



Analisis Pemanfaatan Media Sosial Bandcamp sebagai Sarana Interaksi Virtual Band Indie

Daffa Aurello Sulaiman

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: 20043010103@student.upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-11-11 Revised: 2024-12-23 Published: 2025-01-03 Keywords: <i>Interaksi Virtual;</i> <i>Band Indie;</i> <i>Musik.</i>	Music, as a dynamic cultural product, continues to evolve and adapt to human needs. Initially sacred, music has transformed into a medium for entertainment and self-expression, particularly within the indie music scene. This scene fosters independent interaction among musicians, audiences, and the music ecosystem. Emerging in Indonesia during the 1980s, indie music grew out of an idealism rooted in freedom from the dominance of the mainstream music industry. Digitalization has become a key driver of indie music's growth, enabling musicians to leverage the internet and social media platforms like Bandcamp for production, marketing, and direct interaction with listeners. Bandcamp, for instance, offers features such as listening parties that facilitate real-time feedback and support the sustainability of independent musicians. Digitalization has also enhanced music accessibility, significantly contributing to the music economy and reflecting society's enthusiasm for an ever-evolving musical culture. This study employs a descriptive qualitative approach using virtual ethnography, focusing on users of Bandcamp's listening party feature and the "SDR-37 Sonic Archive Fleuro Listening Party" event. Data were collected through participatory observation, interviews, and documentation studies. The findings reveal virtual interactions characterized by positive associative social communication and elements of digital activism underlying the activation of listening parties by indie bands.

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-11-11 Direvisi: 2024-12-23 Dipublikasi: 2025-01-03 Kata kunci: <i>Interaksi Virtual;</i> <i>Band Indie;</i> <i>Musik.</i>	Musik, sebagai produk budaya yang dinamis, terus berkembang dan beradaptasi dengan kebutuhan manusia. Awalnya bersifat sakral, musik kini berfungsi sebagai hiburan dan ekspresi diri, terutama dalam skena musik indie. Skena ini mendukung interaksi independen antara musisi, penikmat, dan ekosistem musik. Dimulai di Indonesia pada 1980-an, musik indie tumbuh dari idealisme kebebasan dari dominasi industri musik arus utama. Digitalisasi kini menjadi pendorong utama perkembangan musik indie, memungkinkan musisi memanfaatkan internet dan media sosial, seperti Bandcamp, untuk produksi, pemasaran, dan interaksi langsung dengan pendengar. Platform ini menyediakan fitur <i>listening party</i> yang memungkinkan umpan balik langsung, mendukung keberlanjutan musisi independen. Digitalisasi juga membuat musik lebih mudah diakses, berkontribusi signifikan pada ekonomi musik, dan mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap budaya musik yang terus berkembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi virtual, melibatkan pengguna fitur <i>listening party</i> di Bandcamp dan acara "SDR-37 Sonic Archive Fleuro Listening Party." Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil menunjukkan adanya interaksi virtual berupa komunikasi sosial asosiatif yang positif, serta elemen aktivisme digital yang menjadi dasar aktivasi <i>listening party</i> oleh band indie.

I. PENDAHULUAN

Musik, sebagai salah satu bentuk seni dan produk budaya, terus berkembang seiring dengan perubahan zaman. Keberadaannya yang dinamis mencerminkan kemampuan musik untuk beradaptasi terhadap kebutuhan manusia. Pada awalnya, musik sering kali berfungsi sebagai medium sakral untuk berkomunikasi dengan sesama, lingkungan, atau kekuatan yang lebih besar. Namun, evolusi budaya telah

menjadi sarana hiburan, rekreasi, dan ekspresi diri (Adorno, 1993).

Dalam perkembangannya, budaya kontemporer turut membentuk skena musik, suatu ruang interaksi antara musisi, penikmat, dan ekosistem musik. Istilah "skena" merujuk pada komunitas yang berkumpul berdasarkan minat bersama, mulai dari musik hingga gaya hidup (Sanita, 2023). Fenomena ini menciptakan peluang besar dalam ekosistem musik Indonesia, khususnya dalam skena musik indie yang mulai

berkembang sejak 1980-an. Musik indie, dengan semangat independensinya, lahir dari idealisme untuk bebas dari dominasi industri musik mainstream dan sering kali membawa pesan-pesan kreatif yang berbeda dari arus utama.

