



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Representasi Identitas Musisi Indie dalam Media Sosial Instagram

Arina Habaidillah^{1*}

¹Postgraduate Programme in Corporate Communication

London School of Public Relations Jakarta

Intiland Tower Lt.6, Jl. Jend Sudirman Kav. 32, Jakarta Pusat – Indonesia

*Corresponding author: arinahabaidillah@gmail.com

Abstract

This study focuses on the representation of indie musicians on Instagram social media because of the increasing popularity of musicians who choose independent channels and use social media as a place to promote their works and shape their image. They do make the same pattern in promoting their work on Instagram social media because of the influence of the cultural industry. The presence of this new media not only affects indie musicians, but also for musicians who take part in major labels in shaping their image on Instagram social media. The study uses a qualitative approach with netnographic methods because researchers want to see how the indie musicians conduct their own production, promotion and sales processes on their respective Instagram social media accounts. This can affect their identity as independent musicians. The resource persons of this study were Tulus (@tulus) and Jason Ranti (@Jasonranti). The results showed that in Tulus and Jason Ranti's social media there were a lot of fundamental differences even though they both went through the same path, namely independent. Tulus tried to negotiate with commercialism in the music industry, while Jason Ranti settled on the roots of the past independent spirit.

Keywords : Identity, *Cultural Studies*, Indie Musicians, *Representation*

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada representasi musisi *indie* dalam media sosial Instagram karena semakin maraknya para musisi yang memilih jalur independen dan menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mempromosikan karya-karya dan membentuk *image* mereka. Mereka lakukan membuat pola yang sama dalam mempromosikan karya mereka pada media sosial instagram karena pengaruh industri budaya. Kehadiran *new media* ini tidak hanya berpengaruh pada para musisi indie saja, namun juga bagi para musisi yang bernaung di dalam *major label* dalam membentuk *image* mereka di media sosial instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi karena peneliti ingin melihat bagaimana para musisi indie tersebut melakukan proses produksi, promosi, dan penjualan sendiri pada akun media sosial instagram masing-masing. Hal ini dapat mempengaruhi identitas mereka sebagai musisi independen. Narasumber penelitian ini adalah Tulus (@tulus) dan Jason Ranti (@Jasonranti). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam media sosial Tulus dan juga Jason Ranti terdapat banyak sekali perbedaan yang mendasar sekalipun mereka berdua melalui jalur yang sama, yaitu independen. Tulus mencoba untuk bernegosiasi dengan komersialisme dalam industri musik, sedangkan Jason Ranti menetap pada akar spirit independen yang lampau.

Kata Kunci : Identitas, *Cultural Studies*, Musisi Indie, *Representation*

Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Akhir-akhir ini para musisi indie banyak memilih jalur independen dan menggunakan media media sosial sebagai tempat untuk mempromosikan karya-karya mereka. Selain itu, mereka juga menggunakan media sosial untuk membentuk citranya. Di samping itu pada akhirnya, apa yang mereka lakukan membuat pola yang sama dalam mempromosikan karya mereka pada media sosial instagram karena pengaruh dari industri budaya. Kehadiran *new media* ini tidak hanya berpengaruh pada para musisi indie saja, namun juga bagi para musisi yang bernaung di dalam *major label* dalam membentuk *image* mereka di media sosial instagram.

Berbicara mengenai *indie* label dan *major* label, yang membedakan diantara keduanya adalah jalur distribusi yang dipilih (Putranto, 2010, p.59). *indie* label tidak menggunakan jalur distribusi yang biasa digunakan oleh *major* label seperti, Universal Music Indonesia, Musica, Warner Music Indonesia dan lain sebagainya. Para musisi dari *indie* label ini kemudian membuat jalur alternatif sendiri bagi distribusi mereka, maka dari itulah muncul kemudian gagasan-gagasan kreatif dalam jalur distribusi maupun promosi dari para *indie* artist tersebut. Rez mengatakan, dalam beberapa hal *indie* label mempunyai kekutan lebih dalam mengungkapkan ekspresi para pemusiknya yang terkadang lebih baik dari mereka yang berada di jalur *mainstream* (Rez, 2008, p.28).

