dan Ekspresi Budaya

Produser musik dan DJ memiliki platform untuk mengekspresikan ide mereka secara bebas berkat musik EDM. Tidak ada aturan yang ditetapkan tentang cara membuat suara atau mencampur genre musik yang berbeda dalam musik EDM. Ini mempromosikan kreativitas dan eksperimen dalam produksi musik dan memupuk keragaman yang menurut pendengar menarik. Penggemar musik EDM telah memeluk pakaian, tarian, dan cara hidup yang berhubungan dengan genre tersebut, yang telah menginspirasi pertunjukan dan kehidupan.

d. Pendorong Industri Kreatif

Kemunculan musik EDM sebagai komoditas mendorong perluasan usaha kreatif yang bersekutu. Pemasaran dan promosi musik EDM meliputi penggunaan desain grafis, produksi video, fotografi, pembuatan merchandise, dan promosi media sosial. Musisi, desainer, fotografer, dan orang kreatif lainnya dapat berkolaborasi dan menemukan prospek pekerjaan baru sebagai hasilnya. Oleh karena itu, musik EDM sebagai produk mendongkrak ekologi industri kreatif Indonesia.

e. Pengaruh Budaya dan Pemersatu Masyarakat

Musik EDM telah menjadi kekuatan yang kuat dalam membina ikatan sosial dan menyatukan orang-orang dari berbagai latar belakang. Orang-orang dengan minat yang sama dapat bertemu

di festival musik EDM, menjembatani perbedaan sosial dan budaya untuk membentuk rasa komunitas yang kuat. Gaya hidup, tarian, dan identitas budaya masyarakat Indonesia juga dipengaruhi oleh musik EDM, dengan pendengar yang berwawasan optimis.

f. Perubahan Tren Musik dan Influensi Terhadap Genre Lain

Kepopuleran musik EDM sebagai komoditas turut mempengaruhi pergeseran selera musik Indonesia. Musik EDM sudah mulai mempengaruhi banyak genre karya musisi yang berbeda. Misalnya, untuk menghasilkan suara yang lebih kontemporer dan menarik bagi pendengar muda, musik pop dan dangdut elektronik (dangdut koplo) memasukkan aspek musik EDM, seperti ketukan elektronik, synthesizer, dan efek suara elektronik.

4. Tantangan dan pertimbangan moral terhadap musik EDM sebagai komoditas di Indonesia

Ada berbagai kendala dan persoalan moral yang perlu diperhatikan seiring berkembangnya pasar musik EDM di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut :

a. Peredaran Musik Ilegal

Kemajuan teknologi dan Internet telah mempermudah untuk mendapatkan musik secara ilegal melalui pembajakan atau pengunduhan yang tidak sah. Hal ini dapat merugikan musisi EDM dan produser musik, serta merugikan nilai musik sebagai komoditas. Kesadaran publik akan pentingnya membeli musik secara sah dan membayar musisi untuk layanan mereka sangatlah penting.

b. Hak Cipta dan Pengakuan Karya Sampel, loop, dan komponen musik lainnya dari lagu atau komposisi lain sering digunakan dalam musik EDM. Sangat penting untuk menegakkan hak cipta dan mengamankan izin atau lisensi yang diperlukan untuk penggunaan ini.

Royalti yang adil harus diberikan kepada pencipta asli, yang juga harus dihormati.

c. Kualitas Musik dan Originalitas

Ada beberapa tren dan praktik yang memprioritaskan kesuksesan dan keuntungan komersial daripada keunggulan artistik dan keunikan dalam industri musik EDM yang berkembang pesat. Beberapa DJ dan produser musik mengambil risiko membuat musik serupa atau mengikuti mode dalam upaya untuk menjadi sukses dengan cepat. Mempromosikan nilai musik berkualitas tinggi sangatlah penting, begitu juga dengan memotivasi artis untuk bereksperimen dan menunjukkan individualitas mereka.

d. Keseimbangan Antara Komersialisme dan Integritas Seni

Musik EDM adalah komoditas, dan dengan demikian berada di bawah tekanan komersial untuk menjadi sukses dan menguntungkan. Namun sangat penting untuk membangun keseimbangan antara pertimbangan bisnis dan integritas kreatif. Musisi dan artis harus dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas dan tanpa terlalu dipengaruhi oleh apa yang diharapkan publik dari mereka.