Musik indie di Indonesia dimulai dengan gerakan punk-rock pada 1980-an yang anti-kapitalis, mencerminkan ketidakpuasan terhadap dominasi musik arus utama. Pas Band menjadi salah satu pionir gerakan ini dengan album mandiri yang terjual ribuan kopi. Seiring waktu, band seperti Pure Saturday dan Mocca membawa warna baru dalam musik indie dengan lirik yang puitis dan musik yang lebih "santai," menarik audiens yang lebih luas (Robin, 2021). Pada era 2000-an, band seperti Barasuara dan Payung Teduh menambah keberagaman genre dalam musik indie Indonesia. Di Surabaya, skena musik indie berkembang pesat sejak era *hardcore punk* 1990-an hingga kini. Band seperti Drizzly, Lie Down, dan mmmarkos! menghadirkan berbagai genre dari *dream-pop* hingga *post-punk*. Keberhasilan mereka tidak lepas dari dukungan komunitas lokal yang suportif terhadap kebebasan berekspresi dalam musik.

Digitalisasi membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan menikmati musik. Sebelum era digital, musik hanya bisa diakses melalui media fisik seperti kaset dan CD, atau melalui konser langsung. Kini, layanan streaming musik dan penjualan digital telah meningkatkan aksesibilitas musik, memungkinkan konsumsi secara global dengan mudah (Putri, 2017). Musik indie, yang sebelumnya bergantung pada kontrak dengan label besar, kini dapat diproduksi dan dipromosikan secara mandiri melalui internet. Media sosial, sebagai salah satu bentuk media baru, memainkan peran penting dalam promosi dan interaksi musisi indie dengan pendengar mereka. *Platform* seperti Bandcamp menyediakan fitur-fitur inovatif seperti *listening party* yang memungkinkan musisi menerima umpan balik langsung dari audiens mereka.

Bandcamp adalah platform musik digital yang memungkinkan musisi indie menjual karya mereka secara langsung kepada penggemar. Dengan sistem *direct-to-consumer*, musisi dapat menjual merchandise, unduhan digital, dan rilisan fisik dengan tingkat komisi yang menguntungkan. Bandcamp juga menawarkan fitur *listening party*, di mana musisi dapat berinteraksi secara *real-time* dengan pendengar melalui obrolan langsung selama pemutaran album atau lagu baru (Duracan, 2023). Fitur ini memberikan manfaat besar, tidak hanya dalam

hal promosi karya tetapi juga dalam menciptakan hubungan emosional antara musisi dan pendengar. Aktivasi seperti ini penting bagi keberlanjutan musisi indie, karena memungkinkan mereka membangun basis penggemar yang loyal tanpa tergantung pada label besar. *Listening party* menjadi salah satu bentuk aktivasi media sosial yang populer. Menurut Lauren (2023), *listening party* adalah agenda virtual yang mengumpulkan penggemar untuk mendengarkan rilisan baru bersama. Aktivasi ini menjadi budaya baru, terutama selama pandemi COVID-19, dan memberikan pengalaman yang lebih personal bagi penggemar. Dalam kegiatan *listening party* pada Bandcamp. Terdapat sebuah fitur *live chat* sebagai wadah untuk terjadinya sebuah interaksi bagi para audiens ataupun pengguna Bandcamp yang hadir dalam acara tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *platform* Bandcamp memfasilitasi interaksi sosial virtual antara band indie dan para pendengar mereka. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana Bandcamp membantu menciptakan komunikasi dua arah antara musisi dan pendengar, serta bagaimana fitur