Dewasa ini sudah tak bisa dielakkan bahwa internet turut serta membuat pergeseran budaya secara perlahan. Orang-orang yang secara tradisional dahulu sering mengkonsumsi media massa berbentuk koran, majalah, dan televisi, kini beralih pada media massa digital dan streaming televisi misalnya. Selain itu, media sosial dinilai mempunyai pengaruh yang besar dalam perkembangan dunia virtual. Ibrahim (dalam Ayun, 2015) menyatakan bahwa Keberadaan media sosial telah mengubah akses terhadap teknologi digital berjaringan. Pergeseran itulah yang kemudian digunakan oleh para pemusik dari jalur independen untuk memasarkan hasil karya mereka.

Selain Facebook terdapat Instagram yang cukup menarik minat *millennials* saat ini. Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya (Winarso, 2015). Media sosial Instagram berkembang menjadi 22 juta pengguna dengan pertumbuhan hampir 100 persen pertahun yang menjadi media sosial populer disamping Facebook . oleh karena itu, peneliti mengambil Instagram sebagai objek media yang akan diteliti nantinya.

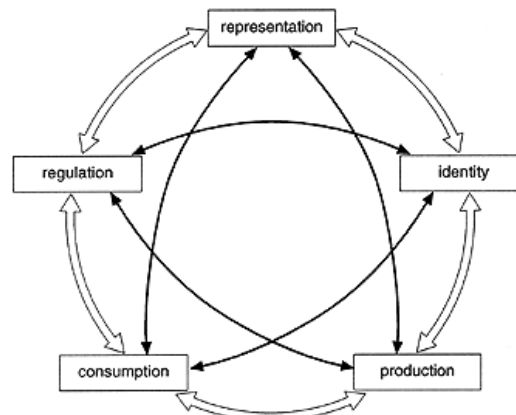
Mcquail (2011) kemudian mencatat poin penting bagaimana media baru dan media lama dibedakan, Poster (dalam Mcquail, 2011) mengatakan, media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan (1) memungkinkan terjadinya percakapan antar-banyak pilihan; (2) memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya; (3) mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dari modernitas; (4) menyediakan kontak global secara instan; dan (5) memasukkan subjek modern/ akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

Kerangka Teori

Representasi. Representasi terjadi melalui proses produksi pertukaran budaya, bahasa dan symbol-simbol yang ada disekitar kita, seperti yang disebutkan oleh Hall (1997) sebagai “*Belong to the same culture*” (p.19). Masih menurut Hall, *Sign* atau tanda diatur sedemikian rupa sehingga menjadi bahasa atau *language* yang memungkinkan kita untuk mengartikan segala konsep kedalam kata-kata, *image* atau suara dan menggunakannya untuk mengekspresikan arti dan mengkomunikasikan pikiran kita kepada orang lain (p. 18).

Language atau bahasa yang disebutkan diatas tidak hanya sekedar bahasa atau kata-kata, melainkan bisa berbentuk lain seperti gambar visual, elektronik, digital dan lain sebagainya yang dapat

memproduksi *meaning* (p.18). Dengan demikian, bahasa, identitas, dan budaya tidak bisa dilepaskan dalam proses representasi. Hall (1997) juga membuat apa yang disebut dengan “*The Circuit of Culture*”



Gambar 1. *The Circuit of Culture* by Stuart Hall

Dalam konsep tersebut hall mencoba untuk mengutarakan hubungan antara budaya dan representasi yang terjadi. Singkatnya, budaya adalah perihal “*Shared Meaning*” (Hall, 1997, p. 1) dan bahasa ada sebagai perantara untuk “menyambungkan” suatu hal, dimana “*meaning*” tersebut diproduksi dan dipertukarkan. Dalam konsep *circuit of culture* tersebut tidak bisa dipisahkan antara *representation* (representasi), *Identity* (identitas), *production* (produksi), *consumption* (konsumsi) dan *regulation* (regulasi). Masing-masing elemen tersebut tidak mempunyai pola yang pasti, absolut dan essensial (Zahra, 2014).

