

**PEMBENTUKAN KONSTRUKSI IDENTITAS MUSIKUS
DAERAH DI MEDIA SOSIAL**

(Analisis Isi pada Unggahan Akun *Instagram* @asepbalonasi)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Departemen Ilmu Komunikasi



Oleh:

Aldin Farkhan Ilhami

NIM (1705356)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

Lembar Pengesahan

Aldin Farkhan Ilhami

PEMBENTUKAN KONSTRUKSI IDENTITAS MUSIKUS DAERAH DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Isi pada Unggahan Akun *Instagram* @asepbalonasi)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si.

NIP. 198507172014041001

Pembimbing II



Vidi Sukmayadi, M.Si.

NIP. 198210222014041001

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si.

NIP. 198507172014041001

**PEMBENTUKAN KONSTRUKSI IDENTITAS MUSIKUS
DAERAH DI MEDIA SOSIAL**

(Analisis Isi pada Unggahan Akun *Instagram* @asepbalonasli)

Oleh:

Aldin Farkhan Ilhami

Skripsi diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Departemen Ilmu Komunikasi

© Aldin Farkhan Ilhami 2022

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PEMBENTUKAN KONSTRUKSI IDENTITAS MUSIKUS DAERAH DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi pada Unggahan Akun *Instagram*@asepbalonasli)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tegal, 01 Agustus 22

Yang Membuat Pernyataan,



Aldin Farkhan Ihami

NIM 1705356

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas rahmat, hidayah dan karunia serta kehadiran Allah SWT yang telah melimpah curahkan keberkahannya sehingga penulisan dapat terselesaikan dengan sesuai apa yang dikehendaknya. Dengan penelitian yang berjudul *pembentukan konstruksi identitas musikus di media sosial (analisis isi pada unggahan akun Instagram asep balon)*. Penyusunan laporan akhir skripsi ini bertujuan untuk mencapai syarat, guna mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom).

Penelitian ini tercetus dari adanya rasa penasaran penulis terhadap perkembangan media sosial terhadap industri musik di Indonesia, khususnya industri musik kedaerahan. Karena dengan cepatnya perkembangan teknologi seiring dengan perkembangan industry music di Indonesia, bagaimana musikus daerah dapat bertahan dengan banyaknya musisi nasional yang bermunculan. Serta hal tersebut timbul adanya dampak positif serta dibarengi dengan tantangan bagi musikus daerah dalam menanggapi media sosial, khususnya bagaimana musikus daerah dapat mengkonstruksi identitas di media sosial Instagram.

Pembentukan identitas digital musikus daerah di media sosial menjadi hal yang cukup menarik untuk diteliti. Setiap orang memiliki strategi atau caranya tersendiri dalam membangun identitas digital sesuai apa yang diinginkan, termasuk bagi musikus daerah. Karena setelah peneliti melakukan riset lebih lanjut terhadap konstruksi identitas musikus daerah, melalui kajian pustaka penelitian terdahulu masih adanya celah pembahasan mengenai musikus daerah, karena pembahasan masih berlingkup pada bagaimana musikus independent dalam menghadapi atau menyikapi kemajuan teknologi di industri musik saja, melainkan masih adanyacelah bagaimana musikus daerah dalam mengkonstruksi identitas di media sosial.

Melalui penelitian ini, penulis mencoba untuk mengkaji bagaimana musikus daerah menjaga eksistensi di media sosial. Dalam penelitian ini adalah bagaimana musikus daerah mengkonstruksi identitas di media sosial, khususnya pada platform Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam Rekomendasi yang berkaitan dengan konstruksi identitas diri musikus di media sosial oleh penulis melalui penelitian ini. Penulis merekomendasikan kepada

musikus khususnya di daerah bisa memanfaatkan media lain selain media sosial dalam membentuk identitas diri dan terus berkarya dalam hal positif.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki limitasi sehingga terdapat beberapa celah dalam penelitian ini yang dapat diisi dan dikembangkan oleh penelitian selanjutnya. Serta penulis membutuhkan timbal balik berupa masukan serta saran guna pengembangan penelitian ini. Akhir kata, semoga laporan akhir skripsi ini mempunyai dampak yang positif terhadap pembaca baik dari tinjauan akademis maupun praktis.