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena sosial yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, motivasi, dan interaksi dalam konteks alamiah. Metode utama yang digunakan adalah etnografi virtual, yang meneliti pola perilaku dan interaksi komunitas secara daring. Penelitian ini menyoroti bagaimana fitur *listening party* di Bandcamp menjadi media interaksi antara musisi indie dan penggemarnya, dengan fokus pada dinamika sosial dan pola komunikasi yang terbentuk melalui media digital.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Peneliti mengobservasi langsung kegiatan *listening party*, mendokumentasikan aktivitas melalui rekaman, serta melakukan wawancara untuk menggali informasi mendalam. Data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang subjek penelitian. Studi ini juga mendefinisikan band indie sebagai musisi yang memproduksi karya secara independen, serta menyoroti bagaimana interaksi virtual membantu membangun komunitas penggemar dan juga mendukung

perkembangan karya-karya mereka di era media digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Interaksi Sosial Virtual Dalam *Listening Party* Di Bandcamp

Peneliti melakukan observasi partisipan dalam salah satu acara *listening party* agar dapat mendokumentasikan interaksi-interaksi yang terjadi didalamnya. Peneliti hadir sebagai audiens dalam salah satu agenda *listening party* dari band indie ber-genre *shoegaze* asal Surabaya, Fleuro. *Listening party* yang dilakukan bersamaan dengan rilis album baru mereka yang berjudul "Sonic Archives" yang rilis di label Slow Down Records dan Outta Sight Records. p



Gambar 1. Artwork Album "sonic archives" milik Fleuro

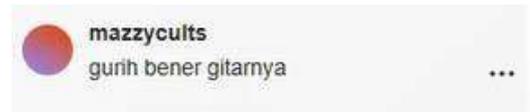
Dalam acara tersebut, peneliti mendokumentasikan interaksi yang dilakukan oleh *host* ataupun audiens selama acara berlangsung sebagai berikut



Gambar 2. Interaksi dari akun @slowdownrecords

Interaksi pertama dilakukan oleh akun @SlowownRecords, dalam pesan tersebut akun @SlowDownRecords melakukan sambutan kepada audiens yang telah hadir dalam acara "Sonic Archives" *listening party* dan memperkenalkan latar belakang band yang albumnya diputar dalam acara tersebut.

Interaksi kemudian dilakukan oleh akun @renjitify, dalam *live chat* akun @renjitify menuliskan "its so great!" yang mengapresiasi trek lagu yang sedang diputar dalam acara *listening party* tersebut. Akun @SlowDownRecords kemudian membalas pesan dari akun @renjitify dengan pesan "hey renjitify, yes! my fav track of the ep" yang sepakat dengan akun @renjitify bahwa trek yang sedang diputar dengan judul "Buried" adalah trek favorit dari album "Sonic Archives".



Gambar 3. Interaksi dari akun @mazzycults

Akun @mazzycults kemudian mengirimkan sebuah pesan dalam fitur *live chat*. Pesan tersebut berisikan "gurih bener gitarnya" yang konteksnya adalah suara gitar yang spesifik dalam trek ketiga dalam album "Sonic Archives" yang berjudul Kota Lelah. Genre musik *shoegaze* sendiri menurut Emery Colin (2021) adalah sebuah *sub-genre* dari musik *rock* alternatif dan indie, yang dicirikan oleh perpaduan elemen-elemen khas, seperti vokal yang terdengar melamun dan samar, penggunaan efek gitar serta distorsi, suara yang intens dengan volume tinggi, serta adanya elemen umpan balik akustik.

Elemen gitar menjadi salah satu unsur utama dalam musik *shoegaze* sehingga banyak penggemarnya yang selalu menunggu raungan gitar yang memiliki porsi tertinggi dari sebuah lagu ber-genre *shoegaze*.



Gambar 3. Interaksi dari akun @livinhatred
Akun @livinhatred pun ikut serta dalam

live chat dengan mengirimkan pesan "respek fleuro nulis materi pake bahasa indonesia". Trek ketiga dari album "Sonic Archives" yang berjudul Kota Lelah ditulis secara penuh menggunakan bahasa Indonesia. Salah satu hal yang jarang ditemui dalam skena musik indie lokal adalah penulisan lagu dengan bahasa Indonesia. Banyak band-band indie menulis materi mereka menggunakan bahasa Inggris agar menyesuaikan dengan pasar-pasar pendengar

yang ada di Indonesia. Sehingga apresiasi yang ditulis oleh akun @livinhatred adalah karena merupakan sebuah hal yang kurang lazim ditemukan dalam skena musik indie lokal.