Identitas. Identitas menjadi sebuah hal yang tidak bisa dilepaskan dari seseorang, namun hal ini tidak berarti bahwa identitas tidak dapat diubah. Identitas sendiri bersifat *temporary*, oleh karena itu ia bersifat sementara dan masih dapat berubah. Hall (1991 dalam Grossberg, 1996) mengatakan bahwa

Identity is a structured representation which only achieves its positive through the narrow eye of the negative. It has to go through the eye of the needle of the other before it construct itself. Identity is always a temporary and unstable effect of relations which define identities by marking differences. (p.89)

Selain sifatnya yang *temporary* dan *unstable*, identitas juga dijadikan sebagai sesuatu yang membuat seseorang “berbeda” atau bahkan “memiliki kesamaan” dengan lainnya.

Baker (dalam Firyana, 2016), melanjutkan, identitas terdiri dari *Self Identity* dan *Social Identity* yang didasari atas sudut pandang bagaimana kita melihat identitas. *Self Identity* adalah bagaimana cara diri atau kelompok melihat dirinya sendiri dan *Social Identity* adalah bagaimana konstruksi masyarakat melihat diri atau kelompok kita. Dalam kaitannya dengan penelitian kali ini, *Social Identity* atau identitas sosial yang membentuk para musisi tersebut sehingga digolongkan sebagai “musisi indie” oleh masyarakat melalui akun media sosial instagram mereka.

Budaya Populer. Budaya menurut Hartley (2002) adalah sebuah produksi dan keterkaitan antara sebuah rasa, makna dan juga kesadaran.

Culture is the production and circulation sense, meaning and consciousness. The sphere of meaning, which unifies the spheres of production (economics) and social relation (politics). In other words, culture is the sphere of reproductions not of goods but life. (p. 51)

Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya adalah “*whole way of life*” atau “*a particular way of life*” (Hebdige,1979). Storey (dalam Zaki, 2013) memberikan enam karakteristik budaya populer. Diantaranya: (1) Budaya Populer adalah produk kebudayaan yang disukai banyak

orang, diciptakan untuk disenangi dengan standar hiburan mereka sendiri; (2) Budaya Populer diciptakan dalam jumlah yang amat besar; (3) Kebudayaan yang banyak dipengaruhi oleh budaya pop Amerika; (4) Budaya populer juga dapat menjadi istilah yang merujuk pada kebudayaan setempat atau kebudayaan otentik dari rakyat pribumi (*folks culture*). Budaya rakyat diciptakan oleh Rakyat dan untuk rakyat itu sendiri dan muncul sebagai sebuah sikap kritis terhadap budaya aristokrat yang banyak bermuatan pesan-pesan moral kelas atas; (5) budaya populer juga dipakai oleh aliran Gramscian untuk merujuk pada budaya yang bukan dihasilkan dari respon perlawanan terhadap kapitalisme tetapi juga incorporation (kerja sama); (6) Teks dan praktik budayanya merupakan tarik menarik kekuatan resisten dan incorporation berbagai kategori sosial seperti cross ras, gender, agama, daerah, generasi, preferensi seksual, dan lain sebagainya, antara kelas subordinat dan yang dominan.

Dari apa yang dikatakan oleh Storey (dalam Zaki, 2013), maka musik kemudian masuk sebagai bagian dari budaya populer. Musik adalah sebuah teks dan praktik budaya yang bersifat masif dan bahkan bisa menciptakan pengaruh yang besar bagi sekelilingnya. Ekspresi budaya itu kemudian dirasa menjadi salah satu jalan untuk melawan penindasan maupun mengutarakan resistensi dan perjuangan (Kellner, 2010). Namun, seperti tadi yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa komoditas populer, dalam hal ini adalah musik, memiliki efek ganda, bahkan berlipat. Kellner (2010) mencontohkan bagaimana musik *rap* saat itu dapat menggerakkan pemikiran maupun perlawanan sebagai berikut : komoditas musik *rap* dapat menggerakkan pemikiran dan tindakan perlawanan, dan dapat memberikan kekuatan kepada masyarakat untuk berjuang melawan system penindasan. Tetapi, ia dengan mudah, juga dapat berfungsi sekedar sebagai rangsangan dan hiburan, dan dikooptasi untuk tujuan-tujuan konserfatif. (p. 259)