Tegal, 01 Agustus 2022



Aldin Farkhan Ihami

NIM 1705356

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi yang berjudul pembentukan konstruksi identitas musikus daerah di media sosial (analisis isi pada unggahan akun Instagram Asep balon), tidak terlepas dari banyaknya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa hormat serta terimakasih yang sebesar-besarnya terhadap pihak terkait yang telah dengan tulus memberikan doa serta dukungannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana M.Hum. selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si. dan Bapak Vidi Sukmayadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama proses penyusunan proposal, hingga laporan akhir skripsi
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang banyak serta dapat dituangkan pada saat penulisan laporan akhir skripsi.
6. Bapak prof. Dr. H. Suwatno , M.si yang telah banyak membimbing, membantu serta memberikan dukungan dan semangat penulis selamamasa perkuliahan hingga pada penyusunan Skripsi ini.
7. Asep balon selaku Informan Penelitian yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk melakukan diskusi serta menyumbangkan banyak pandangan berkaitan dengan topik dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua penulis (alm) H. Aminudin, S.IP, MM, Dra. Hj. Siti Fazilah, MM yang selalu memberikan rasa kasih sayang dan tidak lupa

memberikan semangat baik secara lisan maupun perbuatan agar anaknya bisa menyelesaikan masa perkuliahan dan penyusunan skripsi serta mendapatkan gelar sarjana.

9. Kakak tersayang Rizqi Nur Azman, Amanda Dhea Faharvian, Syavira Isnandani yang telah membantu dukungan tenaga, membela dan doanya agar adiknya menyelesaikan penelitian akhir skripsi.
10. Shinta Alfiani Shabrina S.Kg, pasangan dan partner penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi dan selalu sabar dalam membimbing serta memberikan semangat tambahan peneliti pada saat menyelesaikan skripsi.
11. Para sahabat penulis yaitu Sadam, Alfarizi, Rifqi, Sandi, dan triadi yang selalu mendukung penulis baik selama perkuliahan maupun pada saat penyusunan skripsi.
12. Anak-anak Rawamba, baik dari Rawamba View, Rawamba Resort, Rawamba Coffee yang selalu menemani peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitian akhir skripsi.

Serta dengan tidak mengurangi rasa hormat peneliti berterimakasih kepada pihak manapun yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian penelitian ini, akan tetapi tidak dapat penulis sebut satu persatu. Semoga dengan rasa syukur yang dapat penulis sampaikan menjadi doa serta dapat balasan dari Allah SWT. Dengan ini penulis dapat sampaikan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun akademis pembaca.

Tegal, 01 Agustus 2022



Aldin Farkhan Ihami

NIM 1705356

ABSTRAK

Identitas digital dapat dibentuk menggunakan media sosial. Media sosial pun sangat andil dalam cepatnya informasi mengenai musik terbaru untuk dapat dinikmati oleh siapa saja dan tidak kenal ruang maupun waktu. Beberapa seniman musik saat ini memiliki cara tersendiri dalam menampilkan karyanya kepada para penggemar. Dengan pembentukan identitas digital di media sosial, musikus daerah dapat berkomunikasi dengan penggemarnya dikemas melalui cara atau kekhasan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna denotasi postingan akun instagram asep balon dalam mengkonstruksi identitas sebagai musikus daerah serta mengetahui makna konotatif postingan akun Instagram asep balon dalam mengkonstruksi identitas sebagai musikus daerah. Guna menunjang penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Penulis melakukan wawancara langsung kepada Asep balon selaku pemilik akun instagram tersebut dan mengumpulkan data hasil wawancara, sebagai informan kunci guna triangulasi data yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini, mengindikasikan terdapat andil yang signifikan bagaimana peran media sosial terhadap musikus daerah dalam mengkonstruksi identitas. Melalui penelitian ini diharapkan tahu tentang pemanfaatan media sosial dan dapat paham bagaimana seorang musikus bisa memanfaatkan media sosial walaupun seorang musikus tersebut dari daerah

Kata kunci : Konstruksi Identitas, Visual Analisis, Musikus Daerah, Sosial Media, Instagram