Gambar 4. Interaksi dari akun @slowdownrecords dan @renjityfy

Interaksi kemudian dilanjutkan oleh @SlowDownRecords dengan pesan "My 2 nd fav song on the ep, whats your fav song on the 5 tracks?". Interaksi tersebut terjadi ketika trek keempat dari album "Sonic Archives" berjudul Hollow. Kemudian pesan tersebut dibalas oleh akun @renjityfy dengan pesan "agree with it!" yang memperlihatkan bahwa setuju dengan pendapat dari akun @SlowDownRecords.



Gambar 5. Interaksi dari akun @dindwav

Akun @dindwav kemudian menuliskan sebuah pesan "aransementnya asik bgtt ky nothing dah". Nothing adalah band *heavy shoegaze* asal Amerika Serikat. Arah bermusik band Fleuro mirip dengan band Nothing dengan musik-musik *shoegaze* yang cukup berat dan berisik.



Gambar 3. Interaksi dari akun @renjityfy dan @dindwav

Akun @renjityfy kemudian menanggapi pesan dari akun @dindwav "nothing juga a?" yang kemudian dibalas kembali oleh akun @dindwav dengan pesan "HAHAHAHAH iyaaa a", "suka banget sm modern shoegaze ky nothing gttt". Interaksi dengan menggunakan imbuhan "a" dalam komunikasi ketika bertemu dengan

seseorang yang memiliki selera musik atau menyukai sebuah band spesifik yang sama. Interaksi yang dilakukan oleh akun @renjityfy dan @dindwav kemudian menjadi sebuah bentuk komunikasi dua arah antara sesama audiens yang hadir dalam acara *listening party*.

Dalam hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam acara *listening party* "SDR-37 sonic archives Fleuro Listening Party", terlihat bahwa interaksi yang dilakukan melalui *live chat* memiliki frekuensi yang cukup aktif, meskipun beberapa *chat* terjadi tanpa ada *feedback* (satu arah). Interaksi dalam acara *listening party* "SDR-37 Sonic Archives Fleuro Listening Party" dikategorikan sebagai interaksi sosial asosiatif (positif) berdasarkan definisi Elly M. Setiadi (2011), yang melibatkan kerja sama, akomodasi, atau asimilasi. Bentuk asimilasi yang muncul dalam acara ini mencerminkan interaksi sosial yang kompleks dan bertujuan untuk mengurangi perbedaan antarindividu atau kelompok demi mencapai tujuan bersama. Proses ini menekankan harmoni sosial melalui penghargaan dan apresiasi terhadap acara, serta membangun hubungan positif antara audiens dan musisi atau antar sesama peserta.

Interaksi yang terjadi menunjukkan minimnya egoisme dan ketiadaan komunikasi negatif seperti hujatan. Sebaliknya, setiap komunikasi berorientasi pada tujuan positif, seperti memperkuat koneksi dan mendukung acara. Interaksi dalam acara tersebut bersifat konstruktif dan harmonis, memperkokoh suasana positif yang menjadi inti dari interaksi sosial asosiatif.

B. Penggunaan Fitur *Listening Party* Sebagai Bentuk Aktivisme Digital Band Indie

Di era media sosial modern, platform seperti Bandcamp telah menjadi sarana penting bagi musisi indie untuk berinteraksi dengan penggemar sekaligus mempromosikan karya mereka. Aktivitas ini, menurut Vegh (2016), termasuk dalam *digital activism*, yang melibatkan pemanfaatan fasilitas daring untuk advokasi dan interaksi. Media sosial seperti Bandcamp memungkinkan musisi indie, yang sebelumnya bergantung pada acara offline, memperluas jangkauan audiens mereka dengan memanfaatkan teknologi internet dan streaming. Fitur seperti *listening party* di Bandcamp mempermudah pengena-

lan karya baru melalui adaptasi acara *hearing session* tradisional ke ruang digital, menawarkan peluang interaksi dan apresiasi yang lebih luas meski masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran publik.