Social Media as a New Media. Lister et al. (2009) menyebutkan karakteristik new media, antara lain : *Digital, Interactive, Hyperterxtual, Virtual, Networked, and Stimulated*. Dengan kata lain, media sosial sebagai *tools* dari Internet masuk kedalam kategori new media.

in a digital media process all input data are converted into numbers. In terms of communication and representational media this 'data' usually takes the form of qualities such as light or sound or represented space which have already been coded into a 'cultural form', such as written text, graphs and diagrams, photographs, recorded moving images, etc. (Lister et al., 2009, p.16).

Dalam media baru yang kemudian kita sebut sebagai internet ini, meniadakan banyak sekali batasan-batasan yang biasa kita temui pada media lama. Rice (dalam Mcquill, 2011) kemudian menyebutkan bahwa “batasan penertbitan, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten sudah semakin kabur” (p.153). Hal ini terjadi dikarenakan dalam media digital internet, seseorang bisa melakukan apa saja. Dari mulai memproduksi sesuatu hingga menjadi seorang pemakai atau konsumen itu sendiri. Sehingga muncul sebuah istilah *prosumer* dimana dengan *new media* kita bisa melakukan banyak aktivitas “*like commenting, criticizing, sharing, producing, posting, publishing.*” (Winter, 2012, p. 47).

Dalam penelitian kali ini, new media berperan banyak dalam kehidupan musisi indie itu sendiri. Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa para pelaku indie musik tersebut jauh dari kuasa dominan (major label). Sehingga mereka harus melakukan semuanya secara mandiri, salah satunya adalah melalui media sosial untuk menunjukkan dan mempromosikan karya-karya musik mereka.

Netnografi. Interaksi sosial melalui dunia maya sudah tidak bisa lagi terelakkan. Sebagai sebuah konsekuensi, beberapa peneliti kemudian berusaha menemukan bagaimana cara untuk memahami kebudayaan dan interaksi sosial yang termediasi oleh perangkat internet. Atas dasar itulah kemudian muncul sebuah penelitian *Netnography* yang diadaptasi dari metode Etnografi yang termediasi oleh perangkat computer (Kozinets, 2010).

Belakangan ini, metode Netnografi banyak digunakan sebagai satu-satunya metode yang secara khusus dirancang untuk mempelajari kebudayaan dan komunitas online (Bowler, Jr., dalam Hidayah,

2012). Koziniaks (dalam Hidayah, 2012) kemudian melanjutkan kelebihan-kelebihan menggunakan metode netnografi dalam interaksi online:

...online interactions are valued as a cultural reflection that yields deep human understanding. Like in-person ethnography, netnography is naturalistic, immersive, descriptive, multi-method, adaptable, and focused on context. Used to inform consumer insight, netnography is less intrusive than ethnography or focus groups, and more naturalistic than surveys, quantitative models, and focus groups. Netnography fits well in the front- end stages of innovation, and in the discovery phases of marketing and brand management. (p. 6)

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa metode Netnografi menekankan deksripsi dengan multi metodologi, dan fokus pada *context*.