ABSTRACT

Digital identity can be formed using social media. Social media also plays a very important role in providing information about the latest music that can be enjoyed by anyone, regardless of space or time. Some of today's music artists have their own way of presenting their work to fans. With the formation of a digital identity on social media, regional musicians can communicate with their fans in certain ways or characteristics. This study aims to determine the denotative meaning of Asep Ballon's Instagram account posts in constructing identity as a regional musician and to find out the connotative meaning of Asep Balon's Instagram account posts in constructing identity as a regional musician. To support this research, the writer uses a qualitative approach with content analysis method. The author conducted a direct interview with Asep balloon as the owner of the Instagram account and collected interview data, as a key informant for triangulation of data relevant to this research. The results of this study indicate that there is a significant contribution to the role of social media on regional musicians in constructing identity. Through this research, it is expected to know about the use of social media and be able to understand how a musician can use social media even though a musician is from the region

Keywords : *Identity Construction, Visual Analysis, Regional Musicians, Social Media, Instagram*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Dari segi teoritis	6
1.4.2 Dari segi praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Media Sosial dan Implikasinya Pada Konstruksi Identitas	8
2.2 Konsep Musikus Daerah Masa Kini	12
2.3 Media Sosial dan Perannya Dalam Dunia Kesenian Daerah	16
2.4 Asep Balon dan Modernisasi Musik Kedaerahan	21
2.5 <i>Social Identity Theory</i>	26
2.6 Kerangka Berpikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Pengumpulan Data	32
3.3 Analisis Data	33
3.4 Etis Penelitian	35
3.5 Timeline Penelitian	36
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Makna Denotasi Postingan Akun Instagram Asep Balon Dalam Mengkonstruksi Identitas Sebagai Musikus Daerah	42
4.1.1 Struktur Visual Instagram Format Postingan	42
4.1.2 Struktur Visual Instagram Konten Postingan	45
4.1.3 Struktur Visual Instagram Sudut Pandang Kamera	49
4.1.4 Struktur Visual Instagram Tagar	51

4.1.5 Struktur Visual Instagram Emoji.....	53
4.1.6 Struktur Visual Instagram Teks Bahasa Postingan	53
4.2 Makna Konotatif Postingan Akun Instagram Asep Balon Dalam Mengkonstruksi Identitas Sebagai Musikus Daerah	54
4.2.1 Struktur Visual Instagram Intonasi Teks.....	54
4.2.2 Struktur Visual Instagram Tema Teks.....	57
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Makna Denotasi dan Konotasi Pada Konstruksi Identitas Digital Asep Balon Ditinjau Dari Teori Identitas dan Literatur Terdahulu	61
BAB IV SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	75
5.1 Simpulan	75
5.1.1 Makna Denotasi Postingan Akun Instagram Asep Balon Dalam Mengkonstruksi Identitas Sebagai Musikus Daerah	75
5.1.2 Makna Konotatif Postingan Akun Instagram Asep Balon Dalam Mengkonstruksi Identitas Sebagai Musikus Daerah	78
5.2 Implikasi	78
5.2.1 Implikasi Akademis.....	79
5.2.2 Implikasi Praktis.....	79
5.3 Rekomendasi.....	79
5.3.1 Rekomendasi Akademis.....	80
5.3.2 Rekomendasi Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Table 3.1	Timeline Kegiatan Penelitian.....	36
Table 4.1	Struktur Visual dan Elemen Denotasi Pada Instagram Asep Balon.....	40
Table 4.2	Struktur Visual dan Elemen Konotasi Pada Instagram Asepbalon	41
Table 4.3	Struktur Visual Instagram Asepbalon Dalam Format Postingan	42
Table 4.4	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Konten Postingan	45
Table 4.5	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Sudut Pandang Kamera	49
Table 4.6	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Tagar	51
Table 4.7	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Emoji.....	53
Table 4.8	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Teks Bahasa Postingan.....	53
Table 4.9	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Intonasi Teks.....	54
Table 4.10	Struktur Visual Instagram Asepbalon dalam Tema Teks.....	57