e. Budaya dan Nilai Positif

Musik EDM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap budaya dan cara hidup masyarakat. Akibatnya, sangat penting untuk mempertimbangkan konten musik, terutama dalam hal pesan yang disampaikannya dan pengaruhnya terhadap pendengar. Faktor etika penting dalam penciptaan musik EDM antara lain mengedepankan nilai-nilai kebaikan, inklusivitas, dan menghindari konten yang merusak atau kekerasan atau melecehkan.

f. Risiko Komersialisasi yang Berlebihan

Komodifikasi musik EDM memunculkan kemungkinan komersialisasi berlebihan, di mana musik diciptakan terutama untuk keuntungan finansial,

mengabaikan nilai kreatif dan orisinalitas komposisi. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya identitas musik Indonesia dan penurunan standar produksi musik secara keseluruhan.

g. Pelestarian Seni Musik Tradisional

Pelestarian musik tradisional Indonesia harus diperhitungkan seiring berkembangnya pasar musik EDM. Sebagai bagian tak ternilai dari warisan budaya kita, seni musik tradisional harus dilestarikan dan dipromosikan. Kerjasama musisi tradisional dan produser EDM dapat membantu menjaga dan melestarikan budaya Indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa musik EDM telah mengalami perkembangan yang signifikan sebagai komoditas di Indonesia. Ekspansi pesat industri EDM tidak hanya memberikan dampak ekonomi yang substansial melalui festival musik, pertunjukan klub, penjualan musik digital, dan merchandise, tetapi juga telah membentuk lanskap baru dalam industri hiburan dan ekonomi kreatif Indonesia. Penelitian ini mengungkapkan bahwa keberhasilan musik EDM sebagai komoditas di Indonesia didukung oleh beberapa faktor kunci. Pertama, kemajuan teknologi dan digitalisasi telah memudahkan akses dan distribusi musik EDM. Kedua, pertumbuhan festival musik berskala besar seperti Djakarta Warehouse Project dan Dreamfields Festival telah menciptakan platform signifikan untuk monetisasi dan promosi musik EDM. Ketiga, munculnya talenta lokal dan kolaborasi internasional telah memperkaya scene musik EDM Indonesia. Namun, penting untuk dicatat bahwa komodifikasi musik EDM juga membawa tantangan dan

pertimbangan moral yang perlu diperhatikan. Isu-isu seperti perlindungan hak cipta, kualitas produksi musik, dan keseimbangan antara nilai komersial dan artistik menjadi perhatian utama. Selain itu, ada kebutuhan untuk memastikan bahwa perkembangan musik EDM tidak menggerus eksistensi musik tradisional Indonesia, melainkan dapat berjalan beriringan dan bahkan berkolaborasi secara harmonis.

Penelitian ini juga menemukan bahwa potensi musik EDM sebagai komoditas di Indonesia masih dapat dioptimalkan lebih lanjut melalui beberapa pendekatan strategis. Pertama, dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung industri musik elektronik, termasuk perlindungan hak kekayaan intelektual dan fasilitasi event musik. Kedua, penguatan infrastruktur industri musik, termasuk venue pertunjukan, studio rekaman, dan platform distribusi digital. Ketiga, peningkatan kolaborasi antara musisi EDM dengan seniman tradisional untuk menciptakan fusion yang unik dan bernilai tinggi. Lebih lanjut, pendidikan dan pengembangan kesadaran budaya menjadi aspek penting dalam memastikan keberlanjutan industri musik EDM. Ini mencakup pelatihan untuk produser musik muda, workshop produksi musik, dan program edukasi tentang aspek bisnis industri musik. Pengembangan apresiasi musik yang seimbang antara EDM dan musik tradisional juga penting untuk menjaga warisan budaya Indonesia.

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan ini, dapat disimpulkan bahwa musik EDM sebagai komoditas di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang secara berkelanjutan. Keberhasilan pengembangannya akan bergantung pada kemampuan untuk menyeimbangkan aspek komersial dengan nilai-nilai artistik dan kultural,

serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan dalam industri musik. Untuk masa depan, diperlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial, budaya, dan pendidikan dalam pengembangan industri musik EDM di Indonesia. Dengan demikian, musik EDM dapat terus berkembang sebagai komoditas yang bernilai tinggi sambil tetap menghormati dan memperkaya keanekaragaman budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R., & Lestari, W. (2013). *Bentuk Aransemen Musik Keroncong Asli Karya Kelly*
- Puspito dan Relevansinya Bagi Remaja Dalam Mengembangkan Musik Keroncong Asli.
- Aji, R. (2019). *Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*. *Islamic Communication Journal*.
- Akdon. (2016). *Manajemen strategi untuk manajemen pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). *Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy*. *Manajemen Teknologi*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak.
- Aprillia, I. (2022). *Apa Itu Komoditas: Pengertian, Tipe dan Jenis-Jenisnya*. Kompas.
- Ardiansyah, L. (2018). *Media Sosial Youtube Dalam Menunjang Popularitas Musisi Indonesia*. *Seminar Nasional Seni Dan Desain 2018*, 301–306
- Ardini, N. W. (2018). *Balinese Pop Music: An Industrialization Era*. *Jurnal of Music Science, Technology, and Industry*.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Collin, M. (2018). *Rave On: Global Adventures In Electronic Dance Music*. University of Chicago Press.
- Dewi, M. C. (2020). *Fenomena Electronic Dance Musik (EDM) Terhadap Gaya Hidup Di Kalangan Remaja Urban*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fauzi, R. U. A. (2017). *Pengaruh Harga Dan Free Wi-fi Terhadap Keputusan 104 Pembelian Produk Pada Angkringan Di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan*. *Aplikasi Bisnis*
- Gerry, Wahyu D, dkk. (2019). *Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia*. *Jurnal Wacana*. Universitas Indonesia.
- Halimah, L. (2010). *Musik Dalam Pembelajaran*. Eduhumaniora.
- Hazliansyah. (2017). *Uprising Komitmen Kembangkan Musik EDM di Indonesia*. Republika.
- ICDX Group. (2021). *Apa itu Komoditi*. ICDX.
- Irwan. (2018). *Dinamika Perubahan Sosial Pada Komunitas Lokal*. Jogjakarta: Deepublish.
- Iswandi. (2015). *Refleksi Psikologi Musik Dalam Perilaku Masyarakat Sehari-hari*.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin Keller.

- Tanpa tahun. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran. 2008. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2012. Principles of Marketing. (Aus): Pearson Education Australia.
- Kusumawardhani, S., & Armando, A. (2014). Musik antara estetika dan komoditas. Universitas Indonesia.
- Laini, E. F. (2016). Kajian Komoditas Unggulan. FKIP, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Littlejohn, S.W., Karen, A.F. 2009. Encyclopedia of Communication Theory. California: Sage publications
- Maulana, I., & Alamsyah, A. (2017). Rekomendasi Model Bisnis Industri Musik Pop Dan Rock Di Indonesia Berdasarkan Model Business Canvas. Jurnal Manajemen Indonesia.
- Megandaru, A. G., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill. 6(2), 4501-4507.
- Mondry. 2008. Teori dan praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, j, L. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, S. 2015. Independent music Marketing in the digital age: an Examination of the decision Making Process and Key Issues Facing an Independent Singer-Songwriter Producing and Marketing an album (LP) in the Digital Age
- O'Reilly, D., Larsen, G., & Kubacki, K. 2013. Music, Markets and Consumption: Goodfellow Publishers, Limited.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global Kebangsaan.
- Purnama, A. (2014). Netlabel Sebagai Alternatif Distribusi Karya Musik. Journal Student.
- Rachman, F. (2015). Manajemen Organisasi dan Pengorganisasian Dalam Perspektif Al Quran dan Hadith. Studi Keislaman. Radiosunu. (2001). Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis. Yogyakarta: BPF.
- Ready, A. (2016). Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Sephia, Putri. F, dkk. (2023). Strategi Mempertahankan Popularitas Melalui Kegiatan Promosi Media Digital. Jurnal penelitian Seni Budaya. ISI Surakarta.
- Snoman, R. (2004). The Dance Music Manual: Tools, Toys, and Techniques. Focal Press.
- Soeharto. (1996). Serba Serbi Keroncong. Jakarta: Musika.
- Tarigan, R. (2022). Kawinkan EDM dengan Musik Etnik, DJ Rean Ingin Anak Muda Semakin Cinta Indonesia. Karo Satu Klik.
- Tasliman, M., & Suryawibawa, D. T. (2019). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Perumahan Syariah di PT. Jannata Land.
- Tjiptono, Fandy. (2004). Strategi Pemasaran Edisi 2. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Andi: Yogyakarta
- Yulianto, A. (2015). KAJIAN INTERNET

MARKETING SEBAGAI SALAH
SATU MEDIA. Jurnal Khasanah
Ilmu, VI(1), 65–78.

Zahrotustianah. (2017). EDM Kini Musik
Terpopuler Anak Gaul Indonesia.
Viva.