Hasil Penelitian

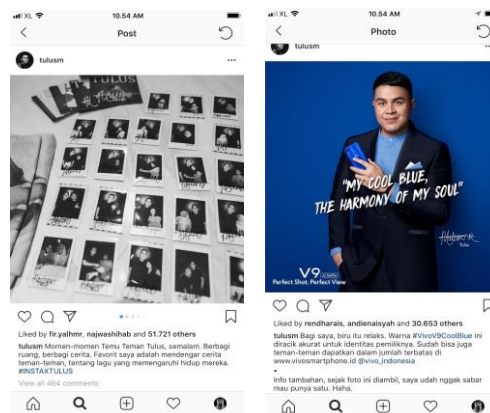
Tulus dan Pusaran Industri Budaya. Dalam ranah independensi atau yang dahulu terkenal dengan *Do It Yourself* (DIY), para musisi kemudian mempunyai pilihan untuk menempuh jalan seperti apa atas musik dan juga gaya mereka sebagai musisi indie. Ditambah lagi dengan hadirnya media sosial seperti Instagram yang mampu mempromosikan sisi “ke-indie-an” para musisi tersebut. Ririe Cholid, Bisnis Manajer Tulus, menyatakan bahwa:

Yang pasti dengan jalan yang kita ambil sekarang kita tau merasa kita punya keleluasaan untuk mengambil langkah dan memilih strategi yang, dengan formula atau strategi yang terbaik untuk Tulus dan juga untuk karya-karyanya. Kita punya keleluasaan tidak harus mengikuti pattern standart industri musik itu seperti apa, kita punya keleluasaan kapan kita mau berkarya, kapan kita mau rilis, kapan kita mau manggung dan kapan kita mau libur. Kita punya keleluasaan itu karena tidak punya pattern , pola khusus yang harus kita jalani.

Untuk itulah kemudian Tulus memutuskan mengambil jalur Indie dan mengoptimalkan promosi dalam bentuk digital, salah satunya adalah media sosial Instagram. Dalam postingan Instagram Tulus, ia tidak hanya menggunakannya untuk mempromosikan karya-karyanya saja, tetapi juga untuk memperkuat identitasnya. Semuanya ‘ditampilkan’ Tulus secara personal dan intim dalam Instagramnya, dari mulai visual, berupa foto maupun video 1 menit dan juga *caption* atau judul dalam setiap postingannya.

Selain *Hashtag*, *Caption* atau judul postingan juga berperan penting dalam kaitannya dengan produksi budaya. Media sosial, dalam hal ini Instagram mempunyai fungsi untuk bercerita atau *story telling* yang dalam praktiknya dapat memperluas komunikasi interpersonal yang termediasi ke ruang *online* (Lipschultz, 2018, p. XVI).

Personalisasi Tulus Sebagai Musisi Indie. Media sosial kemudian dinilai bisa membantu para musisi independen untuk membentuk identitas sosial mereka. Menurut Barker (2000), identitas sepenuhnya terjadi dan merupakan sebuah konstruksi sosial. Mustahil jika identitas kemudian hadir di luar konteks dari konstruksi sosial (p.174). maka dari itu para musisi kemudian menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan ‘personalisasi’ diri mereka sebagai seorang musisi independen, salah satunya adalah Tulus dengan berbagai macam *brand* dan juga simbol-simbol visual lain yang tersebar di dalam postingannya.



Gambar 2. Tulus di Instagram

Tulus banyak melakukan *campaign* dengan brand ketimbang Jason Ranti. Dengan produk-produk pilihan Tulus yang sesuai dengan personality dari sang musisi pribadi. Ririe Cholid, *Business Manager* dari Tulus mengatakan:

Sebenarnya kita nggak membangun personality yang emang itu bukan personalitynya Tulus. Jadi kita emang mengembrace seorang Tulus itu seperti apa.

jika dilihat lagi memang tidak banyak di akun Tulus kita menjumpai banyak sekali Brand. Dan dari beberapa brand tersebut, semuanya nyaris sesuai dengan apa yang ingin Tulus sampaikan melalui akun instagramnya. Seperti Tulus X Instax, sebuah kolaborasi Tulus dengan fuji film instax yang dicapai karena Tulus mempunyai hobby fotografi. Ririe Cholid menjelaskan :