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Contoh Foto dari Data Yang Dimiliki	43
Gambar 4.2 Contoh Video dari Data Yang Dimiliki	44
Gambar 4.3 Gambar Elementasi HipHop.....	46
Gambar 4.4 Gambar Quotes Pada Instagram Asepbalon	48
Gambar 4.5 Gambar Konser Hip Hop Pada Instagram Asepbalon	49
Gambar 4.6 Eye Level Angle Dalam Instagram Asepbalon	50
Gambar 4.7 High Angle Level dalam Instagram Asepbalon.....	50
Gambar 4.8 Tagar Asepbalon dalam Instagram Asepbalon	52
Gambar 4.9 Tagar Majalaya dalam Instagram Asepbalon	52
Gambar 4.10 Contoh Foto Mengenai Intonasi Teks Humoris.....	55
Gambar 4.11 Contoh Foto Mengenai Intonasi Informatif	56
Gambar 4.12 Contoh Seni Foto Tipografi dalam Instagram Asepbalon	57
Gambar 4.13 Contoh Hiburan Bobodoran Sunda Tipografi dalam Instagram Asepbalon ...	59
Gambar 4.14 Info Grafis Keseluruhan Temuan Penelitian	60

DAFTAR PUSTAKA

- Abril, C. R. (2015). Music That Represents Culture: Selecting Music with Integrity. *Music Educators Journal*.
- Aditya, A. (2020, May). Anang Hermansyah Kenang Perjalanan Karier, dari Numpang Tidur di Blok M ke Gang Potlot. *Kompas.Com*.
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *ResearchGate, June*, 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- Al Ayyubi, S. (2016, November 30). Industri Musik Digital Diprediksi Jadi Tren 2017. *Teknologi.Bisnis.Com*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20161130/105/607764/industri-musik-digital-diprediksi-jadi-tren-2017>
- Alpito, A. S. (2016, June 2). Titik Cerah Pengarsipan Musik Indonesia. *Medcom.Id*.
- Alyusi, S. D. (2016). *media sosial: interaksi, identitas dan modal sosial* (Kencana (ed.); Cetakan ke). Jakarta : Kencana, 2016 Jakarta : Prenadamedia Group, 2018.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=z_nJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Alyusi,+S.+d.+\(2016\).+media+sosial:+interaksi,+identitas+dan+modal+sosial.+j+akarta:+kencana.&ots=QeyvhLbH9z&sig=SC782WXSqX4gkX18dr-jUIRbJzM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=z_nJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Alyusi,+S.+d.+(2016).+media+sosial:+interaksi,+identitas+dan+modal+sosial.+j+akarta:+kencana.&ots=QeyvhLbH9z&sig=SC782WXSqX4gkX18dr-jUIRbJzM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Asrianti, S. (2020, December 20). Lagu Berbahasa Daerah Diprediksi Jadi Tren Tahun Depan. *Republika.Co.Id*. <https://republika.co.id/berita/senggang/musik/qln908414/lagu-berbahasa-daerah-diprediksi-jadi-tren-tahun-depan>
- Bal, A. S., Grewal, D., Mills, A., & Ottley, G. (2015). Engaging Students With Social Media. *Journal of Marketing Education*, 37(3), 190–203.
<https://doi.org/10.1177/0273475315593380>
- Barthes, R. (1968). *Elements of Semiology. 1964*.
- Batam News. (2019, March). Era Digital Mudahkan Musisi Jadi Terkenal. *Batam News*.
- Ben Moussa, M. (2019). Rap it up, share it up: Identity politics of youth “social” movement in Moroccan online rap music. *New Media and Society*, 21(5), 1043–1064.
<https://doi.org/10.1177/1461444818821356>
- Bodden, M. (2005). Rap in Indonesian youth music of the 1990s: “Globalization,” “outlaw genres,” and social protest. *Asian Music*, 36(2), 1–26.
<https://doi.org/10.1353/amu.2005.0015>
- Bouzida, F. (2014). *THE SEMIOLOGY ANALYSIS IN MEDIA STUDIES - ROLAND BARTHES APPROACH* -. *September*, 1001–1007.
- BPS Jawa Barat. (2019). *Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2019*. Badan Pusat Statistik.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). Metode si tehnici de cercetare in stiintele sociale. *Financial Times, Prentice Hall: London., November*, 87.
http://www.urenio.org/futurreg/files/The_FUTURREG_Futures_Toolkit_v3.pdf