Sebagai bagian dari *digital activism*, kegiatan *listening party* mencakup tiga aspek utama: *awareness*, *organization*, dan *action/reaction*. *Awareness* diwujudkan melalui upaya musisi membangun pemahaman bahwa interaksi dan apresiasi musik kini dapat dilakukan secara virtual. *Organization* terlihat dari kemampuan *listening party* untuk mengumpulkan individu dengan minat serupa tanpa keterikatan komunitas formal. Sedangkan *action/reaction* tampak dari motivasi peserta yang tidak hanya menikmati musik, tetapi juga menjalin komunikasi positif secara virtual.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperluas ekosistem musik indie, tetapi juga memfasilitasi interaksi kreatif yang mendukung harmoni digital.

C. Pengalaman Interaksi Pengguna Dalam Kegiatan *Listening Party*

Interaksi yang terjadi pada acara *listening party* merupakan salah satu motivasi bagi para pengguna *Bandcamp* untuk menggunakan fitur tersebut. Adanya kebebasan mereka untuk mengutarakan pandangannya terhadap sebuah karya dan berkoneksi dengan pengguna lain menjadi sebuah inovasi yang tidak didapatkan pada platform serupa.

"Kalau aku sih, karena bikin pengalaman itu seru aja ya. Bisa ngobrol bareng fans-fans yang lain. Bisa ngereact juga. Terus ngobrolin tentang lagunya juga.." [Shafa, Informan]

*"Jujur, salah satu hal yang bikin aku tertarik buat ikut *listening party* di *Bandcamp* karena adanya interaksi di dalamnya gitu loh. Paling gak ya, kalau misalnya kita gak ngobrol sama si artisnya, paling gak kita ngomong sama fans, sama orang yang suka ngulik- ngulik lagu baru, suka dengerin *listening party* bareng, dan of course kalau misalnya kita ketemu sama orang yang bahasanya satu komunitas itu tadi, kan pasti fun ya bahasanya, jadi ya senang aja, seru, terus nambah insight pula, kayak kadang tuh ada yang kayak, kalau misalnya*

dengerin band A, kamu juga bisa loh dengerin band B gitu. Kita juga memperluas discovery kita tentang lagu-lagu yang kita mau tahu, ataupun band-band indie yang kita mau tahu.." [Dinda, Informan]

Interaksi yang terjadi pada acara *listening party* merupakan salah satu motivasi bagi para pengguna *Bandcamp* untuk menggunakan fitur tersebut. Adanya kebebasan mereka untuk mengutarakan pandangannya terhadap sebuah karya dan berkoneksi dengan pengguna lain menjadi sebuah inovasi yang tidak didapatkan pada platform serupa. Informan Dinda dan Shafa mengatakan bahwa koneksi yang terjadi melalui interaksi dalam kegiatan *listening party*, terjadi secara organik dan membuat pengetahuan bermusik dari Dinda bertambah. Kesenangan yang terjadi karena menemukan sebuah individu baru dengan kesamaan, yang pada konteks ini adalah kesamaan selera dalam bermusik membuat interaksi yang terjadi terasa lebih intim.

"Pernah, pernah. Nah, kadang itu host atau artisnya suka ikut nimbrung gitu di kolom komentar, jadi mereka ikut nge-reply beberapa teman-teman fans mereka atau yang join di live itu. Jadi, kadang masih suka tanya-tanya soal musik mereka atau yang lagunya baru rilis, yang pernah aku dengar, terus juga kasih feedback yang mungkin menurut aku, oh, ini lagunya bagus sih, cuman sayang banget kurang hype, mungkin bisa dipromosin lagi, atau mungkin ini lagunya agak kurang sih, atau agak beda kenapa ya, gitu. Jadi aku suka tanya-tanya aja sih sama host live atau musisinya, gitu." [Lily, Informan]