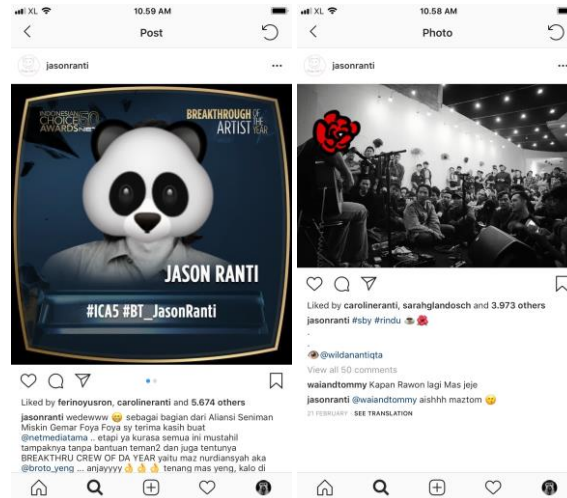
Tulus sebagai seorang yang visual banget juga iya. Visual banget dalam artian dia punya taste dan sense of artnya cukup tinggi menurut gue sebagai managernya. Jadi komposisi dia mengambil gambar, dia juga suka fotografi akhirnya direspon baik dengan fuji film. Akhirnya kita kerjasama dengan fuji film instax. (Ririe Cholid, 2018).

Dari apa yang dikataka oleh Ririe, bahwa sebenarnya Tulus, selain membentuk diri sebagai musisi, Ia juga memposisikan diri sebagai seorang yang visual, *High Taste of Art*.

Bentuk resistensi Jason Ranti sebagai Musisi Indie. Media sosial secara tidak langsung melahirkan banyak sekali identitas yang berbeda secara online. Mereka bisa menjadi siapa saja yang mereka mau, baik menjadi diri sendiri maupun orang lain Menurut Lipschultz (2018), *“through CMC, users create online identities, interact, and engage with others, participate in online communities and may activate groups to respond* (p. 11). Kita bisa melihat apa yang sudah di produksi orang yang memposting foto ataupun satu menit video di Instagram.

Secara tidak langsung, mereka mereproduksi ‘bahan-bahan’ tersebut agar ‘pantas’ untuk diperlihatkan kepada khalayak. Seperti halnya Jason Ranti, yang kemudian memilih untuk menutupi mukanya dengan *sticker* pada setiap postingan foto dirinya. Setiap orang dalam media sosial kemudian mempunyai pilihan ingin terlihat seperti siapa dan apa.

Jason Ranti muncul sebagai seorang musisi di jalur independen dengan lirik yang ‘nakal’, membicarakan hal-hal yang selama ini tabu untuk dibicarakan di masyarakat kita. Jason meramunya dengan ‘cuek’ yang membuat dirinya akhirnya dikenal oleh masyarakat melalui album pertamanya “Akibat Pergaulan Blues”.



Gambar 3. Instagram Jason

Dalam Instagramnyapun, Jason Ranti memperlihatkan kesan ‘cuek’ tersebut dan jauh dari kesan seorang *public figure*.

Secara visual, apa yang coba dikatakan oleh Jason Ranti dan Tulus terlihat berbeda. Pada Gambar 4.10 (Kanan) Jason Ranti pada saat diatas panggung lebih memilih untuk duduk, dengan suasana yang dekat dengan penggemarnya tanpa batas. Selain itu, pada postingan tersebut juga terlihat bagaimana Jason Ranti enggan untuk memperlihatkan wajah aslinya di Instagram, selalu terlihat *Sticker* yangempel tepat di wajahnya. Jason Ranti tidak pernah menganggap dirinya sebagai seorang musisi, tetapi sebagai seorang pemuka agama. Dia menyatakan bahwa :

misal lo main gitar, ini laguku begini begini hashtag Arina, hashtag singersongwriter hashtag apa gitu kan. Orang ada yang kaya gitu. Kalo gue malu! Ni gue ceritain , orang tuh nurut sama pemuka agama kan, yauda gue ngaku-ngaku aja juru dakwah. Nah itu karena lebih gampang masuknya. Menurut Jason, jika ia masuk ke masyarakat sebagai juru dakwah ia akan lebih gampang untuk masuk ke hati masyarakat dibanding sebagai seorang musisi, disamping karena Jason sendiri adalah sosok yang pemalu. Prinsipnya “meluruskan yang bengkok dan membengkokkan yang lurus”. Karena baginya mustahil kehidupan tanpa adanya ‘kerusuhan’.