- Caicedo, P. (2020). New Ways of Making Music and Being a Musician in the Digital Era. *Diagonal: An Ibero-American Music Review*, 5(2). <https://doi.org/10.5070/d85247762>
- Campbell, P. S. (2013). Etnomusicología y Educación Musical: Punto de encuentro entre música, educación, y cultura. *Revista Internacional De Educación Musical*, 1, 42–52. <https://doi.org/10.12967/riem-2013-1-p042-052>
- Carrabine, E. (2019). Unsettling appearances: Diane Arbus, Erving Goffman and the sociological eye. *Current Sociology*, 67(5), 669–685. <https://doi.org/10.1177/0011392118823828>
- Cho, V., & Jimerson, J. B. (2017). Managing digital identity on Twitter: The case of school administrators. *Educational Management Administration and Leadership*, 45(5), 884–900. <https://doi.org/10.1177/1741143216659295>
- Demartoto, A. (2013, April 10). TEORI KONSTRUKSI SOSIAL DARI PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN. *Uns.Ac.Id*. <https://argyo.staff.uns.ac.id/2013/04/10/teori-konstruksi-sosial-dari-peter-l-berger-dan-thomas-luckman/>
- 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). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.729>
- Djarum Coklat. (2020). *Asep Balon; Dari Majalaya ke Negeri Sakura (Bagian Satu)*. Djarum Coklat.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3–4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>
- Ertzscheid, O., & Ertzscheid, O. (2016). Identity logics. In *What is digital identity?* <https://doi.org/10.4000/books.oep.1379>
- Fisipol UGM, A. (2020). Tren Musik Dangdut di Masa Kini: Bertahan Tak Ingin Hilang Tergerus Waktu. *Dikom.Fisipol.UGM*. <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/tren-musik-dangdut-di-masa-kini-bertahan-tak-ingin-hilang-tergerus-waktu/>
- Fiske, J. (1992). *Introduction to Communication Studies*.
- Fitriana, R., Darmawan, D. R., Efriani, E., & Apriadi, D. W. (2021). Gejolak Fujoshi Dalam Media Sosial (Peran Media Twitter Dalam Pembentukan Identitas Kelompok Fujoshi). *Kiryoku*, 5(2), 228–235. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/kiryoku/article/view/41589>
- Fitriyani, L. R. (2019). Strategi Personal Branding Penyanyi Tulus dalam Mempertahankan Eksistensi. *Conference On Communication and News Media Studies*, 1, 271–284. <http://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1101>
- Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7–25. <https://doi.org/10.1177/1748048519880721>
- Futari, H. (2019). *5 Faktor yang Membuat Didi Kempot Fenomenal*. Line Today.
- Galuszka, P., & Brzozowska, B. (2017). Crowdfunding and the democratization of the music market. *Media, Culture and Society*, 39(6), 833–849.

<https://doi.org/10.1177/0163443716674364>

- Gembel, A. (2019). *Asep Balon, Rapper Pinggiran Menantang Zaman*. Djarum Coklat.
- Goffman, E. (2017). Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior. *Interaction Ritual: Essays in Face-to-Face Behavior*, 1–270. <https://doi.org/10.4324/9780203788387>
- Greer, C., & McLaughlin, E. (2021). The Celebrity Icon Mask: The Multi-Institutional Masking of Sir Jimmy Savile. *Cultural Sociology*. <https://doi.org/10.1177/1749975520985385>
- Grzesiak, M. (2018). *Grzesiak, M. (2018). PERSONAL BRAND CREATION IN THE. Springer International Publishing* (T. E. (if Applicable) (ed.); Personal B). Palgrave Pivot, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-69697-3>
- Gumilar, R. G. (2019, April). Asep Balon, dari Media Sosial ke Panggung Hiphop. *Pikiran Rakyat*.
- Gündüz, U. (2017). The Effect of Social Media on Identity Construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0026>
- Habibi, C. B., & Irwansyah, I. (2020). Konsumsi Dan Produksi Musik Digital Pada Era Industri Kreatif. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.20527/mc.v5i1.7449>
- Hair, J., Wolfinbarger, M. F., Ortinau, D. J., & Bush, R. P. (2010). *Essentials of marketing research*. https://books.google.co.id/books/about/Essentials_of_Marketing.html?id=9Kf_O1eIOJ4C&redir_esc=y
- Halimah, L. (2016). MUSIK DALAM PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(2). <https://doi.org/doi.org/10.17509/eh.v2i2.2763>
- Harris, H. (2018). *Berkat Media Sosial, Musisi “One Hit Wonder” Zaman Sekarang Bisa Punya Karir Lebih Panjang*. Vice.
- Hasyim, N. M. (2018). MEDIA DAN KONSTRUKSI IDENTITAS KEPEMIMPINAN (Studi Konstruksi Identitas Kepemimpinan Ahok oleh Media Online). *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, IX(2), 256–282.
- Haynes, J., & Marshall, L. (2018). Beats and tweets: Social media in the careers of independent musicians. *New Media and Society*, 20(5), 1973–1993. <https://doi.org/10.1177/1461444817711404>
- Hendricks, J. M. (2015). Curating Value in Changing Markets. *Sociological Perspectives*, 59(2), 479–497. <https://doi.org/10.1177/0731121415591286>
- Hunter, W. C. (2011). *Tourism Geographies : An International Journal of Tourism Space , Place and Environment Projected Destination Image : A Visual Analysis of Seoul. November 2012*, 37–41.
- IDN Times Jabar. (2019, August). 6 Penyanyi Sunda yang Melegenda dengan Suara Merdunya. *IDN Times Jabar*.
- IFPI. (2019, April 2). IFPI Global Music Report 2019. *Ifpi.Org*. <https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-2019/>