Musik, tentu selaknya sebuah produk yang ditawarkan oleh para band ataupun musisi terhadap para pendengarnya. Dengan demikian, tentu musisi juga dapat membagikan *product knowledge* karya-karya mereka terhadap pendengar mereka, terutama yang termasuk kedalam pendengar baru. Lily mengatakan bahwa fitur *live chat* di *listening party* merupakan salah satu sarana bagi dirinya untuk mengetahui informasi tentang rilisan musik yang tengah diputar pada acara tersebut. Lily sering bertanya terkait motivasi dari pembuatan tembang mereka, ataupun memberikan umpan balik terhadap musik yang tengah diputar.

Interaksi yang terjadi dalam pengalaman Lily memperlihatkan bagaimana musisi dapat memanfaatkan adanya fitur *live chat* untuk memperluas jangkauan audiens mereka dengan membangun komunikasi yang baik dan interaktif.

Komunikasi yang interaktif tentunya akan membuat sebuah interaksi yang terjadi antar individu menjadi positif.

"Saya tipe yang aktif, Mas. Soalnya seru banget kalau bisa diskusi langsung soal musik sama orang-orang di sana. Kadang malah bisa ngobrol langsung sama si artisnya, walaupun cuma komen singkat. Pernah juga saya dapat rekomendasi band baru dari sesama peserta. Rasanya kayak saling bantu buat eksplorasi musik." [Fajar, Informan]

"Bener, interaksi yang terjadi disana emang bener-bener bagus banget. Musisi punya wadah buat interaksi secara langsung dengan audiensnya. Dan sebaliknya." [Shafa, Informan]

Komunikasi yang positif terlihat dari pengalaman Shafa dan Fajar. Dalam pengalaman Fajar, Fajar mendapatkan banyak rekomendasi musik baru pasca berinteraksi dengan audiens melalui fitur *live chat* di *listening party*. Interaksi positif tentu menimbulkan sebuah dampak yang baik bagi para individu yang menjalin interaksi. Shafa menambahkan bahwa dalam pengalamannya, adanya fitur *live chat* membuat adanya wadah interaksi yang signifikan. Selama ini, komunikasi dua arah antara musisi dengan penggemar, ataupun sebaliknya secara *real-time* hanya dapat dilakukan ketika menghadiri acara-acara offline. Akan tetapi, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, yang salah satunya adalah *platform* musik yang menghadirkan *social space* untuk berinteraksi seperti Bandcamp membuat hal tersebut dapat terjadi di dunia maya, meskipun akan terasa berbeda dengan interaksi di dunia nyata.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi dengan pendekatan etnografi virtual menunjukkan bahwa kegiatan *listening party* di Bandcamp menciptakan interaksi sosial virtual yang asosiatif,

difasilitasi oleh fitur *live chat*. Berdasarkan analisis media menurut Rulli Nasrullah (2017), interaksi ini dapat dilihat pada dua level: *media object* dan *experimental stories*.

Pada *media object*, fitur *live chat* memungkinkan audiens dan musisi indie berinteraksi langsung selama acara berlangsung. Pesan-pesan dalam interaksi ini memiliki konotasi positif dan saling mendukung, baik antara musisi dan audiens maupun antar sesama audiens. Sedangkan pada *experimental stories*, fitur ini memberikan pengalaman yang membantu musisi memamerkan karya mereka sekaligus mendapatkan umpan balik langsung dari audiens. Bagi pengguna, fitur ini menarik karena memungkinkan mereka menemukan referensi musik indie baru.

Kegiatan *listening party* juga mencerminkan bentuk *digital activism* yang dilakukan oleh band indie untuk menciptakan pengalaman baru dalam mendengarkan musik secara virtual. Bandcamp, melalui fitur ini, mengatasi keterbatasan acara *hearing session* tradisional dengan memberikan akses yang lebih luas dan interaktif. Kehadiran audiens dan interaksi yang terjadi selama *listening party* menjadi bukti keberhasilan bentuk aktivisme digital ini.