Jason Ranti: Kritis Tanpa Batas di Era Media Sosial. Berbeda dengan Jason Ranti yang jauh lebih terlihat “memberontak” dibandingkan dengan konsep Tulus sebagai seorang musisi indie. Jason Ranti terkenal dengan identitas yang *selengkan*, cenderung melawan dan juga kritis. Itu semua nyaris terlihat dalam setiap postingannya yang “out of the box”. Dalam judul posting pada gambar 4.9 , yang sebenarnya adalah bentuk *teaser* video dari kolaborasi Jason Ranti dengan Rand Slam yang berjudul “Ratu Kobra”. Disitu tertulis lelaki buaya datar ~ Maia.” Selanjutnya dalam postingannya dia menyebutkan:

sulit disangkal bahwa begitulah nyata adanya. dunia perkobraan memang didominasi oleh reptilia dari jenis kelamin pria. akan tetapi agar pemandangan sedikit lebih berimbang, maka baiklah akan dilaporkan sebuah kisah nyata tentang buaya datar yang kali ini berjenis kelamin wanita. untuk sementara bolehlah beliau disebut dengan panggilan Ratu Kobra.



Gambar 4. Instagram Jason

Dengan potongan lirik dalam *teaser* video tersebut berbunyi :

Malu – malu belati

Diam- diam berbisa

Merah rona vagina

Perangkap ratu kobra

Jason Ranti berusaha untuk membicarakan hal-hal yang selama ini dianggap tabu oleh masyarakat dalam setiap postingan judul maupun dalam lirik lagunya, dari mulai menyoal alat kelamin, undang-undang dasar hingga komunis semuanya dibahas dalam satu albumnya. Respon yang terjadi dari produksi bahasa yang dilakukan oleh Jason Ranti kemudian dikonsumsi oleh publik dan mendapatkan banyak sekali perhatian.

Jason Ranti kemudian menggunakan musik sebagai sebuah teks dan praktik budaya yang bersifat masif dan bahkan bisa menciptakan pengaruh yang besar bagi sekelilingnya. Ekspresi budaya itu kemudian dirasa menjadi salah satu jalan untuk melawan penindasan maupun mengutarakan resistensi dan perjuangan (Kellner, 2010).

Tulus dan Jason Ranti: Paradox Dua Wajah Musisi Indie.

Berangkat dari jalur musik yang sama, Tulus dan Jason Ranti mempunyai masing-masing cara dalam membentuk citra diri mereka. Tulus berhasil ‘bernegosiasi’ dengan idealismenya dengan

berkolaborasi dengan *brand* sebagai seorang *ambassador*. Jason Ranti memilih untuk tetap ‘bertempur’ dengan semangat indie lampau.

Apa yang dilakukan Tulus menjadi hal yang berbeda dikalangan musisi yang memilih jalur independen. Jika dahulu independen selalu identik dengan pergerakan *underground*, lirik-lirik yang kritis dan panggung-panggung yang kecil, namun Tulus berhasil mendobrak hal-hal tersebut. Tulus tampil dengan gagah menggunakan setelan jas, diatas panggung besar dengan ribuan penonton, kostum yang benar-benar dipikirkan dengan mantap dan juga lirik-lirik lagu yang dalam. Tulus seakan menunjukkan bahwa jalur independent juga bisa menjadi ‘besar’.

Jason Ranti memilih untuk menapaki Jalur independen dengan spirit indie yang sama seperti sebelumnya, tampilan apa adanya, lirik-lirik kritis yang tajam dan terkesan ‘semau gue’ serta panggung-panggung ‘intim’. Jason Ranti mewakili suara para kaum tertindas dengan membicarakan hal-hal yang tabu untuk dibicarakan oleh masyarakat. Bermusik bagi Jason Ranti tidak pernah muluk-muluk, berkarya, karya tersebut mendapatkan respon dari masyarakat, sudah merupakan sebuah kebahagiaan yang tidak ternilai bagi Jason Ranti.