- Indonesia, P. R. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Kementerian Sekretariat Negara RI, 1*.
- Iswanda, O., Palawi, A., & Lindawati. (2019). Tantangan Popularitas Musik Aceh dalam Industri Musik Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Seni Drama, Tari Dan Musik, IV(2)*, 181–195.
- Joseph, D. B. (1987). *Marketing for Music Directors*. <https://doi.org/10.2307/3401257>
- JR Sarmiento Guede, J de Esteban Curiel, A. A. (2017). Viral communication through social media: analysis of its antecedents. *Latina, Revista de Comunicación, 74*, 734–747. <https://doi.org/10.4185/RLCS>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons, 53(1)*, 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kavakci, E., & Kraeplin, C. R. (2017). Religious beings in fashionable bodies: the online identity construction of hijabi social media personalities. *Media, Culture and Society, 39(6)*, 850–868. <https://doi.org/10.1177/0163443716679031>
- Kim, S. (2019). ‘Now it’s indie’: The creative turn of the cultural policy in the Korean indie music scene. *International Communication Gazette, 81(2)*, 193–208. <https://doi.org/10.1177/1748048518802965>
- Kios Tix. (2020). *Fakta Bandung Sebagai Kiblat Musik Indie Di Indonesia*. Kiostix.Com.
- KOMINFO. (2019, November 24). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. *Kominfo.Go.Id*. https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Kriyantono, R., & Ph, D. (2012). *Rachmat Kriyantono, Ph.D.*
- Kusumawardhani Arif. (2014). Membangun Musik Indonesia Melalui Budaya Berbagi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI, 11(2)*, 121.
- Li, J. (Justin), Kim, W. G., & Choi, H. M. (2019). Effectiveness of social media marketing on enhancing performance: Evidence from a casual-dining restaurant setting. *Tourism Economics, 1–20*. <https://doi.org/10.1177/1354816619867807>
- Lin, C. Y. (2014). The Evolution of Taipei’s Music Industry: Cluster and Network Dynamics in the Innovation Practices of the Music Industry. *Urban Studies, 51(2)*, 335–354. <https://doi.org/10.1177/0042098013489745>
- Malcic, S. (2018). Proteus online: Digital identity and the Internet governance industry. *Convergence, 24(2)*, 205–225. <https://doi.org/10.1177/1354856516664035>
- Marshall PD, M. C. and B. K. (2020). *Introduction : A Short History of the New Public Self*. 0–12.
- Mcsweeney, S. (2020). *An Investigation into the use of Digital Marketing and Social Media platforms by Independent Musicians in Ireland*. August, 1–73.
- 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>