B. Saran

1. Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang bagaimana para band-band indie di era modern saat ini berinteraksi secara virtual dengan para pendengarnya di *platform* lainnya
2. Musisi-musisi atau band indie perlu mulai untuk aktif dalam menggunakan media sosial untuk agar dapat terus berkembang disajikan dengan sesingkat mungkin

DAFTAR RUJUKAN

- Adorno, W.T. (1993). *Hegel: Three Studies*. London: The MIT Press.
- Agung, A. A. Gede. (2015). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Agus, Salim. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Andlika, V. (2019). *ANONIMITAS PENGARUH TERHADAP FREKUENSI ONLINE HATE SPEECH (Analisis Isi Akun Instagram @prabowomondardo)*. Thesis. Jakarta:

- Universitas Indonesia.
- Arditi, D. (2017). Music Everywhere: Setting a Digital Music Trap. *Critical Sociology*. <https://doi.org/10.1177/089692051772919>
- Arifan, F. (2006). Perkembangan Musik Indie di Indonesia. Retrieved from indonesia.html
- Bennett, J.M., & Bennett, M.J. (2004). Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity. In D.R. Landis (Ed.), *Handbook of Intercultural Training* (p. 515). Thousand Oaks: SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781452231129.n6>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
- Creeber, G., & Martin, R. (Eds.). (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire, England: Open University Press.
- Creswell, John W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publication Inc.
- Dedy N. Hidayat. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*, Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1–10. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.729>
- Hedynata, M.L., & E.D. Radianto, W. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 87–96. <https://journal.uc.ac.id/index.php/perfor ma/article/download/108/101>
- Hine, Christine. (2014). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication, Ltd.
- Ilham, P. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jundy, L. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Kusuma, I.G. (2013). *Musik Indie Bagi Kalangan Remaja Di Kota Denpasar: Studi Tentang Antropologi Kesenian*. Skripsi S1. Tidak Diterbitkan. Universitas Udayana.
- Lubiana, M., & DH, A.F. (2015). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). London: Sage Publications.
- Meliala, Y. H., Adipoetra, R., & Murti, R. (2020). Implementasi Digital Public Relations Pada Label Musik Demajors Dalam Mempublikasikan Album. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 46–57. <https://doi.org/10.33592/dk.v8i1.555>
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Muhammad, Y. R., & Rachman, A. (2020). *Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Karya Musik Di Era Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Band Sendau Gurau Di Semarang)*.
- Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i1.35>
- Nabila, D., et al. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Intrans Publishing Group.
- Rahmat, S. P. N., Simatupang, L., & Albertus, H. (2018). *INTERNET DAN MUSIK: MEDIA SOSIAL SEBAGAI* ISSN: 2355-9357 e-
- Proceeding of Management: Vol.10, No.4 Agustus 2023 | Page 3287 WAHANA PUBLIKASI THE UPSTAIRS DAN DEATH FLAMES. SELONDING*, 13(13), 1879–1891.

- Robin, J. (2021). Musik Indie: Dinamika dan Perkembangannya di Indonesia. Diakses pada 24 Januari 2024 dari <https://juan-robin.medium.com/musik-indie-dinamika-dan-perkembangannya-di-indonesia-eb1952c89a0>
- Romdhi, F. R. (2023). Kajian Uses and Gratification Pengguna Media Sosial Untuk Mendukung Performa Penjualan Film Melalui Opini Pra-Konsumsi. *Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Film, Televisi. Dan Media Kontemporer*, 6(2), 64–79.
- Rulli, N. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sanita, M. (2023). Istilah Skena yang Viral di Media Sosial hingga Munculnya Sindiran untuk Polisi Skena. Diakses pada 21 Januari 2024 dari <https://communication.uui.ac.id/istilah-skena-yang-viral-di-media-sosial-hingga-munculnya-sindiran-untuk-polisi-skena/>
- Septian, W.T. (2019). Musik Indie Sebagai Identitas Anak Muda Di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(7), 1–21.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.