Kesimpulan

Penelitian ini ditujukan untuk mengungkap identitas musisi indie dan juga merumuskan identitas apa saja yang dibentuk oleh Tulus dan juga Jason Ranti dalam media sosial Instagram mereka. Instagram secara tidak langsung telah ‘mengakomodir’ kebutuhan para musisi di jalur independen dengan keuntungan berupa postingan dalam bentuk visual baik itu foto maupun video satu menit, dan juga *caption* atau judul serta adanya hashtag (#).

Dengan visual dan juga *Captions* tersebut, para musisi bisa memosisikan diri mereka sebagai apa yang mereka mau dan juga menjadi apa yang mereka inginkan. Gambaran-gambaran visual yang ada bagai sebuah symbol-symbol bahasa yang tidak akan bisa dilepaskan dari rantai budaya.

Tulus menggunakan Instagram tidak hanya untuk mempromosikan karya-karya musiknya, tetapi juga untuk memperlihatkan kepada *followers* bahwa ia mempunyai hobby fotografi dan juga seorang arsitek. Adanya postingan-postingan berupa bangunan, maupun tekstur serta beberapa laskeap yang dibidik sendiri oleh Tulus. Instagram mengakomodir tangkapan visual tersebut.

Citra yang coba dibangun oleh tulus sebagai solois papan atas Indonesia juga ditunjukkan melalui hasil foto panggung yang diposting oleh Tulus pada instagram dan bagaimana ia berinteraksi dengan ara penggemarnya tergambarkan melalui foto-foto tersebut. selain itu, beberapa *endorsement* yang dilakukan tulus juga terlihat begitu personal tanpa melakukan *hardselling* secara langsung. Brand-brand yang dipilih tersebut kemudian menampilkan symbol tersendiri yang memperlihatkan bahwa tulus adalah seorang musisi yang ‘berkelas’ dengan diangkatnya Tulus sebagai *ambassador* untuk brand dengan varian yang terbatas. ada sisi yang menunjukkan sebuah ‘eksklusifitas’ dari Tulus.

Jason Ranti memilih untuk memperlihatkan kreasinya sebagai seorang *designer* yang tidak cukup puas untuk memposting “poster mentah” dari *event-event* yang menghadirkan Jason Ranti sebagai bintang tamu. Ia kemudian mengkonstruksi poster tersebut menjadi sedemikian rupa. Dengan symbol-simbol yang ‘berbeda’ dan berbagai coretan khas Jason Ranti untuk menggantikan poster event tersebut. Instagram memberikan ruang yang luas untuk seorang designer berkreasi dan mengekspresikan diri pengguna itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(2).
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (Vol. 2). London: Sage.

- Hidayah, S. (2012). Antropologi Digital dan Hiperteks: Sebuah Pembahasan Awal. *Jurnal Ranah*, 2(1), 2-10.
- Kellner, D. (2010). *Media Spectacle and Media Events: Some Critical Reflections. Media Events in a Global Age*, 76-91.
- Kozinet, R. (2015). *Netnography Redefined*. London: Sage.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- Lipschultz, J. H. (2018). *Social media communication: Concepts, practices, data, law and ethics (Second Edition)*. London: Routledge.
- Rez, I. (2008). *Music Records Indie Lebel*. DAR! Mizan.
- McQuail, D. (2011). Teori
- Thaariq, M. Z. A. (2013). Membaca *Youth Culture* pada Lagu-lagu Warkop: Analisis Wacana Kritis Resistensi *Youth Culture* dalam Lagu-Lagu Warkop (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
- Winarso, Bambang. (2015). Apa itu Instagram. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> diakses pada tanggal 3 Oktober 2017.
- Winter, C. (2012). *How Media Prosumers Contribute to Social Innovation in Today's New Networked Music Culture and Economy*. *International Journal of Music Business Research*, 1(2), 46-73.