- Mutma. (2017). Konferensi Nasional Komunikasi. *Konstruksi Media Republika Online Terhadap Pidato Pelantikan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan*, 01(01), 657–667. <http://pknk.org/index.php/PKNK/article/view/47/52>
- Mwaura, J. (2019). Book Review: Digital Identity and Everyday Activism: Sharing Private Stories With Networked Publics by Sonja Vivienne . *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(2), 652–654. <https://doi.org/10.1177/1077699019827003>
- Nelson, E. H. (2018). From selling out to savvy strategy: how The O.C. helped change the stigma around licensing indie music. *Creative Industries Journal*, 11(1), 54–69. <https://doi.org/10.1080/17510694.2017.1419051>
- Njatrijani, R., Hukum, F., & Diponegoro, U. (2020). Era Digital Melahirkan Peran Baru , Agregator Musik Dalam Mendistribusikan Karya Cipta Lagu Dan Musik. *Diponegoro Private Law Review*, 7(1), 689–699.
- Nuraini, D. (2020, May). Merawat Musik Etnis dari Dalam Hati. *Bisnis.Com*.
- Nuriyanti, W. (2019). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF* Widya Nuriyanti Program Studi Desain Komunikasi Visual , Fakultas Bahasa dan Seni , Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Email : widyannuriyanti@gmail.com Tabel 1 . *Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kr*. 11(2), 101–107.
- Panggabean, A. T. (2017). *Gaya Hidup Musisi Lokal di Medan (Studi Deskriptif pada Anak Band di Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Patino, A., Pitta, D. A., & Quinones, R. (2012). Social media’s emerging importance in market research. *Journal of Consumer Marketing*, 29(3), 233–237. <https://doi.org/10.1108/07363761211221800>
- Permana, K. S. (2019, December). Rapper Asal Majalaya Asep Balon Jadi Terdakwa, Jaksa Tanyakan Asal-usul Nama Artikel ini telah tayang di tribunjabar.id dengan judul Rapper Asal Majalaya Asep Balon Jadi Terdakwa, Jaksa Tanyakan Asal-usul Nama, <https://jabar.tribunnews.com/2019/12/27/rapp>. *Jabar.Tribunnews.Com*.
- Perrin, A. J. (2002). Book Review: The Content Analysis Guidebook. *Social Science Computer Review*, 20(3), 365–366. <https://doi.org/10.1177/089443930202000320>
- Petra, U. K., Laksana, B. H., Yogatama, A., & Wahyudi, O. B. (2019). *Konstruksi Relasi Publik atas Citra Didi Kempot di Instagram @ didikempot _ official*.
- Purba, T. A. (2019). *Bens Leo : Platform Musik Digital Untungkan Musisi*. <https://Lifestyle.Bisnis.Com/>.
- Putra, R. M., & Irwansyah, I. (2019). Musik Rilis Fisik Di Era Digital: Musik Indie Dan Konsumsi Rilis Fisik Musik. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 128. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4062>
- Putranto, W. (2009). *Music Biz Manual Cerdas Menguasai Bisnis Musik*. B-First.
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1, 1–29.

- Raditya, M. H. B. (2013). Dangdut Koplo : Selera Lokal Menjadi Selera Nasional. *Jurnal Seni Musik*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.15294/jsm.v2i2.9491>
- RI Kemenparekraf, B. (2021, June 12). Potensi Pemasaran Karya Musisi Lokal dalam Platform Musik Digital. *Kemenparekraf.Co.Id*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Potensi-Pemasaran-Karya-Musisi-Lokal-dalam-Platform-Musik-Digital->
- Romadhon, A. (2013). MUSIK DANGDUT KOPLO DI GRUP BHALADIKA SEMARANG DALAM KONTEKS PERUBAHAN SOSIAL BUDAYA. *Journal of Arts Education*, 2, 9.
- Romadhoni, D. A. (2021, July 28). Terkenal Melalui Lagu Kartonyono Medot Janji, Denny Caknan Ungkap Sosok Ini. *Surakarta.Suara.Com*.
- Sabrina, G. (2018, April). Merunut Kelahiran Musik Indie Indonesia. *Whiteboard Journal*.
- Sabryna Putri Muviola. (2012). *PERKEMBANGAN MUSIK INDIE DI INDONESIA*.
- Saraswati, D. P. (2020, November). Penyanyi Ini Sukses dari Internet ke Dapur Rekaman. *Hot.Detik.Com*.
- Saraswati, D. P. (2021). Menilik Geliat Musik Tradisional, Pop Jawa dan Koplo Jadi Paling Potensial. *Hot.Detik.Com*. <https://hot.detik.com/music/d-5744925/menilik-geliat-musik-tradisional-pop-jawa-dan-koplo-jadi-paling-potensial>
- Schivinski, B., Christodoulides, G., & Dabrowski, D. (2016). Measuring consumers' engagement with brand-related social-media content: development and validation of a scale that identifies levels of social-media engagement with brands. *Journal of Advertising Research*, 56(1), 1–18. <https://doi.org/10.2501/JAR-2016-000>
- Schultz, K. B. (2009). How symphony orchestras in Chicago, St. Louis, and Peoria use social media tools to connect with the public. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 130(2), 556. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaci.2012.05.050>
- Septian, W. T., & Hendrastomo, G. (2019). Musik Indie Sebagai Identitas Anak Muda di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(7), 1–21.
- Sitaen, H. (1995). Pergeseran Fungsi Musik di lengah Kehidupan Masyarakat. *Cakrawala Pendidikan*, XIV(3), 32. <https://doi.org/10.21831/cp.v3i3.9189>
- Sjafari, I. (2018). *Bandung sebagai Kota Musik Hanya Tinggal Menunggu Deklarasi?* Kompasiana.
- Statistik, B. P. (BPS). (2011). *Jawa Mendominasi 40 Persen Suku Bangsa Di Indonesia*. databoks.katadata.co.id.
- Suciati, P. (2020). Faktor Pembentuk Viralitas Promosi Musisi Independen di Media Sosial. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 8. <https://scholar.archive.org/work/klpl52lyrfeqrgxi3sl2gfuibq/access/wayback/http://www.jvi.ui.ac.id/index.php/jvi/article/download/155/pdf>
- Suprana, W. J. (2020). Lisensi Hak Cipta dan Perlindungan Hukum Hak Cipta atas Konten Fotografi dan Potret Dalam Penggunaan Instagram. *Binamulia Hukum*, 9(2), 183–196. <https://doi.org/10.37893/jbh.v9i2.183>

- Sushmita, chelin indra. (2019, September). Sukses Bikin Ambyar, Begini Perjalanan Karier Lord Didi Kempot. *Solopos.Com*.
- Syahida, M. A. (2020). *STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI MUSIK INDEPENDEN KOTASEMARANG DI ERA DIGITAL*. 15(3), 4235–4244.
<http://ejournal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/841/pdf>
- Theo Van Leeuwen and Carey, J. (2000). *Theo Handbook of Visual Analysis* (first).
- Tyler, I., & Bennett, B. (2010). “celebrity chav”: Fame, femininity and social class. *European Journal of Cultural Studies*, 13(3), 375–393.
<https://doi.org/10.1177/1367549410363203>
- Vaus, D. A. de. (2002). *SURVEYS IN SOCIAL RESEARCH* (fifth edui). Allen & Unwin.
 file:///C:/Users/dishu/Downloads/Surveys_in_Social_Research_5th_edition.pdf
- Vindy, A. (2018, June 14). Perkembangan Substansi dalam Musik Hip Hop Indonesia. *Https://Www.Whiteboardjournal.Com/*.
<https://www.whiteboardjournal.com/ideas/hip-hop-indo/>
- Vivienne, S. (2016). Digital Identity and Everyday Activism. In *Digital Identity and Everyday Activism*. <https://doi.org/10.1057/9781137500748>
- Wang, C. (2016). The Promise of Kickstarter: Extents to Which Social Networks Enable Alternate Avenues of Economic Viability for Independent Musicians Through Crowdfunding. *Social Media and Society*, 2(3).
<https://doi.org/10.1177/2056305116662394>
- Wardhanie, A. P. (2017). Peranan Media Digital Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Indonesia di Era Globalisasi. *Proceeding ICSGPSC*, 348–354.
- Wiedemann, G. (2018). Proportional Classification Revisited: Automatic Content Analysis of Political Manifestos Using Active Learning. *Social Science Computer Review*, 37(2), 135–159. <https://doi.org/10.1177/0894439318758389>
- Wijaya, H. (2018). Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif (Prof. Burhan Bungin). *ResearchGate, March*, 1–45.
- Wilkinson, D., & Thelwall, M. (2010). Researching Personal Information on the Public Web: Methods and Ethics. *Social Science Computer Review*, 29(4), 387–401.
<https://doi.org/10.1177/0894439310378979>
- Yusuf, K. (2020). Via Vallen Dan Musik Dangdut Koplo Di Youtube. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 133–161.
<http://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/451>
- Zebua, F. (2018, March 3). Laporan DailySocial: Survei Layanan Streaming Musik 2018. *Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>

